

ZERNECKE

OMNICHANNEL SPICKZETTEL

Einmaleins der Kundenbindung





Fünf Schlüsselfragen

PLANUNG VON KAMPAGNEN

■ Was möchten Sie in welcher **Zielgruppe** erreichen?

Definieren Sie Merkmale und Attribute mit Blick auf das Wesentliche. Antizipieren Sie konkrete Reaktionen und Verhaltenstypen.

■ Wie unterscheiden sich **Kundensegmente**?

Argumentation und Messaging unterscheiden sich je nach Empfänger. Personas und Adoption Ladder gezielt formulieren und anwenden.

■ Welcher **Kanal-Mix** passt zum Ansprechpartner?

Mal am Messestand, dann am Smartphone. Finden Sie heraus, wie Sie Personen erreichen. Versuch und Irrtum messbar gestalten.

■ Welche **Berührungspunkte** auf der **Customer Journey**?

Timing und Details machen den Unterschied. Konsolidieren Sie das Wissen unterschiedlicher Perspektiven, um Theorie in die Praxis zu überführen.

■ Welche **Messpunkte** werden im **Funnel** überprüft?

Kampagnen kommen mit vielen Messgrößen, kurz- und langfristige. Welche unterstützen Steuerung, welche Analyse? Bleiben Sie pragmatisch.

Bei welchem
Verhalten
Ihrer Klienten
sprechen Sie
von Erfolg?

Kurzer Überblick

KREISLAUF DER KUNDENBINDUNG

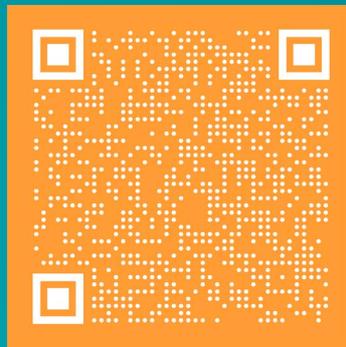
Mit Teamarbeit unterschiedlicher Fachbereiche zu Omnichannel

Kundenbindung ist ein kontinuierlicher Prozess. Die Wahrnehmung einer Marke kann sich zu jedem Zeitpunkt verändern, über zahlreiche Kanäle und Angebote hinweg. Chancen und Potenziale müssen erkannt und wahrgenommen werden. Führen Sie diverse Qualifikationen, klare Rollen und nutzenorientierte Technologie zusammen, um Kundenerlebnis und Unternehmen laufend zu optimieren.



**TECHNOLOGIE IST FÜR DEN MENSCHEN DA
NICHT DER MENSCH FÜR DIE TECHNOLOGIE**

ERLEBNISSE DIGITAL INSZENIEREN



zernecke.de