BLOCKBUSTER STORYTELLING



CHRISTIANI
STORYMARKETING

Interessentengewinnung in Coronazeiten – Steinschleuder oder Laserschwert?

Warum die große Mehrheit von Selbständigen und Mittelständlern auch in der Krise am Althergebrachten festhält und bei der Interessentengewinnung von ausgeschlafenen Kollegen mit einem einfachen Digitalisierungs-Werkzeug meilenweit abgehängt wird.

CHRISTIANI
STORYMARKETING

5 Vorteile aus verkäuferischer Sicht bei Webinaren für Einzelgespräche

CHRISTIANI STORYMARKETING

1

Höhere Terminwahrscheinlichkeit

2

Deutliche Zeitersparnis für den Außendienstler



Produktivitäts-Steigerung

4

Deutliche Kostenersparnis für das Unternehmen

5

Hohe homogene Präsentations-Qualität

5 Vorteile aus verkäuferischer und vertriebsstrategischer Sicht für Verkaufs-Webinare mit mehreren oder vielen Teilnehmern

CHRISTIANI STORYMARKETING

1

Einfache und legale Nutzung fremder Adressen für eigene Verkaufspräsentationen

2

Massive Skalierung der Verkaufsergebnisse

3

Gute Bewältigung großer Nachfragemengen

4

Einzigartige Optimierung des Webinar-Prozesses durch Auswertung des Software-Protokolls

5

Zukunftstraining für digitalisierte Verkaufs-Prozesse

Der Ergebnis-Vorteil, der alle anderen 27 noch einmal in den Schatten stellt.

CHRISTIANI STORYMARKETING

Webinare zur Interessentengewinnung generieren in der nachfolgenden Verkaufsphase mehr Kunden und höhere Durchschnitts-Umsätze je Kunde als alle anderen Marketing-Werkzeuge:

Findige amerikanische Internet-Unternehmer haben folgendes Experiment durchgeführt:

1. Einem Drittel ihrer Interessenten haben sie als Erstes eine schriftliche Information präsentiert, dann ein Coaching-Video und zum Schluss ein Webinar.
2. Der zweiten Gruppe wurde als Erstes das Coaching-Video präsentiert und dann die beiden anderen Marketingelemente.
3. Der dritten Gruppe wurde das Webinar als Erstes präsentiert, gefolgt von der Info-Broschüre und dem Video.

Das Ergebnis:

Die Interessenten, die ein neues Unternehmen als prägenden Ersteindruck durch die Live-Webinar-Präsentation des Inhabers kennengelernt haben, wurden

1. zu einem größeren Prozentsatz Kunde und
2. generierten auf lange Sicht die größeren Umsätze – obwohl alle Interessenten insgesamt die gleichen Kennenlern-Informationen bekommen hatten – nur eben in unterschiedlicher Reihenfolge.