

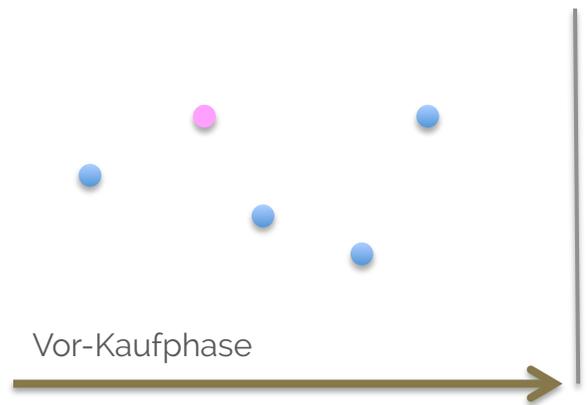
**1000**

WIR OPTIMIEREN VERTRIEB!

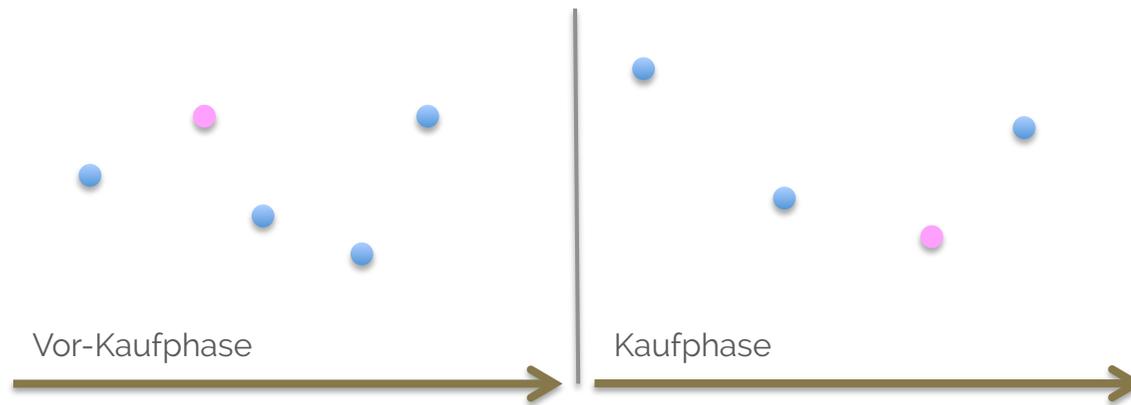
„Nur die ganzheitliche  
Optimierung von  
**Kontaktpunkten** führt  
langfristig zum Erfolg!

**Benjamin Loos**  
Gründer 1000MAL

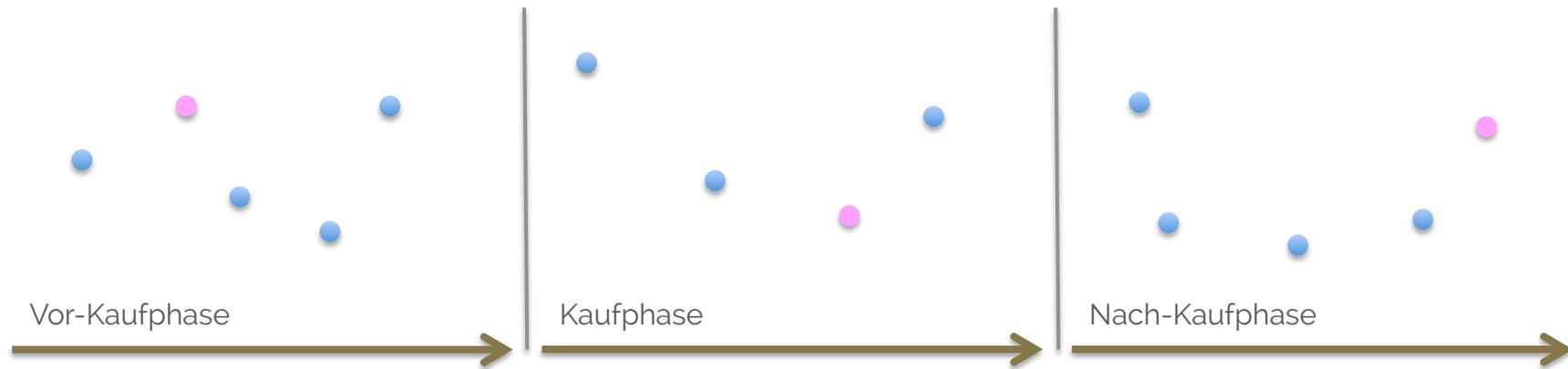
# Kaufprozess:



