

Die Customer Journey

Ein Leitfaden zur Kundengewinnung am Beispiel von Tech-as-a-Service

Was ist die Customer Journey?

Tech Data unterstützt Sie dabei, einen potenziellen Kunden bei seiner Kaufentscheidung – der sogenannten Customer Journey, die in 5 Schritten erfolgt – für sich zu gewinnen.

Dieser Leitfaden hilft Ihnen, Ihren B2B-Kunden und seine Anforderungen besser zu verstehen. Sie erfahren, welche Ziele und Wünsche er in jeder Phase seiner Kaufentscheidung verfolgt

und was Sie als Händler tun können, um ihn von dem Hardware-Leasingmodell Tech-as-a-Service zu überzeugen. Außerdem beschreibt er, über welche Kanäle Sie mit Ihrem Kunden kommunizieren können und welche Materialien Sie auf dem Tech Data Portal nutzen können, um dies sofort in die Tat umzusetzen.

Die fünf Schritte der Customer Journey sind:

AWARENESS

Ihr potenzieller Kunde wird auf Tech-as-a-Service aufmerksam.

CONSIDERATION

Ihr potenzieller Kunde hat Interesse an Tech-as-a-Service und informiert sich darüber.

CONVERSION

Ihr potenzieller Kunde entscheidet sich für einen Vertragsabschluss.

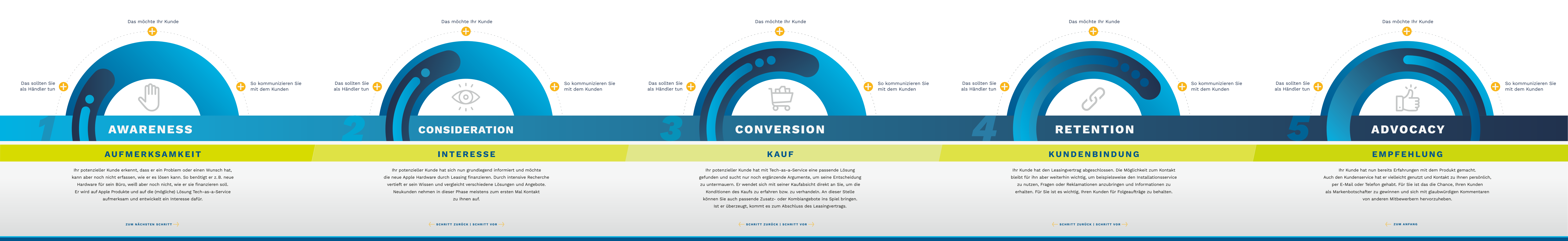
RETENTION

Es erfolgen Maßnahmen zur Kundenbindung.

ADVOCACY

Ihr Kunde empfiehlt Tech-as-a-Service weiter.





Das sollten Sie als Händler tun +

Das möchte Ihr Kunde +

So kommunizieren Sie mit dem Kunden +

Das sollten Sie als Händler tun +

Das möchte Ihr Kunde +

So kommunizieren Sie mit dem Kunden +

Das sollten Sie als Händler tun +

Das möchte Ihr Kunde +

So kommunizieren Sie mit dem Kunden +

Das sollten Sie als Händler tun +

Das möchte Ihr Kunde +

So kommunizieren Sie mit dem Kunden +

Das sollten Sie als Händler tun +

Das möchte Ihr Kunde +

So kommunizieren Sie mit dem Kunden +

1

AWARENESS

AUFMERKSAMKEIT

Ihr potenzieller Kunde erkennt, dass er ein Problem oder einen Wunsch hat, kann aber noch nicht erfassen, wie er es lösen kann. So benötigt er z. B. neue Hardware für sein Büro, weiß aber noch nicht, wie er sie finanzieren soll. Er wird auf Apple Produkte und auf die (mögliche) Lösung Tech-as-a-Service aufmerksam und entwickelt ein Interesse dafür.

ZUM NÄCHSTEN SCHRITT

2

CONSIDERATION

INTERESSE

Ihr potenzieller Kunde hat sich nun grundlegend informiert und möchte die neue Apple Hardware durch Leasing finanzieren. Durch intensive Recherche vertieft er sein Wissen und vergleicht verschiedene Lösungen und Angebote. Neukunden nehmen in dieser Phase meistens zum ersten Mal Kontakt zu Ihnen auf.

SCHRITT ZURÜCK | SCHRITT VOR

3

CONVERSION

KAUF

Ihr potenzieller Kunde hat mit Tech-as-a-Service eine passende Lösung gefunden und sucht nur noch ergänzende Argumente, um seine Entscheidung zu untermauern. Er wendet sich mit seiner Kaufabsicht direkt an Sie, um die Konditionen des Kaufs zu erfahren bzw. zu verhandeln. An dieser Stelle können Sie auch passende Zusatz- oder Kombiangebote ins Spiel bringen. Ist er überzeugt, kommt es zum Abschluss des Leasingvertrags.

SCHRITT ZURÜCK | SCHRITT VOR

4

RETENTION

KUNDENBINDUNG

Ihr Kunde hat den Leasingvertrag abgeschlossen. Die Möglichkeit zum Kontakt bleibt für ihn aber weiterhin wichtig, um beispielsweise den Installationsservice zu nutzen, Fragen oder Reklamationen anzubringen und Informationen zu erhalten. Für Sie ist es wichtig, Ihren Kunden für Folgeaufträge zu behalten.

SCHRITT ZURÜCK | SCHRITT VOR

5

ADVOCACY

EMPFEHLUNG

Ihr Kunde hat nun bereits Erfahrungen mit dem Produkt gemacht. Auch den Kundenservice hat er vielleicht genutzt und Kontakt zu Ihnen persönlich, per E-Mail oder Telefon gehabt. Für Sie ist das die Chance, Ihren Kunden als Markenbotschafter zu gewinnen und sich mit glaubwürdigen Kommentaren von anderen Mitbewerbern hervorzuheben.

ZUM ANFANG