

Zielstellung

Ziel dieses Projekts war es, die Akzeptanz einer auf Künstlichen Intelligenz (KI) basierten Software zur vorhersagenden Vertriebsanalyse bei der Zielgruppe von Qymatix zu erhöhen. Diese besteht aus Vertriebsmitarbeitenden mittlerer Unternehmen. Dabei lag der Fokus darauf, die Interaktion zwischen Nutzenden und KI zu definieren. Dadurch konnte das Tool innovativ erweitert und bestehende Funktionen so optimiert werden, dass sie wie geplant genutzt werden. Durch das Projekt und die angewendeten Methoden wurde eine forschungsbasierte Zukunftsvision der Software, basierend auf den Bedürfnissen der Nutzenden erstellt.

Vorgehen und Methode

Auf Grundlage bestehender Zielgruppenkenntnisse von Qymatix wurden potenzielle Nutzende für eine remote durchgeführte Fokusgruppe rekrutiert und zu ihrem Arbeitsalltag als Vertriebsmitarbeitende und ihrer Einstellung zu digitalen Companions (unterstützender Begleiter) befragt. Zusätzlich wurden weitere Erkenntnisse zur Zielgruppe (z. B. Ihre Einstellung zu neuen Technologien) gewonnen, für welche dann drei repräsentative Personas erstellt wurden. Unter Berücksichtigung der Einstellung der Zielgruppe zu KI wurde ein Interaktionskonzept für eine Teilaufgabe der Geschäftsakquise entwickelt, welches sich speziell auf die Mensch-KI-Zusammenarbeit fokussiert. Mithilfe eines Interaktionsszenarios wurde das Konzept spezifiziert und durch einen Videoprototypen visualisiert.



Das Team des vollständig virtuell durchgeführten Projekts

Ergebnisse

Das Ergebnis des Projekts ist ein Videoprototyp, welcher die Interaktion zwischen Nutzenden und KI darstellen soll und neue Funktionen und Möglichkeiten der Informationsdarstellung aufzeigt. Die Mensch-KI-Interaktion wurde dabei anhand bestehender Companion-Arten definiert und orientiert sich an der Rolle des Ratgebers und Assistenten. Die Aufgabe der KI besteht demnach darin, Informationen zu sammeln, aufzubereiten und an relevanten Stellen zu präsentieren. Nutzende können die Vorschläge und Informationen der KI anpassen und so optimal im Arbeitsprozess anwenden. Durch die Informationen und Entscheidung der Nutzenden diese zu verwenden, um dadurch das Gespräch zu gestalten, kann sowohl das Kompetenzgefühl, als auch das Bedürfnis nach Autonomie gestärkt werden.

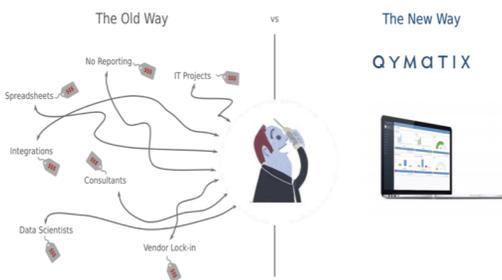
Ergebnisse

Darüber hinaus wurde eine neue Informationsdarstellung für die Software entworfen, welche auf einen Blick anzeigt, welche Kunden ein hohes Kaufpotenzial für ein bestimmtes Produkt haben könnten (siehe Abbildung rechts). Die Analyse der KI ist dabei transparent dargelegt und lässt die Vertriebsmitarbeitenden so fundierte Entscheidungen treffen.

Unter Anwendung der Usability und User Experience Methoden konnten zusätzlich viele Erkenntnisse über die Zielgruppe und deren Bedürfnisse gesammelt werden.

„Ich kann anderen KMU nur empfehlen, diese wertvolle Gelegenheit zu nutzen, um zu lernen und die Benutzerfreundlichkeit ihres Angebots zu verbessern.“

Lucas Pedretti, Qymatix



Geschäftsidee von Qymatix (Foto von Qymatix)

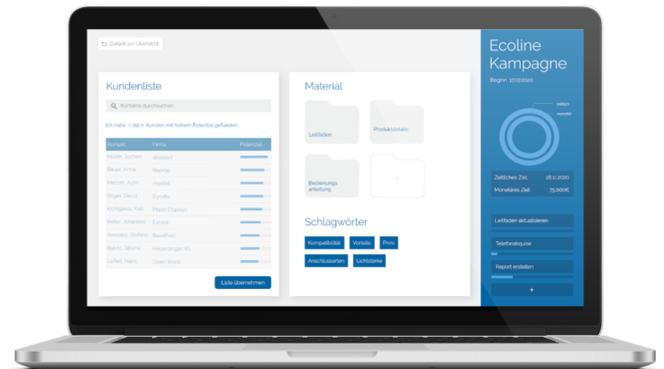
Weitere Informationen:

<https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/pilotprojekt-qymatix>

Ansprechpartnerin: Anika Spohrer,
a.spohrer@kompetenzzentrum-usability.digital

Über UNTERNEHMEN QYMATIX

Die Qymatix Solutions GmbH ist ein Softwareunternehmen aus Karlsruhe. Ihre Vision ist es, die Vertriebsanalyse von Unternehmen in B2B (Business to Business, Geschäftsbeziehung zwischen zwei Unternehmen) zu revolutionieren. Dafür bietet Qymatix eine webbasierte Softwarelösung an, die mithilfe von KI (künstlicher Intelligenz) eine umfangreiche prädiktive Vertriebsanalyse bestehender Vertriebs- und Verkaufsdaten ermöglicht. Die Mission von Qymatix ist dabei, Vertriebsteams durch die Unterstützung der künstlichen Intelligenz zehnmal effizienter zu machen.



Prototyp des ausgearbeiteten Konzepts (Foto von Aleksandr_Samochny auf Freepik)

„Wir haben neue Erkenntnisse über Design und Usability gewonnen. Wir werden die Ergebnisse des Pilotprojekts anwenden, um die Akzeptanz unseres auf künstlicher Intelligenz basierenden Tools im B2B-Vertrieb zu erhöhen.“

Lucas Pedretti, Qymatix