# Kaufprozess:



# Kaufprozess:



# Was genau sind Kontaktpunkte?

# Was genau sind Kundenkontaktpunkte?

Als Kontaktpunkt kann grundsätzlich jeder physische oder auch digitale Berührungspunkt eines Unternehmens mit einem Kunden bezeichnet werden. (engl. Touchpoint)

	Direkt	Indirekt
Zweiseitig	<ul style="list-style-type: none"><li>• Persönlicher Verkauf</li><li>• Call Center</li><li>• E-Mail-Verkehr</li><li>• Moderiertes Markenforum</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mundpropaganda</li><li>• Blogs</li><li>• Communities</li><li>• Meinungsportale</li></ul>
Einseitig	<ul style="list-style-type: none"><li>• TV-Spot</li><li>• Product Placement</li><li>• Verpackung</li><li>• Point-of-Sale ohne Dialog</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mediale Berichterstattung</li><li>• Testberichte</li></ul>

# Die Grundvoraussetzungen um Kontaktpunkte zu optimieren sind:

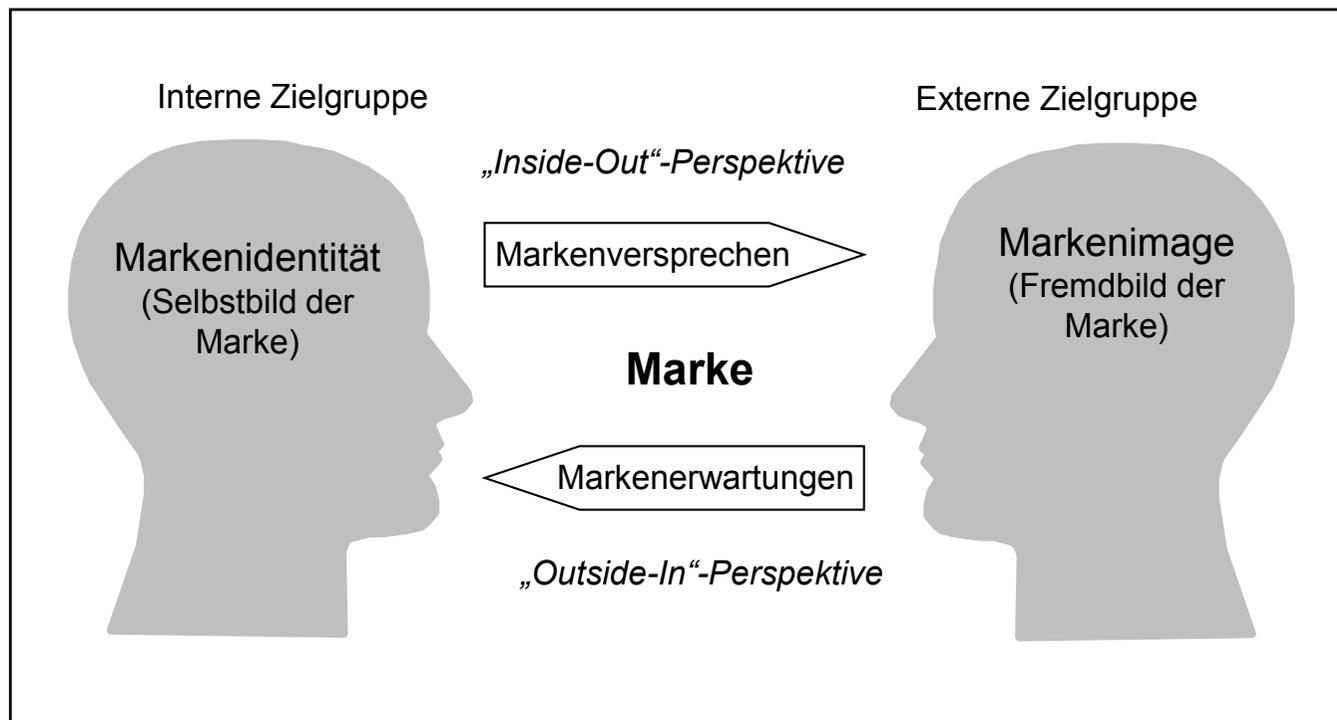
## **1. Markenidentität**

Wer sind wir und was versprechen wir unseren Kunden?

