



Der direkte Kontakt zu Ihren Kunden

Ortsunabhängig dank Online Meetings



Erfolgreiche Ergänzung für Vertrieb und Marketing

Ressourcen besser nutzen

Zeit ist ein entscheidender Faktor im Wettbewerb um Kundengewinnung und der Stabilisierung eigener Märkte. Umso wichtiger ist es, Zeit als Ressource zu verstehen und möglichst effektiv zu nutzen.

Mit Online Meetings sind Sie unabhängiger von starren langfristigen Planungen. Sie können Termine besser koordinieren und flexibler auf die aktuellen Marktgeschehnisse reagieren.

Online Meetings – ein Zukunftsmedium

Neben E-Mail und Telefon sind Online Meetings in vielen Ländern bereits ein weit verbreitetes Instrument der Kommunikation. Es wird für den Kontakt zu internationalen Geschäftspartnern genutzt.

Auch innerhalb eines Unternehmens können Informationen besser ausgetauscht werden. Vor allem in den USA hat sich das Medium längst bewährt. Laut Gartner, dem IT-Marktforschungs- und Beratungsunternehmen, wird sich die Nutzung dieses Mediums in den nächsten Jahren um weitere 22 Prozent erhöhen. Die Vorteile sind in verschiedenen Bereichen sichtbar.

Wettbewerbsfähigkeit verbessern

Die Vorlaufzeiten für Meetings sinken und damit steigt die Möglichkeit, Treffen schneller und kurzfristiger zu organisieren. Sie sind näher am Marktgeschehen und können flexibler und zügiger auf Kundenwünsche reagieren.

Weltweit vor Ort sein

Online Meetings erleichtern den Kontakt zu Ihren Distributionspartnern und Kunden. Ihre Präsentation kann ganz unabhängig vom Aufenthaltsort der Personen stattfinden. Per Video können Sie über das Internet Produkte vorstellen. Sie treffen sich nicht mehr an einem Ort und ersparen sich lange und kostenintensive Flugreisen.

Im Dialog zum Kunden

Lassen Sie Ihre Zielgruppe sprechen. Dank der Technologie stehen Ihnen verschiedenste Interaktionsmöglichkeiten zur Verfügung.

Nutzen Sie das Medium für Supportleistungen, bitten Sie um Feedback oder starten Sie Meinungsumfragen. Auf diese Weise lassen sich Erfolge eines Verkaufsgesprächs sofort evaluieren.

Aktuell durch Echtzeitkommunikation

Online Meetings ermöglichen einen einfachen Austausch von Dokumenten. Da alle Partner gleichzeitig auf dieselben Dokumente zugreifen, ist ein reibungsloser und effektiver Ablauf Ihrer Konferenzen gewährleistet. Entscheidungen können zielgerichtet getroffen werden. Distributionspartner und Kunden erhalten so stets aktuelle Produktinformationen.

Das einfache Prinzip des Online Meetings

Produkte adäquat präsentieren

In der Regel senden Sie per E-Mail einen Einladungslink, mit dem sich Ihre Kunden einloggen können. Alle Teilnehmer haben nun die selbe Benutzeroberfläche auf Ihrem Bildschirm. Die Meetinggäste sind in der Lage, Informationen per Video und Mikrofon auszutauschen. Aus einer Palette verschiedener Werkzeuge können Sie die geeignetste Form für die Präsentation Ihres Produktes wählen. Kombinieren Sie PowerPoint, Internet oder Video miteinander und unterstützen Sie Ihre Argumentation multimedial.



Die Videofunktion ermöglicht Ihnen Ihren Teilnehmern live gegenüberzutreten und von Angesicht zu Angesicht zu kommunizieren.



Die Soundübertragung erlaubt die Einwahl per Telefon und die Kommunikation über Headset und Mikrofon.

Einfache Handhabung für Ihre Kunden

Eine klare verständliche Sprache macht die Bedienung von Anfang an kinderleicht. Verständliche Symbole weisen den Weg, eine klare Beschriftung erleichtert den Umgang mit der Online Meeting Oberfläche.

