

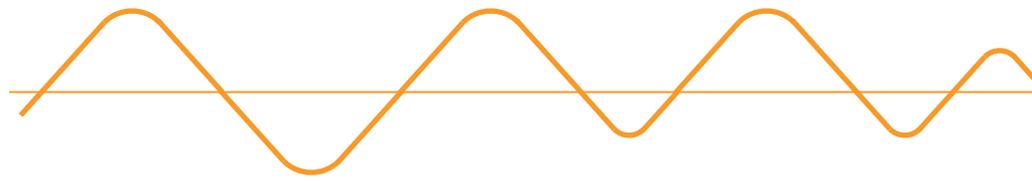


**wire**

**your customer!**

**LiveCall**

# Analog



Langjährige Beziehungen schaffen die Basis für gegenseitiges Vertrauen. Der Aussendienst wird so zum Gesicht des Unternehmens. Er ist der erste Ansprechpartner für neue Projekte, Aufgabenstellungen und Problemlösungen.

Die vielseitigen Kontaktmöglichkeiten und hohen Anforderungen an die persönlichen Beziehungen sind personalintensiv und Aufwendig.



## Messen

Bringen Hersteller und Kunden an einem zentralen Ort zusammen. Neuheiten, Lösungen und Innovationen werden präsentiert.

### pro

- Persönliches Gespräch
- Imagepflege
- Marktübersicht
- Vorstellung Neuheiten
- Prospektübergabe

### contra

- Planungsintensiv
- Aufwendig
- Rückläufige Besucherzahl
- Hohe Anfahrtskosten
- Konkurrenzvergleich
- Zeitlich, Örtlich begrenzt
- Hohe Spesen



## Roadshows

Heute hier, morgen da – Innovationen und Neuheiten werden in die Nähe des Kunden gebracht.

### pro

- Örtlich flexibel
- Dauerausstellung
- Kundennähe
- Event Charakter

### contra

- Aufwendig
- Personalintensiv (Crew)
- Materialverschleiss
- Platzproblem
- Umweltbelastend
- Energieversorgung
- Landesgrenzen



## Internationale Kongresse

Bringen Hersteller und Kunden an einem Ort auf der Welt zusammen, um Informationen und Lösungen auszutauschen.

### pro

- Zukunftsorientiert
- Fachleute unter sich
- Workshops
- Fachmoderationen

### contra

- Aufwendig
- Langweilig (PowerPoint)
- Rückläufige Besucherzahl
- Hohe Anfahrtskosten
- Hohe Spesen



## Kundenevents, Hausmessen

Kunden kommen zum Hersteller ins Haus um in einem exklusiverem Umfeld Informationen zu erhalten.

### pro

- Individuelle Betreuung
- Hoher Einfluss
- Projektbeurteilung
- Image
- Exklusiver Kundenkreis

### contra

- Limitierte Teilnehmerzahl
- Rahmenprogramm
- Örtlich begrenzt
- Zeitlich begrenzt
- Themenorientiert
- Anfahrtskosten
- Fehlender Vergleich



### Der Aussendienst

bringt die Informationen und Neuheiten direkt zum Kunden. Probleme können vor Ort besprochen werden.

#### pro

- Direkt beim Kunden
- Eindruck der Firma
- Hoher Einfluss
- Persönliche Beziehung
- Vor Ort Beratung

#### contra

- Abgeschotteter Bereich
- Hohe Kontaktkosten
- Gefälligkeitsbesuche
- Reiseintensiv
- Limitierte Kontaktzahl
- Spesen
- Umweltbelastung



### Call Center

Der Kontakt zum Kunden wird mittels gezieltem Telefonmarketing hergestellt, um einen Erstkontakt zu generieren.

#### pro

- Kostengünstig
- Hohe Reichweite

#### contra

- Imageschädigend
- Belästigend
- Intensive Vorbereitung
- Fehlende Fachkompetenz
- Tiefer Informationsgehalt



### Katalogwände

Möglichst grosse und auffällige Ordner, Kataloge und Bücher stehen beim Kunden griffbereit.

#### pro

- Datenarchiv
- Zentrale Aufbewahrung
- Schriftliche Notizen

#### contra

- Nicht digital verfügbar
- Keine Suchfunktion
- Platzintensiv
- Nur einzeln nutzbar
- Örtlich gebunden
- Nicht mehr zeitgemäss
- Nie aktuell



### Prospektversand

Aktuelle Technik und Innovationen kommen in Papierform zum Interessenten auf den Tisch.

#### pro

- Direkt beim Kunden
- Zirkular
- Länger sichtbar

#### contra

- Nicht nachhaltig
- Aufwändige Vorbereitung
- Adressstammpflege
- Nicht mehr erwünscht



### Anzeigen, Inserate

in Fachzeitschriften stellen die neuesten Produkte und Innovationen prominent neben Fachartikeln zur Schau.

