

AUSGEBUCHT!
BONUS

Customer Journey

WORKBOOK

Deine Customer Journey

Jede deiner Kundinnen durchläuft eine Reise vom ersten Mal, wo sie auf dich aufmerksam wird, bis zum Kaufabschluss und darüber hinaus. Diese Reise wird als *Customer Journey* bezeichnet und bildet einen wichtigen Teil deiner Marketing-Strategie. Im Laufe der Customer Journey kommt jede Kundin anhand zahlreicher Kontaktpunkte, sogenannter *Touchpoints*, mit dir in Berührung.

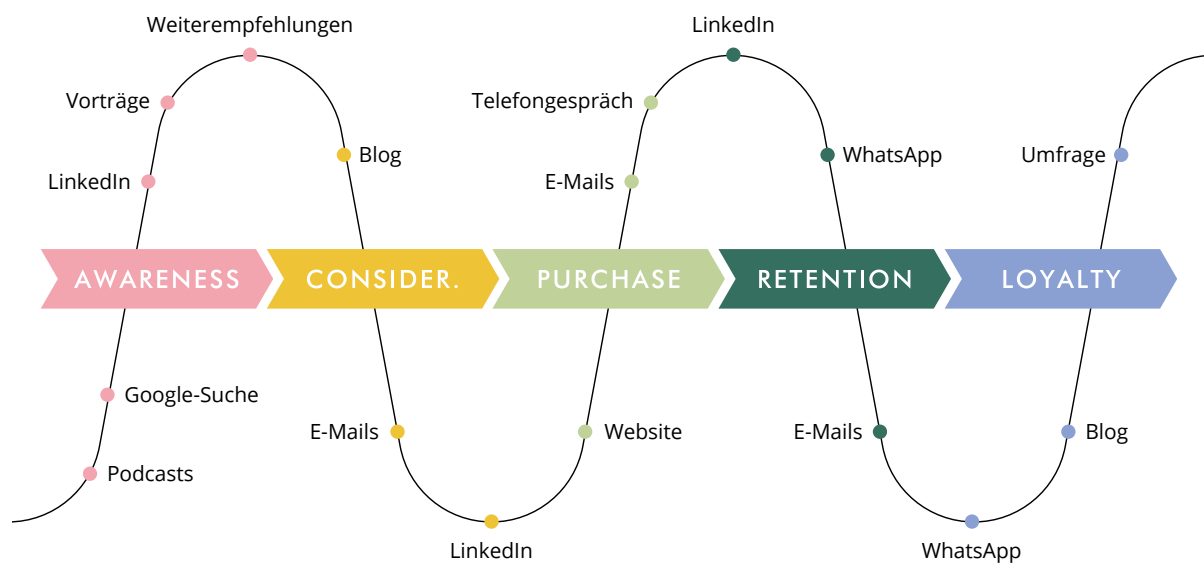
Wähle zunächst deine wichtigsten Touchpoints aus der Liste aus. *Wichtig!* Nicht jeder dieser Touchpoints ist für dich relevant. Wenn du noch nie in einem Podcast zu Gast warst oder keinen physischen Laden besitzt, musst du diese Touchpoints nicht ankreuzen. Du kannst natürlich auch weitere Touchpoints hinzufügen.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Website | <input type="checkbox"/> Weiterempfehlungen |
| <input type="checkbox"/> Social-Media-Kanäle | <input type="checkbox"/> TV/Print/Radiowerbung |
| <input type="checkbox"/> Social-Media-Werbung | <input type="checkbox"/> Plakate |
| <input type="checkbox"/> Display Ads | <input type="checkbox"/> Veranstaltungen/Messen |
| <input type="checkbox"/> Google-Suche/Google Maps | <input type="checkbox"/> Telefongespräche |
| <input type="checkbox"/> Rezensionen | <input type="checkbox"/> Schaufenster |
| <input type="checkbox"/> Verlinkungen von anderen | <input type="checkbox"/> Besuch in deinem Laden |
| <input type="checkbox"/> Podcasts/Blogartikel über dich | <input type="checkbox"/> Vorträge/Workshops |
| <input type="checkbox"/> E-Mails/WhatsApp | <input type="checkbox"/> Werbebroschüre |
| <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ |

