openfloor 15 Herzlich willkommen!

Touchpoint Marketing Canvas - die gezeichnete Marketing-Strategie

© Roland Köppel, netz.werk internetmanufaktur, St.Gallen, 21. Aug. 2015





Der Innovationspark

- netz.werk gmbh, internetmanufaktur
- GoEast GmbH, Internet Services
- ...und 6 andere Firmen am gleichen Standort aus Informatik und Kommunikation

Das Web-Team

- Erfahrung seit 1996 / 1998
- über 400 Projekte erstellt
- 7 Mitarbeiter
- zusammen 83 Jahre Webseiten-Know-How (nicht im surfen - im Webseiten erstellen!)

Agenturschwehrpunkte

- Einzelanfertigungen von A-Z
- ausgewogenes Design+Technik Verhältnis
- eigenes Web-Applikations-Framework
- digitale Transformations Spezialisten

Arbeiten

Detailhandel

Caratello Weinhandlung, St.Gallen

Gute Weine, kaum bekannt, vernünftiger Preis

Fast jeder unserer grossen Weinproduzenten erzeugt nebst seinen Meisterweinen mindestens auch einen exzellenten Alltagswein zu einem erstaunlich günstigen Preis. Das aktuelle Monatsangebot schlägt Ihnen eine kleine Auswahl davon vor. Mehr preiswerte Weine finden Sie, indem Sie in der "Suche" Ihren Wein definieren. Sie werden erstaunt sein!



Montedonico
Viognier Maremma
Toscana DOC

CHF 19.50 statt 22.00 75 cl

2014

Produzent: Terenzi





Gast



Suche



News



Newsletter



Kontakt



Sprache

Weine

Grappe

Olivenöle

Veranstaltungen

Caratello Weine

Regionen

Produzenten

Monatsangebot

Aufgefallen

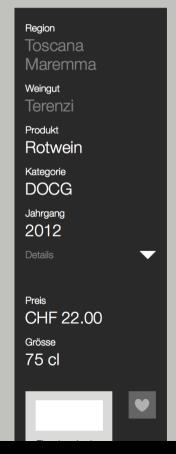
Lagerräumung

Zubehör

Morellino di Scansano Riserva Purosangue DOCG



Nach dem Entrappen werden die gequetschten Beeren zwei Wochen vergoren. Der Wein reift teils in Tonneaus (650 Liter Inhalt), teils in grösseren Eichenfässern. Während des einjährigen Ausbaus findet ein Prozess statt, der die strukturierenden Tannine in den üppigen Körper integriert und abrundet, ohne die frische Traubenaromatik durch Holznoten zu überdecken. Die Riserva von Terenzi erfüllt alle Erwartungen, die an eine Selektion gestellt werden können. Sie ist ausgesprochen gefällig – eine echte Entdeckung!





Gast



Suche



News



Newsletter



Kontakt



Sprache

Sortiment

Veine Grappe Olivenöle Veranstaltungen Caratello Weine

Regionen Produzenten Monatsangebot Aufgefallen Lagerräumung Zubehör

Terenz



Das Weingut wurde 2001 von der Bologneser Familie Terenzi gegründet und wird heute von den Geschwistern Francesca, Balbino und Federico geführt. 50 Hektaren stehen in Produktion. Die Ernte wird mit modernsten Einrichtungen verarbeitet, das Resultat sind perfekt reintönige und

ausgeglichene Weine; voller Charakter, aber dennoch zugänglich und charmant. Der «Gambero Rosso» ist des Lobes voll: «Terenzis kamen erst vor zehn Jahren in die Maremma. Ihr Mut hatte alle Beteiligten angesteckt und es ermöglicht, einen auf allen Produktionsstufen nachhaltigen Betrieb aufzubauen. Die Weine zeichnen sich durch Klarheit aus und widerspiegeln perfekt den Ort ihrer Herkunft.» Der italienische Weinführer zeichnete den Betrieb als «Cantina emergente dell'anno 2013» aus.

Region
Toscana
Maremma
Website
terenzi.eu

Gründungsjahr
2002
Rebfläche
60 Hektaren
Details
Produktion
350 000 Flaschen
Terenzi
Località Montedonico
58054 Scansano
Italien

zurück zur Übersicht



Gast



Suche



News



Newsletter



Kontakt



Sprache

Sortiment

Weine Grappe Olivenöle Veranstaltungen Caratello Weine

ladung Programm Produzenten Workshops Cantina e cucina Matinee Degustationen



Gast



Anme

Galerie

Suche



News



Newsletter



Kontakt



Sprache





Liebe Weinfreundin, lieber Weinfreund

Freunde, Geschichten, gutes Essen und Musik – sie öffnen unser Herz, lassen uns die Welt mit neuen Augen sehen, machen uns gelassen und froh.

Das Concerto del vino italiano ist viel mehr als eine Degustation. Weine spielen zwar eine wichtige Rolle, genauso wichtig aber sind die Gespräche mit den Produzenten,













Weine Grappe Olivenöle Veranstaltungen Caratello Wein

Wer wir sind Team Was uns wichtig ist Gastroführer Verkaufskonditionen Hilfe

Das Team





Telefon 071 244 88 55

E-Mail









Gast



Suche



News



Newsletter



Kontakt



Sprache

Weiterbildung

ZbW - Zentrum für berufliche Weiterbildung, St.Gallen



Höhere Fachschule (HF) ▼

Höhere Fachausbildungen Ausbildungen für Ausbildende



Höhere Fachschule (HF)

Höhere Fachschule für Technik

Dipl. Rechtsassistent/in HF

Dipl. Techniker/in HF Elektrotechnik (berufsbegleitend)	>>
Dipl. Techniker/in HF Maschinenbau (berufsbegleitend)	>>
Dipl. Techniker/in HF Informatik Schwerpunkt Interaktive Medien	>>
Dipl. Techniker/in HF Unternehmensprozesse	>>
Dipl. Techniker/in HF Informatik	>>
Dipl. Techniker/in HF Elektrotechnik (Vollzeit)	>>
Dipl. Techniker/in HF Maschinenbau (Vollzeit)	>>
Dipl. Techniker/in HF Unternehmensprozesse für Prozessfachleute	>>
Höhere Fachschule für Wirtschaft	



Dipl. Techniker/in HF Elektrotechnik (berufsbegleitend)

Voraussetzungen

Abgeschlossene Berufslehre in der Elektro- oder Maschinenindustrie

Abschluss

Dipl. Techniker/in HF Elektrotechnik

Kursort

St. Gallen

Kursdauer

6 Semester

Unterrichtszeiten

Donnerstag von 13.00 bis 20.15 Uhr sowie ein Abend pro Woche von 17.00 Uhr bis 20.15 Uhr.

Beginn

- 19. Oktober 2015 Durchführung garantiert!
- 11. April 2016

Nächste Infoveranstaltung

Dipl. Techniker/in HF

Mittwoch 26. August 2015 18.00 Uhr ZbW St. Gallen

Lehrgangsleiter



 $\searrow \!\! <$

Marcel Egloff

2

 $\searrow \langle$

 $\searrow \!\! <$

 $\searrow \!\! <$



André Gnägi Direktor Bereich Finanzen und Verwaltung Leiter Abteilung Infrastruktur/Informatik

Tel. 071 313 40 32



Andreas Schubiger Rektor/Stv. Direktor Bereich Bildung und Entwicklung Leiter Abteilung Berufspädagogik, üK-Kaufleute

Tel. 071 313 40 61



Marcel Egloff



Roland Kluser



Infomaterial

Bitte verwenden Sie für allgemeine Fragen und Bemerkungen dieses Formular.

Senden Sie mir künftig den ZbW-Newsletter.

Zentrum für berufliche

Adresse

Zentrum für berufliche

Non-Profit-Organisation

Verein für schwule Führungskräfte Schweiz







News



Wie viele schwule und bisexuelle Männer gibt es in der Schweiz ...



