

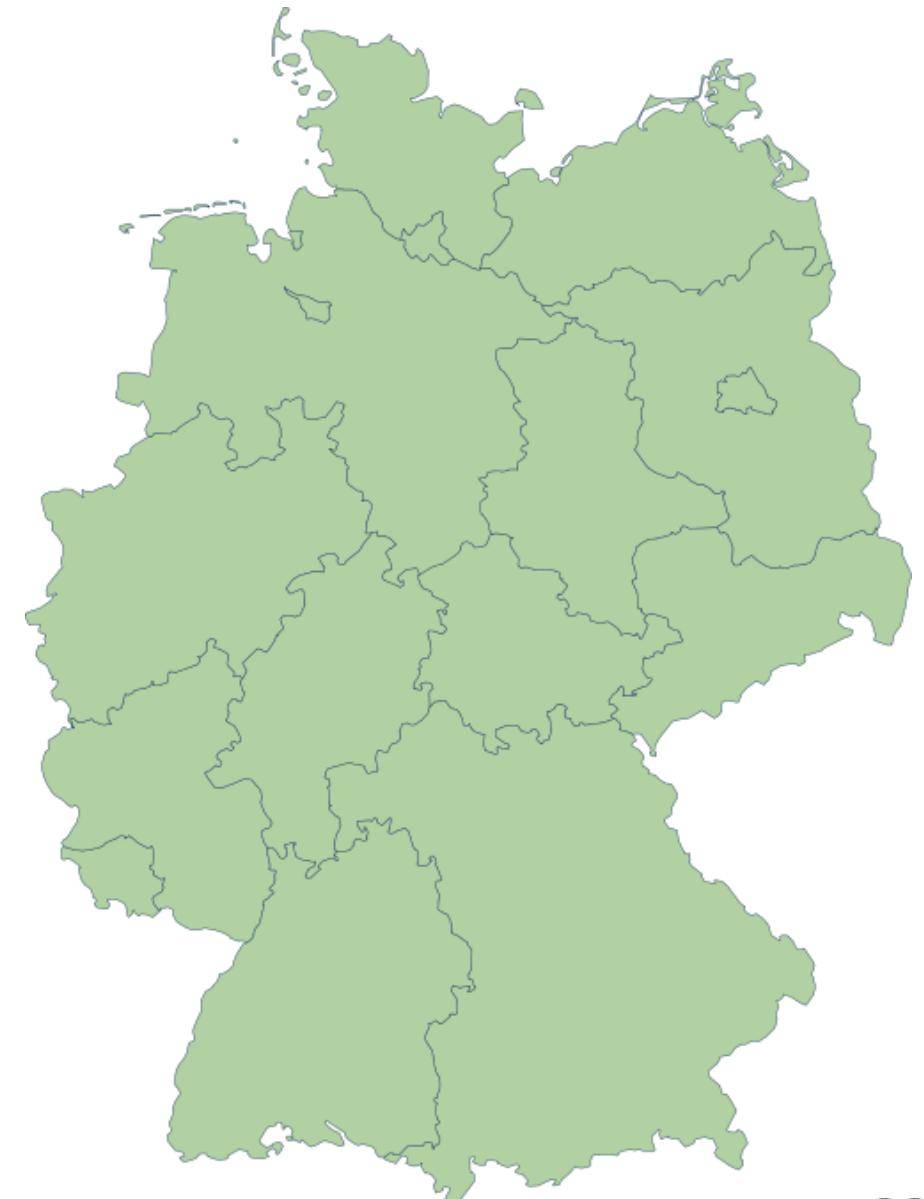
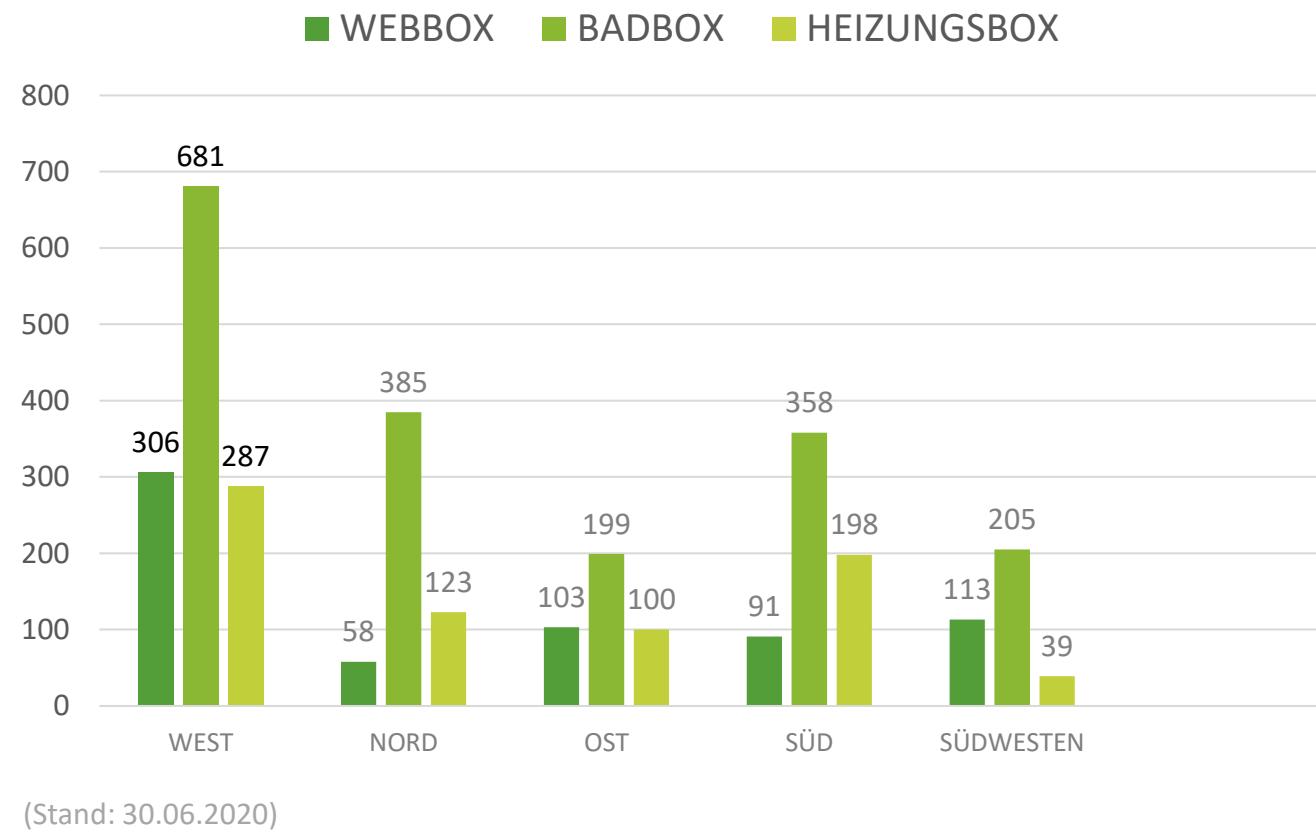
VERTRIEBSKONZEPT

# DIGITALBOX KOMPAKT

STATUS QUO, ZIELE, ZDF & BEST PRACTICES

# STATUS QUO

## REGIONALKREISE



01

# DIGITALISIERUNGS- STRATEGIE

# DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE

-  gemeinsam mit FHW-Kunden den **dreistufigen Vertriebsweg** weiterentwickeln
-  gemeinsam mit FHW-Kunden **Marktanteile und Umsätze sichern und ausbauen**
-  gemeinsam mit FHW-Kunden **eigene Marken und Ausstellungen** beim Endkunden platzieren
-  bestehende FHW-Kunden **digital an uns binden und neue Kunden hinzugewinnen**
-  über unsere digitalen Tools **Umsätze in das eigene GC-/GUT-Haus kanalisieren**
-  mit unseren FHW-Kunden **gemeinsam wachsen („Customer Value“)**

# CUSTOMER VALUE

WIR MACHEN ZUKUNFT. LOKAL. DIGITAL.



## WEBBOX

Website ist das Betriebssystem  
für eine langfristige Kundenbeziehung  
und für ein gemeinsames  
Wachstum.



## EIGENE TOOLS

Online Plus, Elements A, Thermobox,  
Webshop (ab 2021) u.a. sind für  
langfristige Umsatzsteigerung und  
nachhaltige Prozessoptimierung.



## FREMDE TOOLS

Craftnote, Baudocs u.a. sind für  
schnelle Skalierung, die Erweiterung  
der Digitalbox und nachhaltige  
Neukundengewinnung.

GEMEINSAM MIT UNSEREN KUNDEN WACHSEN.

02

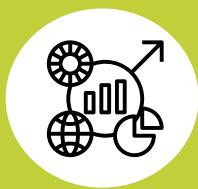
# DIGITALBOX

# MEHRWERTE FÜR GC-GRUPPE



## KUNDEN- BEZIEHUNG

Durch vielfältige digitale Tools die Kundenbeziehung intensivieren, neue Kunden hinzugewinnen und langfristig ausbauen.



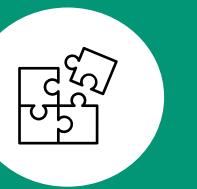
## CUSTOMER VALUE

Mit den richtigen Kunden wachsen und die Umsätze über digitale Tools (z.B. Direktanbindung Online Plus, Konfiguratoren) in das eigene Haus kanalieren.



## PROZESS- OPTIMIERUNG

Prozesse zwischen Großhandel und Kunde verkürzen und effizienter gestalten (z.B. Elements, Thermobox, GC Chat).



## ALLES AUS EINER HAND

Digitale Tools entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Von der Kundenanfrage bis zur Rechnungsstellung.