Für Jedermann sofort im Einsatz

Online Meetings sind nichts anderes als Konferenzen, die über das Internet statt finden. Für die Nutzung von Online Meetings hat Ihr Kunde in der Regel alles Notwendige schon zur Verfügung. Für Spread Meetings benötigen Sie lediglich einen Browser. Die Installation einer zusätzlichen Software ist nicht nötig. Mit einem regulären Internetzugang hat Ihre Zielgruppe bereits alle Voraussetzungen erfüllt.

Per Mausclick Reichweite erhöhen

Dank des flexiblen, barrierefreien Meetingzugangs erreichen Sie ein breites Publikum. Weltweit und in Echtzeit haben Sie die Chance, Kunden über Ihre Produkte zu informieren. Nachdem Sie eine Einladung an Ihr Publikum verschickt haben, können sich diese schnell über Neuerungen und Termine informieren. Schöpfen Sie aus dem Fundus Ihrer Kontaktdaten und verbreiten Sie Ihre Botschaft zielgerichteter und schneller als bei Mailing Aktionen.

Auszug aus den Funktionen von Spread Online Meeting



Screen-Sharing: Gewähren Sie Ihren Teilnehmern die Ansicht auf Ihren Rechner. Präsentieren Sie so Applikationen live vor Ihrem Publikum.



Fernzugriff: Die Spread Anwendung erlaubt Ihnen auf den Rechner einer Ihrer Teilnehmer zuzugreifen und dort Einstellungen vorzunehmen.



Recording: Mit dieser Funktion können Sie Ihre Sitzung aufzeichnen und zu einem späteren Zeitpunkt wieder abspielen. Die Aufnahme können Sie bei Bedarf auch Dritten zur Verfügung stellen.





Verbindung wird hergestellt

1 Die Planung eines Meetings

Eine gute Vorbereitung – die beste Strategie

Vorschläge für ein gelungenes Meeting

Ein Meeting steht und fällt mit einer professionellen Vorbereitung. Hier unterscheiden sich Online Meetings nicht wesentlich von Vor-Ort-Konferenzen. Bei Online Meetings sind Sie zwar persönlich nicht anwesend, wirken jedoch so präsent als würden Sie mit Ihren Partnern an einem Tisch sitzen. Im Folgenden finden Sie Ideen und Tipps, wie Sie sich optimal auf eine Konferenz vorbereiten, um die Möglichkeiten für ein gutes Marketing auszuschöpfen.

Die Zielgruppe definieren

Überlegen Sie, wer an Ihrem Meeting teilnehmen wird und wie dieser Personenkreis charakterisiert werden kann. Welches Vorwissen, welche Einstellungen haben diese Personen? Welche wirtschaftlichen und persönlichen Interessen könnten diese im Zusammenhang mit Ihrem Thema haben? Im Anschluß können Sie leichter Inhalte für Ihre Präsentation ableiten und überlegen, welche Sprache am besten zu Ihrem Personenkreis passt.

Ein Team zusammen stellen

Wer begleitet Ihr Projekt? Im Vortrag werden Sie eventuell von externen Referenten unterstützt oder ein Partner assistiert Ihnen bei der Beantwortung der Chatfragen, legt Meinungsumfragen an etc.. Stellen Sie Ihr Team frühzeitig zusammen und überlegen Sie, wer welche Aufgaben übernehmen wird. Für das Meeting können Sie Moderatorenrechte an Ihr Team vergeben. Diesem stehen dann alle Funktionen der Meeting-Oberfläche zur Verfügung.