Jürg Koller

18 | 08 | 2015

IQS-Vortrag vom Dienstag, 15. September 2015 an der Uni Zürich mehr anzeigen





Jan Scharf

Die Lust im und mit dem Netz. Schwule Männer auf Chat- und Datingportalen

13 | 08 | 2015

Network Bern lädt alle Networker und Interessenten zum exklusiven Vortrag am Samstagmittag, 10. Oktober 2015 im Empire-Saal, Zum Äusseren Stand nach Bern ein.

Prof. Dr. Martin Dannecker wird uns über seine Forschungsergebnisse zur Internetsexualität von Schwulen berichten. Anschliessend gibt es bei einem gemeinsamen Lunch die Möglichkeit, die gewonnenen Erkenntnisse zu vertiefen.

Bitte meldet Euch zahlreich an und tragt Euch im Doodle ein.

Suche	Q
alle News	
Basel	
Bern	
Genf	
Innerschweiz	
Lausanne	
Ostschweiz / FL	
Tessin	
Zürich	
Arbeitswelt	
CARE Team	
Finanzen	
International	
IT	
Kultur	
Network News	
Politik	
Vorstand	

*	News
	Termine
	Dokument
•	Mitglieder
∄	Multimaile
?	Hilfe
4s	





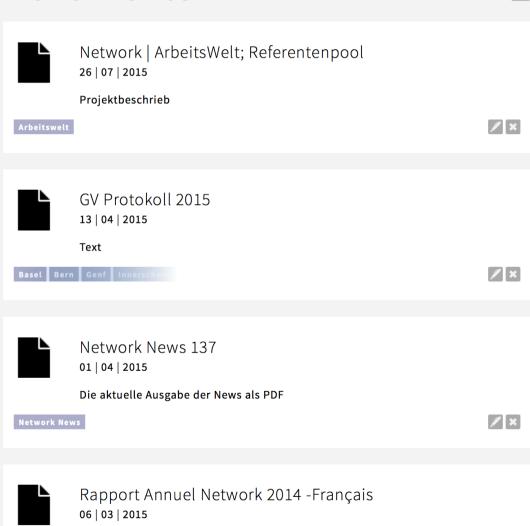
Dokumente

Text

Vorstand



/ ×







Mitglieder



Alain Bühler

Yann Lavenu





in ***/** @



Etienne Francey













Frank Preuss















Stefan Grieder





Daniel Seiler









alle Mitglieder

Basel

Bern

Genf

Innerschweiz

Lausanne

Ostschweiz / FL

Tessin

Zürich

Arbeitswelt

CARE Team

Finanzen

International

IT Kultur

Network News

Vorstand

Politik



News



Termine



Dokumente



Mitglieder



Multimailer



Hilfe



Abmelden





Luzius Sprüngli









Private Adresse

Schneckenmannstrasse 22 8044 Zürich

Schweiz

Telefon: +41 44 350 51 00 Mobile: +41 79 423 12 88 luziussprungli@hispeed.ch

Geschäftsadresse

Schneckenmannstrasse 22 8044 Zürich Schweiz

Allgemein

Vorname	Luzius
Name	Sprüngli
Geburtsdatum	20.02.1963
Regionalgruppe	Zürich
Eintrittsdatum	06.05.2004
Status	Mitglied
Kommunikation	privat
Werbebeilage in News	ja
Korrespondenzsprache	Deutsch
Beruf	Dr. oec. HSG
Funktion	Marketing/Strategie Berater
Verpartnert	keine Angabe
Name des Partners	
National Control of the Control of t	Vanatan d. Viiltiin



Suche	С
alle Mitglieder	
Basel	
Bern	
Genf	
Innerschweiz	
Lausanne	
Ostschweiz / FL	
Tessin	
Zürich	
Tessin Zürich	
Arbeitswelt	



News



Termine



Dokumente



Mitglieder



Multimailer

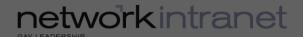


Hilfe



Abmelden





Luzius Sprüngli



Private Adresse

Schneckenmannstrasse 22

8044 Zürich

Schweiz

Telefon: +41 44 350 51 00 Mobile: +41 79 423 12 88

Geschäftsadresse

Schneckenmannstrasse 22
8044 Zürich
Schweiz

Allgemein

Vorname	Luzius	/
Name	Sprüngli	/
Geburtsdatum	20.02.1963	Φ.
Regionalgruppe	Zürich	Φ.
Eintrittsdatum	06.05.2004	Φ.
Status	Mitglied	Φ.
Kommunikation	privat	Φ.
Werbebeilage in News	ja	← >
Korrespondenzsprache	Deutsch	⇔ ₀
Beruf	Dr. oec. HSG	/
Funktion	Marketing/Strategie Berater	/
Verpartnert	keine Angabe	/
Name des Partners		/







News



Termine



Dokument



Mitgliede



Multimaile



Hilfe



Abmelden

...digitale Transformation

...wie geht das?

Rückblende...





LEISTUNGEN RUNDGANG PEOPLE QUALITY

Neu: ZbW an der OBA





Copyright ©1996 ZbW

LEISTUNGEN

TECHNIKER TS

FACHAUSBILDUNGEN

FÜHRUNGSAUSBILDUNG

FACHKURSE

INFOS ANFORDERN

Eidg. anerkannte Technikerschule (TS)

Vollzeitausbildungen

Maschinentechniker/-in 3 Semester Informatiktechniker/-in TS 3 Semester Elektrotechniker/-in 3 Semester

abgeschlossene Berufslehre Vorbildung:

Kosten/Semester: Fr. 5'700.--Kursort: St. Gallen Semesterbeginn: Mai 1998

Studierenden, welche sich um ein Stipendium bewerben möchten, wird empfohlen, sich vor Kursbeginn mit der zuständigen Stelle ihres Wohnsitz-Kantons in Verbindung zu setzen.

Betriebstechniker/-in 4 Semester (aufbauend auf Betriebsfachmann EF-Ausbildung)

Semesterbeginn: April 1998

Kosten/Semester: Fr. 2'600.-- /2'450.-- für Mitglieder des ZbW

Kursort: St. Gallen

Berufsbegleitende Ausbildungen

Elektrotechniker/-in 6 Semester Maschinentechniker/-in 6 Semester Informatiktechniker/-in TS 6 Semester

Vorbildung: abgeschlossene Berufslehre

Kosten/Semester: Fr. 2'600.--/2'450.-- für Mitglieder des ZbW

Kursort: St. Gallen Semesterbeginn: Oktober 1997

Nachdiplomstudium

Neu! Qualitäts- und Organisationsentwicklung

St. Gallen Kursort: Kursdauer: 3 Semester

Was mach ich blos...

...mit diesem dummen Internet!





