

DIE ZUKUNFT DER DATENGETRIEBENEN KUNDENSTRATEGIE

KI-gestütztes CRM & Marketing

Wie KI-native Plattformen Marketing, CRM und Vertrieb neu definieren

Ein lebendiges Netzwerk aus 200+ spezialisierten Units

Unter den Replyern: leidenschaftliche Tech-Experten, Strategen und kreative Köpfe; jeder mit spezifischer Kompetenz in seiner Branche, die zusammenarbeiten und nie aufhören, voneinander zu lernen.

2,5 Mrd. €

Umsatz 2025

16.800+

Mitarbeitende weltweit

6.000+

Globale Kunden

205+

Unternehmen

50+

Standorte

38

Nationalitäten

25+

Jahre Erfahrung

16

Länder



Deine conversion-getriebene Experience Agency

Wir treiben das Wachstum unserer Kunden durch wertvolle, KI-gestützte Kundenerlebnisse, die zu Conversion und Loyalität führen — und dabei interne Silos aufbrechen.

Impact-Driven Consulting

Beratung, die messbaren Geschäftswert schafft.

Customer Experience Design

Erlebnisse, die Kunden zur Conversion führen.

Scalable Technology Powerhouse

Skalierbare Plattformen und Architekturen.

Innovation

KI-native Ansätze als Wachstumstreiber.

Growth

Nachhaltiges, datenbasiertes Wachstum.

Activation

Von der Strategie zur operativen Aktivierung.



