

Alle Teilnehmerfragen mit Antworten zum Webinar „Mit Hilfe der Digitalisierung Kundenbeziehung und Verkaufschancen ausbauen“ vom 07.03.2017

F = Frage

A = Antwort

F: Was bedeuten die Abkürzungen B2C und b2B?

A:

B2C meint "Business to Consumer", übersetzt Unternehmen (Business), die sich vorwiegend an Endkunden (Consumer) richten

B2B meint "Business to Business", übersetzt Unternehmen (Business), die sich vorwiegend an andere Unternehmen (Business) richten

F: Hallo, ich möchte mehr Infos zu Online-Shops bzw. Erfahrungsaustausch mit Profi. Gibt es dazu Möglichkeiten in der WKO Linz?

A:

Derzeit gibt es zum Thema Digitalisierung noch keinen Erfahrungsaustausch.

F: Sehr geehrte Herren, ich hätte eine Frage: geht bei der DIGITALISIERUNG das alte Schlagwort "Papierlose Büro" nicht verloren? Immer mehr Papierflut trotz technischer Möglichkeiten!

A:

Es mag zwar sein, dass der Begriff "papierloses Büro" nicht mehr so im Mittelpunkt steht. Faktisch ist die Digitalisierung die Umsetzung der damaligen Vision - Papier ist hier nicht mehr im Spiel!

F: Wie kann man z.B. auf Amazon etwas verkaufen? Ist das der Marketplace? Muss man sich hier als Firma registrieren?

A:

Unabhängig vom Portal / Onlineshop wird meist zwischen privaten und gewerblichen Anbietern unterschieden, meist sind auf derartigen Plattformen entweder private oder gewerbliche deutlich in der Überzahl. Bei Amazon gibt es viele Service-Angebote, die sich explizit an gewerbliche Anbieter richten.

Unabhängig davon empfiehlt sich die "ordentliche Abwicklung" inklusive der

Anmeldung unter dem Firmenwortlaut, weil die Kunden ja meist die Anbieter bewerten.

Noch ein Tipp: Auf die Angabe der Online-Umsätze beim Steuerberater / der Steuererklärung nicht vergessen, das Finanzamt und Finanzpolizei machen regelmäßig Testkäufe und sind mittlerweile online sehr aktiv!

F: Wenn Junge Leute nicht mehr so oft auf Facebook sind, über welche Plattformen sind sie dann am besten zu erreichen?

A:

Es gibt mehr als 50 relevante Dienste und Plattformen. Aktuell sind [WhatsApp](#) und [Snapchat](#) bei den Jüngeren sehr beliebt. Auch [YouTube](#) ist für diese Zielgruppe sehr empfehlenswert!

F: Wie kann man die Kosten für die Retouren reduzieren? Insbesondere bei Aufträgen, wo die Rücksendekosten den DB halbieren?

A:

Der wichtigste Grundsatz: Retouren soweit irgendwie möglich vermeiden, z.B. mit sehr genauer Beschreibung des Zustands ("leicht beschädigt, leichte Gebrauchsspuren, originalverpackt, ...").

Gerade bei Textilien, wo meist mehrere Farben und Größen des gewünschten Gegenstands bestellt werden, ist ein ausgefeilter (und meist komplexer) hausinterner Retourenprozess inklusive der Aufbereitung / Verwertung der Retouren unumgänglich und - wie im Versandhandel üblich - entscheidend für den Erfolg des Geschäfts.

F: Ich bin im Dienstleistungsbereich tätig. Welche Sozialen Medien würden Sie da vordergründig empfehlen? Facebook, Twitter, LinkedIn, Xing ...

A:

Wie im Webinar erwähnt sollten Sie sich nach den von Ihnen angesprochenen Zielgruppen (5 Generationen, geografisch: regional / lokal?) richten - der Empfänger der (Werbe-) Botschaft sollte die Gestaltung der Werbeform, des Kommunikationsmittels usw. leiten.

Das hat Vor- und Nachteile: zwar ist die Vorbereitung aufwendiger, Sie haben dafür aber auch auf der jeweiligen Plattform weniger Mitbewerber mit der Werbung, da sich ja die Anbieter auch auf die vielen Plattformen verteilen.

F: Inwieweit ist Digitalisierung für uns im Maschinenbau umsetzbar?

