

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

Präsentiert von Sam Hänni

15

**Ihre Kunden
bedienen**

Kauf



Aufmerksamkeit -
Interesse - Drang -
Aktion

Inkl. Zahlung

Lieferung von Produkt
/ Dienstleistung

Unterstützung nach
dem Kauf (z.B.
Kundendienst)



Nutzenversprechen
verstehen



Nutzenversprechen
empfangen

Wie begleichen Sie die Zahlungen Ihrer Kunden?

Zum Beispiel

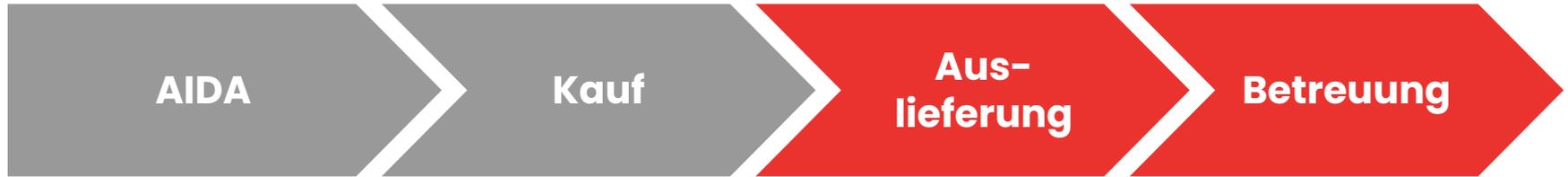
Rechnung / Überweisung / Vorkasse



Zu beachtende Punkte:

- Sicherer Zahlungsverkehr
- Kunden vertrauen der Plattform
- Möglicherweise: internationale Aspekte (Mehrwertsteuer, Währung, Sprache, etc.)
- Kosten pro Zahlung

Auslieferung & Betreuung



Aufmerksamkeit -
Interesse - Drang -
Aktion

Inkl. Zahlung

Lieferung von Produkt
/ Dienstleistung

Unterstützung nach
dem Kauf (z.B.
Kundendienst)