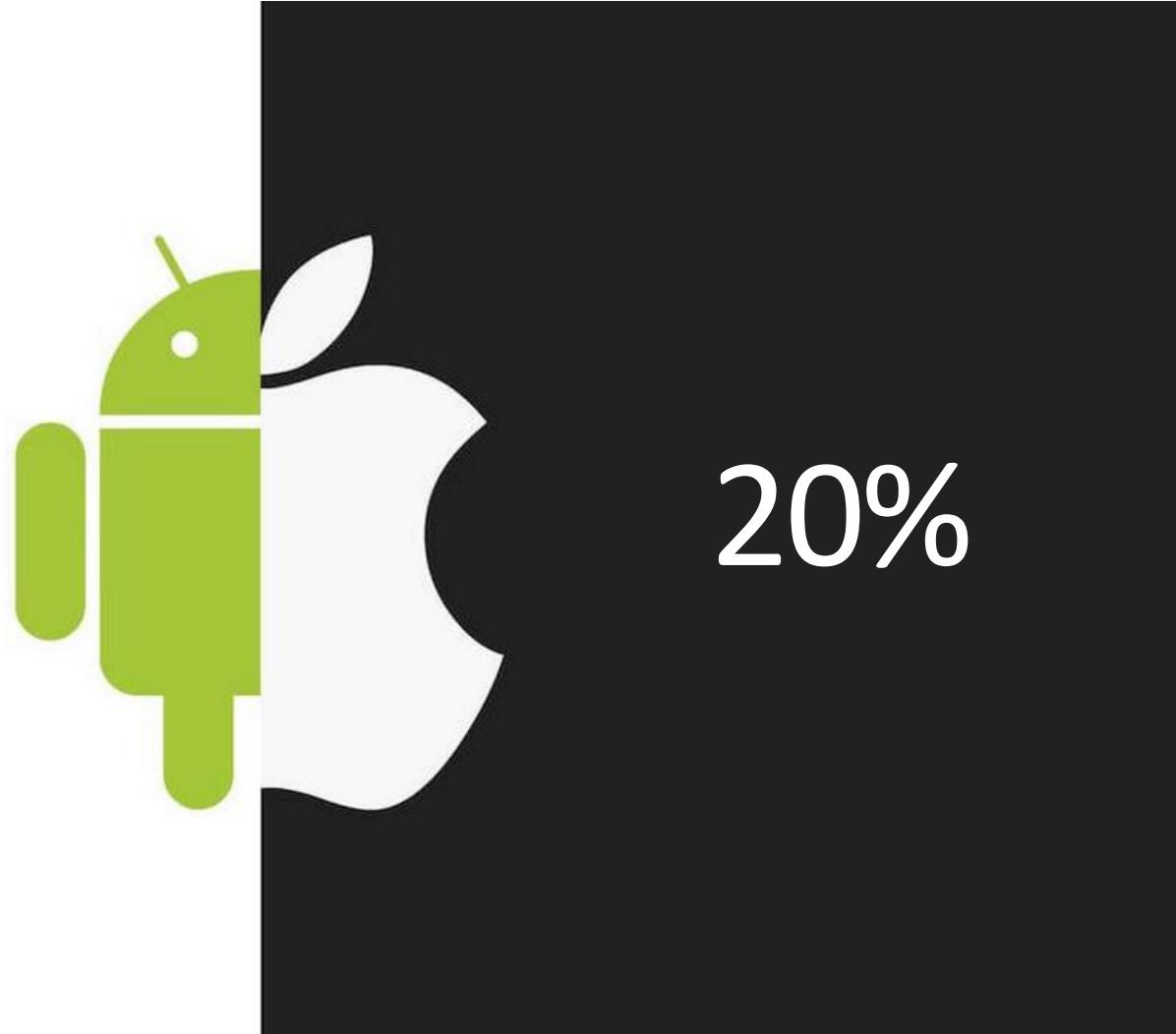


## MARKT- FÜHRERSCHAFT

Vorsprung zum Wettbewerb als einziger Großhandel / Anbieter mit volumnfänglichen Lösungen entlang der Wertschöpfungskette (analog & digital).

# KUNDENBINDUNG DURCH BETRIEBSSYSTEM

80%



MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE

# KUNDENBINDUNG DURCH WEBBOX

Onlineplus

elements a



Budgetkalkulator  
Bad

3D-Badplaner

Webshop (ab 2021)

& more ...

Amazon

Onlineanbieter  
(Thermondo, Reuter, Banovo...)

Richter+Frenzel  
Pietsch

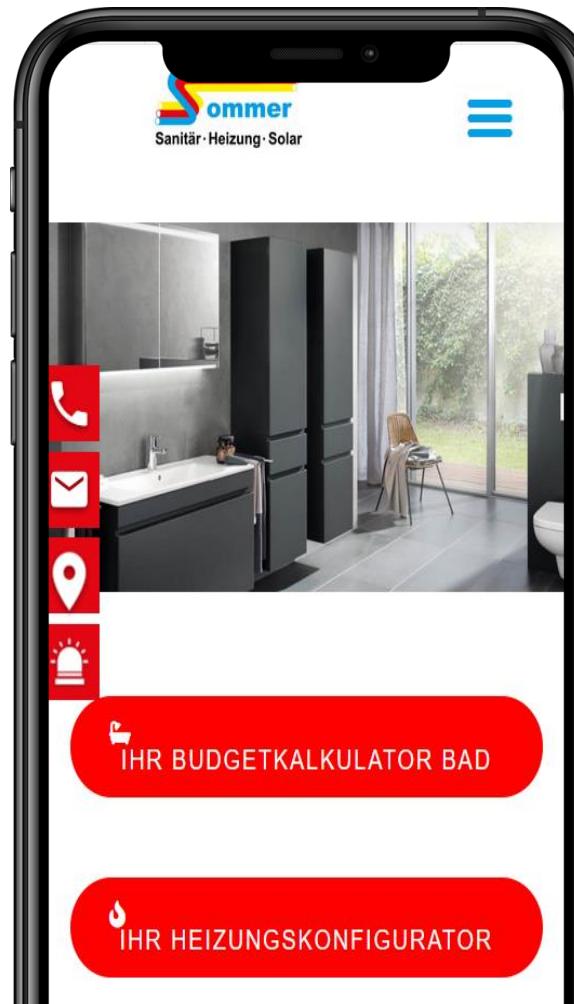
Baumärkte  
Hersteller  
(Viessmann, Vaillant...)

Telekom  
aroundhome  
& more...

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE CUSTOMER VALUE

## WEBSITE VEREDELUNG

- ✓ 75% der Endkunden nutzen mobile Endgeräte bei Internetrecherche
- ✓ Bad- & Heizungskonfiguratoren direkt auf Landingpage
- ✓ Interaktion Anruf, Mail, Notdienst (CTAs) direkt auf Landingpage
- ✓ Verknüpfung mit Effizienztools Elements & Thermobox
- 📍 **Verknüpfung mit Online Plus des jeweiligen GC-/GUT-Hauses**
- 📍 **Kanalisierung der Umsätze ins jeweilige GC-/GUT-Haus**
- ⚠ **Preis-/Rabatteinstufung der Kunden sicherstellen**

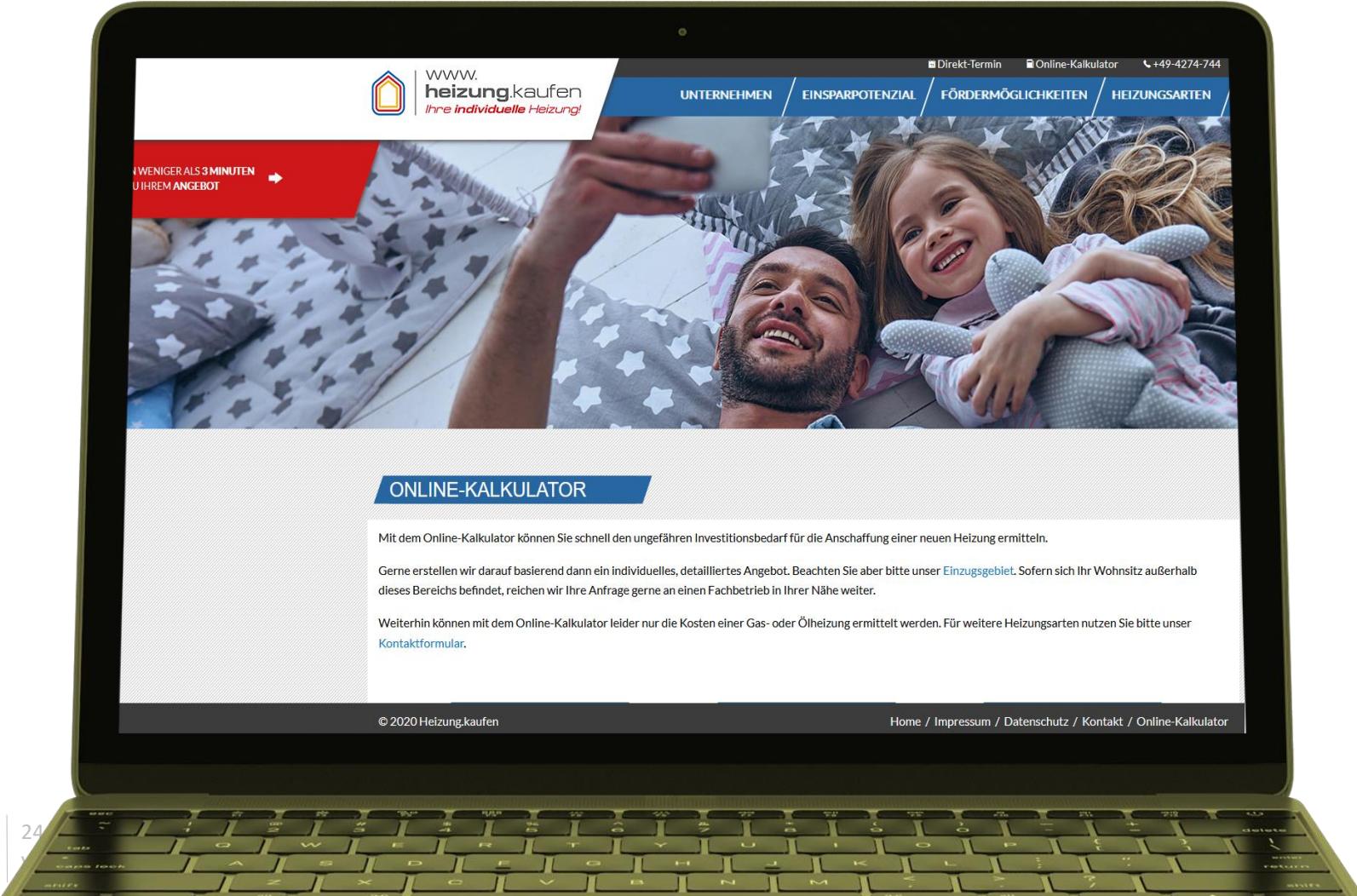


[www.sommer-shk.de](http://www.sommer-shk.de)

UNSERE WEBSITE

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE CUSTOMER VALUE

[www.heizung.kaufen](http://www.heizung.kaufen)



## WEBSITE VEREDELUNG

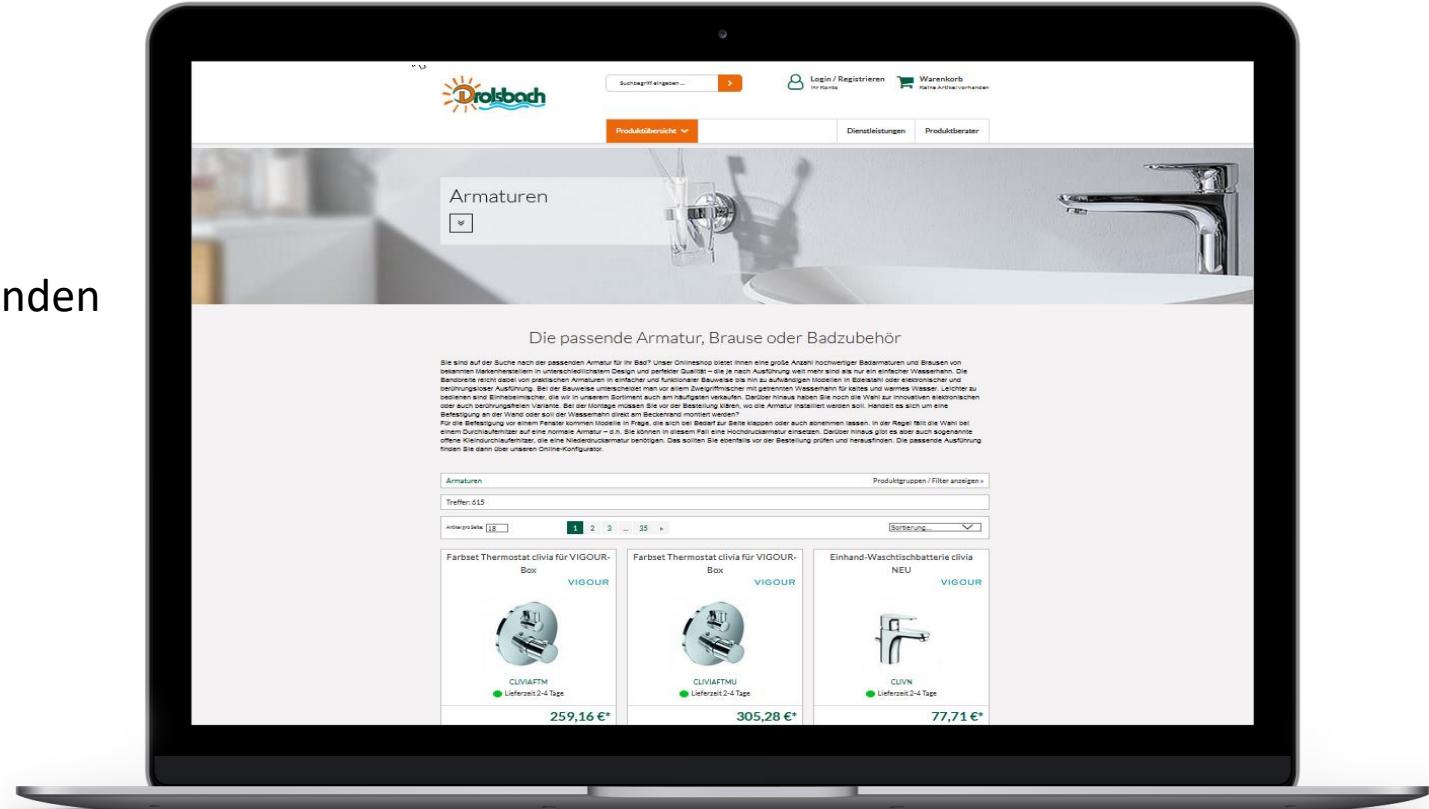
- ✓ Thermobox-Kunde aus Norddeutschland
- ✓ Bad- & Heizungskonfiguratoren können auch auf Fremdseiten integriert werden
- ✓ Verknüpfung mit Effizienztools Elements & Thermobox
- 📍 Verknüpfung mit Online Plus des jeweiligen GC-/GUT-Hauses
- 📍 Kanalisierung der Umsätze ins jeweilige GC-/GUT-Haus
- ⚠ Preis-/Rabatteinstufung der Kunden sicherstellen