Dreißig Jahre, vier Umbrüche

90er

Das erste Netz

- WWW und Browser
- E-Mail als Standard
- Das erste Mobiltelefon



2000er

Die Vernetzung

- Web 2.0 und Blogs
- Social Media
- E-Commerce und AdWords



2010er

Die Automatisierung

- Marketing Automation
- HubSpot und Salesforce
- Datengetriebenes Marketing



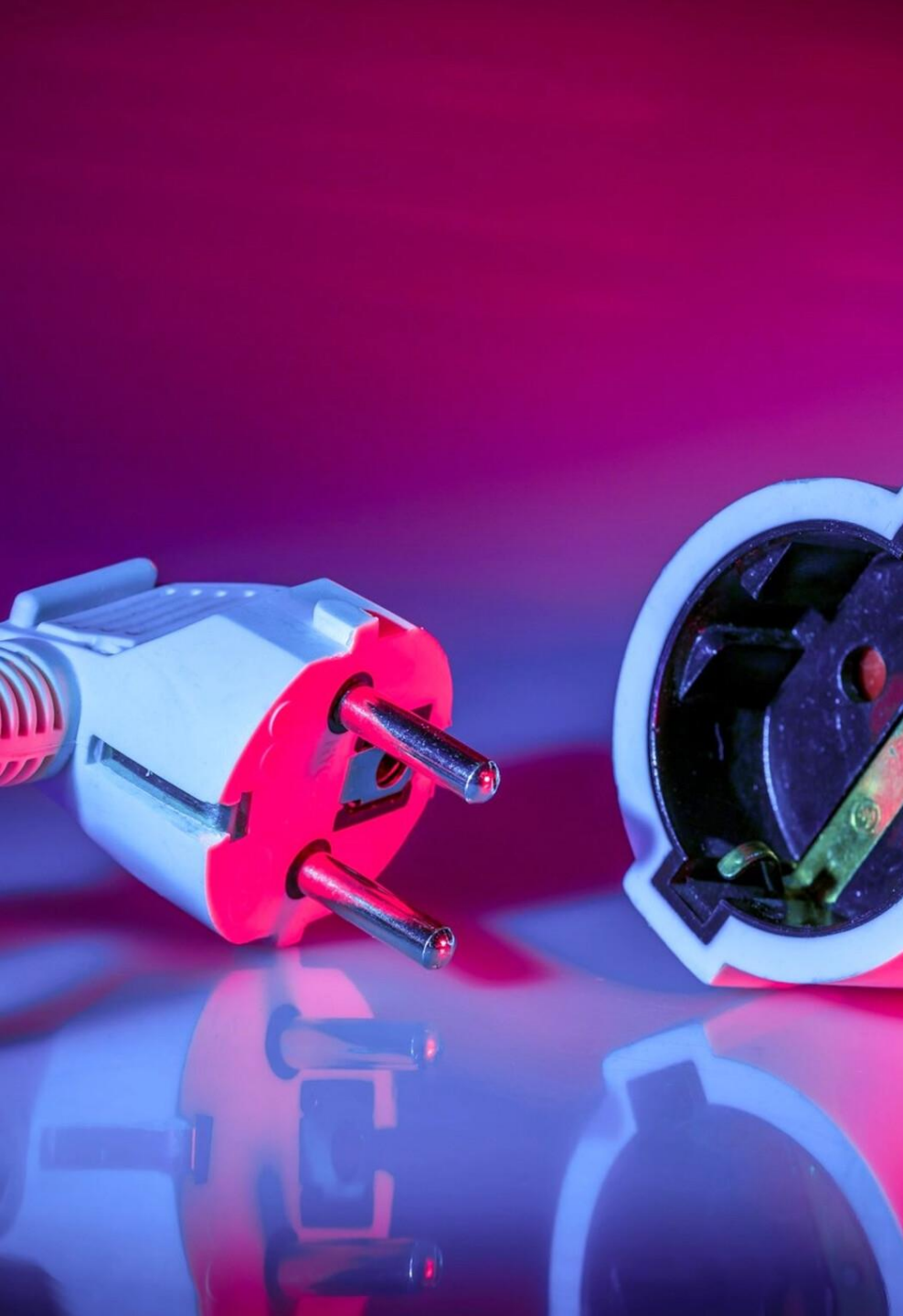
Jetzt

KI und Intelligenz

- Generative KI
- Autonome Agenten
- AI-Powered GTM

**Jede Phase hatte einen Special Moment. Unserer heißt Künstliche Intelligenz.
*Ein solches Fenster öffnet sich nur einmal pro Generation. Für uns steht es offen.***





Die Ernüchterung

Mehr KI, und dennoch weniger Wirkung

Noch nie stand so viel Technologie im Einsatz. Noch nie liefen so viele Pilotprojekte.

Und dennoch bleibt die messbare Wirkung aus. Sie versickert zwischen den Abteilungen.

Willkommen in Toolandia. Ein Werkzeug hier, ein Pilot dort, ein Dashboard darüber. Vielfältig, kostspielig und ohne Verbindung.

**Nicht die Werkzeuge sind das Problem.
Das Problem ist, dass sie niemand miteinander verbunden hat.**



Nachhaltiges Wachstum entsteht in drei Stufen

1

Automatisierung

Tool-Ebene

- Effizienz und Kostensenkung
- Content und Lead-Enrichment
- Ticket-Klassifikation

2

Augmentation

Prozess-Ebene

- Entscheidungsunterstützung
- Sales Intelligence
- Performance Marketing

3

Orchestrierung

Organisations-Ebene

- Cross-funktionales Operating Model
- End-to-End Go-to-Market
- Value Chain KI

Die meisten Organisationen verharren auf Stufe 1. **Der eigentliche Wert entsteht auf Stufe 3.**



Kein Datenmangel, sondern ein Priorisierungsproblem

82 %

der Führungskräfte sehen Marketing
und Vertrieb gut aufeinander
abgestimmt.

65 %

der operativen Teams berichten das
genaue Gegenteil.

Quelle: Forrester, Priorities Survey 2024 und Q2 2024 Sales & Marketing Alignment Survey

**„Jedes Quartal geht Pipeline verloren.
Nicht durch schwache Leads, sondern durch
schwache Übergaben.“**

**Beide Zahlen sind
belastbar, und genau
darin liegt das Problem.**

Marketing misst, was das
System erfasst: MQLs,
Conversion, Kampagnen.
Der Vertrieb bewertet, was
im Gespräch zählt:
Kaufbereitschaft, Timing,
Kontext.

Zwei legitime Wahrheiten,
formuliert in zwei
Sprachen, aus zwei
Systemen. Von der
Führungsebene bleibt die
Lücke unsichtbar.



Wohin die Vertriebszeit tatsächlich fließt

60 %

ohne direkten Kundenkontakt

40 %

Verkauf

Ein durchschnittlicher Arbeitstag im Vertrieb

Diese Aufgaben binden die 60 Prozent

- Vorabrecherche zu Zielunternehmen und Entscheidern
- Manuelle Datenanreicherung und CRM-Pflege
- Interne Abstimmung über Lead-Qualität und Priorität
- Rekonstruktion von Gesprächskontext aus verstreuten Quellen

2 Std+

täglich pro Kopf für Recherche, Pflege und Abstimmung.

< 50 %

der bezahlten Kapazität fließen in den Verkauf.

Kein Disziplinproblem, sondern eine Frage des Systemdesigns.



Drei Reflexe, die das Problem nicht lösen

01

Sales Navigator

Listen ohne Kontext.

