

KI im Mittelstand: Zeitersparnis durch schnellere Kundenkommunikation

- Chatbots, Terminverwaltung, Leadgenerierung oder Anzeigenerstellung – KI bietet immenses Potenzial für KMU
- Prozessoptimierung und Effizienz durch Tools und leichte Kniffe
- Studie des Mittelstand-Netzwerks [SELLWERK](#) zeigt, welche Technologie Kund:innen in der Kommunikation mit Unternehmen am liebsten nutzen

Von digitalen Programmen erstellte Produktbeschreibungen, Mood-Bilder oder ganze Contentpläne sind längst keine Zukunftsmusik mehr. Inzwischen setzen auch zahlreiche Unternehmen auf künstliche Intelligenz, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken – Tendenz steigend. Doch bislang profitieren vor allem große Konzerne von KI, während der Mittelstand oft noch zögert. Das sollte sich schnellstmöglich ändern, denn auch kleine und mittlere Unternehmen können diese Technologie ausschöpfen und damit ihren Arbeitsalltag effizienter gestalten.

Von digital gemanagten Lagerbeständen über automatisierte Werbeanzeigen bis hin zur Online-Terminverwaltung oder Lead-Generierung ist die Bandbreite an Möglichkeiten riesig. Doch wie viele Daten, Zeit und Kapazitäten müssen Unternehmen investieren, um von Tools wie [ChatGPT](#), [Midjourney](#) oder [Bard](#) Gebrauch zu machen? Wie KI bestmöglich eingesetzt wird, um Ressourcen langfristig zu schonen, weiß Frank Schieback, CMO bei [SELLWERK](#), dem Netzwerk des deutschen Mittelstands.



© [Stock.adobe.com](#)

Fehlende Kapazitäten – Investieren, um zu profitieren

In vielen kleinen und mittleren Unternehmen liegt die Arbeitsauslastung bei über 100 Prozent. Ob beim Elektriker von nebenan, dem Friseursalon des Vertrauens oder der Pizzeria im Stadtkern: Der Fachkräftemangel sorgt für eng getaktete Dienstpläne und kaum Luft für die Umsetzung neuer Ideen oder Ansätze. Dabei könnten viele Abläufe und die Kommunikation untereinander sowie mit den Kund:innen mit heutiger Technik wesentlich zeitsparender abgewickelt werden. Einzige Grundvoraussetzung: ein klein wenig Zeit für die Einführung entsprechender Tools.

„Wenn solche Programme einmal eingerichtet und in Betrieb sind, können Termine, Bestätigungsmails, Schichtpläne oder der Aufruf zur Abgabe von Bewertungen automatisiert erstellt und versendet werden. So sparen sowohl die Mitarbeitenden als auch die Geschäftsführung auf lange Sicht kostbare Zeit, die sie in die operative Arbeit stecken können“, so Frank Schieback, CMO bei SELLWERK. Durch bestehende Angebote ist dieser Erstaufwand auch gar nicht so groß, wie meist befürchtet. Mit professioneller Beratung ist nach ein paar Klicks die Abwicklung sowie Koordination vieler Prozesse im Handumdrehen vereinfacht und automatisiert – das spart Ressourcen.

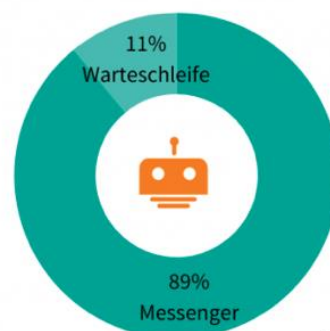
Messenger-Programme als unkomplizierte Kommunikationskanäle

Durch Apps wie Telegram, WhatsApp, Facebook oder Threema haben Menschen heutzutage ihr Postfach direkt in der Hosentasche. Der ideale Kanal für Unternehmen, mit ihrer Zielgruppe unkompliziert zu kommunizieren. So finden Chat-Dienste auch in der B2C Kommunikation immer größeren Anklang, um Nachrichten in Sekundenschnelle auszutauschen. Auch bei der Übermittlung von Informationen für Dienstleistungen ist dieser Weg geeignet. So ermöglichen sie etwa das Versenden von Fotos und Videos von Räumen, Gärten oder Fenstern an Handwerker:innen, Architekt:innen oder Reinigungskräfte, um ein entsprechendes Angebot anzufordern.

