



Office 365 leichter verkaufen – Kundenvorteile & Tools im Überblick

Teil 2 der Serie Office 365 am ALSO Cloud Marketplace

Speaker:

Lukas Schneider / ALSO Austria

Rudolf Frierss / Microsoft Österreich



Office 365 leichter verkaufen

Rudolf Frierss, Partner Channel Development Manager



Office hat sich
ein wenig
geändert

Von dem...



Zu dem... Modernes Office immer und überall



At home



At work

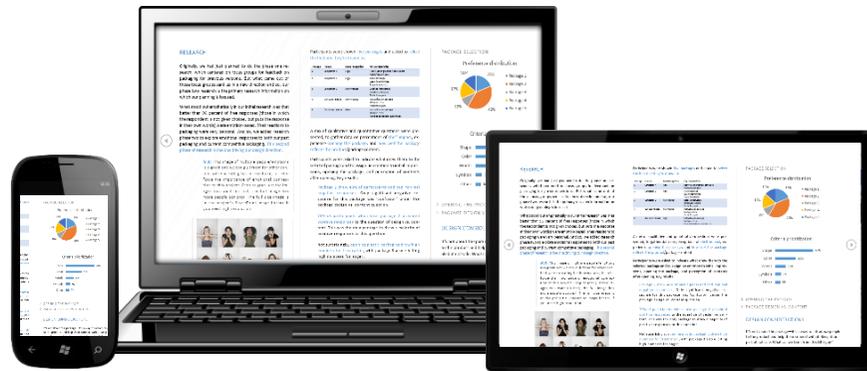


On-the-go

Der moderne Arbeitsplatz verändert sich, finden Sie [hier eine Broschüre](#), die erklärt wie die IT Lösungen für die neuen Anforderungen bieten kann.

Wann und wo Sie es brauchen

Die Produktivitätsvision von Microsoft



On-Premise



Online

Optimale Produktivität
auf allen Endgeräten

Die Cloud
zu Ihren Bedingungen

Kommunikation

Voice &
Video

Enterprise Content
Management

Social
Networking

Reporting &
Analysen

Integrierte Best-of-Breed-Lösungen

Enorme Chancen für den Mittelstand.

Digitalisierung ermöglicht es kleinen und mittelständischen Unternehmen, mit Technologien zu agieren, die bisher nur großen Unternehmen zugänglich waren.

Ohne signifikante Investitionen und mit überschaubarem technologischem Aufwand können sie somit mit etablierten und größeren Unternehmen konkurrieren, erreichen einfacher neue Kundengruppen und sind bei Veränderungen unschlagbar schnell.

Damit hat sich das Spielfeld zwischen Groß und Klein deutlich nivelliert.

Microsoft macht Kleine ganz groß!

**WIR**
DIGITALISIEREN
ÖSTERREICH
#ATdigital

Übliche Office 365 Missverständnisse

Einige glauben...

Office 365 ist nur das "Office im Browser"

Office 365 ProPlus erlaubt keine lokal installierte Version

Office 365 User MÜSSEN ihre Daten in der Cloud speichern

Wobei in Wirklichkeit...

Office 365 ist NICHT "Office im Browser". Es ist der volle Office Client plus Email, File Sharing, HD Video Conferencing etc.

Office 365 ProPlus erlaubt die gleiche Erfahrung wie Office 2016 Professional Plus, lokal installiert

Mit Office 365 KÖNNEN Daten in der Cloud gespeichert werden, oder lokal, oder beides