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE CUSTOMER VALUE

[www.drolsbach.de](http://www.drolsbach.de)

## WEBSITE VEREDELUNG

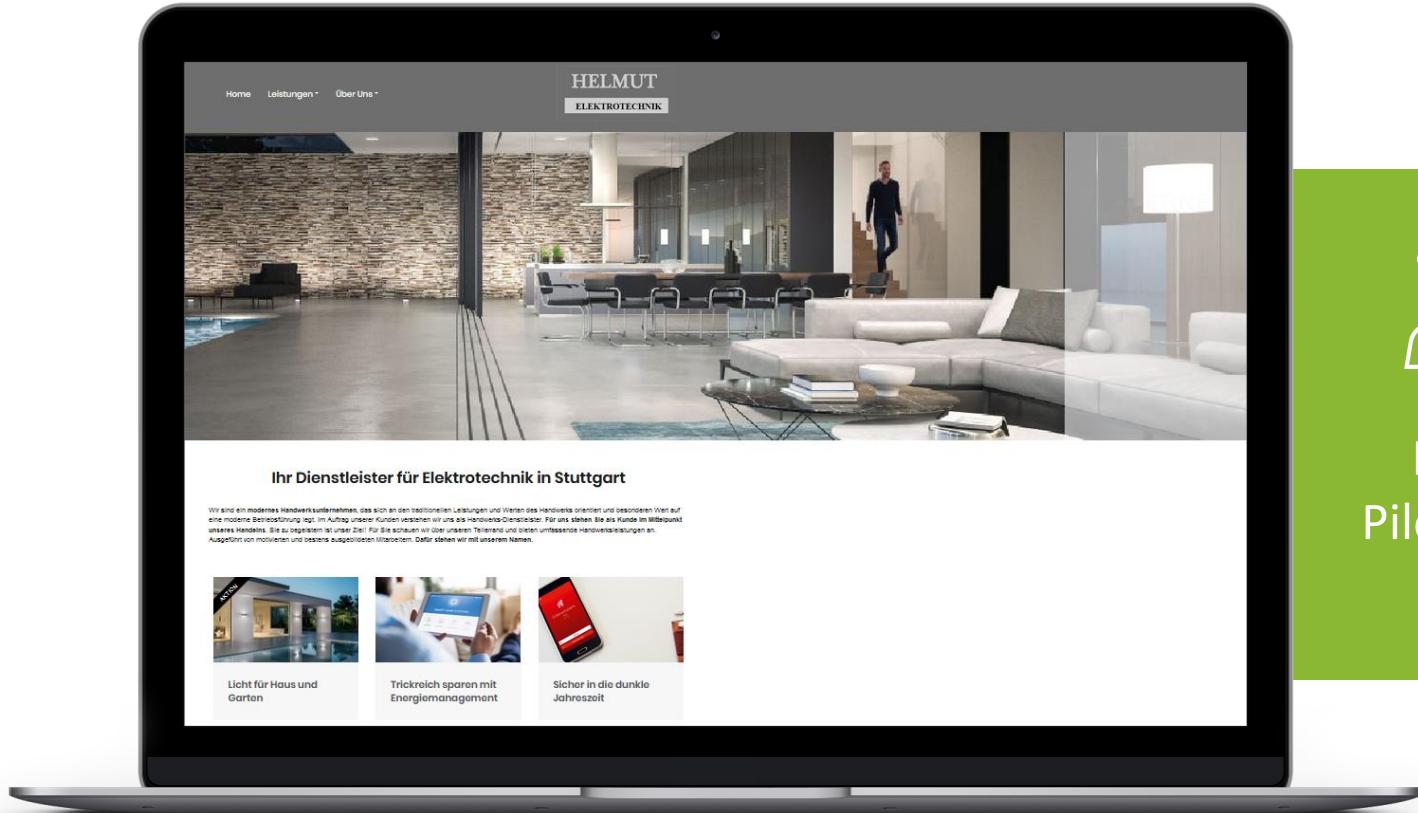
- ✓ Web-/Onlineshop **frühestens ab 2021**
- ✓ Platzierung unserer Marken beim Endkunden (Vigour, Gessi, Brötje, Cosmo)
- ✓ Produktberater für Endkunden
- 📍 **Verknüpfung mit Online Plus des jeweiligen GC-/GUT-Hauses**
- 📍 **Kanalisierung der Umsätze ins jeweilige GC-/GUT-Haus**
- ⚠ **Preis-/Rabatteinstufung der Kunden sicherstellen**



Pilotkunden mit einem Web-/Onlineshop weisen höhere Kundenbindung zu den jeweiligen Häusern auf und liegen beim Index teils zwischen 120-150.

UNSERE WEBSITE

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE EFG-PILOTSEITE



[www.helmut-elektrotechnik.de](http://www.helmut-elektrotechnik.de)



EFG-  
Pilotseite



Tools für Website-  
Veredelung fehlen

(Ausnahme: Thermobox  
mit Wärmepumpe und PV)

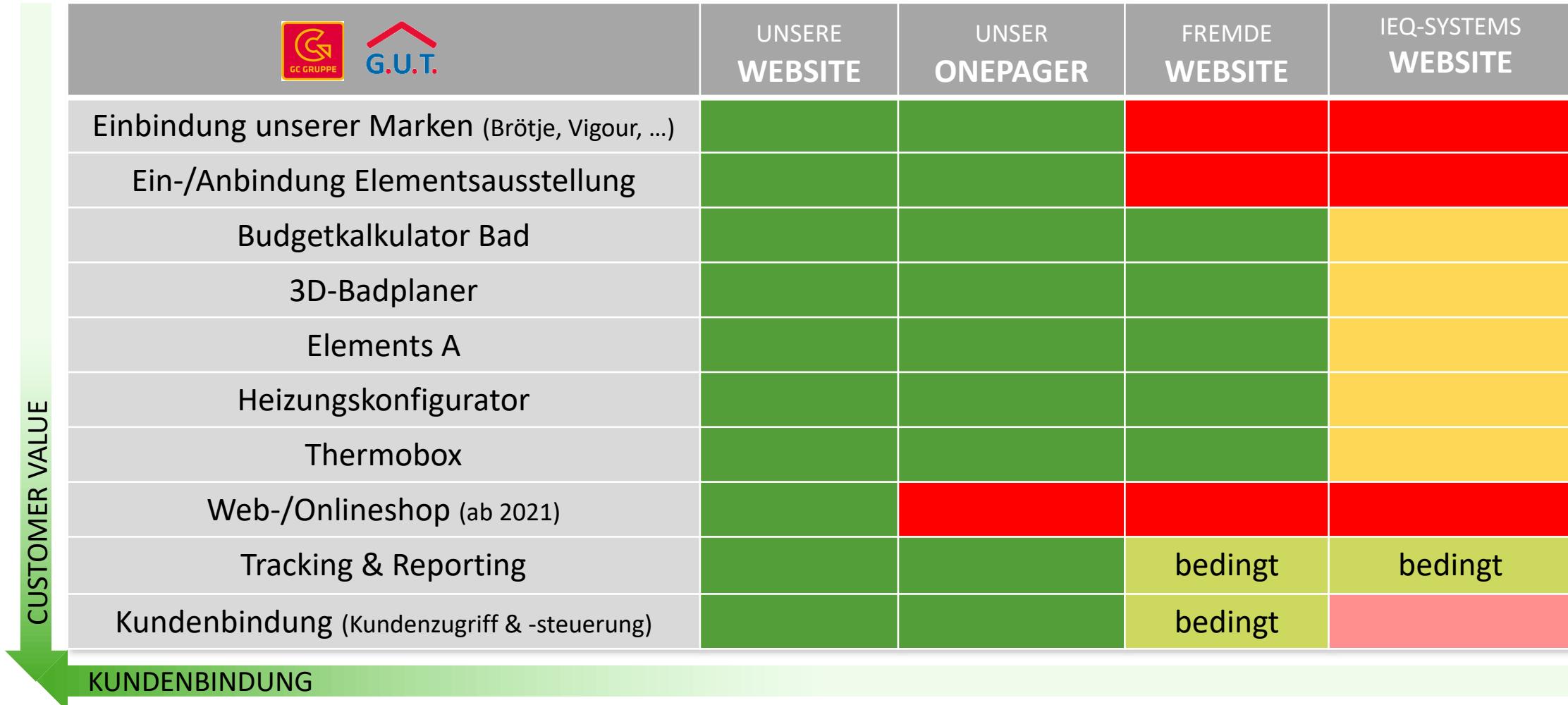


Ansprechpartner  
**Christian Fscer**  
(Gienger München)

UNSERE WEBSITE

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE

# KUNDENBINDUNG & CUSTOMER VALUE



The diagram illustrates the relationship between Customer Value and Customer Binding. A vertical green arrow on the left points downwards, labeled "CUSTOMER VALUE" on its left side. At the bottom, a green bar is labeled "KUNDENBINDUNG". To the right is a grid comparing nine features across four website types: "UNSERE WEBSITE", "UNSER ONEPAGER", "FREMDE WEBSITE", and "IEQ-SYSTEMS WEBSITE". The grid uses a color-coded system: green for "UNSERE WEBSITE" and "UNSER ONEPAGER", red for "FREMDE WEBSITE", and yellow for "IEQ-SYSTEMS WEBSITE".

	GC GRUPPE	G.U.T.	UNSERE WEBSITE	UNSER ONEPAGER	FREMDE WEBSITE	IEQ-SYSTEMS WEBSITE
Einbindung unserer Marken (Brötje, Vigour, ...)						
Ein-/Anbindung Elementsausstellung						
Budgetkalkulator Bad						
3D-Badplaner						
Elements A						
Heizungskonfigurator						
Thermobox						
Web-/Onlineshop (ab 2021)						
Tracking & Reporting					bedingt	bedingt
Kundenbindung (Kundenzugriff & -steuerung)					bedingt	

MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE

# MARKEN- & AUSSTELLUNGSPLATZIERUNG

ELEMENTS	VIGOUR	COSMO	CONEL	EFG
<b>112.000</b>	<b>62.000</b>	<b>30.000</b>	<b>16.300</b>	<b>???</b>
pro Monat	pro Monat	pro Monat	pro Monat	pro Monat

Werte müssen vor  
Versand aktualisiert  
werden

Internetzugriffe (Leads) bei unseren Marken.  
Hinweis: Anteil FHW-Kunden > Anteil Endkunden.

