

<b>Zeit/Ort</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>18.45-19.30</b>	<b>SOS - Kein Kontakt</b>	<b>Kaltakqui se in Zeiten der DSGVO</b>	<b>Wie kann in einem agilen Vertrieb die Incentivie rung aussehen ?</b>	<b>meine MA @ XING</b>	<b>Marketin gautomat isierung - ist das noch Persönlic h</b>	<b>erfolgreic hes e- Recuritin g für KMU</b>

<b>Zeit/Ort</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
<b>19.45 – 20:30</b>	<b>Wie, woher weiß ich, was mein Kunde heute/mo rgen von mir erwartet</b>	<b>Agiler Vertrieb - Das Ende aller Erfolgsm odelle</b>	<b>Was ist Innovatio n?</b>	<b>Social Media in B2B</b>	<b>Kunden durch Inselkom petenzen ?</b>	<b>erklärung sbedürfti ge Produkte</b>

Gruppe/Thema	Ergebnis
<b>1 SOS - Kein Kontakt</b>	Authentisch, Ehrlich, Freundlich Weniger ist mehr (Neugier wecken) Aufmerksamkeit erzeugen Kunden werben Kunden Empfehlungen (durch Kunden, Partner) Webinare anbieten Veranstaltungen anbieten Mehrwerte durch Content anbieten
<b>2 Kaltakquise in Zeiten der DSGVO</b>	Newsletter sind Werbung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Double Opt In</li> </ul> Prinzip Minimierung von Daten <ul style="list-style-type: none"> <li>- nur nötige Daten speichern</li> </ul> Welche Akquise ist erlaubt? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Postkarte/Brief</li> <li>- XING</li> </ul> Aufsichtsbehörden fragen "Deutscher Anwalt Verein"
<b>4 meine MA @ XING</b>	Gefahren <ul style="list-style-type: none"> <li>- abwerben von MA</li> <li>- abwerben von Kunden</li> </ul> Vermischung von Berufs- und Privatleben Content bereitstellen Guideline XING oder LinkedIn?

<p><b>5 Marketingautomatisierung</b> - ist das noch Persönlich</p>	<p>Orientierung Zielgruppe - Klick Dipp → Eine Lösung die Basis zu schaffen          Individuelle Lösungen          Strategie          Aufmerksamkeit erhöhen und halten          Kampagnenorientiert          Informationsintervalle          Kundencluster          Auswertungen?          Prozesse identifizieren und optimieren = Effizienz          Wie viel Software brauche ich?          Zeit für die Unternehmensstrategie!</p>
<p><b>10 Social Media B2B</b></p>	<p>Augen offen halten für neue Netzwerke/Apps (auch offline!)          Sachen ausprobieren/riskieren, testen analysieren          auch fremden Content nutzen &amp; bewerten          qualitativ hochwertigen, richtigen, nützlichen Content</p>
<p><b>11 Kunden durch Inselkompetenzen</b></p>	<p>Zusätzliche Preisgabe von persönlichen Kompetenzen in Form von Hobbies, nebenberuflichen Aktivitäten etc. schärfen das Profil des Anbieters, schafft Verbindung zu potenziellen Kunden, ermutigt dazu, zu eigenen Hobbies und Vorlieben zu stehen</p>
<p><b>12 Recruiting 4.0</b></p>	<p>von der Bandbreite zur Spezialisierung (Fuß in die Tür bekommen, um gewinnbringend Projekte zu generieren)          Fokus auf bestimmte Zielgruppen          Mehrwert des Produktes/Dienstleistung kennen und kommunizieren</p>