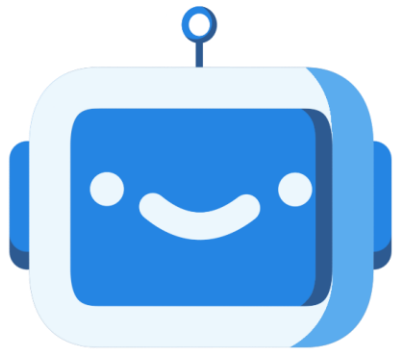
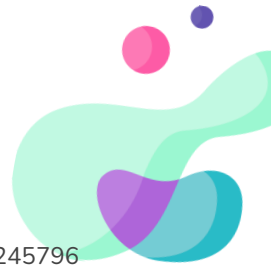
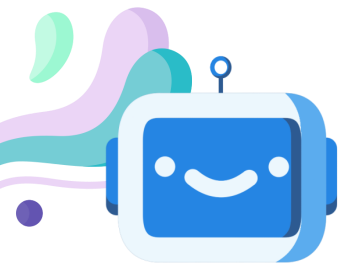




Co-funded by  
the European Union



# Bots4Business



# Arbeitspaket Nr. 2

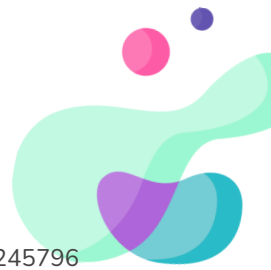
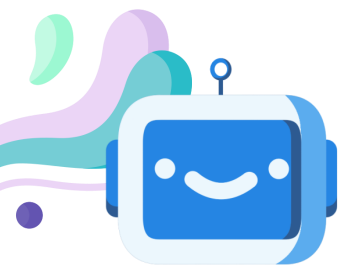
## Fallbibliothek Spanien

### 1. Spanischer Kontext

Die Integration künstlicher Intelligenz (KI) in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Spanien schreitet langsam, aber stetig voran. Das Interesse hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen, insbesondere mit dem Aufkommen zugänglicher generativer KI-Tools, doch die tatsächliche Einführung bleibt begrenzt und uneinheitlich. Während einige KMU begonnen haben, spezifische Anwendungen zu erforschen, ist der Einsatz von KI für viele noch immer eher ein aufstrebender und experimenteller Bereich als eine strategische Säule.

Die KI wird in spanischen KMU überwiegend über Plattformen von Drittanbietern mit integrierten KI-Funktionen eingesetzt. Dazu gehören CRM-Systeme, Marketing-Automatisierungstools, Design-Software und Produktivitätsplattformen. Dieser indirekte Ansatz ermöglicht es Unternehmen, von KI zu profitieren, ohne dass sie eigene Entwicklungen oder tiefgreifende technische Fachkenntnisse benötigen. Die häufigsten Anwendungsbereiche sind die Automatisierung des Kundenservice über Chatbots, die KI-gestützte Erstellung von Inhalten für das digitale Marketing, die Dokumentenverwaltung und die Prozessautomatisierung in den Bereichen Finanzen oder Verwaltung. Branchen wie digitale Dienste, E-Commerce, Bildung und Kommunikation gehören zu den aktivsten in dieser frühen Phase der KI-Integration.

Trotz wachsendem Bewusstsein sehen sich KMU mit mehreren Hindernissen konfrontiert. Eines der größten Hindernisse ist der Mangel an internem Wissen oder qualifiziertem Personal, um KI-Lösungen effektiv zu bewerten, einzusetzen und zu skalieren. Viele Unternehmen sind auf begrenzten IT-Support angewiesen und zögern, in Technologien zu investieren, deren Rentabilität ungewiss erscheint. Auch kulturelle Widerstände spielen eine Rolle: KI wird manchmal als disruptiv angesehen, da sie sich potenziell auf Arbeitsplätze auswirkt und ungewohnte Arbeitsabläufe erfordert. Darüber hinaus tragen rechtliche und ethische Bedenken – insbesondere in Bezug auf Datenschutz und Algorithmentransparenz – zu einer konservativen Herangehensweise bei.



Um diese Lücken zu schließen, hat Spanien mehrere öffentliche Initiativen ins Leben gerufen, die darauf abzielen, die digitale Transformation in KMU voranzutreiben. Das Programm „Kit Digital“ beispielsweise bietet kleinen Unternehmen, die digitale Tools einschließlich KI-basierter Systeme einführen, finanzielle Unterstützung und Beratungsdienste. Nationale und regionale Innovationszentren – insbesondere in Städten wie Madrid, Barcelona, Valencia und Bilbao – fördern ebenfalls den Wissensaustausch, KI-Experimente und den Zugang zu Kooperationsnetzwerken. Auf breiterer Ebene bieten Programme der Europäischen Union wie „Horizon Europe“ und „Digital Europe“ Finanzmittel, technische Unterstützung und Innovationsrahmen für KMU in allen Mitgliedstaaten, einschließlich Spanien.

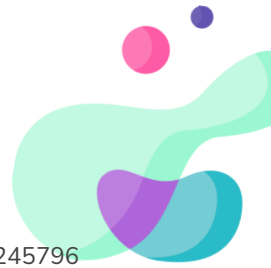
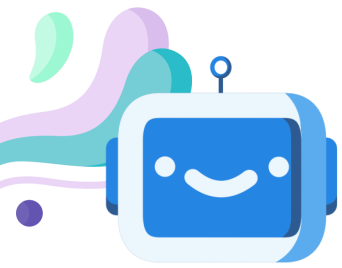
Für die Zukunft wird ein erheblicher Anstieg der KI-Nutzung in spanischen KMU erwartet. Die zunehmende Verfügbarkeit benutzerfreundlicher Tools in Verbindung mit dem wachsenden Innovationsdruck des Marktes schafft ein günstigeres Umfeld für die Einführung. Gleichzeitig sind jüngere Generationen, die Führungspositionen übernehmen, in der Regel digital versierter und experimentierfreudiger. Um eine breite und verantwortungsvolle Einführung zu gewährleisten, wird es jedoch unerlässlich sein, in Schulungen zu investieren, Erfolgsgeschichten zu fördern und KMU klare, praktische Roadmaps an die Hand zu geben. Ohne solche Unterstützung besteht die Gefahr, dass nur ein kleiner Teil der KMU in vollem Umfang von der KI-Umstellung profitiert, wodurch sich die Kluft zwischen Innovatoren und denjenigen, die zurückbleiben, vergrößert.

