



## Der virenfreie Kundenkontakt

Die letzten Wochen haben vor Augen geführt, wie sicher geglaubte Vertriebswege geschlossen werden. Weinfachhandlungen und Gastronomiebetriebe sind geschlossen, Events wie Weinmessen durften nicht stattfinden. Kunden sind durch Corona verunsichert und meiden den Kontakt zu anderen Menschen. Darunter leidet auch der Direktvertrieb. Michael Berger von **das Team Agentur für Marketing GmbH** zeigt Möglichkeiten, wie die Kundenbindung intensiviert und der Kontakt zum Verbraucher gefestigt werden kann. Dazu stellt er Techniken und deren Anwendung vor.

Bereits seit Jahren begleitet das **Mantra der Digitalisierung** alle Lebensbereiche. Und je nach persönlicher Neigung sind Menschen technikaffin und nutzen jede neue digitale Innovation oder sind abwartend, welche Technik sich bewährt. Nicht jeder Hype ist mitzumachen. Als **Grundregel** gilt: **Nutze die Medien, die auch dein Kunde nutzt.**

Zumeist hängt der Weinwirtschaft nach, dass sie Entwicklungen hinterherhinkt. Ein ungerechtfertigtes Vorurteil. Die erste **Internetweinprobe** fand bereits **1998** in Hamburg bei einer Aktion des Landes Rheinland-Pfalz statt. Damals war das eine echte Innovation und technisch äußerst anspruchsvoll. Aus heutiger Sicht ein netter Versuch, doch 20 Jahre zu früh. Auch die derzeit marktaktiven



Online-Anbieter wie Vicampo oder WirWinzer hatten bereits vor 20 Jahren ihren Vorläufer im Projekt wineandco, das vom Mehrheitsaktionär des LVMH-Konzerns Bernard Arnault in Deutschland und weiteren 10 Ländern parallel initiiert

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**



und von das Team umgesetzt wurde. Dieses Projekt wurde mit dem Niedergang des Neuen Marktes abrupt gestoppt. Es war seiner Zeit zu weit voraus. Was ist daraus zu lernen? Entscheidend ist, **dass man zur richtigen Zeit handelt**. Wer zu früh agiert, braucht einen langen finanziellen Atem. Doch wer zu spät agiert, braucht ihn ebenfalls, weil sich die Amortisationszeit verlängert.

Selbst in den Social Media Kanälen gab es sehr früh Vorreiter, die sich ihre kleine Community aufgebaut haben. Bis heute sind die Reichweiten selbst bei den „erfolgreichen“ Weinmedien im niedrigen fünfstelligen Bereich.

Richtig ist, dass es Jahre dauert bis Innovationen durch die Branche diffundiert sind. Das ist in vielen Märkten so. Doch **heute ist die Zeit reif** für digitale Kommunikationsformate. Die Kunden haben Smartphones, die Bandbreite ist ausreichend und die Corona-Krise beschleunigt den Innovationsprozess.

Unternehmen nutzen seit Krisenbeginn sehr eifrig Webmeetings, Videokonferenzen oder Streamingservices für die Abstimmung der Mitarbeiter im Homeoffice oder schlichtweg für den Kontakt zu ihren Geschäftskunden. Weingüter können diese **Instrumente für den Endkundenkontakt** nutzen.

Die Grundausstattung hat sicherlich jeder in Gebrauch: **das eigene Smartphone**, Tablet oder den Laptop. PCs müssen mit einer Webcam und einem Mikro aufgerüstet werden.

Die auf den Smartphones vorinstallierten Aufnahme-Apps reichen in der Regel aus. Wer ambitionierter aufnehmen möchte, findet in den Appstores Programme wie FiLMiC Pro, die für wenige Euro bereits die Möglichkeiten professioneller Aufnahmetechnik bieten.



**FiLMiC** <https://www.filmicpro.com/> und im AppStore.

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**



## Einladung per Video



Eine erste empfehlenswerte Anwendung ist Loom (<https://www.loom.com>). Mit Loom kann man sehr schnell ein Video aufnehmen und durch einen Link oder ein animiertes Bild (GIF) in ein Mail integrieren. Der Kunde erhält die Mail

und sieht, dass sie eine Videobotschaft enthält. Die **Öffnungs- und Leserate solcher Mails ist signifikant höher** als bei reinen Textmails.

Sie können in diesem Mailvideo eine persönliche Einladung aussprechen oder auch eine kleine Video-Wein-Expertise aufnehmen. Die ersten 25 Videos sind kostenlos. Das reicht zum Ausprobieren! Tipp: Auf YouTube sind gute Schulungsvideos, für die Anwendung von Loom zu finden.

## Live aus dem Weingutsstudio

Eine gute Wlan-Verbindung vorausgesetzt, kann das Weingut zum Studio werden. Die Plattformen wie Facebook, YouTube, Periscope, Vimeo und andere bieten **Livestreaming** an.

Wir gehen LIVE!

