

DIGITALISIERUNG:

DAS POTENTIAL DER DIGITALISIERUNG

DIE AKTUELLE KRISE TRIFFT VIELE UNTERNEHMEN BESONDERS HART, doch diese sich schnell verändernden und komplexen Herausforderungen sind auch eine Chance, sich intensiver mit der Digitalisierung zu beschäftigen und sich neu aufzustellen.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE



Die Corona-Pandemie hat unser aller Leben innerhalb kürzester Zeit auf den Kopf gestellt und so stehen sowohl Gesellschaft als auch Handelsagenten vor bisher unbekanntem Herausforderungen. Denn nicht nur der zwischenmenschliche Umgang ändert sich, sondern damit einhergehend auch das gesamte Geschäftsleben und die Kaufgewohnheiten der Kunden. Es ist ein Stresstest für die gesamte Wirtschaft.

DIE CORONAKRISE ALS CHANCE

Unternehmen müssen sich in dieser turbulenten Zeit auf ihre Kernthemen fokussieren und suchen insbesondere in Krisenzeiten passende Handelsagenten, da der Vertrieb eines Unternehmens mit hohen Kosten verbunden ist. Waren es bis dato Messen, Veranstaltungen und persönliche Gespräche, in denen sich der Handelsagent präsentieren konnte, müssen nun neue Möglichkeiten in Betracht gezogen werden. Spätestens jetzt sollten Sie daher in Ihre Onlinepräsenz und Onlinevermarktung investieren.

Im Zuge des Ausbaues Ihres Onlineauftritts müssen Sie im ersten Schritt ergründen, wer Ihre Zielgruppen und potenziellen Neukunden sind. Im Anschluss gilt es herauszufinden, wie Sie diese erreichen und zu aktiven Partnern machen können. Dafür ist es wichtig, sich als Unternehmen in den Hintergrund zu stellen und stattdessen die für Ihre Kunden relevanten, gewinnbringenden Inhalte zur richtigen Zeit bereitzustellen.

Positionieren Sie sich als Experte und vermarkten Sie sich und ihre Leistungen, indem Sie ihren potenziellen Geschäftspartnern zeigen, wie diese davon profitieren und warum gerade Sie der richtige Ansprechpartner sind.

Videokonferenzen oder Webinare kommen einem persönlichen Treffen dabei am nächsten. Hat man sich bis vor kurzem noch mit Handschlag begrüßt, so schickt man sich dieser

Tage Links zu Onlinemeetings und auch Handelsagenten müssen ihre Kundenkontakte verstärkt über solche Medien pflegen. Die fünf gängigsten Tools im Überblick:

SKYPE

Skype war bisher vor allem Privatanutzern bekannt und ist auch heute eher für kleinere Teams und Privatpersonen geeignet. Die Videokonferenzen laufen in HD und die Bedienung ist einfach, zudem lässt sich der Bildschirm für die anderen Teilnehmer teilen.

MICROSOFT TEAMS

Microsoft Teams ist in Unternehmen bereits gängig. Neben Videokonferenzen, Chats und Anrufen können Bildschirm und Dateien geteilt werden und viele Microsoft-Cloud-Dienste wie Outlook oder OneDrive, aber auch Tools wie Projektmanagement eingebunden werden.

CISCO WEBEX MEETINGS

Cisco Webex Meetings ermöglicht Videokonferenzen für acht bis hin zu 40.000 Teilnehmern. Neben Bildschirmfreigabefunktionen, einem integrierten Whiteboard, einer simplen Integration mit anderen Tools und einer einfachen Bedienung können die Nutzer „Breakout-Räume“ erstellen, die innerhalb einer großen Sitzung private Meetings ermöglichen.

GOTOMEETING

GoToMeeting ist eine der am besten bewerteten Web-Conferencing-Lösungen auf dem Markt und bietet Audio- und Videokonferenzen in bester Qualität und umfassende Produktivitätstools wie Bildschirm-, Dateien- oder Tastaturfreigabe, persönliche Besprechungsräume oder die Integration von anderen Anwendungen wie Outlook, Dropbox oder Slack.

ZOOM

Zoom punktet durch einfache Handhabung in Kombination mit einer Vielzahl an professionellen Features wie Bildschirmfreigabe, HD-Qualität oder einer kostenlosen Teilnahme für bis zu 100 Teilnehmer. Die Nutzung ist auch ohne Konto möglich und kann ohne zusätzliche Software oder App erfolgen.

Grundsätzlich bringen alle fünf Tools Vorteile, was eine eindeutige Entscheidung schwierig macht. Klar ist allerdings, dass dieser Tage kein Weg an virtuellen Veranstaltungen und Kontaktaufnahme vor-

beiführt. Denn abgesagte Messen und Events werden auch in näherer Zukunft ins Netz verlegt und hier nicht vertreten zu sein, wäre eine verpasste Chance. Zudem macht es Sinn, die Inhalte ihrer „virtuellen Messeauftritte“ beispielsweise für ihre Websitebesucher das ganze Jahr über online erlebbar zu machen. Damit können statt ein paar Termine im Jahr ganz einfach 365 Tage neue Geschäfte erschlossen und neue Touchpoints zu Kunden geschaffen werden. :



**ING. ALEXANDER GRAF,
M.Sc.**

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at

SUMMARY

Die aktuelle Covid-Pandemie hat innerhalb kürzester Zeit die Relevanz von digitalen Fähigkeiten in Unternehmen aufgezeigt und wurde in Hinblick auf wachsende digitale Vertriebswege, abgesagte Veranstaltungen und den reduzierten physischen Kontakten zu einem überlebenswichtigen Faktor für Unternehmer. Das Potenzial der Digitalisierung wurde in vielen Unternehmen bis dato nämlich nicht optimal ausgeschöpft, sollte aber spätestens jetzt genutzt werden. Denn trotz all den Herausforderungen und Unsicherheiten, welche die Krise mit sich bringt, bietet sie einen Anstoß, um als Unternehmen einiges zu hinterfragen und sich fit für eine digitale Zukunft zu machen.