MANAGEMENT SUMMARY

SaaS & AI Pricing Report 2027

Wie KI Packaging, Abrechnungsmodelle und Preismetriken von Software verändert

September 2026

Der SaaS & AI Pricing Report 2027 untersucht, wie künstliche Intelligenz verändert, was Softwareunternehmen verkaufen, wie sie es verpacken und wofür Kunden zahlen. Zentrales Ergebnis: KI verändert nicht nur Softwareprodukte, sondern das gesamte Monetarisierungsmodell. Preismetriken verschieben sich von Nutzerlizenzen und technischer Nutzung hin zu erledigter Arbeit und Ergebnissen, reine Abonnements weichen Hybridmodellen, und die KI-Suche entscheidet zunehmend darüber, welche Anbieter überhaupt gefunden werden.

Key Facts

Titel	SaaS & AI Pricing Report 2027 (zweite Ausgabe)
Herausgeber	hy Consulting Group, gemeinsam mit OMR Reviews und Appinio
Veröffentlicht	September 2026
Datenbasis	Analyse von 4.400 Softwareprofilen auf OMR Reviews; Online-Befragung von 153 SaaS- und KI-Unternehmen; 24 Experteninterviews mit externen und hy-internen Fachleuten
Themen	Produkt und Packaging, Abrechnungsmodelle und Preismetriken, Monetarisierung von KI-Features, Agents, Workflows und KI-Infrastruktur (MCP), Buyer's Journey und KI-Suche
Autoren	Dr. Sebastian Voigt (Partner & Co-CEO, hy Consulting Group), Charlotte Pohlmann (Vice President, hy), Mariella Knospe (Senior Consultant, hy), Felix Rahlmeyer (VP of Strategy, OMR Reviews)
Vollreport	Rund 90 Seiten, 7 Kapitel, kostenloser Download

80 %
der befragten Unternehmen planen oder prüfen eine Preisänderung innerhalb von 12 Monaten

63 %
erwarten, dass Hybrid-Abrechnung in zwei Jahren das relevanteste Modell ist

21,2x
Umsatzmultiple für AI-native Software vs. 5,5x für klassisches SaaS

25 %
der Softwaresuchenden im DACH-Raum starten ihre Recherche in der KI-Suche

Was diese Zusammenfassung enthält

Diese Zusammenfassung enthält die wichtigsten Ergebnisse und Kennzahlen des Reports, jeweils mit Stichprobe und Quelle. Fallstudien, Preis- und Rate-Card-Beispiele, die Experteninterviews und der schrittweise Pricing-Prozess sind bewusst nicht enthalten. Sie stehen im Vollreport.

Den vollständigen SaaS & AI Pricing Report 2027 kostenlos herunterladen:
https://hy.co/pricing-and-sales/saas-ai-pricing-report-2027/lp/

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Acht Ergebnisse aus der Befragung von 153 SaaS- und KI-Unternehmen (sofern nicht anders angegeben), der OMR-Reviews-Datenbank und externen Studien.

80 %

Die Preisänderung steht bevor. 80 % der befragten Software- und KI-Unternehmen planen oder prüfen innerhalb der nächsten 12 Monate eine Änderung ihres Preismodells. Am häufigsten geplant ist der Wechsel von einem seat-basierten zu einem hybriden Modell, gefolgt von Preiserhöhungen und neuen KI-Paketen oder Add-ons.

63 %

Hybride Abrechnung wird zum Standard. 63 % erwarten, dass Hybridmodelle (fixe Grundgebühr plus variable Nutzung) in zwei Jahren am relevantesten sind, nur 22 % reine Abonnements. Heute nutzen 40 % reine Abonnements als Primärmodell (2025: 46 %) und 34 % Hybridmodelle (2025: 27 %).

-31 PP

Der Seat verliert an Dominanz. Die Metrik Nutzer/Seat verliert voraussichtlich 31 Prozentpunkte als primäre Preismetrik. Outcome- bzw. ergebnisbasierte Metriken gewinnen 20 PP, Credits und Token 14 PP, API bzw. Verbrauch 9 PP, Workflow bzw. Task 3 PP. 25 % haben noch keine Zielmetrik definiert.

