

Hier ist deine PDF für die 7-Tools, die man unbedingt braucht!

Hallo,

gehörst du zu denjenigen, die häufig Termine vereinbaren müssen? Dann kennst du sicherlich auch diese Hürden im Terminprozess:

- **Es zieht sich ewig hin:** Mehrere E-Mails und Anruf-Versuche gehen hin und her, bis der Termin endlich steht.
- **Zeit verschenkt:** Du hast den Termin akribisch vorbereitet, den Zeitslot geblockt, doch dein Interessent hat den Termin versemelt und ist nicht da.
- **Langwierige Termine:** In jedem Termin fängst du bei Null an zu erklären, wer du bist und was dein Produkt / deine Dienstleistung so besonders macht.
- **Zeit zum Nachfassen fehlt:** Nach dem Termin fehlt dir die Zeit, um angemessen nachzufassen oder das E-Mail- und Telefon-Ping-Pong beginnt von vorne.

→ **Dir gehen Zeit und Umsätze durch die Lappen ...**

Viel zu viel oft? tauscht man Zeit gegen Geld!

Hier in dieser PDF stelle ich dir 7-Tools vor, mit denen du dem Termin-Ping-Pong **absagst?**

Eins vorab, ich habe ein Webinar erstellt, in dem ich dir zeige, wie man sein Offline-Business auf Online umstellt.

Hier auf dieser Seite kannst du dich ganz unverbindlich dafür anmelden:

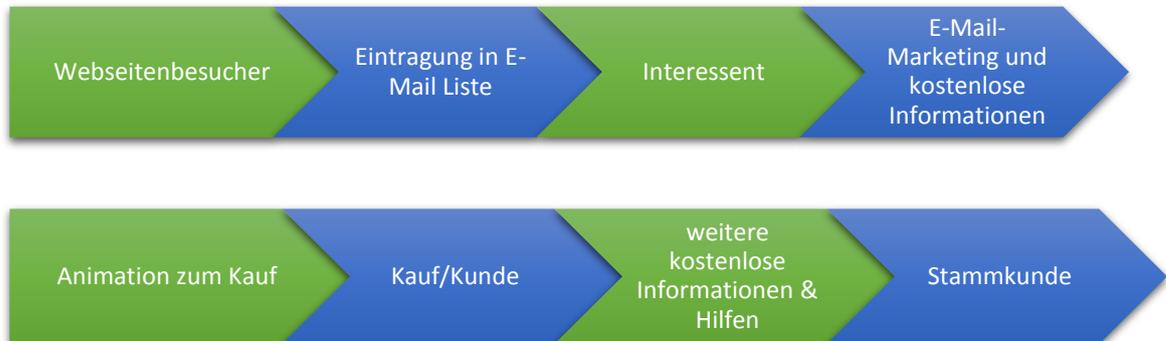
[Hier klicken!](#)

Folgende Tools stelle ich dir in dieser PDF vor.

1. [Klick-Tipp](#)
2. [Terminpilot](#)
3. [Zoom](#)
4. [DocuSign](#)
5. [Trello](#)
6. [Provenexpert](#)
7. [Webinaris](#)

Klick-Tipp

Klick-Tipp ist ein professionelles E-Mail-Marketing Programm. Wer E-Mail-Marketing nicht kennt, versteht es vielleicht einfacher mit dieser Grafik:



Mit Klick-Tipp kann man einfach gesagt Newsletter versenden. Das ist aber die kleinste Funktion.

Klick-Tipp nutzt eine Tag-basierte Liste. Das bedeutet, man kann jeden Nutzer richtig markieren und einsortieren.

Somit ist die E-Mail-Liste kein "Kuddel-Muddel", sondern richtig aufgeräumt und man behält den Überblick.

Man kann z.B. eine Geburtstagskampagne anlegen. In dieser wird dem Kunden immer pünktlich und personalisiert eine E-Mail gesendet.

Das sind aber alles kleine Kampagnen. Wir wollen Klick-Tipp dazu nutzen, unsere Kunden zu informieren.

Wir stellen uns vor, ein Kunde interessiert sich für eine Berufsunfallversicherung. Nun kann er sich entweder auf unserer Webseite über einen Link direkt in unsere Kampagne eintragen oder wir schicken ihm eine E-Mail mit einem Link dazu.