Hilfreich hierbei: der Einsatz von Chatbots, welche dank automatisierter Nachrichten die Kommunikation mit den Kund:innen vereinfachen. Statt ellenlanger E-Mails oder anstrengender Telefonate ist es 60 Prozent der Verbraucher:innen außerdem lieber eine kurze Nachrichtenanfrage an ein Unternehmen zu versenden, als minutenlang in der Telefonwarteschleife zu hängen, wie eine [Studie](#) des IT-Dienstleisters PIDAS ergab. Hier kann KI viel Arbeit und Zeit abnehmen.

Anerkennung von Chatbots

Würdest du lieber 10 Min. in der Warteschleife hängen oder 10 Min. auf eine Antwort per Messenger warten?



Quelle: sellwerk.de

Datenschutz – Verantwortungsbewusster Umfang mit vertraulichen Daten

Nicht zu vernachlässigen ist dennoch die Privatsphäre der Klient:innen. Mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sind die Anforderungen an den Schutz personenbezogener Daten immer strenger geworden. So müssen die Kund:innen vor der Nutzung dieser Dienste entsprechend Art. 13 DSGVO über die Datenerhebung informiert werden. Um auf Nummer sicher zu gehen, empfiehlt es sich, die explizite Einwilligung der Nutzer:innen einzuholen und online eine Datenschutzerklärung unterschreiben zu lassen.

Bei KI-Anwendungen wie ChatGPT ist der Datenschutz jedoch noch nicht vollends geklärt. Aus diesem Grund sollten Unternehmen bei der Verwendung keine personenbezogenen Daten in diese Tools eingeben. Für Standard-E-Mail-Texte, Aufforderungen oder Dankeschreiben kann jedoch problemlos auf verfügbare Vorlagen zurückgegriffen werden. Für die Verwendung von Chatbots müssen gegebenenfalls weitere Vorgaben beachtet werden, die mit dem jeweiligen Anbieter abzustimmen sind.

Demokratisierung von künstlicher Intelligenz

Die Praxis und Beispiele zeigen, dass nicht nur die großen Player am Markt KI-Programme für sich nutzen können. Auch wenn bei Konzernen teilweise eigens geschriebene Anwendungen zum Einsatz kommen, bietet der KI-Boom auch für KMU zahlreiche Möglichkeiten. „Mit existenten Lösungen, welche ohne großen Aufwand auf die individuellen Bedürfnisse der eigenen Firma zugeschnitten werden, können viele Prozesse abgebildet werden. Effizienzsteigerung durch entsprechende Tools oder die Erreichbarkeit, Kommunikation und Datenpflege an einem zentralen Ort, wie zum Beispiel bei SELLWERK Prime ist hierdurch kein Problem mehr“, betont der Marketing-Experte von SELLWERK.

Inzwischen gibt es Dienstleister, die schon für wenig Geld entsprechende Services anbieten und bei der Umsetzung behilflich sind. Falls Unternehmen noch keine eigenen Zahlen und Fakten zur Verfügung haben, kann auch mithilfe von bereits bestehenden und in den Tools eingepflegten Datensätzen gearbeitet werden, bis eigene Informationen eingespeist werden. Schließlich lernt und wächst die KI mit zunehmend neuen Daten und kann entsprechend ausführlichere und treffendere Ergebnisse erzielen. Die künstliche Intelligenz ist letztlich (nur) genau so schlau wie die Daten, mit denen sie gefüttert wird.

Über SELLWERK:

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.75 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK**Frank Schieback**

CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de