

CUSTOMER JOURNEY DESIGN

Elemente, Beispiel und Anleitung



CUSTOMER JOURNEY



CUSTOMER JOURNEY DEFINITION

Die Customer Journey (deutsch: Kundenreise) meint, den Prozess von der ersten Wahrnehmung des Produkts oder der Dienstleistung über den Kauf bis hin zur Kund:innenbindung.

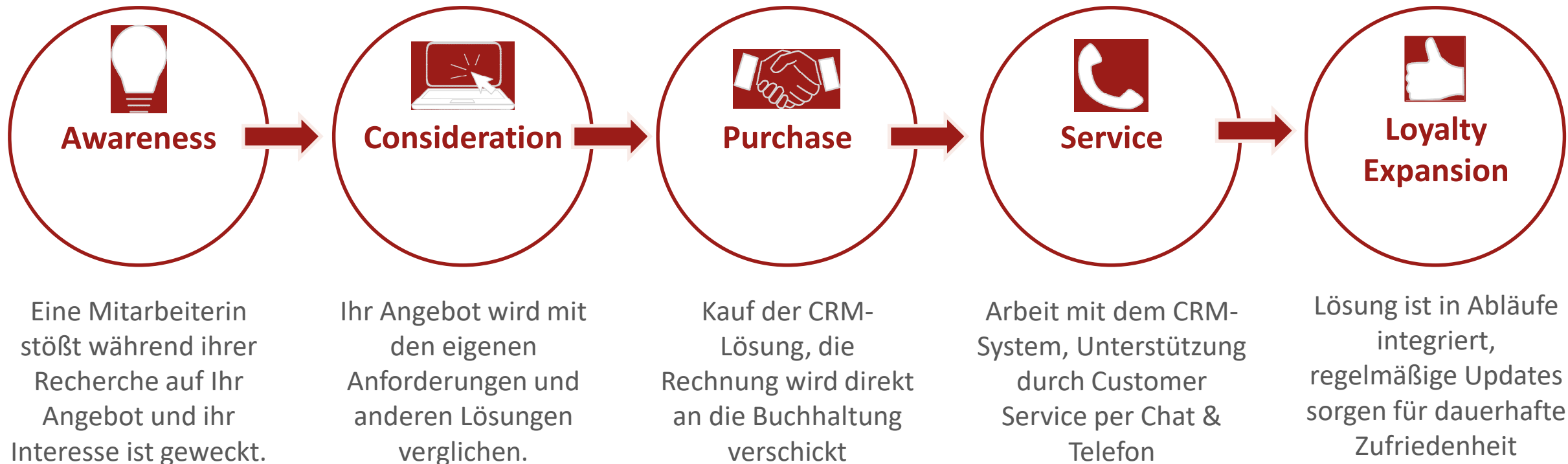
CUSTOMER JOURNEY PHASEN



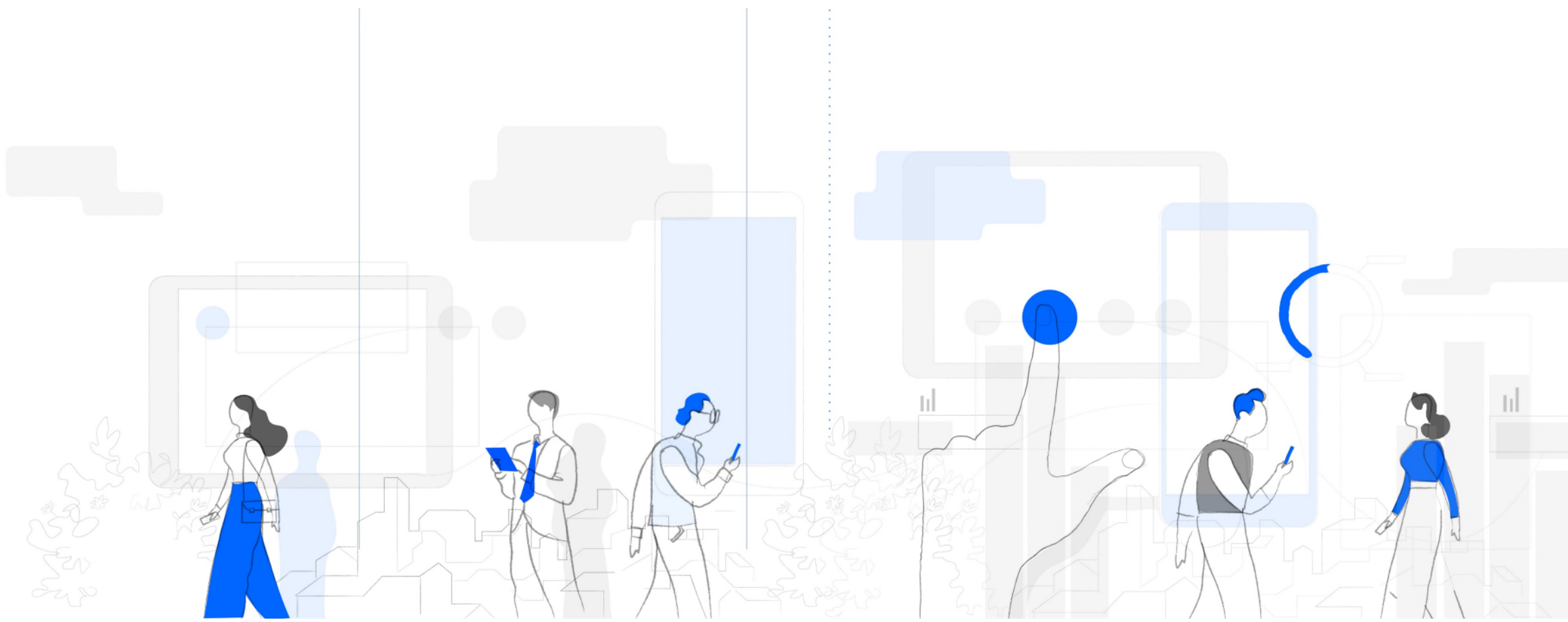
CUSTOMER JOURNEY

BEISPIEL: CRM-SYSTEM

Situation: Eine Vertriebsmitarbeiterin sucht nach einem CRM-System, um das Kundenmanagement des Unternehmens zu digitalisieren.