User Subscription License (USL) Basics



Pro User

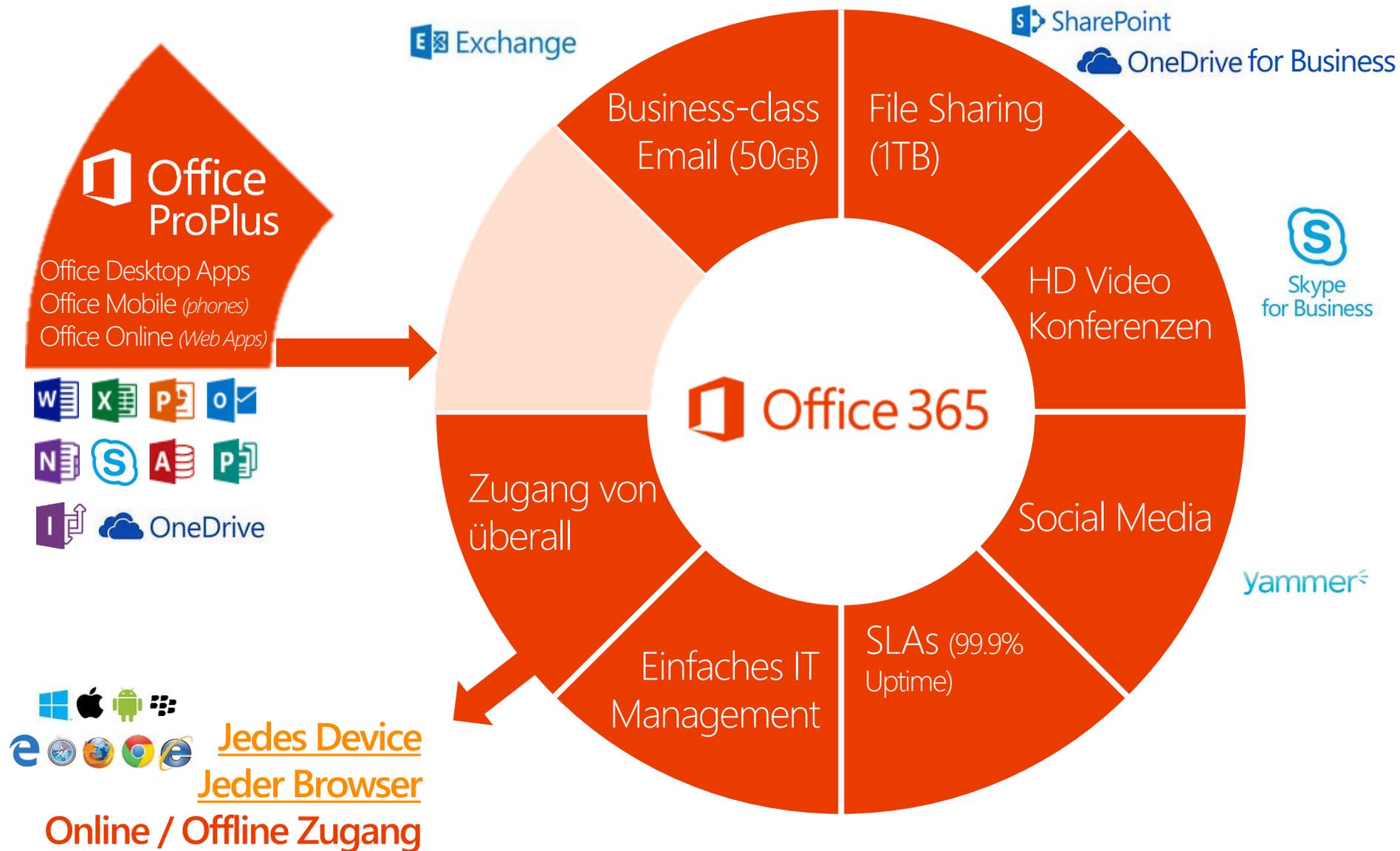
Subscription Model

Niedrigere Einstiegskosten

Planbare Budgets

Up-to-date Software

Office 365 – Das Rundum Sorglos Paket



Kundenvorteile

Einfache, universelle Benutzerlizenz, auch On Premise CAL Rechte für lokale Server möglich

Office unlimited
5+5+5 Geräte/User

Email unlimited
50GB / User
Wirklich unlimited
auch möglich

Cloud Speicher
unlimited
1 TB (Tera!) pro User

„Skype for Business“
Webkonferenzen uvm

Zusammenarbeit &
Mobiles Arbeiten
auf allen Geräten,
offline möglich

Immer aktuell:
Standardisieren mit
Komplettpaketen
zB Business Premium

Flexibel und sofort
einsatzbereit, weniger
Anfangsinvestition

Fokus auf's
Kerngeschäft,
Standardanwendungen
wie Office & Email als
Service

Traditionelle Herausforderungen → Office als Service-Abonnement

Hohe Investitionskosten

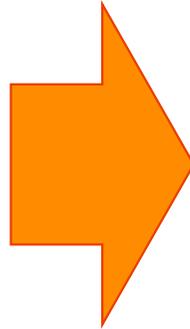
„Versionitis“:
heterogene, veraltete Software

Ablenkung vom Kerngeschäft

Ausfallszeiten, -kosten
reaktives / kein Risikomanagement

Expansion mit sprungfixen Kosten

Compliance Anforderungen



Laufende Betriebskosten

Standardisierung:
alles auf dem aktuellen Stand

IT Infrastruktur als Service
Fokus auf Kernanwendungen

Hochverfügbarkeit
Risikomanagement

Flexibilität & Skalierbarkeit

Nachweislich & kostengünstig
Sorgfaltspflicht erfüllt: professioneller,
zertifizierter Betreiber



Office 365 – Details und Pläne vergleichen

Rudolf Frierss, Partner Channel Development Manager



Office 365 Service Descriptions

Nutzen Sie die [Office 365 Service Descriptions](#) zum nachschlagen von Details



[Home](#) [Library](#) [Deployment](#) [Training](#) [Support](#) [Community](#) [Gallery](#)

Export multiple sets of pages – right-click to add

[Add this page](#)

Right-click over table of contents to add pages

- [TechNet Library](#)
- [Office Products](#)
- [Office 365 for administrators](#)
 - **Office 365 Service Descriptions**
 - [Office 365 Platform Service Description](#)
 - [Exchange Online Service Description](#)
 - [Exchange Online Archiving Service Description](#)
 - [Exchange Online Protection Service Description](#)
 - [Exchange Online Advanced Threat Protection Service Description](#)
 - [SharePoint Online Service Description](#)
 - [OneDrive for Business Service Description](#)
 - [Skype for Business Online Service Description](#)

Office 365 Service Descriptions

Office 365

Applies to: [Office 365](#)

Topic Last Modified: 2015-12-21

Microsoft Office 365 is a cloud-based service that is designed to help meet your organization's needs for robust security, reliability, and user productivity.

The topics in this library provide detailed descriptions of the services and features that are available with Office 365.

Note:

To search for support articles and information, see [Office Support](#).

Microsoft offers the Office 365 Onboarding benefit for eligible services in eligible plans. The Onboarding benefit lets you work remotely with Microsoft sp more information, see [FastTrack Center Benefit for Office 365](#).