A:

Digitalisierung ist im Maschinenbau mittlerweile üblich: Für höherwertige Teile wird

zB im Automobilbau die Rückverfolgung der Produktionsdaten auf das Einzelteil gefordert, der Automobilhersteller hat also ein digitales Modell des Motors oder Getriebes mit wesentlichen verbauten Teilen und deren ganzer "digitaler Geschichte" inklusive der Testdaten im Werk. Später kommen häufig auch Betriebsdaten (im Betrieb im Auto) dazu, die mit den Herstellungsdaten technisch verknüpft werden. Wir betreuen mehrere gewerbliche und wissenschaftliche Projekte, die sich mit dieser Themenstellung befassen.

Alle diese Daten müssen von den Produktionsanlagen - und damit dem Maschinen- und Anlagenbau - zur Verfügung gestellt werden.

F: Halten Sie adwords-Kampagnen für sinnvoller als Facebook-Werbung?

A:

Ohne auf (technische) Details eingehen zu wollen sollten Sie generell ihre Online-Werbung sehr genau planen - dabei ist unter anderem auch der Einsatz von Werbung auf Facebook (mit Werbeschaltungen) und die Nutzung von Facebook zur Darstellung Ihres Unternehmens zu unterscheiden, oft ist aber beides sinnvoll.

Ganz generell: Die Werbung sollte sich nach den Kommunikationsgewohnheiten und den Wünschen der von Ihnen angesprochenen Zielgruppen richten.

F: Digitalisierung als Versicherungsagent (überwiegend Endkunden)

A:

Online-Werbung für Versicherungsagenten ist möglich und machbar, über geo-Filter können Sie z.B. auch regionale Einschränkungen sehr gut einsetzen (ich unterstelle jetzt, dass Sie nicht weltweit aktiv sind).

Auch hier hilft es, wenn Sie Ihre Stärken (eine wäre: Sie sind eine reale Person und physisch vor Ort) nutzbar machen.

Generell hat der Vertrieb von Versicherungen online sehr stark zugenommen, in UK werden schon mehr als die Hälfte der Versicherungen online abgeschlossen.

F: Wie kann man Digitalisierung am effektivsten in der Dienstleistung (z.B. Personalverrechnung) anwenden?

A:

Wie schon im Webinar erwähnt eignet sich die Personalverrechnung mit einem sehr gut abgegrenzten Leistungsbündel hervorragend für die Abwicklung online, es gibt zudem akzeptierte typische Richtpreise.

Mittels geeigneter IT-Produkte für Zeiterfassung und Reisekostenabrechnung (verfügbar) können auch die notwendigen Ausgangsdaten online erfasst werden.

Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte direkt an mich.

F: Habe zu 90 % Onlinekontakt mit Kunden, nur der direkte Verkauf Online ohne Dialog hinkt hinten nach...kann man dies getrennt betrachten und behandeln?

A:

Ohne den Kontext zu Ihrem Unternehmen ist die Frage schwer zu beantworten - aber wenn Sie schon online Kontakt zu Ihren Kunden haben, ist der eigentliche Verkauf ja nur mehr der letzte Schritt zum Online-"Geld verdienen" (Monetarisierung) und sollte natürlich in Betracht gezogen werden.

F: Wie oft soll man Facebook Werbung schalten, ohne die Kunden zu nerven?

A:

Das ist sehr stark abhängig von der Art Ihrer Produkte und Leistungen und der emotionalen Nähe, die die Kunden zu Ihrem Unternehmen / Ihrer Marke haben. Nichts nervt aber mehr als ein "Maschinengewehr-Feuer" an Werbebotschaften, die ich erst nach dem Kauf von seltsamen Gegenständen bekomme (z.B. habe ich eine defekte Küchenarmatur getauscht und musste mir dann monatelang täglich weitere Armaturen ansehen).

Machen Sie es gleich wie ich: um ein besseres Gefühl für diese Dinge zu bekommen empfehle ich den bewussten Kauf von möglichst unterschiedlichen Gegenständen online - sie lernen dabei sehr viel über gute und schlechte Online-Shops und - in weiterer Folge - auch über nervige und gute Online-Werbung.

F: Wie kann die Lösung für ein Unternehmen im internationalen Projektgeschäft aussehen? Bzw. welche Maßnahmen sind empfehlenswert?

A:

Wie schon im Webinar erzählt ist der Begriff "Projektgeschäft" sehr weit gefasst - Sie werden aber wohl internationale Kunden haben, gerade im Anlagenbau und bei Großaufträgen ist aber begleitend zu Online-Werbung auch der Besuch von Delegationsreisen und Messen wahrscheinlich unabdingbar.

F: Welche Ausbildungen zu Thema Industrie 4.0 können Sie empfehlen?