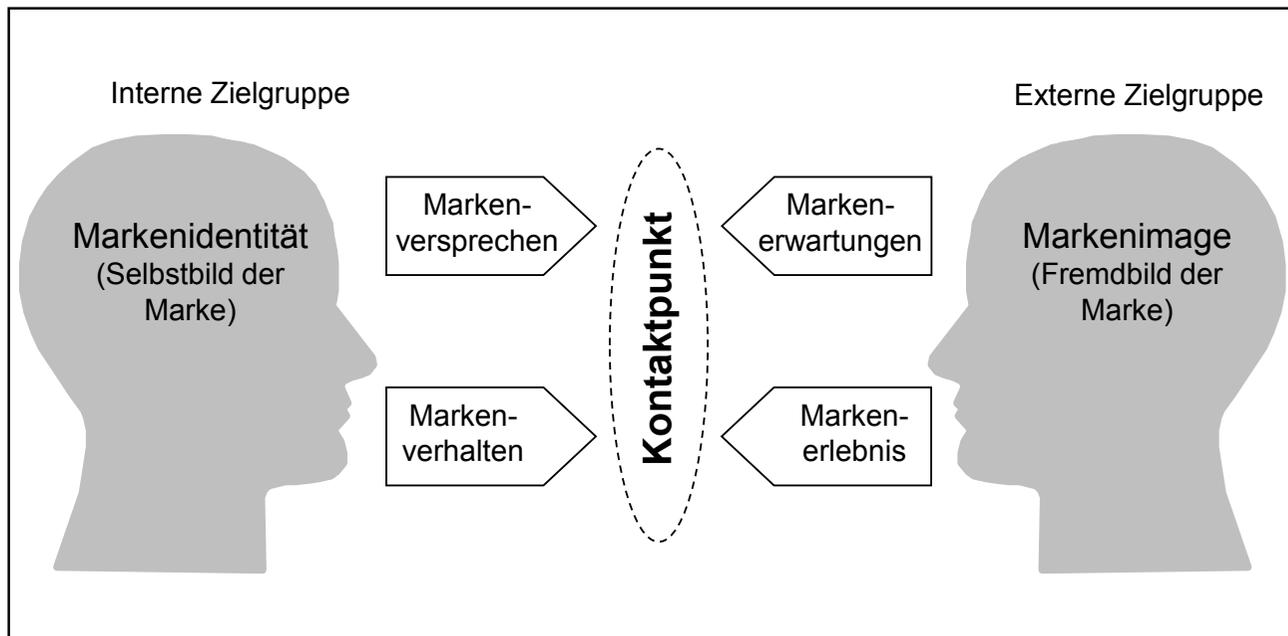
## **2. Kundentypologisierung**

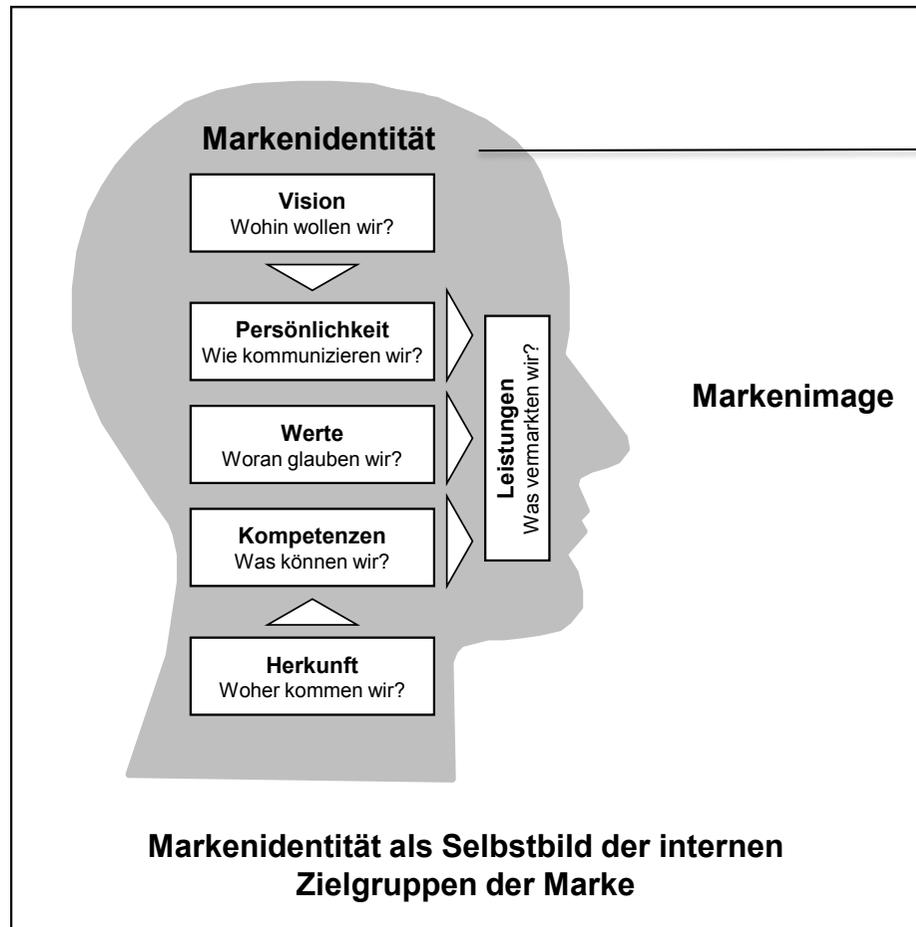
Wer sind unsere Kunden?