To get started, see the following service descriptions:

- [Exchange Online Advanced Threat Protection Service Description](#)
- [Exchange Online Archiving Service Description](#)





Office 365 – Customer Lifecycle

Rudolf Frierss, Partner Channel Development Manager



Opportunity Lifecycle von Office 365

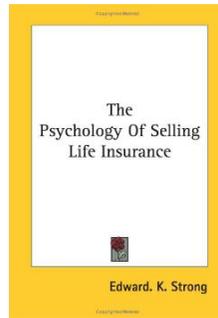


**WENIGER
BEDENKEN**

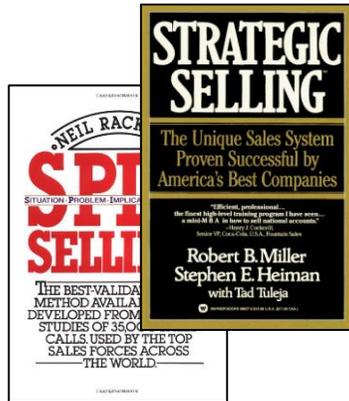
**EINFACHERE
ARBEITS-
ABLÄUFE**

**BESSERE
ZUSAMMEN-
ARBEIT**

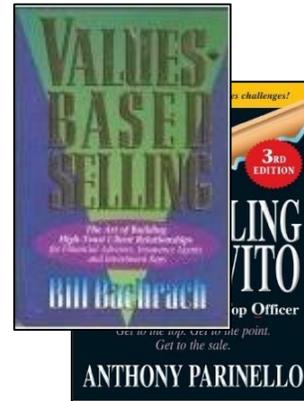
90 Jahre Optimierung von Vertriebsmethoden



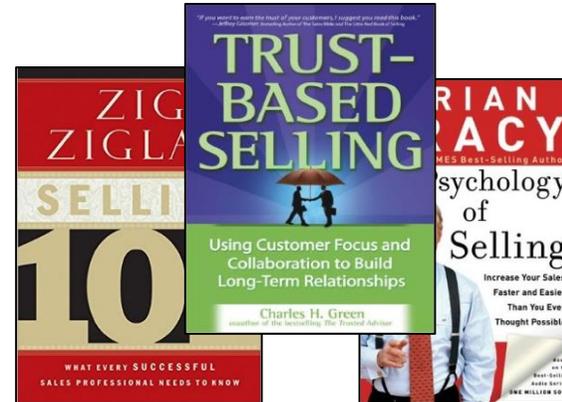
1925



1988

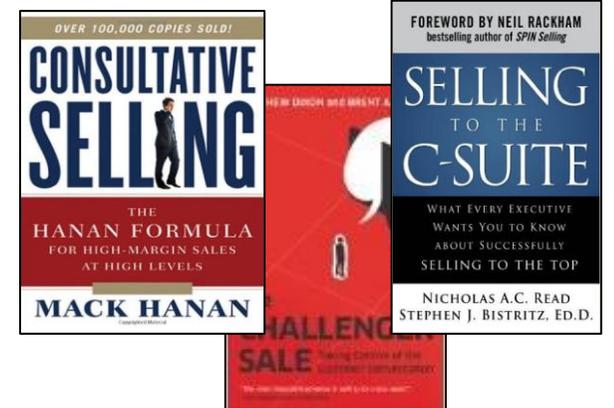


1999



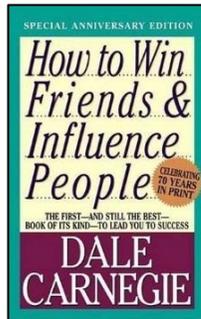
2003

2005

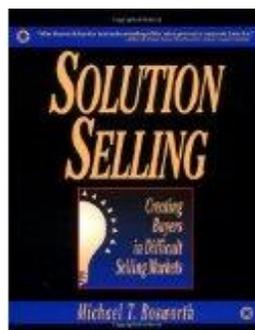


2011

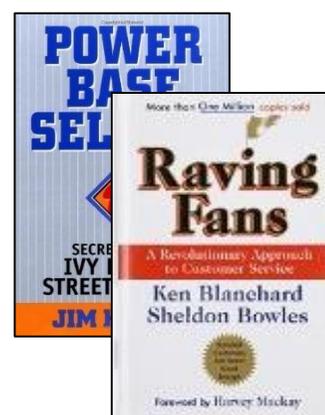
1936



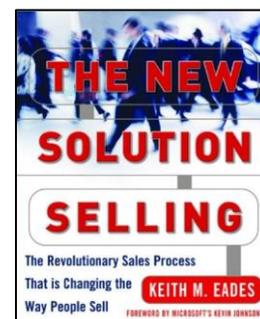
1982



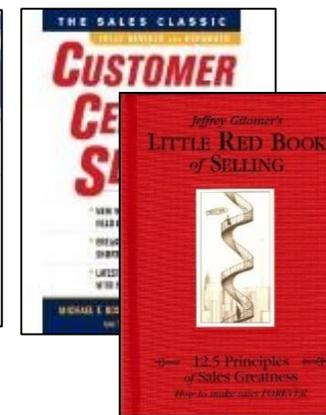
1990



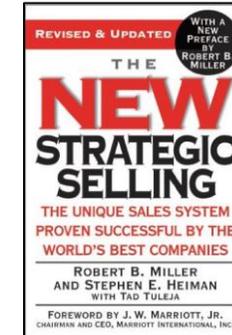
2003



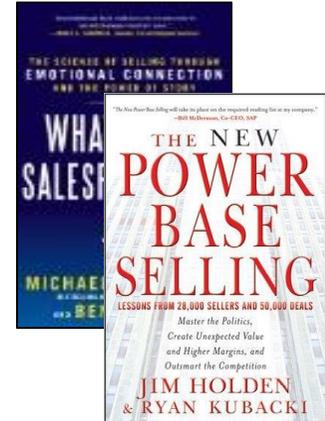
2004



2008

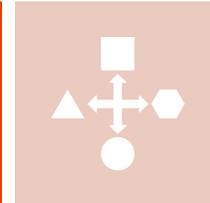


2012



Heute erforderliche Vertriebsfertigkeiten

Proaktives Ermitteln und Ausschöpfen von Vertriebschancen mit hoher Kaufbereitschaft



Abstimmen der Lösung auf die Geschäftsziele und -herausforderungen der geschäftlichen Entscheidungsträger der Kunden