Jetzt übernimmt Klick-Tipp die komplette Automatisierung.

Natürlich müssen wir diese Kampagne davor anlegen, aber das ist gar nicht so schwer.

Der Kunde wird als aller erstes natürlich begrüßt und erhält die ersten Infos zur BU. Natürlich kriegt der Kunde nicht alle Infos auf einmal.

Nun wird er in eine kurze Wartesequenz geschickt. Die Zeit, die der Kunde warten soll, ist von 10 Sekunden bis über 100 Tage möglich.

Man muss hier ein bisschen rumprobieren, aber mit einem Tag in der Wartesequenz für die nächste E-Mail ist nicht viel falsch gemacht.

Jetzt erhält der Kunde seine zweite E-Mail mit weiterführenden Infos zur BU. Wieder eine Wartesequenz.

Nächste E-Mail.

Nächste Wartesequenz.

Wir können das natürlich so oft machen wie wir wollen, aber so etwa 3 - 5 E-Mails sollten es schon sein.

Hier muss man einfach ein bisschen rumprobieren.

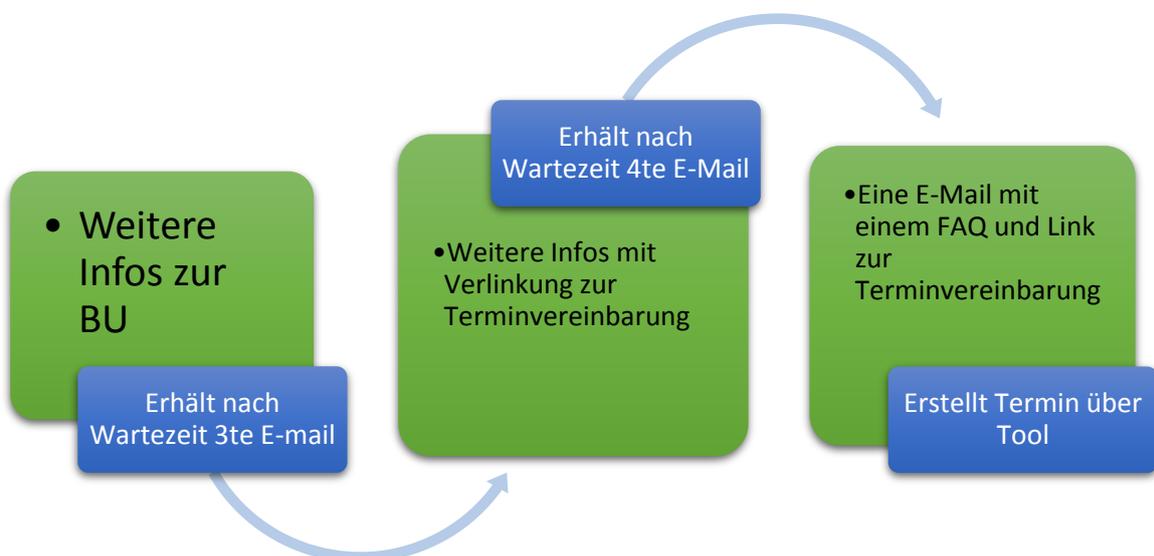
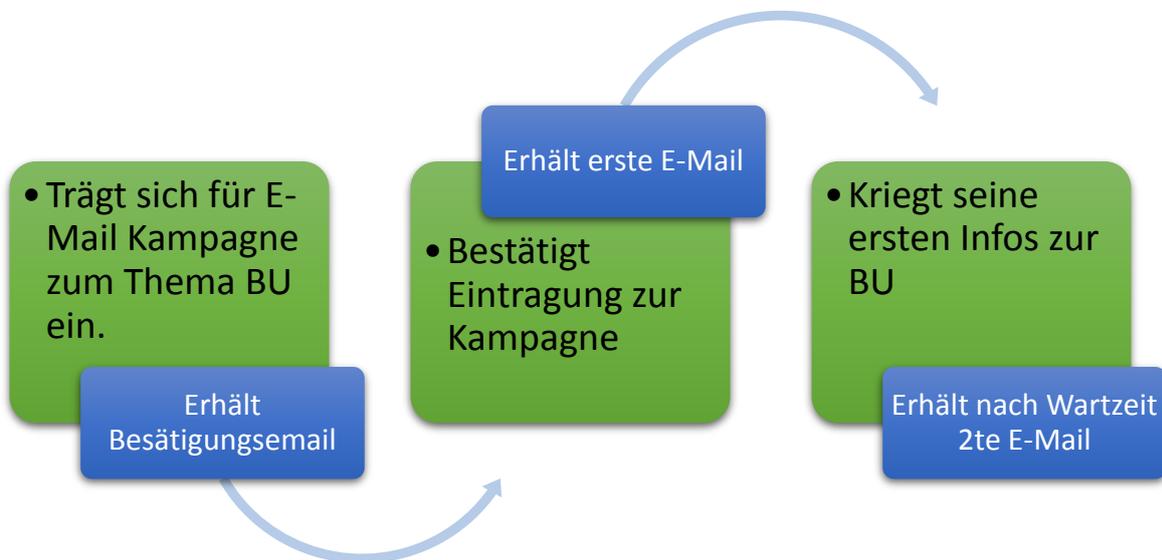
Als letztes ist eine E-Mail mit den FAQ zur BU am besten.

