

Das Interview zum Dreikönigstag 2024

Revolutioniert Künstliche Intelligenz (KI) den Verkauf?



Ist KI der Schlüssel zu besseren Verkaufsgesprächen - ersetzt sie sogar das Gespräch?

Das Interview zum Dreikönigstag, geführt von Thomas Kis, communication factory

Die Welt des Verkaufs und des Einkaufs erlebt eine spannende Revolution, und in ihrem Zentrum steht Künstliche Intelligenz (KI). Ich habe drei Experten gefragt, wie KI den Verkaufsprozess verbessern kann. Von der gezielten Kundenansprache bis zur Vorbereitung auf Kundenbesuche, von der effizienten Datennutzung bis zur Optimierung von Trainings – ihre Antworten zeigen uns, wie KI den Vertrieb und den Einkauf auf ein neues Level heben kann. Und auch, wo und warum die menschliche Interaktion unersetzlich bleibt.

Wie kann Künstliche Intelligenz (KI) den Verkaufsprozess verbessern?

Christian Reist

Diese Frage möchte ich für den Verkaufs- und den Einkaufsprozess beantworten. Im Verkaufsprozess wird sie dem Vertrieb noch schneller und aus noch mehr Informationen selektiv verkaufsförderndes Wissen zur Verfügung stellen. Im Kaufprozess wird es für den

potenziellen Käufer einfacher, komplexe Angebote zusammenzufassen, zu vergleichen und zu bewerten. KI wird beide Prozesse beschleunigen und richtig eingesetzt auch verbessern. Sowohl für den Vertrieb als auch für den Kunden.

Kurt Klaus

Ich denke, dass KI es ermöglicht, sehr gute Kundenprofile zu erstellen und damit die gezielte

Kundenansprache zu verbessern. Auch die rein datenbasierte Kundenanalyse wird durch KI genauer und frei von subjektiven Emotionen. Was KI aus meiner Sicht nicht können wird und nur über die gewinnende Verkäuferpersönlichkeit möglich bleibt, ist, mit Empathie auf die aktuelle Befindlichkeit und den «Menschen Kunde» einzugehen. Das stärkt die Beziehungsebene entscheidend.

Revolutioniert KI (Künstliche Intelligenz) den Verkauf?



Thomas Kis
communication factory
www.com-factory-kis.ch



Kurt Klaus
k-bt
www.k-bt.ch



Christian Reist
People Power Training
www.people-power.swiss



Roger Zosso
T & C Trainingsconsult AG
www.zossotraining.ch

Roger Zosso:

Adressbücher, Firmenschilder, Berichte in lokalen Zeitungen. Vor dem Internetzeitalter mussten die Verkäufer ihre Informationen vor dem Kundenbesuch mühsam recherchieren. Mit dem Aufkommen des Internets, mit Homepages und Suchmaschinen, hat sich die Art und Weise, wie sich Verkäufer vorbereiten, völlig verändert. Künstliche Intelligenz ist ein weiterer Schritt, um Kundenbesuche schnell und gut vorzubereiten. Ich bin überzeugt, dass KI uns von Routineaufgaben entlasten und viel zur Automatisierung des Verkaufsprozesses beitragen wird. Kundendaten zu analysieren und Reports zu generieren, wird mit viel weniger Aufwand möglich sein.

Was bedeutet dies für das persönliche Verkaufsgespräch?

Kurt Klaus:

Es gilt, die KI-basierten Informationen so zu nutzen, dass die gezielte Ansprache von Bedürfnissen und Wünschen mit einem sympathischen, überzeugenden Auftreten einhergeht. Durch KI gewonnene Daten sollten für eine zielgerichtete Kundenansprache genutzt werden. Inwieweit die durch KI generierten Daten rechtlich und ethisch korrekt zu verwenden sind, wird die gesamte Diskussion rund um KI noch zeigen müssen. Ich bin da eher kritisch und sehr vorsichtig.

Roger Zosso:

Die Kombination von persönlichem Wissen, Erfahrung und dem Einsatz von künstlicher Intelligenz wird das persönliche Verkaufsgespräch stärken, indem der Verkäufer relevante Informationen sammeln und zur Verfügung stellen kann. Die Effizienz wird gesteigert und bei konsequenter Umsetzung kann der Verkäufer die Bedürfnisse des Kunden besser erkennen.

Christian Reist:

Die Ergebnisse einer aktuellen Studie (Boston MIT Sloan 2023) zeigen deutlich, dass KI bei den Menschen auf hohe Akzeptanz stösst. Häufig werden KI-basierte Angebote als qualitativ gleichwertig wahrgenommen. Wenn der Kunde jedoch die Wahl hat, bevorzugt er das «menschliche» Angebot. Wie wir alle wissen, spielt der persönliche Faktor im Verkaufsgespräch eine sehr grosse Rolle. Daher wird KI im Verkaufsgespräch, im direkten Gespräch mit dem Kunden, keine wesentliche Rolle spielen.

Lässt sich mit Künstlicher Intelligenz (KI) der Lernerfolg von Verkaufstrainings steigern?

Roger Zosso:

Hybride Trainings mit Präsenztraining und digitaler Lernunterstützung helfen, die Trainings noch abwechslungsreicher zu gestalten. Der Kunde kann mit Tools zur Kompetenzkontrolle überprüfen, ob die

Mitarbeitenden das Gelernte auch umsetzen. Trotzdem: Verkaufen bleibt letztlich sehr menschlich. Der zwischenmenschliche Kontakt wird immer zentral und entscheidend für den Erfolg des Verkäufers sein.

Christian Reist:

Ja, ganz klar. Hier können viele «menschliche» Arbeiten ersetzt oder zumindest stark reduziert werden. Zum Beispiel Informationen in neue Kontexte zu bringen, spannende Wiederholungen in verschiedenen Formen anzubieten etc. Das erleichtert den Lernerfolg und unterstützt den wichtigen Lerntransfer in die Praxis.

Kurt Klaus:

«Echtes» Training mit sofortigem und motivierendem Feedback geht aus meiner Sicht nach wie vor nur über einen Trainer, der empathisch, fordernd und fördernd auf die Auszubildenden eingeht und so entscheidende Verbesserungen erzielt. Seminarinhalte können in Zukunft durch KI optimiert werden. Ich finde es wichtig und richtig, dass KI in Seminaren thematisiert wird. Derzeit verzichte ich noch auf den Einsatz von KI bei der Trainings- und Seminargestaltung und vertraue auf mein Wissen und meine über 20-jährige Erfahrung als Verkaufstrainer. Natürlich behalte ich die Entwicklung von KI ständig im Auge.