Ansprechen und Überzeugen von geschäftlichen Entscheidungsträgern



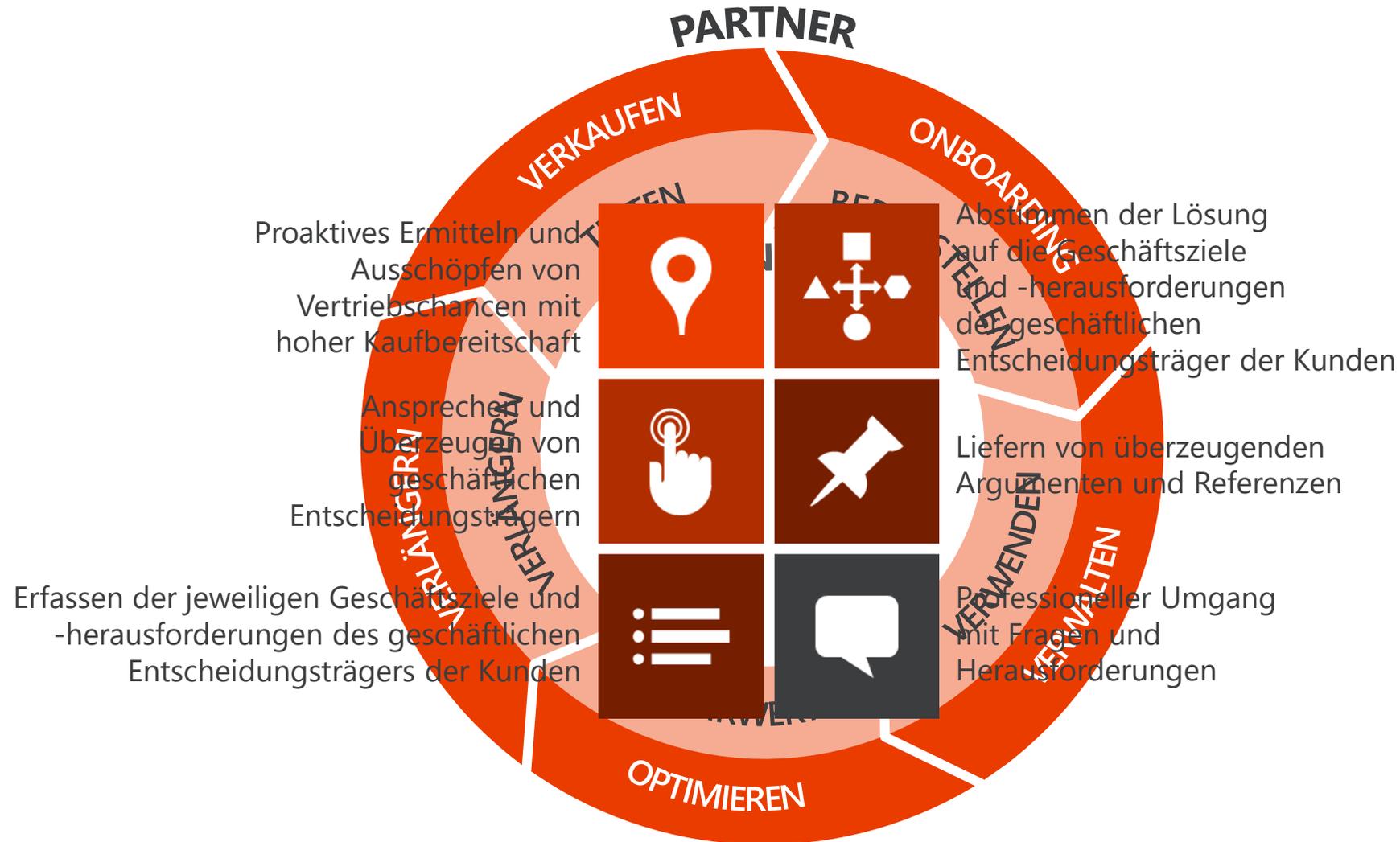
Liefern von überzeugenden Argumenten und Referenzen

Erfassen der jeweiligen Geschäftsziele und -herausforderungen des geschäftlichen Entscheidungsträgers der Kunden



Professioneller Umgang mit Fragen und Herausforderungen

Heute erforderliche Vertriebsfertigkeiten





Identifizieren und
Ausschöpfen von
Geschäftschancen

Plattformeinführungspfade

Es gibt nicht den einen „richtigen“ Pfad.

Der Einführungsablauf oder -pfad ist abhängig von den Anforderungen des Unternehmens.

Der ideale Pfad kann sich an der jeweiligen Abteilung ausrichten oder rollenbasiert sein.

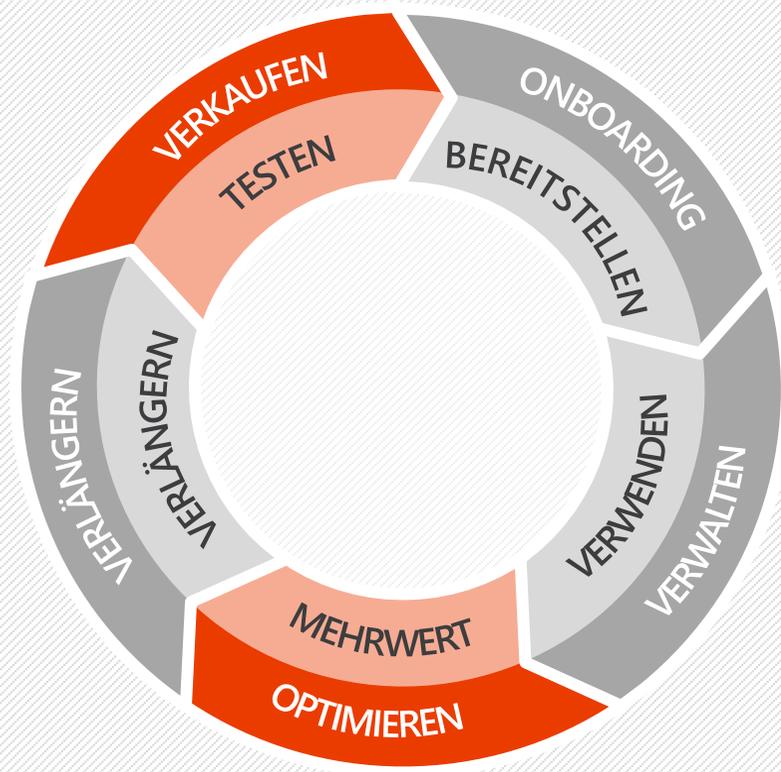


Tool für Einführungspfade

Value Discovery Workshop

WANN

Anwendung in der Phase des Testens und Einschätzens von Gelegenheiten innerhalb des Vertriebs- und Einführungszyklus **für maximalen Nutzen**