50 %

KI ist meist ein gebündeltes Feature. 50 % der Anbieter binden KI ohne Aufpreis in das Kernprodukt ein, 22 % monetarisieren sie gar nicht. Kostenpflichtige Add-ons (15 %), Credit-Modelle (5 %), Premium-Tarife (5 %) und eigenständige KI-Produkte (4 %) sind noch die Ausnahme.

21,2x

Investoren belohnen AI-native Architekturen. Median der EV/Umsatz-Multiples in VC-Runden (Q1 2026): 21,2x für AI-native Software, 8,5x für AI-enabled Software, 5,5x für klassische SaaS-Plattformen.

31 %

Agent-Pricing kommt vor Outcome-Pricing. 31 % der Anbieter bündeln Agents in bestehende Tarife, weitere 31 % sind unsicher, wie sie Agents bepreisen sollen. Outcome-basierte Preise nutzen oder erwarten 8 %. Die Bepreisung nach Task oder Workflow etabliert sich schneller als reines Outcome-Pricing.

41 %

KI-Suche verändert den Softwarekauf. 41 % nennen LLM- und KI-basierte Suche als größte Veränderung beim Softwarekauf, und 76 % passen ihre Go-to-Market-Strategie bereits wegen KI an.

92 %

Auffindbarkeit wird zum Engpass. 92 % der B2B-Käufer entscheiden sich für ein Produkt, das bereits auf ihrer initialen Shortlist stand (Google & Bain, 2022, US). 88 % der befragten Anbieter sehen KI-Sichtbarkeit als wichtigste Priorität, keiner hat dafür ein eigenes Budget.

Quelle: Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027 (n = 153; Vergleich 2025 n = 180, hy-Umfrage); Finro Q1 2026, Windsor Drake Q1 2026, Eqvista, Aventis Advisors; Google & Bain, 2022, US; OMR Reviews & duwerk 2026.

Die neue Ökonomie von KI-Software

Zwei Jahrzehnte lang wurde Software als Produkt verkauft: Der Wert entstand durch Funktionen, der Umsatz durch Abonnements pro Nutzer oder Unternehmen, und niedrige Grenzkosten erlaubten Wachstum fast ohne Zusatzkosten. Generative KI stellt diese Annahmen auf vier Ebenen infrage.

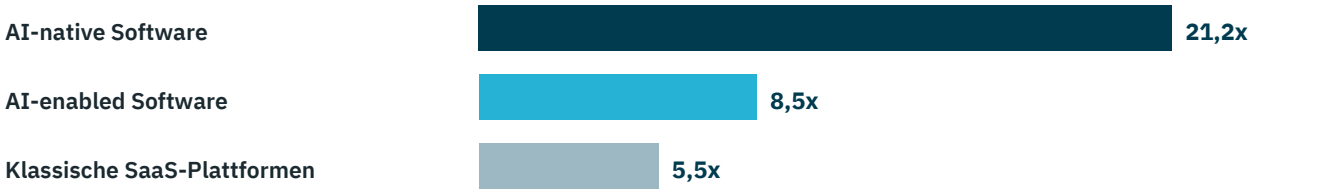
1 Das Produkt verändert sich
Software entwickelt sich von Funktionen zu Assistenten, Agents und autonomen Workflows.

2 Die Kostenstruktur verändert sich
Jede KI-Interaktion verursacht echte Rechenkosten, anders als klassisches SaaS mit Grenzkosten nahe null.

3 Die Wertschöpfung verändert sich
Der Kundennutzen entsteht zunehmend durch erledigte Arbeit und erzielte Ergebnisse, nicht durch Zugang.

4 Die Rolle von Software verändert sich
Nutzer interagieren direkt mit ChatGPT, Claude oder anderen LLMs. Software wird zur Infrastruktur im Hintergrund.

Bewertung: Investoren zahlen einen Aufschlag für KI-Architekturen



Quelle: VC-Finanzierungsrunden, Q1 2026. Finro Q1 2026 (575 Unternehmen), Windsor Drake Q1 2026, Eqvista, Aventis Advisors; Grafik von SaasRise Research. AI-native Software erreicht fast das Vierfache des Multiples von klassischem SaaS.

