

SERIE

Der digitale Wandel

TEIL 21

DIGITALISIERUNG:

DIE NEUE KI-SUCHE

SO WERDEN SALES AGENTS IN CHATGPT & CO. SICHTBAR, gewinnen neue Kunden und steigern ihren Vertriebserfolg.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE

Die Zeiten, in denen eine gute Google-Platzierung allein über den Erfolg entschied, sind vorbei. Während SEO (Suchmaschinenoptimierung) weiterhin wichtig ist, kommt eine zweite, viel stärkere Dimension hinzu: die KI-Suche. Sales Agents sollten diese Entwicklung nicht als Risiko sehen, sondern die gewaltige Chance darin erkennen. Künstliche Intelligenz (KI) ist da und wird auch nicht mehr gehen. Wer jetzt aktiv ist, verschafft sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Was bedeutet das konkret? Bisher sah eine Suche so aus: Man gab Keywords wie „Vertriebspartner Österreich“ ein und erhielt eine lange Liste von Links, die man dann selbst durchforsten musste. Die KI-Suche funktioniert anders. Systeme wie ChatGPT oder andere KI-Systeme verstehen die Absichten. Bald wird dies auch der Standard in Google sein. Mit dem Google AI Mode stellt man nicht mehr nur Keywords, sondern eine Frage wie: „Welche Agenturen in Österreich sind Experten für den B2B-Vertrieb von Werkzeugen?“ Das System liefert dann keine Link-Liste, sondern eine direkte, zusammenfassende Antwort.

Die eigene Website, das LinkedIn-Profil oder die Unternehmensbeschreibung können dabei zur Quelle für diese Antwort werden. Der Unterschied ist, dass der Suchende eine sofortige Antwort erhält und nicht erst auf die Website klicken muss, um die Informationen zu finden. Das bedeutet, es kommt nicht mehr darauf an, auf Platz eins zu ranken, sondern in der KI-generierten Antwort überhaupt genannt zu werden.

WARUM DAS SO WICHTIG IST

Als Vertriebsprofi, von denen rund 65 Prozent als EPU arbeiten, ist man auf die richtigen Kontakte angewiesen. Die traditionelle Kaltakquise wird zunehmend durch die „warme“ Akquise über das Internet abgelöst. Die eigene Website, der Blog oder das Profil sind nicht mehr nur eine digitale Visitenkarte, sondern ein aktiver Vertriebskanal. Wer von der KI-Suche nicht gefunden wird, existiert für viele potenzielle Business Partner (=Auftraggeber) schlichtweg nicht.

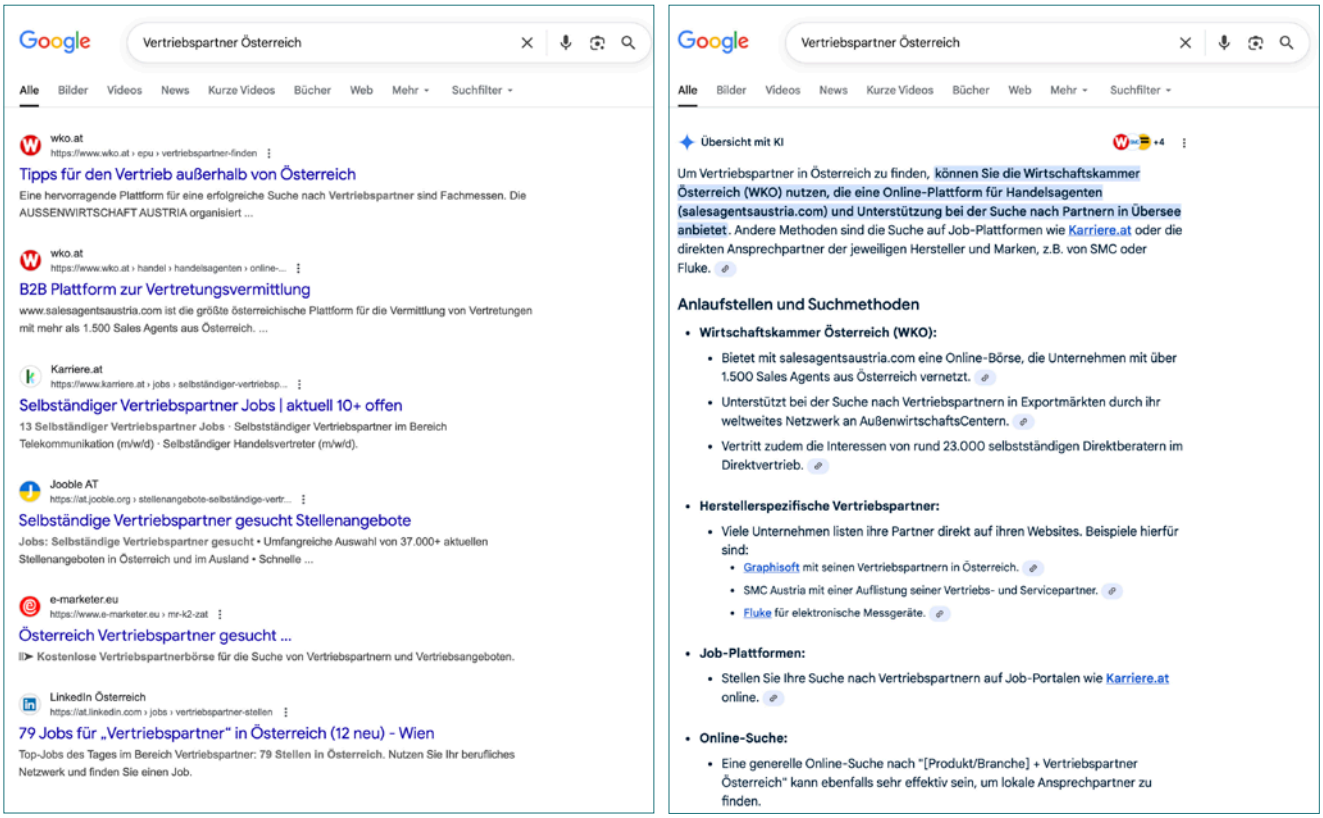
Dies ist eine große Chance. Wer jetzt die Weichen stellt, kann sich einen entscheidenden Vorsprung verschaffen. Es geht nicht darum, die alten SEO-Regeln zu ignorieren, sondern sie um eine neue, wichtige Ebene zu erweitern. Es ist der nächste logische Schritt in der Digitalisierung der Sales Agents.