#### pro

- Mittels Umwegen zum Kunden durch themenbezogene Magazine

#### contra

- Teuer
- Schwindende Auflagen
- Schwer messbar
- Inseratesammlung
- Nicht mehr zeitgemäss



Personalaufwand  
**hoch**



Reisekosten  
**hoch**

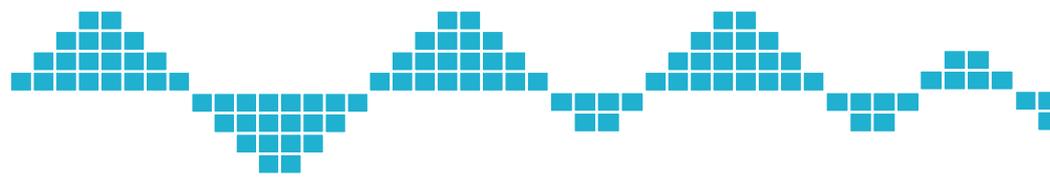


Zeitaufwand  
**hoch**

Wie hoch sind Ihre aktuellen Erfolgsquoten?

Lohnt sich dieser Aufwand?

# Digital



Die Digitalisierung beeinflusst zunehmend das tägliche Leben der Menschen. Die Datenflut und Geschwindigkeit von Informationen hat rasant zugenommen. Neue Netzwerk Technologien werden diesen Trend in Zukunft noch verstärken.

Die digitale Kommunikation hat eine vielseitige und kreative Art, Informationen zu übermitteln. Durch die Anonymität hat diese Art von Kontakt auf der Ebene der persönlichen Beziehungen aber eine sehr unzulängliche Wirkung.



## E-Mail Versand

Die Informationen kommen direkt zum Kunden ins Email Postfach.

### pro

- Viele Empfänger
- Direkt zum Kunden
- Kreative Freiheiten
- Einfache Kontaktart
- Kostengünstig

### contra

- Übersättigte Kunden
- Schlechtes Image
- tiefe Wertigkeit
- Gesetzliche Regelung
- Empfang unsicher
- Spam
- Massenversand



## Gute Webseite

Produkte, Lösungen und Dienstleistungen übersichtlich auf einer Plattform für den Kunden dargestellt.

### pro

- Vielseitige Plattform
- Hoher Informationsgehalt
- Imagefördernd

### contra

- Grosser Aufwand
- Kuratierung nötig
- sehr teuer
- Zeitaufwendig



## Google Werbung

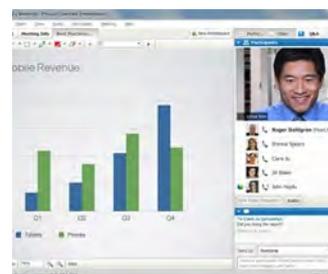
Lotst Kunden gezielt nach deren Profil und Suchanfragen auf die eigene Webseite.

### pro

- Gezielt Kunden anvisieren
- Gute Erfolgsquote

### contra

- Teuer
- Aufwendig
- nur in Kombi mit guter Webseite erfolgreich
- Selektive Werbung



## Webinar

Mehrere Kunden auf einmal erhalten per Video neue Produkte und Innovationen live vorgestellt.

### pro

- Modern
- Live
- Mehrere Teilnehmer
- Unterstützt durch Power Point

### contra

- Minimaler Dialog
- Terminorientiert
- Festes Thema
- Viel Vorbereitung
- Regie im Hintergrund
- Registrierung



## Social Media

Über die gängigen Plattformen wird der Nutzer über Neuheiten oder Innovationen informiert.

### pro

- Nutzer im „Privat“ Modus
- Mobil erreichbar

### contra

- Langer Vorlauf
- Aufwendig
- Schlecht messbar
- Minimaler Dialog
- Shitstorm



## Blogs

Durch externe Berichterstattung erfährt der man von Neuerungen, meist aus einer anderen Perspektive.

### pro

- Zusätzliche Reichweite
- Weitere, ev glaubhaftere Quelle für den Nutzer

### contra

- Aufwendig
- Schlecht messbar
- Auf Qualitäten des Bloggers angewiesen
- Monolog



## Gewinnspiele

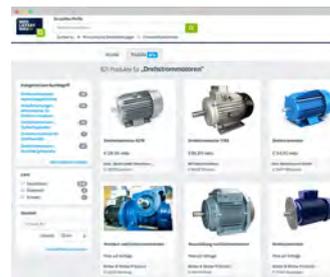
Neue Kontakte werden durch die Aussicht auf einen Gewinn gesammelt.

### pro

- Persönliche Motivation
- Kundendaten

### contra

- Image des Datensammler
- Gesetzliche Vorgaben
- Potential der Daten ist schwer abschätzbar, da oft private Interessen am Gewinn bestehen.



## Branchenverzeichnisse

Listet die verschiedenen Hersteller eines Produktes auf.

### pro

- Zusätzliche Reichweite
- Konkurrenzvergleich

### contra

- Konkurrenzvergleich
- Pflegeaufwand
- Weitgehend nutzlos



## Produktvideos

Zeigen die Vorteile und Features eines Produktes mit Hilfe von Bild und Ton.