Das Werkzeug zeigt LinkedIn Profile, aber nicht, wer aus welchem Grund auf Basis welcher Signale und Daten kaufbereit ist. Die manuelle Recherche bleibt.

02

Mehr SDRs einstellen

Skaliert das Problem, nicht die Lösung.

Wer heute drei Stunden am Tag recherchiert, tut es auch zu zehnt. Der Engpass liegt nicht in der Kopfzahl, sondern im System dahinter.

03

Weiterer Datenanbieter

Ein zusätzlicher Silo.

Die Daten liegen längst vor. Was fehlt, ist ihre automatische Zusammenführung. Jede neue Quelle erhöht die Komplexität, nicht die Koordination.



Von Daten-Tools zu abschlussreifen Opportunities

Fähigkeit	Apollo · ZoomInfo · Lusha	Clay	6sense	Mit KI Agenten
Kernrolle	Kontakt- und Firmendatenbank	Workflow-Anreicherung	Intent- und ABM-Intelligenz	Managed AI Opportunity Engine
Startpunkt	Suchfilter	Daten-Workflows	Account-Intent-Signale	Kundenspezifische ICP-Konfiguration
Output	Leads und Kontakte	Angereicherte Datensätze	Zielaccount-Signale	Qualifizierte Accounts, Dossier, Outreach
Signal-Anreicherung	Toolbasiert	Konfigurierbar	Starke Intent-Ebene	Markt, Hiring, PR, Firmen- und Custom-Signale
Sales Enablement	Template-basiert	Setup nötig	Vor allem Account-Intelligenz	Pain Points, Talking Points, NBA, Outreach
Betriebsmodell	Self-Service-Tool	Builder-Plattform	Enterprise-Plattform	Managed Service, optionale CRM-Übergabe
Passt am besten für	Teams mit Bedarf an Datenvolumen	Teams mit Ops-Kapazität	Reife ABM-Teams	Teams mit Bedarf an schneller Pipeline

Die meisten Plattformen helfen, mehr Daten zu finden. KI gestützte Systeme befähigen den Vertrieb zu handeln. Keine Lead-Listen, sondern abschlussreife Opportunities.



Die Antwort

Nicht mehr Werkzeuge. Orchestrierung.

Ein Orchester funktioniert, weil alle derselben Partitur folgen. Niemand spielt solo.

Den meisten Organisationen fehlt nicht das Instrument. *Es fehlt die gemeinsame Führung.*



Von der Recherche zur Orchestrierung

1

Datenanreicherung

HEUTE

Manuell aus LinkedIn, Medien und CRM.
60 bis 180 Minuten pro Account/Kontakt.

MIT ORCHESTRIERUNG

Firmendaten, Trigger-Events und
Signale, in Sekunden
zusammengeführt.

2

Priorisierung

HEUTE

Bauchgefühl und Seniorität bestimmen die
Reihenfolge. Kaufsignale kommen zu spät.

MIT ORCHESTRIERUNG

Das System bildet die stärkste
Kombination aus Kaufsignal und ICP-
Fit. Eine priorisierte Arbeitsliste.

3

Übergabe

HEUTE

Marketing übergibt nach eigenen Kriterien,
der Vertrieb bewertet nach seinen. Hier
reißt die Lücke.

MIT ORCHESTRIERUNG

Übergabe mit Gesprächsaufhänger und
nächstem Schritt. Eine Funktion, eine
Datenbasis.

Kein zusätzliches Werkzeug. Ein Dirigent für das, was bereits vorhanden ist.



Was abschlussreif konkret bedeutet

1

Qualifizierter Account

ICP-Fit und Priorität. Firma, Branche, Region, Größe, und ein Score, der begründet, warum genau dieser Account zählt.

2

Vertriebsdossier

Markt-, Hiring- und PR-Signale, Pain Points, Talking Points und der empfohlene nächste Schritt. Der Kontext, den heute die Handarbeit liefert.

3

Fertiger Outreach

Personalisierte, kanalfertige Ansprache pro Kontakt, mit Betreff, Aufhänger und geprüften Kontaktdaten. Von der Liste an den Tisch.

Was kann ein KI gestütztes Tool liefern?

1. ICP definieren

2. Signale erkennen

3. Accounts scoren

4. Kontakte finden

5. Outreach erzeugen

Sehen wir uns ein paar Beispiele an.



1 Overview2 Companies3 Contacts

Configure

AI AGENTS

STEP 1Product Intelligence Agent

STEP 2ICP Research Agent

STEP 3Contact Discovery Agent

STEP 4Signal Detection Agent

STEP 5Custom Signal Agent

STEP 6Outreach Composer Agent

Product Intelligence Agent is configuring...