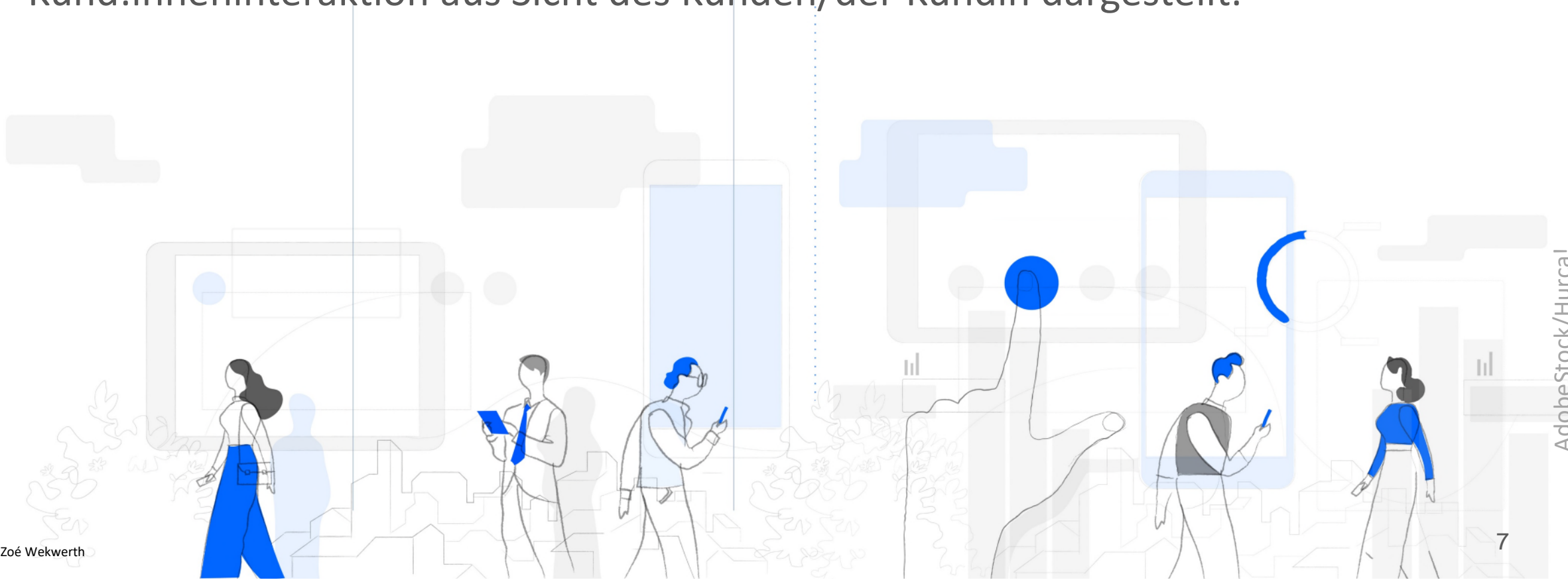
CUSTOMER JOURNEY DESIGN



CUSTOMER JOURNEY DESIGN

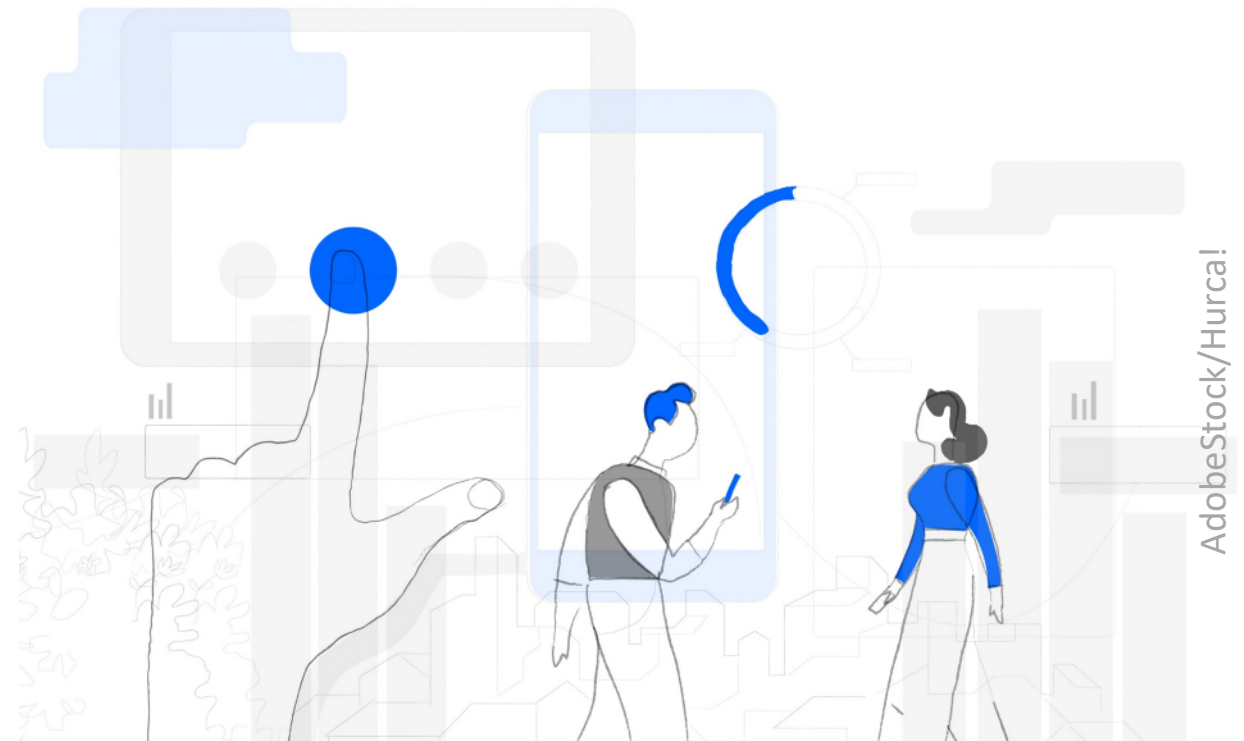
DEFINITION

Beim Customer Journey Design wird der gesamte Prozess der Kund:inneninteraktion aus Sicht des Kunden/der Kundin dargestellt.



CUSTOMER JOURNEY WOFÜR?

- Gestaltungsprozesse identifizieren
- Interaktionspunkte mit Kund:innen analysieren und visualisieren
- ideales Kund:innenerlebnis kreieren
- bestehende Customer Journeys optimieren



CUSTOMER JOURNEY

ZIELE



Erlebnisprozess auf Bedürfnisse der Zielgruppe ausrichten



negative Erlebnisse für Kund:innen vermeiden



Maßnahmen zur positiven Gestaltung der Customer Journey erarbeiten

CUSTOMER JOURNEY MAPPING



CUSTOMER JOURNEY MAP

AUFGABENSTELLUNG

Entwickeln Sie eine Customer Journey Map für Ihr Vorhaben!

