

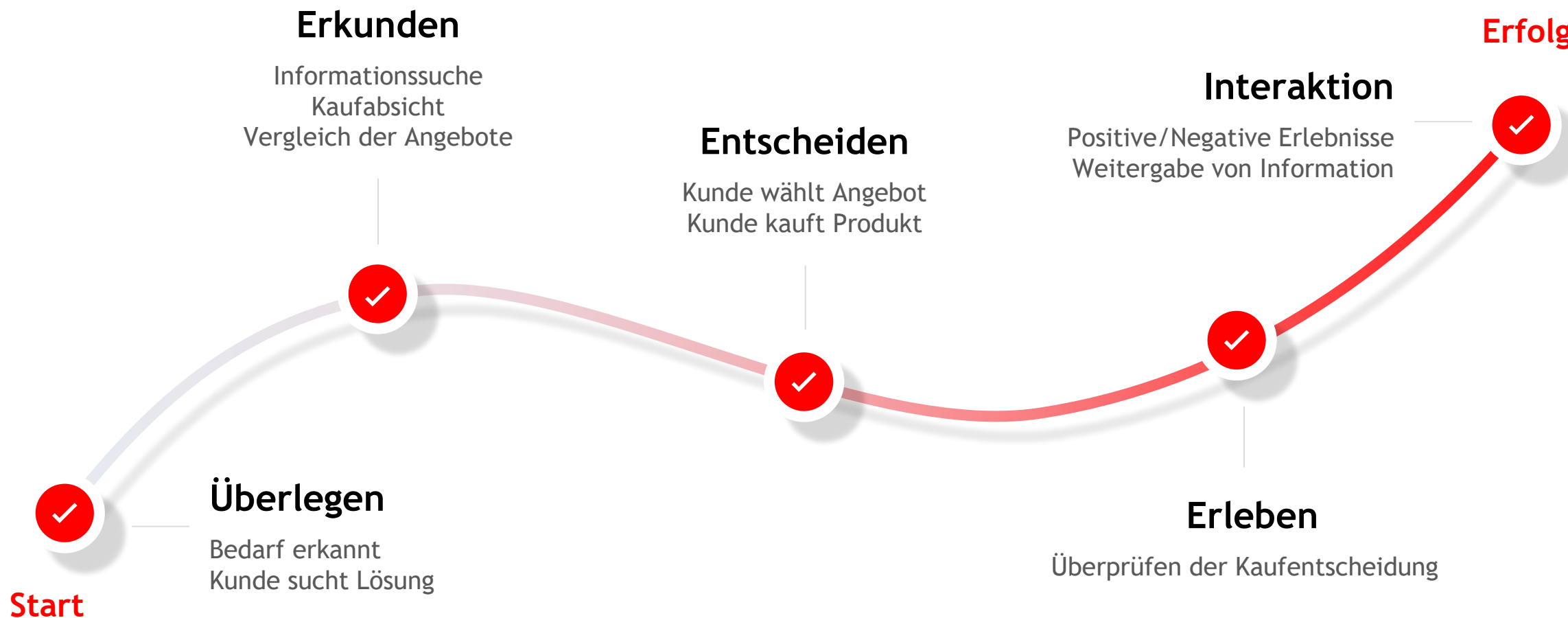
Das Live-Webinar startet um 10:00 Uhr!



Kunden gewinnen mit Magic Moments

6. Juni 2019
10-11 Uhr

Customer Journey



Ihre Customer Journey

Welche Kontaktpunkte fallen Ihnen ein?

Was erleben Ihre Kunden da?

Welche Faktoren können Sie beeinflussen?

Entscheidend: Moments of Truth → Magic Moments





Negatives vermeiden – Positives verstärken!

Wie können Sie Ihr Kundenerlebnis verbessern?

... und womit können Sie begeistern?



Magische Momente finden

-  räumlich » **WO** «
-  emotional » **in welchem Zustand** «
-  zeitlich » **wann** «
-  bedürfnisorientiert » **mit welchem Bedarf** «

Wofür bieten Sie eine Lösung?



Beispiele Magische Momente

Wo können Sie Ihren Kunden etwas abnehmen, etwas Gutes tun?

Arzt/Friseur: Termin-Erinnerung, SMS, Termine zur Wahl

Bestellungen: Rabatt oder Gutschein bei verspäteter Lieferung

Geschäftslokal: Wasser oder Kaffee

Gewitter: Regenschirm mit Werbeaufdruck, Poncho

Fitness-Center: Obst, Trinkflasche

Welche Möglichkeiten fallen Ihnen ein?



