

A hand is holding a rolled-up map, with a semi-transparent white text box overlaid on the center. The map shows various streets and landmarks, including 'Marszałkowska' and 'Poznańska'.

# **Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan**

**Allius, Franziska; Hinkelmann, Nadine;  
Koch, Melissa; Wenglorz, Christof**

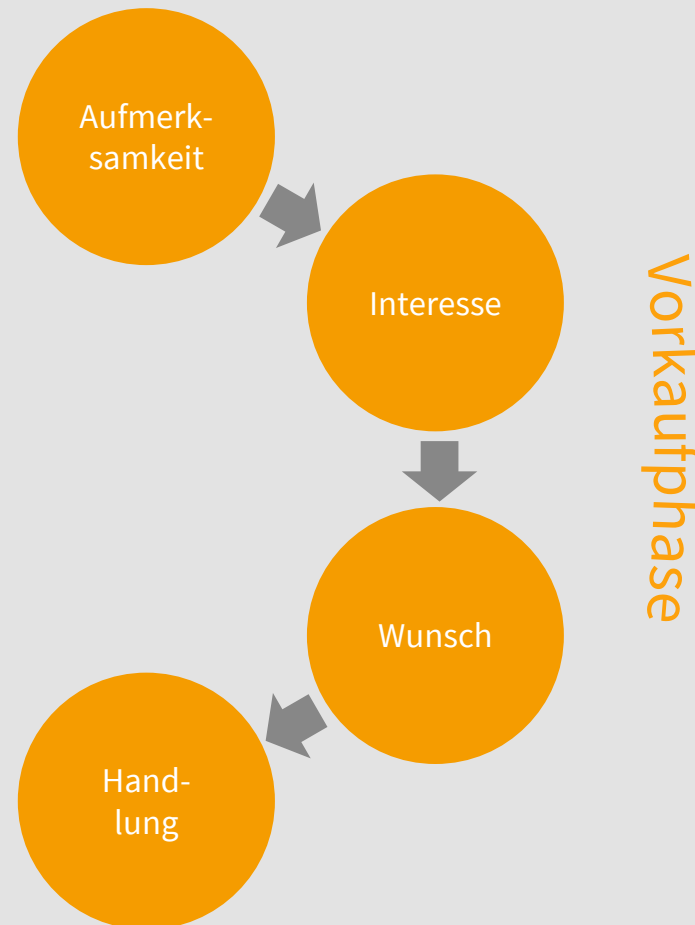
## It's all about the journey...

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan



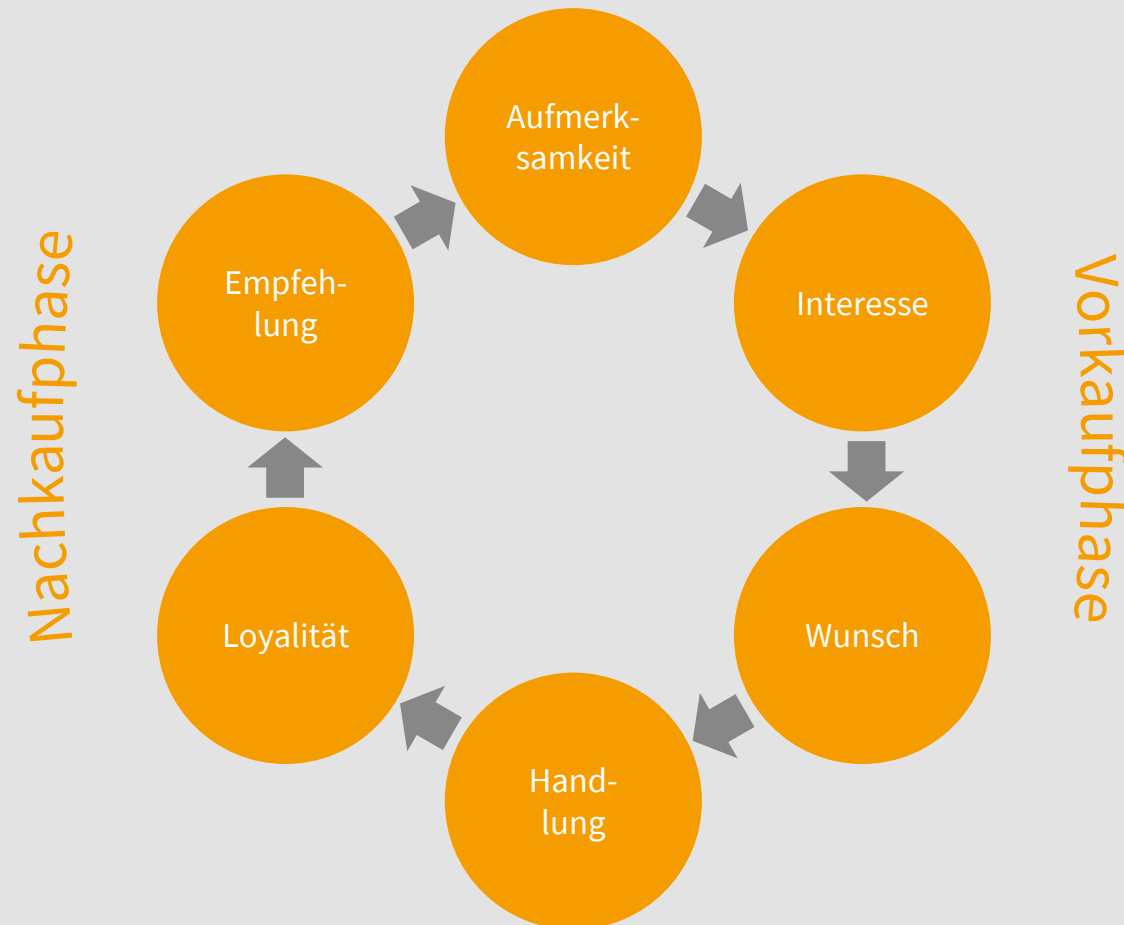
# Erfolg durch Kundenreise

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan



# Erfolg durch Kundenreise

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan



# Die Buyer-Persona

## Prototypischer Vertreter einer Kundengruppe

---

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan

- Buying-Center
- Charakteristische Eigenschaften, Erwartungshaltungen und Vorgehensweisen der Kundengruppe
- Identifikation mit Persona



Brigitte Müller (41)

# So könnte Ihre Buyer-Persona aussehen!

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan



1. Name und Foto
2. Hintergrundinformationen
3. Statements
4. Stellung im Unternehmen
5. Erwartungen/Ziele
6. Kaufprozess
7. Ideale Lösung

## 60 Sekunden: Das sollten Sie behalten.

---

Customer Journey – Vom ersten Kontakt bis zum Fan

- Erfolgsfaktor: Customer Journey
  - Kontaktkanäle müssen systematisch organisiert werden
  - Beeinflussung zwischen dem ersten Kontakt und der Weiterempfehlung
- Buyer-Persona
  - Eintauchen in die Welt Ihrer Kunden

**Kennen Sie die Customer Journey Ihrer Kunden?**

A close-up photograph of a person's hands holding a physical map of Poznań, Poland. The map shows a grid of streets, with 'Marszałkowska' and 'Poznańska' clearly visible. A semi-transparent white rectangular box is centered over the map, containing the text 'Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!'.

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Allius, Franziska; Hinkelmann, Nadine;  
Koch, Melissa; Wenglorz, Christof**