KI sollte nicht als ferne oder exklusive Technologie betrachtet werden, sondern als zugänglicher Verbündeter, der – wenn er umsichtig eingesetzt wird – kleinen Unternehmen helfen kann, ihre Produktivität zu steigern, ihre Entscheidungsfindung zu verbessern und personalisiertere und wettbewerbsfähigere Dienstleistungen anzubieten.

## 2. Fallstudien

<b>KMU Nr. 1</b>	FALLBEISPIEL:	KI-gestütztes Ökosystem für die Produktion und Entwicklung von Inhalten bei Clictic		
	Name des KMU:	Clictic S.L.		
	Anzahl der Mitarbeiter:	38	Jahre im Geschäft:	18
	Branche:	Produktion von audiovisuellen Inhalten, Websites und Apps.		





## 1. Überblick und Inhalt

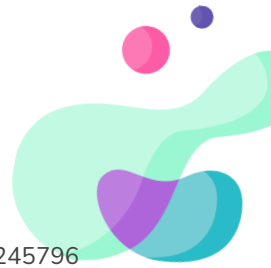
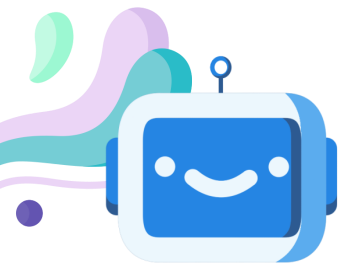
Clictic hat eine umfassende KI-Strategie umgesetzt, um seine Fähigkeiten im Bereich der Inhaltsproduktion zu transformieren. Dazu gehören die Entwicklung eigener Tools wie ein modulares KI-Dashboard und ein Assistent für juristische Inhalte sowie die Integration modernster generativer KI-Technologien zur Verbesserung der Qualität, Flexibilität und Skalierbarkeit seines gesamten Portfolios an digitalen Produkten.

## 2. Hintergrund

Clictic ist ein digitales Dienstleistungsunternehmen, das sich auf die Gestaltung und Entwicklung von Websites, mobilen Anwendungen und Multimedia-Inhalten spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde mit einer starken kreativen und technologischen Ausrichtung gegründet und ist in einem Markt gewachsen, der sowohl hinsichtlich der Lieferzeiten als auch des von digitalen Produkten erwarteten Grades an Personalisierung und Interaktivität immer anspruchsvoller geworden ist. In Spanien wie auch in weiten Teilen Europas durchlaufen KMU und Institutionen eine beschleunigte digitale Transformation, was zu einem starken Anstieg des Bedarfs an hochwertigen, anpassungsfähigen und reaktionsschnellen digitalen Lösungen geführt hat. Dieser Wandel hat sich insbesondere auf Branchen wie Bildung, öffentliche Kommunikation, E-Commerce und digitales Marketing ausgewirkt – genau die Bereiche, in denen Clictic tätig ist.

In diesem sich wandelnden Umfeld erwarten Kunden zunehmend Inhalte, die nicht nur technisch einwandfrei, sondern auch visuell ansprechend, aktuell und auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten sind. Das traditionelle Modell der manuellen Produktion und linearen Arbeitsabläufe hat sich als unzureichend erwiesen, um diese Erwartungen in großem Maßstab zu erfüllen. Infolgedessen stand Clictic vor der doppelten Herausforderung, seine Produktionskapazität zu erhöhen und gleichzeitig die kreative und technische Qualität seiner Produkte zu erhalten oder sogar zu verbessern. Gleichzeitig war das Unternehmen entschlossen, einen untragbaren Kostenanstieg oder eine Verwässerung seiner Markenidentität zu vermeiden.

Als Reaktion darauf leitete Clictic eine strategische Umstellung ein, um künstliche Intelligenz (KI) in seine zentralen Kreativ- und Produktionsprozesse zu integrieren. Das Ziel bestand nicht nur darin, sich wiederholende Aufgaben zu automatisieren, sondern den Teams flexible, intelligente Tools an die Hand zu geben, mit denen sie die Ideenfindung, die Erstellung von Inhalten und die technische Umsetzung verbessern können. Auf diese Weise wollte das Unternehmen ein agileres, skalierbares und wettbewerbsfähigeres Portfolio aufbauen, das schnell auf Kundenbedürfnisse reagieren kann und gleichzeitig einen hohen Standard an Originalität und technischer Exzellenz beibehält. Durch diesen Wandel konnte sich Clictic nicht nur als Dienstleister, sondern auch als Innovationspartner für seine Kunden



positionieren, der in der Lage ist, sich an die neuen Anforderungen der sich rasch digitalisierenden Wirtschaft Spaniens anzupassen und diese sogar vorwegzunehmen.

### 3. Ansatz und Umsetzung

Der Ansatz von Clitic kombinierte den Einsatz führender KI-Tools von Drittanbietern mit der Entwicklung proprietärer Plattformen, um die KI-Erfahrung an seine betrieblichen Anforderungen anzupassen.

Zu den wichtigsten KI-Entwicklungen und -Tools gehören:

1) DASHBOARD AI: Eine interne Plattform zur Erstellung wiederverwendbarer und flexibler digitaler Inhaltsmodule, die an verschiedene KI-basierte Produkte angepasst werden können. Sie akzeptiert Word-Dokumente als Eingabe, sodass Benutzer die KI-Ausgabe direkt steuern können. Das System formatiert die Eingaben außerdem vor, um die Klarheit der Eingabeaufforderungen zu verbessern und die Qualität und Relevanz der generierten Inhalte zu steigern.

