

Welche Kunden tragen Ihren Umsatz — und wer verabschiedet sich gerade leise? Wo liegt ungenutztes Potenzial? Und welche Kunden sind gerade dabei, still und leise abzuwandern? Die KI-Kundenpotenzialanalyse beantwortet diese Fragen auf Knopfdruck — auf Ihrem eigenen Rechner. Kein einziges Datenbit verlässt das Haus. Bei Kunden- und Umsatzdaten ist genau das entscheidend.

Was die Umsatzliste verschweigt

Die meisten Unternehmen sortieren ihren Kundenstamm nach Jahresumsatz. Doch Umsatz ist ein Blick in den Rückspiegel: Er zeigt, was war — nicht, was kommt. Ein Kunde, der letztes Jahr 200.000 Euro gebracht hat und seit acht Monaten schweigt, steht in dieser Liste immer noch ganz oben. Er ist längst weg, nur die Tabelle weiß es noch nicht.

Warum Unternehmen Künstlicher Intelligenz bei der Analyse von Umsatztabellen oder Geschäftszahlen misstrauen, ist schnell erklärt: Ein Sprachmodell, das rechnet, erfindet irgendwann Zahlen. Deshalb verfolgt unser Analysetool einen vollständig anderen Ansatz: Die Kennzahlen entstehen in einer festen Bewertungslogik — nachvollziehbar bis auf die einzelne Kundenzeile. Wo eine Zahl herkommt, lässt sich immer zeigen. Das Sprachmodell übernimmt erst danach: Es liest die fertigen Ergebnisse und macht daraus einen Text, den auch die Geschäftsführung ohne Rückfrage versteht. Und wenn Sie wissen wollen, warum der Kunde XYZ plötzlich im Abwanderungsrisiko steht, fragen Sie einfach nach. Beides läuft auf Ihrem Notebook oder Server. Das Framework heißt Ollama, das Modell Gemma oder Mistral — beide sind Open Source, beide sind kostenfrei. Keine Cloud, keine Abo-Gebühren, keine Kosten pro Auswertung. Und vor allem keine Kundendaten, die das Haus verlassen. Cloud-Werkzeuge wie ChatGPT & Co. sind keine Option: Kunden- und Umsatzdaten gehören weder aus Datenschutzgründen noch aus Gründen der Vertraulichkeit auf fremde Server.



Nachvollziehbare Zahlen, verständlich erklärt

Jeder Kunde wird in drei Dimensionen bewertet. Aus den drei Noten entsteht der Kundenwert-Score. Er berücksichtigt zusätzlich, was die reine Umsatzzahl nie verrät: Wächst der Kunde oder schrumpft er? Wie oft reklamiert er? Zahlt er pünktlich? Am Ende steht jeder Kunde in genau einem von vier Segmenten — Top-Kunde, Kernkunde, Entwicklungspotenzial oder Abwanderungsrisiko, mit einer Handlungsempfehlung, die zu diesem Segment passt. Welche Gewichtungen und Schwellenwerte dabei gelten, legen wir gemeinsam fest.

Bewertungsdimension	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
Aktualität – Tage seit letzter Bestellung	1–30	31–90	91–180	181–365	über 365
Frequenz – Bestellungen in 12 Monaten	5 und mehr	4	3	2	1 oder 0
Umsatz – Umsatz in 12 Monaten (EUR)	ab 7.500	2.500–7.499	1.000–2.499	1–999	0

Was am Ende auf dem Tisch liegt

Eine Management-Zusammenfassung, die man vorlesen kann. Priorisierte Aktionslisten für den Vertrieb — Reaktivierungskandidaten zum Beispiel, sortiert nach dem, was noch zu holen ist. Und eine vollständige Excel-Auswertung, in der jede Formel hinterlegt ist und nachgerechnet werden kann. Und ein Tool, mit dem man interaktiv agieren kann. Im Dialog werden individuelle Fragen zu einzelnen Potenzialen erläutert, ein Profiwissen in Excel oder Datenbanktools ist nicht erforderlich.