

MANAGING THE CUSTOMER JOURNEY

So überzeugen Sie Ihre Kunden
langfristig

Warum spreche ich darüber?

- Seit über 20 Jahren in Kommunikation in Marketing
- 2010 Masterstudium in Sacramento, CA, USA – durch Stipendium
- Zuvor schon Online-Unternehmen aufgebaut und verkauft
- Content Marketing auf der weltgrößten Reisemesse ITB Berlin + Keynotes
- Unterstütze Online-Shops dabei bekannter zu werden und besser zu verkaufen

Was bringt Ihnen die Customer Journey?

Die Customer Journey hilft Ihnen dabei,

- a) den Durchschnittsbestellwert des Kunden zu erhöhen
- b) den Life-Time-Value des Kunden zu erhöhen
- c) den Kunden in einen Stammkunden zu verwandeln
- d) den Kunden zum Testimonial zu wandeln

Customer Journey



AWARENESS



CONSIDERATION



PURCHASE

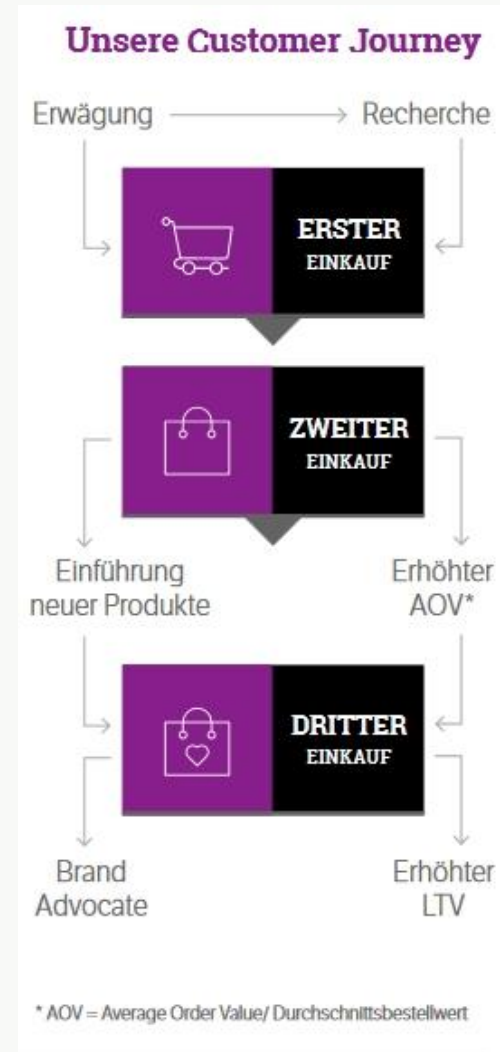


RETENTION



ADVOCACY

CUSTOMER JOURNEY R.A.I.C



Wobei hilft Ihnen die Customer Journey?

- Consumer Insights
- Umsetzung der Content Strategie
- Website-Strategie: Wie überzeugen Sie den potenziellen Kunden
- Produktmanagement
- Vertrieb & Lead-Management
- Customer Management
- Daten- bzw. Lead-Generierung
- > und damit


BEIM VERKAUF

FRAGEN???



Beispiel 1

Emails

Art & Antiqu in der Wiener Hofburg 

Von [Galerie Kovacek](#) am 2022-11-02 21:13
[Details](#) [Kopfzeilen](#) [Einfacher Text](#)

KOVACEK
SPIEGELGASSE

Wir laden Sie herzlich auf unseren Messestand in die Wiener Hofburg ein:

**Art & Antiqu
Hofburg, Wien
10. - 14 November
Messestand: 33, Galerie Sylvia Kovacek**



SEO

[Alle](#) [Maps](#) [Bilder](#) [News](#) [Shopping](#) [Mehr](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 3 120 000 Ergebnisse (0,74 Sekunden)

Anzeige - <https://www.singularart.com/> ▾
Online Kunstgalerie - Kunstgalerie Wien
Sprechen Sie mit professionellen Kunstberatern. Gratis Rückversand innerhalb von 14 Tagen.
Entdecke moderne Kunstwerke online. Kreieren Sie eine anhaltende Bindung zu...

Unsere Künstler
Mehr Als 100 Nationalitäten Namhafte Ausstellungen

Über uns
Das Singularart Team Unsere Auswahlkriterien

Anzeige - <https://www.art24.world/> ▾
Kunstplattform - art24
art24 - die Plattform für Künstler und Kunstinteressierte. Tritt ein in die neue Welt des...

