

Webinar

Wie verkaufe ich erfolgreich in Zeiten von räumlicher Distanzierung?



Jörg Staudacher & Michael Bullinger

HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft
in Zürich

SWISSOLAR 

Schweizerischer Fachverband für Sonnenenergie
Association suisse des professionnels de l'énergie solaire
Associazione svizzera dei professionisti dell'energia solare
Swiss Solar Energy Professionals Association

Vorstellung Jörg Staudacher

Dr. Jörg Staudacher

joerg.staudacher@fh-hwz.ch

<https://ch.linkedin.com/in/dr-jörg-staudacher-42999777>

https://www.xing.com/profile/Joerg_Staudacher

<https://fh-hwz.ch/center-institute/fachstelle-sales-distribution/>



Expertise

- Verkauf und Vertrieb
- CRM
- Pricing
- Kundendaten
- Kundenschnittstellen
- Digitale Verkaufstools
- Marketing Performance Management

Werdegang

Berufspraxis

Seit 2017 Leiter des Centers für Sales & Retail an der HWZ. Dozent seit 2000 an Universitäten, Fachhochschulen und Schulen.

Seit 2020 selbständiger Berater. Von 2013-2019 Partner einer Unternehmensberatung in Zürich. Von 2010-2013 Fachexperte für Kundenbeziehungsmanagement in der Konzernzentrale der Robert Bosch GmbH Stuttgart. Von 2005-2010 Consultant/Projektleiter für Unternehmensberatungen in Zürich. Von 2003-2005 Mitgründer eines Online-Marktforschungsunternehmens.

Aus- und Weiterbildung

Studium der Film- und Fernsehproduktion an der Filmhochschule Konrad Wolf in Potsdam. Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin. Promotion am Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement an der Universität Bremen zum Thema Markencontrolling.

Spezialisierung Branchen

Mobility, Financial Services, FMCG, Industrie, TIME und öffentliche Verwaltung.

Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)	
08.30 – 08.40	Check-in und Fragen
08.40 – 09.00	Einrichtung Video-Calls
09.00 – 09.20	Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen
09.20 – 09.30	<i>Pause</i>
09.30 – 10.00	Digitalisierung meines Verkaufs
10.00 – 10.30	Übung - was möchte ich bei mir verändern?
10.30 – 10.40	<i>Pause und Übergabe an Michael Bullinger</i>

Agenda

Teil 2 (Michael Bullinger)

Einstieg und Kurzvorstellung Michael Bullinger

Spezifische Herausforderungen in der aktuellen Corona-Krise

Input Zürcher Verhandlungsmodell und Mechanismen

Behandlung aktueller Fragestellungen der Teilnehmenden (Teil 1)

Pause

Behandlung aktueller Fragestellungen der Teilnehmenden (Teil 2)

Zusammenfassung und Abschluss

Ende des Webinars

Check-in: Lernziele heute

Teil 1

Die Teilnehmenden:

1. können einen Video-Call optimal vorbereiten
2. kennen die unterschiedlichen Stärken und Schwächen von Video-Call-Anwendungen
3. sind vertraut mit der kundenorientierten Ausrichtung einer Firma
4. können die vier Erfolgsfaktoren der Kundenorientierung auf sich anwenden

Teil 2

Die Teilnehmenden:

1. erkennen die Chancen und Risiken in der aktuellen Krisen-Situation.
2. erhalten einen Notfall-Werkzeugkasten für Ihre Kundenverhandlungen.
3. können Ihre aktuellen Fragestellungen einbringen und diese auf der Basis des Zürcher Verhandlungsmodells® besprechen.

