

Inhaltsverzeichnis

1	Hybrid Selling – der neue Standard im B2B	1
1.1	Vorteile für den Vertriebler – und für den Kunden	3
1.2	Tempo der Digitalisierung	5
2	Digitale Möglichkeiten im Vertrieb	7
2.1	Verzahnung von Marketing und Vertrieb	10
2.2	Interessierten Kunden auf der Spur	11
2.3	Content Marketing mit Unternehmensblog	12
2.4	Podcasts einfach machen	13
2.5	Einsatz von Videos	14
2.6	Webinare/Online-Seminare	16
2.7	Virtuelle Kundenmessen	18
2.8	Chatbots	18
3	Das CRM-System	21
4	Digitale Kundenkommunikation	27
4.1	Der virtuelle Kundentermin	27
4.1.1	Das Equipment	27
4.1.2	Vorbereitung des Webmeetings	30
4.2	Der Kundentermin „vor Ort“	32
4.2.1	Die Terminabstimmung	32
4.2.2	Die Terminvorbereitung	33
4.2.3	Der Termin beim Kunden	33
4.2.4	Die Terminnachbereitung	34
4.3	Die Verbindung von Online- und Offline-Kundenkommunikation im Hybrid Selling	35

4.4	Social Media (Xing/LinkedIn)	38
4.5	Online-Zufriedenheitsabfragen	40
4.6	Verkäufer-spezifische E-Mail-Verteiler	41
5	Weiterbildungsmöglichkeiten und Selbstmanagement	43
5.1	Weiterbildung	43
5.2	Selbstorganisation	45
6	Zurück in die Zukunft – was noch kommt und wie die Umsetzung gelingt	47
6.1	Vergessen Sie die perfekte Lösung	47
6.2	Startklar für die Praxis	48
7	Empfehlungen für die Technik-Auswahl	51
Literatur		55