

Wie erreiche ich meine
Kunden - oder wie
kommuniziere ich mit
meinen Kunden?

Worum geht es heute?

- Lernziele
- Kunden
- Kunden kennenlernen
- Angebot für die Kunden
- Wahrnehmung bei den Kunden
- Mit den Kunden in Kontakt treten
- Übungen

Lernziele

- Sie können selbständig das Kunden Canvas, die Angebot Skizze und das Markenstrategie Canvas ausfüllen.
- Sie können selbständig einen groben Plan entwerfen, wie Sie Ihre Kunden ansprechen und erreichen.

Kunden

Kunden sind Personen oder Firmen, die bereit sind für Ihr Angebot oder Ihre Dienstleistung (*Lösung*) zu bezahlen.

Warum wollen Sie Kunden?

- Sie wollen ihre Bedürfnisse und Probleme erfahren.
- Anhand dieser Bedürfnisse und Probleme gestalten Sie Ihre Angebote und Dienstleistungen.

Was kriegen Sie von Kunden?

- Informationen
- Problemstellungen
- Feedback
- Geld

Warum Kunden Sie wollen?

- Sie wollen mit Ihnen über ihre Bedürfnisse und Probleme sprechen.
- Sie wollen dank Ihren Lösungen einen Mehrwert erzielen, der für sie einen Vorteil bringt.

Was kriegen die Kunden von Ihnen?

- Informationen
- Lösungen
- Feedback
- Mehrwert

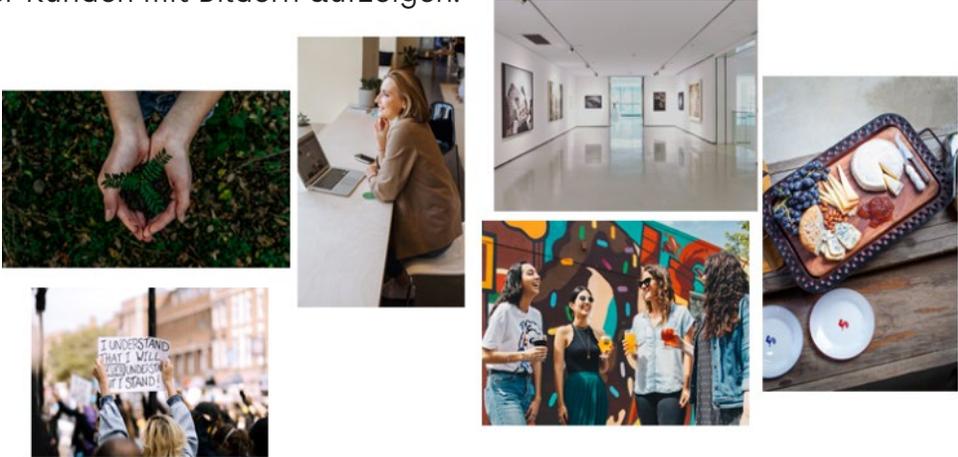
Zusammenfassung

- Sie müssen die Kunden kennen und verstehen.
- Sie müssen mit den Kunden kommunizieren.
- Sie müssen ein Angebot kreieren, abgestimmt auf das Kundenproblem.
- Sie müssen von den Kunden als relevant und vertrauenswürdig wahrgenommen werden.

Kunden- & Benutzerprofil Canvas

- Bedürfnisse der Kunden kennen.
- Ressourcenplanung und Schwerpunkte setzen.
- Neue Chancen und Angebote entdecken.

Kunden- & Benutzerprofil Canvas

Name des Kunden oder des Benutzers:		Erstellt für:	Erstellt von:
MARKT & TRENDS Welche Trends beeinflussen den Kunden/Benutzer?	PERSONABESCHREIBUNG Beschreiben Sie den Charakter.	BEEINFLUSSER Wer beeinflusst den Kunden beim Kauf eines Produktes?	HAUPTAUFGABE Welche Aufgabe übernimmt das Produkt für den Kunden?
ANWENDUNGSFÄLLE Wann soll der Kunden das Produkt anwenden?	STIMMUNGSBILDER Die Welt der Kunden mit Bildern aufzeigen. 		ERFREUEN Wie können Sie Ihren Kunden Freude bereiten?
			FRUSTRIEREN Was verursacht ein schlechtes Gefühl bei Ihren Kunden?

Angebot Skizzen Canvas

- Angebote kreieren, die den Bedürfnissen der Kunden und Benutzern entsprechen.
- Nutzen und Funktionen des Angebotes kennen.
- Schwachstellen erkennen.