Eure Fragen zum Webinar

Bitte nutzt die Chat-Funktion für
eure Fragen während der Präsentation



Ergebnisse Kurzbefragung

2. Wie gut bewertest Du Deine Fähigkeiten im Verkauf über digitale Tools? (1 Anfänger / 5 Profi)

[Weitere Details](#)

24

Antworten

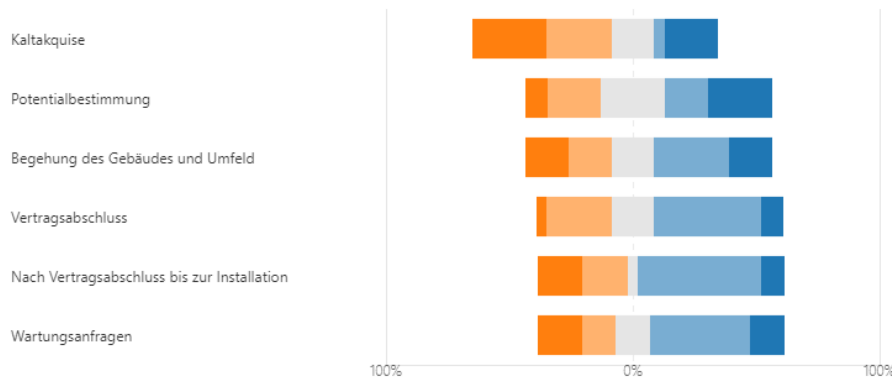
2.71

Durchschnittliche Anzahl

6. In welchen Stufen des Verkaufs möchtest Du die digitalen Tools einsetzen?

[Weitere Details](#)

■ Gar nicht wichtig ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Sehr wichtig



A fool with a digital tool is still a fool

Ein schlechter Prozess digitalisiert, bleibt ein schlechter Prozess



Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)

Check-in und Fragen

Einrichtung Video-Calls

Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen

Pause

Digitalisierung meines Verkaufs

Übung - was möchte ich bei mir verändern?

Pause und Übergabe an Michael Bullinger

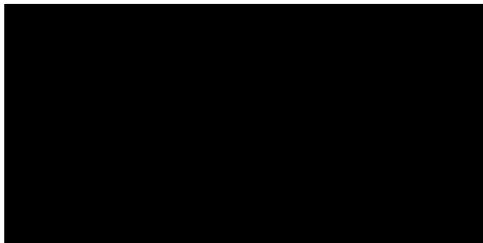
Einrichten

1. Wir sind bei der Arbeit (nur in eigenen Räumen)
2. Unterschied zwischen persönlicher und digitaler Kommunikation (Weichzeichnen)
3. Optimale Kameraausrichtung
4. Ausrüstung
5. Dokumente vorbereiten (Screenshots für den Support)
6. Prozessverständnis gibt Sicherheit
7. Geduld – es klappt irgendwie immer!
8. Datenschutz

(2) Unterschied zwischen persönlicher und digitaler Kommunikation

Persönliche Kommunikation

Telefon



Beim Kunden



Digitale Kommunikation



Mehr Eindrücke – mehr Urteile!

(3) Kamera optimal ausrichten



Ja



Nein

(4) Ausrüstung

Goldstandard



Portreplikator

Achtung Kabel!

Silberstandard



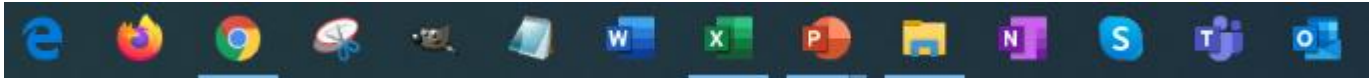
Basic



Viele Produkte in der Schweiz im Moment ausverkauft (Empfehlungen am Ende der Präsentation)