Termin festlegen

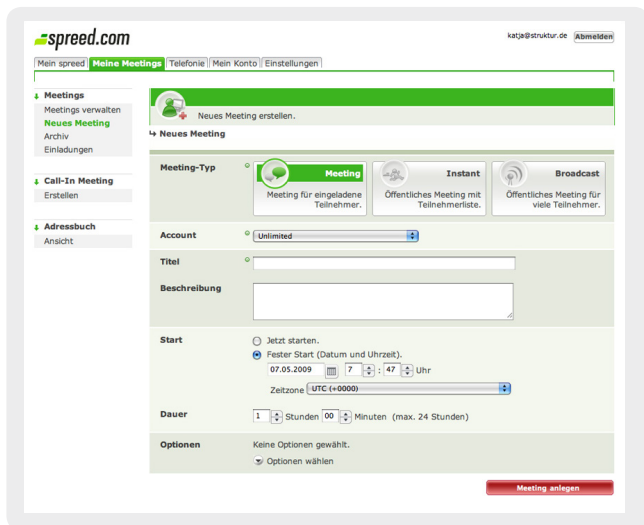
Der Zeitpunkt eines Meetings ist von drei Faktoren abhängig: Ihrem Terminkalender, den Bedingungen Ihrer Zielgruppe und dem Produkt, das Sie vorstellen möchten. Meiden Sie zum Beispiel Zeiten, in denen Ihr Zielpublikum nicht verfügbar ist (z. B. das Monatsende bei Finanzfachleuten, August bei Lehrberufen usw.). Besonders zu beachten: Teilnehmer aus dem Ausland sind eventuell durch verschiedene Zeitzonen in der Terminvergabe eingeschränkt. Einstellungen dazu können Sie vornehmen, wenn Sie ein Meeting anlegen.

Titel formulieren

Die Flut an Information nimmt ständig zu. Schnell werden Nachrichten überflogen. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Thema im Gedächtnis bleibt. Überlegen Sie sich einen interessanten Titel. Was ist Ihren Teilnehmern wichtig? Vielleicht können Sie Ihre Aufmerksamkeit wecken, indem Sie ein häufig vorkommendes Problem in Ihrer Branche thematisieren, das es zu beheben gilt.

Vermeiden Sie bei der Wahl des Titels Begriffe, wie „Gratis, Werbung, Sonderangebot, Verkauf...“ Diese Nachrichten werden von Spam-Filtern aussortiert. Für ergänzende Formulierungen steht Ihnen im Administrationsbereich ein weiteres Feld zur Verfügung. Dort haben Sie genügend Platz für Hinweise oder Ergänzungen, die Sie Ihren Teilnehmern bekannt geben möchten. Der Text wird automatisch mit der Einladungs-E-Mail verschickt.

Der direkte Kontakt zu Ihren Kunden



Ansicht des Administrationsbereich: Hier legen Sie die Einstellungen für Ihr Meeting fest.

Teilnehmer informieren

Termin und Inhalte sind festgelegt. Es ist Zeit, Ihr Meeting publik zu machen. Sie können beispielsweise einen Hinweis auf Ihre Webseite setzen, in Newslettern auf das Event hinweisen oder die Presse darüber informieren. Falls möglich, verschicken Sie eine persönliche Einladungs-E-Mail an Ihren Kunden. In der Nachricht werden automatisch Titel, Beschreibungstext und Zeitpunkt des Meetings aufgeführt. Auf diese Weise können Sie sehr schnell ohne großen Aufwand einen großen Personenkreis erreichen. Spreed bietet für die Verwaltung Ihrer Kontakte ein Adressbuch an. So können Sie für das Versenden neuer Einladungen oder für die Nutzung von Telefonkonferenzen auf diese Daten zurückgreifen.

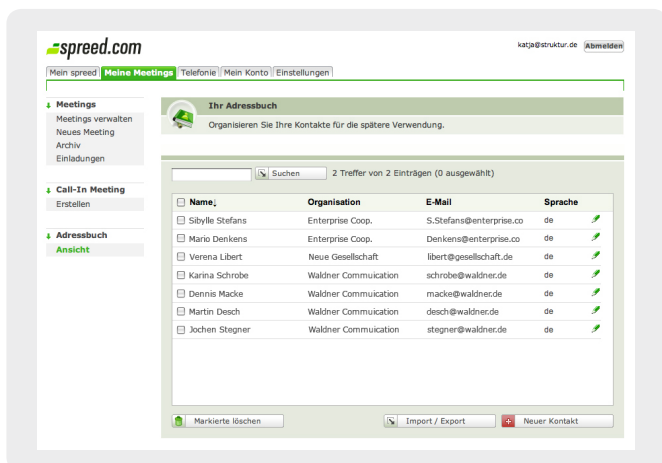


Abbildung des Adressbuches im Administrationsbereich. Verwalten Sie hier alle Kontakte.