Anzeige - <https://at.lumas.com/kunstgalerie> ▾
LUMAS Galerie Wien - 8.000+ Werke von 500 Künstlern
Erleben Sie mit LUMAS qualitativ hochwertige Kunstwerke hautnah in unseren **Galerien**.

Anzeige - <https://www.artmajeur.com/zeitgenössische/kunstgalerie> ▾
Online Kunstgalerie - Artmajeur
Entdecken Sie die Sammlungen der von Kunstmarktexperten ausgewählten Werke. Über 2...

Beispiel 1

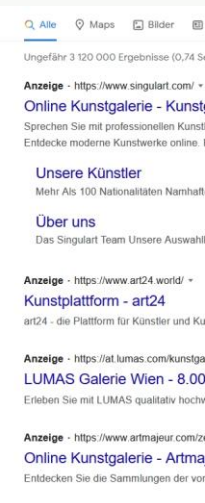
Ergebnis

Basis in der Customer Journey:
CONSIDERATION (Überlegen)

Einziges Ergebnis: Der Kunde öffnet das
Email (Conversion)

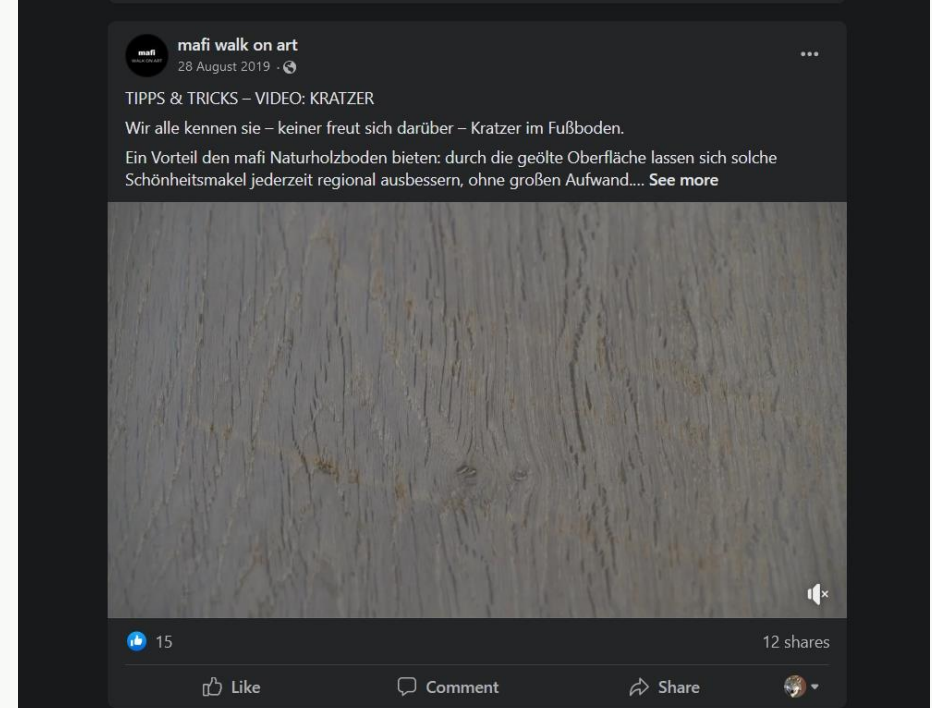
Ohne dieser Conversion kennt er das
Datum nicht.

Es gibt auch keinen weiteren Verkauf.



Beispiel 2






Social Media



SEO

Ungefähr 40 800 Ergebnisse (0,52 Sekunden)

Anzeigen · Naturholzböden online kaufen kaufen

 <p>BASICfloor Massivholzdielen € 38,66 Holzprofi24 AT +€ 12,99 Vers... Von Producth...</p>	 <p>Holz Fußboden Eiche Landlord, € 329,67 trumerholz.com +€ 79,90 Vers... +€ 109,89/1m² Von Netzprod...</p>	 <p>Massivdielen Antik Komplett... € 2.111,33 CHF 2.084,48 Mondesi.at +€ 131,67 Ver... Von Smarketer</p>	 <p>Timefloor Massivholzdielen € 99,98 Holzprofi24 AT +€ 12,99 Vers... Von Producth...</p>	 <p>Holz Fußboden Lärche WOODY, € 72,83 trumerholz.com +€ 79,90 Vers... € 44,96/1m² Von Netzprod...</p>
---	--	--	--	---

Anzeige · <https://www.wohngesund.at/massivholzdielen/aktion>

Neue Massivholzdielen ab Lager - Über 25.000m²...