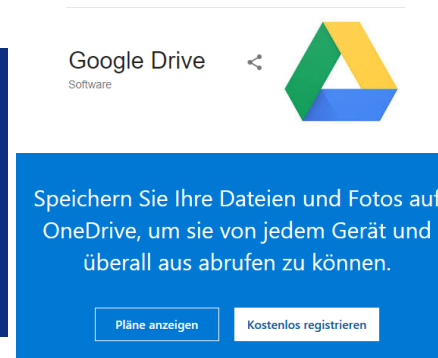
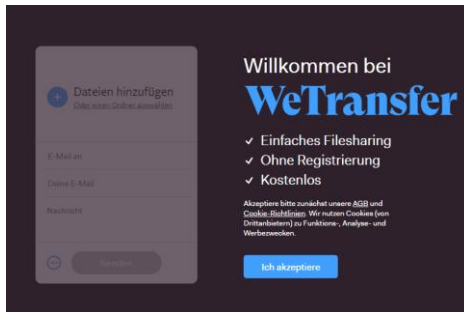
(5) Dokumente vorbereiten

1.) Startleiste für schnelles Arbeiten



2.) PDFs vorbereiten (mit Ausfüllfunktion - kostenpflichtig)

3.) Daten teilen



Screensharing

Emails

4.) Screenshots vorbereiten, um Kunden zu unterstützen

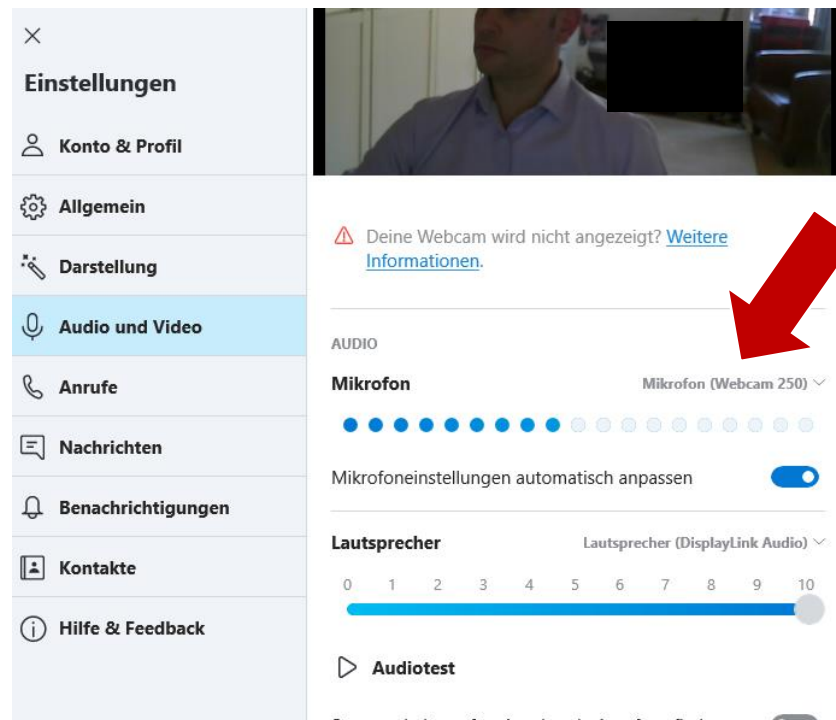
Einrichtung IT

Prozess

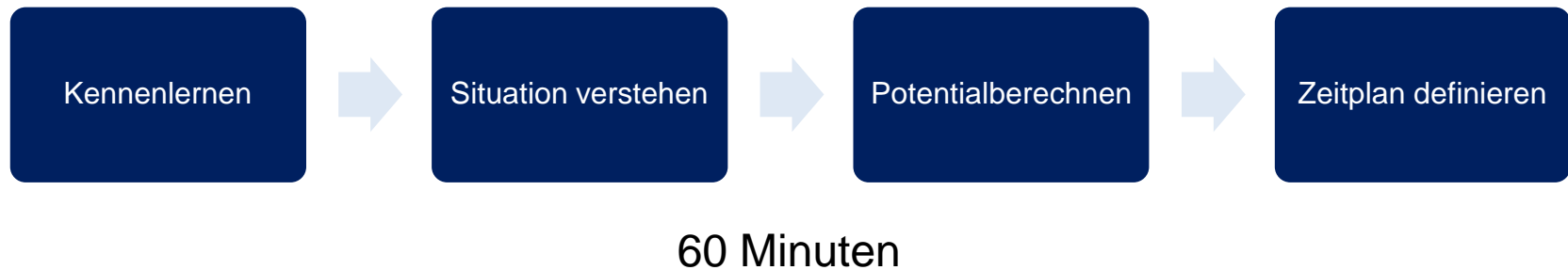
Wichtige Informationen

(5) Dokumente vorbereiten (Beispiel Screenshot für das Einrichten der Kamera)

Helfen bei der Verbindung



(6) Prozessverständnis gibt Sicherheit (Zeitungumfang)



(7) Geduld – es klappt irgendwie immer



Hey.... can you see me!

(8) Datenschutz

1. Grundsätzlich ist der Datenschutz in der Schweiz weniger stark als in der EU.
2. Wichtig ist, die schriftliche Zustimmung zur Datennutzung von Email, Skype, WhatsApp Messages in die Verträge im Zeitablauf zu integrieren. Auch wenn Bilder vom Eigenheim geteilt oder gesendet werden.
3. Aufnahmen sind nur mit ausdrücklicher Bewilligung durchzuführen. (Bestätigungsemail!)

Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)

Check-in und Fragen

Einrichtung Video-Calls

Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen

Pause

Digitalisierung meines Verkaufs

Übung - was möchte ich bei mir verändern?

Pause und Übergabe an Michael Bullinger

Grundsätzlich gibt es zwei Welten



Gmail, Docs, Drive und Google Kalender für Unternehmen