Verbindungen schaffen

- zwischen bestehenden Werbemitteln und Internet
- zwischen Verkauf und Kunden
- Kommunikation digitalisieren -> transformieren

Touchpoint Marketing Canvas

Touchpoint*

Berührungspunkt zwischen Kunden und Unternehmen

Marketing*

Aktivitäten um den Absatz zu fördern

Canvas*

die Zeichenfläche

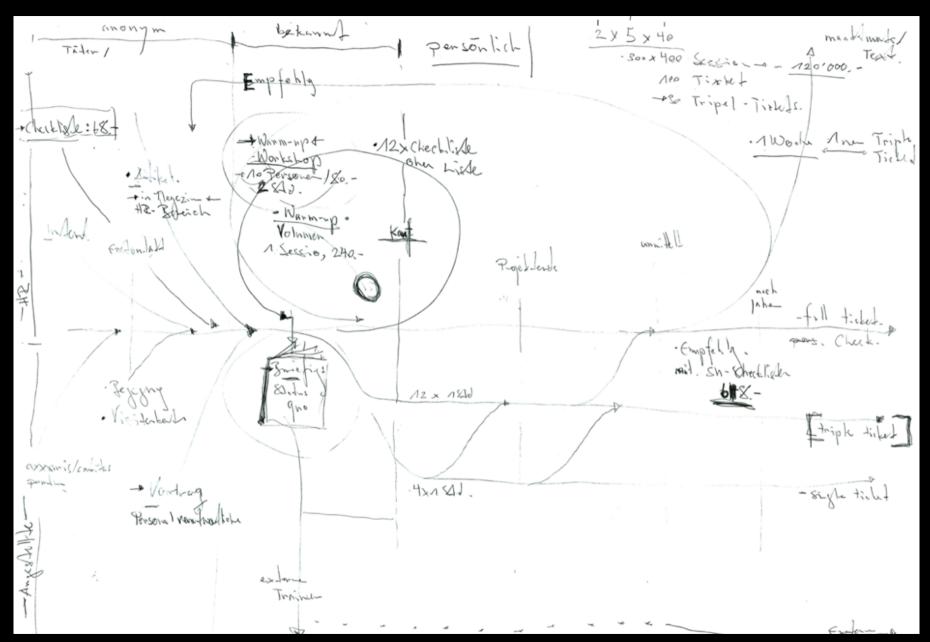
^{* =} HSG-Slang

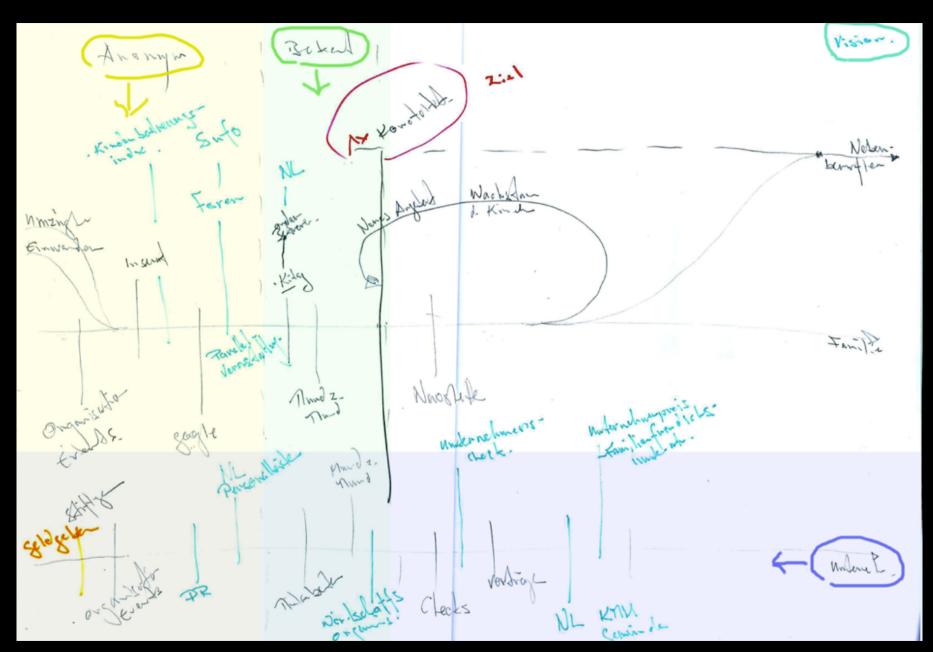
Zeichenfläche?

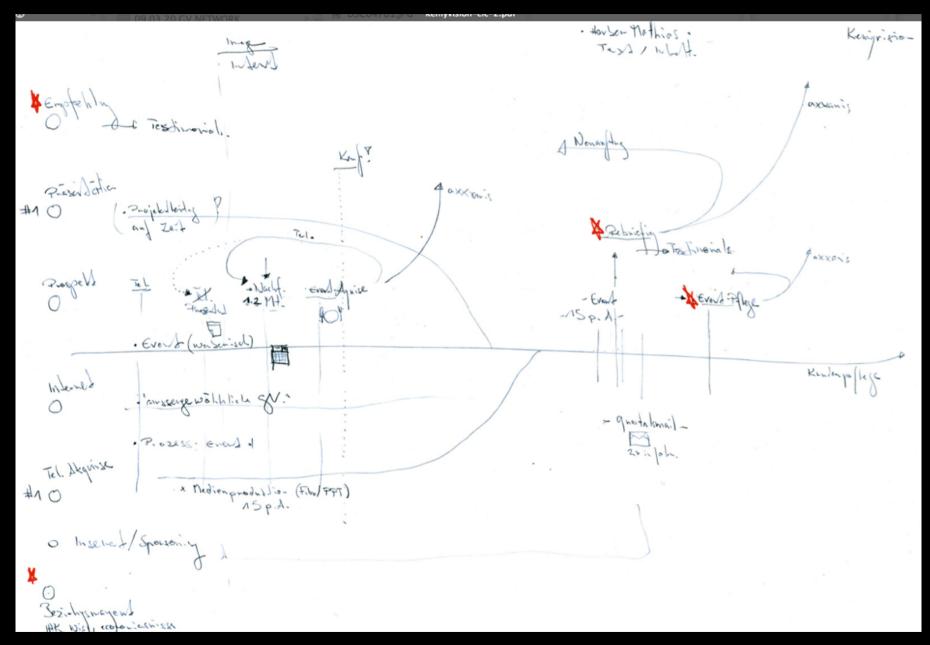
Weshalb Marketing zeichnen?

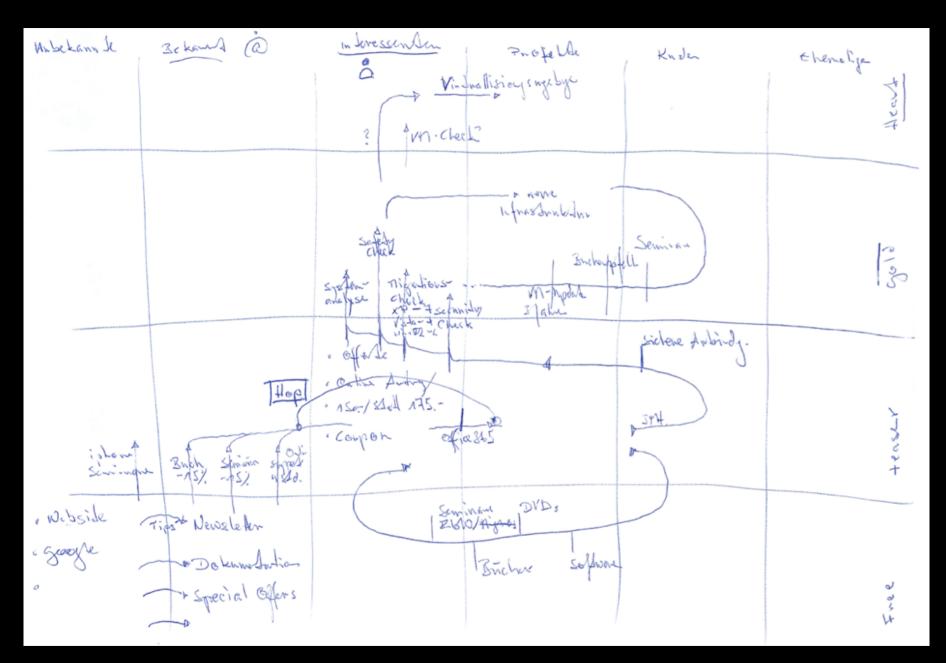
Entwicklung

Lebenszyklus des Kunden abbilden









Unbekannte	Bekannte	Interessenten	Käufer Wonkshops	Kunden	Ehemalige	Heart Sulcoper Benady: goble Sales efficienable aby adgt lakes playe
-PR. Autitel Leaden		afedepreh	Projekte melhore Inhore	near 1 desm F 1x Jahr 1: ch		Gold - Assistue · Begleity Mouledy. - Produktion - Messe/Popie · Arreign verked (Me dea)
· Etainesorte.	X Alah.	364	Workshop Shappy-	Briefiggespreih		Teaser · Insured and Probe- · Modernochnengesgrünch · Spaning - Pandnen - Ventniess-check · Kude bindys - Check · None Marthe - A «Marthable inge
Call X 1 John	Jens. presendad:	Voxethysjegrach				Free Modernehmergesprech. (No-keloya) Erstgesprech. 3nichis