5x in Wien & Umgebung für Sie da, 1070 Wien, 1030 Wien, Gerasdorf, Vösendorf & Würflach.
Über 70.000m² Massivholzdielen & Parkett lagernd! Mit unseren Angeboten...
📍 Neubaugasse 15, Wien - Heute geöffnet · 10:00–18:00 Uhr

Anzeige · <https://www.holzprofi24.at/>

Parkett online kaufen - Parkett - zeitlos & langlebig

Parkett in Landhausdielen-, Schiffsbodenoptik und mehr. Günstige Parkett Restposten **kaufen**

<https://mafi.com>

mafi : Naturholzböden & Parkettboden aus Österreich

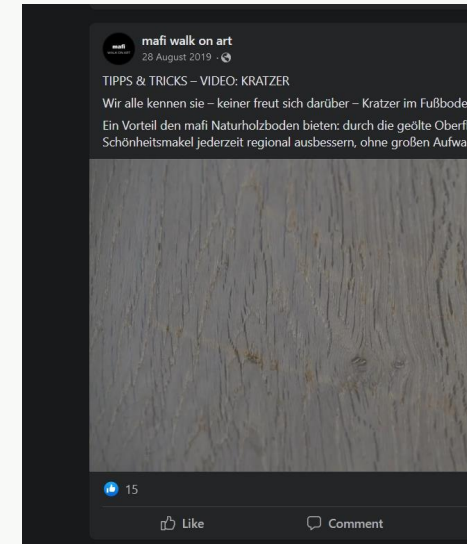
NATURHOLZBÖDEN · STABIL · NATÜRLICH · GESUND: Jetzt kostenlos Muster bestellen - unkompliziert und direkt. Anfrage · STABIL.



Beispiel 2

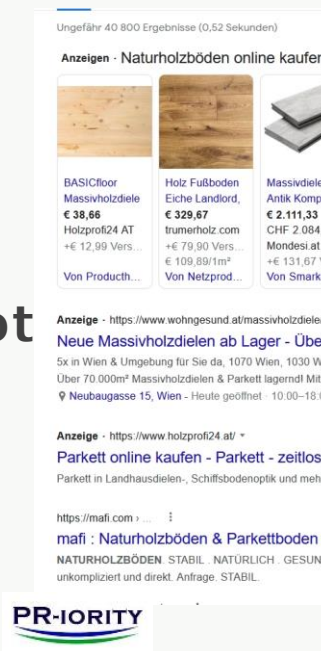
Ergebnis

Basis in der Customer Journey:
AWARENESS & CONSIDERATION



Ergebnis: Information, möglicher
Neukunde

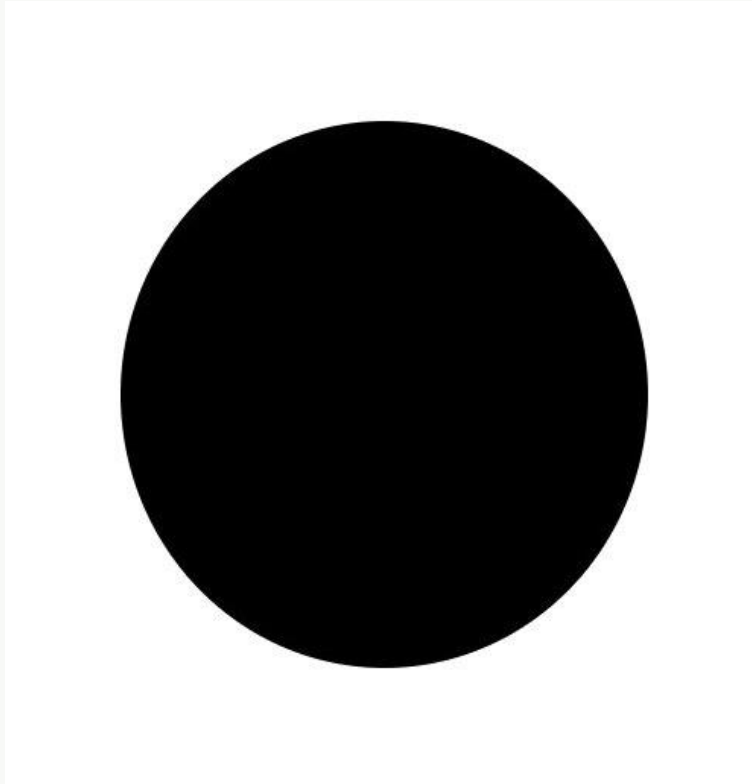
Keine Möglichkeit DIREKT ein Angebot
einzuholen oder eine Conversion zu
erreichen