Der geeignete Raum

Das gesamte Umfeld (Arbeitsplatz, Sichtverhältnisse...) liegt in Ihrer Verantwortung. Bei einer Video-Live Übertragung sollten Sie darauf achten, dass die Raum- und Lichtverhältnisse angemessen sind. Überprüfen Sie, ob Sie mit Ihrem Team ungestört arbeiten können. Hintergrundgeräusche etwa von Straßenverkehr oder Baustellenlärm sind genauso unangenehme Begleiter wie die direkte Sonneneinstrahlung auf Ihren Bildschirm. Schaffen Sie optimale Bedingungen, damit Sie gut „rüberkommen“.

Das passende Equipment

Die Technik ist Ihr Partner – vor allem und gerade bei Online-Veranstaltungen. Führen Sie vorab einen Testlauf durch. Kameras, Headsets und Internet aller Moderatoren sollten funktionieren. Stellen Sie sicher, dass Ihnen die komplette Ausrüstung zur Verfügung steht. Spreed bietet zusätzlich einen Qualitätstest für Ihre Internetverbindung an. So gewährleisten Sie einen optimalen Zugriff von Ihrem PC auf den Server. Sprechen Sie unseren Support an für weitere Tipps bzgl. der Verwendung von Kamera und Mikrofon.

Generalprobe einplanen

Es können immer wieder Pannen passieren. Je sicherer Sie sind, desto besser haben Sie unvorhersehbare Situationen im Griff. Starten Sie deshalb einen Probelauf. Spielen Sie Situationen vorab durch. Laden Sie Ihr Team 24 Stunden vor dem Meeting ein. Sprechen Sie Ablauf und Aufgabenverteilung unter realen Bedingungen noch einmal durch. Jeder Teilnehmer sollte sich noch einmal mit der Online Meeting Oberfläche vertraut machen. Dann sind Sie für ein gelungenes Meeting gerüstet.

An Meeting erinnern

Die Einladungen wurden vor einigen Tagen verschickt. Ihre Teilnehmer haben auf verschiedenen Wegen von Ihrem Meeting gehört. Bleiben Sie jetzt dran. Erinnern Sie Ihr Publikum nochmals an Datum und Uhrzeit Ihrer Konferenz. Spreed sendet automatisch Erinnerungsmails. Bequemer geht es nicht: 24 Stunden und ein halbe Stunde vor Beginn des Meetings werden Erinnerungen an alle Teilnehmer verschickt. So gehen Sie sicher, dass Ihre Veranstaltung im Gedächtnis bleibt.

Die Ausarbeitung einer guten Präsentation

Eine gute Präsentation sollte nicht länger als 20 Minuten dauern und möglichst klar und verständlich bleiben – visuell und inhaltlich. Seien Sie sparsam mit Stilmitteln. Verwenden Sie nicht mehr als zwei Schrifttypen und möglichst nur Farben aus einer Familie (zum Beispiel Rot, Orange, Zinnober). Zu viele Details verwirren den Zuhörer.

Fassen Sie Argumente zwischenzeitlich immer wieder zusammen und achten Sie auf den roten Faden. Das beste Ergebnis erzielen Sie, wenn Sie bei der Erstellung Ihrer Dokumente das gängige Bildschirmformat beachten. Die Proportionen für PDF-, PowerPoint- oder sonstige Präsentationen sollten also Maße im Verhältnis 3:4 haben.

2 Das Meeting beginnt

Verbindung ist hergestellt

Der Bildschirm – Ihre Visitenkarte

So manch peinliche Offenbarung bleibt Ihnen erspart, wenn Sie vor einem Meeting Ihren Desktop säubern. Geben Sie Ihren Bildschirm während des Meetings frei, bleiben private Ablagen verborgen. Laden Sie stattdessen Ihr Logo als Hintergrundbild hoch oder noch besser: pflegen Sie das Logo in die Online Meeting-Oberfläche (z. B. in die Lobbyansicht) ein.

