

KOMMUNIKATION GUIDELINE

Befolge unsere Empfehlungen, um deine Inhalte zur Verbesserung deiner Kommunikation und deiner Verkaufsprozesse einzusetzen.



Kombiniere digitalen Zwilling mit Medien/Dokumente

Wir können deine Videos, Fotos, Zeugnisse, PR-/Marketingdokumente u.v.m. integrieren, um ein möglichst vielfältiges Kommunikationserlebnis zu erschaffen.



Ersetze alle Dokumente durch deinen digitalen Zwilling

Anstatt Fotos, Videos und Dokumente an Kunden zu schicken, kannst du jetzt deinen digitalen Zwilling oder Teile davon versenden.



Übersicht über die E-Mail-Performance schaffen

Wir wollen herausfinden, wie deine E-Mail-Marketingkampagnen derzeit abschneiden. Dabei geht es um Öffnungsraten, Klickraten und Konversionsraten. Analysiere deine Kampagnen, Cold-E-Mail-Kampagnen und Follow-up-Konversationen.



In E-Mail-Marketingkampagnen einbeziehen

Du kannst den Link / Hyperlink in deine bestehenden E-Mail-Marketingstrategien einbinden oder neue Strategien kreieren, die sich auf deine neuen virtuellen Erlebniswelten konzentrieren.



Vergleiche deine Ergebnisse mit früheren Resultaten

Vergleiche die Klickraten, Konversionsraten und Öffnungsraten deiner Kampagnen und Strategien. Du solltest einen Anstieg dieser Daten feststellen.



In die Social Media Messaging Strategie einbeziehen

Du solltest den Link in deinen Antworten an die Kunden einfügen. Du kannst sogar Deep-Links zu bestimmten Bereichen deines Unternehmens setzen, um den Kunden eine umfassendere Rückmeldung mit Erlebnis zu geben.



In alle Follow up Mitteilungen einbeziehen

Nutze die digitalen Zwillinge in all deinen Nachfassaktionen mit potenziellen Kunden. Du kannst sie mit weiteren Hinweisen versorgen, eine virtuell geführte Tour machen oder sie mit Familie und Freunden teilen und austauschen lassen.

Beispiele

Du solltest deine digitalen Zwillinge direkt an diejenigen schicken, die ihr Interesse an deinem Veranstaltungsort / deiner Einrichtung / deinem Grundstück bekundet haben. Hier funktioniert es am besten, da die anfragende Person bereits ihr Interesse bekundet hat.

Beispiel für einen Veranstaltungsort: Du solltest den Link zum digitalen Zwilling direkt per E-Mail oder SMS (oder beides) an diejenigen senden, die an deiner Messe / Event teilgenommen, eine Besichtigung angefordert oder nach weiteren Informationen zu deinem Veranstaltungsort gefragt haben. Indem sie deinen Veranstaltungsort noch einmal besichtigen und weitere Informationen über den Ort erfahren, kannst du den Verkaufsprozess verkürzen und potenziellen Kunden helfen, schneller eine Entscheidung zu treffen.

Beispiel Betreutes Wohnen: Die Familie spielt bei der Entscheidungsfindung eine wichtige Rolle, also ermutige deine potenziellen Kunden, ihre Familie und Freunde daran teilhaben zu lassen, damit sie ihre Meinung abgeben können. Je mehr Aufmerksamkeit und Engagement die digitalen Zwillinge erhalten, desto erfolgreicher sind sie.

Wenn jemand über die Kontakt- oder Anfrageseite auf deiner Website eine Anfrage zu einer Hochzeitslocation / Immobilie / Eventlocation stellt, solltest du den digitalen Zwilling in deine Antwort integrieren. (Ich habe unten ein paar Beispiele angefügt)

Beispiel Facilities... Liebe Hannah, vielen Dank für deine Anfrage. Unser Raum bietet Platz für 200 Personen und..... Sieh dir die Räumlichkeiten doch selbst online an: 'View Virtual Showcase Here'.

Beispiel Immobilien: "Lieber Michael, vielen Dank für deine Anfrage. Wir veranstalten am Mittwoch, den 4. April, einen Tag der offenen Tür. Bitte buche deinen Platz über diesen Link - 'link goes here'.

Beispiel V.: "Liebe Susan, vielen Dank für deine Anfrage. Wir haben an diesen Tagen zwei Veranstaltungsräume zur Verfügung. Du kannst beide Räume in einem virtuellen Rundgang erkunden und entscheiden, welcher am besten zu deinen Bedürfnissen passt. Raum 1 - 'Link geht hier'. Raum 2 - "Link geht hier".