**2.643.600**

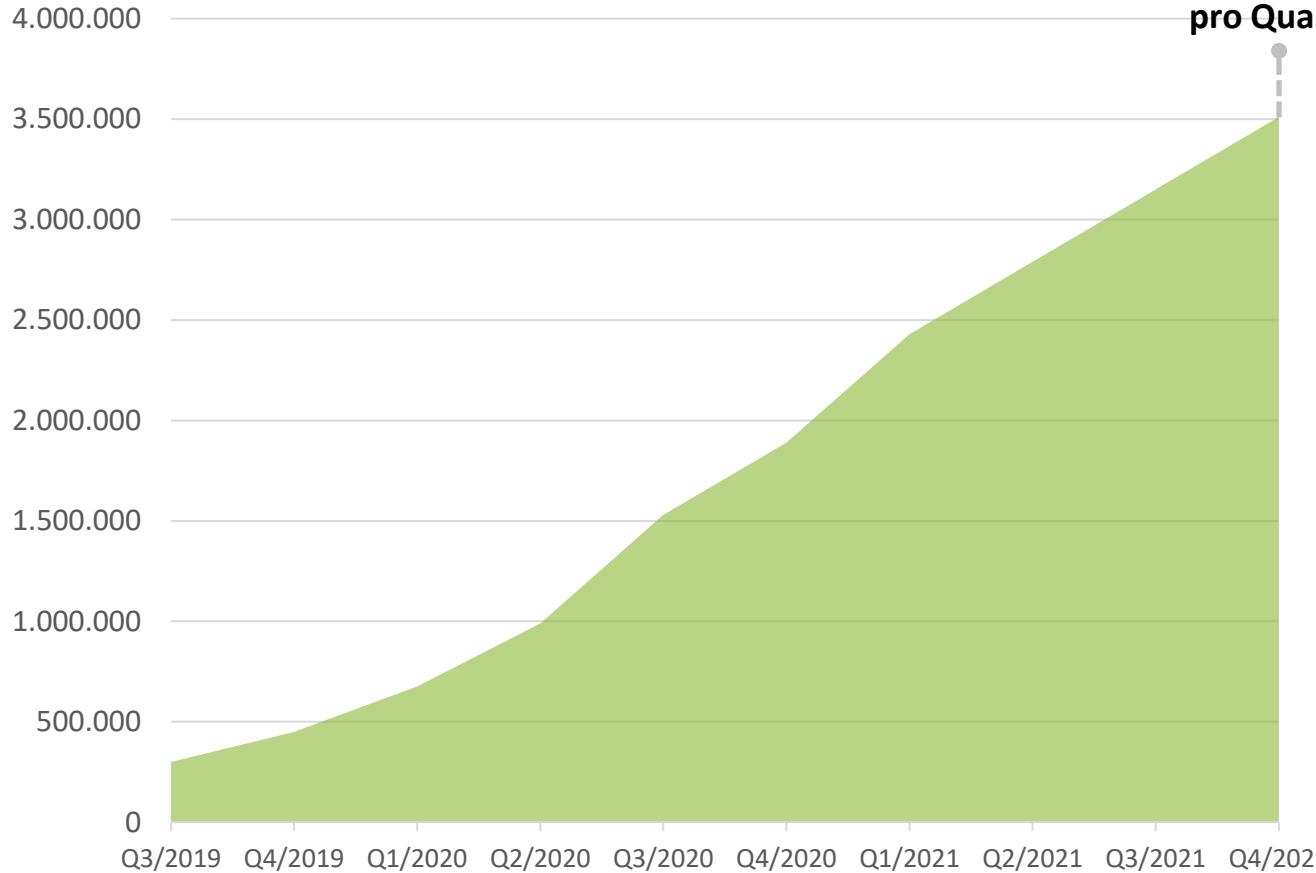
pro Jahr

# MARKEN- & AUSSTELLUNGSPLATZIERUNG

**3.510.000**

**Endkundenleads / Touchpoints**

**pro Quartal**



## **LEADPOTENTIAL FHW-WEBSITES**

Pro Monat besuchen rund 500 Endkunden eine Website.

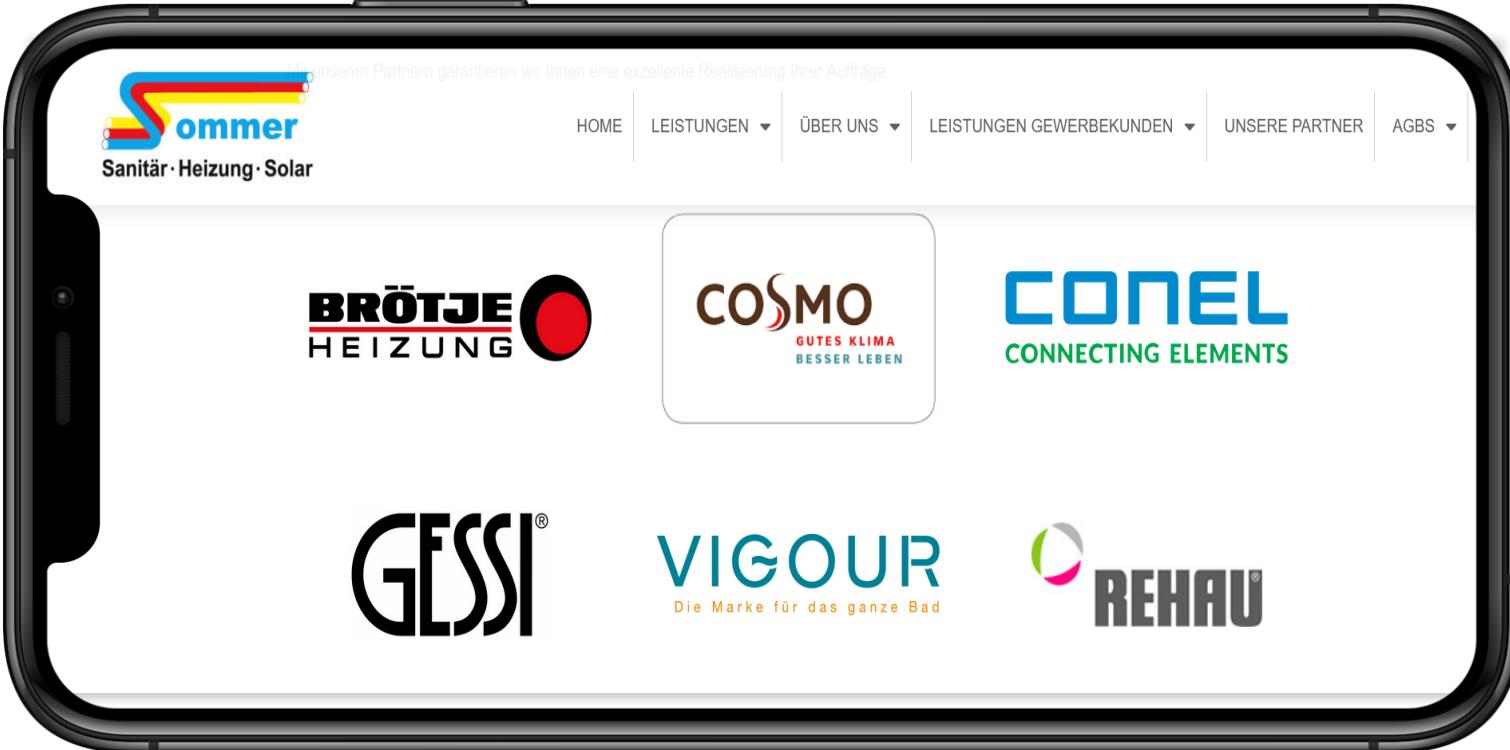
Für die Webbox sind folgende Werte angesetzt:

200 Websites in Q3/2019, 300 (Q4/2019),  
450 (Q1/2020), 660 (Q2/2020), 1.020 (Q3/2020),  
1.260 (Q4/2020), 1.620 (Q1/2021), 1.860 (Q2/2021),  
2.100 (Q3/2021) und 2.340 (Q4/2021).

Bei 2.340 Websites bis Ende 2021 bedeutet dies für Q4/2021 rund 3.510.000 Endkundenleads / Touchpoints pro Quartal.

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE

# MARKENPLATZIERUNG

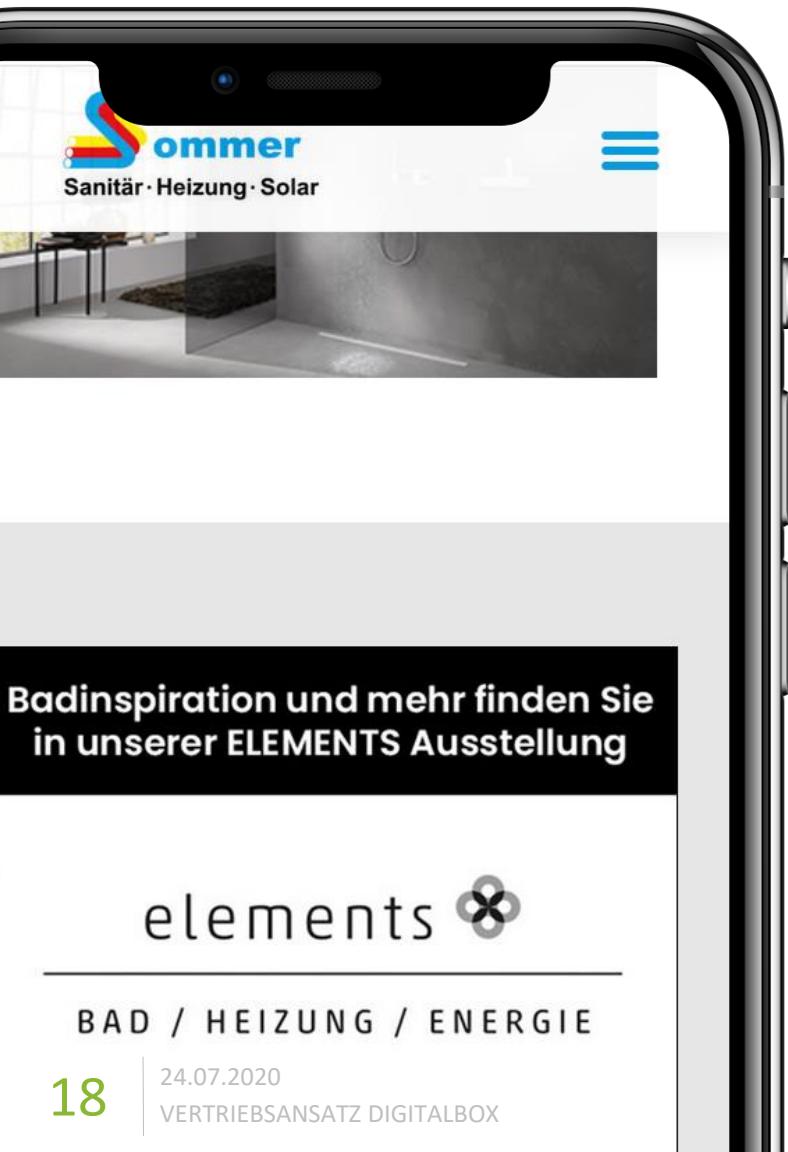


Platzierung unserer Marken **Brötje**, **Vigour**, **Gessi** usw. bei rund  
**3.510.000 Endkundenleads / Touchpoints pro Quartal**  
bis Q4/2021.