Phase	Awareness	Consideration	Purchase	Service	Loyalty Expansion
Schritte					
Aktivitäten					
Anforderungen Erwartungen					
Emotionskurve (Erfahrung)	Sehr positiv Positiv Neutral Negativ Sehr Negativ				
Touchpoints					



1. DEFINITION DER SCHRITTE

CUSTOMER JOURNEY MAP

1. SCHRITTE

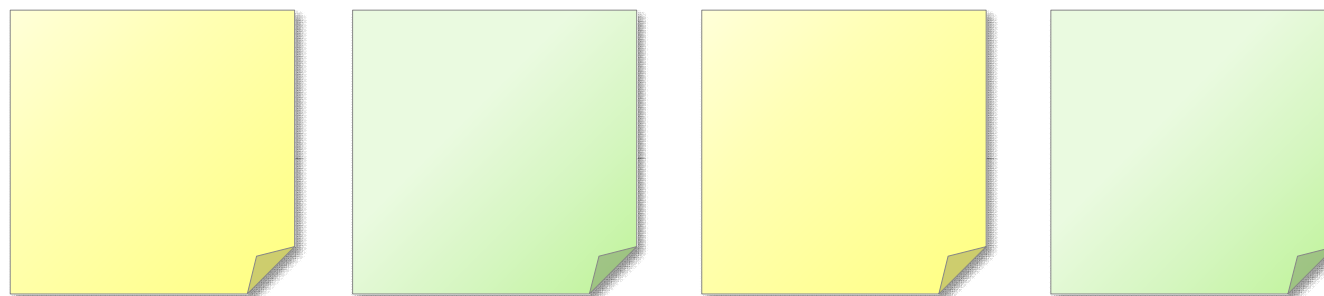
ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY PHASEN

Phase	Awareness	Consideration	Purchase	Service	Loyalty Expansion
Schritte					
Aktivitäten					
Anforderungen Erwartungen					
Emotionskurve (Erfahrung)	Sehr positiv Positiv Neutral Negativ Sehr Negativ				
Touchpoints					

1. SCHRITTE AUFGABENSTELLUNG

15
Min

1. Besprechen Sie die einzelnen Schritte der Customer Journey in der Kleingruppe.
2. Sammeln Sie Ihre Ergebnisse auf Post-its und kleben Sie diese in das entsprechende Feld des Canvas.










2. BESTIMMUNG DER AKTIVITÄTEN

CUSTOMER JOURNEY MAP

2. AKTIVITÄTEN

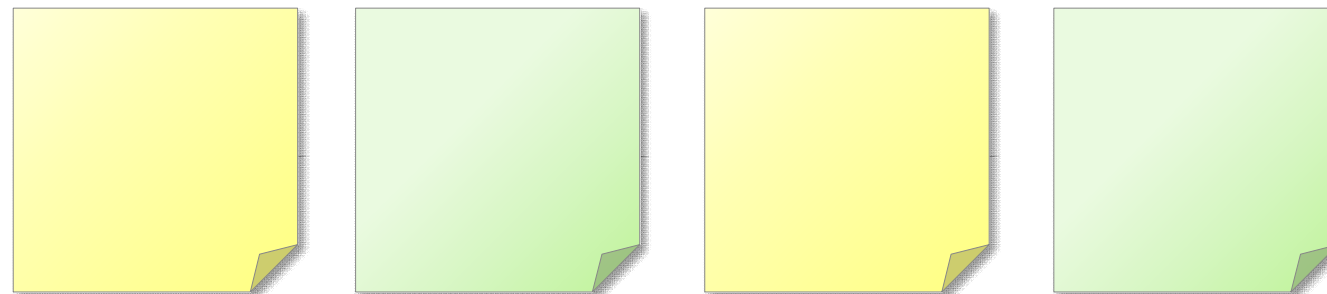
IN JEDEM SCHRITT DER CUSTOMER JOURNEY

Phase	Awareness	Consideration	Purchase	Service	Loyalty Expansion
Schritte					
Aktivitäten					
Anforderungen Erwartungen					
Emotionskurve (Erfahrung)	Sehr positiv Positiv Neutral Negativ Sehr Negativ				
Touchpoints					

2. AKTIVITÄTEN AUFGABENSTELLUNG



1. Sammeln Sie gemeinsam Aktivitäten, die das Vorgehen der Kund:innen in jedem Schritt der Customer Journey beschreiben.
2. Schreiben Sie Ihre Ergebnisse auf Post-its und kleben Sie diese in das entsprechende Feld des Canvas.