Step 1 of 6 — Product & Value Proposition

Your company identity, product, and proof points

BASF SE

BASF SE Chemicals & Materials · Ludwigshafen, DE World's largest chemical company. 7 business segments. Revenue €69B (2024). Publicly committed to AI-driven marketing transformation.

Company Name

BASF SE

Product Name

Performance Materials Solutions

One-Liner Pitch

Advanced engineering plastics, polyurethanes, and high-performance polymer solutions that help industrial manufacturers reduce component weight, improve product durability, and meet sustainability targets across automotive, electronics, and construction applications.

Key Benefits

Lightweight component design enabling fuel/energy efficiency

improved mechanical and thermal durability

reduced material waste through precision for

faster time-to-market via co-creation engineering support

sustainable and bio-based material options for ESG compliance.

Differentiator

Only global chemical leader offering a fully integrated performance materials portfolio — from e polyurethanes — backed by in-house application engineering, co-creation labs, and a global su clear path to 20% circular economy product share by 2030.

Website

https://www.basf.com/global/en

Case Study / Proof

€6.8B global sales in 2024

trusted by leading OEMs across automotive

electronics

and construction

engineering plastics and polyurethanes validated across hundreds of industrial applications gl

BASF recognised as a top-tier B2B materials innovation partner.

1 Overview2 Companies3 Contacts

Configure

Powered by Like Reply — a multi-agent AI framework that researches, qualifies, scores and personalizes B2B leads at scale

1 Overview2 Companies3 Contacts

Configure

AI AGENTS

STEP 1Product Intelligence Agent

STEP 2ICP Research Agent

STEP 3Contact Discovery Agent

STEP 4Signal Detection Agent

STEP 5Custom Signal Agent

STEP 6Outreach Composer Agent

ICP Research Agent is configuring...

Step 2 of 6 — Company Firmographics

Target company profile: industry, size, geography, exclusions

Max Companies to Scrape

10

Annual Revenue

\$50M-\$5B+

Industry Codes (auto-generated)

48, 91, 2468, 135, 53

Target Industries

Construction

Consumer Services

Electrical Equipment Manufacturing

Industrial Machinery Manufacturing

Motor Vehicle Manufacturing

Company Size

201-500, 501-1000, 1001-5000, 5001-10000, 10001+

Target Geographies

Austria, Czechia, France, Germany, Italy, Poland, Switzerland

Exclude Keywords

Commodity plastics only

non-industrial consumer retail

single-use packaging only

government procurement only

mining or extractive industries

Lookalike Domains

bmw.com, stellantis.com, siemens.com, bosch.com, philips.com, saint-gobain.com

KI-gestütztes CRM & Marketing · Like Reply – Juli 2026

AI AGENTS

STEP 1

Product Intelligence Agent

STEP 2

ICP Research Agent

STEP 3

Contact Discovery Agent

STEP 4

Signal Detection Agent

STEP 5

Custom Signal Agent

STEP 6

Outreach Composer Agent

Signal Detection Agent is configuring...

Step 4 of 6 — Qualification Signals

Scoring model, thresholds, and signal definitions

Min Strong Custom Signals

1

Min Total Score

6

Contact Search Mode

balanced

Tech Stack Signals

Uses APIs × geospatial analytics × weather intelligence × remote sensing / Earth observation × satellite data × GIS platforms × agronomic models × risk analytics × sustainability / ESG data workflows × data engineering / analytics teams ×

Hiring Signals

Materials Engineer, Polymer Engineer, Lightweight Design Engineer, R&D Manager, Sustainability/ESG Manager, Procurement Manager

Growth Signals

New product launches requiring lightweight or high-performance components × factory expansion or capacity upgrades × new sustainability certifications × R&D team scaling × supply chain localisation programs ×

Pain Signals

Component weight reduction pressure from OEM customers × difficulty sourcing consistent high-performance polymer grades × rising raw material costs × increasing regulatory pressure on material sustainability × inability to meet OEM mechanical/thermal performance specs with current materials ×

AI AGENTS

STEP 1

Product Intelligence Agent

STEP 2

ICP Research Agent

STEP 3

Contact Discovery Agent

STEP 4

Signal Detection Agent

STEP 5

Custom Signal Agent

STEP 6

Outreach Composer Agent

Signal Detection Agent is configuring...