UNSERE WEBSITE

# MEHRWERTE FÜR GC GRUPPE

# AUSSTELLUNGSPLATZIERUNG



## ELEMENTS AUSSTELLUNG

Bis Q4/2021 Platzierung unserer **Elements-Ausstellungen** bei rund **3.510.000 Endkundenleads / Touchpoints pro Quartal.**



Endkundengewinnung für unsere Kunden



Mehrumsatz für unsere Kunden & Häuser

UNSERE WEBSITE

## MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE



### DIGITALE SICHTBARKEIT

Sichtbarkeit im Internet, wo Endkunden sich informieren und Wettbewerber sich verstkt platzieren.  
Sicherung der Marktanteile.



### KUNDENSTAMM & UMSATZ

ber digitale Konfiguratoren die rentablen von den unrentablen Kundenanfragen filtern.



### PROZESS- OPTIMIERUNG

Prozesse zwischen FHW und Endkunde verkzen und effizienter gestalten (z.B. Heizungs-/Badkonfiguratoren, Elements, Thermobox usw.).



### MITARBEITER- GEWINNUNG

Arbeitnehmer nutzen nahezu ausschlielich Internet zur Stellensuche.

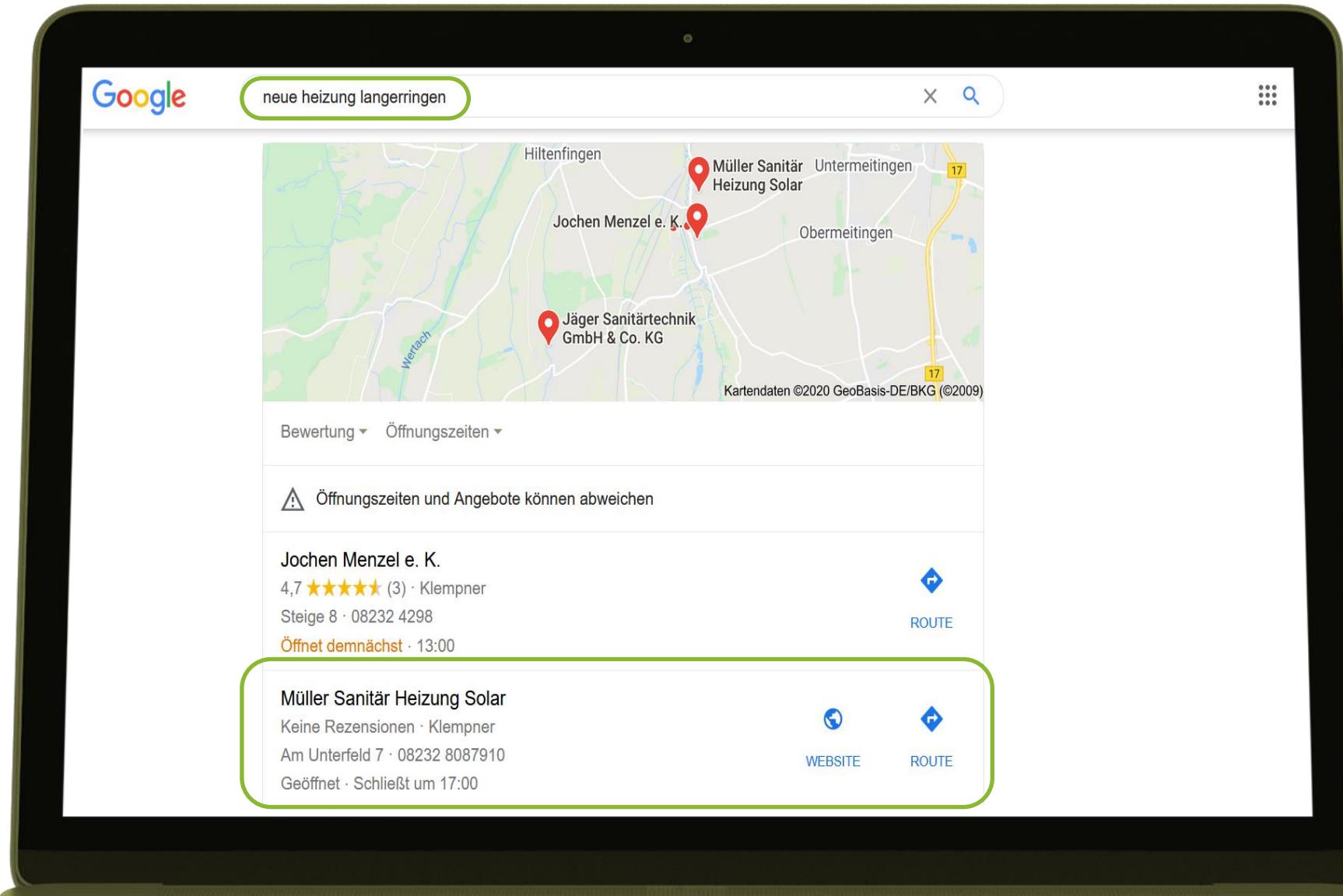


### OFFENES SYSTEM

Individuelle, betriebsspezifische Digitallsungen (herstellerbergreifend, Kompatibilitt durch Schnittstellen- standards (IDS/UGL))

# MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE

# DIGITALE SICHTBARKEIT



MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE

# NEUKUNDEN, KUNDENBINDUNG & UMSATZ

NEUKUNDEN DURCH DIGITALE SICHTBARKEIT

MEHRUMSATZ DURCH PROFESSIONELLEN AUFTRITT

FILTERUNG VON RENTABLEN ANFRAGEN DURCH KONFIGURTOREN

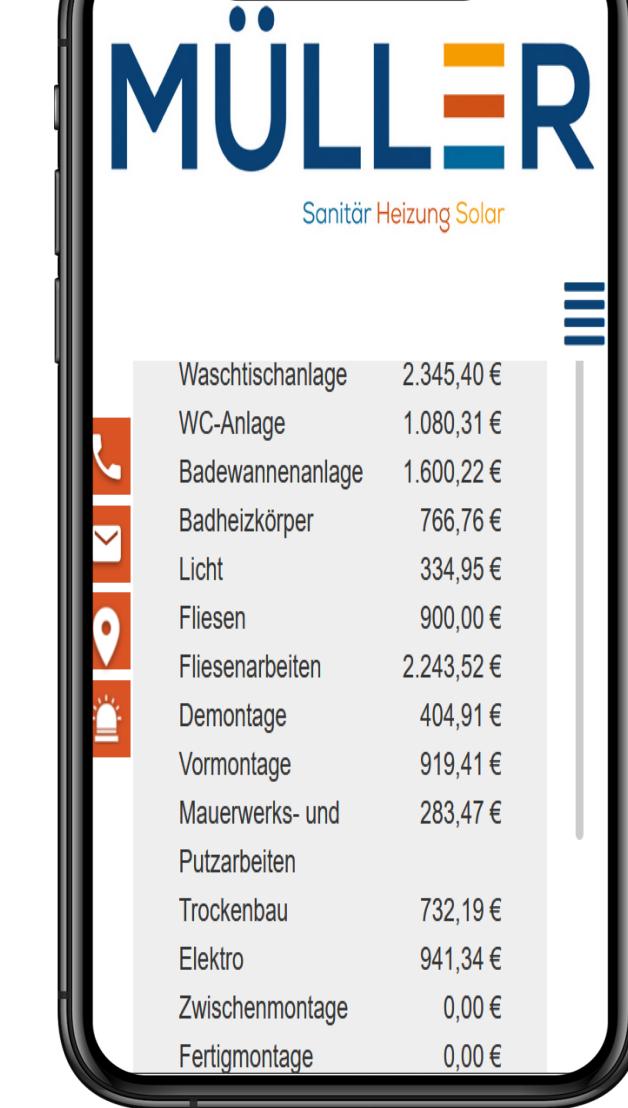
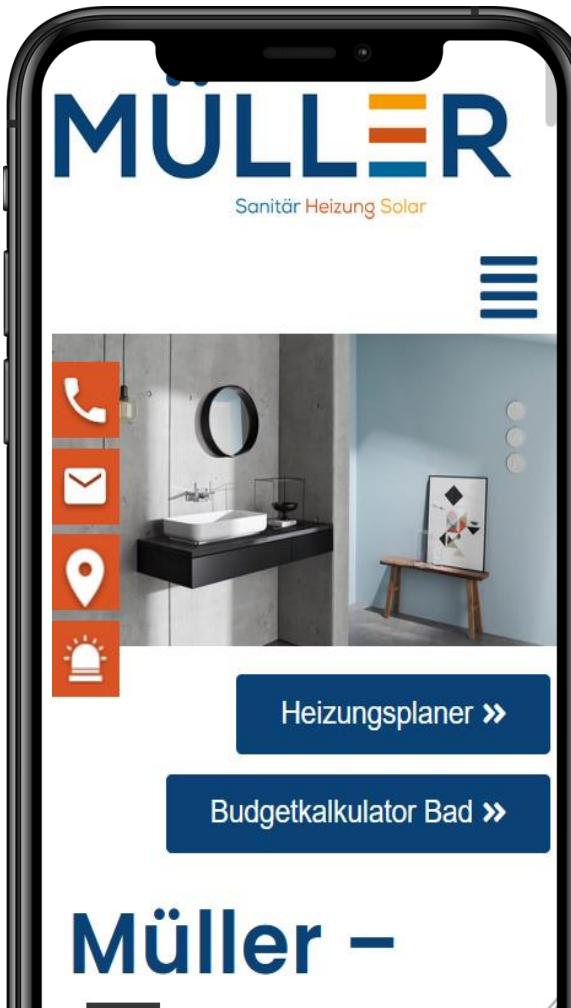
KUNDENBINDUNG DURCH WEBSHOP (AB 2021)

# MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDEN

## 24/7-VERTRIEB

### WEBSITE VEREDELUNG

- ✓ kostenlose Bad- & Heizungskonfiguratoren direkt auf Landingpage
- ✓ Vorfilterung von rentablen und unrentablen Kundenanfragen
- ✓ Interaktion Anruf, Mail, Notdienst (CTAs) direkt auf Landingpage
- ✓ Verknüpfung mit Effizienztools Elements & Thermobox
- ✓ positiver Einfluss auf Google Algorithmus



[www.sanitaer-martin-mueller.de](http://www.sanitaer-martin-mueller.de)

