

Customer journey



	AUFMERKSAMKEIT Der potenzielle Kunde wird sich der Marke/des Produkts zum ersten Mal bewusst.	ÜBERLEGUNG Der Kunde recherchiert und vergleicht verschiedene Optionen, um sein Problem zu lösen oder sein Bedürfnis zu erfüllen.	ENTSCHEIDUNG Der Kunde trifft eine endgültige Kaufentscheidung und wählt ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung aus.	BINDUNG Nach dem Kauf werden Maßnahmen ergriffen, um den Kunden zu binden und zu weiteren Käufen zu motivieren.	FOLLOW-UP/LOYALITÄT Kunden sind nicht nur wiederkehrende Käufer, sondern empfehlen die Marke aktiv weiter und zeigen eine starke Bindung.
PAIN POINTS Welche Probleme und Herausforderungen hat die Persona in dieser Phase?					
USER ACTION Was tut die Persona, um dieses Problem zu lösen? An wen wendet sie sich? Wie geht sie diese Herausforderung an?					
TOUCHPOINTS Wo können wir die Persona in dieser Phase erreichen? Wo könnte sie mit uns in Berührung kommen? Wo sollten wir unsere Inhalte platzieren?					
LÖSUNG Welche Lösungen können wir der Persona für ihr Problem anbieten? Wie können wir ihr helfen, es zu lösen?					
CONTENT Welche Art von Inhalten kann die Persona am besten informieren, unterstützen oder überzeugen? Formate? Ideen?					