Step 4 of 6 — Qualification Signals

Scoring model, thresholds, and signal definitions

Min Strong Custom Signals

1

Min Total Score

6

Contact Search Mode

balanced

Tech Stack Signals

Uses APIs × geospatial analytics × weather intelligence × remote sensing / Earth observation × satellite data × GIS platforms × agronomic models × risk analytics × sustainability / ESG data workflows × data engineering / analytics teams ×

Hiring Signals

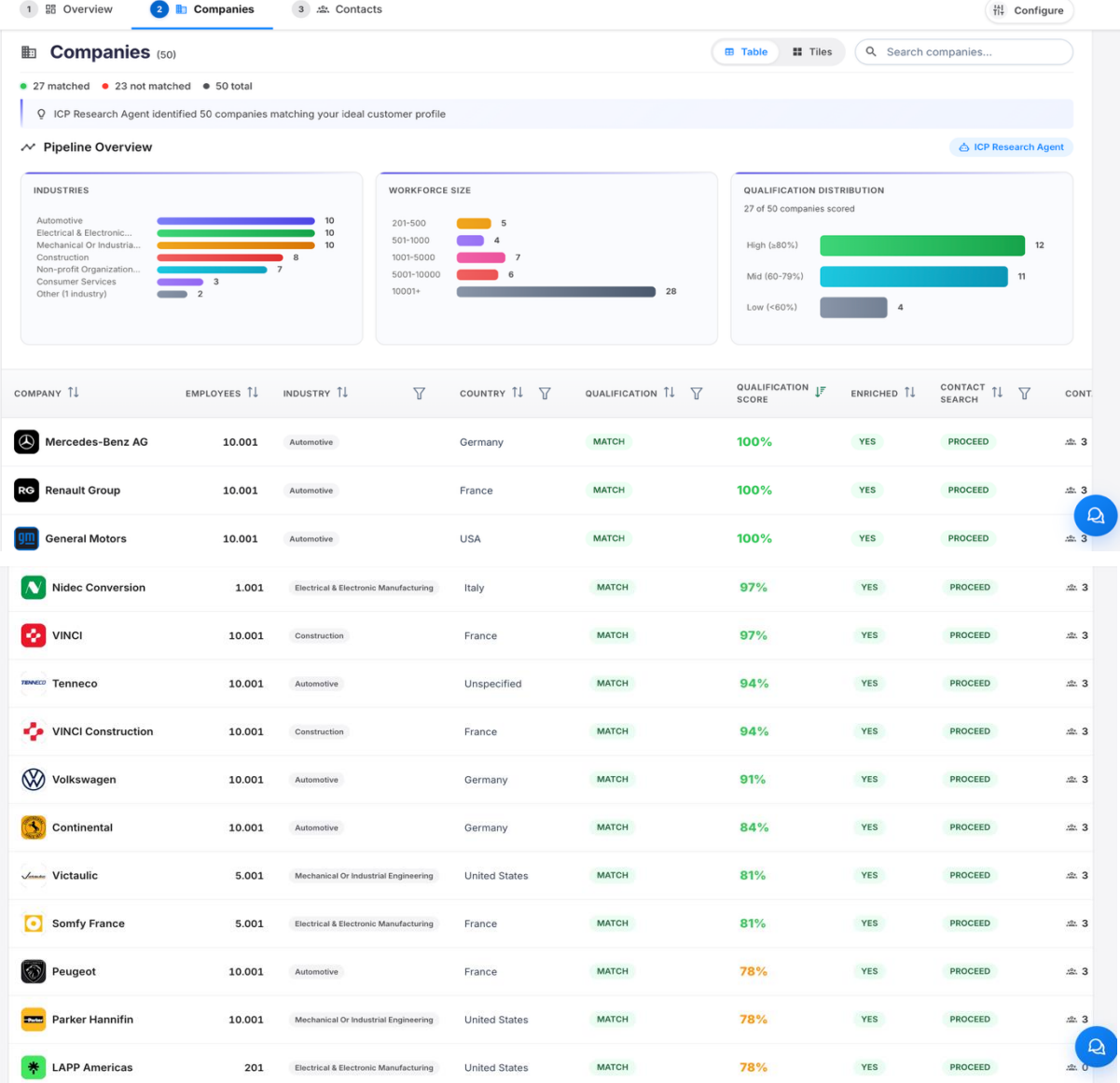
Materials Engineer, Polymer Engineer, Lightweight Design Engineer, R&D Manager, Sustainability/ESG Manager, Procurement Manager ×

