

ANNE M. SCHÜLLER

KEYNOTE

DIGITAL & PERSONAL

Die Technologie macht die Kommunikation einfacher – und komplexer zugleich, denn Menschen wollen nicht gemanagt werden. Produkte und Prozesse sind austauschbar, eine gute Beziehungsqualität hingegen ist einzigartig.

Ach ja, früher war alles so einfach. Da haben wir uns ganz normal unterhalten: bei einem zwanglosen Plausch oder einem Fachgespräch in der Lounge. Dann begannen wir mit Leuten zu reden, die uns via Display aus einer digitalen Parallelwelt begrüßten. Oder wir videokonferenzen mit Geschäftspartnern am anderen Ende der Welt. So wurden Gespräche dreidimensional. Nun geht es noch einen Schritt weiter. Und dieser Schritt ist epochal. Die digitale Transformation, die uns mit einer irre hohen Veränderungsgeschwindigkeit überfällt, gibt der Kommunikation ein völlig neues Gesicht. Wir reden mit Bits und Bytes, die Siri oder Cortana oder Alexa heißen. Und sobald sie ein wenig trainiert sind, antworten unsere digitalen Assistenten vernünftig, höflich und brav. Auch mit Robotern führen wir schon längst Zwiegespräche. Digitalisierte Maschinen geben uns nicht nur Informationen, sondern auch

Befehle. Früher hat sich das schlechte Gewissen bei uns gemeldet, heute tun dies Self-tracking-Armbänder und Apps. Alles, was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert. Alles, was automatisiert werden kann, wird automatisiert. Und alles, was vernetzt werden kann, wird miteinander vernetzt. Maschinen reden mit Handys – und Sensoren mit allem, was Sensoren hat. Algorithmen hören uns zu, sie verstehen uns, machen daraus Big Data, um uns dann mit dem zu versorgen, was uns, wie sie meinen, gefällt. Nicht nur nette Nachbarn und übellaunige Chefs reden mit uns; auch mit Gebrauchsanweisungen, Schaulinienauslagen und vorbeifahrenden Autos kann man sich unterhalten.

KEIN KLICKVIEH

Die Digitalisierung betrifft jeden Unternehmensbereich. Sie ist schon bald das, was die Gäste unabdingbar erwarten, sozusagen

Die digitale Transformation, die uns mit einer irre hohen Veränderungsgeschwindigkeit überfällt, gibt der Kommunikation ein völlig neues Gesicht.



ein Pflichtprogramm. Das heißt, was sie bietet, löst höchstens Zufriedenheit aus. Doch – wie auch beim Tanzen – der wahre Genuss entsteht erst im Freiraum der Kür, also da, wo es Einfühlungsvermögen, Hingabe und Leidenschaft, gleichsam eine Obsession für die Belange des Gastes gibt.

So beinhaltet die zunehmende Technologisierung eine große Gefahr: dass nämlich überall dort, wo Technokraten das Sagen haben und Zahlenmenschen regieren, die Menschlichkeit auf der Strecke bleibt. Doch Menschen sind kein Klickvieh. Sie sind auch keine Datenpakete. Und kein bürokratischer Vorgang. Sie wollen schon gar nicht

Fotos: beigestellt

gemanagt werden. Die Qualität einer privaten Beziehung hängt ja auch nicht von der Anzahl verschenkter Rosen ab. Und Kundennähe lässt sich nicht in Metern messen.

Menschlichkeit äußert sich in Emotionalität, in Nützlichkeit und in Sinnlichkeit. Sie zeigt der kalten Technik ein heiteres Gesicht. Sie bringt uns in die Begeisterungszone und sorgt für Reputation, für Identifikation, für Loyalität und für Empfehlungsbereitschaft – und damit auch für neue Gäste und gutes Geschäft. So finden am Ende die wahren kommunikativen Erfolge jenseits von Analytics und Algorithmen statt. Gewinnen wird in Zukunft vor allem der, der fundierte Daten mit profunder Menschenkenntnis zu koppeln versteht.

POSITIVES BEZIEHUNGSKONTO

Kommunikative Erfolge haben wenig mit Mathematik, aber ganz viel mit Einfühlungsvermögen zu tun. Es ist das wahre Vermögen von morgen. Und dies ist herausfordernd genug. Denn der Gast ist ein multioptional handelndes paradoxes Wesen. Jeder ist auf seine Weise einzigartig, immer wieder überraschend, meist von Emotionen geleitet und nur selten durch den reinen Verstand dirigiert. Er ist enttäuscht, gelangweilt, verzückt. Er ist wütend, ängstlich, glücklich. Er wird von seinem Umfeld beeinflusst – und ist in seinen täglichen Launen gefangen. Solche Individuen lassen sich nicht in einen Zielgruppentopf werfen. Zielgruppen sind Hilfskonstruktionen aus den Zeiten der Massenkommunikation, und die ist vorbei. Heutzutage müssen wir

uns schon ein wenig mehr anstrengen, um einen Gast zu verzaubern. Dabei darf man niemals den Fehler machen, von sich selbst auszugehen. Denn niemand ist so wie Sie. Schließlich muss man so viel wie möglich darüber wissen, was im Hirn eines Menschen passiert, wenn er an seinen Lieblingsgastgeber denkt, eine Kaufentscheidung vorbereitet oder enthusiastisch weiterempfiehlt.

Ein positives Beziehungskonto wird vor allem durch gute Gefühle genährt. Anerkennung ist einer der wichtigsten Treiber menschlichen Verhaltens. Und Wahlmöglichkeiten sorgen für Autonomie. Produkte und Prozesse sind austauschbar. Eine gute Beziehungsqualität hingegen ist einzigartig – und unkopierbar. Doch da, wo es keine Kennzahlen für Achtsamkeit und Wertschätzung gibt, wo nur Maximalergebnisse zählen und »Taschenrechner« das Sagen haben, da ist für Emotionen kein Platz.

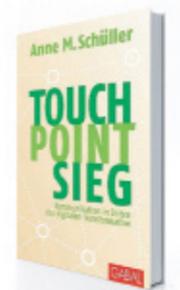


karriere

Kommunikative Erfolge haben wenig mit Mathematik, aber ganz viel mit Einfühlungsvermögen zu tun.



ANNE M. SCHÜLLER ist Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für das Empfehlungsmarketing und das Touchpoint Management. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum. 2015 wurde sie in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. Weitere Informationen: www.anneschueller.de



TOUCH.POINT.SIEG. Kommunikation in Zeiten der digitalen Transformation
Anne M. Schüller
Umfang: 380 Seiten
Gabal Verlag 2016
ISBN 978-3-86936-694-4