Die G Suite bietet Ihnen alles, um jederzeit erstklassige Arbeit zu leisten – und zwar sowohl am Computer als auch auf dem Smartphone oder Tablet.



JETZT STARTEN

Individuelle Zusammenstellung führt zu Effizienzverlusten

Bspw. Apple Mail/Calendar + Zoom + Dropbox

Beurteilung Interaktionsanwendungen

WhatsApp	Google Duo / Apple Facetime	Google Hangouts	Skype	Jitsi	Zoom	MS Teams (Skype for business)
Umsonst	Umsonst	Umsonst	Umsonst	Umsonst	Kostenpflichtig (ab 40 Min.)	In Office 365 integriert
Handy	Handy	Handy	Computer/ Handy	Computer/ Handy	Computer/ Handy	Computer/ Handy
X	X	X	Screensharing	Screensharing	Screensharing	Screensharing
X	X	X	X	Gemeinsam Dokumente bearbeiten	Gemeinsam Dokumente bearbeiten	Gemeinsam Dokumente bearbeiten
Anruf	Anruf	Anruf	Anruf	Kommunikations-plattform	Kommunikations-plattform	Kommunikations-plattform
X	X	X	X	X	Dateispeicher	Dateispeicher



Vielen Kunden besitzen Apple-Devices!

Appdownload notwendig oder WhatsApp

Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)

Check-in und Fragen

Einrichtung Video-Calls

Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen

Pause

Digitalisierung meines Verkaufs

Übung - was möchte ich bei mir verändern?

Pause und Übergabe an Michael Bullinger

Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)

Check-in und Fragen

Einrichtung Video-Calls

Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen

Pause

Digitalisierung meines Verkaufs

Übung - was möchte ich bei mir verändern?

Pause und Übergabe an Michael Bullinger

Wer kann die meisten Fragen am besten beantworten? – die Kunden!