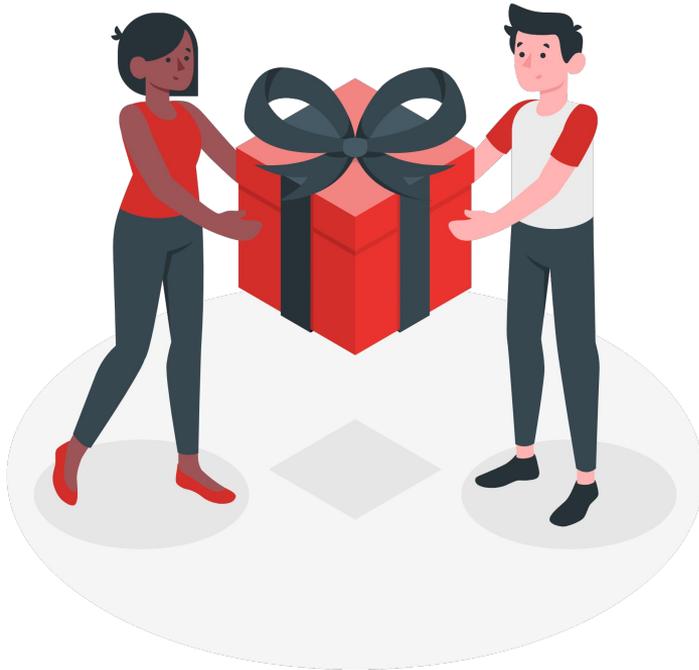


Nutzenversprechen
verstehen



Nutzenversprechen
empfangen

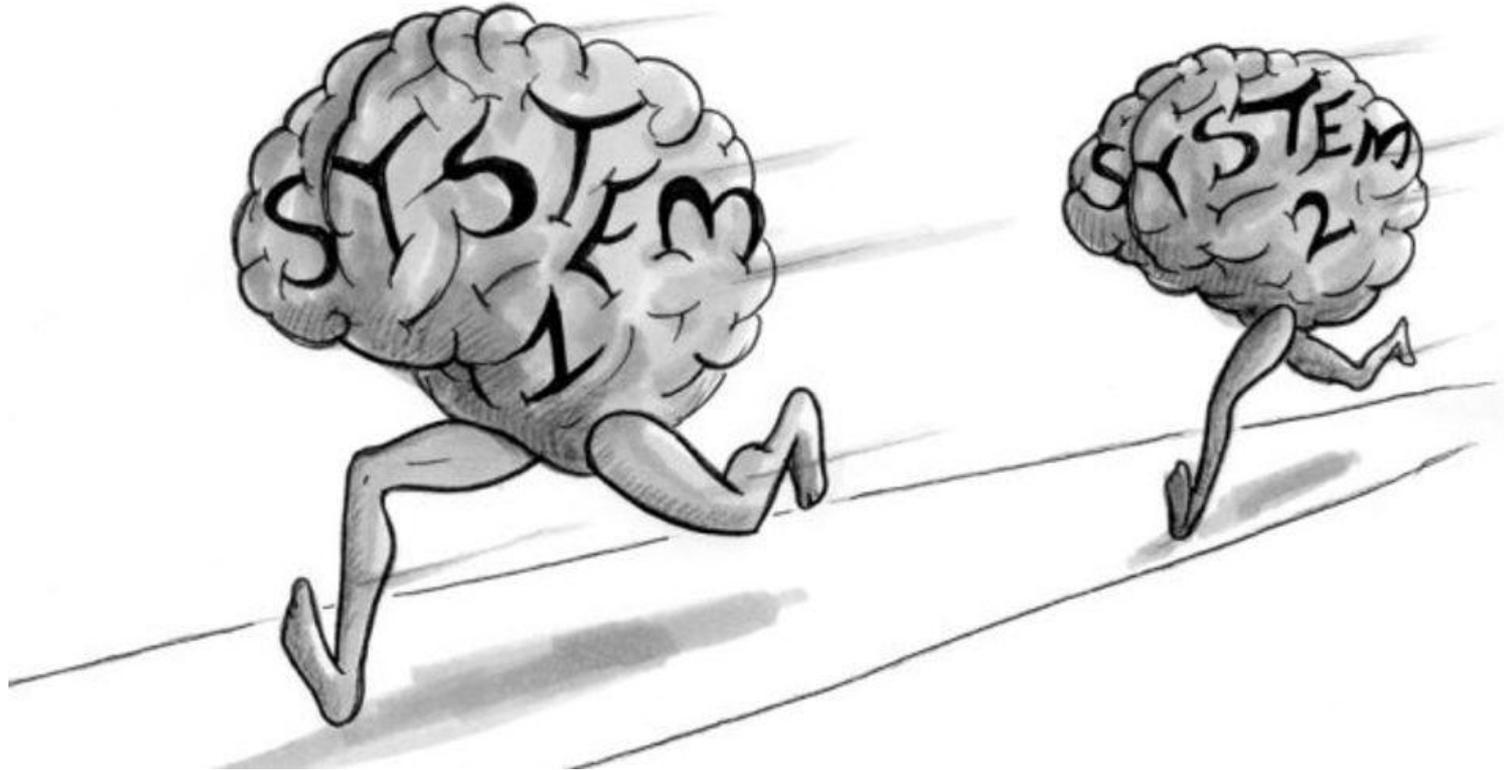
Wie ermöglichen Sie es Ihren Kunden Ihr Nutzenversprechen zu empfangen?



Zu beachtende Punkte:

- Wissen Ihre Kunden, was sie erwarten können?
- Wissen sie, wie sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung nutzen können?
- Wie können Sie sicherstellen, dass sie es richtig nutzen?
- Wie können Sie sicherstellen, dass sie den meisten Nutzen daraus ziehen?

Errinnern Sie sich noch? Schnelles vs. langsames Denken



'Nur' ein gutes Produkt/eine gute Dienstleistung anbieten genügt nicht

Emotionen ansprechen

(= reizgesteuerte Verarbeitung)



Klare und logische Argumente

(= wissensbasierte Verarbeitung)

Beziehung

Was es über mich sagt

Marke

Qualität

Preise

Benutzerfreundlichkeit

Welche Beziehung wünschen Sie sich zu Ihren Kunden und wie können Sie diese in Ihre Kanäle einbauen?

Keine direkte Beziehung

Das Unternehmen stellt alle notwendigen Mittel zur Verfügung, damit die Kunden sich selbst helfen können

Selbstbedienung

Die Beziehung basiert auf menschlicher Interaktion.

Der Kunde kann während oder nach dem Kauf persönliche Hilfe in Anspruch nehmen.

In einem Geschäft/Büro, über ein Callcenter, per E-Mail usw.

Persönliche Unterstützung

Automatisierte Dienstleistungen

Mischung aus Kundenselbstbedienung und automatisierten Prozessen.

Zum Beispiel: Filmempfehlungen (erkennen den einzelnen Kunden und bieten relevante Informationen)

Im besten Fall können sie eine persönliche Beziehung anregen

Eigene persönliche Betreuung

Ein Kundenbetreuer ist speziell für einen einzelnen Kunden zuständig.

Tiefste und intimste Art der Beziehung
Entwickelt sich in der Regel über einen langen Zeitraum hinweg

Zum Beispiel: Private Banking, Großkundenbetreuer

Möglichkeiten für eine persönliche Note bei der Betreuung und Support Ihrer Kunden

Newsletter

Quiz

Video

VideoAsk

FB Gruppe

Live-Webinare

Telefon-
termine

Usw. usw.

support@swissmademarketing.com