WAS

Tool zur Unterstützung des Erfolgs von wertbasierten Diskussionen mit Entscheidungsträgern

WIE

Gehen Sie schrittweise vor, indem Sie zunächst den aktuellen Organisationsstand des Kunden einschätzen, daraufhin Anforderungen ermitteln, die mit Office 365 erfüllt werden können, und schließlich ein Angebot für eine kundenspezifische Lösung erstellen.

WARUM

Mit diesem interaktiven Ansatz nehmen Sie die Rolle des vertrauenswürdigen Beraters ein, vertiefen dadurch die Kundenbindung und -beziehung und schließen Geschäfte schneller ab, während Sie sich langfristige Einnahmequellen sichern.

Weitere Informationen zum Value Discovery Workshop finden Sie unter www.valuediscoveryworkshop.com

Tool für Einführungspfade

Customer Immersion Experience

WANN

Abonnementverlängerung Rechte ohne Bereitstellung
Neuer Vertrag Einführungsaufwand
Wettbewerbssituation



WAS

Anhand von CIE können Kunden erfahren, wie Microsoft den Wert ihres Unternehmens steigern kann.

WIE

In den CIE-Sessions können Kunden realistische Geschäftsszenarien in der Rolle eines Unternehmens simulieren, das Microsoft nutzt.

WARUM

Wecken von Interesse für Windows 10 und die neueste Version von Office

Möglichkeit für Kunden zum risiko- und gefahrlosen Testen von Lösungen/Produkten in ihrem eigenen Tempo

Neugestaltung der Kundenwerbung als produktübergreifende anstelle einer produktspezifischen Diskussion

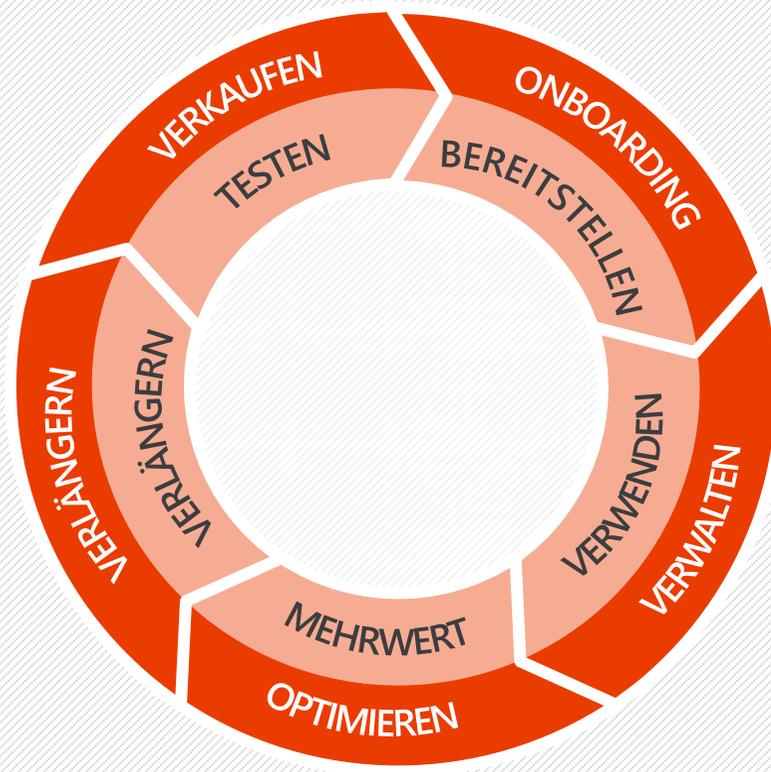
Weitere Informationen erhalten Sie unter www.microsoftcie.com

Tool für Einführungspfade

FastTrack

WANN

Nutzen Sie FastTrack von Anfang an für die Ausarbeitung erfolgreicher Kundenszenarien, das FastTrack Center für den Support in Onboarding-Phasen und die Tools und Ressourcen zur Wertschöpfung.



WAS

Toolset, Ressourcen, Methodik und Mitarbeiter zur Unterstützung von Kunden und deren Partnern bei der erfolgreichen Arbeit mit Office 365