Dringlichkeit: 80 % planen eine Preisänderung

In der Befragung (n = 153) planen oder prüfen 80 % in den nächsten 12 Monaten eine Preisänderung, 20 % planen keine. Die fünf am häufigsten geplanten Maßnahmen: (1) Wechsel von einem seat-basierten zu einem hybriden Modell, (2) Preiserhöhungen, (3) neue KI-Pakete oder Add-ons, (4) einfacheres Packaging, (5) Einführung von Outcome-basierten Preisen.

Packaging: Drei Pakete bleiben der Standard

Anzahl der Pakete	1	2	3	4	5+
Anteil der Softwareprodukte 2025 (n = 4.197)	13 %	11 %	39 %	25 %	12 %
Anteil der Softwareprodukte 2026 (n = 4.400)	14 %	15 %	38 %	24 %	9 %

Quelle: OMR-Reviews-Datenbank 2025 und 2026. Drei Pakete (Good, Better, Best) nutzen Preisanker und Upselling, um die Zahlungsbereitschaft über Segmente hinweg abzuschöpfen; die Verteilung ist stabil, mit leichtem Trend zu einem oder zwei Paketen.

Wo KI ins Portfolio gehört

Der Report leitet die Rolle einer KI-Fähigkeit aus zwei Faktoren ab, Nutzung und Kundennutzen. **Core Feature:** hohe Nutzung, geringe Differenzierung, ohne Aufpreis enthalten. **Paket-Feature:** KI trennt Basis- von Premium-Tarif und schafft einen Upgrade-Anreiz. **Add-on:** hoher Nutzen für eine begrenzte Nutzergruppe, separat buchbar. **Experimentelles Feature:** geringe Nutzung und geringer Nutzen, als Beta oder Pilot getestet. **Agents und Workflows** werden zu eigenständigen Serviceeinheiten für Aufgaben und Prozesse.

Im Vollreport: Kapitel 1 zeigt die vollständige Entscheidungsmatrix aus Nutzung und Kundennutzen und wie Google, Adobe, Notion, Salesforce und kore.ai KI in der Praxis paketieren.

Abrechnungsmodelle und Preismetriken

Der Report trennt zwei Entscheidungen: das Abrechnungsmodell (wie Kunden zahlen) und die Preismetrik (die Einheit, mit der der Preis skaliert). KI beeinflusst beides, weil Nutzung Kosten verursacht.

Abrechnungsmodelle: Abonnement sinkt, Hybrid wächst

Primäres Abrechnungsmodell	2025 (n = 180)	2026 (n = 153)	Am relevantesten in 2 Jahren (n = 153)
Reines Abonnement	46 %	40 %	22 %
Hybridmodell (Grundgebühr + Nutzung)	27 %	34 %	63 %
Nutzungsbasiertes Modell	2 %	4 %	13 %
Kauf (einmalig)	25 %	22 %	3 %

Quelle: hy Survey on the Monetization of AI Agents and AI Features in Software Companies 2025; Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027.

Vier Abrechnungsmodelle unterscheiden sich vor allem im Verhältnis von Planbarkeit und Kostenrisiko. **Kauf** ist eine Einmalzahlung. **Abonnement** ist eine feste wiederkehrende Gebühr und gibt Anbietern hohe Umsatzplanbarkeit, setzt sie aber dem Kostenrisiko durch intensive KI-Nutzer aus. **Hybrid** kombiniert eine feste Grundgebühr mit variabler Nutzung und gleicht beide Seiten aus. **Pay-as-you-go** koppelt den Preis vollständig an die Nutzung, was die Marge des Anbieters schützt, den Umsatz aber volatil und die Kosten für Kunden schwer planbar macht.

Preismetriken: von Seats zu Credits und Ergebnissen

Erwartete Veränderung des Anteils als primäre Preismetrik, heute bis künftig (Prozentpunkte)



Quelle: Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027, n = 153. 25 % der Teilnehmenden haben noch keine Zielmetrik definiert.

Eine gute Preismetrik überzeugt in drei Dimensionen: Kundenfit (Akzeptanz, wahrgenommene Fairness), wirtschaftliche Machbarkeit (stabiler Umsatz, Abstimmung auf variable Infrastrukturkosten, Skalierung mit dem Wachstum) und operative Machbarkeit (einfache Messung und Abrechnung). Eine Metrik, die Kunden vor dem Kauf nur schwer kalkulieren können, bremst den Vertrieb, selbst wenn sie aus Kostensicht fair ist.

