

# KI-gestütztes Lead Management System

Implementierungskonzept für Energie360° - Geschäftsbereich Lösungen

Übersicht

Customer Journey

Geschäftsprozess

Interfaces & Touchpoints

Implementierungs-Roadmap

Unterstützungsbereiche

## Projektübersicht

### Wichtigste Erkenntnisse aus der Besprechung (20. August 2025)

- **Pilot-Ansatz:** Start mit 5 Verkäufern, Skalierung auf 30 nach Erfolg
- **Zeitraumen:** Ziel: Fertigstellung 2025, Budget 2026 bereits geplant
- **Bestehende Systeme:** Company GPT, Azure ML, Postgres-Datenbank verfügbar
- **Compliance-Fokus:** DSGVO, LinkedIn-Nutzungsbedingungen, Datenschutz
- **Modularer Aufbau:** Lego-ähnliche Struktur für flexible Anpassungen
- **Integration:** PowerOn Platform als Workflow-Engine mit bestehenden Systemen

### Ausgangslage

Energie360° transformiert sich zum Anbieter ausschliesslich erneuerbarer Energie bis 2040. Der Geschäftsbereich "Lösungen" fokussiert auf integrale Energielösungen und Contracting für Neubauprojekte.

## Aktueller Zustand "Heute"

### Personal & Kapazität

- **5 Verkaufspersonen** bearbeiten Leads (Pilot-Team)
- **100 Leads pro Jahr** werden bearbeitet
- **2 Stunden pro Lead** bis zur Qualifikation
- **Manuelle Prozesse** dominieren den Workflow
- **30 Verkäufer** insgesamt in der Firma

### Datenquellen & Timing

- **Hauptquelle: Baublatt** (eher spät im Projektzyklus)
- Manuelle Recherche auf SIMAP und espazium
- LinkedIn als wichtige Quelle für Architekten-Projekte
- Reaktive Bearbeitung statt proaktiver Früherkennung
- Begrenzte Marktabdeckung durch Zeitmangel

### Prozessineffizienzen

- Hoher manueller Aufwand bei der Lead-Generierung
- Keine systematische Qualifikation und Priorisierung
- Fehlende Integration zwischen Datenquellen
- Begrenzte Skalierbarkeit der Lead-Generierung
- Risiko von Duplikaten bei manueller Bearbeitung

## Zielsetzung

### Quantitative Ziele

- Steigerung von 100 auf 500+ Leads pro Jahr
- Reduktion der Bearbeitungszeit von 2 auf 0.5 Stunden pro Lead
- Früherkennung 3-6 Monate vor Wettbewerb
- 100% Marktabdeckung der Zielregionen

### Qualitative Ziele

- Automatisierte Qualifikation und Bewertung
- Integration in bestehende CRM-Systeme
- Messbare Steigerung der Lead-Qualität
- Proaktive statt reaktive Lead-Generierung

### Organisatorische Ziele

- Fokus der Verkaufspersonen auf qualifizierte Leads
- Skalierbare Leadgenerierung ohne Personalaufbau
- Systematische Marktbeobachtung
- Zeitvorsprung gegenüber Wettbewerb

## Kernkomponenten des Systems

### Scout-Agent

Automatisierte Suche auf SIMAP, Baublatt, espazium, LinkedIn

### Enricher-Agent

Anreicherung mit Projektdetails, Fernwärmeprüfung, SIA-Phasen

### Scorer-Agent

Bewertung nach definierten Kriterien, Qualifikation

### Stakeholder-Agent

Identifikation von Entscheidungsträgern und Kontaktdaten