

**Input/Info**

	<b>WHY/WARUM?</b> <b>Was ist das höhere Anliegen deines Unternehmens/Vereines/NGO usw.?</b>			
Dein Why muss immateriell sein, jemandem anderen Nutzen stiften und deine eigenen Möglichkeiten übersteigen - größer sein, als du selbst bist. Trage hier die Formulierung deines Why ein.				

	<b>WER?</b> <b>Wer sind deine Kunden?</b>			
--	--	--	--	--

	Kunde A	Kunde B	Kunde C	Kunde D
Falls du bereits mit Personas arbeitest, trage hier deine Personennamen ein.	<u>Demografische Daten</u> Alter: Einkommen: Bildungsgrad: Berufliche Position: Wohnort:	<u>Demografische Daten</u> Alter: Einkommen: Bildungsgrad: Berufliche Position: Wohnort:	<u>Demografische Daten</u> Alter: Einkommen: Bildungsgrad: Berufliche Position: Wohnort:	<u>Demografische Daten</u> Alter: Einkommen: Bildungsgrad: Berufliche Position: Wohnort:
Erweitere die Fragen so, dass sie dir möglichst viel Nutzen bringen. Überlege dir, zu welchen Fragen du Antworten brauchst, um deinen Kunden besser zu verstehen.	<u>Beschreibung des Kunden</u> Ziele: Herausforderungen: Bedürfnisse: Weitere Insights:	<u>Beschreibung des Kunden</u> Ziele: Herausforderungen: Bedürfnisse: Weitere Insights:	<u>Beschreibung des Kunden</u> Ziele: Herausforderungen: Bedürfnisse: Weitere Insights:	<u>Beschreibung des Kunden</u> Ziele: Herausforderungen: Bedürfnisse: Weitere Insights:
Wichtig: Teile diese in heterogene Gruppen auf.				

	<b>WAS?</b> <b>Mit welchen Themen willst du deinen Kunden begegnen?</b>			
Überlege, welche Themenblöcke für deine Kunden interessant sind und welchen Nutzen du ihnen damit stiften kannst.				
<p><u>Stell dir folgende Fragen:</u> Welche Infos oder Hilfsmittel könntest du bereitstellen, die dein Kunde brauchen könnte? Was können Kunden brauchen, während oder nachdem sie dein Produkt gekauft oder deine Dienstleistung konsumiert haben? Was beschäftigt deine Kunden? Was sind ihre Probleme, Herausforderungen und Ziele, bei denen du sie unterstützen kannst?</p>	<p><u>Beispiele:</u> Reisen Lebensqualität Technologie Familie Ernährung beruflichen Erfolg etc.</p>			

	<b>WO?</b> <b>Offline-und Online-Touchpoints, die du mit deinen Kunden planst?</b>			
<p><u>Stell dir folgende Fragen:</u> Auf welchen Plattformen lässt sich dein Unternehmen passend in Szene setzen? Wo sind deine unterschiedlichen Kundengruppen unterwegs? → In der Schnittmenge solltest du dich bewegen. Wie wirst du die Themen und Messages transportieren Online wie Offline? Über einen Blog, FB, Twitter, Insta, Promotion, Flyer, Katalog etc?</p>	<p><u>Beispiele:</u> Offline: Promotion im stationären Handel: Flyer, POS-Material Online: auf Fb, Homepage etc.</p>			

	<b>WANN?</b> <b>Wann willst du deine Kunden erreichen?</b>			
<p><u>Stell dir folgende Fragen:</u> Wann erreichst du welche deiner Zielgruppen am besten? -&gt; das kann von Plattform zu Plattform variieren Welche zeitlich abhängigen Promotions oder Kommunikationsmaßnahmen müssen berücksichtigt werden? In welchen zeitlichen Abständen möchtest die welche Kanäle bedienen?</p>	<p><u>Beispiele:</u> Facebook: reguläre Postings 3x die Woche, 2x XY Content, Themenwochen XY Instagram: tägliche Postings, in der Früh oder zur Mittagspause Blog: alle 7-10 Tage Neuer Blogbeitrag</p>			