Growth Signals

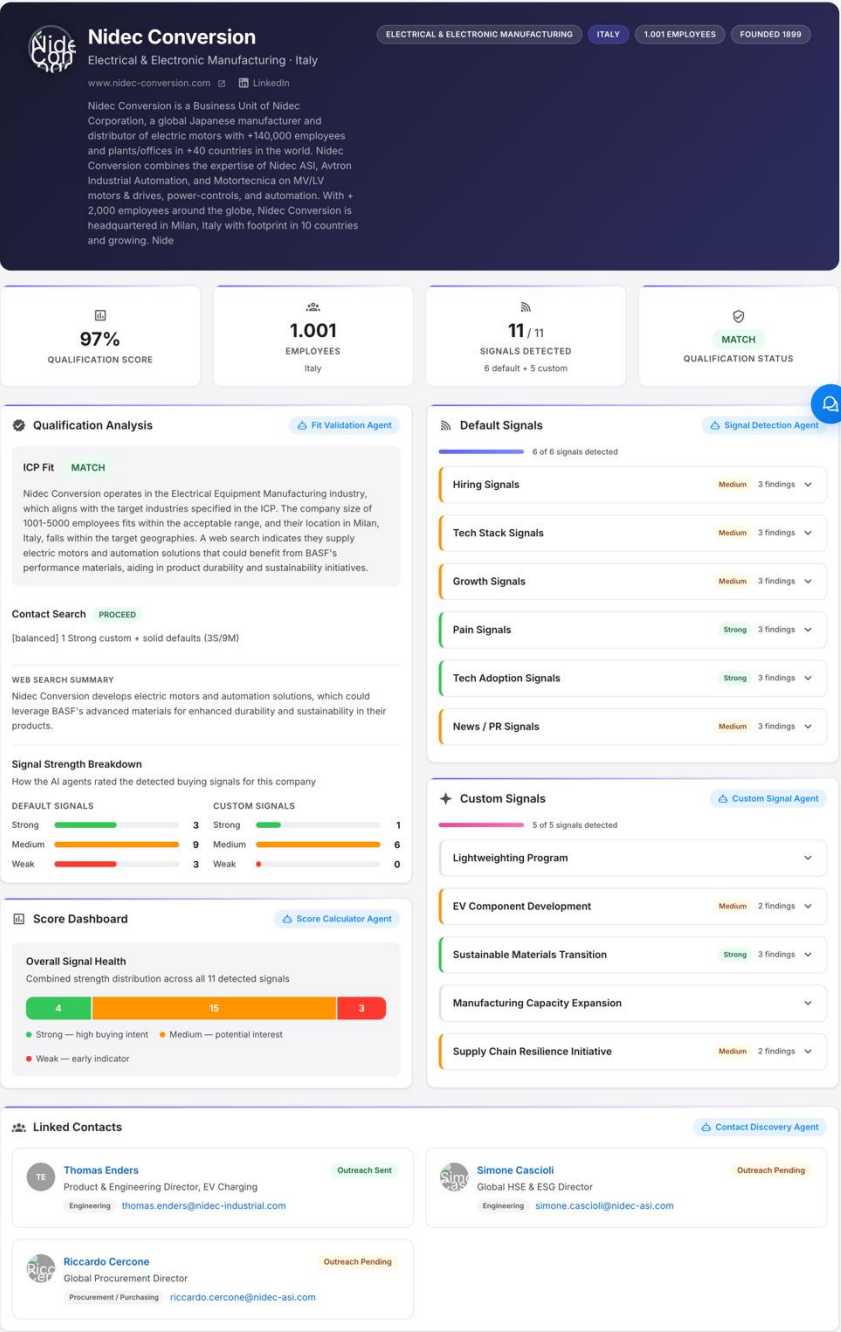
New product launches requiring lightweight or high-performance components × EV platform development × factory expansion or capacity upgrades × new sustainability certifications × R&D team scaling × supply chain localisation programs ×

Pain Signals

Component weight reduction pressure from OEM customers × difficulty sourcing consistent high-performance polymer grades × rising raw material costs × increasing regulatory pressure on material sustainability × inability to meet OEM mechanical/thermal performance specs with current materials ×



← Back to Companies



Pain Signals

Strong3 findings

Strong

WEBSEARCH+PAGE: SUSTAINABILITY PAGE

Nidec Conversion states that, under its ESG Improvement Plan 2025–2028, it is progressively integrating Life Cycle Assessment into its product sustainability approach to provide Product Carbon Footprint information and support responsible choices across the value chain.

[nidec-conversion.com/sustainability-2025/](#)

Product carbon-footprint transparency and LCA adoption directly increase pressure to choose lower-impact, durable, and potentially circular materials, which maps closely to BASF's sustainable performance materials offering.

