



Folgende Fragen helfen Ihnen bei der Auswahl Ihres Videokonferenz-Programmes:

Müssen Sie oder Ihr Gegenüber etwas installieren?

Ist ein Download erforderlich, sollten Sie abwägen, ob Ihre Kunden dazu bereit sind. Ansonsten ist ein Web-Tool wahrscheinlich besser.

Wie hoch sind Ihre Kosten?

Wenn das Tool kostenpflichtig ist, sollten Sie überlegen, wie viele erfolgreiche Abschlüsse Sie brauchen, damit sich das lohnt. Oft können Sie Tools erstmal gratis testen. Bedenken Sie auch, dass kostenlose Tools häufig Einschränkungen, wie zum Beispiel eine maximale Anrufdauer, haben.

Kennen es Ihre Kunden vielleicht schon?

Ein Tool zu nutzen, in dem sich Ihre Kunde auskennen kann Ihnen zu einem guten Start verhelfen. Trauen Sie sich aber ruhig, Ihren Kunden auch neue Tools zu zeigen, wenn sie einen echten Mehrwert bringen.

Können Meetings passwortgeschützt stattfinden?

In Ihren Verkaufsgesprächen geht es häufig um vertrauliche Inhalte und Themen. In diesem Fall schafft ein passwortgeschützter Online-Meeting-Raum einen sicheren Rahmen.

Wie viele Personen können an einem Gespräch teilnehmen?

Überlegen Sie sich, ob Sie häufig mit mehr als einer Person sprechen. Wenn ja, muss das Tool das natürlich ermöglichen.

Gibt es datenschutz-rechtliche Bedenken?

Vor allem, wenn Sie vertrauliche Themen besprechen, sollten Sie sich über die aktuellen datenschutz-rechtlichen Einschätzungen des Tools informieren. Verbraucherschutzorganisationen und Online Test geben darüber Aufschluss.

Wie einfach ist die Bedienung?

Testen Sie das Tool, um zu sehen, wie schnell Sie sich zurechtfinden. Ist das Tool eher für technikaffine Nutzer gemacht, überlegen Sie sich, wie Ihre Kunden damit umgehen werden.

Bietet es Screen-Sharing?

Im Online-Verkauf ist Screen-Sharing ein Muss. Schließlich zeigen Sie über Screen-Sharing Ihre Präsentation, Dateien und Bilder.



Können Meetings aufgezeichnet werden?

Manche Tools bieten eine Aufzeichnung an. Das kann zum Beispiel als Gesprächsprotokoll nützlich sein und Ihnen bei der Selbstreflexion helfen. Überlegen Sie sich, ob das für Sie relevant ist.

Sind virtuelle Hintergründe möglich?

Wenn ja, können Sie damit praktisch in jeder Umgebung Live-Online Verkaufsgespräche führen. Wenn möglich, nutzen Sie jedoch immer einen natürlichen Hintergrund. Virtuelle Hintergründe schaffen manchmal seltsame Effekte, zum Beispiel ein abgeschnittenes Ohr oder verschwundene Haare (kann bei mir nicht passieren, siehe Bild unten 😊). Das macht einen unprofessionellen Eindruck.



Arbeitsbildschirm des Videokonferenz-Programmes Zoom