



# CUSTOMER JOURNEY

Sie möchten Ihren Kunden innovative Serviceleistungen anbieten, wissen aber nicht, was relevant wäre?  
Die Mitarbeiterfluktuation in Ihrem Unternehmen ist hoch? Sie möchten wissen, was den Mitarbeitern wichtig ist abgesehen von Gehaltserhöhungen und Boni?  
Tauchen Sie ein in die Produkt- und Dienstleistungserfahrung aus Sicht Ihrer Kunden oder Mitarbeiter. Betrachten Sie Aktionen eines typischen Kunden oder Mitarbeiters („Persona“). Erleben Sie deren Erfahrungen, Bedürfnisse, Ängste und Nöte. Identifizieren Sie sich mit den Einblicken in kritische Punkte und gestalten Sie effektive Interaktionen, wie Marketingmaßnahmen oder Serviceinnovationen. Lernen Sie Probleme vorzusehen und entwickeln Sie Strategien, um flexibel damit umzugehen.  
Durch den Customer-Journey -Prozess wird das Produkterlebnis reibungslos und unvergesslich. Hiermit machen Sie Ihre Kunden nachhaltig zu Meinungsbildnern für Ihre Produkte.

## TEILNEHMERKREIS

Marketingverantwortliche, Produktmanager, Geschäftsführer, Business Development Manager oder Personalverantwortliche. Menschen, die sich von strategischer und organisatorischer Seite mit Produkt- und Serviceinnovationen beschäftigen.

## INHALT

Customer Journey wird anhand eines echten Praxisbeispiels gemeinsam und interaktiv als Phasenablauf aufgebaut. Teilnehmer erläutern ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu den einzelnen Phasen des Kundenerlebnisses.

- ✓ Stakeholder Map – Welche Akteure sind relevant in und um das Produkterlebnis?
- ✓ Entwicklung einer Kunden-Persona
- ✓ Erarbeitung der einzelnen Phasen – von der Entstehung des Bedürfnisses, über Recherche, Kaufentscheidung, Vertrag, After-Sales und Empfehlung.
- ✓ Entwicklung der von Perspektiven in den unterschiedlichen Stationen und Ereignissen, die der Kunde durchläuft, inklusive Emotionen, Umfeldfaktoren und Hintergrundprozessen.
- ✓ Identifikation kritischer Punkte im Prozess des Kundenerlebnisses mit der Definition spezifischer Bedürfnisse eines Akteurs. Ideenfindung zu priorisierten Problemstellungen.
- ✓ Entwicklung von Service-Ideen-Prototypen.
- ✓ Zusammenfassung & Reflexion.

Ein Customer Journey Prozess bietet sich auch perfekt als Grundlage für jeden Marketingplan oder zur Ideen-Generierung für eine Marketing- oder Vertriebsmannschaft bei Re-Positionierung etablierter Produkte an.

## ANSPRECHPARTNER

Seminarberatung: Cornelia Schweneke, T +49 30 7871831-0

## IHR NUTZEN

Sie entwickeln Ihr Einfühlungsvermögen hinsichtlich der Bedürfnisse Ihrer Kunden oder Mitarbeiter. Sie gestalten Orientierung und werden zur Inspirationsquelle. Mit unkonventionellen Kreativmethoden werden Sie Ideen generieren und daraus individuelle Service-Konzepte entwickeln.

## FAKTEN

### DAUER

1 Tag

### MAX. TEILNEHMERZAHL

8

### TEILNAHMEGEBÜHR

900,00 € exkl. MwSt.

1.071,00 € inkl. MwSt.

### UNTERRICHTSZEITEN

09:00 Uhr – 18:00 Uhr  
oder nach Vereinbarung



MIT DIESEM FORMULAR KÖNNEN SIE SICH JETZT ANMELDEN ODER INFORMIEREN.

FAX: +49 30 398099-29

EMAIL: [akademie@time2.de](mailto:akademie@time2.de)

Seminartitel

Seminarort

Seminardatum

### TEILNEHMERDATEN

Name

Ich möchte Informationen zu weiteren Seminaren. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf.

Vorname

Seminarthema

Firma

Ich habe die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der time2-Akademie gelesen und akzeptiere diese als Bestandteil dieses Vertrages.

Position / Abteilung

Straße

Unterschrift

PLZ, Ort

Sollten Sie Unterstützung bei der Buchung von einer Unterkunft oder der Anfahrt benötigen, helfen wir Ihnen gerne. Wir empfehlen Ihnen gerne auf Wunsch ein Hotel in der Nähe.

Email

Rufen Sie uns einfach an:

Telefon

+49 30 7871831-0

Fax

time2-Akademie  
Dudenstr. 10  
10965 Berlin