AUSGEBUCHT! BONUS

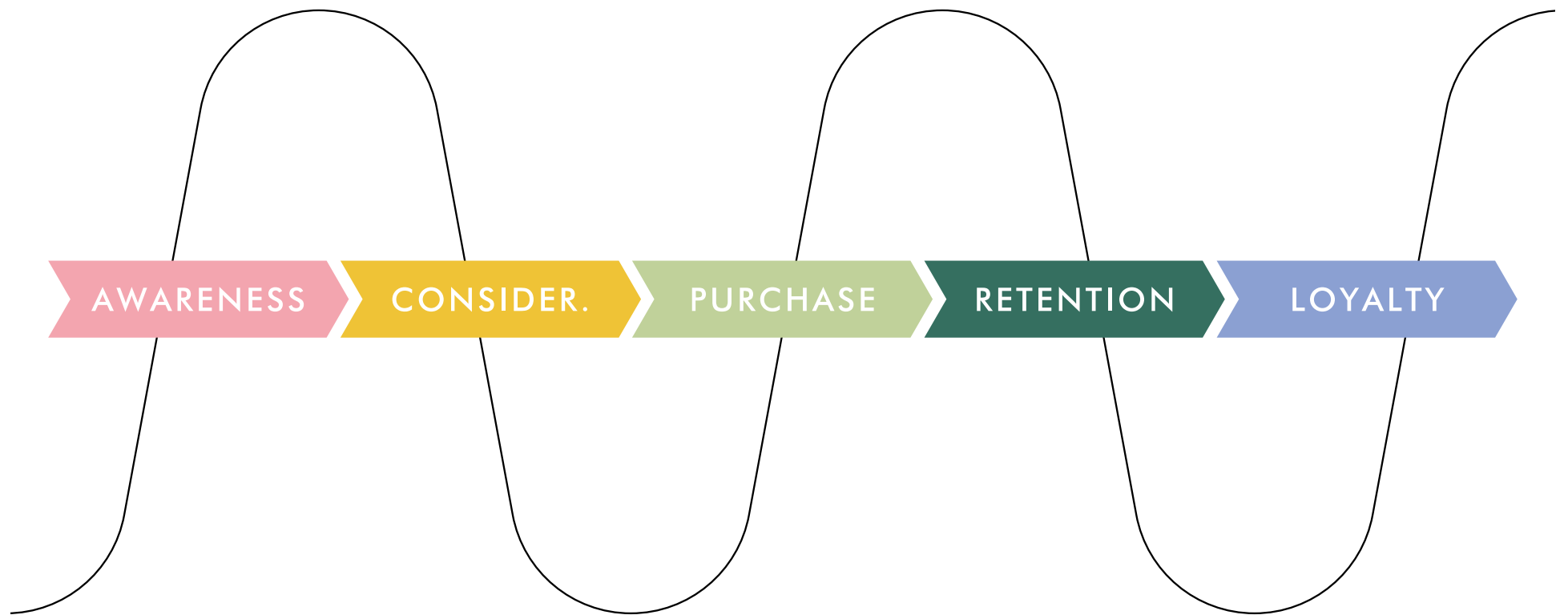
Nachdem du ausgewählt hast, anhand welcher Kontaktpunkte eine potenzielle Kundin mit dir in Berührung kommen kann, ordne diese deiner *Customer Journey Map* zu. Über welche Touchpoints werden Leute auf dich aufmerksam? Woher beziehen sie Infos über dich und dein Angebot? Und wie kommt es zum Kaufabschluss?

Trag deine Touchpoints entlang der Reiseroute ein. Ein und derselbe Touchpoint darf sich dabei gerne in mehreren Customer-Journey-Phasen wiederholen, sofern er für diese Phasen relevant ist. Am Ende sollte deine Customer Journey Map in etwa so aussehen:



AUSGEBUCHT!

BONUS



AUSGEBUCHT! BONUS

Jetzt, wo du dir einen groben Überblick über deine verschiedenen Touchpoints geschaffen hast, darfst du deine Customer Journey noch einmal im Detail ausarbeiten. Nutze dazu die Worksheets auf den folgenden Seiten oder arbeite gleich direkt [in meiner Canva-Vorlage](#).