2) Opogenia: Ein proprietäres KI-Tool, das aktualisierte und spezifische Analysen von Rechtsinhalten liefert, insbesondere für Bildungsplattformen, die auf die Ausbildung zukünftiger öffentlicher Angestellter ausgerichtet sind. Opogenia ruft nicht nur relevante rechtliche Aktualisierungen ab, sondern empfiehlt auch verwandte Inhalte, was es zu einem intelligenten Inhaltsassistenten für Bildungsproduktteams macht.

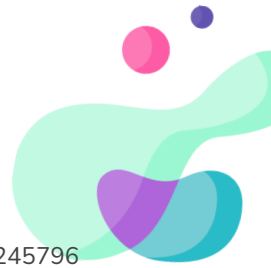
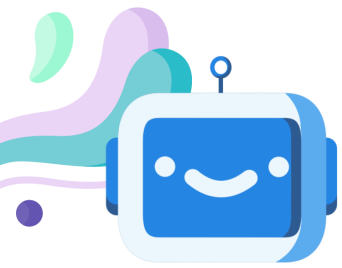
3) Internes Tool mit OpenAI-API: Die Inhaltsabteilung entwickelt derzeit ein neues internes System auf Basis der OpenAI-API, um ihre Arbeitsabläufe zu modernisieren und zu optimieren. Das System wird von Grund auf neu entwickelt, wobei Modularität und Skalierbarkeit im Vordergrund stehen. Jede Aufgabe wird als Prototyp erstellt, getestet und dokumentiert, um zukünftige Unabhängigkeit und Wartbarkeit zu gewährleisten.

In den Arbeitsabläufen verwendete Tools von Drittanbietern:

- Textgenerierung und -überarbeitung: ChatGPT (OpenAI), Perplexity.
- Video- und Bilderzeugung: Pictory.AI, Adobe Creative Suite, HeyGen (Erzeugung von KI-Avatar-Videos).
- KI-Musikgenerierung für soziale Medien: Suno.

Implementierungsprozess:

Der Implementierungsprozess begann mit einer gründlichen Überprüfung der bestehenden Workflows, um zeitintensive und sich wiederholende Aufgaben zu identifizieren, die von Automatisierung oder KI-Unterstützung profitieren könnten. Auf der Grundlage dieser Analyse wählte das Team geeignete Tools aus und initiierte die interne Prototypenentwicklung unter Verwendung agiler Iterationszyklen, die schnelle Anpassungen und Lernprozesse ermöglichten. Es wurden benutzerdefinierte Dashboards und Content-Pipelines unter Verwendung einer Kombination aus APIs und No-Code-/Low-Code-Technologien entwickelt, die die Integration in bestehende Systeme erleichtern und



gleichzeitig Flexibilität gewährleisten. Während des gesamten Prozesses wurden die Teammitglieder schrittweise einbezogen, wodurch ein kontinuierlicher interner Feedback-Kreislauf entstand, der zu Verfeinerungen führte und die Akzeptanz förderte. Gleichzeitig wurde eine systematische Dokumentation erstellt, um die Skalierbarkeit, Modularität und langfristige Unabhängigkeit der entwickelten Lösungen sicherzustellen.

Über die Nutzung externer APIs und Plattformen hinaus waren keine größeren externen Partnerschaften erforderlich.

#### 4. Ergebnisse und Auswirkungen

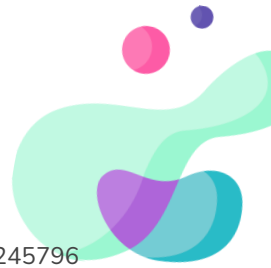
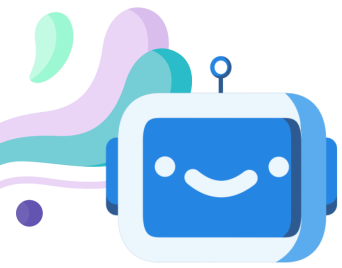
Die KI-Strategie von Clictic hat bereits zu messbaren Ergebnissen geführt, die sowohl die Vielfalt und Qualität ihrer Produkte als auch die Effizienz des internen Produktionsprozesses verbessert haben:

- Die Produktionszeiten haben sich um über 35 % verkürzt, insbesondere in der frühen Phase der Inhaltserstellung und Prototypentwicklung.
- Die Vielfalt und Personalisierung der Inhalte haben erheblich zugenommen, sodass Clictic seinen Kunden nun umfangreichere und ansprechendere Angebote unterbreiten kann.
- Die Qualität der Ergebnisse von KI-Systemen hat sich dank strukturiertem Prompt Engineering und dem Eingabeformatierungssystem des DASHBOARDS verbessert.
- Opogenia hat einen strategischen Vorteil in der Nische der juristischen Bildung verschafft, sodass Clictic die Anforderungen an die Einhaltung von Vorschriften und die Aktualisierung von Inhalten effektiver erfüllen kann, als dies mit manuellen Prozessen möglich wäre.
- Die Entwicklung eines maßgeschneiderten internen Content-Tools hat bereits die Agilität verbessert und legt den Grundstein für die zukünftige Unabhängigkeit von Plattformen von Drittanbietern.

#### 5. Gewonnene Erkenntnisse

Während des Implementierungsprozesses wurden mehrere wichtige Erkenntnisse gewonnen. Eine der deutlichsten war die Bedeutung der Anpassung: Standard-KI-Tools können zwar einen ersten Mehrwert bieten, reichen jedoch oft nicht aus, um den spezifischen Anforderungen und Arbeitsabläufen einer kreativen Produktionsumgebung gerecht zu werden. Die Entwicklung interner Systeme, die auf genau definierte Anwendungsfälle zugeschnitten sind, erwies sich als weitaus effektiver und ermöglichte eine größere Flexibilität und einen langfristigen Mehrwert.

