

» Wenn du deinen Kunden nicht kennst,  
kannst du nicht wissen, was er braucht! «

Jochen Koop, CEO

experience design

Entdecke deinen Kunden.

\* business  
design  
people

\* **Wir sind  
Unternehmens-  
entwickler.  
Wir schaffen  
maßgeschneiderte  
Lösungen.**

Früher oder später werden alle Unternehmen mit dem Wandel in ihrem Umfeld konfrontiert: Industrie 4.0, disruptive und demografische Veränderungen, Wertewandel, Digitalisierung, Geschwindigkeit des Wandels, neue Technologien, erhöhte Kundenanforderungen sowie zunehmende Individualisierung und Komplexität.

In diesem Kontext ist es wichtiger denn je, Prozesse umzugestalten, neue Märkte zu erobern, Strategien zu entwickeln und nachhaltig zu wachsen. Unsere Aufgabe ist es, Unternehmen auf allen Ebenen gleichermaßen agil und innovativ zu machen. Wir beraten, begleiten, coachen und bilden aus. Mit unserer einzigartigen Methode Business Design helfen wir erfolgreich Unternehmen über alle Ebenen und Abteilungen hinweg ein neues und zeitgemäßes Mindset zu entwickeln. Wir verstehen den Anspruch unserer Kunden.



Wir alle kennen das Problem: Man entwickelt ein Produkt, steckt viel Entwicklungsbudget und noch mehr Herzblut hinein, und aus unerklärlichen Gründen verkauft es sich nach der Markteinführung nicht. Schlimmer noch: die Kunden senden das Produkt zurück. Wie kann das passieren? Wir haben doch alles berücksichtigt. Das Produkt ist Innovativ, hat ein zeitgemäßes Design und unsere Marktanalysen wiesen alle in dieselbe Richtung. Wir haben doch alles richtig gemacht! Alles. Wirklich? Und was sagt der Kunde dazu?

Wir leben in einer Welt des Überangebots, in der täglich Tausende Produkte auf den Markt drängen und Abertausende von Produktoptimierungen um die Aufmerksamkeit des Kunden buhlen. Was der

Kunde aber wirklich sucht, ist Identifikation. Mit dem Produkt, der Sache, dem Unternehmen.

Kennst du deinen Kunden wirklich? Weißt du, wie er tickt, was ihn bewegt und wie er angesprochen werden will? Wo sind die Berührungspunkte mit ihm? Was kannst du tun, um die Zufriedenheit des Kunden zu steigern und ihn zu einem glücklichen Menschen zu machen, der sich vertrauensvoll an dich wendet, wenn er seinen nächsten Kauf tätigt? **Mit Experience Design deckst du Schwachstellen in der Kommunikation auf und lernst den Kunden richtig kennen.**



experience  
design

## Experience Design schafft einzigartige Kundenerlebnisse.

In der Interaktion mit Produkten und Services entstehen wiederkehrende, replizierbare Kundenerfahrungen und -interaktionen mit nachhaltig positiver Wirkung. Daraus resultieren eine hohe Kundenzufriedenheit, eine starke Kundenbindung und eine erhöhte Bereitschaft zu Folgekäufen.

## Fallbeispiel: Kommunikation verbessern, Kunden gewinnen

Um sich langfristig ihre Kunden zu sichern und auch bisherige Nicht-Kunden zu erreichen, dachte ein mittelständisches Unternehmen über eine Neuausrichtung ihrer Kommunikation und eine Verbesserung von Kundenerlebnissen nach. Im Zuge dieser Überlegungen stellte sich zusätzlich die Frage, wie das Marketing den Vertrieb besser und zielgerichteter unterstützen könne.

Die Herausforderung bestand darin, die Zielgruppe für die Produkte des Unternehmens auszudefinieren, das interne Verständnis für den Kunden in einer heterogenen Teamzusammenstellung aufzubauen und daraus Maßnahmen für positivere Kundenerlebnisse abzuleiten.



Unser Ansatz, den Kunden nicht als anonyme Zielgruppe zu betrachten, sondern den Nutzen, den der Kunde aus dem Produkt zieht, in den Fokus zu stellen, ermöglichte uns in gemeinsamen Workshops mit Marketing und Vertrieb, die eigentlichen Kundenbedürfnisse herauszuarbeiten. So konnte die „Zielgruppe“ des Unternehmens ausgemacht und ein Prozess in Gang gesetzt werden, der eine Vielzahl neuer Ideen und Maßnahmen zur Förderung der Kundenzufriedenheit zur Folge hatte.

Mit den resultierenden Marketingmaßnahmen konnten so positive Kundenerlebnisse erzeugt werden, die neue Up- und Cross-Selling Potenziale erschlossen haben. Darüber hinaus konnten durch das gemeinsame Erarbeiten der Maßnahmen die Abteilungen Vertrieb und Marketing ein besseres Verständnis füreinander und für den Kunden entwickeln und dadurch besser zusammenarbeiten.



### Kurz und knapp


**Branche:** Gesundheitsmanagement

**Unternehmensgröße:** Mittelstand

**Herausforderung:** Neuausrichtung der Kommunikation, um Kundenbedürfnisse besser identifizieren und verstehen zu können. Schaffung besserer Kundenerlebnisse und eine Optimierung der Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing. Verständnis für die Zielgruppe in einem heterogenen Team schärfen.