Bei jedem Touchpoint nimmt eine potenzielle Kundin mehrere Aktivitäten vor, die du jetzt so umfangreich wie möglich beschreiben solltest. Welche einzelnen Schritte durchläuft die Kundin, z.B. bei der Eintragung auf deine E-Mail-Liste? Versuche wirklich jeden noch so kleinen Step auszuformulieren und dir Gedanken zu den zugrunde liegenden Bedürfnissen, Emotionen und Fragen zu machen und welche Lösungsansätze du daraus ableiten kannst.

Die Eintragung auf eine E-Mail-Liste kann z.B. mehrere Gründe haben. Eine Interessentin könnte in Zukunft deinen Newsletter erhalten oder weitere Informationen zu einem konkreten Angebot beziehen wollen. Je nach Ausgangssituation unterscheiden sich auch die Gedanken und Fragen, die deine Interessentin hat. Auf den folgenden Seiten findest du deshalb zwei Beispiele, an denen du dich beim Ausarbeiten deiner eigenen Touchpoints orientieren kannst.

Position

Customer Journey Map (Vorlage)

AUSGEBUCHT!
BONUS

Deine Customer Journey

Trag deine einzelnen Touchpoints und die verschiedenen Aktivitäten innerhalb dieser in die Tabelle ein und ergänze dann um passende Bedürfnisse, Emotionen, Gedanken, Fragen, Lösungsansätze und Content-Ideen. Du kannst die Tabelle beliebig erweitern indem du weitere Spalten hinzufügst. Wenn du zwei Zellen markierst, kannst du sie miteinander verbinden, z.B. um mehrere Aktivitäten innerhalb eines Touchpoints abzubilden. Nutze gerne auch Whiteboard-Elemente von Canva wie Post-its, Sticker oder die Zeichenfunktion, um Ergänzungen vorzunehmen.

	AWARENESS	CONSIDERATION	PURCHASE	RETENTION	LOYALTY
TOUCHPOINT					
AKTIVITÄT					
BEDÜRFNISSE					
EMOTIONEN					
GEDANKEN & FRAGEN					
LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT IDEEN					

VORLAGE ERHALTEN

TOUCHPOINT: Newsletter-Formular

PHASE(N):

- Awareness Consideration Purchase
 Retention Loyalty

AKTIVITÄT:

- 1) Trägt sich auf die Liste ein
- 2) Erhält Double-Opt-In E-Mail

BEDÜRFNISSE:

- 1) Rasche Abwicklung, nicht zu viele Informationen angeben müssen
- 2) Datenschutz, Sicherheit

EMOTIONEN:

- 1) Ungeduld, möchte keine Zeit verschwenden
- 2) Vertrauen, meine Daten werden sicher behandelt

GEDANKEN & FRAGEN:

- 1) „Warum soll ich meinen Nachnamen angeben?“
- 2) „Wo kann ich mich über Datenschutz informieren?“

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

- 1) Nur E-Mail-Adresse verbindlich abfragen
- 2) Datenschutzerklärung auch in Opt-in E-Mail verlinken

TOUCHPOINT: Landing Page für geplantes Angebot

PHASE(N):

- Awareness Consideration Purchase
 Retention Loyalty

AKTIVITÄT:

- 1) Interessentin studiert das Angebot
- 2) Trägt sich auf die Interessent*innen-Liste ein

BEDÜRFNISSE:

- 1) Erste Informationen zum Angebot finden
- 2) Unverbindlichkeit, keine Verpflichtung eingehen

EMOTIONEN:

- 1) Neugierde, möchte noch mehr über das Angebot erfahren
- 1) Sorge, dass die Eintragung auf die Liste zum Kauf verpflichtet

GEDANKEN & FRAGEN:

- 1) „Ist das Angebot wirklich passend für mich?“
- 1) „Verpflichte ich mich mit der Eintragung zum Kauf?“

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

- 1) FAQ-Abschnitt hinzufügen
- 2) Unverbindlichkeit über Formular farbig hervorheben

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

AUSGEBUCHT!

BONUS

TOUCHPOINT:

PHASE(N):

Awareness

Consideration

Purchase

Retention

Loyalty

AKTIVITÄT:

BEDÜRFNISSE:

EMOTIONEN:

GEDANKEN & FRAGEN:

LÖSUNGSANSÄTZE & CONTENT-IDEEN:

Viel Erfolg beim Ausarbeiten!

LET'S STAY IN TOUCH

 annaturnersocial

 annaturnersocial

 anna-turner.com