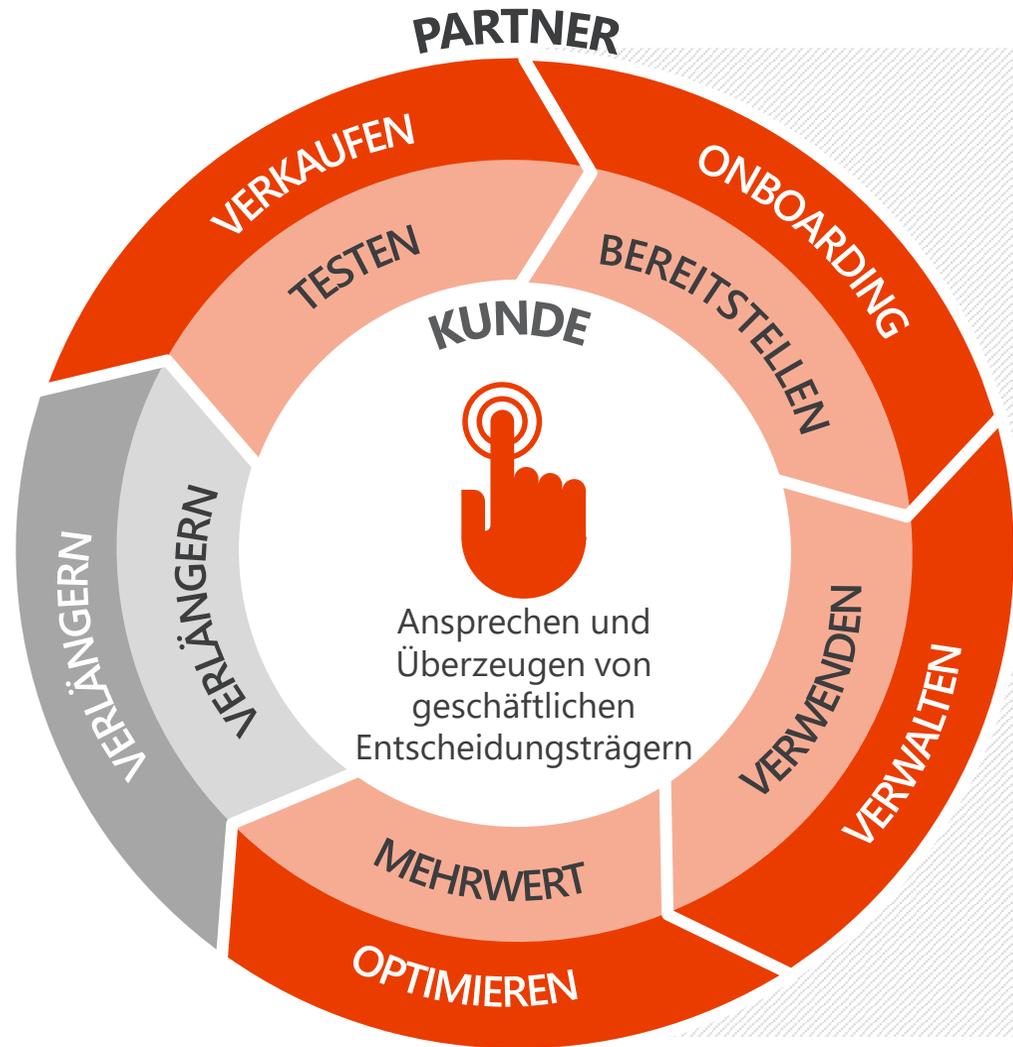
WIE

Mit FastTrack können Kunden und deren Partner die Einführung von Cloud-Lösungen einschließlich der aktiven Nutzung der Produkte erfolgreich planen. Mitarbeiter des FastTrack Centers sorgen für Unterstützung beim Remote-Onboarding, der E-Mail-Migration und der Planung der Einführung.

WARUM

Dank FastTrack erhalten Partner durch die Automatisierung von Aufgaben mit geringer Gewinnspanne und das Bereitstellen von Tools und Ressourcen Unterstützung bei der Einführung von Cloud-Lösungen für ihre Kunden. Dies ermöglicht Partnern, sich auf Services mit hoher Gewinnspanne zu konzentrieren und ihre Kunden beim optimalen Nutzen von Investition zu unterstützen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter aka.ms/FastTrackforPartners



Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern und rollenbasierter Wert

Geschäftliche Entscheidungsträger und geschäftliche Herausforderungen

Hinter IT-Investitionen stehen geschäftliche Anforderungen.

Vertriebsanforderungen

Marketinganforderungen

Personalanforderungen

Finanzielle Anforderungen

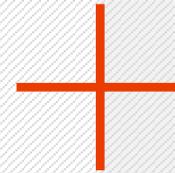
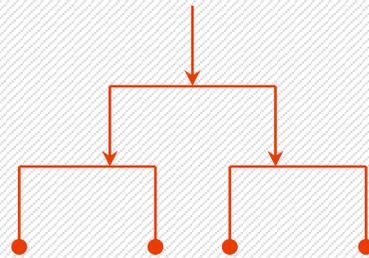
Produktionsanforderungen

Betriebsanforderungen

Geschäftliche Entscheidungsträger haben folgende Verantwortungsbereiche:

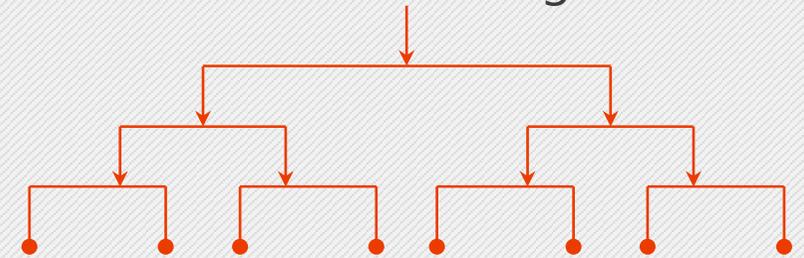
Realisierung

von Geschäftszielen, Initiativen und Prioritäten



Bewältigung

von betrieblichen Herausforderungen, Problemen und Anforderungen



Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern lässt sich über Angebote erlangen, die ihnen in diesen Verantwortungsbereichen von Nutzen sein können.

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern

Ziel	Thema	Strategie	Mehrwert	Aktionsplan
Thema				
Strategie				
Mehrwert				
Aktionsplan				

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Ziel

Ziel

Thema

Strategie

Mehrwert

Aktionsplan

Zu wem möchten Sie Kontakt aufbauen?

In welchen Verantwortungsbereichen arbeitet diese Person?

Handelt es sich tatsächlich um einen geschäftlichen Entscheidungsträger?