# Markenidentität



## Das Markennutzenversprechen als Bindeglied zu den Kontaktpunkten:



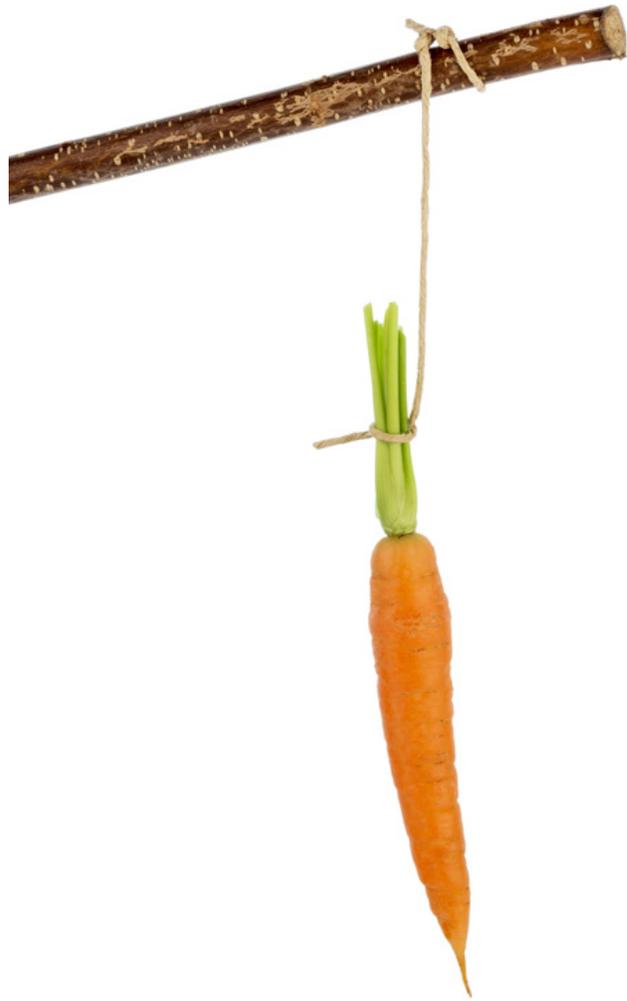


## Markennutzenversprechen

Das Markennutzenversprechen verdichtet die sechs Komponenten der Markenidentität zu einem funktionalen und symbolischen Kundennutzen. Das Ziel besteht darin, die für das Kaufverhalten der Nachfrager wichtigsten Bedürfnisse und Markeneigenschaften in diesen Aussagen abzubilden und sich damit zugleich vom Wettbewerb zu differenzieren.

# Kumentypologisierung

Wer seine Kunden nicht kennt, kann ihnen nichts verkaufen und erzeugt enorme Streuverluste in der Kommunikation!



# Wie optimiert man Kontaktpunkte?

<b>Bewertungsmatrix</b>						
	Einfluss auf die Kaufwahrscheinlichkeit	Einfluss auf die Kundenzufriedenheit	Markenträgerpotenzial	Frequenz und Dauer	Potenzial zur Differenzierung im Wettbewerb	Gesamtbewertung
<b>Kontaktpunkt 1</b>						
<b>Kontaktpunkt 2</b>						
<b>Kontaktpunkt 3</b>						
<b>Kontaktpunkt 4</b>						
<b>Kontaktpunkt 5</b>						
<b>Kontaktpunkt 6</b>						
<b>Kontaktpunkt 7</b>						
<b>Kontaktpunkt 8</b>						
<b>Kontaktpunkt 9</b>						
<b>Kontaktpunkt 10</b>						

