

Customer Journey

Kurzbeschreibung: Mit der Customer Journey wird eine Art Reise bezeichnet, die deine Kund:innen absolvieren, bevor sie ein Produkt oder eine Dienstleistung beziehen. Wieso soll das für dich relevant sein? Nun ja, die Customer Journey zeigt verschiedene mögliche Berührungspunkte (auch Touchpoints genannt) auf, die deine Kund:innen mit deiner Firma haben (könnten). Diese Touchpoints sind somit mitentscheidend, ob Kund:innen einen Kauf tätigen oder eben nicht, je nach dem, ob du sie zum richtigen Zeitpunkt abholst und mit den richtigen Marketingaktivitäten ansprichst.

Kurzanleitung: Versuche dich nun so gut es geht, in deine Kund:innen hineinzusetzen und die vier Schritte des Customer Journey-Templates zu durchlaufen. **1** Wähle deine Persona aus und beschreibe diese kurz, identifiziere dazu zuerst die **2** unterschiedlichen Phasen deiner Personas, **3** danach die Aktionen, welche die Personas je nach Phase vollziehen, **4** bewerte schliesslich deren Gefühle je nach Phase und Aktion und gib **5** zu guter Letzt an, mit welchen Kanälen du gedenkst, die Kund:innen anzusprechen.

Persona

Wähle deine Persona aus und beschreibe diese kurz.

1

Phasen

*Identifiziere unterschiedliche Phase in der Customer Journey deiner Persona
z.B. Vergleich, Entscheid, Einschreibung & Nutzung.*

2

Actions

Lege fest, welche Aktionen die Persona je nach Phase oben vollzieht.

3

Gefühle

Zeichne pro oben angegebene Aktion eine «Linie der Emotionen», um die Gefühle der Persona zu visualisieren.



4

Kanäle

Gib hier an, welche Kanäle die Persona je nach Phase benutzt.

5

Hinweis: Ev. kann es für dich hilfreich sein, nochmals das «Persona Canvas» im Zuge der Kachel «Marktanalyse» zu Rate zu ziehen, damit du dich nochmals in deine Kund:innen hineinversetzen kannst. Sofern nötig aus deiner Sicht, kannst du die Persona Canvas nochmals überarbeiten oder schärfen, damit du wirklich auch ausreichend Inputs hast, um die Customer Journey zu erarbeiten.