UNSERE WEBSITE

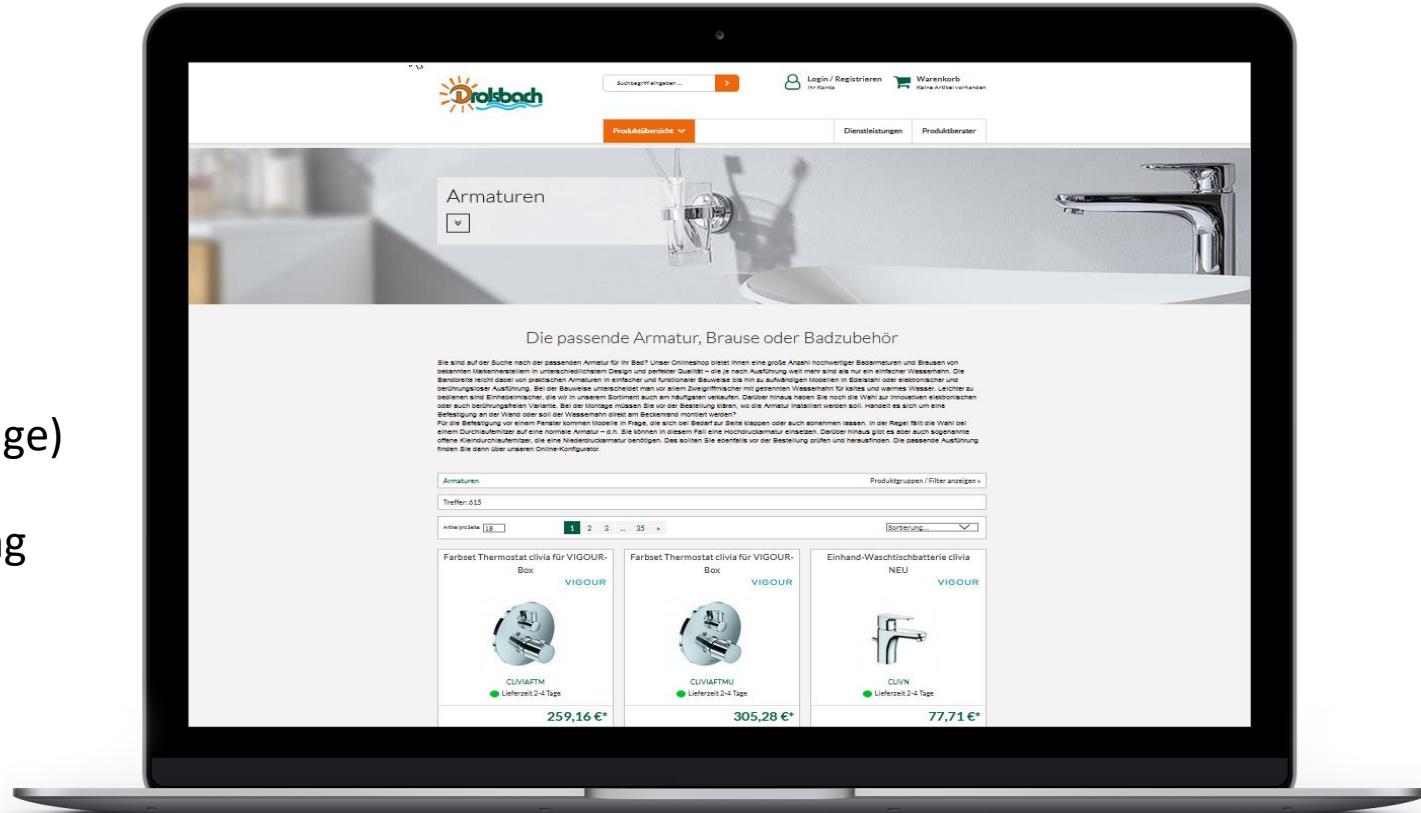
# MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE

# 24/7-VERTRIEB

[www.drolsbach.de](http://www.drolsbach.de)

## WEBSITE VEREDELUNG

- Web-/Onlineshop **frühestens ab 2021**
- dauerhafter, unterjähriger Verkauf von Produkten und Dienstleistungen (Montage)
- langfristige Kundenbindung & Steigerung des Customer Values



UNSERE WEBSITE

# MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE

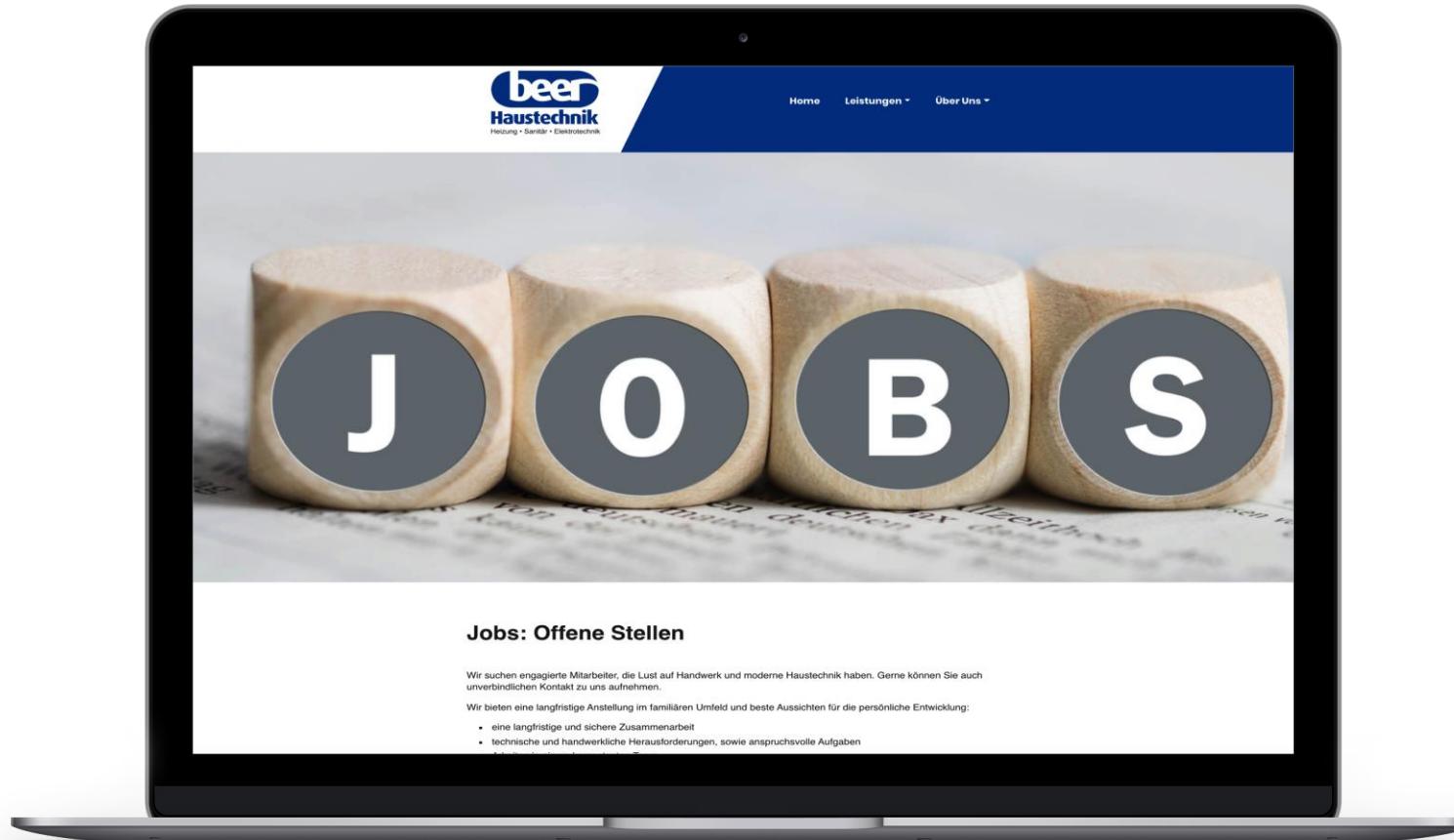
# PROZESSOPTIMIERUNG

## ELEMENTS

The screenshot shows the Thermobox digital dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with a search icon, a 'Dashboard' button, and links for 'Impressum' and 'Datenschutz'. A green header bar contains a 'WICHTIGE INFORMATIONEN' (Important Information) button. The main content area is titled 'Dashboard von, Thermobox' and features a user profile for 'HALLO RUNE RIEPSHOFF'. It displays '6 neue Projekte', '7 In Arbeit', and '0 Nachbereitung'. On the left, a 'Anlage' (Project) list shows two entries: '16.07.2020 16.07.2020 Ausst. ID: 2398068' and '25.05.2020 25.05.2020 Ausst. ID: 2298119', each with three question mark icons. The center has a 'Schnellzugriff' (Quick Access) section with tabs for 'Angebote' (selected), 'Bestandsanlagen', and 'Contractingrechner'. Under 'Angebote', there is a 'Neues Angebot' button with a plus sign and an 'Übersicht' button with a list icon. The right side has a 'Neuigkeiten' (News) section with a 'Hilfe' (Help) button and a message about the new archive function. At the bottom, a 'Zuletzt angesehen' (Recently viewed) section shows a table with columns: Nummer, Straße, PLZ, Ort, Status, and Endkunde. The table contains one row: 'TBF-2020-031193', 'Liststrasse 36', '40470', 'Düsseldorf', 'Entwurf', and 'Marcel Babiel'. The dashboard is branded with 'THERMO BOX' and 'RUNE RIEPSHOFF'.

# MEHRWERTE FÜR FHW-KUNDE

# MITARBEITERGEWINNUNG



**Datum:** Mittwoch, 9. Oktober 2019 um 15:50

**An:** Tanja Springer <[tanja.springer@agentur-id.de](mailto:tanja.springer@agentur-id.de)>

**Cc:** Silke Giss - Agentur ID <[silke.giss@agentur-id.de](mailto:silke.giss@agentur-id.de)>

**Betreff:** Hanisch, Schwabmünchen - Erfolg

Hallo ihr beiden,

soeben habe ich die Info von Kurt Hanisch erhalten, dass er einen neuen Bewerber aufgrund der tollen Webseite erhalten hat.

Zusätzlich positiv ist die Qualität des Bewerbers. Guten Schulabschluss -- sauberes, gepflegtes Äußeres....

So jemand hatte er die letzten 5 Jahre nicht in einem Vorstellungsgespräch.  
Tollen Job gemacht. Danke

p.s. Da könnten wir doch noch unseren Azubi-Imagefilm mit auf die Seite packen. Der ist dort noch nicht aufgespielt.