Optionen:

Anrufen – keine Skala schwer auszuwerten/ Zeitintensiv

Brief – Kosten und umständlich

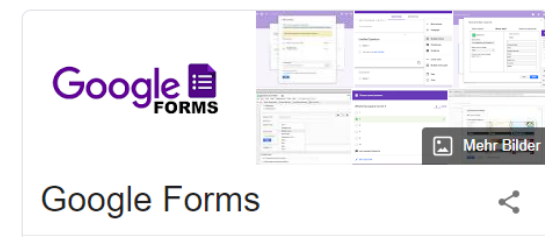
Onlinebefragung:

Ergebnisse für

[SurveyMonkey \(Unternehmen\)](#)

Eigentümer: Private Equity

Hauptstandort: Vereinigte Staaten

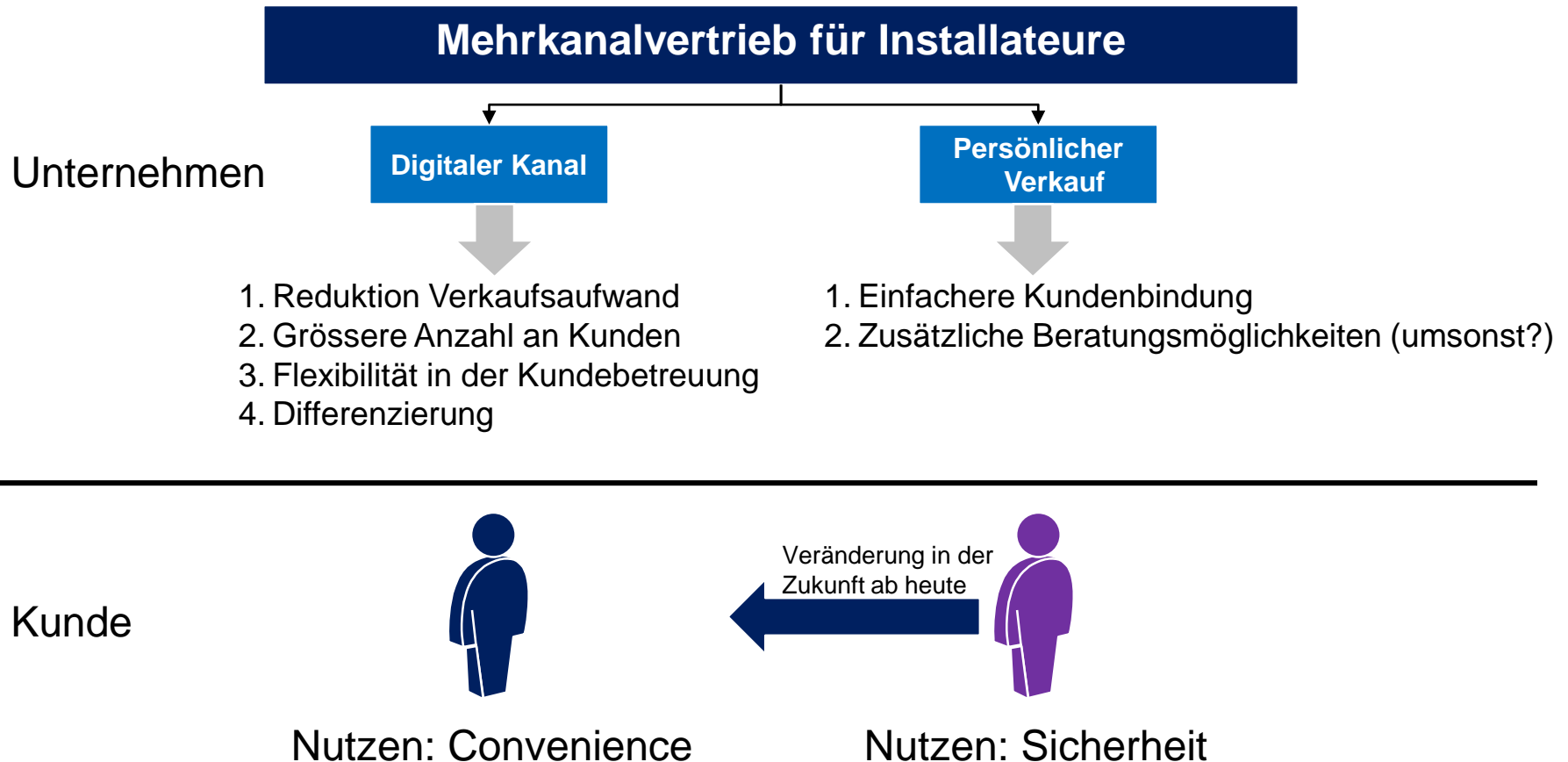


Es gibt keine Digitalisierung sondern nur eine stärkere Kundenorientierung

Dimensionen der Kundenorientierung	Beispiele für die Solarbranche
Customer Value-based Decision Making	<ol style="list-style-type: none">1. Segmentierung und segmentspezifische Bearbeitung2. Kundenwert auf Basis eines Scoringmodells
Transformation	<ol style="list-style-type: none">1. 1.5 jähriger Transformationsprozess2. Integrative Systemlandschaft
Co-Creation	<ol style="list-style-type: none">1. Kunde führt Begehung alleine durch2. Kunde stellt Angaben für Offerte bereit3. ...
Kundenmanagement	<ol style="list-style-type: none">1. Wie positionieren wir uns?2. Was bieten wir für ein einzigartiges Erlebnis?

Ausgangslage

Alles nur eine Frage des Kundennutzens und der Kompetenzen, nicht der Technologie



Kundensegmentierung als Basis für den Einsatz von digitalen Tools

(0) Warter



(1) Unsicheren



(2) Profis



Warten erstmal ab

Kollaboration limitiert

Alle Möglichkeiten nutzbar

Werden abwiegeln.
