

Vom Trichter zum Kreislauf

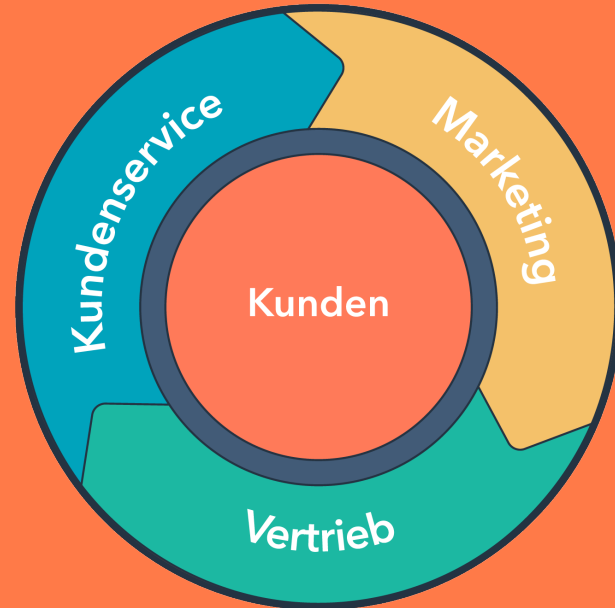
Früher: Ein Trichter

Die Kunden stehen an letzter Stelle

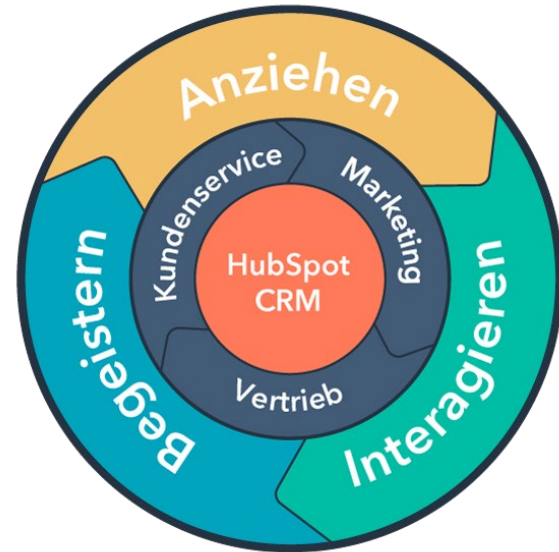


Heute: Ein Kreislauf

Die Kunden stehen im Mittelpunkt



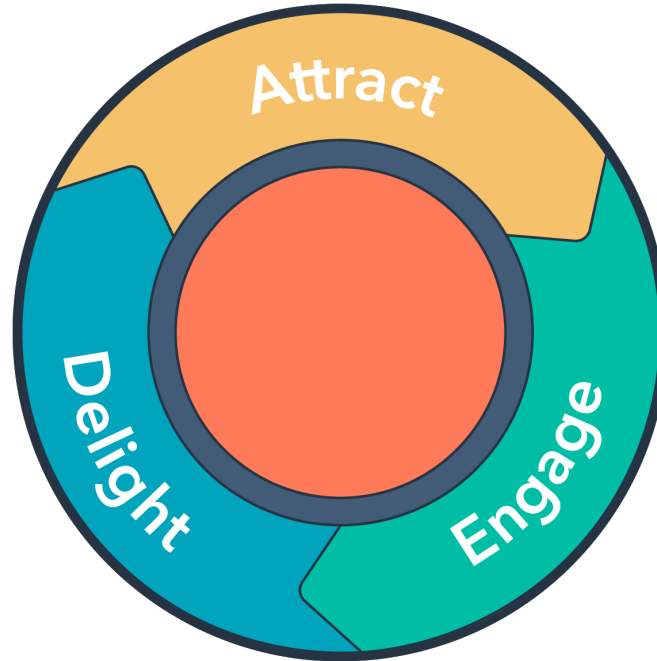
Die Inbound-Methodik



Anleitung

1. Machen Sie sich mit den Kernprinzipien der Inbound-Methode vertraut.
2. Identifizieren Sie die Kernaktivitäten, die jeder Stufe des Flywheels zugeordnet sind.
3. Identifizieren Sie die wichtigsten Kennzahlen für jede Aktivität.