USP & ESP

- USP** Unique Selling Point
rein funktionaler Nutzen / natürlicher vs künstlicher USP
- ESP** Emotional Selling Point
emotionaler Zusatz-Nutzen

Welche Alleinstellungsmerkmale haben Sie?

Gibt es noch etwas, was Sie von Ihrem Mitbewerb unterscheidet?



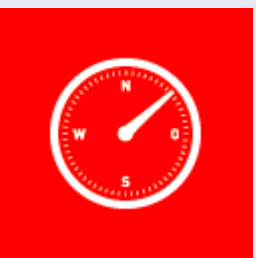
Erwartungen erfüllen

Die Punschkrapferl-Formel

Zufriedenheit = Qualität + Erwartung 


Schaffen Sie die **richtigen** Erwartungen ... und erfüllen Sie sie!
Konsequent ein wenig besser, Sie brauchen keine Wow-Effekte.





Ihre Fragen

Arbeitsblätter zum Download



Worksheet Magic Moments

Magische (Kunden-)Momente sind Erlebnisse, die begeistern und positive Emotionen erzeugen. Mit welchen Maßnahmen können Sie eine emotionale Verbundenheit mit Ihren Kunden schaffen? So zeigen Sie Ihren Kunden Interesse und Wertschätzung. Versuchen Sie auch solche Situationen zu finden, die NICHT mit finanziellem Aufwand verbunden sind.

Womit kann ich Begeisterung schaffen? (Angenehme Stimmung, Freude, ...)

Welche positiven Situationen habe ich selbst als Kunde erlebt?


Was passt zu mir/meinem Unternehmen?

Welche kleinen Aufmerksamkeiten/Goodies/Geschenke kann ich meinen Kunden bieten?

Was ist nicht (Branchen-)Standard und wäre eine nette Überraschung? Etwas mehr, als erwartet?

🌟 **Tipp:** Denken Sie an Touch Points und die Customer Journey!

© XMC Experience Marketing Consulting a.U.
Tel.: +43(0)91 224 75 74 | E-Mail: gottlieb.gottl@experience-marketing.at | www.experience-marketing.at



Worksheet Wunschkunde

Bevor Sie über die Kunden-Akquise nachdenken, hilft es sich darüber klar zu werden, welche Kunden Sie wirklich ansprechen wollen. Überlegen Sie auch, mit welchen Kunden Sie am liebsten arbeiten möchten. Je genauer Sie Ihre Kunden, deren Wünsche und Bedürfnisse kennen, desto besser die Chancen, sie mit dem eigenen Angebot punktgenau abzuholen.

So stelle ich mir meinen Wunschkunden vor: (Beschreiben Sie ihn möglichst genau!)

Welche Eigenschaften hat mein Wunschkunde? Welche hat er sicher nicht?

Welche Produkte/Dienstleistungen kauft mein Wunschkunde?

Mit welchen Produkten/Dienstleistungen sind meine Kunden besonders zufrieden?

Welche Produkte/Dienstleistungen verkaufe ich besonders gern? (Was macht Ihnen besondere Freude?)

🌟 **Tipp:** Denken Sie daran, Sie dürfen sich aktiv etwas wünschen!

© XMC Experience Marketing Consulting a.U.
Tel.: +43(0)91 224 75 74 | E-Mail: gottlieb.gottl@experience-marketing.at | www.experience-marketing.at



Magic Moments

Finden Sie emotionalen Mehrwert oder zusätzliche Serviceangebote

Wunschkunde

Welche Kunden hätten Sie gerne?
Wie können Sie diese ansprechen?

Zusammenfassung

Machen Sie es Ihren Kunden so leicht und angenehm wie möglich.

Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler!

Gehen Sie aktiv in die Kundenperspektive – es lohnt sich.

Behandeln Sie Ihre Kunden wie Gäste.

Positive Emotionen bleiben in Erinnerung und laden zum Wiederkommen ein.

Too good to be true – besser nicht übertreiben.

Menschen kaufen von Menschen.

Überprüfen Sie Ihre Abläufe – lassen sich diese aus Kundensicht verbessern?

Vergessen Sie nicht auf Ihre Unternehmensziele, es muss sich für Sie auch lohnen.

Meine Kontaktdaten



EXPERIENCE
marketing



Let's create more magic moments!

Gerlinde Götz

M: +43/699/1 224 75 74

E: gerlinde.goetz@experience-marketing.at

www.experience-marketing.at