Viele Grüße  
Stephan

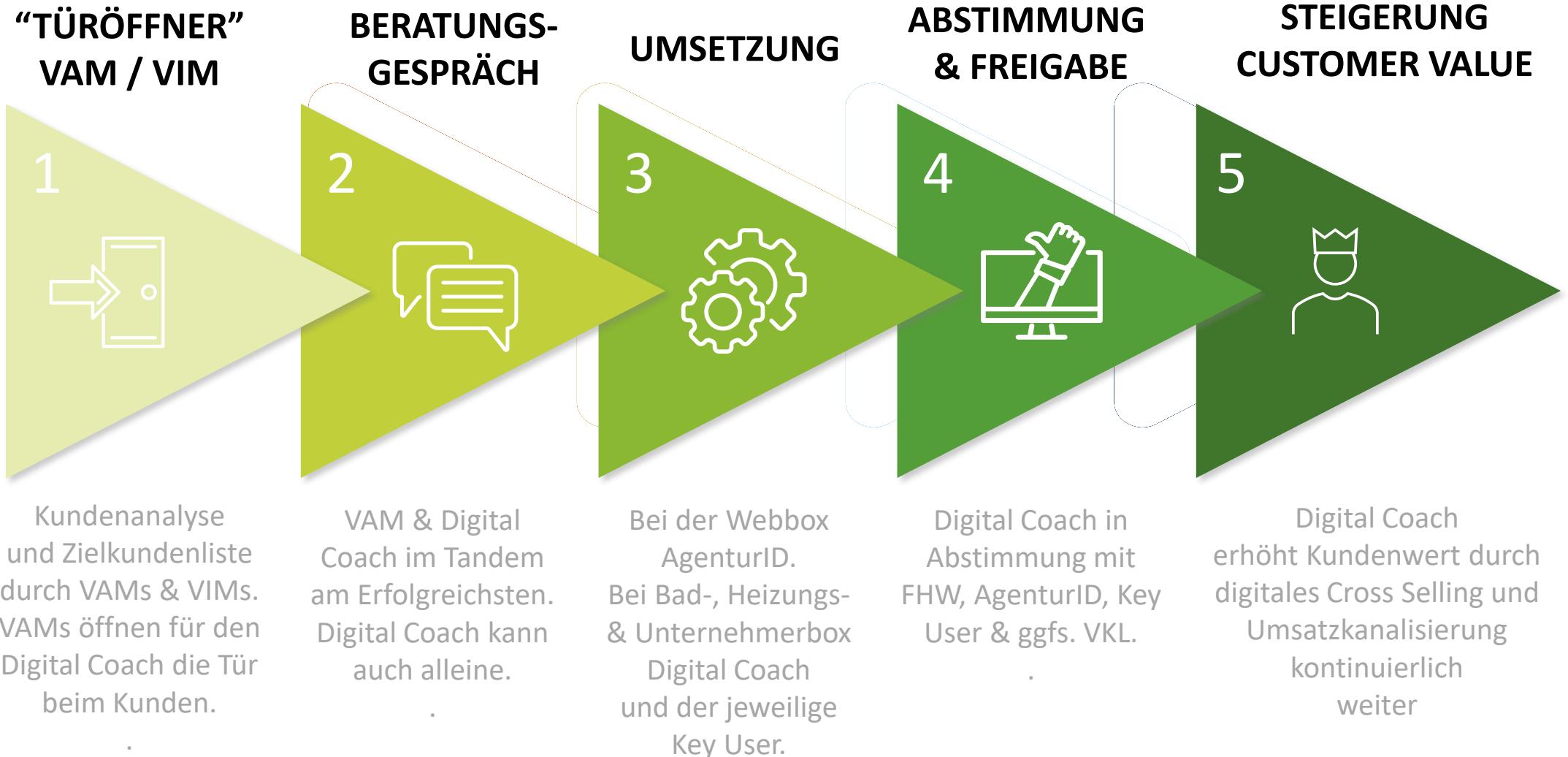
Mit freundlichen Grüßen

**i. V. Stephan Sturm**  
- Verkaufsleitung innen / Digital Coach -

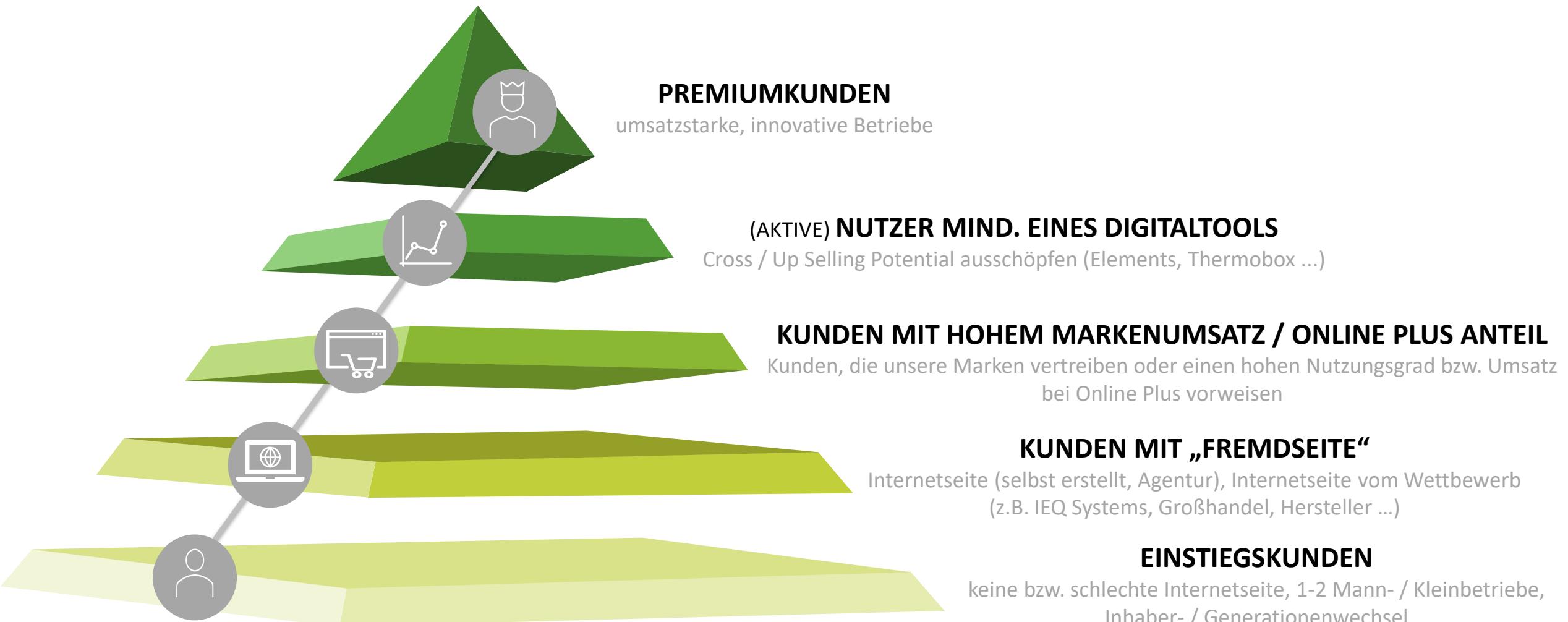
03

## ZIELKUNDENLISTE

## VERTRIEBSPROZESS



# ZIELKUNDENLISTE



# EINSTIEGSKUNDEN



## KUNDEN OHNE INTERNETSEITE

Analyse des eigenen Kundenbestands durch VAMs und VIMs, ob Kunden überhaupt eine Internetseite oder eine schlechte Internetseite vorweisen. Qualität der Internetseite kann über [seobility.net](http://seobility.net) geprüft werden. Wert <50% ist schlecht.



## INHABER- / GENERATIONENWECHSEL

Junior oder Jungmeister übernimmt Betrieb, sodass große Chance für eine digitale Neuausrichtung des Betriebes besteht



## 1-2-MANN- / KLEINBETRIEBE

Betriebe haben wenig Zeit, sich um digitale Themen zu kümmern. Zudem verursacht Beratungszeit beim Endkunden hohen Arbeitsaufwand. Digitalbox reduziert Beratungsaufwand (Freiräume) und spart Zeit für das Kerngeschäft (Montage). Aufgrund kleinerer Budgets ggf. Onepager anbieten



## KUNDEN MIT "PRIVATER" MAILADRESSE

Online Plus-Kunden, insbesondere deren Mailadresse prüfen. Kunden mit einer Mailadresse, die auf @yahoo.de, @aol.com, @gmx.de ...endet, haben mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Internetseite.

# KUNDEN MIT „FREMDSITE“



## UNSERE KONFIGURATOREN

Alle unsere Konfiguratoren (Budgetkalkulator Bad, 3D-Badplaner und Heizungsplaner) können auf Fremdseiten (IEQ-Systems, Hersteller, Internetagentur etc.) eingebunden und genutzt werden. Es muss keine Website verkauft werden, um unsere Konfiguratoren beim FHW zu implementieren und um die Umsätze in die GC-/GUT-Häuser zu kanalisieren.



## INTERNETAGENTUR

Analog zu IEQ-Systems und Herstellern hohe laufende Kosten sowie mehrjährige Vertragsbindung. Zusätzlich hohe Investitionskosten.



## HERSTELLER

Internetseiten von bspw. Vaillant oder Hans Grohe sind sehr stark auf den Hersteller ausgerichtet. Hauptargument ist, dass die Digitalbox ein offenes System ist, d.h. alle Hersteller wie auch Fremdkonfiguratoren können in unseren Webbauasten (Webbox) integriert werden



## IEQ-SYSTEMS

Richter & Frenzel- / Pietsch-Kunden, die bereits eine Internetseite haben. Hauptargument ist, dass bei IEQ-Systems hohe monatliche Nutzungsgebühr zu leisten ist und Vertragsbindung von mindestens 3-5 Jahren besteht.

# KUNDEN MARKENUMSATZ / ONLINE PLUS



## KUNDEN MIT HOHEM MARKENUMSATZ

Für Kunden, die Vigour / Gessi (Sanitär) oder Brötje / JunkersBosch, / Remeha / Vailant (Heizung) im Haus beziehen, sind Elements und Thermobox besonders effiziente Tools.  
Mehrwert beim FHW sofort spürbar.



## KUNDEN MIT HOHEM ONLINE PLUS ANTEIL

Kunden sind bereits digitalaffin, sodass leichter Gesprächseinstieg für alle Tools der Digitalbox (Webbox, Badbox, Heizungsbox, Craftnote ...) möglich sein sollte.  
Alle unsere Digitaltools basieren auf Online Plus.

# NUTZER EINES DIGITALTOOLS (CROSS SELLING)



### ONLINE PLUS NUTZER

Cross / Up Selling Potential unserer bestehenden Kunden / Nutzer ausschöpfen. Kunde / Nutzer ist bereits digitalaffin und kann somit auch von unseren anderen Tools und Produkten überzeugt werden. Idealerweise Bündelung aller Tools in unserem Webbaukasten (Webbox).



### ELEMENTS NUTZER

Cross / Up Selling Potential unserer bestehenden Kunden / Nutzer ausschöpfen. Kunde / Nutzer ist bereits digitalaffin und kann somit auch von unseren anderen Tools und Produkten überzeugt werden. Idealerweise Bündelung aller Tools in unserem Webbaukasten (Webbox).



### THERMOBOX NUTZER

Cross / Up Selling Potential unserer bestehenden Kunden / Nutzer ausschöpfen. Kunde / Nutzer ist bereits digitalaffin und kann somit auch von unseren anderen Tools und Produkten überzeugt werden. Idealerweise Bündelung aller Tools in unserem Webbaukasten (Webbox).



### XYZ NUTZER

Cross / Up Selling Potential unserer bestehenden Kunden / Nutzer ausschöpfen. Kunde / Nutzer ist bereits digitalaffin und kann somit auch von unseren anderen Tools und Produkten überzeugt werden. Idealerweise Bündelung aller Tools in unserem Webbaukasten (Webbox).

# PREMIUMKUNDEN



## UMSAZSTARKE, INNOVATIVE BETRIEBE

Kunden, die bereits digital aufgestellt sind bzw. digital noch am Anfang stehen, mit denen man perspektivisch aber gemeinsam wachsen möchte.

Kontinuierliche Steigerung des Customer Values.

## BEST PRACTICE

# VORLAGE ZIELKUNDENLISTE

Vorlage ist im Teamskanal für Digital Coaches hinterlegt.

# BEST PRACTICES

-  Vorgabe an **VAMs**, dass diese **mindestens 2 Beratungstermine pro Monat** an den Digital Coach zu vermitteln haben, sodass Digital Coach ausgelastet ist.
-  hohe Abschlussquoten bei **Einstiegskunden**, da ein Großteil sich digital aufstellen möchte. Starker Wettbewerb mit IEQ-Systems und anderen Anbietern.
-  Einzelne Häuser fokussieren sich auf **Kunden, die bereits eine Internetseite haben**. Aufgrund vorhandener Digitalisierung ist Einstieg bei diesen Kunden teils einfacher. Kunden sind schließlich von unserem Gesamtpaket überzeugt. Auch bei dieser Kundengruppe eine hohe Abschlussquote.  
Voran genannter Vertriebsansatz setzt jedoch hohe Fachkompetenz beim Digital Coach in allen Tools voraus.

