



Mensch gegen KI

Wie wird Künstliche Intelligenz das Business verändern?

EIN GASTBEITRAG VON DIRK STÖCKER

KI ist gekommen, um zu bleiben. Und das ist gut so. Denn Künstliche Intelligenz wird uns zwingen, uns damit zu beschäftigen, was oder wer wir wirklich sind. Es ist beeindruckend, was KI heute schon kann. So übernimmt zum Beispiel ChatGPT auf Wunsch die Rolle eines Vertriebstrainers in der Einwandbehandlung. Sicher werden die einen oder anderen sagen: »Ja, aber...« Klar ist, dass ChatGPT an der Stelle noch eine Lernkurve vor sich hat. Aktuell sind zum Beispiel Zwischentöne in der Sprache für den Algorithmus ein Problem. Doch gerade das »Ja, aber...« wird in Zukunft niemanden mehr retten.

Fakt ist: Wir werden in wenigen Jahren rein rechnerisch Vollbeschäftigung haben. Arbeit wird es immer genug geben. Die Frage ist, welcher Art diese Arbeit ist. Sicher werden etliche von uns sehr gut verdienen – und zwar die, die sich bewegen, sich in die Pole Position bringen. »Ja, aber...« ist also pures Verharren, und das können wir uns nicht mehr leisten. Doch wohin soll die Reise gehen?

KI und Digitalisierung sind beeindruckend bei Verkaufsplanung, der Pipelinepflege, beim Berechnen von Wahrscheinlichkeiten, dem Versenden von Angeboten, der Kontaktaufnahme und vielem mehr. Sie kann Terminplanung, Reisekostenabrechnung und Notizen aus dem Termin ins CRM übertragen. Ein Arbeitsplatz, der als Assistent fungiert, ist keine Vision von morgen: Videos transkribieren, zum Termin sämtliche Projektunterlagen nur einen Mausklick

entfernt haben, gemeinsam an Dokumenten arbeiten. KI ist ein Gamechanger für all das, was gemacht werden muss und viel Zeit kostet. Die eingesparte Zeit investieren wir, um den Unterschied zu machen.

Die Frage nach sinnvollem und ethischem Nutzen

KI wird uns zwingen, uns zu hinterfragen, unsere Werte, unsere Ziele. Allein die Frage nach einem sinnvollen und ethischen Wachstum schließt sehr vieles mit ein. Und vielleicht liegt in dieser verschobenen Sichtweise sogar unser größtes Geschenk. Albert Einstein sagte: »Die Intuition ist ein göttliches Geschenk, der denkende Verstand ein treuer Diener«. Mein Punkt ist: In allem Rationalen – also das, was wir eigentlich dem Verstand zuschreiben – können wir der KI nicht das Wasser reichen. Wir dürfen also unser Geschenk, wie es Einstein nannte, nutzen.

Doch darauf müssen wir uns erst wieder einlassen, quasi emotionales De-Coding bei uns und beim Gegenüber betreiben. Was hat mein Kunde gesagt und wie hat er es gesagt? Was nehmen wir an Zwischentönen wahr? Dinge und deren Sinn erfassen, soziale Kompetenz und menschliche Kreativität, verbinden von Themenfeldern im Sinne des Kunden, die er noch nicht bedacht hat, das kann keine KI.

Den Machern unter den Verkäufern steht jetzt eine glorreiche Zeit bevor, denen also, die sich in Richtung Persönlichkeitsentwicklung »evolutionieren« und Authentizität und ethische Fragen in ihr tägliches Tun bringen. Klarheit für sich selbst schaffen und den Fokus auf den Kunden legen.

Keine Sorge: Der merkt das. Wunsch, Problem, Bedürfnis – so einfach ist es dann wieder. Also einen wirklichen Nutzen liefern. Der Unterschied, den wir machen müssen, wird also sein, Herz und Verstand in Einklang zu bringen. Mit dem Verstand hören und mit dem Herz spüren, was gesagt wurde. Unsere Antwort kommt dann vom Verstand und die Emotion, die wir damit erzeugen, müssen wir mit dem Herzen wahrnehmen. Dafür braucht es Intuition.

Klingt zu emotional? Na gut. Doch der Mensch ist eben ein emotionales Wesen, auch im Business. Manchmal siegen Emotionen sogar über ein fachlich richtiges Verkaufsgespräch und ein gutes Angebot – das hat jeder von uns schon einmal erlebt. Also nutzen wir die KI und machen sie zu unserer Assistenz, damit wir wieder mehr Zeit für das haben, weshalb wir diesen Beruf so lieben: den Kunden! ♦

Der Autor



Dirk Stöcker ist einer der bekanntesten Trainer Deutschlands für Verkaufstraining mit Persönlichkeitsentwicklung und Autor des Buches »Die Verkaufsevolution«.