Online-Marketing

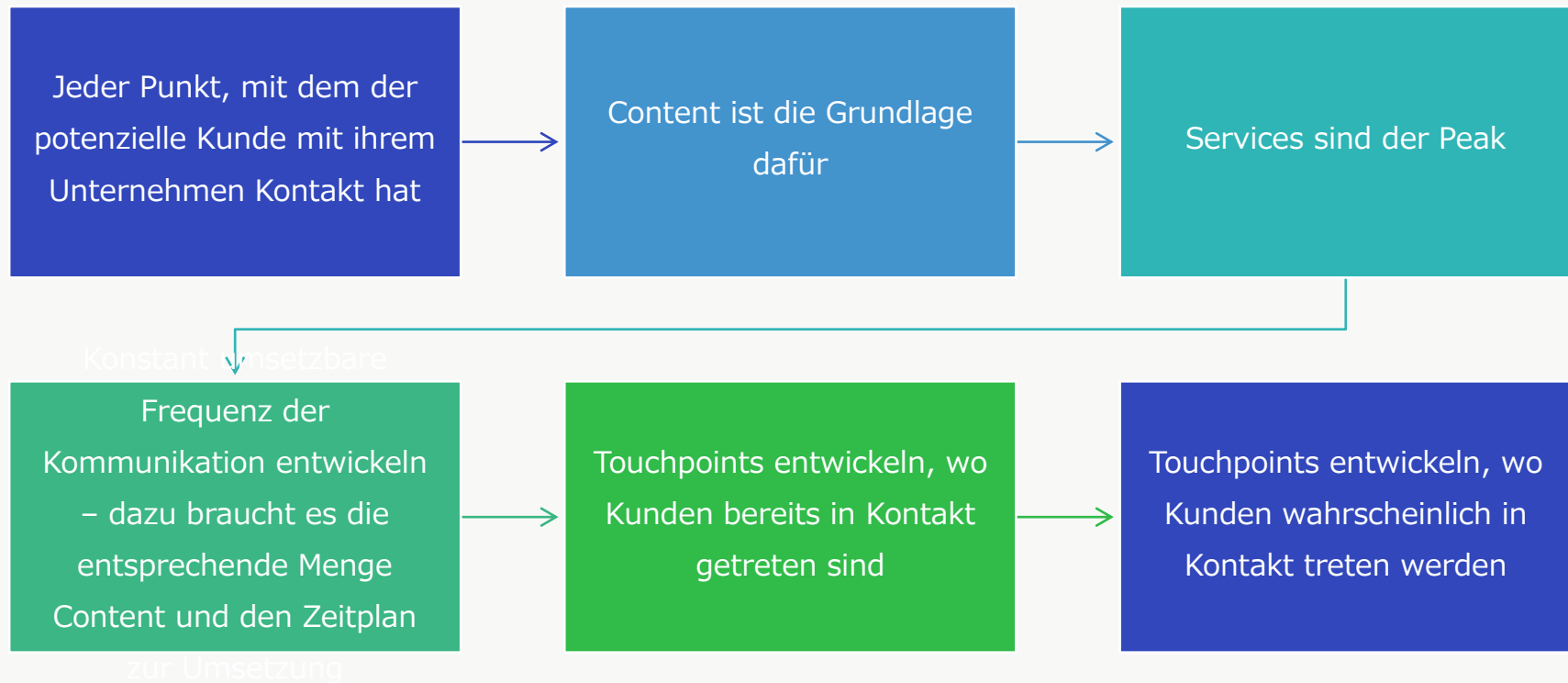
Maßnahmen & Wirkung

	Webshop	SEO	SEA	Display-Ads	Email	Online-PR	Social Media	Affiliate Marketing
Bekannt-heit steigern	-	oo	o	ooo	-	ooo	ooo	oo
Neu-kunden	ooo	oo	ooo	o	o	oo	o	ooo
Kunden-bindung	o	-	-	-	ooo	o	oo	-