3. IDENTIFIKATION DER ANFORDERUNGEN & ERWARTUNGEN

CUSTOMER JOURNEY MAP

3. ANFORDERUNGEN UND ERWARTUNGEN ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY

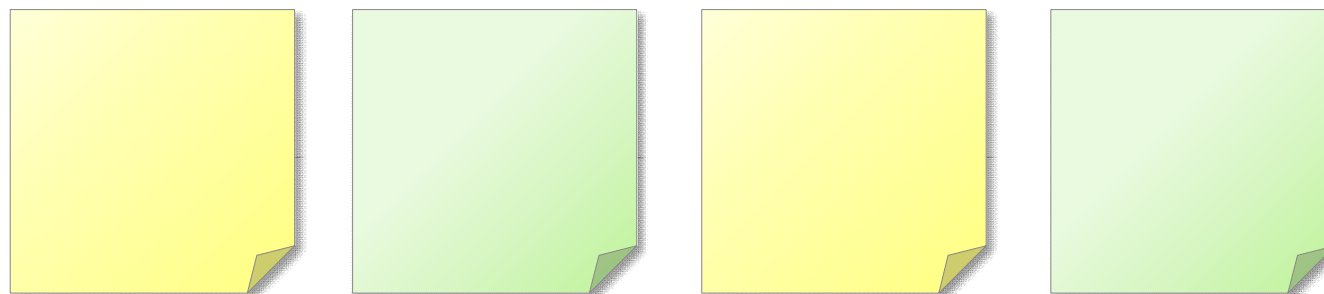
Phase	Awareness	Consideration	Purchase	Service	Loyalty Expansion
Schritte					
Aktivitäten					
Anforderungen Erwartungen					
Emotionskurve (Erfahrung)	Sehr positiv Positiv Neutral Negativ Sehr Negativ				
Touchpoints					

3. ANFORDERUNGEN UND ERWARTUNGEN

AUFGABENSTELLUNG TEIL 1

15
Min

1. Sammeln Sie gemeinsam, welche Anforderungen und Erwartungen die Kund:innen in den einzelnen Phasen der Customer Journey haben.
2. Schreiben Sie Ihre Ergebnisse auf Post-its und kleben Sie diese in das entsprechende Feld des Canvas (zunächst Einzelarbeit, dann Konsolidierung).

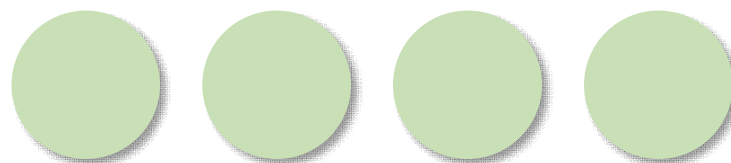


3. ANFORDERUNGEN UND ERWARTUNGEN

AUFGABENSTELLUNG TEIL 2



1. Markieren Sie, welche der Anforderungen und Erwartungen Ihrer Meinung nach am relevantesten sind.
Markieren Sie diese mit den Klebepunkten, die Sie erhalten haben.
2. Sortieren Sie die Post-its in Ihrem Canvas entsprechend der Priorisierung.






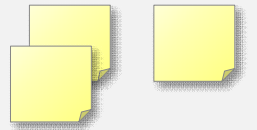
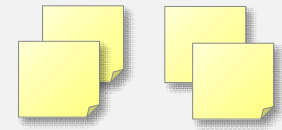
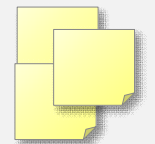
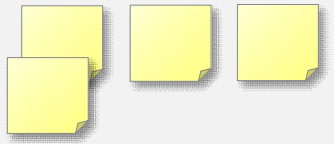
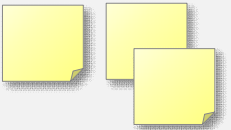

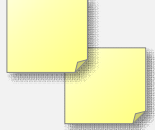
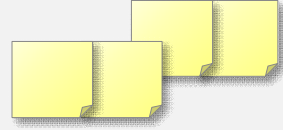






4. ABBILDEN DER EMOTIONS-KURVE

CUSTOMER JOURNEY MAP

4. EMOTIONS-KURVE

Phase	Awareness	Consideration	Purchase	Service	Loyalty Expansion
Schritte					
Aktivitäten					
Anforderungen Erwartungen					
Emotionskurve (Erfahrung)	Sehr positiv				
	Positiv				
Touchpoints	Neutral				
	Negativ				
	Sehr Negativ				

4. EMOTIONS-KURVE

AUFGABENSTELLUNG

10
Min

1. Diskutieren Sie die Emotions-Niveaus der Kund:innen während der Customer Journey.
2. Zeichnen Sie die Gefühlslage der Kund:innen mit einer Kurve in die Customer Journey Map ein.