Seats oder Nutzung bei KI-Features

Ein **Seat-Aufschlag** ist B2B-Käufern vertraut und planbar, birgt aber Margenrisiko bei Power-Usern, weil die Token-Kosten von LLMs mit der Nutzung steigen. **Nutzungsbasierte Metriken** koppeln den Umsatz direkt an die Infrastrukturkosten und halten die Einstiegshürde niedrig, erzeugen aber Budgetunsicherheit und können Nutzer davon abhalten, KI zu verwenden.

Credits als Brücke

Credits übersetzen technische Kosteneinheiten (Textantwort, Bild, Audiominute, Videosekunde) in eine sichtbare Einheit. Sie schützen Margen und senken die Einstiegshürde. Die größte Herausforderung ist das Kundenverständnis, nicht die Technik. Anbieter reduzieren das Planungsrisiko, indem sie Credits mit Kontingenten oder Abonnements kombinieren: vorausbezahlte Pakete, Kontingent mit Pay-as-you-go-Überschreitung oder Volumenzusagen.

Im Vollreport: Die Kapitel 2 und 3 vergleichen die Abrechnungsmodelle nach Planbarkeit und Kostenrisiko und zeigen, wie Figma und Clay ihre Credit-Systeme aufgebaut haben.

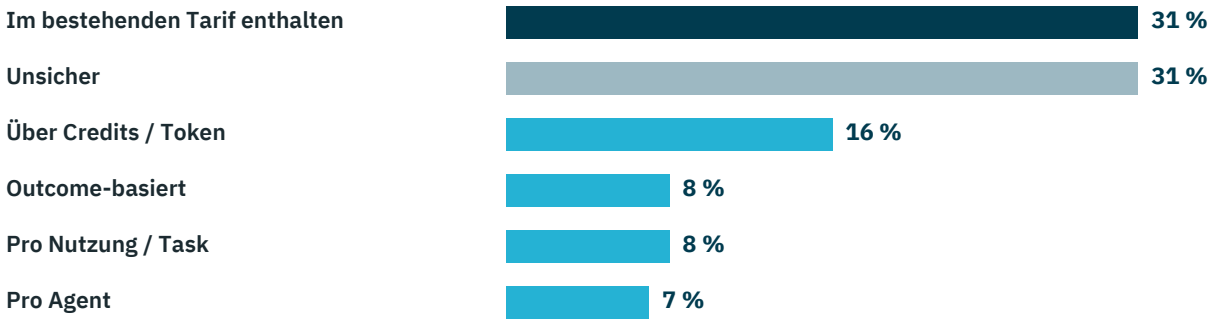
Agents, Outcomes und KI-Infrastruktur

Je autonomer KI arbeitet, desto weiter verschiebt sich die Monetarisierungslogik von Zugang über Nutzung und Arbeit bis zu Ergebnissen. Eine neue Infrastrukturschicht eröffnet eine weitere Umsatzquelle.

Agents: bepreist gegen das Personalbudget

Features konkurrieren um das Softwarebudget und werden mit anderer Software verglichen. Agents erledigen Arbeit selbstständig und werden mit menschlicher Arbeit verglichen (FTE-Kosten, Tagessätze). Die Preislogik wechselt von den Kosten eines Effizienzgewinns zu den Kosten der ersetzten Arbeit.

Wie Agents heute monetarisiert werden oder künftig am wahrscheinlichsten (n = 153)



Quelle: Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027. 62 % der Anbieter bündeln Agents in bestehende Pakete oder haben noch keine Strategie; eigenes Agent-Pricing ist noch die Ausnahme.

Vier Metriken etablieren sich: **Digital Employee** (planbare Kapazität gegen eine monatliche Gebühr, wie ein Gehalt), **Nutzung / Credits** (technischer Verbrauch wie API-Calls oder Token), **Task / Aktion** (Zahlung pro abgeschlossenem Prozessschritt) und **Ergebnis** (Zahlung für ein erreichtes Outcome wie eine gelöste Kundenanfrage). Die ersten beiden sind leicht messbar, aber weit vom Kundennutzen entfernt, die letzte ist nah am Kundennutzen, aber schwer zuzuordnen. In der Praxis ist ein Hybrid aus planbarer Basis und variabler Komponente die Regel.

