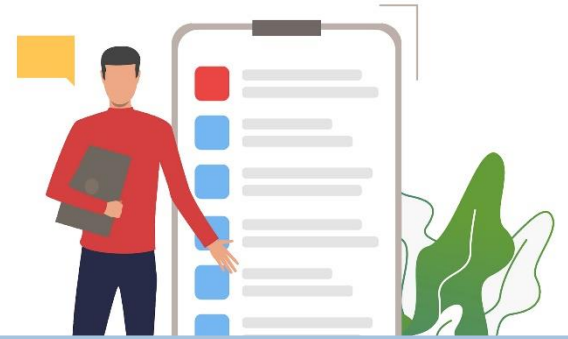


Live-Webinare



Professionell im Umgang mit Webkonferenzen



- Die gängigsten Webkonferenz-Systeme (Zoom, Skype, MS Teams, Jitsi)
- Struktur einer Webkonferenz
- Vorbereitung einer Webkonferenz
- Die Einladung als Vorbereitung zur digitalen Konferenz
- Der Einladungsprozess
- Der digitale Arbeitsplatz
- Die praktische Vorbereitung auf den digitalen Kundentermin
 - Generalprobe und Technikcheck
 - Räumlichkeiten, Arbeitsplatz und Bildschirm vorbereiten
- Durchführung einer Webkonferenz
 - Der digitale Empfang
 - Die professionelle digitale Eröffnung des Kundentermins
 - Moderation und Rahmenbedingungen
 - Digitales Präsentieren in Webkonferenzen
 - Nachbereitung einer Webkonferenz
- Die Videokonferenz
 - Die richtige Position der Webcam
 - Die richtige Beleuchtung
 - Die Wahl des Bildhintergrunds
 - Ton und Geräuschkulisse

Wirkungsvoll im digitalen Auftritt



- Die digitale Bühne
- Die Regeln der Inszenierung
- Einen Online-Auftritt gestalten
- Zielsetzungen und Inszenierungsmöglichkeiten
- Die eigene Wirkung im digitalen Auftritt
- Umgang mit Nervosität und Lampenfieber
- Digitale Wirkung vs. physische Nähe
- Blickkontakt mit dem Kunden über die Webcam
- Mimik bei Präsentationen
- Körpersprache vor der Kamera
 - Sitzpositionen und deren Wirkung
 - Gesten vor der Kamera
 - Arme und Hände
- Digitale Distanzonen
- Kleidung und ihre Wirkung
- Sprechen vor der Kamera
- Der Ton und die Stimme
- Hintergründe und ihre Wirkung
- Mit Hintergründen Statements setzen
- Natürlicher und virtueller Hintergrund - Einsatzmöglichkeiten

Einzigartig bei der digitalen Unternehmenspräsentation



- Psychologische Faktoren bei digitalen Präsentationen
- Die digitale Unternehmensvorstellung - Aufbau und Bestandteile
- Aufmerksamkeits- und Wirkungskiller
- Die Psychologie der Gemeinsamkeiten
- Gemeinsamkeiten und Schnittstellen darstellen
- Durch Struktur, Plausibilität und Verbindlichkeit zur Geschäftsanbahnung
- Bildhafte Kommunikation / Visualisierung in Webkonferenzen
- Möglichkeiten der Unternehmensvorstellung
 - Der Prozess der Leistungserbringung
 - Der digitale Elevator Pitch
 - Der Kunde im Mittelpunkt
 - Das Fallbeispiel in 4 Schritten
 - Ein Bild, um das sich alles dreht
 - Der Beschaffungs-Bestellprozess als Vorteilspräsentation
 - Die Referenz als Fallbeispiel

Kaufen lassen mit der digitalen Bedarfsanalyse



- Methodik der online durchgeführten Bedarfsanalyse
- Zielsetzung einer digitalen Bedarfsanalyse
- Erfolgsfaktoren einer digitalen Bedarfsanalyse
- Die Einbindung des Kunden in den Analyseprozess
- Die Erfolgsformeln für Kaufentscheidungen
- Mangel und Problembewusstsein in Bezug zur Relevanz stellen
- Die digitale Dokumentation in der Bedarfsanalyse
- Bedarfsweckende und zirkuläre Fragen
- Unterschiedliche Fragetypen in der digitalen Anwendung
- Die SAFE-Methode zur Ermittlung des Hauptkaufmotivs
- Die digitale Verarbeitung und Darstellung des Kundenbedarfs als Ausgangsbasis für die Zusammenarbeit
- Der Original-Ton des Kunden
- Den Kundenbedarf clustern und visualisieren
- Verbindlichkeit in der Bedarfsanalyse schaffen
- Die Bedarfsanalyse als Ausgangsbasis für das Leistungsangebot

Abschlussicher in der digitalen Angebotspräsentation



- Vorteile einer digitalen Angebotspräsentation
- Struktur und Ablauf einer digitalen Angebotspräsentation
- Psychologische Faktoren der digitalen Angebotspräsentation
- Exkurs: Sind unsere Angebote noch zeitgemäß?
- Der Original-Ton des Kunden als Basis des Leistungsangebots
- Angebot vs. Angebotspräsentation
- Der Kunde als Mitgestalter Ihres Angebots
- Plausibilität und Lösungsableitungen beim Angebot
- Einstiege in die digitale Angebotspräsentation
- Mit Kundenanforderungen das Angebot gestalten
- Ihre Lösung als Maßanzug für den Kunden aufbereiten
- Der Kunde als Mittelpunkt Ihres Angebots
- Lösungen einfach und nutzenorientiert in digitaler Form präsentieren
- Gegenüberstellung von Kundenbedarf und Lösungsangebot
- Möglichkeiten der Lösungsdarstellung
- Abschluss bei der digitalen Angebotspräsentation
- Abschlusspsychologie