Eine zweite wichtige Erkenntnis betraf die Strukturierung der Eingaben: Eine sorgfältige Formatierung der Eingabeaufforderungen und gut gestaltete Eingabeabläufe waren unerlässlich, um konsistente, qualitativ hochwertige Ergebnisse aus generativen KI-Modellen



zu erzielen. Ebenso wichtig war der Faktor Mensch: Die Integration von KI in Kreativteams erforderte Zeit und einen durchdachten Ansatz. Die anfängliche Skepsis der Mitarbeiter wurde nach und nach überwunden, indem die praktischen Vorteile von KI-Tools deutlich aufgezeigt wurden und die Teammitglieder direkt in die Gestaltung der Weiterentwicklung dieser Tools einbezogen wurden.

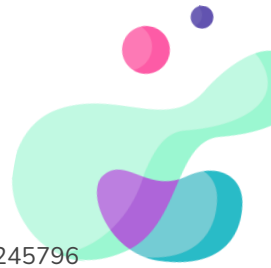
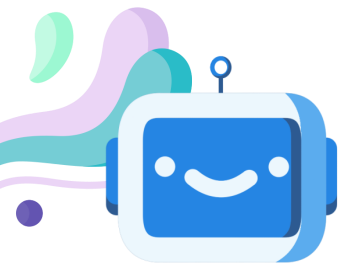
Schließlich erkannte das Team den strategischen Vorteil, von Anfang an modulare Systeme zu entwickeln. Obwohl die Entwicklung skalierbarer, wiederverwendbarer Tools sowohl Zeit als auch fundiertes technisches Wissen erfordert, insbesondere wenn man die Abhängigkeit von APIs von Drittanbietern oder proprietären Plattformen reduzieren möchte, waren die langfristigen Vorteile in Bezug auf Flexibilität, Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit von Anfang an klar.

## 6. Zukünftige Ausrichtung

Mit Blick auf die Zukunft hat Clictic einen klaren Fahrplan für die Erweiterung und Konsolidierung seiner KI-Strategie aufgestellt. Eine der Hauptprioritäten ist die Weiterentwicklung seines modularen internen Content-Systems mit dem Ziel, eine voll funktionsfähige Version auf den Markt zu bringen, die wiederverwendbar, skalierbar und unabhängig ist und verschiedene Teams und Produkte im gesamten Unternehmen unterstützen kann. Parallel dazu plant das Unternehmen, die Funktionen von Opogenia, seinem KI-Tool zur Interpretation und Empfehlung von Inhalten im Zusammenhang mit der Gesetzgebung im öffentlichen Sektor, zu erweitern. Ziel ist es, die Wissensabdeckung zu erweitern und mit der Integration in Live-E-Learning-Plattformen zu beginnen, um Nutzer, die sich auf eine Tätigkeit im öffentlichen Dienst vorbereiten, besser zu unterstützen.

Weitere Verbesserungen sind auch für das KI-DASHBOARD geplant, das um zusätzliche Medienformate erweitert und für kollaborative Bearbeitungsworkflows in Echtzeit optimiert werden soll. In einem eher experimentellen Ansatz beginnt Clictic damit, den Einsatz von KI für die dynamische Personalisierung der Benutzererfahrung und die Anpassung von Inhalten in Echtzeit auf Websites und in Apps zu untersuchen, wodurch neue Wege für interaktives und auf das Publikum reagierendes Design eröffnet werden.

Diese laufenden Bemühungen stärken nicht nur die internen Fähigkeiten von Clictic, sondern positionieren das Unternehmen auch als Referenzpunkt für Best Practices bei der KI-Implementierung im Bereich der kreativen und digitalen Dienstleistungen – insbesondere für agile Teams, die ohne Abstriche bei Qualität oder Anpassungsfähigkeit wachsen wollen.



<b>KMU Nr. 2</b>	<b>FALLTITEL:</b>	KI zur Optimierung des Erstkontakts in Werbekampagnen		
	<b>Name des KMU:</b>	Bootcamp Formacion y Consultoria S.L.		
	<b>Anzahl der Mitarbeiter:</b>	12	<b>Jahre im Geschäft:</b>	3
	<b>Branche:</b>	Unternehmensdienstleistungen		

## 1. Übersicht und Inhalt

Dieser Fall beschreibt, wie das Unternehmen Bootcamp eine KI-Lösung implementierte, um automatisierte Erstgespräche mit Personen zu führen, die an ihren Werbekampagnen interessiert waren, diese nach ihrem Interesse zu klassifizieren und sie effizient an ein Telemarketing-Team weiterzuleiten. Das Ziel war es, den Vertriebs-Workflow und die Reaktionszeiten zu optimieren.

## 2. Hintergrund

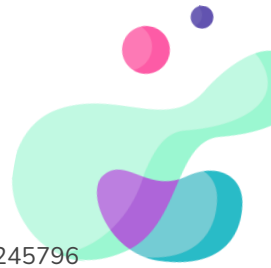
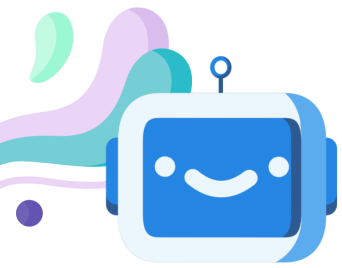
Bootcamp ist ein dynamisches Marketing- und Technologieunternehmen, das sich auf die Bereitstellung digitaler und Marketing-Lösungen zur Unterstützung einer Vielzahl von kommerziellen Aktivitäten spezialisiert hat. Mit einem Team von 12 Fachleuten sowie einem ausgelagerten Telemarketing- und Backoffice-Service und drei Jahren stetigen Wachstums hat Bootcamp eine starke Erfolgsbilanz bei der Bereitstellung maßgeschneiderter Tools und Anwendungen zur Steigerung der Unternehmensleistung aufgebaut. Das Unternehmen konzentriert sich auf die Optimierung von Marketingprozessen.