Outcome-basierte Preise: wirkungsvoll, aber an Bedingungen geknüpft

Outcome-basierte Preise machen das erzielte Ergebnis zur Preisgrundlage, zum Beispiel einen gelösten Support-Fall, einen qualifizierten Lead oder eine verarbeitete Rechnung. Der Report nennt drei Voraussetzungen: Das Ergebnis muss klar messbar sein, der Beitrag der KI muss nachvollziehbar sein, und beide Seiten müssen den wirtschaftlichen Wert sehen. Ohne klare Definitionen entstehen Streitfälle, wie das Beispiel von Intercoms Fin (0,99 $ pro Resolution) zeigt. Anbieter ergänzen deshalb Absicherungen: eine Mindestabnahmemenge, eine Kostenobergrenze für den Kunden, eine parallele Verbrauchsabrechnung für Leistungen ohne klares Ergebnis und eine vereinbarte Definition, was als Outcome zählt.

Infrastruktur: eine neue Monetarisierungsschicht

Nutzer erreichen Software zunehmend über ChatGPT, Claude, Gemini oder Copilot. Das LLM übernimmt die Interaktion, während APIs, MCP-Server (Model Context Protocol), Daten, Kontext, Memory, Orchestrierung und Runtime Funktionen im Hintergrund bereitstellen. Die klassische Monetarisierung von Zugang, Nutzung, Arbeit und Ergebnis wird durch diese Infrastrukturschicht ergänzt.

Der MCP-Zugang ist meist im Plattform-Abonnement enthalten, wenn ihn ein SaaS-Anbieter nativ anbietet, während generische MCP-Plattformen typischerweise nach API- oder Tool-Calls abrechnen. Der Report erwartet, dass der Zugang über MCP in vielen Fällen kostenlos bleibt und der Umsatz aus den tatsächlich genutzten Aktionen, Memory, Runtime und weiteren Infrastrukturleistungen kommt.

Im Vollreport: Die Kapitel 4 bis 6 enthalten aktuelle Preispunkte und Limits von 11x, Lindy, n8n und Intercom Fin, die Rate Card der Microsoft Copilot Credits, die Intercom-Timeline mit ihren Lehren, Chargeflows drei parallele Erlösmodelle und die Rate Card der Salesforce Flex Credits.

Buyer's Journey: Auffindbarkeit ist der neue Engpass

KI senkt die Kosten der Softwareentwicklung, das Angebot wächst, die Margen sinken. Gleichzeitig empfehlen KI-Systeme nur wenige Anbieter: Google zeigt Tausende Ergebnisse, LLMs nennen eine Handvoll, und es gibt keine zweite Seite.

41 %
nennen LLM- / KI-Suche als größte Veränderung beim Softwarekauf

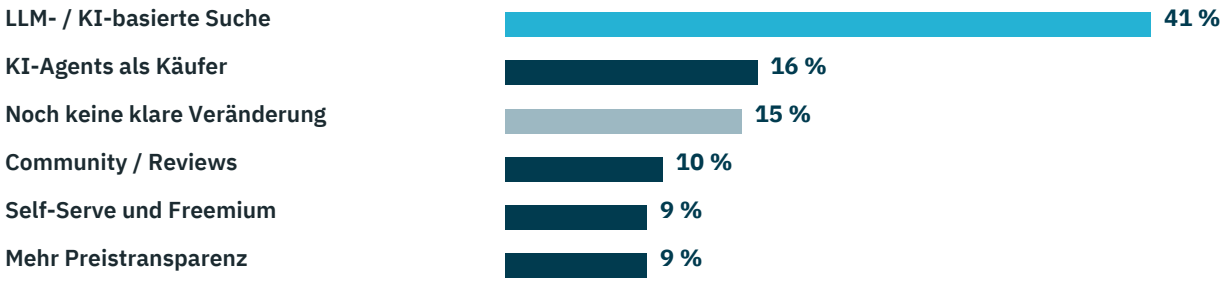
25 %
der Softwaresuchenden im DACH-Raum starten die Recherche in der KI-Suche

92 %
der B2B-Käufer wählen aus ihrer initialen Shortlist (Google & Bain, 2022, US)

88 %
der befragten Anbieter sehen KI-Sichtbarkeit als wichtigste Priorität

Quelle: Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027 (n = 153); OMR Reviews & CSE Advisory 2026 (DACH); Google & Bain, 2022, US; OMR Reviews & duwerk 2026.