Aber ab Sommer auch
neue Methoden nutzen,
wenn es nicht anders
geht

Empfehlung:
Datengewinnung für
den späteren Verkauf

Empfehlung:
WhatsApp
(google Duo/Facetime)
oder Kunde digitalisieren

Empfehlung:
MS Teams +
One drive / Dropbox +
WhatsApp für Begehungen
und Tonübertragen, wenn kein
Laptop vorhanden

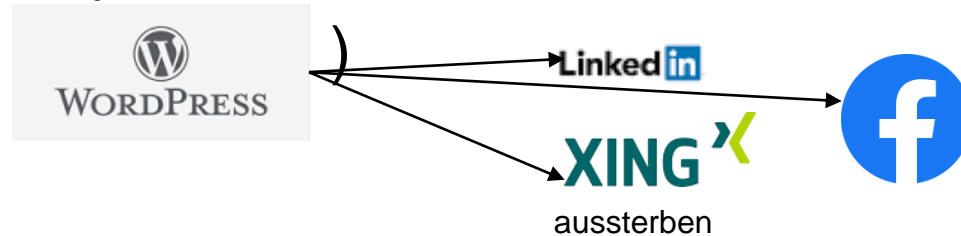
Für den optimalen Verkauf immer ein Kundenscoring als Grundlage aller Entscheidung

			Kunde I		Kunde II		Kunde III	
		Gewichtungen	Bewertung	Scores	Bewertung	Scores	Bewertung	Scores
Quantitative Parameter	Kundenumsatz	20	6	120	5	100	4	80
	Kundendeckungsbeitrag	30	8	240	7	210	6	180
	Serviceintensität	15	3	45	3	45	5	75
	Bedarfsvolumen	10	5	50	6	60	4	40
	Lieferanteil	10	3	30	4	40	3	30
	Lieferkontinuität	5	4	20	7	35	6	30
	Bonität	10	3	30	3	30	8	80
I		Summe quantitative Scores	100	53,5% 535	52% 520	51,5% 515		
Qualitative Parameter	Kundentreue	10	4	40	3	30	4	40
	Kooperationspotenzial	15	6	90	7	105	2	30
	Weiterempfehlungspotenzial	5	4	20	5	25	6	30
	Strategische Bedeutung	20	3	60	6	120	9	180
	Entwicklungspotenzial	20	5	100	3	60	10	200
	Innovationspotenzial	15	3	45	2	30	3	45
	Kundenzufriedenheit	15	6	90	4	60	7	105
II		Summe qualitative Scores	100	44,5% 445	43% 430	63% 630		
III		Scores insgesamt (200)		49% 980	47,5% 950	57,25% 1145		