Was erreichen wir aber durch diese Automatisierung?

Der Kunde wird über uns und unser Produkt informiert, ohne, dass wir Zeit dafür aufwenden müssen.

Das bedeutet, wir selektieren die Kunden.

Der Kunde, der Interesse hat und in der Kampagne bleibt, oder der Kunde der kein Interesse daran hat.



Wenn jemand kein Interesse hat ist er für uns nicht interessant und wir verschwenden, dank der Automation, keine Zeit mit ihm.

Der nächste wahnsinnig gute Punkt ist:

Der Kunde benötigt bei einem Termin bei uns wesentlich weniger Zeit, als wenn er davor keine Informationen erhalten hätte.

Die Informationen, die der Kunde über die Automation erhalten hätte, müsstest du sonst in einem Termin bereitstellen.

Und Zeit ist unser wichtigstes Gut.

Hier nochmal der Link zu Klick-Tipp:

[Zu Klick-Tipp](#) (Ich empfehle euch natürlich das Webinar anzusehen)

Aber, wie kommt der Kunde von der Kampagne zu uns für einen Termin? Das behandeln wir mit dem nächsten Tool, das uns bei der Terminvereinbarung hilft. Das unser Termin-Ping-Pong endlich beendet.

Terminpilot

Terminpilot spart uns wahnsinnig viel Zeit!

Wir nutzen Terminpilot, damit unser Kunde direkt nach der Informationskampagne einen Termin bei uns buchen kann.

Wie funktioniert das?

In unserer letzten E-Mail, die wir unserem Kunden zusenden, verpacken wir einen Link. Mithilfe dieses Links kommt der Kunde auf unsere Terminbuchungsseite. Natürlich kann man auch schon eine E-Mail vorher darauf hinweisen, dass der Kunde sich einen Termin bei uns buchen kann.

(Natürlich schreiben wir das in der E-Mail so, damit der Kunde auch daraufklicken will.)

Die Buchungsseite erstellen wir bei Terminpilot. Hier können wir ganz einfach unsere Arbeitszeiten eingeben und verschiedene Termine erstellen.

Wir könnten jetzt direkt einen Termin erstellen z.B. Berufsunfallversicherung Termin.

Wenn der Kunde auf unserer Buchungsseite ist, kann er direkt auf den Button für den BU-Termin klicken. Im nächsten Schritt sucht der Kunde sich in unserem Terminplan einen freien Termin aus.

Jetzt gibt der Kunde seine persönlichen Daten an. Danach wählt er den Ort des Termins. Man hat natürlich als Kunde auch die Möglichkeit einen Auswärtstermin zu vereinbaren. (Natürlich nur, wenn wir diese Möglichkeit freigeschaltet haben.)

Wenn das alles erledigt ist, steht der Termin fest im Kalender. Diesen kann man auch z.B. mit Outlook verbinden. Das bedeutet, wenn ihr selbst einen Termin bei Outlook eingibt, wird dieser automatisch auf Terminpilot übertragen und anders herum.

Das absolut interessante und wirklich wichtige Feature ist aber die Benachrichtigungsmöglichkeit.

