

So wird VR EasySpeech erfolgreich „intern verkauft“ und genutzt

1. Verkäufe keinen Use Case – verkaufe ein Problem

Sales-Hinweis:

VR EasySpeech wird nicht wegen „VR“ gekauft, sondern weil Unternehmen ein **Übungsproblem** haben.

Marketing-Argumentation:

- Trainings scheitern nicht am Wissen, sondern an fehlender Übung
- Mitarbeitende wissen, *wie* man präsentiert – sie üben es zu wenig
- VR schließt genau diese Lücke

Key Message:

„Nicht mehr Wissen – mehr Übung.“

2. Freiwilligkeit ist kein Verkaufsargument

Sales-Hinweis:

Je freiwilliger die Nutzung, desto geringer der Erfolg.

Marketing-Argumentation:

- Lernangebote ohne Anlass verschwinden im Alltag
- Erfolgreiche Kunden koppeln Nutzung an konkrete Situationen
- Verbindlichkeit = Nutzung = messbarer Mehrwert

Key Message:

„Was wichtig ist, bekommt einen Termin.“

3. Führungskräfte sind der Multiplikator – oder der Showstopper

Sales-Hinweis:

Ohne Führungskräfte wird VR EasySpeech nicht genutzt.

Marketing-Argumentation:

- Mitarbeitende orientieren sich an Vorbildern
- Wenn Führungskräfte nicht nutzen, wird es nicht ernst genommen
- Erfolgreiche Kunden starten **top-down**

Key Message:

„Führungskräfte entscheiden über Nutzung – nicht die Technik.“

4. Verkaufe Integration, nicht ein zusätzliches Tool**Sales-Hinweis:**

Ein weiteres Tool konkurriert mit allem – Integration gewinnt.

Marketing-Argumentation:

- VR EasySpeech ersetzt keine Trainings
- Es verlängert Trainings in den Alltag
- Es macht Präsenztrainings nachhaltiger

Key Message:

„Nicht mehr Training – besseres Training.“

5. Verkaufe Sicherheit, nicht Performance**Sales-Hinweis:**

Der stärkste Hebel ist psychologisch, nicht fachlich.

Marketing-Argumentation:

- Menschen fürchten Bewertung
- VR erlaubt Übung ohne soziale Kosten
- Sicherheit führt zu Wiederholung

Key Message:

„Üben ohne Zuschauer – wirken mit Publikum.“

6. Erfolg entsteht durch Anlass, nicht durch Neugier**Sales-Hinweis:**

Neugier erzeugt Tests – Anlässe erzeugen Nutzung.

Marketing-Argumentation:

- Präsentationen, Pitches, Meetings sind echte Trigger
- Erfolgreiche Kunden verknüpfen VR mit realen Terminen

- Kein Anlass = kein Training

Key Message:

„Der nächste Termin ist der beste Trainingsmoment.“

7. Feedback ist Verkaufschance, kein Risiko

Sales-Hinweis:

Fehlende Nutzung ist wertvoller als positives Feedback – wenn man sie versteht.

Marketing-Argumentation:

- Nicht-Nutzung zeigt organisatorische Hürden
- Feedback ermöglicht Nachsteuerung
- Kundenbindung entsteht durch Begleitung, nicht durch Perfektion

Key Message:

„Feedback verkauft besser als Features.“

8. Verkaufe Klarheit – nicht Möglichkeiten

Sales-Hinweis:

Zu viele Optionen lähmen Entscheidungen.

Marketing-Argumentation:

- Kunden wollen wissen:
„Was genau sollen wir tun?“
- Erfolgreiche Einführungen sind klar geführt
- Wenige, klare Szenarien schlagen viele Optionen

Key Message:

„Klarheit schlägt Komplexität.“