Das Unternehmen stellte Ineffizienzen bei der Verwaltung und Qualifizierung großer Mengen von Inbound-Leads aus Marketingkampagnen fest, die zu Verzögerungen und entgangenen Geschäftsmöglichkeiten führten. Das Hauptziel bestand darin, den Lead-Qualifizierungsprozess zu rationalisieren, den manuellen Arbeitsaufwand für Telemarketing-Agenten zu reduzieren und die Konversionsraten zu verbessern.

## 3. Ansatz und Umsetzung

Bootcamp entwickelte und implementierte eine spezielle KI, einschließlich natürlicher Sprachverarbeitung (NLP) und automatisierter Spracherkennung, um ein KI-gestütztes Anrufsystem zu schaffen, das in den Geschäftsprozessen und Marketingdienstleistungen für Partner und Kunden eingesetzt werden kann.





Dieses System initiiert Erstkontaktrufe bei potenziellen Kunden, führt eine strukturierte Interaktion durch, um Interesse und Bedürfnisse zu bewerten, und klassifiziert die Leads entsprechend. Die Implementierung erfolgte in folgenden Schritten:

- Entwurf und Training von KI-Modellen auf der Grundlage historischer Daten zur Interaktion mit Leads.
- Integration in bestehende CRM- und Telemarketing-Plattformen für eine nahtlose Übergabe von Leads.
- Pilotversuche mit ausgewählten Kampagnen zur Verfeinerung des KI-Verhaltens und der Genauigkeit.
- Vollständige Bereitstellung bei kontinuierlicher Überwachung und iterativen Verbesserungen.

Bei der Implementierung in ihre üblichen Marketingdienstleistungen war die Zusammenarbeit mit ihren Telemarketing-Teams unerlässlich, um die KI-Interaktionskripte und Klassifizierungskriterien aufeinander abzustimmen.

Auf diese Weise konnten sie effizient von einem routinemäßigen und systematischen Erstkontakt zu einer rein kommerziellen oder Backoffice-Tätigkeit übergehen.

#### 4. Ergebnisse und Auswirkungen

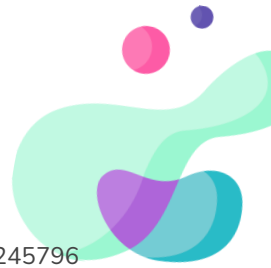
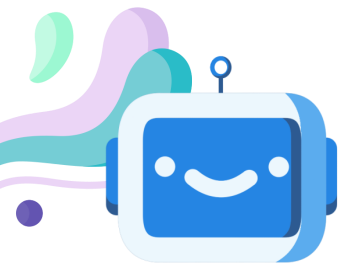
Das KI-System übernahm die erste Lead-Qualifizierung für über 80 % der eingehenden Leads und reduzierte damit die Arbeitsbelastung der Telemarketing-Agenten um etwa 40 %. Die Genauigkeit der Lead-Klassifizierung lag bei über 85 %, was eine hohe Qualität der Lead-Weiterleitung sicherstellte. Diese Automatisierung beschleunigte die Reaktionszeiten, was zu einer 20-prozentigen Steigerung der Konversionsraten aus qualifizierten Leads und einer erheblichen Senkung der mit manuellen Anrufen verbundenen Betriebskosten führte.

#### 5. Gewonnene Erkenntnisse

Zu den wichtigsten Erkenntnissen gehörte die Bedeutung einer engen Abstimmung der KI-Anrufrskripte auf die Telemarketing-Workflows und der kontinuierlichen Aktualisierung der KI-Modelle mit neuen Interaktionsdaten. Herausforderungen ergaben sich bei der Verwaltung unterschiedlicher Kundenreaktionen und der Sicherstellung der Anpassungsfähigkeit der KI, die durch schrittweises Training und Feedback-Mechanismen mit menschlicher Beteiligung gelöst wurden. Die frühzeitige Zusammenarbeit mit den Vertriebsteams erwies sich als entscheidend für die Akzeptanz und den effektiven Einsatz des KI-Systems.

#### 6. Zukünftige Ausrichtung

Bootcamp plant, die KI-Lösung durch die Erweiterung ihrer Sprachfähigkeiten und die Integration von Predictive Analytics zu skalieren, um Leads mit höherer



Konversionswahrscheinlichkeit zu priorisieren. Die weitere Entwicklung wird sich auf die End-to-End-Automatisierung des Customer-Engagement-Funnels konzentrieren und könnte die Telemarketing-Aktivitäten branchenweit verändern, indem sie einen neuen Standard für die Effizienz der Lead-Qualifizierung und das Kundenerlebnis setzt.

<b>KMU Nr. 3</b>	<b>FALLTITEL:</b>	KI-gestützte Innovation in der spanischen Textilindustrie		
	<b>Name des KMU:</b>	Máquinas de Coser Salamanca S.L. (Entre máquinas de coser)		
	<b>Anzahl der Mitarbeiter:</b>	5	<b>Jahre im Geschäft:</b>	27
	<b>Branche :</b>	E-Commerce / Fachhandel		

## 1. Übersicht und Inhalt

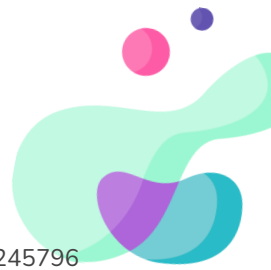
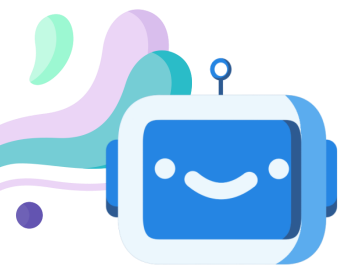
Diese Fallstudie untersucht, wie das spanische KMU „Entre Máquinas de Coser“ Technologien der künstlichen Intelligenz (KI) erfolgreich in seine Betriebsabläufe integriert hat, wodurch es seinen Ansatz im Bereich des industriellen Nähens transformiert und einen Maßstab für Innovation in der Textilbranche in Spanien und Portugal gesetzt hat.