Kaufentscheid

touchpoint marketing canvas

Unbekannte	5,73	Beleanute		Interessenten D	Käufer	Kunden	1	Bohlafter	25/23	Produkte
										Heart (*)
										gold M
										Joed 121
										Teaser 6
										Free T
ouchpoint marketing canvas, © Rolan	nd Köppel, netz.wer	k Köppel + Partner GmbH, St.Galle	n, 2015							

das Canvas

- stellt Kunden + Produkte in einen Zusammenhang
- listet Werbemassnahmen auf
- verbindet die Aktivitäten untereinander
- trennt Sinnloses von Sinnvollem

Kundenbeziehungen

 Vor dem Kauf: Unbekannte, Bekannte und Interessierte

Nach dem Kauf:
 Käufer, Kunden, Botschafter

Kaufentscheid

touchpoint marketing canvas

Unbekaunte	5-7	Bekannte	**	Interessenten D	Käufer	Kunden	13	Bobolater	2018	Produkte
										Heart (*)
										gold M
										Teaser o
										Free T
touchpoint marketing canvas, © Rolan	nd Köppel, netz.wer	k Köppel + Partner GmbH, St.Galler	n, 2015		•					

Kaufentscheid

touchpoint marketing canvas

Unbekaunte	5	Bekannte		Interessenten D	Käufer	Kunden	1	Bohafter	28	Produkte
										Heart (
										Jold M
										Teaser 6
										Free (
touchpoint marketing canvas, © Roland I	Köppel, netz.werl	x Köppel + Partner GmbH, St.Gallen,	2015							-

Produktstufen

In der Akquisephase:
 Kostenlose und Günstige

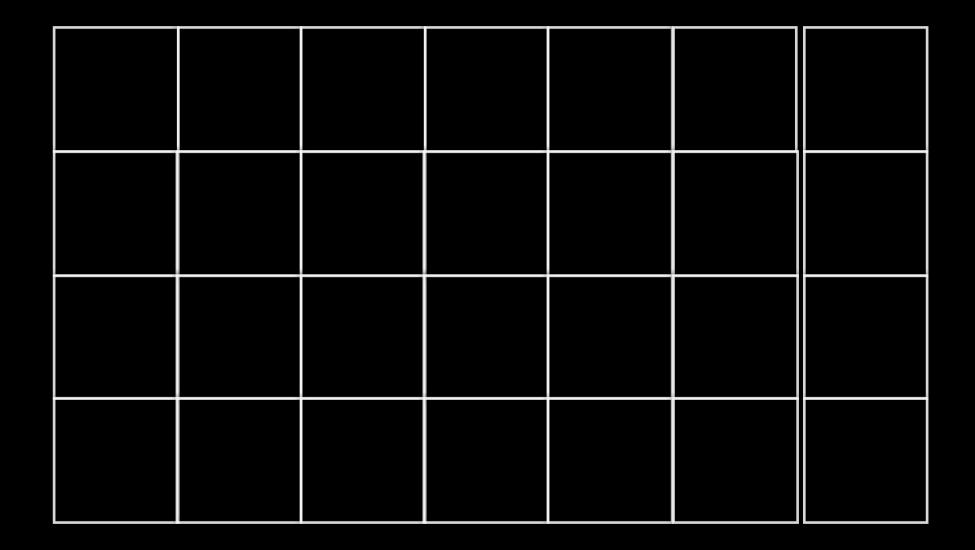
in der Kaufphase:
 Cash-Cows und Lieblinge

Kaufentscheid

touchpoint marketing

											canvas
Unbekaunte	2	Bekannte	P	Interessentey D	Käufer		Kunden	1	Bobolafter	25/23	Produkte
											Heart (*)
											gold Mg
											Teaser 6
											1,020,01
						Ì					Free \
ouchpoint marketing canvas, © Rolan	iu koppei, netz.wer	k Kopper + Partner GmpH, St.Galle	11, 2010								

Schema



Unbekonnie

Unbekannte

- unbekannte Kunden
- keine Daten von ihm vorhanden
- TV, Radio, Plakat, Inserat, Webauftritt
 - = klassische Werbung wendet sich an Unbekannte.

Unbekannte Bekannte

Bekannte

- eine Kontaktmöglichkeit vorhanden
- E-Mailadresse, Telefonnummer, Postadresse
 - = klassiche Direct-Mailing-Kunde wird beworben

Interessiente Undekannite Bekallite

Interessierte

- wendet sich freiwillig an das Unternehmen
- Kaufbedarf ist hoch
- ist bereit für den Dialog
 - = will eine Offerte, eine Detailfrage beantwortet haben. Kauft noch nicht.

Tupekouute	Sexantie	Interessierte		

Kaufentscheid

- Bereitschaft zu kaufen
- ist eine Sache von Milisekunden
 - = noch kann man es vermasseln, der Kunde hat noch nicht bezahlt.

Nokalujo	Bekanite	Interessierte	tight of		

Käufer

- ist im Kaufprozess
- kann von einigen Sekunden (Kiosk) bis zu Monaten dauern (Hausbau)
 - Empfänglich für zusätzliche Infos.
 Anschlusskommunikation vorbereiten.

Nypokarlys	Bekanite	Interessiente	tight of	tingo	
			.0		

Kunde

- hat schon einmal gekauft
- hat positives Kauferlebnis
- ist bereit nochmals zu kaufen
- Akquiseaufwand ist kleiner
 - = leider wenig bearbeitet Kundengruppe, da oft Kunden nicht systematisch erfasst.

nogkanite	Betallite	literessierte	tigities,	tinge	Botechatter	
			.,0			

Botschafter

- hat Kundenbeziehung aktiv beendet
- im Guten, aber auch im Bösen
- beides sind Botschafter
- können bearbeitet werden, obwohl nie mehr Käufer werden
 - = ehemalige Kunden sind die Quelle vieler Empfehlungen.

Tupekouvie	Sofarite	litelesiete	tighter.	truge	80techatter	Propries
			.,0			

Lautertischeid

Unpeksulite	Betante	litelessiete	tighter.	truge	Botestratier	Produkte
						Free

Tupekoutie	Sokantie	literessierte	tight of	tinge	80teck atter	Propries
						Teaser
						Free

Free & Teaser

- sind Lockvögel
- dienen zur Adressgewinnung
- z.B. Teile von Dienstleistungen
- Ziel: unverbindliches Kennenlernen, Unternehmenskultur schnuppern

Tupekoutie	Sofarize	literessierte	tishter.	truge	80teck atter	Produkte
						Gold
						Teaser
						Free

+autorits choid

Gold

- Hauptprodukt des Unternehmens
- mit guten Gewinnmargen
- 80%+ Umsatz
 - = Cash-Cow

Unbekannte	Sexonite	litelessionte	tighter	tinge	Botechatter	84097146
						Heart
						Gold
						Teaser
						Free

+autorits choid

Heart

- Lieblingsprodukt des Unternehmers
- wenig Verkauf, wenig Gewinn
- evtl. unrealistische Vision
- Liebhaberei
- jeder Unternehmer hat so etwas (sage ich)

Nogkanite	Sexanite	Irteresierte	tisited	Kinde	80techanier	Produkte
						Heart
						Gold
						Teaser
						Free

+autentscheid

Produkte entwickeln

Im Unternehmen steckt mehr als nur ein Produkt

Produkte

- welche Produkte biete ich an?
- Wie viel verkaufe ich davon im Jahr?
- Wie viel Gewinn mache ich damit (%)
- Wie viele Kunden bediene ich damit?