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Thema

Ziel

Welche Informationen zu den aktuellen Zielen und Herausforderungen der Zielperson liegen vor?

Thema

Welche für die Position oder Abteilung der Zielperson typischen geschäftlichen Ziele und/oder Herausforderungen lassen sich benennen?

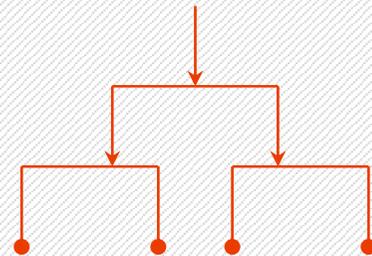
Strategie

Mehrwert

Aktionsplan

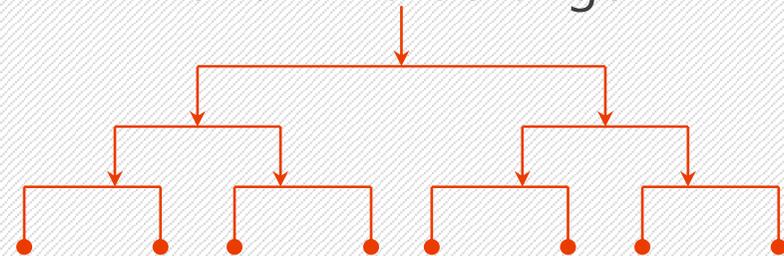
Realisierung

von Geschäftszielen,
Initiativen und Prioritäten



Bewältigung

von betrieblichen
Herausforderungen, Problemen
und Anforderungen



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Strategie

Ziel

Thema

Strategie

M

Beziehungen nutzen

Ak

Verhandeln

Kampagnen durchführen

Wählen Sie die Strategie auf Grundlage folgender Fragen aus:

- Welche bereits vorhandenen Verbindungen zur Zielperson sollten genutzt werden?
- Welche Aktivitäten bezüglich dieses Kundenkontakts liegen vor?
- Welche Strategie verspricht die besten Ergebnisse?

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Strategie

Ziel

Thema

Strategie

Beziehungen nutzen

Verhandeln

Kampagnen durchführen

Mehrwert

Aktionsplan

Interne Empfehlung

Von der IT-Abteilung an die Unternehmensleitung

Von Abteilung zu Abteilung

Empfehlung von außen

Branchen- oder Berufsverband

Soziales Netzwerk



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Strategie

Ziel

Thema

Strategie

Beziehungen nutzen

Verhandeln

Kampagnen durchführen

Mehrwert

Aktionsplan

Auf Grundlage der derzeitigen Aktivität

Investition in die Beziehung

Strategisches Vorgehen



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Strategie

Ziel

Thema

Strategie

Beziehungen nutzen

Verhandeln

Kampagnen durchführen

Mehrwert

Aktionsplan

Einladungen

E-Mails/Mailings

Cold Calls



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Mehrwert

Ziel	Relevant erscheinen
Thema	Interessant erscheinen
Strategie	Mehrwert anbieten
Beziehungen nutzen	Struktur: Zuerst Glaubwürdigkeit vermitteln, dann Mehrwert bieten
Erkenntnisse austauschen	
Herausforderungen diskutieren	
M Resultate aufzeigen	Nicht die Lösung/das Produkt anbieten, sondern ein Meeting
Aktionsplan	



Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Mehrwert

Ziel

Thema

Strategie

Mehrwert

Erkenntnisse austauschen

Herausforderungen diskutieren

Resultate aufzeigen

Aktionsplan

„Ich arbeite mit Kunden aus dem Einzelhandel im Großraum Tri-Cities, die die Effizienz ihrer Personalabläufe in Bereichen wie Anwerbung, Schulung und Entwicklung sowie Onboarding erhöhen möchten. Ich würde Ihnen gerne einige Erkenntnisse meiner Arbeit zu aktuellen Entwicklungen in diesem Bereich mitteilen.“

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Mehrwert

Ziel

Thema

Strategie

Mehrwert

Erkenntnisse austauschen

Herausforderungen diskutieren

Resultate aufzeigen

Aktionsplan

„Wir haben in letzter Zeit einige mitteleuropäische Hersteller von Maschinenbauteilen unterstützt, die Schwierigkeiten bei der Versorgung ihrer Vertriebssteams mit den für produktive Arbeit im Außendienst benötigten Tools und Ressourcen hatten. Ich wäre an einem Austausch mit Ihnen über Ihre Herausforderungen bei der Bereitstellung von ähnlichen Lösungen für Ihr Vertriebssteam interessiert.“

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Mehrwert

Ziel

Thema

Strategie

Mehrwert

Erkenntnisse austauschen

Herausforderungen diskutieren

Resultate aufzeigen

Aktionsplan

„Krafty Kupcakes konnte kürzlich die Effektivität seines Marketings durch den Einsatz einer Kombination aus neuer Technologie und Prozessoptimierung um 20 % steigern. **Ich würde Ihnen diese Resultate gerne ausführlicher mitteilen, möglicherweise könnte Ihr Unternehmen von etwas Vergleichbarem profitieren.**“

Plan für den Zugang zu geschäftlichen Entscheidungsträgern: Aktionsplan

Ziel

Thema

Strategie

Mehrwert

Erkenntnisse austauschen

Herausforderungen diskutieren

Resultate aufzeigen

Aktionsplan

Spezifischer
Aktionsplan für das
Erlangen von Zugang

- Was?
- Wer?
- Wann?
- Wie?