## 2. Hintergrund

„Entre Máquinas de Coser“ ist ein vor sechs Jahren gegründetes KMU mit Sitz in Salamanca, das sich als Online-Shop auf industrielle Nähmaschinen spezialisiert hat. Im Laufe der Zeit ist das Unternehmen stetig gewachsen und hat kürzlich seinen ersten stationären Laden eröffnet, um Live-Vorführungen und personalisierte Beratung anzubieten. Der spanische Textilsektor ist hart umkämpft und traditionell resistent gegenüber digitaler Transformation. Die steigende Nachfrage nach Präzision, Geschwindigkeit und Anpassungsfähigkeit in der Textilproduktion hat jedoch neue Innovationsmöglichkeiten geschaffen. Um an der Spitze zu bleiben, investierte das Unternehmen in intelligente Technologien, um den Wert seines Angebots zu steigern, ohne die Betriebskosten zu erhöhen. Die Integration von KI wurde zu einer Schlüsselstrategie, um die Qualität aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die Produktionskapazitäten und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

## 3. Ansatz und Umsetzung





Der Einsatz von KI konzentriert sich auf die Einbettung intelligenter Chips in industrielle Nähmaschinen. Diese Chips analysieren Stoffe in Echtzeit und passen die Maschineneinstellungen automatisch an, um die Nahtqualität und -konsistenz zu optimieren. In Zusammenarbeit mit dem führenden chinesischen Hersteller Jack Technology vertreibt und präsentiert das Unternehmen fortschrittliche KI-fähige Modelle wie die Jack A5e-amh und die gemeinsam mit Porsche entwickelte Overlock-Maschine Jack Urus C7.

Diese Implementierungen wurden durch enge Zusammenarbeit und Wissensaustausch zwischen den Unternehmen ermöglicht. Der Prozess umfasste auch Mitarbeiterschulungen und die Anpassung von Arbeitsabläufen, um diese neuen Funktionen nahtlos in den täglichen Betrieb zu integrieren.

#### 4. Ergebnisse und Auswirkungen

Die Einführung der KI hat zu greifbaren Ergebnissen geführt. Die Maschinen bieten nun eine höhere Präzision und geringere Fehlerquoten, was die Qualität des Endprodukts erheblich verbessert. Auch der Zeitaufwand für Anpassungen und Tests hat sich verringert, was die Gesamtproduktivität erhöht.

Infolgedessen wurde „Entre Máquinas de Coser“ zwei Jahre in Folge als führender Distributor von Jack-Produkten auf der Iberischen Halbinsel ausgezeichnet. Dies zeigt nicht nur die erfolgreiche Einführung der Technologie, sondern festigt auch die Führungsposition des Unternehmens in seiner Marktnische, insbesondere bei Unternehmen, die nach effizienten und intelligenten Textillösungen suchen.

#### 5. Gewonnene Erkenntnisse

Während dieser Umstellung wurden mehrere wichtige Erkenntnisse gewonnen.

Erstens waren strategische Partnerschaften von entscheidender Bedeutung: Die Zusammenarbeit mit erfahrenen Technologieherstellern beschleunigte die Entwicklung und Implementierung fortschrittlicher Tools.

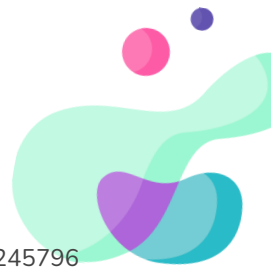
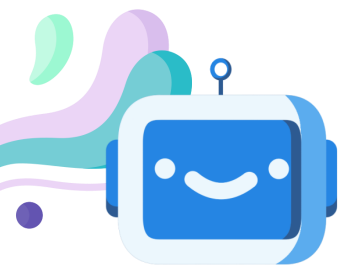
Zweitens hängt die erfolgreiche Integration von KI von der Bereitschaft der Mitarbeiter und kontinuierlichen Schulungen ab, da anfängliche Skepsis durch praktische Ergebnisse und die Einbindung in Innovationen abgebaut werden kann.

Schließlich hat sich die Anpassung an modulare Systeme von Anfang an als sinnvoll erwiesen, da sie die Skalierbarkeit und Zukunftssicherheit unterstützt, insbesondere in einem sich schnell entwickelnden technologischen Umfeld.

#### 6. Zukünftige Ausrichtung

Das Unternehmen strebt an, den Einsatz von KI in neuen Maschinenmodellen weiter auszubauen, seine Produktpalette zu erweitern und seinen Wettbewerbsvorteil durch kontinuierliche Innovation zu erhalten. Zu den Plänen gehören die Verbesserung der Chip-





Intelligenz, um eine größere Bandbreite an Textilien zu unterstützen, und die Automatisierung weiterer Aspekte des Nähprozesses.  
„Entre Máquinas de Coser“ beabsichtigt außerdem, seine strategischen Partnerschaften zu stärken und Möglichkeiten in intelligenten Fertigungsökosystemen zu erkunden. Diese Entwicklungen sollen nicht nur den Betrieb verbessern, sondern auch andere KMU im Kreativ- und Fertigungssektor Spaniens zu Best Practices bei der Einführung von KI inspirieren.