Was hat den größten Einfluss auf den Softwarekauf? (n = 153)



Verändert KI die Go-to-Market-Strategie? 76 % sagen ja (n = 153)



22 % der Softwareanbieter nennen KI-Systeme als Lead-Kanal.

KI-Systeme validieren extern

93 % der Anbieter veröffentlichen hauptsächlich auf der eigenen Domain und nur 22 % auf Bewertungsplattformen. KI-Systeme stützen ihre Empfehlungen jedoch auf Drittquellen: Zitate stammen vor allem von YouTube, Reddit, Presse und Bewertungsplattformen. 95 % der Zitate stammen aus nicht bezahlten Quellen und 89 % aus Earned Media. Laut AirOps, zitiert im Report, werden Marken 6,5-mal häufiger über externe Quellen zitiert als über die eigene Domain. Nur 4 % der befragten Anbieter nutzen KI-optimierte bezahlte PR und nur 4 % optimieren YouTube für KI.

Quelle: OMR Reviews & duwerk 2026; bling 2026; Muck Rack 2025; Befragung zum SaaS & AI Pricing Report 2027.

Maschinenlesbare Preise

Anbieter ohne strukturierte, öffentliche Preisinformationen tauchen in KI-Vergleichen entweder gar nicht auf oder nur mit Drittdaten, die sie nicht kontrollieren. Eine Seite, auf der „Contact Sales“ steht, überlässt die Preiskommunikation anderen. Der Report folgert: Maschinenlesbare Preise werden von einer Marketingentscheidung zur Voraussetzung für Sichtbarkeit.

Vier Schritte, die der Report empfiehlt

1. Verantwortung klären: eine zuständige Person, messbare Ziele und eine Lead-Quellen-Frage im Kontaktformular.
2. Datenbasis aufbauen: eine technisch lesbare, strukturierte Website mit maschinenlesbar veröffentlichten Preisen.
3. Validierung etablieren: verifizierte Bewertungen, Fachpresse, Community und konsistente Botschaften. **4. Kontinuierlich messen:** Quellenmuster verschieben sich über Monate, nicht Jahre.

Nur 1 von 25 Anbietern hält sich für in KI-Systemen sehr sichtbar, und keiner der befragten Anbieter hat dafür ein eigenes Budget (OMR Reviews & duwerk 2026).

Im Vollreport: Kapitel 7 behandelt das Experiment, in dem eine erfundene Agentur innerhalb von 14 Tagen auf Platz drei der ChatGPT-Empfehlungen landete.

Sechs Veränderungen in den nächsten 12 Monaten

Der Report kommt zu dem Schluss, dass es kein universelles KI-Preismodell geben wird. Erfolgreiche Unternehmen entwickeln Packaging und Pricing gemeinsam, kombinieren Abonnement, Nutzung und Ergebnisse, etablieren Agents und Infrastruktur als neue Umsatzquellen und passen sich laufend an Produktreife und Kundennutzen an.

Bereich	Erwartete Veränderung
Produkt und Packaging	Agents entwickeln sich von Add-ons zu eigenständigen Produkten und Produktlinien, vermarktet als definierte Services für bestimmte Aufgaben und Workflows.
Abrechnungsmodell	Hybrides Pricing wird zum Standard für KI in etablierter Software: eine feste Grundgebühr für Planbarkeit, variable Komponenten für die tatsächliche KI-Nutzung.
Preismetrik	Der Seat verliert seine Rolle als dominante Metrik. Bis 2027 werden Tasks, Workflows und Ergebnisse deutlich breiter für die variable Komponente genutzt.
Agents und Outcomes	Agent-Pricing etabliert sich deutlich schneller als ergebnisbasiertes Pricing, das auf Fälle mit klarer Messbarkeit und Zuordnung begrenzt bleibt.
KI-Infrastruktur	MCP wird zum Distributionsstandard. Der Zugang bleibt oft kostenlos, der Umsatz kommt aus ausgeführten Aktionen, Memory und Runtime.
Preiskommunikation	Preise, Metriken, Einstiegspreise und Paketlogik werden maschinenlesbar veröffentlicht, damit KI-Systeme Anbieterdaten statt Drittquellen nutzen.

