

ORGANISATOR

DAS MAGAZIN FÜR KMU



Wo Stars einkaufen

Stefan Slamanig schafft mit Obrist Interior luxuriöse Einkaufs-Erlebniswelten an Top-Locations

Strategien für einfache Kundengewinnung mit KI

Klassische Kundengewinnung kostet Zeit, Ressourcen und oft auch Budget. Aber was, wenn ein Grossteil davon inzwischen in Minuten machbar ist – dank KI?

VON SANDRA SCHUBERT

Mal ehrlich: Wie oft haben Sie sich vorgenommen, Ihr Kundenportfolio strategisch auszubauen? Ihre Marketingstrategie weiterzuentwickeln und smart umzusetzen? Und dann kam wieder mal das operative Tagesgeschäft dazwischen: Die aufwändige Messeplanung, die neue Ausschreibung, der nächste Kundenpitch...

Was in Konzernen bereits Alltag ist, wird auch für KMU zur echten Chance: Mit den richtigen KI-Werkzeugen lassen sich Sichtbarkeit, Reichweite und Leads ganz neu skalieren – ohne Zusatzpersonal oder externe Agenturen. Nachfolgende acht bewährte Strategien zeigen, wie sich Künstliche Intelligenz gezielt im Marketing und im Vertrieb nutzen lässt – ganz ohne Spezialwissen, dafür mit messbaren Ergebnissen.

1. Content Marketing in Rekordzeit – Social Posts mit (fast) nur einem Klick

Sie haben eine neue Leistung, ein spannendes Event oder ein attraktives Referenzprojekt? Statt langen Agentur-Briefings und Abstimmungsschleifen genügen der KI ein paar Stichworte: was, für wen, mit welchem Ziel. ChatGPT & Co. erstellen daraus innerhalb von Sekunden einen professionellen Social-Media-Post. Passende Visuals liefert GPT 4o oder Midjourney dazu. Ergebnis: In 15 Minuten statt 3 Stunden vom Konzept zur Veröffentlichung.



Autorin

Sandra Schubert aus Rosenheim (Deutschland) ist langjährige Vertriebs-Expertin und zertifizierte KI Marketing- und Digital Sales-Managerin. Sie hat sich darauf spezialisiert, für Unternehmen effiziente Strategien zur Kundengewinnung zu entwickeln. Starke Synergien zwischen Marketing und Vertrieb sowie zwischen menschlicher und künstlicher Kreativität sind ihr ein wichtiges Anliegen.

> <https://schubs.com/>



So kreiert man 360°-Content: Ein von der Autorin mit KI selbst generiertes Bild.

2. Keine Marketing-Einheitskost mehr – stattdessen echte Differenzierung

Viele mittelständische Unternehmen klingen in ihrer Aussenkommunikation austauschbar. Mit KI definieren Sie Ihre eigene Sprache, heben Ihre Besonderheiten hervor und lassen daraus individuelle Marketingbotschaften generieren, die Ihre Positionierung und Marke wirklich sichtbar machen. Emotionaler, authentischer, wirksamer.

3. Die richtige Tonalität finden – mit einer klaren Brand Voice

Ob innovativ, sachlich oder wertschätzend: Ihre Sprache ist Teil Ihrer Marke. Und genau das kann KI lernen! Wenn Sie definieren, wie Ihre Kommunikation klingt (und wie nicht), erstellt sie Texte, die sich nahtlos in Ihre Kundenkommunikation einfügen.



Unser Tipp: Erstellen Sie ein Sprachprofil – Ihre «Brand Voice». So bleibt Ihre Kommunikation konsistent – über alle Kommunikationskanäle hinweg.

4. Inhalte effizient verwerten – Content-Recycling mit System

Ein Whitepaper, ein Webinar, ein Kundenprojekt? Nutzen Sie die KI, um daraus viele Formate zu entwickeln: LinkedIn-Post, Newsletter, Website-Text, Event-Ankündigung oder sogar ein Sales-Script. Was früher in der Schublade verschwand, wird heute zum Multichannel-Content – das sorgt so für mehr Leads und einen gut gefüllten Funnel.

5. Schnell erkennen, was den Markt bewegt – mit KI gestützten Trend-Analysen

Welche Themen interessieren Ihre Zielgruppe aktuell? Welche Fragen tauchen

«Am Ende zählt nicht nur, was ein Unternehmen leistet – sondern wie sichtbar es dabei ist.»

bei Ihren Kunden häufig auf? KI-Tools wie Perplexity oder Gemini helfen Ihnen dabei, relevante Trends, Keywords und Suchanfragen frühzeitig zu erkennen – für bessere Content-Entscheidungen und einen echten Sichtbarkeitsvorsprung.

6. Sichtbar bleiben – auch in KI-Suchmaschinen

Klassische SEO reicht nicht mehr: Immer mehr User nutzen eine KI-gestützte Suche. Damit Ihre Website auch dort relevant bleibt, braucht es Generative Engine Optimization (GEO). Die KI hilft, Strukturen zu schaffen und Ihre Inhalte so aufzubereiten, dass sie auch in dieser neuen Welt der Suche auffindbar sind.

7. Prozesse straffen – Marketing effizient automatisieren

Redaktionspläne, FAQs, Vertriebs-E-Mails, Salesargumentation: KI kann viele Standardaufgaben übernehmen, beispielsweise durch einen digitalen Assistenten. Das entlastet Ihre Teams, spart Kosten und sorgt für eine effiziente Kommunikation. Gerade im Mittelstand mit begrenzten Kapazitäten ein echter Wettbewerbsvorteil.

8. Digitale Kompetenz aufbauen – KI ist Teamaufgabe

Erfolg entsteht nicht durch Tools, sondern durch Menschen. Nehmen Sie Ihr Team mit: Erklären Sie, wie KI funktioniert, lassen Sie Mitarbeitende eigene Prompts ausprobieren und fördern Sie den internen Wissensaustausch. So entsteht digitale Souveränität statt Unsicherheit.

Fazit: KI ersetzt keine Strategie – aber sie macht Marketing und Vertrieb agiler, schneller und messbarer. Mit dem richtigen Know-how holen Sie das Maximum heraus: von der Texterstellung, über die Leadgenerierung bis hin zur Angebotserstellung. Aber: Wer KI dauerhaft sinnvoll nutzen will, braucht ein solides Fundament. Mein Tipp: Investieren Sie gezielt in ein KI-Training oder KI-Coaching. Lernen Sie, wie Prompts aufgebaut sind, wie Sie typische Fehler vermeiden und wie Ihre Prozesse mit KI skalierbar werden. Denn am Ende zählt nicht nur, was ein Unternehmen leistet – sondern wie sichtbar es dabei ist.