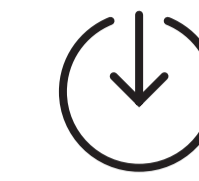


## Akquisition (Aquisition)



Wer sind unsere potentiellen Kunden und was suchen oder wollen sie?  
 Auf welchen Kanälen, an welchen Orten oder über welche Plattformen erreichen wir unsere potentiellen Kunden?  
 Wie kann ich ihre Aufmerksamkeit und ihr Interesse gewinnen?  
 Welche Formate, Inhalte und Kanäle sind dafür geeignet?  
 Welche Kennzahlen messen den Erfolg der Akquise abhängig vom jeweiligen Kanal?  
 Welche Werkzeuge benötigen wir, um diese Kennzahlen zu messen?

**Beispiele:**  
 Inhalte: Kundengeschichten, Interviews, Anleitungen, Produktvergleiche etc.  
 Formate: Whitepaper, Video, Blog-Beiträge etc.  
 Kanäle: Suchmaschinenwerbung, Retargeting, Anzeigenwerbung, Plakatwerbung, TV-Werbung etc.  
 Kennzahlen: Klickraten, Klickpreise, Reichweite, Abdeckung, Einschaltquoten, Kundenakquisitionskosten etc.  
 Werkzeuge: Ad-Manager, Web Analytics, Social Network Insights etc.

## Aktivierung (Activation)



Was sind unsere Kundenkontaktpunkte?  
 Welche Online- und Offline-Präsenzen bieten wir?  
 Was sind beispielsweise online geeignete Landing-Pages?  
 Welche Informationen, Angebote, Dienste oder Unterhaltung sucht der Kunde auf diesen Präsenzen?  
 Was müssen wir dem Kunden bieten, damit er uns kontaktiert bzw. uns seine Kontaktdaten hinterlässt?  
 Was müssen wir darüber hinaus bieten, damit der Kunde bei uns bleibt?  
 Wie machen wir den Kunden auf unsere Produkte und Dienstleistungen aufmerksam?  
 Welche Kennzahlen messen den Erfolg der Aktivierung?  
 Welche Werkzeuge benötigen wir, um diese Kennzahlen zu messen?

**Beispiele:**  
 Inhalte: Produktkatalog, Preislisten, technische Daten, Angebotsbeschreibung, AGB, Zertifikate, Referenzen etc.  
 Formate: Online-Shop, Show-Rooms, Probeprodukte, Probeabos etc.  
 Funktionen: Kontaktformular, Produktsuche, Warenkorb etc.  
 Kanäle: Website, Profile in sozialen Netzwerken, mobile Anwendungen, Laden, Call-Center etc.  
 Kennzahlen: Besuche(r), Registrierungen, Aktive Nutzer, qualifizierte Leads etc.  
 Werkzeuge: CRM-System, Web Analytics, Mobile Analytics etc.

## Bindung (Retention)



Welche Gründe hat der Kunde uns erneut zu besuchen?  
 Wie können wir ihn motivieren, uns wieder zu besuchen?  
 Welche Möglichkeiten bieten wir dem Kunden, mit uns in Kontakt zu bleiben?  
 Welche Vorteile hat der Kunde davon?  
 Welche Kanäle bieten wir dem Kunden hierfür?  
 Welche Kennzahlen messen den Erfolg der Kundenbindung?  
 Welche Werkzeuge benötigen wir, um diese Kennzahlen zu messen?

**Beispiele:**  
 Inhalte: neue Produkte und Angebote, wichtige Aktualisierungen etc.  
 Formate: Newsletter, persönliche Benachrichtigungen etc.  
 Kanäle: Email, mobile Benachrichtigungen, SMS, Chat-Apps etc.  
 Kennzahlen: Wiederkehrrate, Kündigungsquote etc.  
 Werkzeuge: CRM-System, Web Analytics, Mobile Analytics etc.

## Umsatz (Revenue)



Welche Produkte und Dienstleistungen verkaufen wir auf den Präsenzen?  
 Wie überzeugen wir den Kunden zu kaufen?  
 Welche zusätzlichen Informationen oder Anreize wünscht sich der Kunde?  
 Wie kauft und bezahlt der Kunde die Ware?  
 Was passiert nach dem Kauf?  
 Welche Kennzahlen messen den Verkaufserfolg?  
 Welche Werkzeuge benötigen wir, um diese Kennzahlen zu messen?

**Beispiele:**  
 Produkte / Dienstleistungen: Ware, Information, Software, Service etc.  
 Bereitstellung: Versand, Download, Streaming, X-as-a-Service etc.  
 Kanäle: Website, App-Store, Marktplatz, Laden etc.  
 Kennzahlen: Durchschnittlicher Umsatz pro Nutzer, Warenkorbgröße etc.  
 Werkzeuge: ERP-System, CRM-System, Web Analytics etc.

## Empfehlung (Referral)



Welche Anlässe gibt es für den Kunden uns zu empfehlen?  
 Wie können wir Empfehlungen incentivieren oder motivieren?  
 Welche Möglichkeiten bieten wir dem Kunden für Empfehlungen?  
 Auf welchen Kanälen kann ein Kunde eine Empfehlung aussprechen?  
 Welche Kennzahlen messen den Erfolg der Empfehlungen?  
 Welche Werkzeuge benötigen wir, um diese Kennzahlen zu messen?

**Beispiele:**  
 Inhalte: Freundschaftsrabatte, exklusive Angebote, Bewertungen etc.  
 Funktionen: Teilen-Button, Per-Email-Senden-Button etc.  
 Kanäle: Email, Beiträge in sozialen Netzwerken, Mundpropaganda, Nachrichten in Chat-Apps etc.  
 Kennzahlen: Empfehlungen, Akzeptanzrate, k-Factor etc.  
 Werkzeuge: Befragung, Web-Tracking, Einladungscode etc.