<b>KMU Nr. 4</b>	<b>FALLBEISPIEL:</b>	Wie snapADDY KI nutzt, um die Qualität von CRM-Daten und die Vertriebseffizienz zu steigern		
	<b>Name des KMU:</b>	snapADDY GmbH		
	<b>Anzahl der Mitarbeiter:</b>	100	<b>Jahre im Geschäft:</b>	10
	<b>Branche:</b>	B2B-Vertriebstechnologie / Software-as-a-Service (SaaS)		

## 1. Übersicht und Inhalt

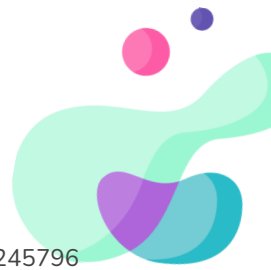
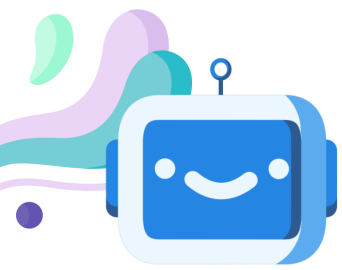
Diese Fallstudie untersucht, wie das deutsche Softwareunternehmen snapADDY KI erfolgreich in seine Suite von CRM-Automatisierungstools integriert hat und damit Tausenden von Vertriebsteams in ganz Europa dabei hilft, die Qualität ihrer Lead-Daten zu verbessern, manuelle Arbeit zu reduzieren und kommerzielle Prozesse zu optimieren.

## 2. Hintergrund

snapADDY ist ein 2015 gegründetes deutsches KMU mit Sitz in Würzburg, das sich auf die Bereitstellung intelligenter Softwaretools für Vertriebsteams spezialisiert hat. In den letzten Jahren hatten Unternehmen in ganz Europa – insbesondere im B2B-Sektor – mit schlechter Qualität der CRM-Daten und ineffizienten Prozessen zur Lead-Erfassung zu kämpfen, was oft zu verpassten Chancen und Zeitverschwendung führte. Angesichts dieses weit verbreiteten Problems wollte snapADDY die Vertriebsabläufe modernisieren, indem es die Dateneingabe, -anreicherung und -berichterstattung durch KI-gestützte Tools automatisierte.

Die Vision des Unternehmens war es, schlanke Vertriebsteams in die Lage zu versetzen, schneller und intelligenter zu arbeiten und gleichzeitig die Kontrolle über die Datengenauigkeit und Compliance zu behalten – eine besonders relevante Herausforderung





in der europäischen Unternehmenslandschaft, in der KMUs dominieren, aber oft nicht über die Kapazitäten zur Implementierung komplexer Technologielösungen verfügen.

### 3. Ansatz und Umsetzung

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, integrierte snapADDY KI-Technologien in sein Kernprodukt-Ökosystem. Im Mittelpunkt dieser Bemühungen steht das KI-gesteuerte Tool „snapADDY DataQuality“, das Kontaktdaten aus verschiedenen Quellen intelligent erfasst, validiert und anreichert und so sicherstellt, dass Vertriebsteams stets mit aktuellen und genauen Informationen arbeiten. Ein weiteres wichtiges Produkt, „VisitReport“, hilft Außendienstmitarbeitern dabei, ihre Besprechungen zu protokollieren und strukturierte Berichte zu erstellen, die direkt mit ihren CRM-Systemen verbunden sind, während „BusinessCards“ mithilfe von Computer Vision und natürlicher Sprachverarbeitung Kontaktdaten von physischen Karten sofort digitalisiert.

Der Implementierungsprozess erfolgte schrittweise und iterativ. Anstatt von Anfang an eine vollständige Umstellung anzustreben, führte snapADDY KI in bestimmten Bereichen ein, in denen klare Effizienzsteigerungen möglich waren. Das Feedback von Pilotkunden wurde genutzt, um Algorithmen zu trainieren und zu verfeinern, insbesondere bei der Analyse, Deduplizierung und Anreicherung von Daten. Das Team des Unternehmens sorgte für eine enge Integration mit weit verbreiteten CRM-Plattformen wie Salesforce und Microsoft Dynamics, wodurch eine sofortige Nutzbarkeit und eine niedrige Einstiegsbarriere gewährleistet wurden. Neben der Produktentwicklung legte snapADDY auch großen Wert auf Datensicherheit und Transparenz und erhielt die ISO 27001-Zertifizierung, um Kunden von seinem Engagement für Compliance und sicheren Umgang mit Daten zu überzeugen.

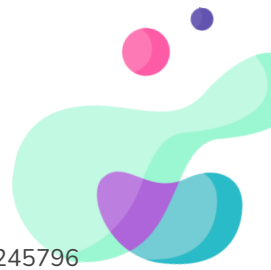
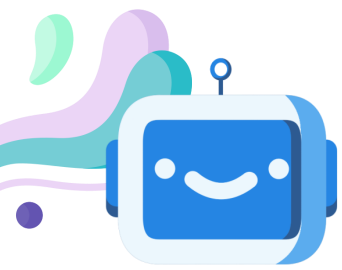
### 4. Ergebnisse und Auswirkungen

Die Auswirkungen dieser KI-Integrationen sind erheblich. Heute unterstützt snapADDY über 3.800 Unternehmen, darunter Großkunden wie Siemens und Bosch. Kunden berichten von erheblichen Zeitersparnissen bei der Dateneingabe und Kontaktverwaltung sowie von einer verbesserten Kampagnenausrichtung und weniger Verwaltungsfehlern.

Die Automatisierung der Lead-Erfassung und -Anreicherung steigert nicht nur die Produktivität, sondern trägt auch zu einer zuverlässigeren Vertriebspipeline und einer insgesamt besseren CRM-Gesundheit bei. Der Markt hat diesen Erfolg anerkannt – snapADDY wurde von applied AI unter die besten KI-Startups Deutschlands im Bereich Vertrieb gelistet und aufgrund seiner Innovationskraft und seines Wachstums in die Deloitte Technology Fast 50 aufgenommen.