Angebotsskizzen Canvas

Angebot in einem Satz:		Erstellt für:		Erstellt von:	
SCHNITTSTELLEN Wo kommt das Angebot mit anderen Produkten Dienstleistungen und Organisationen in Kontakt?	SCHLÜSSELFUNKTIONEN Welches sind die Schlüsselfunktionen ihres Angebotes?	NUTZENVERSPRECHEN Was ist der Kernnutzen für den Benutzer des Angebotes? Welche Zusatznutzen bestehen?	MARKENBILDUNG/ EMOTIONALE BINDUNG Wodurch kann eine emotionale Beziehung zwischen dem Benutzer und dem Angebot?		KUNDENARTEN Listen Sie die Zielkunden und Benutzergruppen auf. Für wen schafft das Angebot Wert?
	SCHLÜSSELRESSOURCEN Welches sind die Schlüsselkomponenten des Angebotes?	DIFFERENZIERUNG Wie unterscheidet sich das Produkt von der Konkurrenz?	KUNDEN-ANGEBOT-KOMMUNIKATION Wie kommen die Kunden in Kontakt mit Ihrem Angebot?		
KOSTENSTRUKTUR DES ANGEBOTES Welche variablen und fixen Kosten bestehen? Was kostet am meisten?			ANGEBOTSPREIS Wieviel sind die Kunden bereit zu bezahlen?		

Markenstrategie Canvas

- Hilft Ihnen Markenpräsenz zu erreichen.
- Füllt Ihr Unternehmen mit Leben.
- Sinn und Zweck Ihres Tuns aufzeigen

Markenstrategie Canvas

Beschreiben Sie, was Sie tun und warum das Bedeutung ist.		Erstellt für:		Erstellt von:	
<p>MARKENESSENZ</p> <p>Was ist der Grund, warum Ihre Marke auf dieser Welt existiert? Wofür schlägt Ihr Herz? Die Markenessenz komprimiert alles was Sie tun, in einem einfachen mitreissenden Satz.</p>	<p>VISION</p> <p>Wie sieht die Welt aus, die Sie anstreben. Warum macht das Sinn, was Sie tun? Sinn für Sie, Ihre Mitarbeitenden, Kunden und die Gesellschaft.</p>	<p>PRODUKT</p> <p>Was bieten Sie an?</p>	<p>VISUELLE IDENTITÄT</p> <p>Wie tritt Ihre Marke auf? Logo, Farbpalette, Schriftarten, Layout, Gestaltungsprinzip, Fotografien, Illustrationen.</p>	<p>TECHNOLOGIE</p> <p>Welche Hard- oder Software kann Sie bei der Interaktion mit Ihrer Zielgruppe unterstützen?</p>	
				<p>MENSCHEN & VERHALTEN</p> <p>Wie verhalten sich Ihre Mitarbeitenden?</p>	
				<p>KOMMUNIKATION & KANÄLE</p> <p>Wie möchten Sie kommunizieren?</p>	
<p>WERTE</p> <p>Was ist Ihnen wichtig? Die persönlichen, kulturellen und unternehmerischen Grundsätze, die Ihr Verhalten leiten.</p>	<p>MISSION</p> <p>Was möchten Sie erreichen? Für wen und mit welchen Mittel wollen Sie das tun? Warum vertrauen Ihnen die Kunden?</p>	<p>MARKENVERSPRECHEN</p> <p>Was versprechen Sie ihrem Publikum zu liefern?</p>	<p>VERBALE IDENTITÄT</p> <p>Mit welcher Sprache spricht Ihre Marke? Name, Tonalität, Schreib- und Sprachstil.</p>	<p>ORTE & VERANSTALTUNGEN</p> <p>Wo sind Sie geographisch vertreten?</p>	
				<p>PARTNERSCHAFTEN & KOOPERATIONEN</p> <p>Wer sind Ihre Gleichgesinnten? Mit wem teilen Sie Werte?</p>	

Was bringt das?

- Sie kennen Ihre Kunden und deren Probleme.
- Sie können Ihr Angebot auf die Kundenbedürfnisse ausrichten.
- Sie kennen sich, wer Sie sind und wofür Sie stehen.
- Sie haben etwas zu kommunizieren und kennen die Adressaten.

Kommunikation

Die Ziele der Kundenkommunikation sind Neukunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu halten.

Warum kommunizieren Sie?

- Um mit den Kunden in einen Dialog zu treten.
- Um die Bedürfnisse und Probleme der Kunden zu erfahren und zu verstehen.
- Um den Kundennutzen, Mehrwert Ihres Angebotes klar aufzeigen zu können.
- Um ein Verhältnis, eine Partnerschaft aufzubauen.

Wie kommunizieren Sie?

- Ehrlich
- Kundengerechten Kanälen und Sprache
- Auf Augenhöhe
- Geplant und regelmässig
- Zielorientiert und messbar
- In beide Richtungen

Was kommunizieren Sie?

- Relevante Inhalte
- Ihre Dienstleistungen und Angebote
- Ihre Werte

Beispiel Kommunikationsplan

1. Neukunden/bestehende Kunde
2. bestimmen, eingrenzen, Kontakt auswählen
3. Ziele der Kommunikation festlegen
4. Kommunikationskanäle auswählen
5. Inhalte definieren
6. Regelmässigkeit bestimmen
7. Messbarkeit, Wirkung definieren
8. beidseitige Kommunikation sicherstellen
9. Aktionsplan erstellen

Kontakt

Nicolas Goetsch
Geschäftsführer
nicolas.goetsch@startzentrum.ch

Startzentrum Zürich Genossenschaft
Sihlquai 125
8005 Zürich
044 455 60 60
info@startzentrum.ch
www.startzentrum.ch

start ▶
zentrum