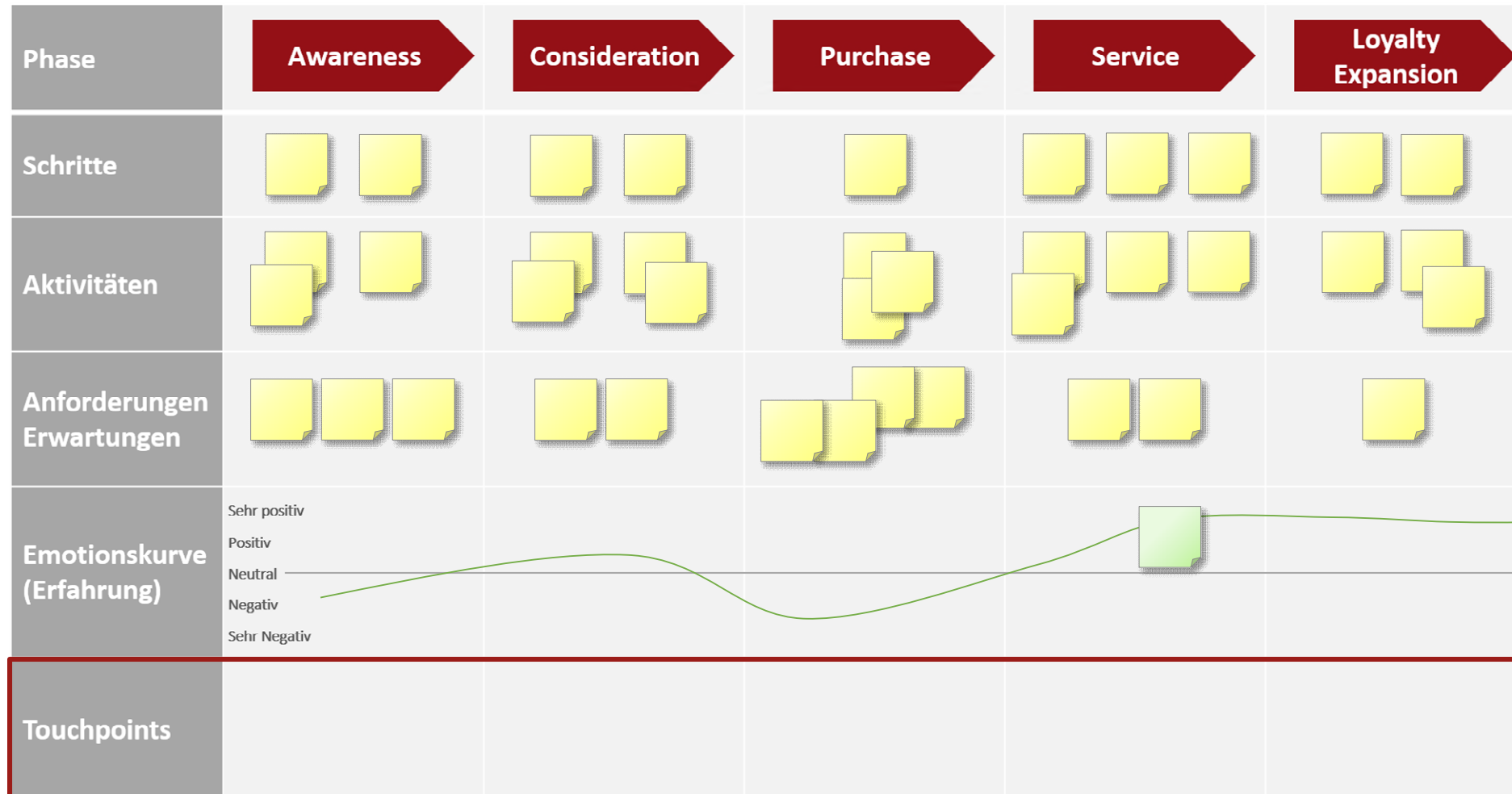




5. IDENTIFIKATION VON TOUCHPOINTS

CUSTOMER JOURNEY MAP

5. TOUCHPOINTS ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY

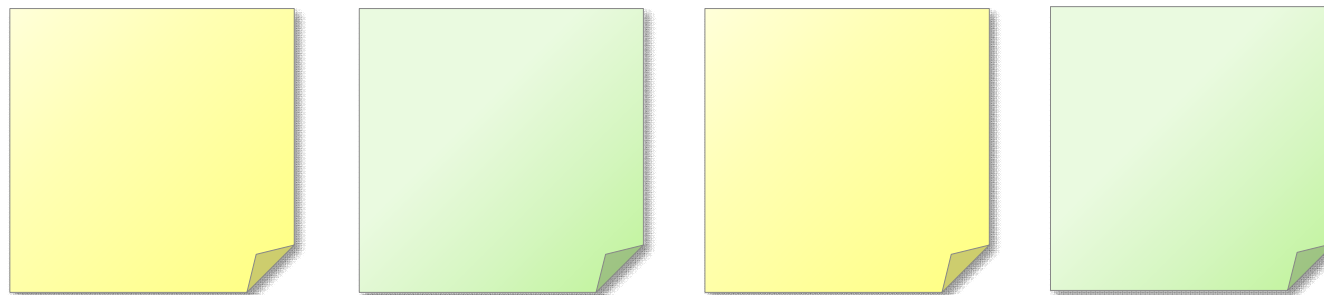


5. TOUCHPOINTS

AUFGABENSTELLUNG

15
Min

1. Sammeln Sie alle möglichen Berührungspunkte der Kund:innen mit dem Vorhaben entlang der Customer Journey (z.B. Website, Flyer).
2. Schreiben Sie Ihre Ergebnisse auf Post-its und kleben Sie diese in das entsprechende Feld des Canvas (zunächst Einzelarbeit, dann Konsolidierung).