Mehrwert bieten bevor
wir etwas verlangen



Kundenerfolg ist unser
Erfolg

Den
Einkaufsprozess
einfach machen

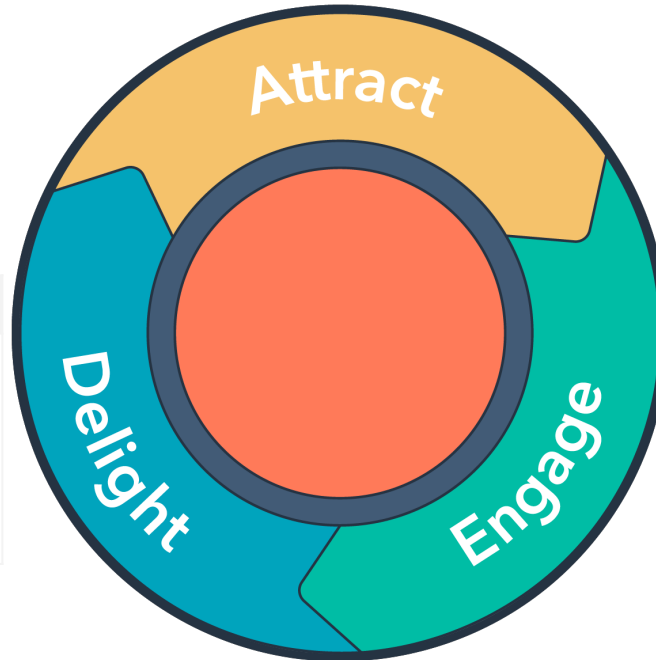
Assignment 1: Measuring the Flywheel

Wir bieten Mehrwert durch...

<Investieren in gratis Inhalte wie z. B. Blogs, Webinare, Kampagnen, social media, etc>

Wir helfen unseren Kunden zum Erfolg durch...

<Zugriff auf dedizierte Implementierungsspezialisten, strategische Account Manager und ein hervorragendes Partnernetzwerk. Benutzerhandbücher und Knowledgebase-Dokumentation. Schulungen durch die Hubspot Akademie und Events>

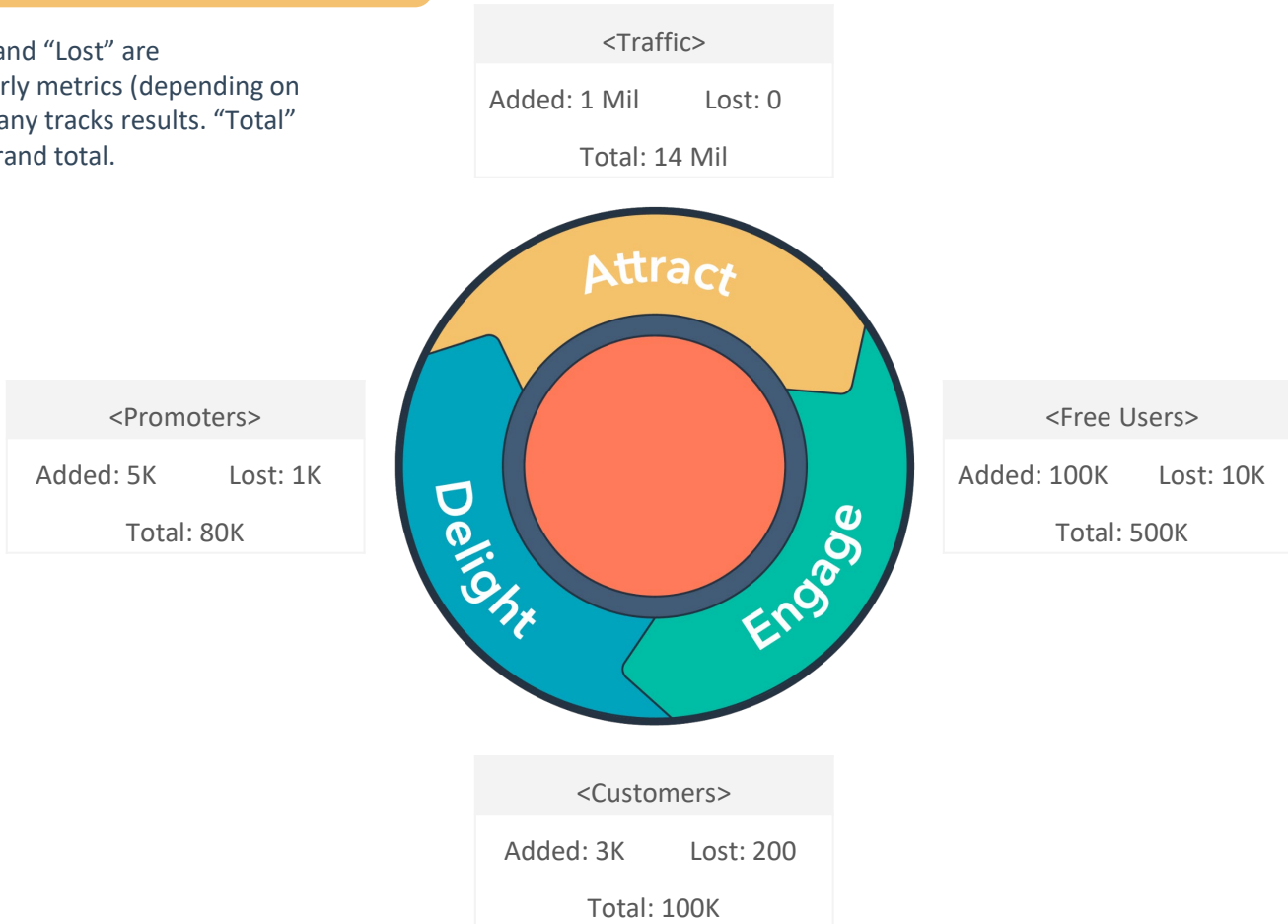


Wir vereinfachen den Kaufprozess durch...