### 5. Gewonnene Erkenntnisse





Im Laufe seiner KI-Entwicklung hat snapADDY mehrere wertvolle Erkenntnisse gewonnen. Erstens war die Bewältigung eines klar definierten und weit verbreiteten Problems – minderwertige CRM-Daten – für die Akzeptanz und Relevanz von entscheidender Bedeutung. Zweitens hat das Team gelernt, dass handelsübliche KI-Komponenten selten ausreichen; eine sorgfältige Anpassung und Integration ist erforderlich, damit sie einen echten geschäftlichen Mehrwert liefern.

Mitarbeiter und Kunden waren eher bereit, neue Tools zu übernehmen, wenn der Zweck der KI klar demonstriert und ihre Grenzen verstanden wurden. Das Unternehmen erkannte auch, dass die Entwicklung modularer Tools mit Blick auf Interoperabilität langfristige Flexibilität und Skalierbarkeit schuf, was sich angesichts der sich wandelnden Kundenbedürfnisse als unerlässlich erwies.

## 6. Zukünftige Ausrichtung

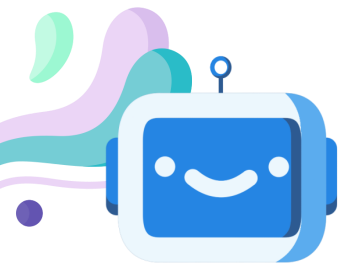
Mit Blick auf die Zukunft arbeitet snapADDY daran, die Fähigkeiten seiner KI-Tools zu erweitern, indem es mehr kontextbezogene Datenquellen, wie soziale Signale und Verhaltensabsichten, in die Lead-Profile einbezieht. Außerdem sollen Vorhersagefunktionen angeboten werden, die Vertriebsmitarbeitern helfen, Leads anhand ihrer Konversionswahrscheinlichkeit zu priorisieren. Das Unternehmen prüft weitere Partnerschaften in ganz Europa, um seine Reichweite zu vergrößern und seine Tools für verschiedene Märkte zu lokalisieren. Zu seiner langfristigen Vision gehört die Entwicklung eines vollständig KI-gestützten Vertriebs-Workflows, der Automatisierung, Erkenntnisgewinnung und menschliche Entscheidungsfindung kombiniert – ein Ziel, das den allgemeinen Trend zur digitalen Transformation europäischer KMU widerspiegelt.

## 3. Fazit

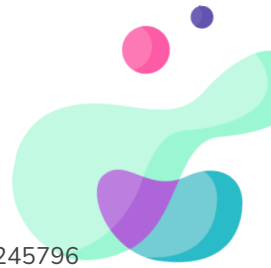
Die Analyse der KI-Implementierung in spanischen KMU zeigt eine wachsende, aber uneinheitliche Akzeptanzlandschaft, die durch großes Interesse, aber auch durch Wissenslücken, begrenzte interne Kapazitäten und finanzielle Einschränkungen gekennzeichnet ist. Trotz dieser Herausforderungen zeigen die untersuchten Beispiele, dass eine strategische, gut abgestimmte Einführung von KI selbst für kleine Unternehmen erhebliche Auswirkungen haben kann.

Clictic veranschaulicht, wie ein Unternehmen für digitale Dienstleistungen die kreative Produktion und die Wettbewerbsfähigkeit seiner Produkte durch die Integration modularer, anpassbarer KI-Tools verbessern kann, insbesondere wenn diese Tools intern und iterativ entwickelt werden. Bootcamp hingegen zeigt, wie KI das Lead-Management in marketingintensiven Kontexten rationalisieren kann, indem sie die Arbeitsbelastung der Mitarbeiter reduziert und das





# Bots4Business



2024-1-AT01-KA220-VET-000245796

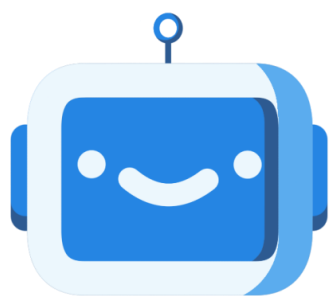
Konversionspotenzial durch intelligente Klassifizierungs- und Routing-Systeme erhöht. Entre Máquinas de Coser ist ein Beispiel für ein Kleinunternehmen, in dem KI pragmatisch eingesetzt wird, um die Benutzererfahrung zu bereichern und Inhalte zu personalisieren. Dies beweist, dass selbst sehr kleine Unternehmen von einer schlanken, kosteneffizienten KI-Integration profitieren können, wenn diese mit einem klaren Geschäftsziel verbunden ist. Schließlich hat snapADDY zwar seinen Sitz in Deutschland, seine Relevanz liegt jedoch darin, zu zeigen, wie KMU durch fokussierte Produktentwicklung und starke Ausrichtung auf die Probleme ihrer Kunden zu Branchenvorreitern bei der Einführung von KI werden können.

Zusammen bestätigen diese Fälle, dass der Schlüssel zur erfolgreichen Einführung von KI nicht in der Größe liegt, sondern in der Klarheit der Ziele, Flexibilität und der Bereitschaft zum internen Lernen. Sie spiegeln auch einen breiteren Trend wider, bei dem modulare Low-Code-/No-Code-Tools und offene APIs es KMU ermöglichen, die Vorteile der KI auch ohne große technische Teams zu nutzen. Insbesondere für Spanien deutet dies auf das Potenzial hin, kollaborative Ökosysteme zu fördern, digitale Kompetenzen zu stärken und Experimente zu unterstützen, um die Einführung von KI in kleineren Unternehmen zu beschleunigen, insbesondere in solchen, die über die Agilität verfügen, Innovationen schnell in Wert umzusetzen.



Co-funded by  
the European Union

Mitfinanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Kommission wider. Weder die Europäische Union noch die Europäische Kommission können dafür verantwortlich gemacht werden.



# Bots4Business



Co-funded by  
the European Union

Mitfinanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Kommission wider. Weder die Europäische Union noch die Europäische Kommission können dafür verantwortlich gemacht werden.