04

# VERTRIEBSKANÄLE /-FORMATE

# VAM & VIM: ERSTKONTAKT & TÜROFFNER

## ERSTKONTAKT & TÜRÖFFNER

- ✓ VAMs & VIMs intensivsten Kontakt zum Kunden
- ✓ für VAMs stehen zum Marktstart digitale & analoge Werbemittel zur Verfügung
- ✓ VAMs & VIMs erstellen idealerweise Zielkundenlisten für den Digital Coach
- ✓ VAMs & VIMs vereinbaren Beratungstermine zwischen Kunde und Digital Coach („Türöffner“)
- ✓ Tandemtermin (VAM/Digital Coach), aber auch Einzeltermin Digital Coach und FHW-Kunde mit hoher Abschlussquote



VERTRIEBSKANÄLE / -FORMATE

# GROSSVERANSTALTUNG

„FREIRÄUME SCHAFFEN“  
Bernd Schröder (Digitalisierung)  
Tanja Springer (Website)

100

FIRMEN

20

GESPRÄCHE WEBSITE

25+

GESPRÄCHE ELEMENTS

20\*

ABSCHLÜSSE  
WEBSITE & TOOLS

\*höheres Abschlusspotential weiterhin vorhanden, durch Corona teils noch offen



# SPEERSPITZEN-VERANSTALTUNG

## EINSTIEGSVERANSTALTUNG JE DIGITALTOOL (MAX. 2 STUNDEN)

- ✓ Digitalbox (Senior Digital Coaches)
- ✓ Thermobox (Rune Riepshoff)
- ✓ Elements (Sebastian Olfs)
- ✓ Website (Tanja Springer)
- ✓ 3D-Badplaner (Frank Bonhof)
- 📍 FHW-Kunden registrieren & in die Nutzung führen
- ⚠ VKL, Digital Coach & Key User des Hauses müssen dabei sein

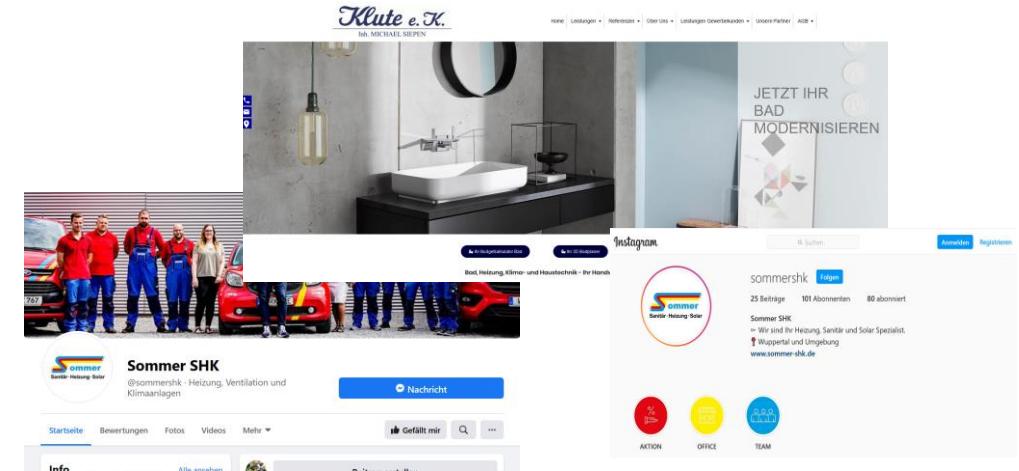


W+S LORENZ KG | DIGITALISIERUNG | HEIZUNGSBOX

# AUFBAU VON REFERENZKUNDEN

## STEIGERUNG DES CUSTOMER VALUE DURCH CROSS- / UPSELLING

- ✓ beide Kunden haben bereits eine Website
- ✓ ein Kunde nutzt bereits Social Media Kanäle (Facebook, Instagram)
- ✓ Beide Kunden nutzen Elements & Thermobox im Betrieb & auf Website
- ✓ ein Kunde hat bereits Leadgenierung genutzt
- ✓ beide Kunden werden jetzt Webshop bekommen
- 📍 Kunden mit allen Tools der Digitalbox
- 📍 Kunden als Treiber für FHW-Kollegen in der Region

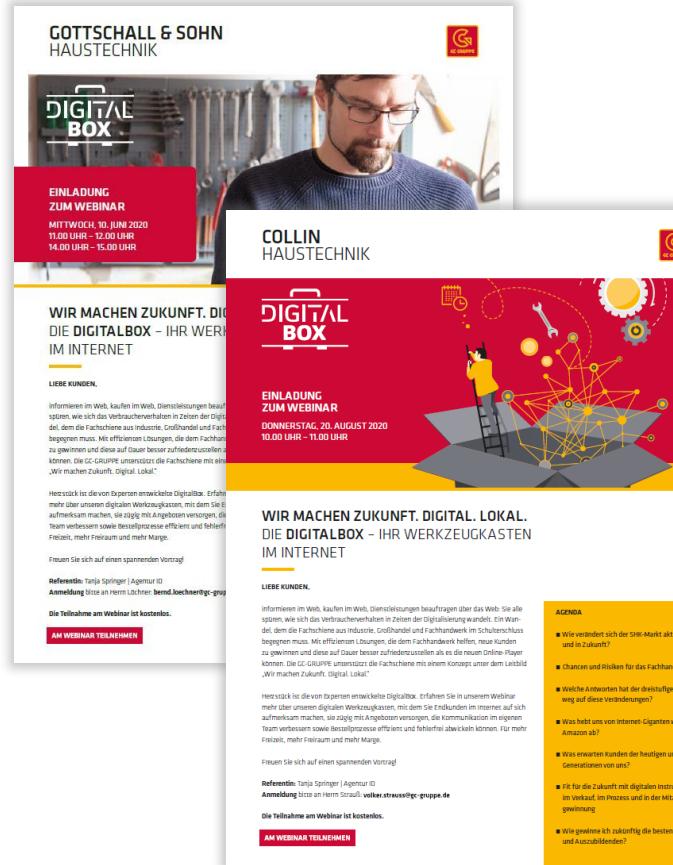


# VERTRIEBSKANÄLE / -FORMATE

# ONLINE SCHULUNG ZUR WEBBOX

## ONLINE SCHULUNG (MAX. 1 STUNDE)

- ✓ Gottschall & Sohn bereits 2 Veranstaltungen mit jeweils >20 Teilnehmern
- ✓ Gottschall & Sohn erfolgreiche Website-verkäufe nach beiden Online Schulungen
- ✓ Referenten aus dem Digitalteam der GC Gruppe
- ✓ standardisierte Einladungsvorlagen aus der Holding
- 📍 FHW-Kunden registrieren & in die Nutzung führen
- ⚠ VKL, Digital Coach & Key User des Hauses müssen dabei sein



# VERTRIEBSKANÄLE / -FORMATE

## MAILING & TELEFONAT

DIGITAL

OHNE  
KUNDENKONTAKT

AUSSCHLIESSLICH  
MAIL & TELEFON

25

ABSCHLÜSSE

Wert muss vor Versand  
aktualisiert werden



SÄCHSISCHE HAUSTECHNIK LEIPZIG KG | WEBBOX | AKTION VOLLGAS VORAUS

WÄHREND CORONA

# ONLINEBERATUNG ÜBER TEAMS

Werte müssen vor  
Versand aktualisiert  
werden

5

ONLINE BERATUNGSGESPRÄCHE

Kundenmerkmale: 7 Mannbetrieb, hoher Online Plus-Anteil,  
bereits Nutzer von einem Digitaltool (Elements, Thermobox),

5

ABSCHLÜSSE

Binnen weniger Tage die Websites umgesetzt & implementiert.  
Customer Value durch Elements & Thermobox gesteigert.  
Kunden haben sich im Nachgang positiv  
über Website geäußert



HERBERT HELDT KG | WEBBOX | ONLINEBERATUNG VIA TEAMS

WÄHREND CORONA

# VERTRIEBSKANÄLE / -FORMATE

## ABEX



HERBERT HELDT KG | ABEX | WEBBOX

# VERTRIEBSKANÄLE / -FORMATE

# ABEX AKTIONSTAG

ABEX IN RHEINHAUSEN AM 09.07.2020

- ✓ Vorstellung der Digitalbox
- ✓ Vorstellung Brötje-Neuheiten
- ✓ Vorstellung Lüftungsneuheiten
- ✓ Vorstellung Coqon
- ✓ trotz strenger Corona-Auflagen insgesamt  
> 20 interessierte Firmen



COLLIN DUISBURG KG | ABEX | DIGITALBOX



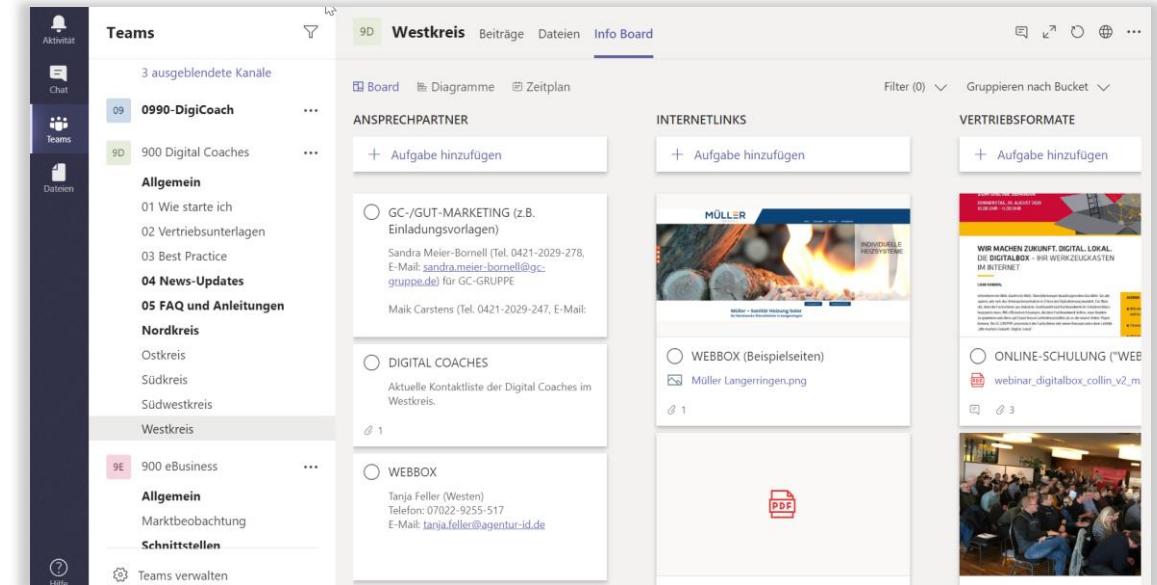
05

# ALLGEMEINES

# INTERNE INFORMATIONSPLATTFORM

## TEAMSKANAL FÜR DIGITAL COACHES

- ✓ überregionaler Informationsaustausch unter den Digital Coaches (Nord, Ost, West, Süd)
- ✓ sämtliche Neuigkeiten
- ✓ sämtliche Verkaufsunterlagen
- ✓ Dokumentationen und Reportings
- ✓ Best Practices



The screenshot shows the Microsoft Teams interface for the 'Westkreis' channel. The left sidebar lists several teams: '0990-DigiCoach', '900 Digital Coaches', 'Allgemein', '04 News-Updates', '05 FAQ und Anleitungen', 'Nordkreis', 'Ostkreis', 'Südkreis', 'Südwestkreis', and 'Westkreis' (which is currently selected). The main area displays a 'Board' with pinned items: 'ANSPRECHPARTNER' (with a 'GC-/GUT-MARKETING' card), 'INTERNETLINKS' (with a 'MÜLLER' card), 'VERTRIEBSFORMATE' (with a 'ONLINE-SCHULUNG ("WEBINAR")' card), and 'Westkreis' (with a 'DIGITAL COACHES' card). Below the board, a list of digital coaches is shown, including Sandra Meier-Bornell and Maik Carstens. The bottom of the screen shows a 'WEBBOX' card with a photo of a group of people.

DIGITAL COACHES | MICROSOFT TEAMS

# INTERNE SCHULUNGSPLATTFORMEN

## DIVERSE PLATTFORMEN ZU ALLEN DIGITALTOOLS

- ✓ <https://agentur-id.de/website-schulung/>
- ✓ <https://thermobox-schulung.de/>
- ✓ <https://craftnote.ipages.co/digi-coach-schulung/#section-1>
- ✓ <https://zoho-crm-schulung.de/>



**User: Digicoach**

**Passwort: Schutz0711**