

# Marken-Ökosystem



Physisch



Digital

Interesse wecken



Kaufabsicht verstärken



Kauf unterstützen & abwickeln



Nutzung begleiten



# Marken-Ökosystem (Ausfüllhilfe)

*Ziel des Marken-Ökosystems ist es, einen Überblick des aktuellen Markenauftritts zu gewinnen und Verknüpfungen zwischen physischen und digitalen Kanälen herzustellen.*

*Als roter Faden hilft dabei der Kundenlebenszyklus. Kontaktpunkte, die über mehrere Phasen hinweg relevant sind, werden entsprechend markiert.*



## **Interesse wecken:**

Wie gewinnen wir die Aufmerksamkeit der Kunden?  
Wodurch kann die Zielgruppe lernen, dass unser Produkt für sie relevant ist?  
Wie und wo werden wir aktuell gefunden?



## **Kaufabsicht verstärken:**

Wie „verkaufen“ wir unser Produkt / unseren Service?  
Welche Medien nutzen wir im Vertrieb?  
Wo informieren sich die Kunden selbst?  
Helfen sich die Kunden u.U. untereinander weiter?



## **Kauf unterstützen & abwickeln:**

Wo können die Kunden unsere Produkte & Services kaufen?  
Welche Hilfsmittel bieten wir für den Kauf an?  
Wo erhalten die Kunden das Produkt?



## **Nutzung begleiten:**

Wie unterstützen wir die erste Nutzung?  
Wo erhalten die Kunden Hilfe bei Problemen?  
Wo gibt es z.B. Zubehör oder passende Dienstleistungen?  
Wie begleiten wir die Kunden in der täglichen Nutzung?  
Wann aktivieren wir die Kunden z.B. für Wiederkäufe?

*Verbinden Sie die gefundenen Kontaktpunkte mit Linien. Interessant ist auch, wie weit entfernt oder stark verknüpft Medien sind — hierfür ist die schraffierte Fläche ein Indikator.*