



Arbeitshilfe zum Thema

Einführung digitaler Kundenkommunikation (Videoberatung)

| Strategische Vorüberlegung | | | |
|--|-----------|-------------|---|
| <p>Hintergrund: Die Einführung oder der wesentliche Ausbau der digitale Kundenkommunikation MUSS im Zusammenhang mit den strategischen Zielen des Vermittlerbetriebs entschieden werden. Begründung: Diese Entscheidungen und Aktionen sind zum Teil mit hohem Aufwand und ambitionierten Erwartungen verbundenen. Ohne eine Einbindung in die bereits vorhandenen Strukturen kann eine digitale Lösung ein Fremdkörper bleiben, der von der restlichen Organisation abgestoßen wird. Strategische Ziele sind zudem die verbindlichen Leitlinien für alle darauf folgende operative Entscheidungen und Handlungen. Die Digitalisierung des Vermittlerbetriebs ist keine kurzfristige operative Entscheidung für neue Methoden und Instrumente, sondern eine strategische Entscheidung für neue Chancen. Die Digitalstrategie bezieht seine Bedeutung aus ihrer gleichzeitig großen Tragweite und den tiefgreifenden Konsequenzen für Strukturen und Abläufe. Das Ergebnis der strategischen Festlegungen ist das Digitalkonzept. Dieses enthält alle für den jeweiligen Vermittlerbetrieb relevanten Aspekte und gewichtet ganz individuell deren Bedeutung und Einfluss auf die konkreten Formulierungen im Digitalkonzept.</p> | | | |
| Selbstüberprüfung | | | |
| | Ja | Nein | To Do |
| Haben wir eine Digitalstrategie formuliert? | | | Hinweis: Hierzu erscheint demnächst eine spezielle Arbeitshilfe (Newsletter!) |
| Haben wir die Digitalstrategie mit der Unternehmensstrategie abgeglichen? | | | |
| Haben wir ein schriftlich formuliertes und verbindliches Digitalkonzept? | | | Hinweis: Hierzu erscheint demnächst eine spezielle Arbeitshilfe (Newsletter!) |
| Verstehen wir die Formulierung und Umsetzung des Digitalkonzepts als Managementaufgabe? | | | |
| Überprüfen wir Digitalstrategie und Digitalkonzept regelmäßig und systematisch/professionell? | | | |
| Binden wir bei der Formulierung und Überprüfung von Strategie und Konzept alle Betroffenen ein? | | | |

| Überprüfung des Digitalkonzepts (Digital Policy) | | | |
|---|-----------|-------------|--------------|
| Unser Digitalkonzept enthält: | Ja | Nein | To Do |
| ➤ eine verbindliche Festlegung über das digitale <u>Erscheinungsbild</u> | | | |
| ➤ eine verbindliche Festlegung über das digitale <u>Auftreten</u> in allen Medien | | | |
| ➤ eine kundenscharfe Klärung des jeweils bevorzugten Kanals/Mediums | | | |
| ➤ verbindliche Regelungen zum Umgang mit digitalen Dokumenten und Informationen | | | |
| ➤ festgelegte und kommunizierte Routinen zum Umgang mit der Technik und deren Störungen | | | |
| ➤ eine Festlegung der für digitale Zwecke notwendigen Ressourcen (Material/Personal/Zeit) | | | |
| ➤ ein spezifisch auf digitale Aspekte abgestimmtes Projekt-, Qualitäts- und Prozessmanagement | | | |
| ➤ | | | |
| ➤ | | | |

| Abwägung der Vorteile und der Nachteile der Einführung von Videoberatung | | | |
|---|----------------|------------------|-----------------|
| 1. Vorteile | wichtig | unwichtig | Ergebnis |
| ➤ Einsparung von Fahrtkosten/Spesen | | | |
| ➤ Einsparung von Fuhrparkkosten | | | |
| ➤ Zeitersparnis (keine Mobilität) | | | |
| ➤ Einsparung von Bürokosten | | | |
| ➤ Signal eines technikaffinen Vermittlers | | | |
| ➤ Signal der Kundennähe | | | |
| ➤ Flexibilität der Terminlegung | | | |
| ➤ keine Zeitbegrenzung (Öffnungszeiten) | | | |
| ➤ Möglichkeit überregionalen Auftritts | | | |
| ➤ Mehr Körpersprache als am Telefon | | | |
| ➤ Beratungsdokumentation möglich | | | |
| ➤ Kollaboration mit Kunden möglich | | | |
| ➤ | | | |
| ➤ | | | |

| Abwägung der Vorteile und der Nachteile der Einführung von Videoberatung | | | |
|---|----------------|------------------|-----------------|
| 2. Nachteile | wichtig | unwichtig | Ergebnis |
| ➤ unplanbare Akzeptanz durch Kunden | | | |
| ➤ technische Voraussetzungen des Kunden | | | |
| ➤ Online-Kompetenz des Vermittlers | | | |
| ➤ Online-Kompetenz der Mitarbeiter | | | |
| ➤ Online-Kompetenz der Kunden | | | |
| ➤ Abhängigkeit von stabiler Übertragung | | | |
| ➤ DSGVO und andere rechtliche Regeln | | | |
| ➤ | | | |
| ➤ | | | |