Man kann seinen Kunden per SMS, E-Mail oder sogar Postkarte an seinen Termin erinnern. Das Ganze stellt man im Voraus ein, z.B. wenn der Kunde seinen Termin eingetragen hat erhält er eine SMS:

Sehr geehrter Herr Mustermann,
hiermit bestätigen wir Ihren Termin am XX.XX.XXXX um XX:XX Uhr.
Bitte bringe Sie noch folgende Unterlagen mit:

.....

Das gleiche kann er auch als E-Mail erhalten. Das kann man selbst einstellen.
Die nächste wichtige SMS sendet man z.B. eine Stunde vor dem Termin, damit der Kunde den Termin nicht vergisst.

Wenn das alles einmal eingestellt und aufgebaut ist muss man so gut wie keine Zeit mehr mit Terminvereinbarungen verschwenden.

Natürlich gibt es bei Terminpilot die Möglichkeit, Kalender für mehrere Mitarbeiter zu erstellen oder auch Orte mehrerer Büros einzugeben.

Jetzt hat man einen absolut top informierten Kunden vor sich sitzen, der absolut begeistert ist von der Technik.

Die Terminzeiten ändern sich teilweise drastisch, man muss nämlich nicht mehr jedem Kunden dasselbe erzählen. Alle werden vorab über die Kampagne informiert und benötigen somit nicht mehr so viel Zeit. Es gibt Berichte von bis zu 90% weniger Zeiteinsatz.

Hier nochmal der Link zu Terminpilot:

[Hier klicken für Terminpilot](#)

(Ich empfehle euch natürlich an diesem Webinar teilzunehmen)



Zoom

Wie könnte man jetzt seinem Kunden ein „persönliches Gespräch“ anbieten, ohne dass der Kunde zu uns kommen muss oder wir zu ihm.

Denn eigentlich will jeder Kunde noch sein persönliches Gespräch mit uns haben, aber nicht nur der Kunde, sondern auch wir selbst. In einem persönlichen Gespräch kann man den Kunden natürlich am besten von seinem Angebot überzeugen.

Wie jeder weiß, gibt es mittlerweile tausende Tools für eine "Online-Konferenz".

Wenn jemand Microsoft Teams auf seinem PC hat, kann er das natürlich gerne nutzen. Ich empfehle aber einfachere Tools wie Zoom.

Der Vorteil von Zoom ist, dass es kinderleicht bedient werden kann und gut funktioniert.

Wir können jetzt unseren Kunden zu einem Zoom-Meeting einladen.

Der Kunde muss dazu nichts herunterladen, sondern nur einen Link anklicken, den man ihm per E-Mail schickt.

Somit nimmt er automatisch an der Konferenz teil.

Jetzt können wir per Webcam dem Kunden unser Gesicht zeigen und seine Fragen ganz einfach beantworten.

Wir können das Ganze natürlich auch in unserem Tool Terminpilot anbieten. Wir richten einfach einen Termin „Online Gespräch“ ein. Das ist auch für den Kunden angenehm, da er nicht von zu Hause weg muss, sondern einfach zu Hause bleiben kann.

Wir haben natürlich auch die Funktion, unseren Bildschirm zu teilen.

Viele kennen das, aber für die, die nicht wissen was das ist, erkläre ich es.

Bildschirm teilen ist nichts anderes, als dem Kunden das Bild, das man selbst an seinem Bildschirm sieht, zu teilen.

Somit sieht er, wenn wir einen Vertrag direkt am Bildschirm erstellen.

Natürlich kann man auch eine Folie zum Erklären vorbereiten und diese den Kunden sehen lassen und anhand dieser erklären.

Mit Zoom kann auch ein Meeting mit Kollegen erstellen werden.

Somit kann man ganz einfach und schnell Sachen abklären. Das ist natürlich nicht nur auf zwei Leute begrenzt, man kann auch sein ganzes Team dazu einladen.

In der heutigen digitalen Zeit sollte man sich selbst dazu überreden, die Tools der Digitalisierung zu nutzen. Die Kunden kennen es meist schon von ihrer Arbeit, also sollten wir es auch nutzen und es anbieten.

Hier gehts zu Zoom:

[Hier klicken!](#)



DocuSign

Wie könnten wir es jetzt aber erledigen, dass der Kunde nicht mal mehr zu uns zum Unterscheiden kommen muss?

