

Touchpoint Marketing Canvas Kurzanleitung

- 1) Auslegeordnung
- 2) Anschlusskommunikation suchen
- 3) Entwicklung von Teaser- und Free-Produkten
- 4) Touchpoint-Verbindungen aufbauen

1) Auslegeordnung

Jedes Produkt und jede Dienstleistung einstufen in die Bereiche:

- **Gold:** Die Produkte die am meisten Gewinn generieren.
- **Teaser:** Sämtliche Produkte, die als Lockvogel für die Akquise verwendet werden.
- **Free:** Produkte und Dienstleistungen, die der Kunde kostenlos von ihnen bekommt.
- **Heart:** Produkte die selten oder nie verkauft werden, aber vom Unternehmer mit Leidenschaft gemacht werden (möchten).

Führen Sie pro Produkt und Dienstleistung ein Datenblatt ein. Notieren Sie folgende Punkte:

- die verkauften Stückzahlen
- die Anzahl Kunden, die damit bedient werden
- die Proportionen zum Gewinn bei jedem Produkt.

Kommunikationslandkarte:

Ordnen sie die Werbemittel und die Kommunikation mit dem Kunden von einem Jahr in die verschiedenen Bereiche auf dem Canvas ein. Lokalisieren sie alle Touchpoints mit den Kunden.

Bsp:

Was wird in einem Inserat beworben? Auf welche Stufe gehört es in den Produktebenen und in welchen Bereich der Kundenbeziehung?

Führen Sie pro Touchpoint ein entsprechendes MAFARA-Blatt.
(Mittel, Aktion, Frequenz, Anzahl, Rücklauf, Aufwand)

2) Anschlusskommunikation suchen

Fragen Sie sich: wie komme ich von einem Touchpoint zum nächsten? Was muss inhaltlich an der Kommunikation geändert werden, damit der Kunde sich registriert / eine Offerte verlangt / einen Kauf abschliesst / zu einem erneuten Kauf motiviert wird?

Bsp:

Was muss im Inserat an die Unbekannten geändert werden, damit sich der Kunde aktiv in die Interessentenposition bewegt? Gibt es zeitlich limitierte Aktionen / Rabatte / zusätzliche Leistungen, die der Kunde bekommt um ihn zum Handeln zu bewegen?

3) Entwicklung von Teaser- und Free-Produkten

Um mit dem Kunden zusätzliche Touchpoints zu eröffnen gilt es ergänzende Produkte und Dienstleistungen zu erstellen.

- Gibt es eine "kleine" Version eines Gold-Produktes? Machen sie einen Teaser daraus.
- Gibt es kostenlose Dienstleistungen, die bisher geleistet wurden um ein Gold-Produkt zu verkaufen? Machen sie einen Teaser daraus.
- Gibt es kostenlose Dienstleistungen, die bisher nicht vermarktet wurden?

4) verbundene Touchpoints aufbauen

Welche Produkte und Mittel werden benötigt um die Kunden von einem Touchpoint zum nächsten zu führen?

- Teaser, die nur auf dem Internet angeboten werden
- Angebote auf dem Internet, die nach einer Registrierung bezogen werden können
- Angebote für das E-Mail-Newsletter
- Wettbewerb am Messestand um Adressen zu generieren
- CRM-System um telefonisch nachzufassen
- Angebot für den Telefonverkauf, damit eine Kaufsituation erzeugt wird
- ... usw.

Produkte und Touchpoints parallel weiter entwickeln.

Wenn Sie ins Schlingern kommen oder nicht mehr weiter wissen vereinbaren sie einen Termin mit Roland Köppel um ihre Online-Marketing-Aktivitäten systematisch aufzubauen.