

Kolumne
Digitaler Vertrieb für Dentallabore

Thorsten Huhn
handlungsschärfer



Digitaler Vertrieb in Zeiten der Krise

Vermutlich gehört der Coronavirus zu den Umständen, die bei Außendienstmitarbeitern und Vertriebsverantwortlichen im Dentallabor zu Schweißausbrüchen führen. Die Begrenzung von persönlichen Kontakten schließt den Vertrieb mit ein, auch wenn Kundenbesuche eigentlich zum Tagesgeschäft gehören. Bedeutet das, dass der Vertrieb nun eingestellt werden muss? Oder ist jetzt die Zeit, in der alternative Vertriebsmodelle in den Fokus rücken?

Webmeeting statt persönlichem Kontakt

Kürzlich teilten mir gleich zwei Dentallabore mit, dass sie ihre kurz- und mittelfristig geplanten Veranstaltungen absagen werden, um die Teilnehmer nicht zu gefährden. Was menschlich nachvollziehbar ist, sieht geschäftlich oft alternativlos aus. Dabei wäre der Einsatz eines Webmeeting-Tools schon eine Alternative. Den Referenten vor die Kamera stellen und die Teilnehmer vollkommen ohne Ansteckungsgefahr von zu Hause aus mitwirken zu lassen, kam sogar bei den befragten Zahnärzten und Helferinnen gut an. Die Hürde zur Umsetzung bestand leider in der fehlenden Auseinandersetzung des Labors mit einem digitalen Mittel dieser Art. Die Folge: Absage und damit der Verlust von Vertriebspotenzial. Ein Webmeeting ist natürlich kein Allheilmittel, kann aber in besonderen Zeiten eine Kontaktmöglichkeit sein. Auch ein Kundentermin kann über ein Webmeeting abgehalten werden.

Digitale Vertriebsmaßnahmen

Die Liste der digitalen Vertriebsmaßnahmen lässt sich weiter fortsetzen. Zu den „Klassikern“ gehören die sozialen Medien, die nun vermehrt vertriebslich genutzt werden sollten, um Praxisteam anzusprechen. Der digitale Newsletter ist ein weiterer Baustein, um sichtbar und mit Kunden in Kontakt zu bleiben. Die eigene Website inklusive Blog zur Interaktion vermittelt Kontinuität in Zeiten der Krise, eine entsprechende Vermarktung über die einschlägigen Suchmaschinen beflügelt den digitalen Austausch. Wichtig ist, dass die digitalen Maßnahmen inei-

nandergreifen, die Auswahl der Inhalte stimmig ist und die Laborleitung voll hinter der Digitalisierung des Vertriebs steht.

Oldie but Goldie: Das Telefon

Eine Zwischenlösung bietet immer noch das Telefon, gerne auch in Kombination mit einer Printkampagne. Eine postalische Zusendung und ein nachfolgender Anruf passen ebenso in die Zeit und sind gerade in Bereichen fehlender digitaler Affinität eine gute Wahl.

Jeder von uns kann seinen Beitrag zur Eindämmung des Coronavirus leisten, je tatkräftiger umso schneller ist die Krise überwunden. Der Einsatz des digitalen Vertriebs ist nicht nur für die gerade vorherrschende Situation eine ideale Ergänzung, sondern sollte auch in Zukunft seinen Platz finden.

kontakt

Thorsten Huhn –
handlungsschärfer
Liegnitzer Straße 27
57290 Neunkirchen
Tel.: 02735 6198482
mail@thorstenhuhn.de
www.thorstenhuhn.de

Infos zum Autor



Kooperative Intelligenz als zentraler Treiber kreativer Prozesse

Ein Beitrag von Ulrike Stahl.

Den Begriff KI verbinden die meisten Menschen mit künstlicher Intelligenz. In unseren agilen und digitalen Zeiten verspricht die Mensch-Maschine-Zusammenarbeit auch tatsächlich Arbeitserleichterung. Aber wie sieht es bei kreativen Prozessen aus? Braucht es nicht gerade da die Mensch-Mensch-Zusammenarbeit?