Kurze Einführung

Starten Sie Ihr Meeting eine halbe Stunde vor dem geplanten Termin. Sie haben dann genügend Zeit, die Personen aus der Lobby ins Meeting zu holen. Einige Teilnehmer werden noch nie an einer Konferenz teilgenommen haben. Andere kennen unterschiedliche Systeme. Die Teilnehmer haben so die Gelegenheit, sich mit der Applikation vertraut zu machen. Ihre Kamera und das Mikrofon der Teilnehmer muss hierbei noch gar nicht eingeschaltet sein. Ein Willkommensscreen mit dem Titel des Themas und Ihrem Logo ist eine sympathische Geste.

Die Begrüßung

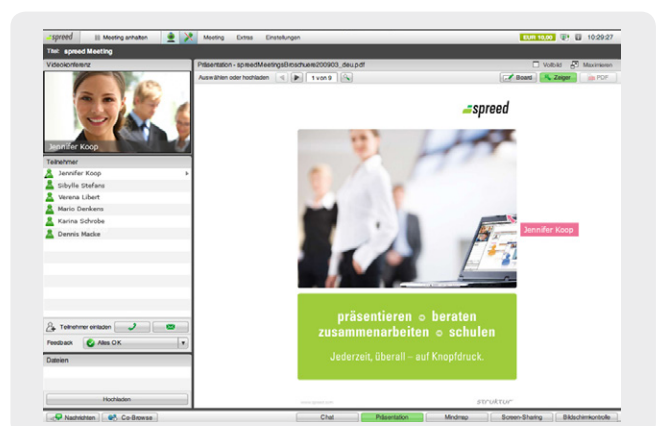
Am Anfang sollte der Moderator Thema und Ziel der Konferenz vorstellen. Ein paar Sätze zum Ablauf der Konferenz genügen. Nennen Sie Ihren Namen und bei Bedarf, die der Referenten. Bei dieser Gelegenheit können Sie dem Publikum auch deren Verantwortlichkeiten während des Meetings erläutern.

Es geht los

Sie haben Neugierde geweckt, Ihr Meeting hat sich rumgesprochen. Die Teilnehmer sind gespannt. Beginnen Sie Ihren Vortrag mit einem lebendigen Einstieg. Die meisten Zuhörer merken sich nur Auftakt und Schlussgedanke eines Vortrags. Vermitteln Sie also, warum Ihre Idee ein unverzichtbares „Must have“ ist.

Die Blickführung

Wie stellen Sie sicher, dass Ihr Gesprächspartner dort hinsieht, wo Sie möchten und nicht abwesend ist? Nutzen Sie die Zeigeeinstrumente des Programmes – sparsam, aber punktgenau. Mit Pfeilen und Markern (Whiteboard) heben Sie hervor, worüber Sie gerade sprechen. Kontrollieren Sie die Präsenz. Fragen Sie nach, ob Punkte verstanden worden sind. Gegebenenfalls schalten Sie das Zeigewerkzeug (Präsentationen) für die Teilnehmer frei, damit diese selbst Punkte anzeigen können.

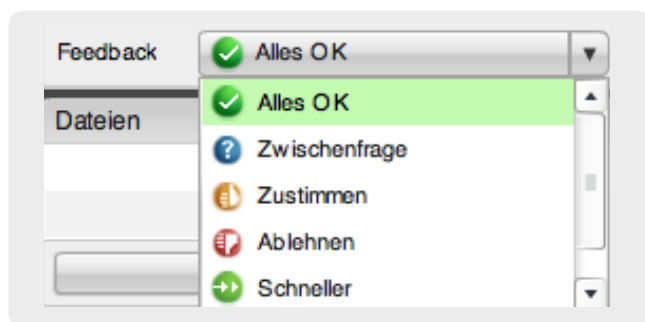


Abwechslungsreich präsentieren

Halten Sie Meetings lebendig und Ihr Publikum am Ball, indem Sie die Möglichkeiten der Interaktion nutzen. Gute Monologe müssen nicht zwangsläufig unterhalten. Beziehen Sie die Beteiligten in Ihre Gedanken mit ein und stellen Sie Ihre Inhalte zur Diskussion – egal ob im PowerPoint-, Word- oder Excel-Format. Sie können die Umfrage-Funktion von Spread nutzen. Das Werkzeug ermöglicht Ihnen, Fragen an Ihr Publikum zu richten. Der Multiple-Choice-Aufbau der Umfrage Option, erleichtert eine spätere Auswertung der Ergebnisse.