| Hardware und technische Ressourcen | | | |
|---|----|------|-------|
| 1. Rechner und Netz | | | |
| Vorhanden? | Ja | Nein | To Do |
| ➤ Rechner mit gängigem Betriebssystem (Windows 10) | | | |
| ➤ Ausreichend Arbeitsspeicher für Videounterstützung | | | |
| ➤ bei geplanten Aufzeichnungen: Ausreichend Festspeichermedien? | | | |
| ➤ Netzleistung (mindestens durchgehend 10Mbit/s) | | | |
| ➤ Bei Nutzung eines WLANS: Sicherheit und Nutzer-Sperren gewährleistet? (WPA/WPA2) | | | |
| ➤ Provider: Wenn möglich deutsche Server | | | |
| ➤ ein spezifisch auf digitale Aspekte abgestimmtes Projekt-, Qualitäts- und Prozessmanagement | | | |
| ➤ | | | |

| Hardware und technische Ressourcen | | | |
|--|----|------|-------|
| 2. Monitor(e) | | | |
| Vorhanden? | Ja | Nein | To Do |
| ➤ mindestens zwei Monitore (geteilt) | | | |
| ➤ spiegelfreier Standort | | | |
| ➤ Abstand zum Auge mindestens 50cm (15``) bis 80cm (19`` und mehr) | | | |

| Hardware und technische Ressourcen | | | |
|---|----|------|---|
| 3. Kamera und Licht | | | |
| Vorhanden? | Ja | Nein | To Do |
| ➤ Externe Kamera (Laptop-Kamera unbedingt vermeiden!) | | | |
| ➤ Kontrastfreier Hintergrund, keine Lichtquelle im Hintergrund | | | Tipp: Gesicht von vorne beleuchten! |
| ➤ Positionierung der Kamera auf Augenhöhe! | | | |
| ➤ Positionierung der Kamera am Hauptbildschirm (bei mehreren Monitoren) | | | |
| ➤ Wunschhintergrund? | | | Tipp: Lässt sich je nach Software frei wählen |
| ➤ Lichtfarbe auswählbar | | | Tipp: Kaltweiß schüttet Cortisol, warmweiß Melatonin aus! |
| ➤ Ausreichende Helligkeit, mindestens 2.000 Lux | | | |

| Hardware und technische Ressourcen | | | |
|---|----|------|-------|
| 4. Mikrofon | | | |
| Vorhanden? | Ja | Nein | To Do |
| ➤ Externes Mikrofon (Laptop-Mikrofon unbedingt vermeiden!) | | | |
| ➤ Headset möglichst über USB (Kabelsalat vermeiden!) | | | |
| ➤ Je nach Gebrauchshäufigkeit, Gesprächsdauer und Umfeldgeräuschen: Tischmikrofon | | | |

Weitere Infos

Software:

Die Wahl der richtigen Software ist eine Abwägung die ausschließlich (!) nach den individuellen Bedürfnissen abgestimmt sein sollte.

Es gibt vier Klassen von Software:

- **Klasse 1: Kostenlose Software, bereits vorhanden oder Social Media**
z.B. WhatsApp, Facebook, Facetime etc.
Unbedingt abzuraten!
Rechtlich zum Teil extrem bedenklich, keine Funktionalität, ausschließlich zur Videotelefonie zu nutzen
Negative Auswirkung auf die Reputation eines professionellen und seriösen Kaufmanns.
- **Klasse 2: Konferenz-Software**
z.B. Teams, Skype, Slack, Zoom, Gotomeeting, Adobe Connect etc.
Zu einem anderen Zweck (Konferenzen, reine face-to-face-Kommunikation) entwickelte Software
Zum Teil weitere Funktionalitäten, aber nur stark eingeschränkte für Bedürfnisse der Vermittler, keine Einbindung in CRM-Systeme, keine Dokumentation, Terminierung, digitale Unterschrift
Zum Teil ungeklärte Nutzungs- und Datenschutzprobleme
- **Klasse 3: Browserbasierte Spezialsoftware**
Hauptvertreter flexperto, Bridge
kein Download bei Nutzer, Kunde oder beiden
Teilweise auf Vermittlergeschäft spezialisiert, umfangreiche Funktionalitäten wie Screensharing, Chat, digitale Unterschrift, kollaborative Dokumentenbearbeitung etc.
fallabschließende, medienbruchfreie Kommunikation möglich
Einbindung in RM-Systeme oder sogar als solches aufrüstbar
- **Klasse 4: Spezialsoftware**
Software, die einzelne Funktionen der Branchensoftware ergänzt
z.B. digitale Schadenbearbeitung, digitale Signatur

Entscheidungskriterien:

- Hardware-Anforderungen
- Einsatzplanung (sporadisch, als Bestandteil des Geschäftsmodells, oder...)
- Einsatz als reine Videoberatung oder als fallabschließende Tool-Lösung
- Usability auf Seiten des Vermittlers und auf Seiten des Kunden
- Responsible Darstellung auf allen mobilen Endgeräten
- Gewährleistung der Dokumentationspflicht
- Taping (FinVermV)
- Flexible Preisgestaltung der Anbieter
- Empfehlungen, Testimonials (kontaktieren Sie uns!)