Bewertungsmatrix						
	Einfluss auf die Kaufwahrscheinlichkeit	Einfluss auf die Kundenzufriedenheit	Markenträgerpotenzial	Frequenz und Dauer	Potenzial zur Differenzierung im Wettbewerb	Gesamtbewertung
Suchmaschinen-ergebnisse	1	3	2	1	1	1
Anzeigen	2	2	5	2	4	2
Pressemitteilungen	2	1	1	1	1	1
Mailings	3	2	4	2	4	3
Katalog	4	5	5	4	5	5
Werbemittel	1	1	3	1	2	1
Geschäftsausstattung	1	1	2	1	2	1
MS-Flyer	3	3	4	2	3	3
Unternehmenszeitschrift	1	2	4	2	4	2

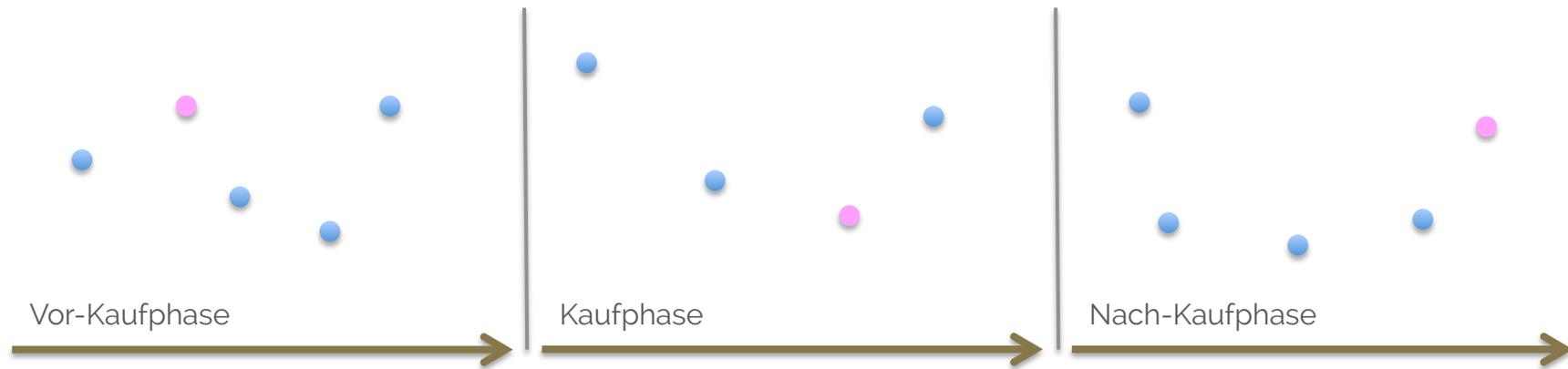
(5 = sehr hoch, 4 = hoch, 3 = neutral, 2 = gering, 1 = sehr gering)

Gesamtbewertung < 3

Bewertungsmatrix						
	Einfluss auf die Kaufwahrscheinlichkeit	Einfluss auf die Kundenzufriedenheit	Markenträgerpotenzial	Frequenz und Dauer	Potenzial zur Differenzierung im Wettbewerb	Gesamtbewertung
Homepage	2	3	5	4	4	4
YouTube Portal	2	3	4	2	4	3
Messestand	4	4	5	4	5	4
Handmuster, Musteranlage, Showroom	4	4	5	4	4	4
Planungstool (SFD)	4	4	3	4	4	4
Mitarbeiter	5	5	5	5	5	5
IBS	5	5	5	5	5	5
Katalog	4	5	5	4	5	5
MS-Flyer	3	3	4	2	3	3
Unternehmenszeit-schrift	1	2	4	2	4	3

(5 = sehr hoch, 4 = hoch, 3 = neutral, 2 = gering, 1 = sehr gering)

# Kaufprozess:



„Wer seine **Kontaktpunkte** optimieren möchte, muss sich zuerst mit sich selbst und mit **s e i n e n K u n d e n** auseinandersetzen. Der Kontaktpunkt ist nur Mittel zum Zweck!“

**Benjamin Loos**  
Gründer 1000MAL

„Wer seine **Kontaktpunkte** optimieren hat, macht seinem Vertrieb das Leben leichter!“

**Benjamin Loos**  
Gründer 1000MAL



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**Benjamin Loos**

Chef-Optimierer & Kundenflüsterer

[www.1000mal.de](http://www.1000mal.de)

[www.kundenfluesterer.de](http://www.kundenfluesterer.de)