Computer scheinen uns, was das Thema Kooperation angeht, einen großen Schritt voraus zu sein. Sie arbeiten ohne Vorbehalte zusammen. Der Maschine ist es egal, ob die Daten von einem Windows-, Linux- oder Mac-System kommen. Sie halten Informationen weder zurück noch formulieren sie diese um, um sich einen Vorteil zu verschaffen. Die Folge: Maschinen werden rasend schnell gemeinsam intelligenter.

Dabei ist Zusammenarbeit und Kooperation gerade uns Menschen in die Wiege gelegt. In Gruppen spüren wir eine innere Verpflichtung, dem Miteinander gerecht zu werden. Wir investieren Zeit und Energie, den anderen kennenzulernen und zu verstehen, weil wir ihm dann besser vertrauen können. Wir strengen uns an, Konflikte zu bewältigen. Wir spüren den moralischen Druck, unsere eigenen Interessen hinter das Gruppeninteresse zurückzustellen. Der Grund ist, dass wir gemeinsam weiter kommen als alleine.

Das soziale Gehirn

Das menschliche ist ein soziales Gehirn. Wir haben spezielle Gehirnzellen, mit denen wir das Verhalten unseres Gegenübers voraussehen und uns so auf ihn einstellen können – die sogenannten Spiegelneuronen. Unser Gehirn belohnt uns mit Dopamin, wenn wir gelingende soziale Interaktionen erleben. Und was oft übersehen wird: Wir haben keine angeborene Sperre, was die Kooperation mit Fremden angeht. Wir Menschen können uns mit Menschen arrangieren, zu denen wir noch keine soziale Bindung haben.

Gemeinsam schneller zu besseren Ergebnissen kommen

Die heutige globale und agile Arbeitswelt konfrontiert uns schnell wechselnd mit Menschen unterschiedlicher Kulturen, Disziplinen und Interessen, mit denen wir gemeinsam zu Ergebnissen kommen müssen. Deshalb geht es nun darum, unsere natürliche Kooperationsfähigkeit auf ein neues Level zu heben. Von der kleinen Gruppe, dem überschaubaren Team, in ein neues, größer gedachtes Wir. Denn wir brauchen mehr kooperative und kollaborative Intelligenz denn je. Sie zeigt sich, wenn Individuen intelligent zusammenarbeiten. Also dann, wenn sie in kurzer Zeit etwas schaffen, was ihnen alleine nicht gelingen würde. **Richtig ist:** In Zeiten der Digitalisierung rückt die Mensch-Maschine-Zusammenarbeit in den Fokus. Zeitaufwendige Routinearbeiten – häufig einsame Aufgaben – werden uns von Maschinen abgenommen und oft sogar in besserer Qualität erledigt. Künstliche Intelligenz ist der entscheidende Faktor der technischen Weiterentwicklung. Doch sie hat ihre Grenzen.

Wichtig ist: Für die verbleibenden Aufgaben, wie die Entscheidung, woran die Maschinen überhaupt arbeiten, die Interpretation der Ergebnisse sowie die Entwicklung neuer Ideen, ist die Mensch-Mensch-Zusammenarbeit wertvoller denn je. Zum einen, weil es dazu verschiedener Perspektiven bedarf. Und zum anderen, weil Maschinen etwas Wesentliches fehlt, nämlich Intentionalität, sprich die Fähigkeit, sein Tun bewusst auf ein Ziel auszurichten. Also der eigene Antrieb, zu ler-

nen, sich weiterzuentwickeln und Probleme zu lösen, woraus Fantasie und Kreativität – oder noch besser Kokreativität – entstehen.