Produkte teilen

- wie kann ich Teilprodukte anbieten?
- Wie mach ich aus einem grossen Produkt ein kleines?
- Wo sind meine kostenlosen Angebote?

Touchpoints verorten

Marketingplan zeichnen

Real-World-Beispiel

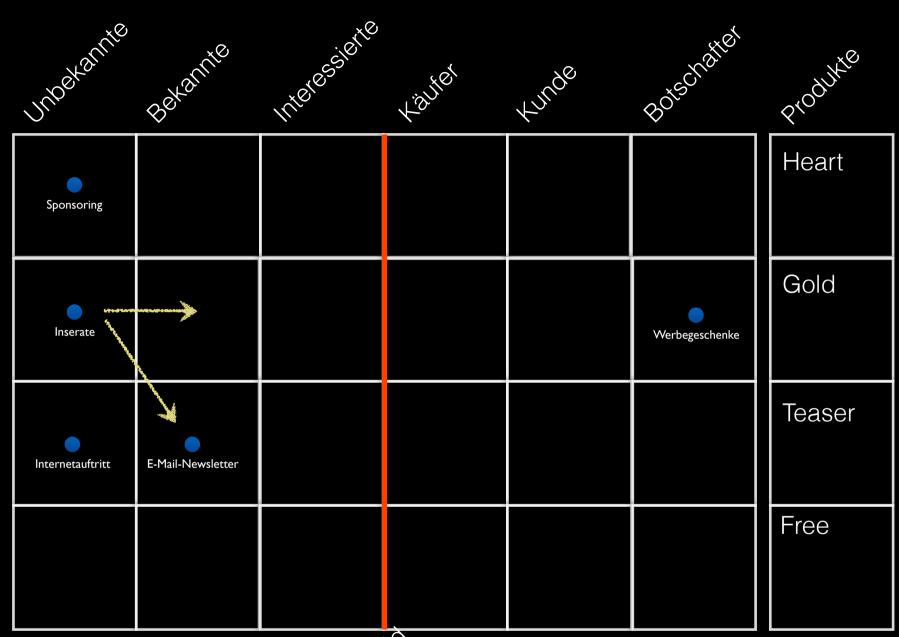
aus dem Detailhandel, 25 Mitarbeiter

Jupokaniso	Sexantie	Interessiente	tisited	Finge	Botechatter	Produkte
Sponsoring						Heart
Inserate					Werbegeschenke	Gold
Internetauftritt	E-Mail-Newsletter					Teaser
						Free

+ sutertischeilo

Unbekannte	Sexanite	litelessierte	tishing,	tinge	Botechatler	Produkte
Sponsoring						Heart
Inserate					Werbegeschenke	Gold
Internetauftritt	E-Mail-Newsletter					Teaser
						Free

+ sutertischeid



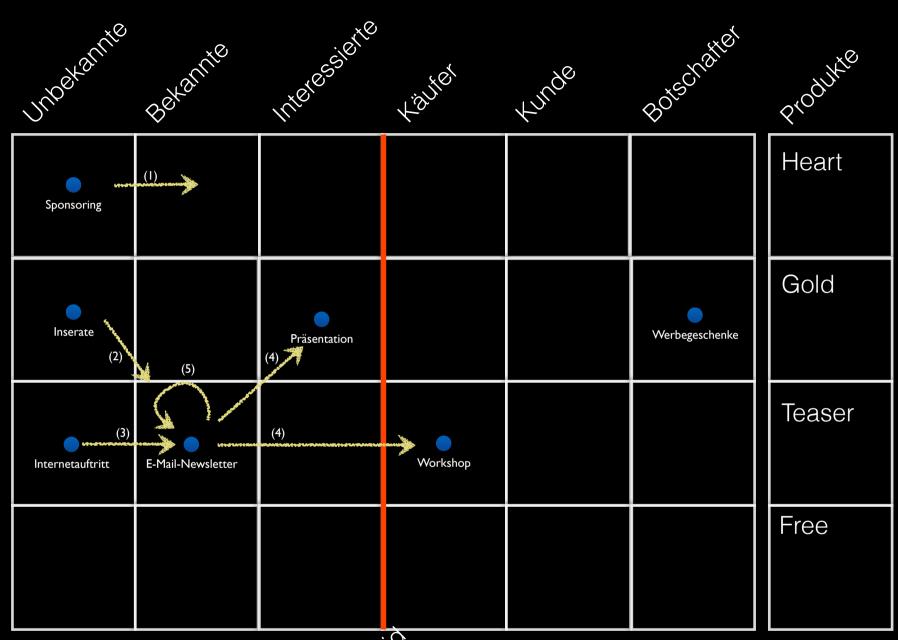
Jupokaniso	Sexantie	Interessiente	tisited	Finge	Botechatter	Produkte
Sponsoring						Heart
Inserate					Werbegeschenke	Gold
Internetauftritt	E-Mail-Newsletter					Teaser
						Free

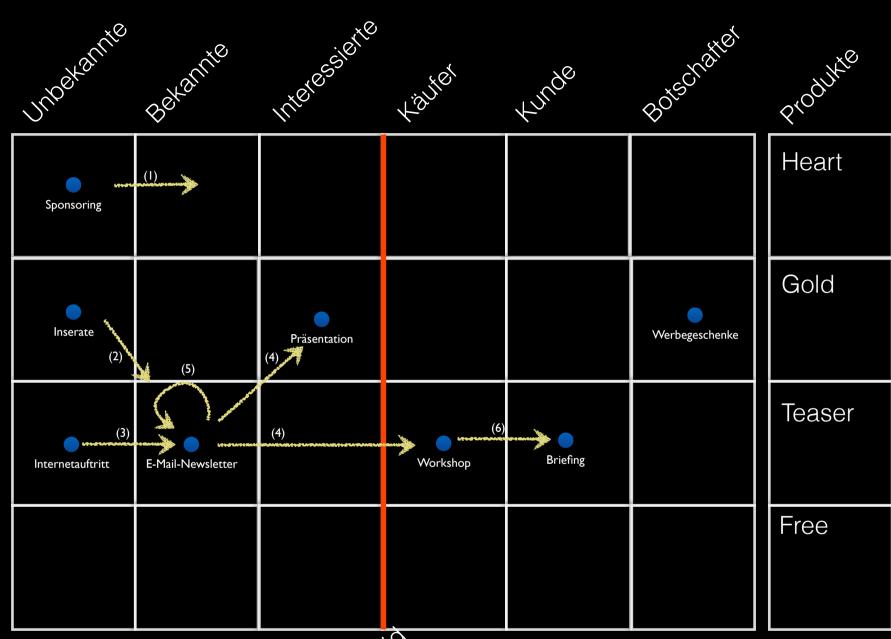
+ sutertischeilo

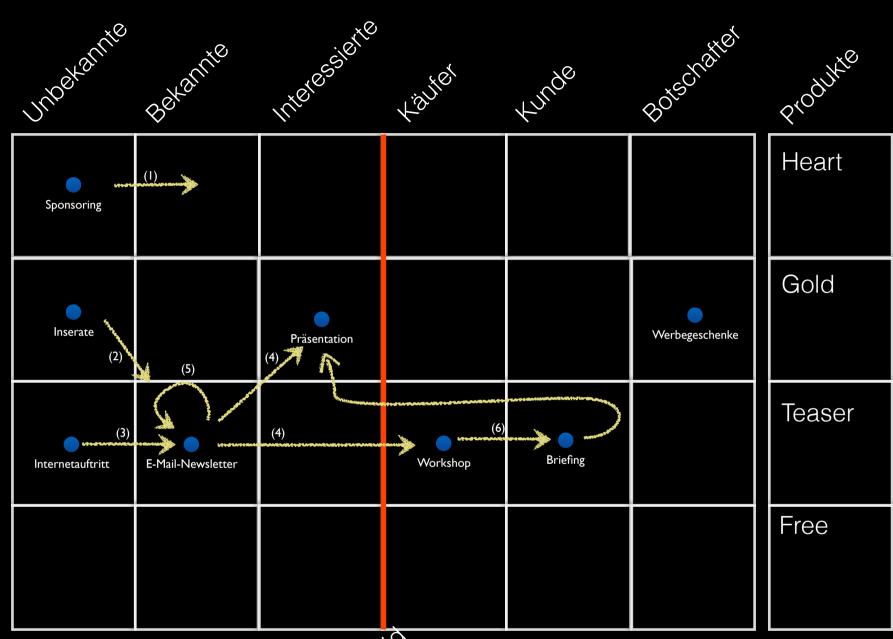
Tupekaruje	Sexante	Interession to	tisitist	Finge	Botechatter	Produkte
Sponsoring						Heart
Inserate					Werbegeschenke	Gold
Internetauftritt	E-Mail-Newsletter					Teaser
						Free