Feedback vom Publikum einholen

Während des Meetings stehen Sie jederzeit in Kontakt zum Zuhörer. Schon wenn Sie sprechen, können Sie beobachten, wie gut Sie beim Publikum ankommen. Jeder Teilnehmer hat die Möglichkeit, sich über die Feedbackfunktion bemerkbar zu machen. Ein Symbol beschreibt, ob Ihr Vortrag zu langsam, Ihnen die Beteiligten nicht mehr folgen können oder ob Sie Ihnen gerade zustimmen.



Das Wichtigste am Schluss

In begrenzter Zeit das Wesentliche darstellen. Alles weitere auf Nachfrage! Vergessen Sie nicht, Zeit für Zusammenfassungen einzuplanen. Am besten bereits zwischendurch, jedenfalls aber am Schluss, bevor es in die Diskussionsrunde geht. Das ist eine geeignete Chance für klare Botschaften und einen starken letzten Eindruck!

Das Handout als Bonus

Hinterlassen Sie einen bleibenden Eindruck. Ein Handout eignet sich hervorragend für Merchandisingzwecke. Weisen Sie am Ende des Vortrages auf das Dokument hin. Stellen Sie es am besten auch erst am Schluss zum Download bereit. Das Publikum hört oder sieht Ihnen nicht mehr zu, wenn es bereits vor Ihrer Rede die Essenz nachschlagen kann. Und wenn möglich, geben Sie auch nicht einfach Kopien Ihrer PowerPoint-Folien ab. Was sich statt dessen eignet sind Checklisten, Produktübersichten, Preise und Kontaktdaten.

Über die Feedbackfunktion können sich Teilnehmer während des Vortrages bemerkbar machen.

3 Das Meeting ist beendet

Eine gute Nachbereitung

In Kontakt bleiben

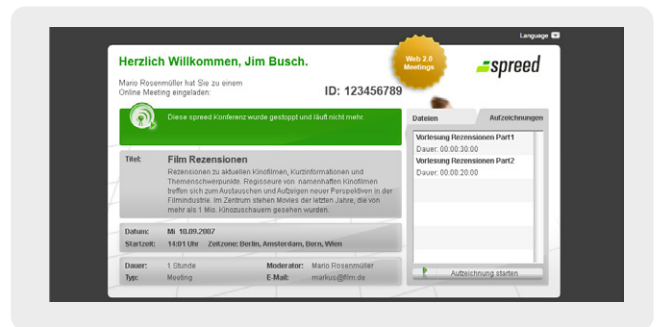
Das Meeting ist beendet, die Präsentation am nächsten Tag noch in Erinnerung. Ein idealer Zeitpunkt, um an Ihr gestriges Verkaufsgespräch anzuknüpfen. Nutzen Sie die E-Mail-Adressen, um mit Ihrem Kunden in Kontakt zu bleiben. Bedanken Sie sich bei allen für Ihre Teilnahme bzw. bedauern Sie deren Abwesenheit. Nachfolgend können Sie auch eine zweite E-Mail eventuell mit einem Sonderangebot schicken.

Für alle Zuspätkommer

Dem Schreiben können Sie auch einen Link mit der Meeting-Aufzeichnung beifügen. Eventuell lassen sich im Nachhinein noch offene Fragen zur Präsentation beantworten. Alle, die Ihr Meeting verpasst haben, können Sie so trotzdem erreichen. Veröffentlichend Sie das Video auch auf Ihrer Webseite. Es eignet sich langfristig als individuelle Ergänzung zu Ihren Produktpräsentationen.

Auswertung

Die Aufzeichnung des Meetings ermöglicht Ihnen und Ihrem Team eine einfache Nachbearbeitung. Anhand des Videos, können Sie einzelne Stationen noch einmal durchgehen. Was könnte man besser machen? Glauben Sie, Ihre Ziele erreicht zu haben? Was sagen die Ergebnisse der Umfrage? Anhand der Daten lassen sich Ergebnisse objektiver ermitteln.