Strong

WEBSEARCH+PAGE: SUSTAINABILITY POLICY PDF

Nidec Conversion's updated sustainability policy, published in April 2026, commits to full circular economy principles across product lines, Scope 3 emissions reduction, supplier mapping for conflict-free sourcing, and ESRS/CSRD-aligned reporting.

[nidec-conversion.com/wp-content/themes/nidec-](#)

These commitments create direct pressure to qualify materials that support circularity, durability, compliance, and supply-chain transparency—core areas where BASF's engineering plastics and sustainable formulations are relevant.

Medium

WEBSEARCH+PAGE: COMPANY NEWS PAGE + PRODUCT PAGE

At KEY 2026, Nidec Conversion introduced a liquid-cooled PCS for long-duration storage and hydrogen applications, while ACBOX product materials emphasize embedded water cooling and high safety requirements.

[nidec-conversion.com/nidec-conversion-at-key2](#)

More demanding thermal and safety requirements in liquid-cooled power systems can increase the need for high-performance polymers and insulation materials, but the company does not explicitly state a current material-spec gap.

← Back to Contacts

TE

Thomas Enders

Product & Engineering Director, EV Charging

Nidec Conversion · thomas.enders@nidec-industrial.com

ENGINEERING

DIRECTOR/SENIOR DIRECTOR

100%

PERSONALIZATION

31

COMPANY SCORE

Director/Senior Director

SENIORITY

Outreach Sent

STATUS

Contact Details

Data Connector Agent

thomas.enders@nidec-industrial.com

Verified

+33 4 42300855

linkedin.com/in/enders...

Outreach Status

Pending

Sent

Contact data sourced by Data Connector Agent · Email verification status indicates deliverability confidence from the original data provider

Lead Discovery

Lead Discovery Agent

SELECTION REASON

Best technical-fit contact. As a product and engineering director in an active eMobility business, he likely influences material selection and product design decisions tied to Nidec Conversion's new EV charging and liquid-cooled power systems.

LinkedIn Intelligence

LinkedIn Research Agent

LINKEDIN PERSONALIZATION ANALYSIS

Thomas Enders is an experienced Engineering and Product Management Director with over 20 years in driving technical strategies for complex hardware and software systems. His background includes influential roles at high-profile companies, such as Google and IDEO, focusing on IoT, connectivity, and integrated hardware/software development. He is deeply engaged in leading cross-functional teams and ensuring compliance in regulated environments, particularly in electric vehicle (EV) charging technology.

LINKEDIN ACTIVITY

Recently, Thomas has been active in promoting job opportunities within his organization, showcasing a leadership role in hiring a Renewable Energy Automation Engineer. This aligns with Nidec's focus on advancing its product portfolio in EV charging solutions. He also engages in discussions about emerging technologies in his field.

AI-Generated Outreach

Outreach Composer Agent

ANGLE

Given Thomas's extensive experience in EV charging infrastructure and current role at Nidec, there is a strong alignment with BASF's advanced engineering plastics and materials for lightweight, durable EV components. His focus on innovation could complement BASF's goals in sustainable product development.

EMAIL SUBJECT

LCA integration for Nidec Conversion's product portfolio

MESSAGE PREVIEW

Dear Thomas,

I noticed that Nidec Conversion is progressively integrating Life Cycle Assessment and Product Carbon Footprint reporting into your product sustainability approach under your ESG Improvement Plan 2025–2028 — a clear indicator that material selection and supply-chain transparency are becoming critical evaluation criteria for your engineering team.

How are you currently qualifying polymer grades for your liquid-cooled PCS and ACBOX platforms when balancing thermal performance, durability specs, and the carbon footprint disclosure your customers now expect?

BASF's Performance Materials portfolio — including engineering plastics and polyurethanes — delivers application-specific solutions with full LCA data and circular-content options, backed by co-creation engineering support to help you meet both technical and ESG targets simultaneously.

Would you be open to a brief technical call to explore how we could support your material development roadmap?

Best regards,
Rachel McBee
Performance Materials Account Manager | BASF SE

TALKING POINTS

1

Discuss the synergy between BASF's high-performance materials and the next generation of EV charging solutions.

2

Explore opportunities for collaboration in developing lightweight components that enhance EV performance.

3

Share insights on sustainability targets in material usage for EV infrastructure and how BASF aligns with those.

Company Match

Company Qualifier Agent

Nidec Conversion

Electrical & Electronic Manufacturing — Italy

EMPLOYEES

1001-5000

COUNTRY

Italy

WEBSITE

https://www.nidec-conver...

LINKEDIN

linkedin.com/company/nid...