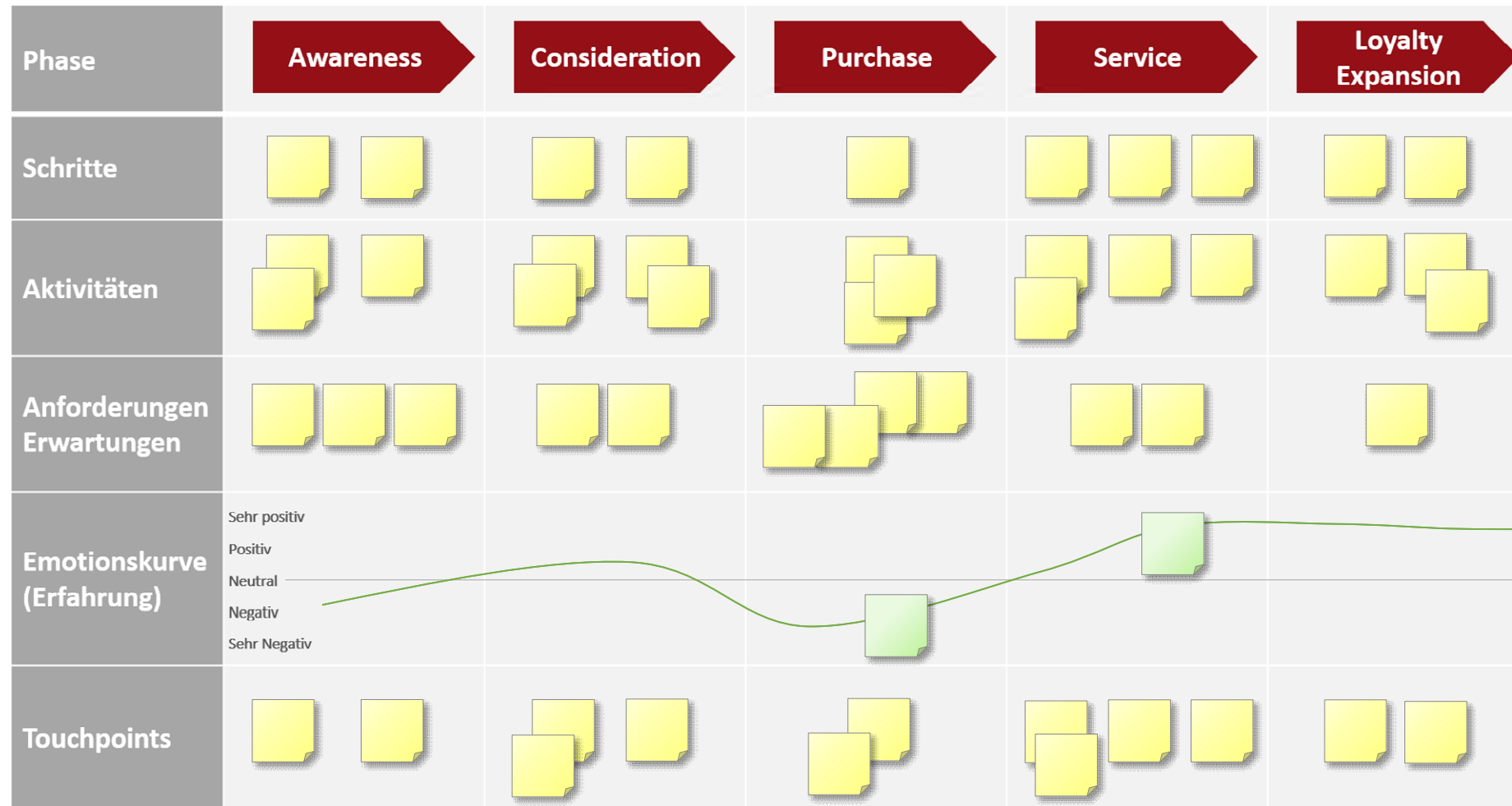




6. IDENTIFIKATION VON MAßNAHMEN

CUSTOMER JOURNEY MAP

6. OPTIMIERUNGSMABNAHMEN DER CUSTOMER JOURNEY



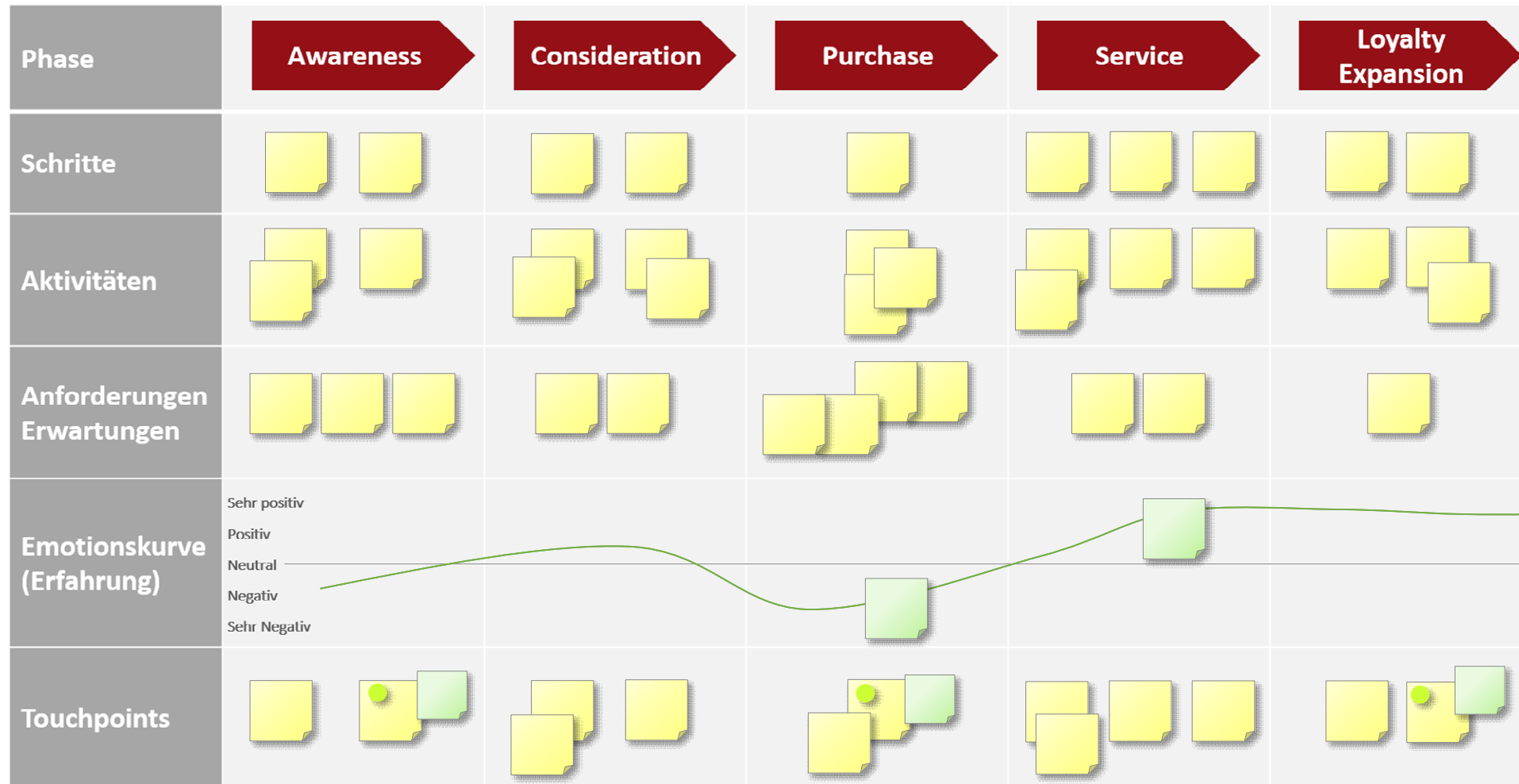
6. OPTIMIERUNGSMABNAHMEN

AUFGABENSTELLUNG

10
Min

1. Überlegen Sie für jede Phase der Customer Journey
 - wie die Top 3 Anforderungen und Erwartungen der Kund:innen erreicht werden können.
 - wie negative Emotionen vermieden werden können.
 - wie Touchpoints optimiert werden können.
2. Schreiben Sie die identifizierten Maßnahmen auf andersfarbige Post-its und kleben Sie diese an die entsprechende Stelle im Canvas.
3. Markieren Sie die drei Maßnahmen, die Ihrer Meinung nach am relevantesten sind mit Klebepunkten.

6. OPTIMIERUNGSMABNAHMEN DER CUSTOMER JOURNEY





7. PRÄSENTATION DER ERGEBNISSE

CUSTOMER JOURNEY MAP