### pro

- Langanhaltend
- Mehrfach einsetzbar
- Modern

### contra

- Teuer
- Aufwendig
- Festes Thema
- Monolog
- Kenntnisse in Filmproduktion nötig

	Personalaufwand <b>tief</b>	Wie hoch sind Ihre aktuellen Erfolgsquoten?  Freuen sich Ihre Kunden über solche Kontakte?
	Reisekosten <b>tief</b>	
	Zeitaufwand <b>mittel</b>	



## Mit System zu mehr Erfolg

### Grenzenlose Reichweite

Für **LiveCall** spielt die Distanz keine Rolle. Zeitliche und örtliche Einschränkungen fallen weg.

### Höhere Effizienz, sofort beim Kunden

Durch das Wegfallen der Reisezeit wird die Kontaktanzahl um ein vielfaches erhöht. Mit **LiveCall** sind Sie als Erster beim Kunden!

### Viele Produkte sind verfügbar

Zeigen Sie dem Kunden die für ihn interessanten Produkte. Der Showroom bietet genügend Raum und lässt sich einfach und schnell umgestalten.

### Selektive Projektbesuche

Durch den Kontakt mit **LiveCall** erkennen Sie, ob ein Besuch vor Ort beim Kunden sinnvoll ist. Leerbesuche werden so erfolgreich vermieden, die Kontaktkosten massiv reduziert.

Internet

## Persönlich und direkt am Arbeitsplatz

### Die persönliche Beziehung bleibt bestehen

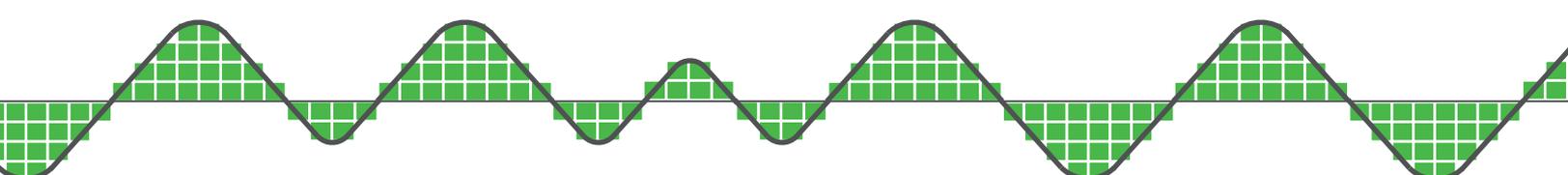
Der Kunde sieht die ihm bereits bekannte Person. Durch die Bild- und Tonverbindung empfindet der Teilnehmer den **LiveCall** als persönlichen Kontakt. Funktionierende Modelle erhöhen das Gefühl eines echten Besuches.

### Wohlfühbereich, hohe Akzeptanz

Der Teilnehmer fühlt sich an seinem Arbeitsplatz sehr wohl. Er kann die Präsentation in seiner gewohnten Umgebung verfolgen und mitgestalten.

Der Ton kommt nur über das Telefon, andere Mitarbeiter werden nicht gestört, die Konversation zwischen dem Teilnehmer und Moderator bleibt privat.





# Impressionen eines aktiven **LiveCall** Showroom

## Eine Person steuert den Ablauf

Der Moderator kommuniziert mit dem Kunden und steuert die Kamera. So zeigt er seinem Gegenüber genau das, was ihn interessiert. Es entsteht ein individueller Dialog über die entsprechenden Themen. Verschiedenste Lösungsansätze können gezeigt werden.

## Bessere Work-Life Balance

**LiveCall** ermöglicht moderne Formen von Arbeitszeitmodellen wie Teilzeit und Home Office.

## Umweltfreundlich und zukunftsorientiert

Mit **LiveCall** CO<sub>2</sub> freundlich, ohne Stress und Stau jederzeit beim Kunden.



Reisekosten  
**tief**



Zeitaufwand  
**tief**



Personalaufwand  
**tief**



Erfolgchancen  
**hoch**



Zufriedenheit  
**noch höher!**



## Eine Patentgeschützte Lösung

### Warum ist der Patentschutz notwendig

**LiveCall** soll auch in Zukunft eine attraktive Kontaktmöglichkeit bleiben. Mit dem Patentschutz verhindern wir den unkontrollierten, massenhaften Einsatz dieser Kontaktart. Ziel ist es, dieses Medium qualitativ hochwertig und exklusiv zu halten. Auch in Zukunft soll **LiveCall** für den Nutzer ein positives Erlebnis sein.

Um diesen hohen Standard beizubehalten, wird eine begrenzte Anzahl Lizenzen an ausgewählte Partner vergeben.

### Was umfasst eine Nutzungslizenz

Eine Lizenz berechtigt die Nutzung von **LiveCall** für ein Jahr. Eine Länderlizenz kann nach Branche, Sprache oder Region in Teillizenzen aufgeteilt werden.

Unsere Lizenzpartner unterstützen uns durch aktive Marktbeobachtung. In beidseitigem Interesse werden unlicenzierte Aktivitäten gemeldet und von uns abgemahnt. Es besteht kein Anspruch auf Exklusivität.

# LiveCall

<https://www.livecall.ch>



**wire**  
**your customer!**