Wir wollen unseren Betrieb digitalisieren, also nutzen wir doch auch am besten die Möglichkeit, digital zu unterschreiben. Egal ob Smartphone, Tablet oder der Computer Zuhause.

Wie ist das möglich?

Mit DocuSign.

Mit DocuSign können wir oder der Kunde ganz einfach unterschreiben.

Wie funktioniert DocuSign?

Man erstellt einen Account bei DocuSign. Am Anfang natürlich alles kostenlos und man kann es super testen.

Wenn man selbst oder für einen Kunde etwas digital unterschreiben will, kann man ganz einfach das Dokument hochladen und unterschreiben. So muss man nicht mal mehr Dokumente nur zum Unterschreiben ausdrucken. Super oder?

Wie macht man das Ganze, wenn der Kunde unterschreiben will?

Man lädt das Dokument zu DocuSign hoch. Ist das Dokument gut erstellt, erkennt DocuSign selbst die Felder auf denen man unterschreiben muss. Wenn das nicht klappt, ist das aber auch kein Problem. Das Dokument kann man auch selbst bearbeiten.

Somit kann man nicht nur kennzeichnen, auf welchen Feldern man unterschreiben muss, sondern auch Felder erstellen wie z.B. Datum, Ort oder einfach nur ein Textfeld, in dem der Kunde reinschreiben kann, was er will. (z.B. wenn der Kunde in einem Feld seinen Arbeitgeber reinschreiben muss.)

Wenn man alle Felder gekennzeichnet hat, kann man das Dokument dem Kunden zusenden.

Wie aber unterschreibt der Kunde jetzt das Dokument?

Das ist absolut einfach!

Es funktioniert auch absolut auf jedem Gerät, ob Handy, PC oder Tablet.

Der Kunde erhält nun eine E-Mail mit der Aufforderung zu unterschreiben und klickt den Link in dieser E-Mail an. Jetzt kann er die Textstellen ausfüllen oder eben die "Unterschrift"-Stellen signieren. Bei einem Handy oder Tablet macht er das Ganze mit seinem Finger, am PC per Maus.

Hat er das abgeschlossen, erhält er sein unterschriebenes Dokument per E-Mail. Wir selbst erhalten es in unserem Account bei DocuSign.

Man kann das Ganze nun herunterladen.

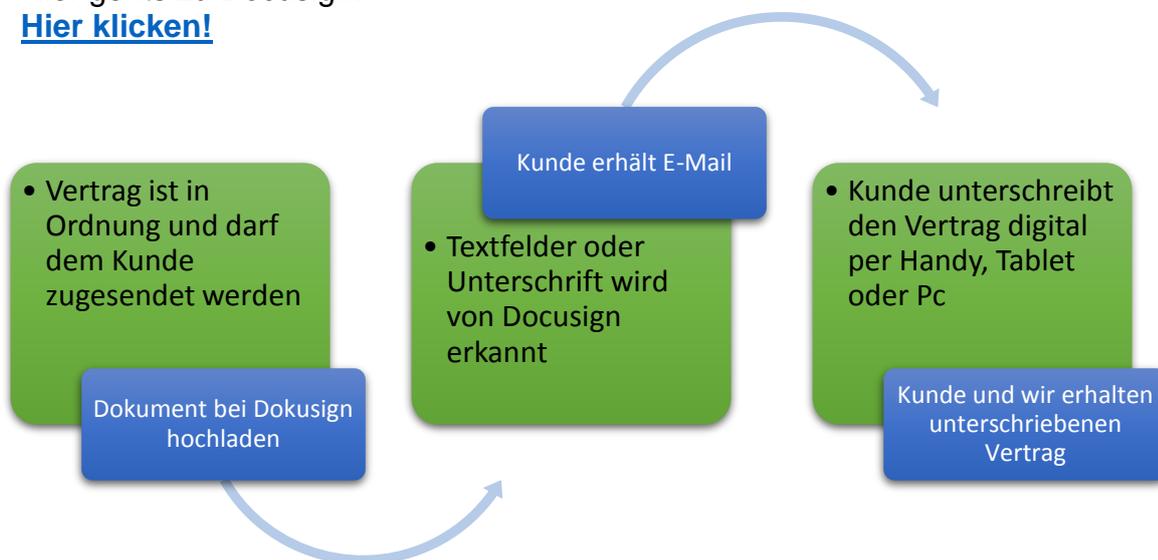
Die Unterschrift hat eine ID und kann auch nachverfolgt werden. Somit ist das Ganze natürlich auch rechtlich sicher.

