fonio.ai

PARTNER-WEBINAR · PLAYBOOK

Der zweite Auftrag

Wie du bei Kunden, die du schon betreust, das nächste Produkt platzierst — und was du selbst drumherum verkaufst.

Für fonio-Partner

Zum Mitnehmen ins nächste Bestandskundengespräch

Sales-Webinar

Woran du Potenzial erkennst

Der schwierigste Kunde ist der, den du noch nicht hast. Der einfachste ist der, den du schon betreust — und genau dort passiert meistens nichts mehr, sobald der Assistent läuft. Das Potenzial liegt selten versteckt. Man muss nur wissen, wo man hinschaut.

Zwei Quellen, die du getrennt beobachten solltest

Das Konto zeigt, was passiert. Das Gespräch zeigt, warum.

SIGNALE IM KONTO

- Minutenverbrauch und Auslastung — wie nah ist der Kunde am Paketlimit, und wie entwickelt sich das über die Monate?
- Kanäle, die gebucht, aber nicht genutzt werden
- Wie viele Gespräche an einen Menschen übergeben werden — und woran es liegt
- Monats- oder Jahresvertrag, und ob es saisonale Ausschläge gibt
- Wie lange der Kunde schon läuft und wann zuletzt jemand mit ihm gesprochen hat

SIGNALE IM GESPRÄCH

- Themen, die der Kunde nebenbei erwähnt, ohne sie als Problem zu benennen
- Beschwerden über etwas, das gar nichts mit fonio zu tun hat — oft der beste Einstieg
- Wachstum: neue Mitarbeiter, neuer Standort, neue Leistung im Angebot
- Fragen, die zeigen, dass der Kunde an eine Grenze stößt
- Wer neuerdings mit am Tisch sitzt, der vorher nicht dabei war

Und welches Produkt dahintersteckt

Zur Auffrischung — jedes Produkt hatte sein eigenes Webinar.

WAS DER KUNDE SAGT ODER ZEIGT	ZEIGT AUF
„Es geht trotzdem noch einiges unter."	**Größeres Paket**
„Auf der Website ist ein Formular, da schaut keiner rein."	**Webchat**
„Die Leute schreiben uns mittlerweile aufs Bürohandy."	**WhatsApp**
„Das Mailpostfach ist der eigentliche Horror."	**Email AI**
„Die Telefonanlage wird nächstes Jahr teurer."	**PBX**
„Im Herbst rufen viel mehr Leute an als im Januar."	**Jahresvertrag**

Von der Beobachtung zum Angebot

Das Signal zu sehen ist der leichte Teil. Der schwierige ist der Übergang vom Betreuungs- zum Verkaufsgespräch — ohne dass es sich für den Kunden so anfühlt.

Drei Schritte, in dieser Reihenfolge

ERST

Die Beobachtung spiegeln, kein Produkt anbieten.

Greif auf, was der Kunde selbst gesagt hat, und frag nach, wie das aktuell bei ihm läuft. Ein Vorschlag an dieser Stelle verbrennt das Thema — eine Frage öffnet es.

DANN

Den Kunden den Schmerz aussprechen lassen.

Dieselbe Logik wie im Erstgespräch, nur auf einen Bereich zugespitzt: Wie viel Zeit geht dafür drauf, was bleibt liegen, was kostet das. Solange du es sagst, ist es eine Behauptung. Sobald er es sagt, ist es ein Grund.

ZULETZT

Den Vorschlag so klein machen wie nötig.

Testphase, kleines Paket oder direkt die volle Lösung — das hängt davon ab, wie deutlich der Schmerz war. Im Zweifel lieber klein anfangen und wachsen, als am Umfang zu scheitern.

Die drei Wege nach oben

Sie schließen sich nicht aus. Oft ergeben sich zwei aus einem Gespräch.

WEG 1

Größeres Paket

Der Kunde stößt an sein Minutenvolumen oder wächst. Der einfachste Upsell, weil es kein neues Produkt ist — und der, den man am besten anspricht, bevor es eng wird.

WEG 2

Zusätzliches Produkt

Der zweite Kanal, der im Erstgespräch nie zur Sprache kam. Bei Bestandskunden ist das derzeit am häufigsten die PBX — die Anlage steht bei fast jedem irgendwann zur Entscheidung an.

WEG 3

Monat auf Jahr

Besonders bei saisonalen Spitzen, weil sich die Minuten über das Jahr verteilen. Dazu die Ersparnis — und für dich ein Kunde, der länger bleibt.

Der Satz, der den Unterschied macht

Nicht „ich hätte da noch etwas für dich", sondern „du hast vorhin erwähnt, dass … — wie läuft das bei euch gerade?". Derselbe Inhalt, ein völlig anderes Gespräch.

Was du selbst drumherum verkaufst

Die Marge auf das Produkt ist der Boden, nicht das Ziel. Wer nur weiterverkauft, verdient einmal an der Differenz. Wer das Ergebnis verkauft, verdient jeden Monat — und ist deutlich schwerer austauschbar.

EINMALIG

Das Setup-Paket

Bedarfsaufnahme, Prompt, Wissensbasis, Weiterleitung, Testlauf, Einweisung. Der häufigste Grund, warum Kunden fonio nicht nutzen, ist eine nicht eingerichtete Weiterleitung — wer das abnimmt, verkauft den Unterschied zwischen Nutzung und Karteileiche.

MONATLICH

Das Betreuungspaket

Gespräche prüfen, Prompt nachschärfen, Wissensbasis aktuell halten, Quartalsauswertung. Der eigentliche Hebel, weil es wiederkehrt — und der Grund, warum du beim Kunden im Gespräch bleibst.

PROJEKT

Anbindung und Automatisierung

CRM- und ERP-Anbindungen, Automatisierungen, Terminbuchung, Portierung, weitere KI-Themen. Der höchste Satz — und oft der eigentliche Grund, warum ein Kunde über einen Partner kauft statt direkt.

Drei Sätze zum Mitnehmen

- [ ] **Setup gehört ins erste Angebot, nicht ins zweite.** Später danach zu fragen wirkt wie ein Aufschlag. Von Anfang an dabei ist es selbstverständlich.
- [ ] **Betreuung ist keine Option, sondern eine Größe.** Frag nicht, ob der Kunde Betreuung möchte, sondern welches Paket passt. Derselbe Unterschied wie zwischen „noch etwas?" und „welche Größe?".
- [ ] **Projekte musst du nicht verkaufen.** Wenn Setup und Betreuung laufen, bist du der Erste, den der Kunde fragt, sobald eine Anbindung ansteht. Dafür musst du nur erreichbar sein.

Beim nächsten Mal

Termin und Thema kommen wie immer vorab per Mail. Und falls zwischendurch etwas ansteht: donnerstags um 18 Uhr gibt es die offene Partner-Sprechstunde, 30 Minuten ohne Agenda.