Die Teilnehmer können nach Beenden des Meetings auf Aufzeichnungen und Dateien zugreifen.

Ihre optimale Lösung

Spreed bietet kostenlose Meetings für bis zu 3 Teilnehmern. Damit können Sie Spreed in aller Ruhe testen und kennenlernen. Möchten Sie alle Funktionen nutzen und Meetings für viele Teilnehmer veranstalten? Hier eine Übersicht unserer Lizenzpakete:

Meeting

Mit Spreed Meeting bieten wir preisgünstige Flatrates mit unbeschränkter Nutzung an. Damit können Sie eine beliebige Anzahl von Spreed Online Meetings mit unbegrenzter Dauer zu sehr niedrigen Kosten veranstalten. Ihre Teilnehmer verbinden sich immer kostenfrei! Für Spreed Meeting bieten wir Ihnen Monats- und Jahresverträge an.

Events

Dieses Paket ist hervorragend für einmalige Events geeignet. So können Sie Online Meetings mit einer maximalen Dauer von 10 Stunden führen.

Telefonguthaben

Um über Spreed Telefonate führen zu können, benötigen Sie Telefonguthaben. Diese können Sie in der von Ihnen gewünschten Währung erwerben und in Ihrem Spreed Account aktivieren.

Alle Spreed Produkte können Sie im Spreed Online-Shop (<http://www.spread.com/store>) erwerben und sofort nutzen. Nach der Zahlung per Kreditkarte, Lastschriftzug, Banküberweisung oder Rechnung wird der Lizenzschlüssel umgehend versendet.

Checkliste

1 Planung des Meetings

- Thema bestimmen
- Teilnehmer, Zeitpunkt und Team festlegen (ggf. E-Mail Adressen für Einladungen sammeln)
- Referenten auswählen und kontaktieren
- Geeigneten Raum suchen und belegen (Licht und Technik berücksichtigen)
- Equipment bereitstellen und testen

Die Präsentation

- Folien überarbeiten, Rechtschreibung korrigieren
- Handout vorbereiten
- Folgemaßnahmen für das Event planen (z. B. Mailings für Sonderangebote,...)

2 Zwei Wochen vorher

- Teilnehmer einladen
- Meeting ankündigen (Website, Flyer, o. Ä.)
- Handout zur Verfügung stellen
- Kamera und Soundeinstellungen testen

1/2 Stunde vorab

- Material für Notizen bereitlegen
- Sitzung starten
- In die Telefonkonferenz einwählen
- Kamera ausschalten
- Mikrophon stumm schalten
- Teilnehmer in den Meetingraum holen

3 Das Meeting beginnt

- Video / Audio aktivieren
- Begrüßung
- Vorgehensweise erläutern
- Kurze Einleitung in das Thema
- Rückfragen stellen
- Handout zur Verfügung stellen

Nachbearbeitung

- Feedbackrunde
- Ergebnisse auswerten
- Mailing Aktion an alle Teilnehmer
- Folgemaßnahmen planen

Online Meetings lassen sich in verschiedensten Bereichen einsetzen. Schulen Sie Mitarbeiter und Kunden online, beraten Sie oder nutzen Sie das Medium für die interne Kommunikation in Ihrer Firma. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig. Wir beraten Sie gern ausführlicher dazu. Rufen Sie uns an oder schreiben uns eine E-Mail.



Spread Deutschland (Hauptsitz)

Struktur AG / Spread
Hauptmannsreute 44A
70192 Stuttgart

Tel. +49-711-25 24 28 66

Fax +49-711-25 24 28 20

Geschäftszeiten:

9:00 – 18:00 Uhr

E-Mail: info@spread.com

Web: www.spread.com



Brian Krause,
Ihr Kundenberater

Haben Sie Fragen?

Klicken Sie hier. Wir rufen Sie umgehend an. Bitte halten Sie Ihr Telefon bereit!

[Jetzt anrufen](#)