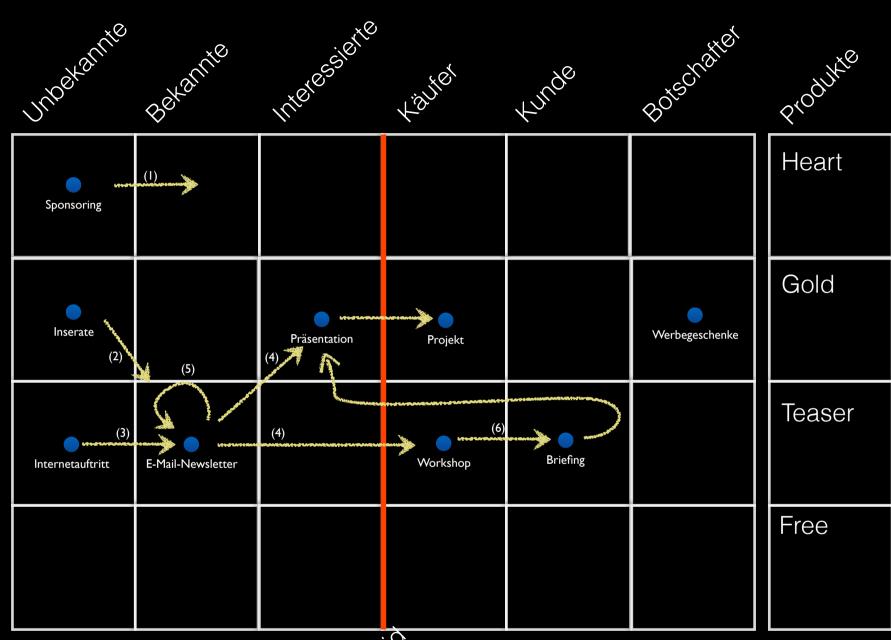
+ suterite cheio

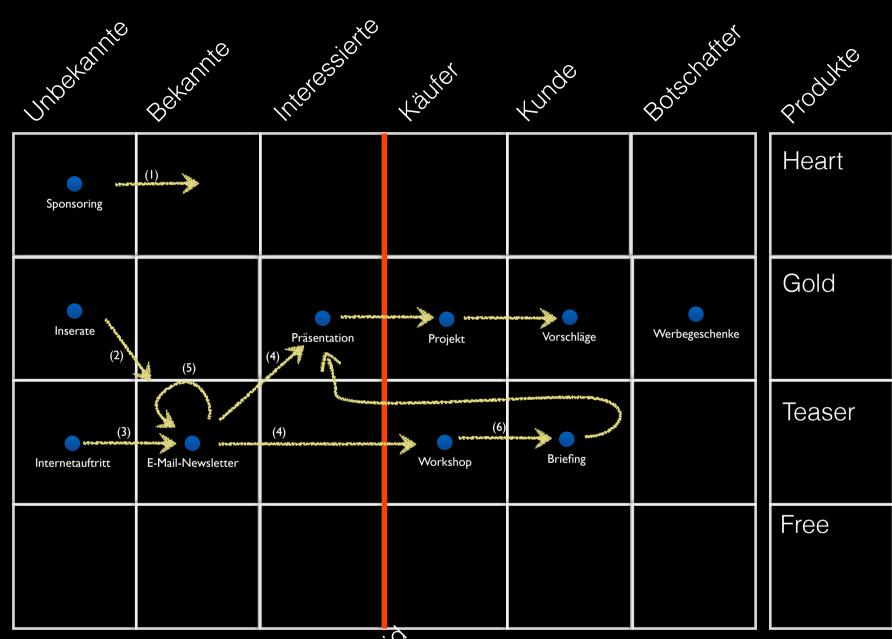
Touchpoints aufbauen

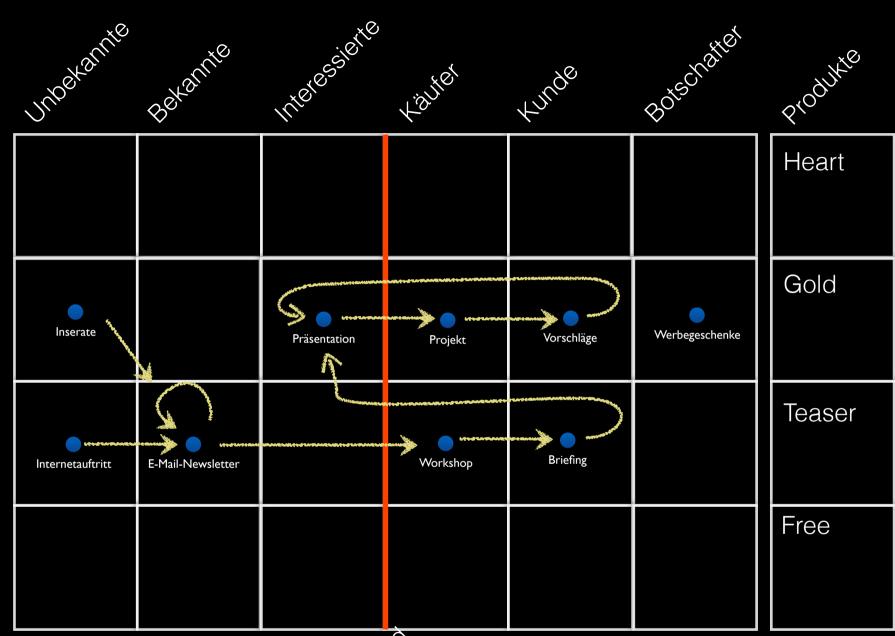




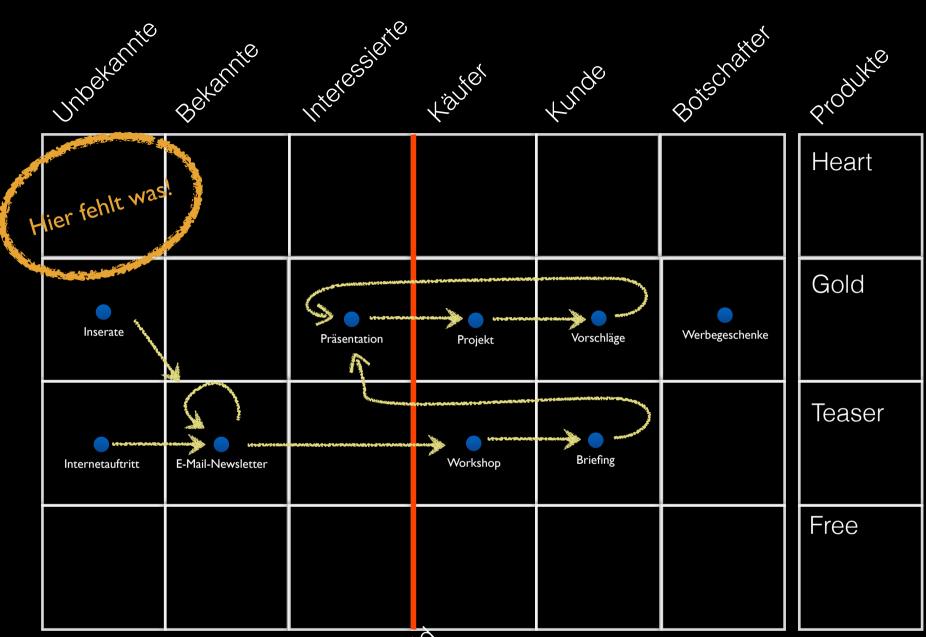








Lautentscheid



Sponsoring

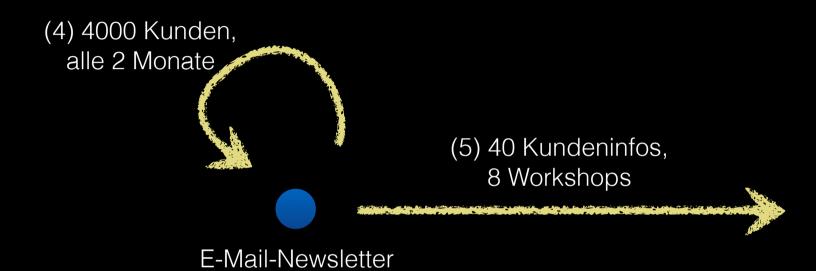
- falsche Zielgruppe
- falsches Produkt
- 180'000.- CHF jährliche Ausgaben
- wiederkehrend!
 - = das Canvas deckt Fehlinvestitionen auf

Grundfragen

- wie komme ich ins nächste Feld?
- welche Mittel brauche ich?
- wie viele Kunden bediene ich damit?
- in welchem Zeitrahmen mache ich das?
- wie viele Drop-Outs habe ich?