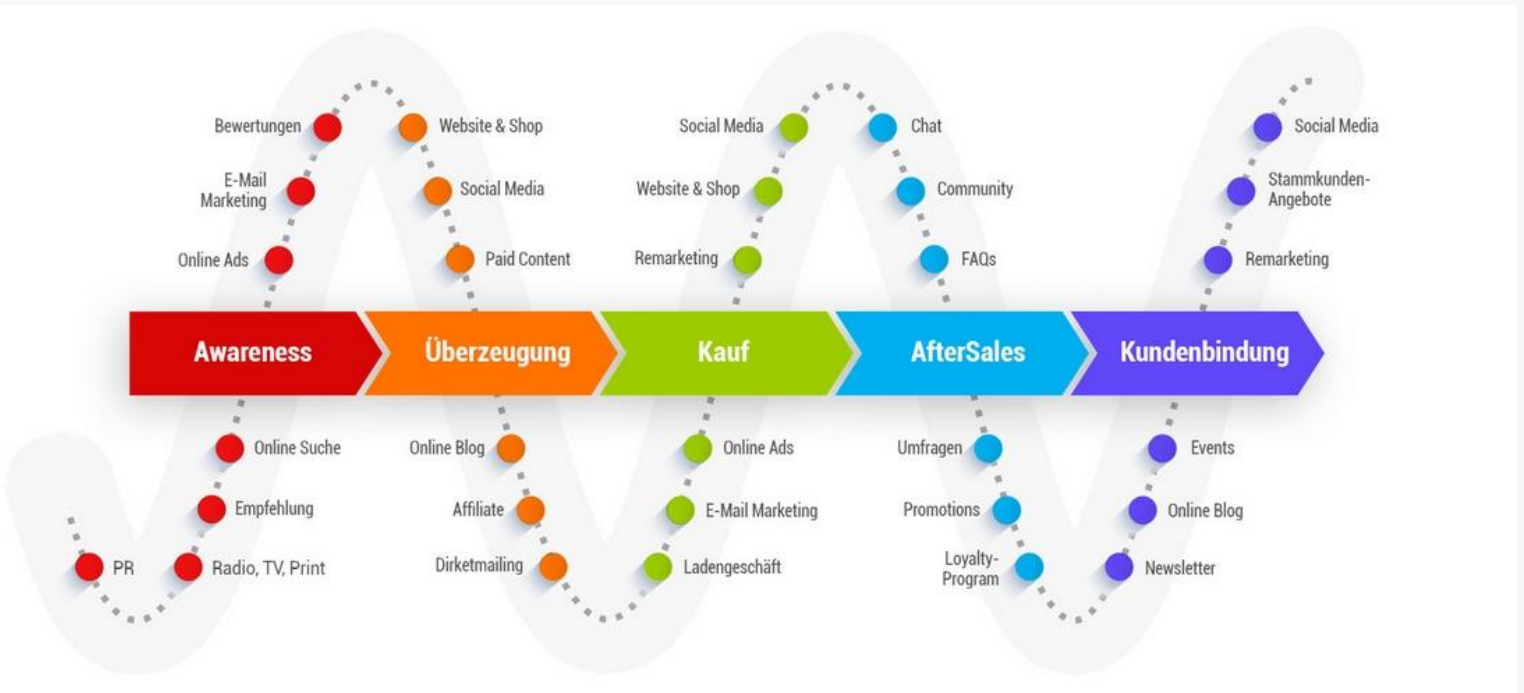
WAS IST EIN
TOUCHPOINT?