FIT FÜR DIE KI-SUCHE

Es gibt keine Magie, um von KI gefunden zu werden. Die Regeln sind einfach, aber konsequent anzuwenden:

1. Schreiben Sie für Menschen, nicht für Algorithmen: KI liebt Inhalte, die in natürlicher Sprache verfasst sind. Formulieren Sie präzise und klar. Denken Sie daran: Wie würde ich die Leistung meiner Agentur einer Kundin oder einem Kunden im persönlichen Gespräch erklären?

2. Beantworten Sie die Fragen der Zielgruppe: Überlegen Sie, welche Fragen potenzielle Business Partner stellen, wenn sie nach einer Agentur suchen. Arbeiten Sie diese Fragen und die präzisen Antworten darauf in die Website ein – zum Beispiel in einem FAQ-Bereich oder in den Unterüberschriften von Leistungsbeschreibungen.



Während das Ergebnis einer herkömmliche Google-Suche eine Auflistung von Links ist, liefert die KI eine direkte, zusammenfassende Antwort.

3. Strukturieren Sie die Expertise: Fassen Sie komplexe Themen in klaren Abschnitten, Überschriften und Stichpunkten zusammen. Eine gut strukturierte Website oder ein gut strukturierter Blogbeitrag macht es der KI leichter, die Informationen zu erfassen und als verlässliche Quelle zu präsentieren.

4. Helfen Sie der KI, Sie zu verstehen: KI ist auf Daten angewiesen, um korrekte Antworten zu liefern. Mit strukturierten Daten („Schema Markup") gibt man der KI eine Art digitale Visitenkarte an die Hand. Diese unsichtbaren Codes auf der Website helfen der KI, Kontaktinformationen, die angebotenen Services oder die Branche des Sales Agents sofort zu erfassen und fehlerfrei zu verarbeiten.

5. Beweisen Sie die Kompetenz: KI beurteilt die Glaubwürdigkeit von Informationen. Verlinken Sie auf vertrauenswürdige Branchenquellen, verweisen Sie auf die langjährige Erfahrung oder zeigen Sie Fallstudien der eigenen Arbeit. Die Expertise als versierter Vertriebsspezialist muss sichtbar sein.

6. Vertrauen Sie nicht nur auf die Website: KI stützt ihre Antworten oft auf mehrere Quellen. Zeigen Sie auch außerhalb der eigenen Website Präsenz und Autorität. Positive Bewertungen auf Branchenportalen, ein gepflegtes LinkedIn-Profil oder Erwähnungen in Fachartikeln bestätigen die Expertise und tragen dazu bei, dass die KI Sie als vertrauenswürdige Quelle sieht.

7. Optimieren Sie die technische Performance: Eine langsame oder unübersichtliche Website signalisiert der KI und der nutzenden Person mangelnde Qualität. Achten Sie auf kurze Ladezeiten, eine intuitive Navigation und eine gute Darstellung auf allen Endgeräten (responsive Design). Eine technisch optimierte Website ist das Fundament für all Ihre anderen Bemühungen und sorgt dafür, dass Interessenten bei Ihnen bleiben. :

SUMMARY

Der Berufsstand der Sales Agents hat sich schon immer durch Flexibilität und die Fähigkeit zur Anpassung ausgezeichnet. Mit der neuen Ära der KI-Suche ist es wieder an der Zeit, diese Stärken zu zeigen. Wer die Regeln der KI-Optimierung versteht und anwendet, wird auch in Zukunft als gefragter und sichtbarer B2B-Vertriebsexperte agieren.



ING. ALEXANDER GRAF, M.SC.

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at