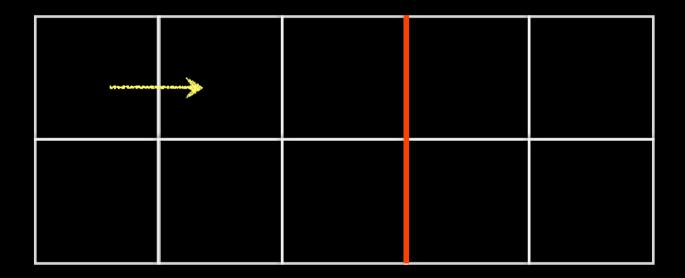
Bsp: Newsletter



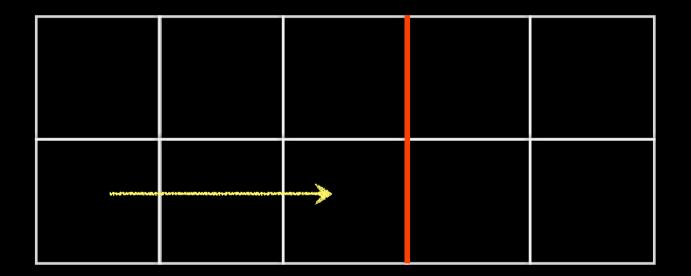


Bewegungen

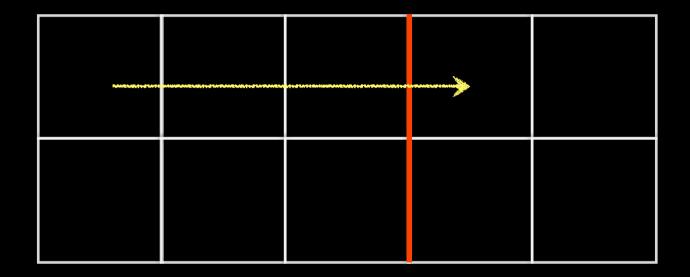
Move



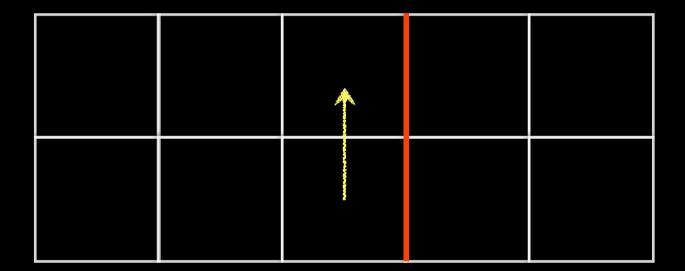
Duo



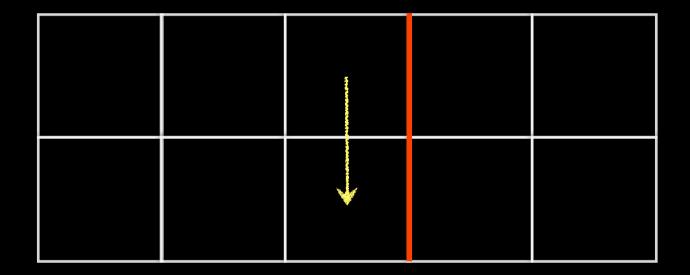
Tripple



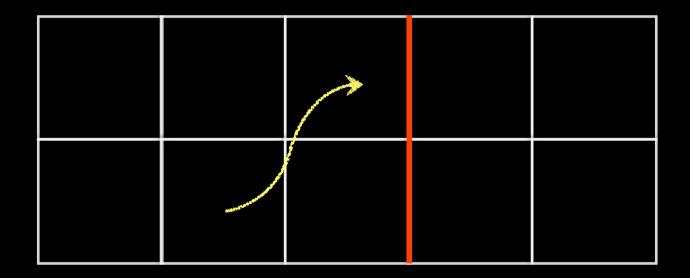
Lift



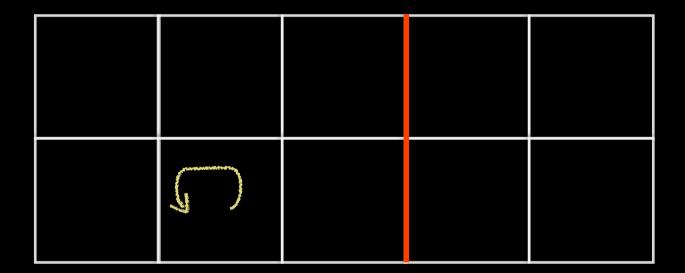
Drop



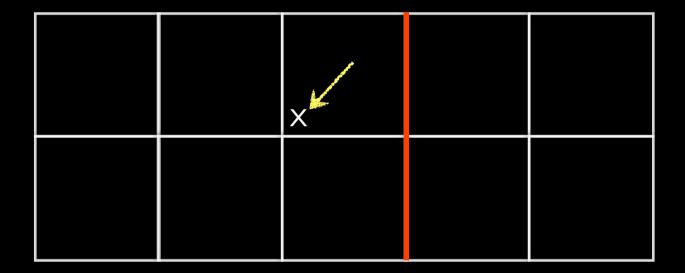
Slide



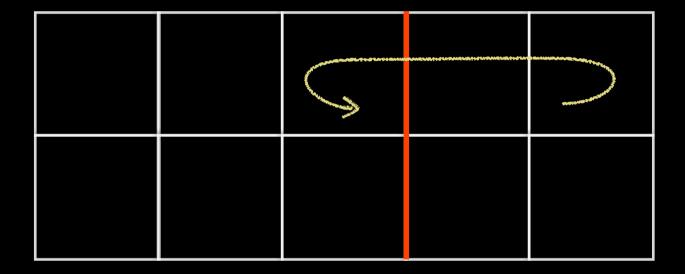
Wave



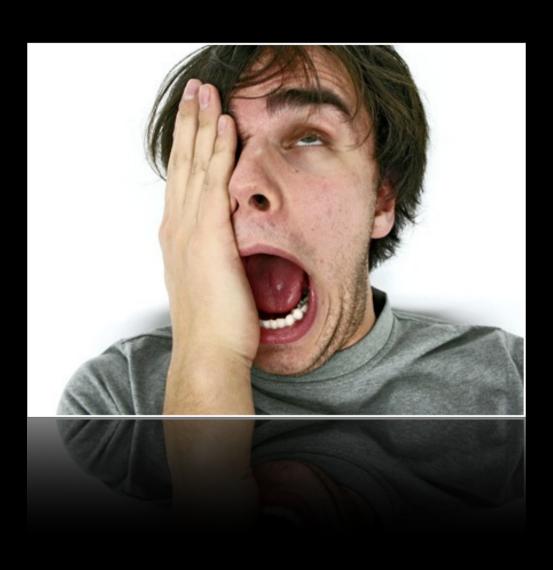
Bunker



Loop



Herausforderungen



Herausforderungen

- schlechtes Gewissen wird gefördert (wir machen alles falsch, es ist so viel Arbeit!)
- Kunden kommen nicht ins Agieren
 - = landet auf der Halde

Shopping-List!

die Shopping-List

- Bezug zum Touchpoint Marketing Canvas
- unterteilt in Einzelmassnahmen
- eine Aufgabe = ein Blatt
- teilt in Zeitabschnitte auf
- systematische Notation der Aktivitäten
- eins nach dem anderen abarbeiten

MAFARA-Notation

- M = Mittel (womit kommuniziere ich?)
- A = Aktion (was mache ich?)
- F = Frequenz (wie oft mache ich es?)

- A = Anzahl (wie viel Kunden erreiche ich?)
- R = Rücklauf (wie hoch ist der Return?)
- A = Aufwand (was muss ich Investieren)

Beispiel

- (3) Newsletterform auf der Startseite
- Form einbinden
- einmaliger Aufwand, immer verfügbar
- alle Besucher der Website
- 5% der Besucher sollen sich anmelden
- 1 Woche, externer Agentur, 600.- CHF,

Beispiele

Werbeagentur

- Beginnt mit einem Cold-Call
- zielt auf die Jahresbetreuung des Kunden
- Aussendienst erzielt keine Abschlüsse

Unbekannte	Bekannte	Interessenten	Käufer Wonkshops	Kunden	Ehemalige	Heart Sulcoper Benady: goble Sales efficienable aby adgt lakes playe
-PR. Autitel Leaden		afedepreh	Projekte melhore Inhore	near 1 desm F 1x Jahr 1: ch		Gold - Assistue · Begleity Mouledy. - Produktion - Messe/Popie · Arreign verked (Me dea)
· Etainesorte.	X Alah.	364	Workshop Shappy-	Briefiggespreih		Teaser · Insured and Probe- · Modernochnengesgrünch · Spaning - Pandnen - Ventniess-check · Kude bindys - Check · None Marthe - A «Marthable inge