Gesprächsführung
mit geschäftlichen
Entscheidungsträgern

Gesprächsführung mit geschäftlichen Entscheidungsträgern

1

Gezielte Einstiegsfrage

Weckt Interesse durch ihr Thema und ihre hohe Relevanz für die angesprochene Person

Ist offen, lässt sich nicht mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten

Bezieht sich auf die Geschäftsziele der angesprochenen, nicht auf die der fragenden Person

Spiegelt die Glaubwürdigkeit des Vertriebsmitarbeiters wider

Gesprächsführung mit geschäftlichen Entscheidungsträgern

1

Gezielte
Einstiegsfrage



2



Schafft logische Verbindungen

Hinterfragt die bisherigen Annahmen und Gedankengänge des Kunden

Verleiht Glaubwürdigkeit hinsichtlich des Bemühens, den Kunden zu verstehen

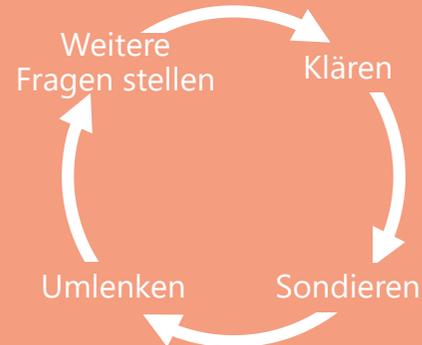
Gesprächsführung mit geschäftlichen Entscheidungsträgern

1

Gezielte
Einstiegsfrage



2



3

Abschließende
Bekräftigung

Unterstreicht das
Verständnis
Bestätigt die
Entscheidung des Kunden
Beweist aufmerksames
Zuhören

Gesprächsführung mit geschäftlichen Entscheidungsträgern



Entwicklung von Einstiegsfragen

1

Gezielte
Einstiegsfrage

- A. Identifizieren Sie Ihren Gesprächspartner.
- B. Ermitteln Sie die gewünschten Informationen.
- C. Entwickeln Sie ein Statement, mit dem Sie Glaubwürdigkeit und Interesse vermitteln.
- D. Entwickeln Sie eine Frage, die Ihnen Zugang zu den gewünschten Informationen verschafft.

Beispiel für eine Einstiegsfrage

1

A. Identifizieren Sie Ihren Gesprächspartner.

VERTRIEBSLEITER

B. Ermitteln Sie die gewünschten Informationen.

Wie gut funktioniert die Weitergabe wettbewerbsrelevanter Informationen?

C. Entwickeln Sie ein Statement, mit dem Sie Glaubwürdigkeit und Interesse vermitteln.

Viele Unternehmen, mit denen ich in Kontakt stehe, haben Schwierigkeiten mit der effektiven und zügigen Weiterleitung wettbewerbsrelevanter Informationen, weil diese an unterschiedlichen Orten gespeichert und nur schwer zu teilen sind.

D. Entwickeln Sie eine Frage, die Ihnen Zugang zu den gewünschten Informationen verschafft.

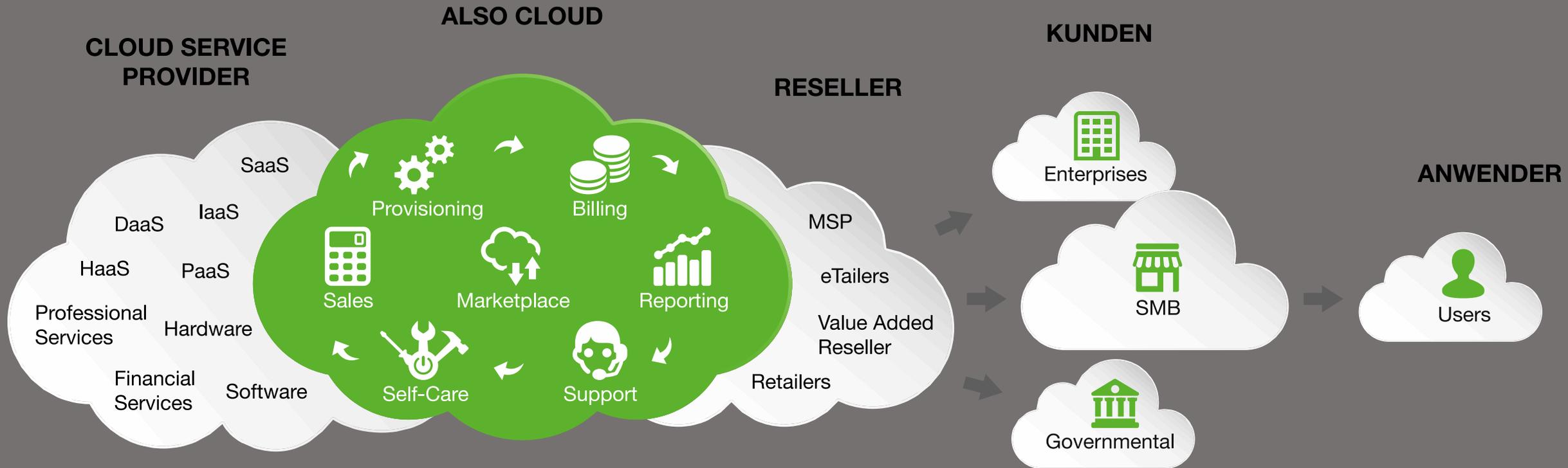
Welchen Herausforderungen begegnen Sie derzeit bei der Bereitstellung wettbewerbsrelevanter Informationen aus Ihrer Datenbank für das Vertriebsteam?



Der ALSO Cloud Marketplace

Lukas Schneider / ALSO Austria
Rudolf Frierss / Microsoft Österreich

Der ALSO Cloud Marketplace



Warum ALSO Cloud Marketplace?

- ▶ **Einfach bedienbare Management Plattform**
- ▶ **Garantierter kostenloser 24/7 Support**
- ▶ **Private Label Shop inkl. Private Product Catalogue**
- ▶ **WaaS = Workplace as a Service**



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Lukas Schneider / ALSO Austria
Rudolf Frierss / Microsoft Österreich