Nach einem „persönlichen Gespräch“ per Videokonferenz können wir dem Kunden direkt im Anschluss den Vertrag per E-Mail zusenden. Er kann ihn unterschreiben und wir haben einen Vertragsabschluss komplett ohne persönliches Treffen erledigt.

Wenn man so digitalisiert ist, wirkt das natürlich auch auf den Kunden. Im positiven Sinne natürlich.

Hier gehts zu DocuSign:

[Hier klicken!](#)



Trello

Wir sind jetzt sehr gut in der Digitalisierung aufgestellt, aber es gibt Themen die sollte man nicht außer Acht lassen.

Wir müssen uns natürlich organisieren und was für Hilfen gibt es zum Organisieren?

Als Beispiel möchte ich euch Trello vorstellen.

Trello funktioniert als App am Handy oder auch im Browser am Pc.

Hier können wir uns strukturieren.

Klar nimmt uns die Automatisierung schon einen guten Teil der Strukturierung ab aber es muss der Tagesablauf oder einfach andere Sachen rund ums Tagesgeschäft organisiert sein und hierzu können wir uns mit Trello helfen.

In Trello kann man sich mit verschiedenen Boards organisieren.

Man könnte z.B. folgende Boards erstellen:

- Private Angelegenheiten
- Dringend
- Montagsaufgaben
- Sonstiges
- Termine
- Mitarbeiter Aufgaben

Da hat natürlich jeder seinen Plan wie er das am besten macht.

Innerhalb der Boards kann man dann Listen erstellen, z.B. Sachen wie To-Do's oder Erledigt.

Wenn ich dann Sachen von meiner To-Do-Liste streiche kann ich sie nach „Erledigt“ schieben und habe somit auch immer einen Überblick was ich sicher schon erledigt habe.

Das praktische, man kann auch Boards erstellen auf diese haben auch andere Leute Zugriff und können diese bearbeiten.

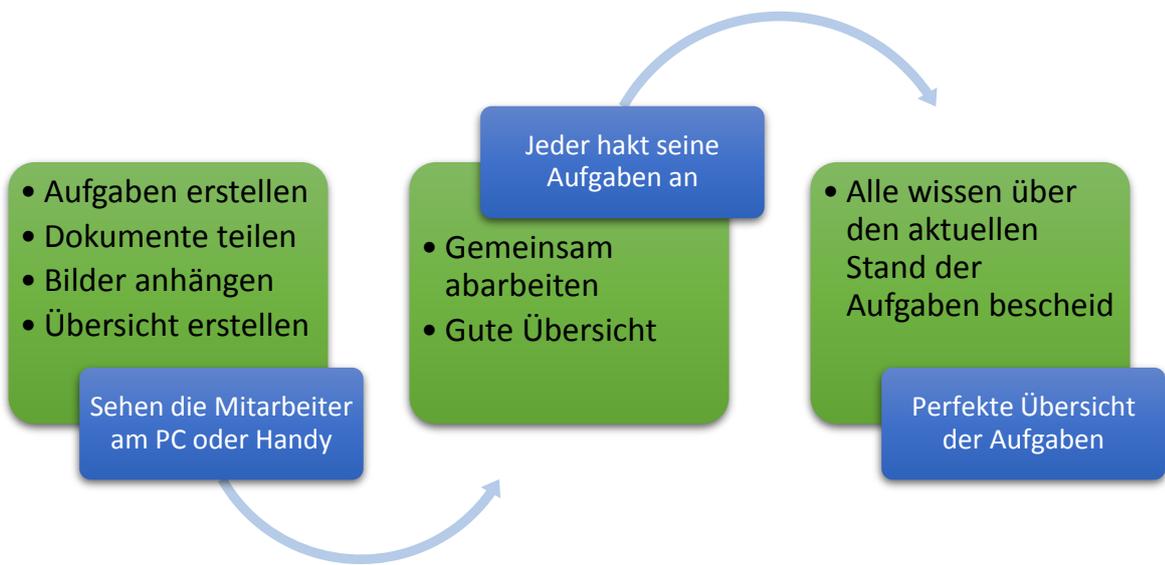
Wir können somit unseren Mitarbeitern Aufgaben stellen und wir wissen sofort wenn sie erledigt sind, wenn diese zu der "Erledigt-Liste" verschoben wurden.