<https://www.deutsche-handwerks-zeitung.de/kunden-scoring-wen-will-ich-wiederhaben/150/3099/49487>

Integrative Systemlandschaft

Contentmanagement System mit Anbindung an Social Media und CRM-System (



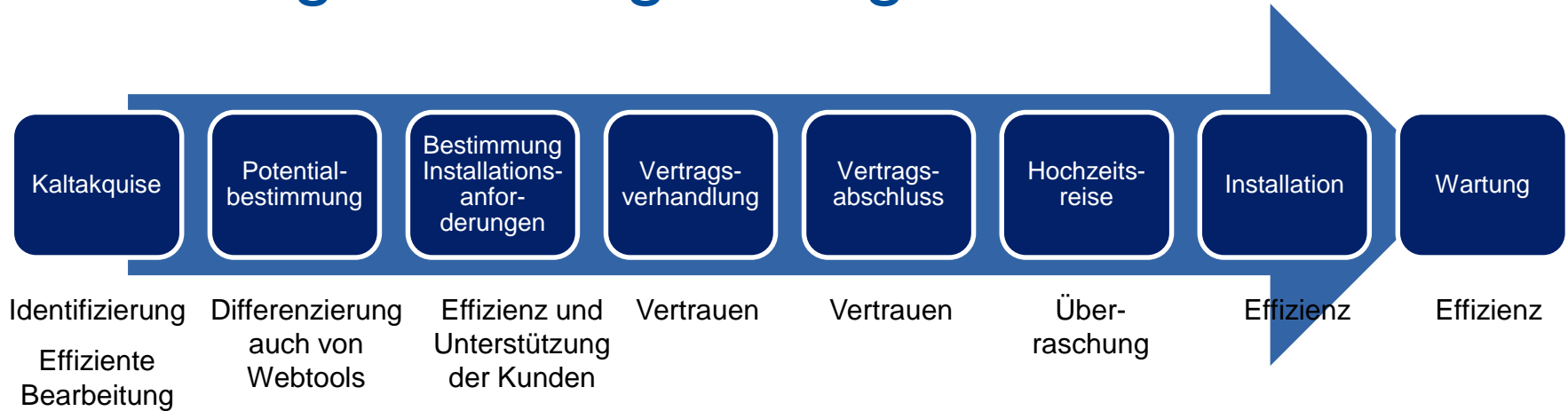
Nicht vergessen SEO/SEA und Google My Business