Methodik und Einschränkungen

Der Report kombiniert eine Analyse von 4.400 Softwareprofilen auf OMR Reviews, eine mit Appinio durchgeführte Online-Befragung von 153 SaaS- und KI-Unternehmen und 24 Experteninterviews. Die Daten sind eine Momentaufnahme und decken nicht jede Perspektive ab. Die Interviewinhalte sind eine für den Report zusammengefasste Interpretation. Die hy Consulting Group pflegt berufliche Beziehungen zu einigen der befragten Unternehmen. Bewertungsmultiples und mehrere Kennzahlen zum Käuferverhalten stammen aus Drittquellen, die in den jeweiligen Abschnitten genannt sind.

Zitiervorschlag

hy Consulting Group, OMR Reviews, Appinio (2026): SaaS & AI Pricing Report 2027. Management Summary. Veröffentlicht im September 2026.

Das steckt im Vollreport

Diese Zusammenfassung zeigt die Richtung. Der Vollreport zeigt die Zahlen dahinter, die Preisbeispiele benannter Unternehmen und die Entscheidungen, die sich daraus für das eigene Produkt ableiten lassen.

~90
Seiten Analyse, Grafiken und Frameworks

7
Kapitel von Packaging bis KI-Suche

24
Experteninterviews mit Gründungsteams, CEOs und Investoren

15+
benannte Preisbeispiele mit Preisen und Limits

Kapitel	Das steht nur im Vollreport
1 Produkt und Packaging	Entscheidungsmatrix für Core Feature, Add-on, Paket-Feature und eigenständiges KI-Produkt. Packaging-Beispiele von Google Workspace, Adobe, Notion, Salesforce und kore.ai.
2 Abrechnungsmodelle und Preismetriken	Vier Abrechnungsmodelle im Vergleich nach Planbarkeit und Kostenrisiko für Anbieter und Kunden. Kriterien für eine gute Preismetrik. Preisoptionen für jede Stufe der KI-Autonomie.
3 Monetarisierung von KI-Features	Seat- versus nutzungsbasierte Preise im Abwägen, Credit-Umrechnungslogik, vier Abrechnungsmechaniken für Credits. Figma und Clay im Detail.
4 Monetarisierung von Agents	Budgetlogik von Agents gegenüber Features, vier Agent-Preismetriken mit Praxisbeispielen (11x, Lindy, n8n, Intercom Fin), Rate Card der Microsoft Copilot Credits.
5 Monetarisierung von KI-Workflows	Intercom-Fin-Timeline und Lehren, Chargeflows drei parallele Erlösmodelle, vier Absicherungen, die Outcome-Pricing praktikabel machen, Schritte von Decagon, Sierra und Zendesk.
6 Monetarisierung von KI-Infrastruktur	Wie MCP-Server, Memory und Runtime bepreist werden, native versus generische MCP-Plattformen, Rate Card der Salesforce Flex Credits.
7 Buyer's Journey und Suchverhalten	Vollständige Umfragedaten zur KI-Suche, die erfundene Agentur, die innerhalb von 14 Tagen auf Platz drei der ChatGPT-Empfehlungen landete, und der Aktionsplan für KI-Sichtbarkeit.
Und jetzt?	Sechs Veränderungen für die nächsten 12 Monate und ein achtstufiger Prozess zur Entwicklung eines KI-Pricing-Modells, von strategischen Leitplanken bis zur Preisdurchsetzung.

Die Expertenperspektiven im Report stammen unter anderem von Parloa, Leapsome, Jamie, DN Capital, Bregal Unternehmerkapital, FLEX Capital, Carlsquare, Peec AI, Instaffo und OMR Reviews.

Den vollständigen Report kostenlos herunterladen:
https://hy.co/pricing-and-sales/saas-ai-pricing-report-2027/lp/
Fragen: pricing@hy.co