<das Anbieten von gratis Software und Testphasen, sodass Kunden vor Kauf testen können und nathlos upgraden>

Assignment 1: Measuring the Flywheel

Note: “Added” and “Lost” are monthly/quarterly metrics (depending on how your company tracks results). “Total” refers to your grand total.



Assignment 2: Maximizing Delight

Instructions

1. Zählen Sie die Aktivitäten auf, die Ihre Kunden durch das Flywheel bewegen. Wir haben in jedem Abschnitt Beispiele für Sie aufgelistet.
2. Beschreiben Sie, ob sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden oder Ihren eigenen Prozess / Komfort abgestimmt sind.
3. Aktualisieren Sie jede Aktivität so, dass sie die Kundenzufriedenheit steigert.

Force	Currently ...	To maximize delight ...
Konvertierungspunkte	Interessenten füllten ein Kontaktformular aus.	Interessenten können uns per chat, Meeting-Buchungstool, Anruf oder Kontakformular kontaktieren.
Kundenkommunikation	Mehrere Silo- Teams konnten Kunden Emails senden.	Ein zentrales Team entwickelt die Kundenkommunikationsstrategie, um sicherzustellen, dass wir strategisch und methodisch sind.
Marketing- Teamziele	Fokus lag ausschließlich auf Akquise	Fokus liegt nun auf Akquise UND Kundenerhaltung, durch die Gründung eines Marketingteams für Kunden- Marketing.
Live Chat	Chat Möglichkeiten gab es nur zu Geschäftszeiten und nur wenn das Team online war.	Investment in chatbots, um Fragen 24/7 beantworten zu können.

Force	Currently ...	To maximize delight ...
Vergütung	Provision war nur abhängig von der Akquise	Provision wird bei frühzeitiger Kündigung Rückgebucht
Leadrotierung	Nicht zugewiesene Leads wurden nicht rotiert	ALLE Leads werden rotiert
Self-purchasing	Es stand keine Self-Purchasing Möglichkeit zur Verfügung	Self-purchase steht zur Verfügung
Kundenerweiterung	Kein formelles Programm, um die zusätzlichen Softwarebedürfnisse zu verstehen	Dediziertes Team, das Kunden dabei hilft, zu wachsen.

Force	Currently ...	To maximize delight ...
Support Ticketing	Telefon- und Email- Ticket Support, ausschließlich.	Hinzufügen von chat Support und in-App support
Knowledge base	Öffentliche Knowledgebase	Added chat-based in-product support
Kunden- Feedback	Quartalsweise NPS Survey	NPS Feedback wird an die zuständigen Produktmanager, Vertriebler und Service Teams weitergeleitet. Produktteam hat ein NPS-Ziel zugewiesen.
Self-service Schulungen	Hubspot Academy erstellte Zertifizierungen und Benutzerhandbücher	Zusätzliche Master Classes, um Kunden weiter zu befähigen, sich selbstständig weiterzubilden.

Assignment 3: Reducing Friction

Instructions

1. Identifizieren Sie Ihre Reibungspunkte.
2. Was kann automatisiert werden?
3. Was kann bei Reibungspunkten, die mit Automatisierung nicht geglättet werden können, durch gemeinsame Ziele angegangen werden?
4. Wenn gemeinsame Ziele die Reibungspunkte nicht beheben können, was kann durch eine Teamreorganisation erreicht werden?

Assignment 3: Reducing Friction

Quelle der Reibung	Can we fix this with ...		
	Automatisierung?	Neues Ziel?	Reorganisation?
Interessenten möchten vor Kauf testen, ohne mit einem Vertriebler sprechen zu müssen.	Investment in ein gratis Produkt (freemium). Self-purchasing Flow, somit kein Vertriebsgespräch nötig.		
Um mehr über das Produkt zu lernen, können Kunden lediglich den Support kontaktieren.	Investment in eine Knowledgebase und Academy, sodass Kunden selbsteffizient lernen können		

Assignment 3: Reducing Friction

Quelle der Reibung	Can we fix this with ...		
	Automatisierung?	Neues Ziel?	Reorganisation?
NPS-Abnahmen korrelieren mit steigenden Stornierungen	Nein	Produktbewertung durch NPS, sodass Produkte unter Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit und der Kundenbindung entwickelt werden.	
Erhöhung der Leadanzahl führt nicht immer zur Steigerung der Lead-Qualität.	Nein	Service-level-Agreement zwischen Marketing und Sales	

Assignment 3: Reducing Friction

Quelle der Reibung	Can we fix this with ...		
	Automatisierung?	Neues Ziel?	Reorganisation?
Unser Support Team bekommt Fragen die für den Vertrieb bestimmt sind und unser Sales Chat Team bekommt Fragen, die für den Support bestimmt sind.	Nein	Nein	Wir haben diese Team zusammengeführt, damit die Kunden schneller von der richtigen Person bedient werden können.