Am 15.04.2020 um 18 Uhr

Live Weinprobe bei Facebook

Sie zuhause / Wir in der Vinothek

>>Weiterlesen

Facebook Live-Weinprobe

Mi. 15. Apr. 2020  
18:00 Uhr

6er-Probe  
Spargel & Wein  
39,90€

Manchmal sind die Funktionen etwas versteckt und erfordern einige Klicks,

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**



## TeamNews. Weinmarketing und Digitalisierung.

aber Tutorien finden sich zuhauf und nach etwas Ausprobieren erreicht man meist ausreichende Ergebnisse. Kein Kunde erwartet ZDF-Qualität bei den Bildern.



Worauf jedoch zu achten ist, ist guter Ton. Bei ruhiger Umgebung reicht oft schon das eingebaute Mikrofon. Kleine Ansteckmikrofone (nach Lavaliermikrofon googeln) für Interviewaufnahmen verbessern den Sound und sind schon für kleines Geld zu haben. Wer nicht mit dem Kabel zwischen Ansteckmikrofon und Aufnahmegerät hantieren möchte kann ich auch ein Funkmikro bei einem Technikverleiher der Umgebung ausleihen. Kontaktdaten geben wir gerne weiter.



Die nächste Stufe bieten spezielle Smartphone-Mikros mit Richtcharakteristik. Sie werden mit einem Windschutz geliefert und sind damit **für Außenaufnahmen geeignet**. Diese gibt es von der Firma Rode für iOS und Android Smartphones.

[https://www.thomann.de/de/rode\\_videomic\\_me\\_l.htm](https://www.thomann.de/de/rode_videomic_me_l.htm)

(Bilder: [www.rote.com](http://www.rote.com))

Selfievideos sind die einfachste Möglichkeit live zu gehen. Keine Hilfsmittel nötig! Der Tipp der Regie ist, die Kameralinse auf Augenhöhe zu halten! Als Stativ dient der eigene Arm. Wer es auch hier professioneller haben möchte investiert in ein **Gimbal**. Dabei handelt es sich um eine kardanische zweifach



aufgehängte Halterung für ein Smartphone oder eine Kamera, die **wackelfreie Aufnahmen** ermöglicht. Ein Gimbal ist ideal für Videoaufnahmen beim Spaziergang durch die Weinbergszeile.

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**



(Bild: www.dji.com)

## WeinTalk oder eine virtuelle Weinprobe



Eindeutige Gewinner der Corona-Krise sind Anbieter von Online-Meeting- oder Webinar-Plattformen wie Zoom, Meet Zippy, Go to Meeting, Edudip, Adobe Connect oder Microsoft Teams. Der Markt ist sehr dynamisch und ständig kommen neue Anbieter dazu.

**Zoom Basic ist ideal für eine Online-Weinprobe.** Bis zu 100 Teilnehmer und 40 Minuten Dauer sind kostenlos möglich.



Es muss nicht immer eine Weinprobe sein! Wöchentlich könnte ein WeinTalk angeboten werden. **Bei einem WeinTalk berichtet der Winzer** von seiner Woche, stellt einen Wein vor und beantwortet Fragen. Das Format könnte 30-45 Minuten dauern.

**WeinTalks sind das niedrighschwellige und kostenlose Angebot** für intensiven Kundenkontakt und um kostenpflichtige Angebote zu lancieren. Kostenpflichtig wären **virtuelle Weinproben** mit zuvor versendeten Wein- oder Wein-Genuss-Paketen. Süßes, Käse, Wurst – vieles eignet sich zusammen mit Wein für den Versand und macht das Online-Meeting zu einem echten Weinevent.

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**



## Roboterplattform für Smartphones und Tablets



Damit der Online-Event nicht statisch vor dem Rechner stattfinden muss gibt es Roboterplattformen. Ein Swivl ist eine automatische Drehhalterung für mobile Geräte für Livestreams. Das Smartphone oder Tablet wird auf dem Swivl platziert, ein Swivl-Sender wird in die Hosentasche des Referenten gesteckt und der Livestream wird



gestartet. Der Swivl richtet das Aufnahmegerät immer zum Sender aus. So kann sich der Referent bewegen und bleibt immer im Bild. Wenig Nebengeräusche vorausgesetzt reicht das

eingebaute Mikro aus. (Bild: [www.swivl.com](http://www.swivl.com))

## Was sind Voraussetzungen?

Die wichtigste Voraussetzung ist, **Lust auf die neuen Möglichkeiten** zu haben. Auch sollte man sich für den Anfang nicht durch zu hohe Qualitätsansprüche blockieren. Die Qualität verbessert sich automatisch mit der Routine. Learning by doing ist angesagt. Kurse gibt es derzeit (noch) nicht. Aber Youtube ist eine Fundgrube von Anwendungsbeispielen für den Einsatz der beschriebenen Geräte. Es gilt, einfach anzufangen! Mit jedem Projekt wird die Ausführungsqualität besser.

Neben den beschriebenen technischen sollten auch konzeptionelle Aspekte berücksichtigt werden. Über kurz oder lang braucht es einen **Sendeplan**. Dort werden die Themen, die inhaltlichen Aussagen und die organisatorischen Erfordernisse abgebildet. So wird die Live-Online-Kommunikation schnell zu einem Bestandteil der Kundenbindung. **Video ist der neue Kundenbrief!**

**Haben Sie Fragen? Einfach per Mail an [info@dasteam.de](mailto:info@dasteam.de)!**