Somit müssen wir nicht mal direkt mit unseren Mitarbeitern kommunizieren und die Arbeit wird trotzdem erledigt. Trotzdem sollte ich erwähnen das ich hier direkte Kommunikation am besten finde, zum Festhalten jedoch finde ich es äußert praktisch.

Man kann auch in den Listen z.B. Fristen, Checklisten, Bilder oder sonstige Anhänge einbauen.

Hier gehts zu Trello:

[Hier klicken!](#)



Kundenbewertungen

Ein mächtiges Instrument um Kunden zu überzeugen?

Es ist teilweise stärker als jedes Gespräch oder das beste Angebot.

Kundenbewertungen!

Es gibt nichts was sich so stark auf eine auswirkt wie eine Kundenbewertung. Wir müssen nur mal an uns selbst denken, wenn wir nach Produkten oder Dienstleistungen suchen, wir sehen uns immer auch die Kundenbewertungen an. Diese beeinflussen uns enorm, also sollten wir dies auch nutzen.

Hierzu verwenden wir ProvenExpert.

In ProvenExpert haben wir vor allem den Vorteil wir können nicht nur Bewertungen sammeln, sondern dazu auch noch Umfragen machen. Dieses Tool ist für uns unheimlich gut, denn die ehrlichste und beste Meinung hat nun mal der Kunde der bei uns war. Was lief nicht so gut, wo könnten wir uns verbessern usw.

So eine Möglichkeit darf man nicht ungeachtet lassen.

Ich würde nach jedem Kundengespräch den Kunden einen Link zu einer Umfrage mit Bewertung schicken, somit können wir uns dauerhaft verbessern und das ist doch der Ansporn von uns allen. Immer besser werden!

Natürlich hat man auch die Möglichkeit, dies mit Google-Sternen zu verknüpfen oder auf seiner Webseite einzubinden.

Man hat da mehrere Möglichkeiten, es erregt Aufmerksamkeit und hilft dem Kunde ungemein bei seiner Entscheidung.

Direkt von der ProvenExpert Webseite:

"85% der Verbraucher vertrauen Online-Bewertungen genauso wie persönlichen Empfehlungen."

BrightLocal Local Consumer Review Survey

Na was will man denn mehr?

Hier gehts zu ProvenExpert:

[Hier klicken!](#)



Webinare

Mit den Kundenbewertungen haben wir schon ein mächtiges Instrument zur Kundengewinnung kennen gelernt, aber es gibt ein Werkzeug was relativ „neu“ ist.

Webinare!

Es gibt nichts was so effektiv und effizient funktioniert wie Webinare.

Webinare kann man Live abhalten oder auch automatisch laufen lassen. Der Kunde kann z.B. im internen Chat Fragen stellen die wir direkt beantworten können, wenn es ein Live-Webinar ist.

Im Endeffekt funktioniert das Ganze so:

Wir schicken dem Kunde einen Einladungslink oder wir stellen ein Anmeldeformular auf unsere Webseite über das man sich selbstständig eintragen kann.

Hier kann der Kunde nun sich für einen Termin entscheiden (wenn wir mehrere anbieten).

Hat er sich für einen Termin entschieden, erhält er eine E-Mail mit dem Link zum Webinar. Wie der Kunde davor informiert wird kann man einfach einstellen z.B. 24h vor Webinar-Beginn und nochmal 1h vor Webinar-Beginn.

Ist der Kunde nun in das Webinar eingeloggt, kann er auch direkt mit uns über den Chat interagieren.

Wir stellen unser Produkt, Dienstleistung oder sonstiges vor. Das bereiten wir natürlich vorher schön vor.

Meist teilt man seinen Bildschirm und macht eine PowerPoint dahinter. Es gibt genug Anleitungen wie man ein Webinar richtig macht.

