

# Workshop: Kunden gewinnen für Web-to-Print-Portale

Druck- und Mediendienstleister können mit Web-to-Print-Portalen für Geschäftskunden neue Wege gehen und sich vom Wettbewerb abheben. Vertriebsmitarbeiter, die bisher „klassische“ Drucksachen verkauft haben, betreten hier allerdings Neuland und benötigen spezielles Know-how, um Kunden für Web-to-Print-Projekte zu gewinnen.

Im Workshop werden effiziente Abläufe, „Pro-Argumente Web-to-Print“ und Geschäftsmodelle von den Teilnehmern gemeinsam erarbeitet. Kundenberater bekommen einen Leitfaden für das richtige Vorgehen und Sicherheit bei Kundengesprächen. Darüber hinaus erhalten die Teilnehmer die nötigen Grundlagen für das strukturierte Vorgehen bei der Projektplanung.

Praktische Hilfsmittel für die Kundenberatung werden als Ausdrucke und offene Dateien zur individuellen Anpassung (Word, Excel, Visio) bereitgestellt, die bei der Kunden-Präsentation eingesetzt werden können.

## Workshop-Themen:

Grundlagen, Produktionswege und Abläufe

- Begriffsklärung: Von Web-to-Print zu Web-to-Publish
- Einsatzbereiche Web-to-Publish
- Produktionswege und Schnittstellen
- Vergleich der Abläufe mit und ohne Web-to-Print
- Geschäftsprozesse optimieren

Geschäftsmodelle

- Struktur der Web-to-Print-Geschäftsmodelle
- „Pro“-Kriterien für den Web-to-Print-Einsatz
- Geeignete Druckprodukte erkennen
- Analyse von Praxisfällen
- Kundenbindung mit Web-to-Print
- Trends im B2B- und B2C-Bereich
- Maßnahmen zur Unterstützung der Benutzerakzeptanz

Vertriebspraxis und Projektabwicklung

- Anleitung für das Vorgehen bei der Kundenakquisition
- Kunden mit Argumenten überzeugen
- Mögliche „Gegenargumente“ des Kunden
- Abrechnungsmodelle für Geschäftskunden-Portale
- Return-On-Investment-Rechnung für Web-to-Print
- Checkliste für die Projekt-Planung
- Erfahrungen aus der Praxis zur Projektabwicklung

Anhand von Fallbeispielen und Praxisfällen werden Themenbereiche von den Workshop-Teilnehmern gemeinsam ausgearbeitet: „Pro“-Argumente, Abläufe mit und ohne Web-to-Print, Geschäftsmodelle und die Projektplanung.

## Zielgruppen:

Vertriebsmitarbeiter und Mitarbeiter mit Kundenkontakt bei Druck- und Mediendienstleistern, Agenturen

## Ort und Dauer:

Der Workshop wird firmenintern durchgeführt, Dauer nach Absprache.

## Kosten:

Abhängig von Workshopdauer, individueller Vorbereitung und dem Einsatzort. Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot.

## Workshopleitung:

Dipl.-Ing. (FH) Ira Melaschuk



## Ira Melaschuk ...

... ist seit 12 Jahren selbstständig als Beraterin, Referentin und Fachredakteurin. Seit 6 Jahren ist ihr Spezialgebiet Web-to-Print, Web-to-Publish und Cross-Media. Sie berät Industrie-, Handelsunternehmen, Druck- und Mediendienstleister bei der Systemauswahl, Projektierung, Prozess-Optimierung und erstellt Wirtschaftlichkeitsanalysen.