Crossfunktionale Zusammenarbeit

Was bliebe von uns übrig, wenn wir all das abziehen, was wir von und durch andere gelernt haben? Was bliebe von all dem übrig, was wir haben, wenn wir das abziehen, bei dem andere mitgewirkt haben? Nicht viel. Kooperation ist der zentrale Treiber menschlicher Entwicklung ebenso wie wirtschaftlichen Fortschritts. Stellen wir uns ein Unternehmen vor, in dem nur Konkurrenz herrscht und keine Kooperation. Das wäre nicht überlebensfähig. Stellen wir uns ein Unternehmen vor, in dem nur Kooperation herrscht und keine Konkurrenz. Ist es nicht genau das, was moderne Organisationsformen anstreben? Das Aufbrechen von Silos, crossfunktionale Zusammenarbeit, Thinktanks, Beweglichkeit, Kollaboration und Kokreativität. Und warum? Weil es das ist, was momentan am besten zu den Anforderungen der Umwelt passt.

Beziehung herstellen

Menschen sind soziale und vor allem emotionale Wesen. Wir lesen die anderen um uns herum, deuten deren Signale. Jeder Sportler, jeder Musiker kennt die Wirkung jubelnder Fans. Es ist deutlich leichter, mit Ansporn über sich hinauszuwachsen als mit Abwertung und Desinteresse konfrontiert zu werden. Unser Gehirn funktioniert in einem positiven sozialen Klima



deutlich besser. Ermutigende und unterstützende Signale helfen uns dabei, unser ganzes Potenzial freizusetzen. Wir schaukeln uns gegenseitig hoch. So entsteht Kollaborativität. Unsere kollaborative Intelligenz steigt, wenn wir genau das einsetzen, was Maschinen nicht haben – unser Herz.

Flexiblen Austausch suchen

Das Homeoffice steht hoch im Kurs. Nicht nur, weil es Flexibilität bringt, sondern auch, um ungestört arbeiten zu können. „Wenn ich könnte, würde ich gar nicht mehr ins Büro gehen.“ Das sagen immer mehr Heimarbeiter. Genau das kann allerdings zum echten Erfolgsverhinderer werden, weil wir uns zu wenig austauschen. Natürlich geht das auch virtuell, aber die persönliche Begegnung, aus der Bindung und Nähe entstehen, kann das nicht ersetzen. Nutzen wir also – und sei es nur ab und zu – die Bürozeiten, um mit anderen wirklich in Kontakt zu treten.

Kommunikation zulassen

Der größte Teil des Lernens findet nicht in Seminaren statt, sondern am Arbeitsplatz. Andere zu fragen oder über eigene Lernerfahrungen zu sprechen, steht in deutschen Büros nicht hoch im Kurs. Doch gerade das fördert den gemeinsamen Lernprozess. Denken und arbeiten wir also „laut“. Tauschen wir uns mit Kollegen aus. Erzählen wir von Erlebnissen, Ergebnissen und von persönlichen Herausforderungen. Indem wir uns aktiv gegenseitig anregen, überwinden wir Probleme und Hindernisse leichter und lernen schneller.

Kooperation wird oft mit Meinungslosigkeit und Leidenschaftslosigkeit verwechselt. Kooperative Intelligenz bedeutet aber gerade nicht, einer vorgegebenen Meinung bedingungslos zu folgen und sich dieser zu unterwerfen. Echte Koopera-

tion braucht starke Ichs, die eine eigene Meinung haben und bereit sind, diese zu teilen, auch wenn sie kontrovers ist. Es braucht Vielfalt, Auseinandersetzung und Querdenker. Was diese starken Ichs besonders auszeichnet, ist Menschenfreundlichkeit und der Wille, zu einer Lösung zu kommen, von der möglichst viele profitieren.

Kontakt



Ulrike Stahl
DAS NEUE WIR
Friedrich-Franz-Straße 19
14770 Brandenburg an der Havel
Tel.: 03381 3159022
info@ulrike-stahl.com
www.ulrike-stahl.com

Infos zur Autorin



SHERA POWER-ARTI

Der Artikulationsgips. Hält, was er verspricht.

NEU

Haftet bombenfest,
auch an glatten
Modelloberflächen.
Einfach anzurühren und fluffig
aufzuschichten.
Jetzt bestellen
unter www.shera.de