Touchpoints pflegen & aufbauen



Customer Journey – welche Maßnahmen in welchem Abschnitt

Awareness	Consideration	Purchase/Buy	Retention	Advocacy
<ul style="list-style-type: none"> ➤ PR ➤ TV ➤ Radio ➤ Print ➤ Massenaussendung ➤ Email by Platform/Message Ads ➤ Social Media (RW) ➤ Generell: alles was möglichst viele Kontakte generiert 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Social Ads ➤ Reviews ➤ Blog ➤ Social Media (Interaktionen) ➤ Email ➤ Direct Mailing (selected) ➤ PR ➤ Generell: alles, das dem Kunden hilft, einen Nutzen in Ihrem Angebot zu sehen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Webshop ➤ Store/Filiale ➤ Katalog ➤ Landing Page ➤ Contact Center (z.B. Call Center) ➤ Generell: Alles, das dem Kunden deutlich macht, dass die Kaufentscheidung eine hervorragende Entscheidung ist/war 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Newsletter ➤ Blog ➤ Treue-Programm ➤ FAQ für div. Services ➤ Retournierungsablauf (Customer Experience) ➤ Community ➤ PR ➤ Generell: alles, das dem Kunden ein Gefühl der Wertschätzung &/oder Zugehörigkeit gibt 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ WOM (Word of Mouth) ➤ Social Media Interaktionen ➤ Kund*in schreibt Reviews ➤ PR ➤ Generell: Kund*in übernimmt die Bewerbung des Unternehmens/des Produkts als Testimonial



TOUCHPOINTS

FRAGEN???



Beispiel 3.1.



Wie kommt der Kunde zum Angebot?



SOCIAL MEDIA wird hauptsächlich als Content Medium und damit für Glaubwürdigkeit verwendet, aber nur selten für **CONVERSIONS**.

Beispiel 3.2.



Was ist der KPI?



SOCIAL MEDIA kann auch Conversion-KPIs verwenden

Beispiel 4.1. Newsletter



»OBSERVER« beobachtet jetzt mehr als 4.000 Printmedien

Wiens Brand Intelligence Unternehmen lektoriert erstmals in seinem 126-jährigen Bestehen über 4.000 heimische Printmedien. Damit sichert der Medienbeobachter die lückenlose Abdeckung aller bedruckten Beiträge in Österreich. Weiters präsentiert »OBSERVER« täglich in der Früh auf seinen Kanälen die neuesten Cover des Tages als Covergrid.

Cover des Tages



Wie kommt der Kunde zum Angebot?



»OBSERVER« beobachtet jetzt mehr als 4.000 Printmedien

Wiens Brand Intelligence Unternehmen lektoriert erstmals in seinem 126-jährigen Bestehen über 4.000 heimische Printmedien. Damit sichert der Medienbeobachter die lückenlose Abdeckung aller bedruckten Beiträge in Österreich. Weiters präsentiert »OBSERVER« täglich in der Früh auf seinen Kanälen die neuesten Cover des Tages als Covergrid.

Cover des Tages



Beispiel 4.2. Newsletter

Welcher KPI wird verwendet?

- Öffnungsrate des NL; Inner Clicks;
Erneute Anfragen (Basis: Consideration)



WOBEI HILFT IHNEN DIE CUSTOMER JOURNEY?

Kunden Insights



WOBEI HILFT IHNEN DIE CUSTOMER JOURNEY?

Kunden Informationen



WOBEI HILFT IHNEN DIE CUSTOMER JOURNEY?

Beim Kauf



WOBEI HILFT IHNEN DIE CUSTOMER JOURNEY?

Folgekauf &
Stammkunden



WOBEI HILFT IHNEN DIE CUSTOMER JOURNEY?

Weitere Käufe &
Testimonial - & damit
beim Wachstum

FRAGEN???



Targeting is key

Targeting ist essentiell, damit Sie mit Ihren Maßnahmen die möglichst richtigen Personen erreichen.

**Targeting
is
key**

METHODEN

Demografisches

Datengetriebenes

Sinus Milieus

Customer Persona

Customer Persona 2 Content

	Was ist aktuell das größte Problem der Customer Persona in der jew. Phase?	Welche Fragen hat die Customer Persona? Was braucht die C.P. in diesem Moment?	Wo sucht die Customer Persona Antworten?	Content / Information, die gut in dieser Phase wirkt	Themen / Ideen Für Content oder Aktionen
Awareness					
Consideration					
Purchase					
Retention					
Advocacy					

FRAGEN???



DER WEG ZUR LANGFRISTIGEN KUNDEN-BEZIEHUNG





Zusammenfassung

- Überlegen Sie sich WEN Sie WIE ansprechen wollen (Targeting)
- Überlegen Sie sich WAS Sie damit erreichen wollen
- Überlegen Sie sich WO und WOMIT Sie den Kunden erreichen wollen
- **DANN TUN SIE ES – folgendermaßen:**
- Planen, durchführen, dokumentieren, kontrollieren

**VIELEN DANK FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT**

Viel Erfolg für Sie!

