

Best-Practice-Beispiel aus dem Bereich „Pilotseminare/Informationsveranstaltungen“

Mehr Erfolg mit Hilfe digitaler Prozesse

Ansprechpartnerin:
Darien Schaschbar, Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld

TT_{net}® Netzwerk der Beauftragten für
Innovation und Technologie

2021



Inhalt der Veranstaltung

Es wurde eine mehrteilige Online-Veranstaltung „Mehr Erfolg mit Hilfe digitaler Prozesse“ angeboten, um Handwerksbetrieben zu zeigen, wie digitale Geschäftsprozesse die Arbeit erleichtern und Kunden begeistern können.

Referenten/Experten waren der Handwerksunternehmer und Digitalisierungsberater Marcel Gieske und Coach Detlef Gieske.

Die Veranstaltungen deckten alle digitalen Unternehmensprozesse ab, von der Kundenakquise über das Abwickeln von Aufträgen bis hin zum Forderungsmanagement und dem Controlling.

Es galt dabei immer den Kunden im Blick zu haben, denn das Ziel ist, ihn langfristig an das Unternehmen zu binden.

1. Workshop: Vom Neukunden zum Stammkunden

Warum war früher nicht alles besser? Wollten Sie einen Tisch in einem Restaurant reservieren, ein Hotelzimmer buchen oder eine Reise planen, mussten Sie anrufen oder persönlich vorbeigehen – und das zu den Öffnungszeiten. Heute gibt es andere Möglichkeiten... E-Mail, Website (Chat Bot), Termin-App, mobile Telefonnummer, usw. ...

Digitalisierung verändert die Gesellschaft und die Arbeitswelt, damit auch die Beziehungen zwischen Unternehmen und Kund:innen. „Mindestens 40 % aller Unternehmen werden in den nächsten 10 Jahren sterben ... wenn sie nicht herausfinden, wie sie ihr gesamtes Unternehmen so verändern können, dass es neuen Technologien gerecht wird.“ — John Chambers, Cisco (Übersetzung).

Automatisierte Vorgänge aller Geschäftsprozesse wurden in den Blick genommen:

Phase 1: Aufmerksamkeit/Interesse der Kunden gewinnen (Social Media Marketing, Termine digital buchen, Angebote vor Ort erstellen),

Phase 2: Betreuung/Bindung (Workflow, Kundenkommunikation (vom Angebot bis zur Rechnung), Kommunikation mit Geschäftspartnern, Verkaufsprozess),

Phase 3: Administration/Controlling (Rechnung, Buchhaltung, betriebswirtschaftliche Auswertungen).

Thema war Social Media, dessen Nutzung sowie die Herausforderung Social-Media-Kanäle zu betreuen und kontinuierlich Content zu produzieren.

Positive Aspekte eines Social Media Management Tools wurden herausgestellt:

- Online-Präsenz an einem Ort steuern
- Planen der Beiträge im Voraus
- Interaktionen auf einem Blick
- Arbeit im Team möglich
- Analyse der Social Media Performance

Danach wurden Social Media Manager/Plattformen sowie ihre Anwendungsmöglichkeiten vorgestellt:

- Konzeption und Umsetzung von Beiträgen/Kampagnen
- Interaktion mit Followern
- Aufbau und Stärkung von Partnerschaften mit anderen Marken
- Aufbau und Betreuung aller Social-Media-Kanäle
- Messen, Testen und Reporting Social-Media-Strategien
- Entwicklung und Umsetzung plattformspezifischer Marketingstrategien

2. Workshop: Vom Angebot zur Rechnung

Inhalte des zweiten Workshops waren:

- Das Identifizieren von Engpässen und Chancen
- Geschäfte über verschiedene Vertriebsregionen und -strukturen hinweg verwalten
- Verwalten von Kundengesprächen über mehrere Kanäle
- Zeit sparen durch Automatisieren von Routineaufgaben

Per Knopfdruck gibt es die Möglichkeit, detaillierte Berichte über Geschäftsabschlüsse im laufenden Monat zu erhalten, täglich die Einnahmen zu verfolgen, Vertriebsphasen zu analysieren usw. Engpässe im Verkaufsprozess und Bereiche mit möglichen Wachstumschancen können in einem Dashboard identifiziert werden.

3. Workshop: Zahlungseingang und Unternehmenssteuerung

In diesem Workshop wurden Tools vorgestellt, mit denen man einen Überblick über Ausgangsrechnungen, Mahnungen und Zahlungen erhält und mit wenigen Klicks diese erstellen kann.

Die Vorteile von automatisierten Prozessen im Unternehmen wurden dargestellt. Dazu gehörten:

- Einsparung von Zeit- und Arbeitsaufwand
- Steigerung von Produktivität, Effizienz
- Weniger Bearbeitungsfehler
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Steigerung der Agilität
- Kostensenkung

Coach Detlef Gieske informierte über Kundentypen, Kundenverhalten und den Umgang mit den jeweiligen Kundentypen.

Am Ende gab es eine große Fragerunde und einen Erfahrungsaustausch.

Durchführung

Die Vortragsreihe aus drei Workshops fand online statt.

Jeder Workshop dauerte ca. 1,5 Stunden. Die Titel waren:

- Vom Neukunden zum Stammkunden
- Vom Angebot zur Rechnung
- Zahlungseingang und Unternehmenssteuerung und Kundenpsychologie

Nach der Begrüßung der Teilnehmenden wurde ein Power-Point-Vortrag gehalten mit anschaulichen Beispielen und Grafiken.

Am Ende jeder Veranstaltung wurden die Teilnehmer über das Beratungsangebot der BIT- und Digi-BIT-Beratung der Handwerkskammer informiert. Teilnehmende konnten Fragen zu den besprochenen Themen stellen und sich über eigene Erfahrungen austauschen.