KI-gestütztes CRM & Marketing · Like Reply – Juli 2026

Ein Orchester aus spezialisierten Agenten

1

Signal Detection Agent

Erkennt sechs Standard-Kaufsignale über alle qualifizierten Firmen.

2

Custom Signal Agent

Bewertet ICP-spezifische, branchenindividuelle Signale.

3

Score Calculator Agent

Priorisiert Accounts nach Kaufsignal und ICP-Fit.

4

Data Connector Agent

Liefert und prüft Kontaktdaten aus den Originalquellen.

5

LinkedIn Research Agent

Erstellt die Personalisierungsanalyse pro Kontakt.

6

Outreach Composer Agent

Verfasst die kanalfertige, personalisierte Ansprache.

Dazu ein Assistant, der auf Zuruf auswertet und visualisiert. Kein weiteres Werkzeug, sondern eine durchgehende Strecke von der ICP bis zum fertigen Outreach.



KI-native Lösung vs. standard Lösungen

Im Vergleich zu Microsoft oder Salesforce ist unsere KI Lösung eine kostengünstigere Alternative mit schneller Implementierung. Besonders geeignet für KMU/mittelständische Unternehmen.

Kostenfaktor	Standard Lösungen	KI-native Lösung
Implementierung	6–18 Monate	2–4 Wochen
Lizenzkosten	Hoch (Enterprise-Fokus)	Modular & skalierbar
Anpassbarkeit	Komplex, IT-intensiv	Low-Code / KI-geführt
ROI-Horizont	24–48 Monate	3–6 Monate



Messbare KPIs und nachhaltiger ROI

Wie können Unternehmen durch KI-gestützte Lösungen ihre Effizienz steigern und sich einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sichern?

↑ **40 %**

**Effizienzgewinn durch
Automatisierung**

3×

**Schnellerer Kampagnen-
Rollout**

↓ **60 %**

Weniger manuelle Datenarbeit

Unternehmen, die heute auf KI-gestützte Marketing- und CRM-Lösungen setzen, definieren die Wettbewerbsstandards von morgen.



Wo steht dein Go-to-Market?

- | | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Weiß dein Team vor jedem Erstkontakt automatisch, was beim Zielunternehmen gerade geschieht? | Ja / Nein |
| 2 | Genügt deinem Vertrieb unter 30 Minuten Vorbereitung pro Kontakt, ohne an Qualität zu verlieren? | Ja / Nein |
| 3 | Sind deine CRM-Daten so aktuell, dass dein Team ohne Nachrecherche beginnen kann? | Ja / Nein |
| 4 | Priorisiert dein Team nach konkreten Kaufsignalen statt nach Bauchgefühl? | Ja / Nein |
| 5 | Weißt du, welche Kontakte gerade aktiv kaufbereit sind, und welche nicht? | Ja / Nein |
| 6 | Zeigen Marketing und Vertrieb im Quartalsmeeting dieselben Zahlen aus einer Quelle? | Ja / Nein |

Dreimal oder öfter „Nein“

Dein Go-to-Market steht auf Stufe 1. Jeden Tag geht Zeit verloren, die ein orchestriertes System übernehmen könnte.

Fünf bis sechs „Ja“

Dein Go-to-Market bewegt sich Richtung Stufe 3. Das Gespräch dreht sich um Optimierung und Skalierung, nicht um Grundlagen.



Nicht ersetzen. Orchestrieren.

01

Das Problem ist strukturell, nicht kommunikativ

Die Lücke zwischen Marketing und Vertrieb ist ein Architekturproblem und lösbar, ohne den Stack auszutauschen.

02

Der Hebel ist die Orchestrierung

Anreicherung, Priorisierung, Übergabe. Drei Eingriffspunkte, die aus vorhandenen Daten abschlussreife Opportunities machen.

03

Investiere dort, wo der Effekt sichtbar ist

Der Sprung von Stufe 1 (Automatisierung) zu Stufe 3 (Orchestrierung) ist der größte Hebel. Er beginnt mit den sechs Fragen von eben.

Der Vertrieb hat nicht zu wenig Daten.

Er verwendet zu viel Zeit darauf, sie zu suchen, statt sie fertig vorgelegt zu bekommen.





Gleiche Werkzeuge. Neues Betriebsmodell.

Im Frankenstack verpufft Budget. Im Orchester entsteht Wirkung.

Vielen Dank

Let's get in touch



Joel Puznava

Partner
Like Reply

LINKEDIN

linkedin.com/in/Puznava



MEHR ERFAHREN

AI GTM & Pipeline Check-In

likereply.com/portfolio/the-ai-revenue-engine