Call X 1 John	Jens. presendad:	Voxethysjegrach				Free Modernehmergesprech. (No-keloya) Erstgesprech. 3nichis

Unbekannte	273	Bekannte	(+)	Interessenten D	Käufer	Kunden	2	Bohlafter	25/23	Produkte
				Präsentation						Heart O
		on hold)	Präsentation						Jold M Jahresmandat
										Teaser o
		Cold-Cal		Präsentation						Präsentation

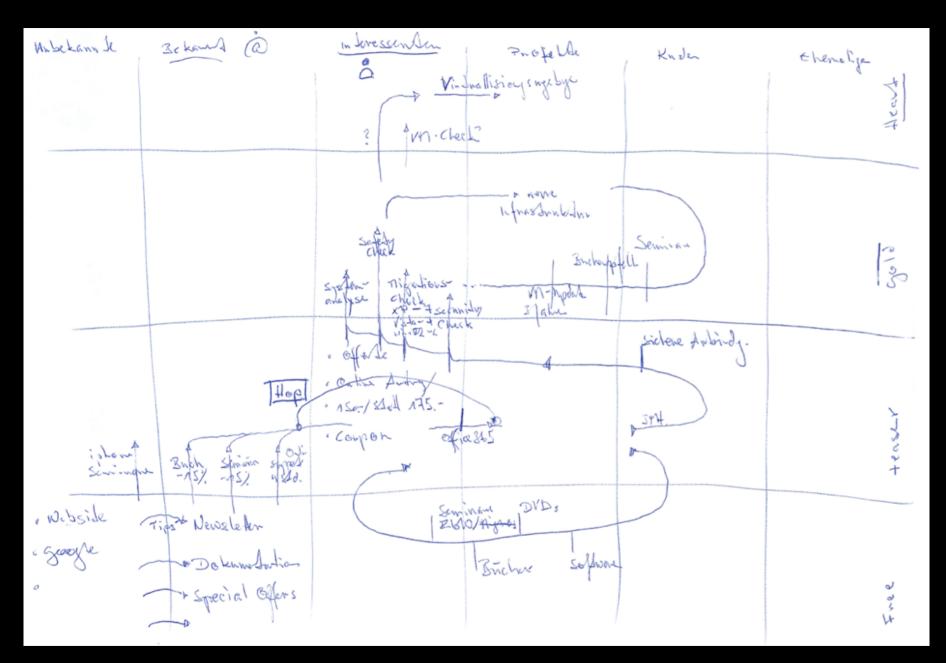
Kaufentscheid

Interessenten De Käufer canvas Kunden Bobsafter 28 Produkte Heart (Unternehmensentwicklung neue Aufgaben gold Mg Jahresmandat Präsentation / Offerten Zwischenkontrolle Ergebnisse / Aufgabe Teaser 6 Unternehmer-Workshops Cold-Call Präsentation Workshop Arbeitspapier Free (Präsentation

touchpoint marketing

Innenausstatter

- hart umkämpfter Markt
- lange Kaufzyklen (mehr als 7 Jahre)
- i.d. Regel frische Ausschreibung
 - = jeder Auftrag ist wie ein Neukunde
 - = Akquise bedeutet viel Aufwand



Unbekaunte	5]]	Bekannte	(+)	Interessenten D	Käufer 🕃	Kunden &	Bob Safter BB	Produkte
								Heart (*)
								gold M
					\/			Innenausstatter
Empfehlung				Offerte	Aufbau	warten	Vergessen	
								Teaser o
								Free (
touchpoint marketing canvas, © Roland	Kännel netzwee	Könnel & Partner GmbH S+ Call	on 2015					

Unbekannte !	Bekannte	(*)	Interessenten Dr	Käufer (3	Kunden A	Bohafter BB	Produkte
							Heart (
							gold M
Empfehlung			Offerte	Aufbau	regelm. Informiere	n	Innenausstatter
							Teaser 6
							- schöne Bücher - Praxis-Seminare
					regelm. Informierer		
							Free (

Unbekaunte	5.73	Bekannte	*	Interessenten D	Käufer (Kunden	2	Bohafter BB	Produkte
									Heart 💙
									gold M
Empfehlung				Offerte	Aufbau)	Innenausstatter
Emplemang				• • • • • • • • • • • • • • • • • • •	Auibau	regelm	Informieren		
									Teaser
									- schöne Bücher
							\		- Praxis-Seminare
				1		regelm.	Informieren		
									Free (
									77

Touchpoint Marketing Canvas

- visualisiert die Kundenbeziehung
- zeigt Lücken in der Kommunikation
- führt systematisch die Kundenentwicklung

Touchpoint Marketing Canvas

- funktioniert mit jedem Unternehmen
- integrale Perspektive über alle Werbekanäle
- Touchpoints von Mensch zu Mensch

nächster Touchpoint:

Grill