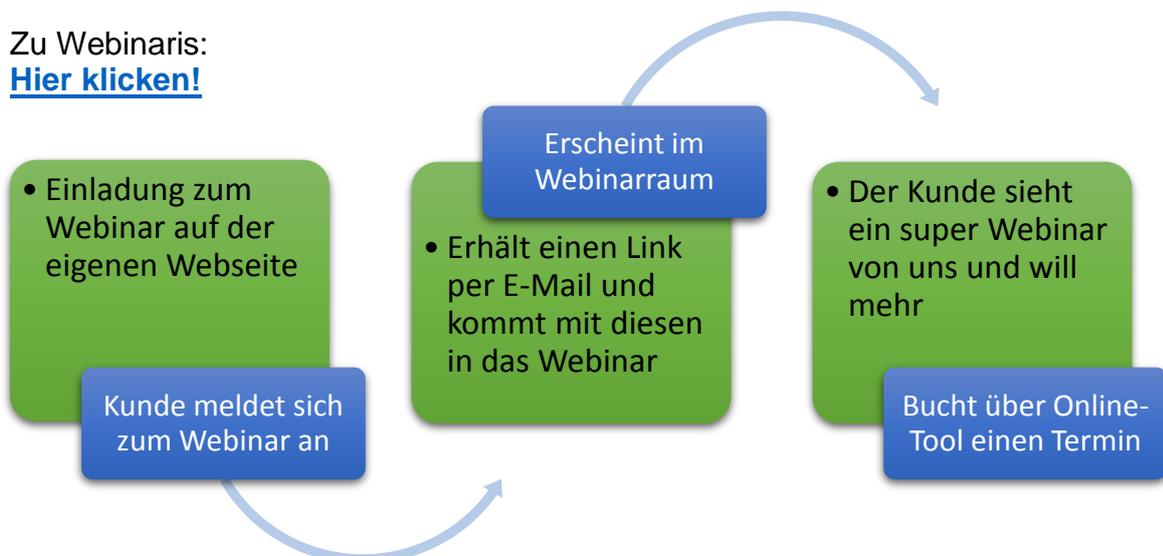
Am Ende kann man den Kunde auf eine Seite weiterleiten, entweder zu seinem Produkt oder zu seinem Online-Terminplaner in dem er einen Termin mit uns vereinbaren kann.

Man kann das Ganze eben auch automatisiert laufen lassen, somit müssen wir keine Zeit mehr mit dem werben von Kunden verbringen.

Webinare sind so unglaublich vielseitig, dass sollte man in der heutigen Zeit auf jeden Fall nutzen.

Zu Webinaris:

[Hier klicken!](#)



Zusammenfassung

Durch die verschiedenen Prozesse können wir uns eine große Menge an Arbeit ersparen. Unsere Kunden werden durch die Automatisierung aussortiert, wir nutzen unsere Zeit somit nur noch mit Leuten die wirklich interessiert sind. Diejenigen die keine Interesse haben, beenden den Prozess bevor sie einen Termin mit uns ausmachen.

Natürlich können wir bei diesen Leuten trotzdem nachfassen.

Man sollte sich auch bewusst sein, dass man am Anfang die Zeit benötigt das Ganze aufzubauen. Diese Zeit holt man sich aber ohne Thema innerhalb kürzester Zeit wieder rein.

Wir sollten uns im Klaren sein, dass wir mit diesen Schritten keinen bestehenden Weg zur Kundengewinnung unterbrechen, sondern nur einen zusätzlichen nutzen. Während der Prozess aufgebaut wird funktionieren die alten Prozesse weiterhin, wenn alles steht kann man seinen neuen Weg dazu schalten.

Wem das zu viele Infos auf einmal zu lesen waren, der kann gerne mein Webinar „Dienstleister 4.0“ ansehen. In diesem erkläre ich wie das Ganze funktioniert noch genauer.

Am Schluss erwartet euch eine Überraschung.

Meldet euch unbedingt an, denn der Zug der Digitalisierung ist schon ziemlich schnell und wer es nicht mehr schafft aufzuspringen, hat schnell das Nachsehen.

Hier ist der Link zum Webinar:

[Hier klicken zum Anmelden!](#)

Ich hoffe diese Infos haben euch einen Überblick gegeben, wie man sein Offline Business mit einem Online Business verbindet.

Viel Erfolg beim Umsetzen und noch einen schönen Tag.

Euer Sven Berchtold