

# Kunden online gewinnen und binden – die richtigen Kanäle für Ihr Unternehmen

Präsentiert von Sam Hänni

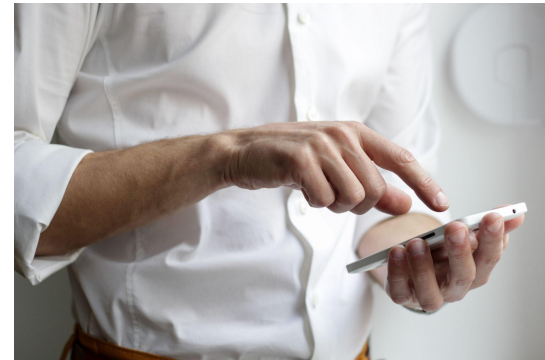
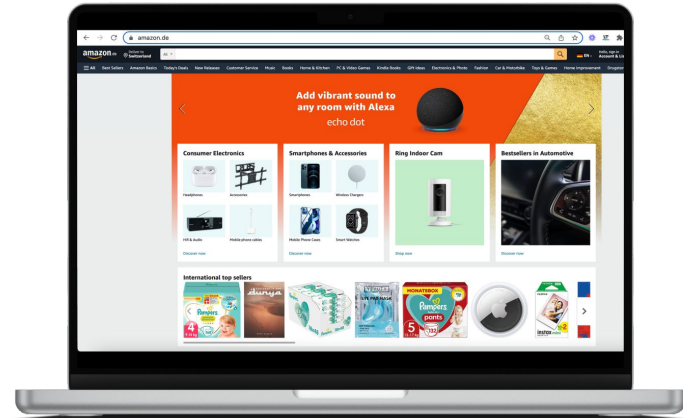
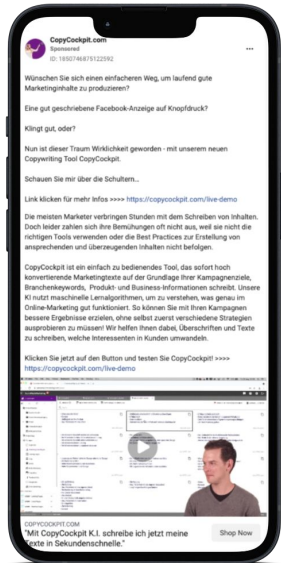
# 13

**Was mit Kanälen  
gemeint ist**

**Haben Sie gestern mit einer Firma Kontakt gehabt  
(Anzeige, Kauf, Frage, usw.)?**

**Über welches Medium wurde dieser Kontakt zustande  
gebracht?**

# Beispiele





Ihre Kanäle beschreiben, wie Ihr Unternehmen mit Ihren Kundensegmenten **kommuniziert** und diese **erreicht**, um Ihr Nutzenversprechen zu vermitteln.

# Kanäle für jeden Schritt in der 'Kundenreise'



Aufmerksamkeit -  
Interesse - Drang -  
Aktion

Inkl. Zahlung

Lieferung von Produkt  
/ Dienstleistung

Unterstützung nach  
dem Kauf (z.B.  
Kundendienst)



Nutzenversprechen  
verstehen



Nutzenversprechen  
empfangen



# Art der Kanäle

## Direkt über eigene Kanäle

Zum Beispiel:

- eigenen Verkaufspersonal
- eigene Website
- eigenes Ladengeschäft

Oft höhere Gewinnspannen

Können in der Einrichtung und im Betrieb kostspielig sein

## Indirekt über Partnerkanäle

Zum Beispiel:

- Großhandelsvertrieb
- Ladengeschäft
- Partner-Websites

Oft geringeren Gewinnspannen

Können Reichweite vergrößern & von den Stärken der Partner profitieren lassen

## Kombination: eigene & Partner

Kombination von eigenen und Partnerkanälen

Vorteile beider Optionen optimieren

Stellen Sie sicher, dass die Kombination sinnvoll ist (für den Kunden, den Partner und den eigenen Betrieb)



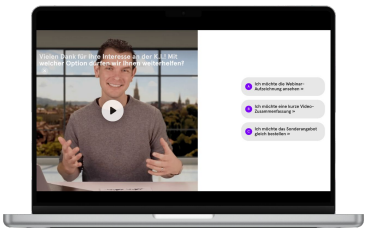
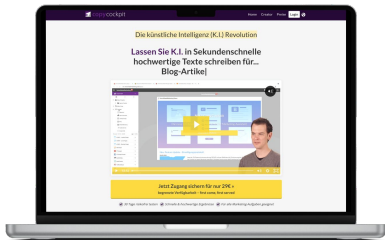
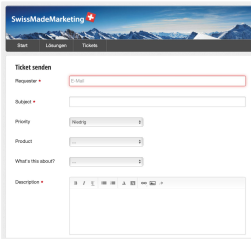
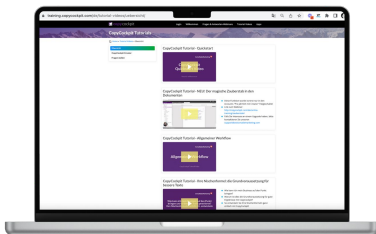
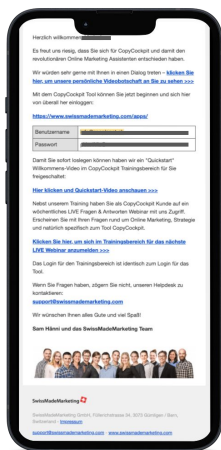
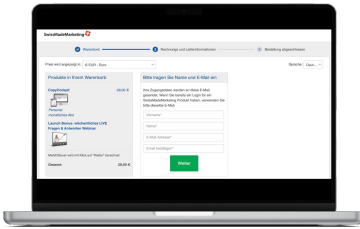
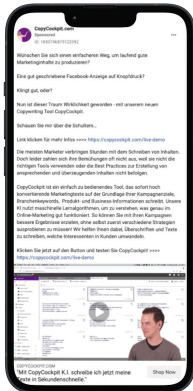
# Reichweite vs. Kosten

Marge  
(Umsatz - Kosten)

Reichweite





# Beispiel CopyCockpit: Mehrere Partnerkanäle und eigene Kanäle



# Kanäle beeinflussen, wie Kunden Ihr Unternehmen wahrnehmen und wie Sie Ihre Ressourcen und Kosten organisieren

## The Business Model Canvas

Business-Idee  Erstellt von  Datum  Version

Nutzenversprechen  Kundenbeziehungen  Kundensegmente 

Hintergrund

Back-Office,  
Prozesse, usw.

Kunden-  
Problem

Wert  
(Lösung)

Produkt &  
Dienst-  
leistungen

Welche  
Beziehung

Kanäle 

Wie werden  
Kunden  
erreicht

Wer die  
Kunden sind

Was sie  
wollen/  
brauchen

Aufwand

Ertrag



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94102, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)