A:

Da der Begriff Industrie 4.0 heute ein Sammelbegriff zum Thema Digitalisierung ist gibt es unüberschaubare viele Angebote und Teilaspekte.

Wir haben aber zB in der Region Steyr einen Stammtisch zum Thema 4.0 gegründet und besuchen da 8 - 10 mal im Jahr Betriebe der Region, die uns quer über alle Sektoren die eigene Deutung des Begriffs 4.0 erläutern, aktuelle Projekte im Haus vorstellen und über geplante Aktivitäten informieren. Mehr Informationen dazu erhalten Sie bei [uns](#) oder [hier](#).

F: Ich verkaufe Pfannen und Küchenmaschinen, wie kann ich eine Kochshow auf You Tube stellen?

A:

Das geht an sich relativ einfach - jeder kann ein Video auf YouTube stellen. Grundsätzlich interessieren sich für die vielen neuen Videos aber nur dann ausreichend Menschen, wenn Sie für Ihre Videos schon bekannt sind. Ein Dilemma!

Es ist daher sehr wahrscheinlich empfehlenswert, dass Sie einen Koch / einen Promoter mit vielen Fans auf YouTube in der für Sie relevanten Region dafür gewinnen, im Rahmen seiner Kochshow Ihre Produkte zu platzieren, zu erwähnen und zu loben.

PS: "[Alex und Andi](#)" haben in einem Interview erwähnt, dass erst die Persiflage in "Willkommen Österreich" ganz neue Sehergruppen beim jüngeren Publikum erschlossen hat ("hat nicht weh getan, sondern geholfen!"). Selbst Fernsehköche brauchen daher eine passende Form der Kommunikation um neue Zielgruppen zu erreichen!

F: Wie oft sollte man bei Sozial Media werben und wieviel Geld sollte man investieren.

A:

Schon ab etwa 200 EUR im Monat lassen sich erfahrungsgemäß erfolgreich Kampagnen abwickeln - vorausgesetzt, Sie haben geeignete Produkte und Dienstleistungen und kümmern sich aktiv um die Online-Kampagne. Wie immer im Marketing ist mit Fleiß und Engagement viel Geld zu sparen.

Wir haben aber auch KMUs als Kunden, die mit großem Erfolg hohe 6-stellige Summen jährlich in die Online-Werbung investieren.

F: Gibt es in Österreich interessante reine Online-Logistik Anbieter?

A:

Ja, natürlich. Der Bereich boomt, Intralogistik-Hersteller kommen aktuell häufig gar nicht mehr zur Erstellung der Angebote, weil so viele Anfragen über Verteilzentren im Haus sind.

F: Werden die Klicks auf die Seite "gesteuert" ... z.B. Einladungen die Seite mit "Gefällt mir " zu markieren.

A:

Generell nutzen z.B. Google und Facebook derartige Mechanismen, um die präsentierten Seiteninhalte zu reihen. Je mehr "Likes" oder "Links" Sie haben, desto relevanter sind Sie online.

F: Durch den vermehrten Online Einkauf z.B. Amazon werden sich die Kunden selbst Ihre Arbeitsplätze in den KMUs wegrationalisieren, bitte Ihre Antwort.

A:

Für Konsumenten haben der Kauf online bzw. offline Vor- und Nachteile. Transaktionen, die sich besser online erledigen lassen, werden mittelfristig auch nur mehr dort stattfinden. Der stationäre Handel hat aber sehr häufig Vorteile - die sollte man aber unbedingt gezielt nutzen!

F: Was halten Sie vom Trust Shop im online-Bereich?

A:

[Trusted Shops](#) ist ein gewerblicher Anbieter von einschlägigen Dienstleistungen mit vielen Kunden. Die Bekanntheit dieses Anbieters in online-affinen Zielgruppen ist jedoch sehr unterschiedlich hoch - ob das für Sie (unternehmerisch) Sinn macht, können Sie nur mit Blick auf die eigene Kunden- und Zielgruppe entscheiden.

F: Kann ein Online-Shop über z.B. Jimdo mit 15 Artikeln sinnvoll sein, um das Ganze einmal zu testen?

A:

Ja, natürlich. Erste Erfahrungen mit 1 - 5 Artikeln können Sie davor auch gut über gängige Plattformen wie Amazon und Ebay machen. So können Sie eventuell besser entscheiden, ob der Erfolg der notwendigen begleitenden Werbung mehr eigenes Investment und den größeren Aufwand später rechtfertigt.