**Werkzeuge & Methoden:** Customer-Touchpoint-Analyse, Moodboard, Persona, Jobs-to-be-done, Kunden-Nutzen-Matrix, Ideation

**Ergebnis:** Durch neues on- und offline-Marketing wurden positive Kundenerlebnisse erzeugt und so zusätzliche Up- und Cross-Selling-Potenziale erschlossen.



# So geht's los!

## Customer Touchpoint-Analyse

2 Tag

Methode erlernen

- + Touchpoints identifizieren
- + Touchpoints analysieren
- + Kundenbedürfnisse erkennen

---

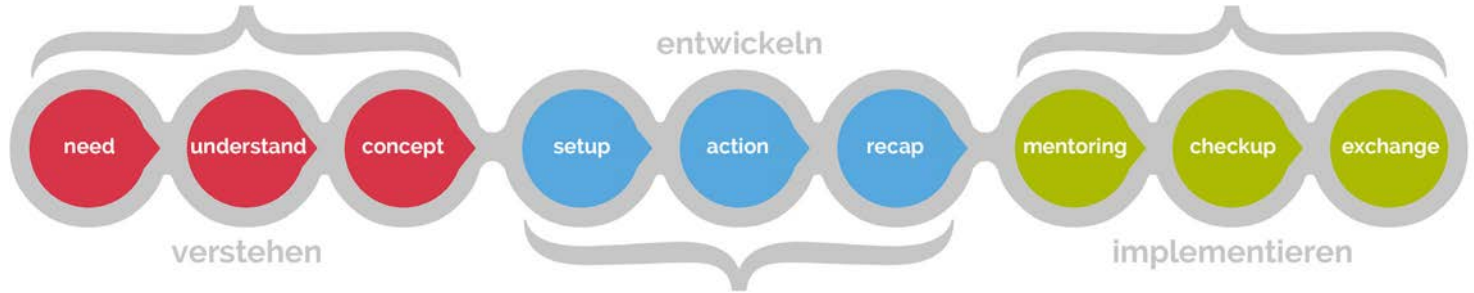
= Kommunikationslücken  
erkannt und geschlossen



# Projektlauf

- ✓ Problemstellung herausfinden
- ✓ Herausforderung klar formulieren
- ✓ Überblick verschaffen
- ✓ gewünschte Ziele definieren
- ✓ passendes Konzept entwickeln
- ✓ entsprechendes Angebot beschließen

- ✓ Nachhaltigkeit des Erlernten sicherstellen
- ✓ Mentor und Sparringspartner sein
- ✓ Überprüfung der Anwendung erlernter Methoden und Fähigkeiten
- ✓ Innovationskultur befeuern
- ✓ begleiten der weiteren Entwicklung



- ✓ Masterplan erstellen
- ✓ Zeiträume und Details klären
- ✓ Maßnahmen durchführen und anpassen
- ✓ konstruktives Resümee ziehen
- ✓ Ergebnisse kritisch hinterfragen
- ✓ ggf. neue Maßnahmen besprechen

» Der Kunde verleiht Unternehmen Flügel.  
Ohne ihn, sind wir nur eine leichte Beute! «

Jochen Koop, CEO



## Nutzen von Experience Design

Den Kunden und die Zielgruppe klar umreißen und verstehen zu können, ist das A und O bei der erfolgreichen Vermarktung von Dienstleistungen und Produkten. Experience Design bietet das Handwerkszeug, um die Zielgruppe anhand ihrer Bedürfnisse auszudefinieren, die Berührungspunkte und die Kommunikation mit ihr zu optimieren und so ein besseres Verständnis für den Kunden zu erhalten. Mit diesem Verständnis ist es leicht den Fokus zu behalten, Entwicklungsbudgets zielgerichtet einzusetzen und Produkte am Markt zu etablieren, auf die der Kunde bereits gewartet hat.




neogramm   
software für die industrie

**Kraft Heinz**

 **Publicis**  
PIXEL PARK

**Raiffeisen**

**swb**

 **Acreal Bank**


 **BASF**  
We create chemistry

**DB**

 **COLORS & EFFECTS**

**HIMA** SMART SAFETY.

 **GRÜNENTHAL**

 **MFG** Filmförderung  
Baden-Württemberg

**DAIMLER**

**PTV GROUP**



**Roche**

**bhmj**

**IHK** Rhein-Neckar

 **STADT MANNHEIM**

Gründerinnenzentrum  
**gig7**

**vitaliberty**  
bewusst leben

**HAYS**  
Recruiting experts  
worldwide



**ITFORUM**  
RHEIN-NECKAR

 **HOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT  
FÜR MANAGEMENT**  
UNIVERSITY OF APPLIED  
MANAGEMENT STUDIES

**Talentformation**

 **WINDMÖLLER & HÖLSCHER**

 **Startup Weekend**  
Rhein-Neckar

 **EV. ALTENHILFE GESUNDBRUNNEN**  
Ludwigshafen

**HEIDELBERG  
Innovation  
FORUM**

# Antworten. Konzepte. Lösungen.

## Kontakt

business design people AG  
Augustaanlage 27  
68165 Mannheim  
Deutschland

tel +49 (0)621 41994-40  
fax +49 (0)621 41994-49  
mail@businessdesignpeople.com  
www.businessdesignpeople.com



**Jochen Koop**  
Managing Partner  
+49 (0)621 41994-41  
jk@businessdesignpeople.com



**Thomas Bischer**  
Customer Development  
+49 (0)621 41994-48  
tb@businessdesignpeople.com

**Die Wirtschaftswundermacher.**