Zwingend ist ein leistungsfähiges cloudbasiertes CRM-System in Hintergrund

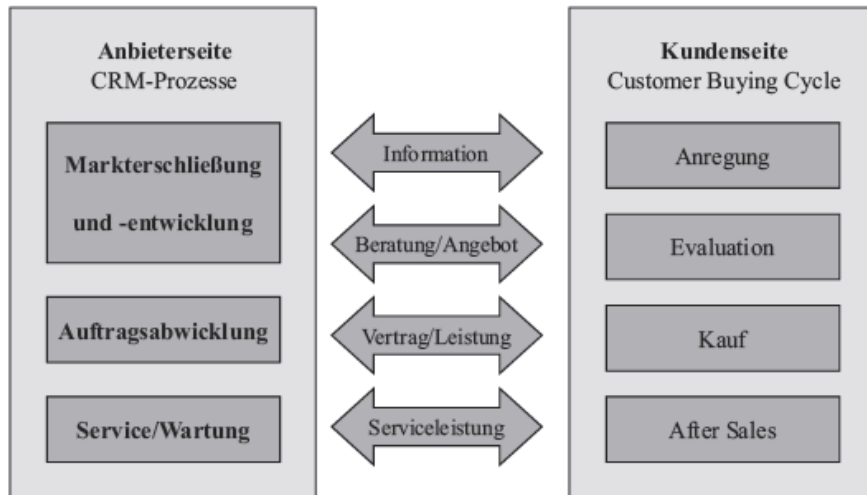


<https://mopinion.com/de/top-15-der-besten-crm-software-fur-kleine-unternehmen-kmu/>

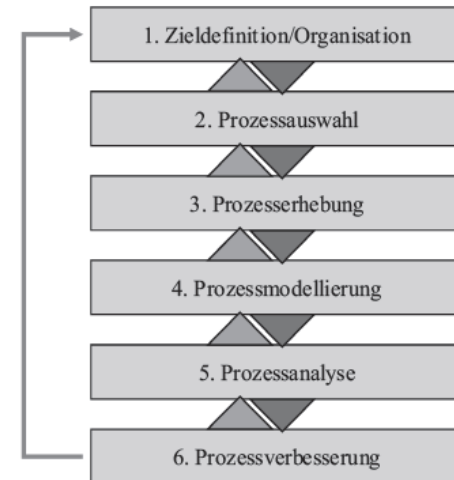
Kundenmanagement von erklärungsbedürftigen Angeboten



Anbieter- und Kundenseite



Prozessanalyse



Quelle: Hippner/Hubrich/Wilde – Grundlagen des CRM (2011) 3. Aufl. S. 97.

Agenda

Teil 1 (Jörg Staudacher)

Check-in und Fragen

Einrichtung Video-Calls

Vorstellung einzelner Video-Calls-Anwendungen

Pause

Digitalisierung meines Verkaufs

Übung - was möchte ich bei mir verändern?

Pause und Übergabe an Michael Bullinger

Übung



1. Wie möchtest Du grundsätzlich die Kundenorientierung verbessern?
 1. Bei welchen Prozessen kannst Du durch Technologie den Kunden einen Mehrwert bieten?
 2. Wo kann der Kunde Dich bei Deiner Arbeit unterstützen (Effizienzvorteile)?
2. Welche neuen Managementmethoden möchtest Du einführen?
3. Welche Systeme/Anwendungen möchtest Du einführen?
4. Wie kommunizierst/ stellst Du die Unterschiede dar, damit der Kunde dies wahrnimmt und Du Dich differenzierst?

Comments, Feedback, Questions,?



Vielen Dank und Übergabe an Michael Bullinger – bitte nutzt den Zoom - Link



Materialempfehlungen

Headset: JABRA Evolve 65 MS Stereo Headset inkl. Ladestation

<https://www.microspot.ch/de/tv-audio/kopfh%C3%B6rer/kopfh%C3%B6rer-headset--c163000/jabra-evolve-65-ms-stereo-headset-inkl-ladestation--p0001355107>

Videokamera: LOGITECH C925e

<https://www.microspot.ch/de/computer-gaming/peripherie/webcams--c554000/logitech-c925e--p0001189314>

Portreplikator: HP Portreplikator USB 3.0

<https://www.microspot.ch/de/computer-gaming/notebooks/notebook-dockingstation--c411200/hp-portreplikator-usb-3-0-displayport-hdmi-rj-45-lan-2-x-usb-3-0-typ-a-4-x-usb-2-0--p0001245858>

Laptop: MICROSOFT Surface Pro (Computer und Tablet + Stift zum zeichnen)

<https://www.microspot.ch/de/mobiltelefon-tablet-wearables/tablet-ebook/tablets--c512000/microsoft-surface-pro-x-13-256-gb-schwarz--p0001925375>