

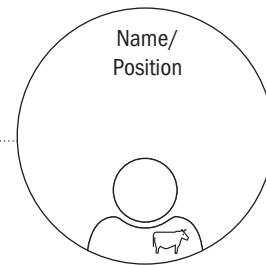


# WUNSCHKUNDENPROFILER

Was ist die Person für ein Mensch? Wie arbeitet sie?  
Wie entscheidet sie? Was ist ihr beim Anbieter wichtig?

Was hat die Person für ein Problem? Schreibe aus der Ich-Perspektive  
des Kunden.

Was wünscht sich die Person? Schreibe aus der Ich-Perspektive  
des Kunden.

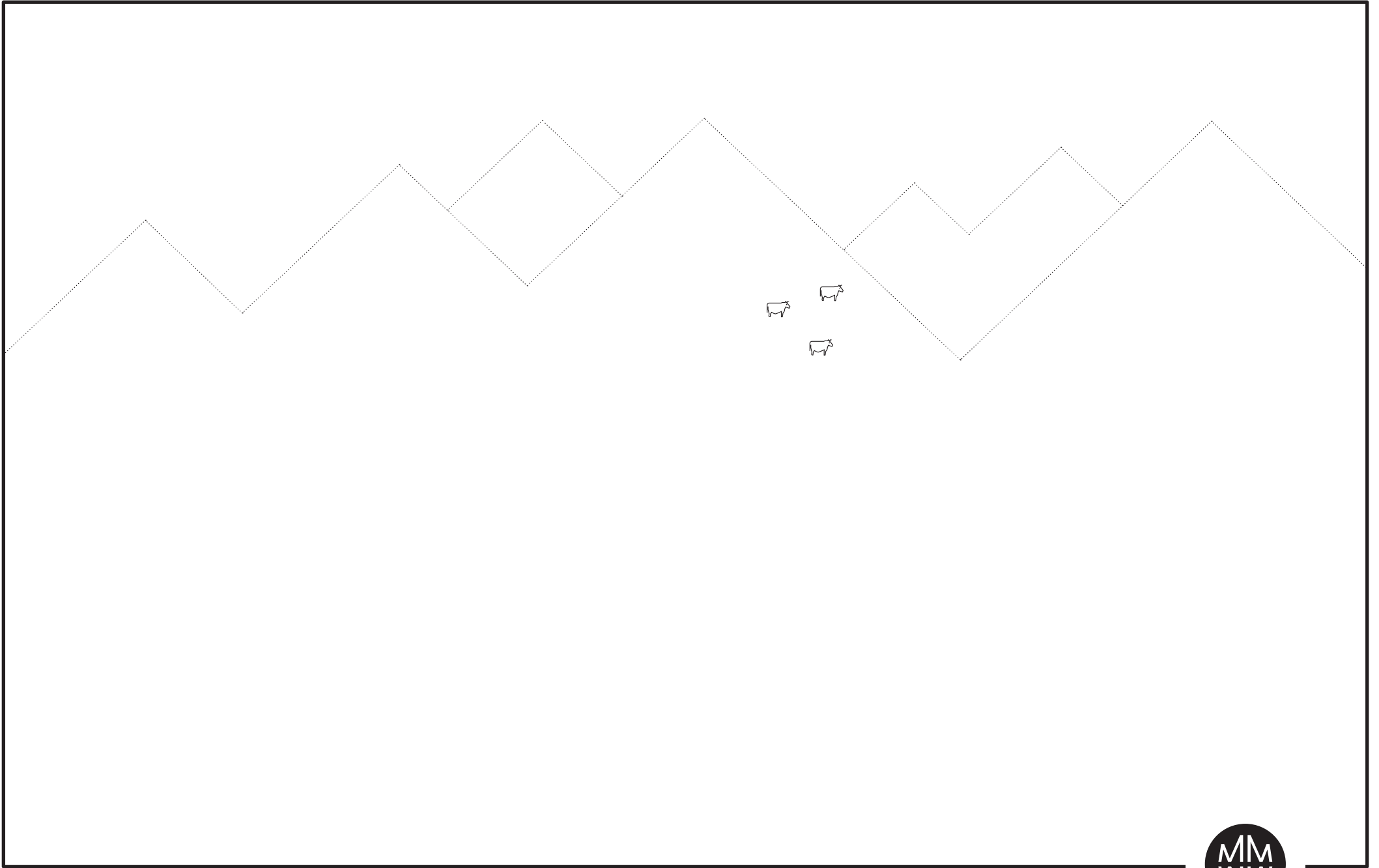


Was geht dann besser?

Was tust du alles für diese Person?

Was könnte die Person abhalten dich zu  
beauftragen oder bei dir zu kaufen?







|                 |                 |                 |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| Kernproblem 1   | Kernproblem 2   | Kernproblem 3   |
| Kernbedürfnis 1 | Kernbedürfnis 2 | Kernbedürfnis 3 |
| Magnetprodukt   |                 |                 |
| Kernnutzen 1    | Kernnutzen 2    | Kernnutzen 3    |
| Kernkompetenz 1 | Kernkompetenz 2 | Kernkompetenz 3 |





# CUSTOMER JOURNEY MAP

|            | 1. Problem erkennen  | 2. Nach Informationen suchen   | 3. Selbst oder mit Hilfe von außen lösen <small>(Make or buy)</small> | 4. Erster persönlicher Kontakt                                       | 5. Angebot anfordern   | 6. Auftrag erteilen →  |
|------------|--|--|---|--|--|--|
| Mein Kunde | Was denkt/macht mein Kunde?  | Was denkt/macht mein Kunde?  | Was denkt/macht mein Kunde?   | Was denkt/macht mein Kunde?  | Was denkt/macht mein Kunde?  | Was denkt/macht mein Kunde?  |
|            | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                             | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                             | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                              | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                             | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                             | Wie fühlt sich mein Kunde in dem Moment?                             |
|            | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                           | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                           | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                            | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                           | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                           | Was wünscht sich mein Kunde in dem Moment?                           |
|            | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)   | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)   | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)    | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)   | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)   | Wo informiert sich Kunde?<br>Mit wem spricht er/sie? (Touchpoints)   |
| Ich / Wir  | Was sind meine eigenen Kanäle?                                       | Was sind meine eigenen Kanäle?                                       | Was sind meine eigenen Kanäle?  | Was sind meine eigenen Kanäle?                                       | Was sind meine eigenen Kanäle?                                       | Was sind meine eigenen Kanäle?                                       |
|            | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort? | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort? | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort?  | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort? | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort? | Welche positiven Reize könnte ich dort setzen? Was erzähle ich dort? |
|            | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen? | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen? | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen?  | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen? | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen? | Was muss ich konkret verändern, um meine Kunden besser zu erreichen? |





# MEINE CONTENT-STRATEGIE

## 1. Was erzählst du?

Warum gibt es dein Unternehmen?  
Welchen Nutzen stiftest du?  
Wie möchtest du wahrgenommen werden?  
Was sagen andere über dich?

## 2. Wen willst du erreichen?

Wer sind die Wunschkunden?  
Was begeistert die Wunschkunden an deinem Unternehmen?  
Wer sind die Meinungsmacher/Influencer?

CONTENT

REICHWEITE

DIALOG

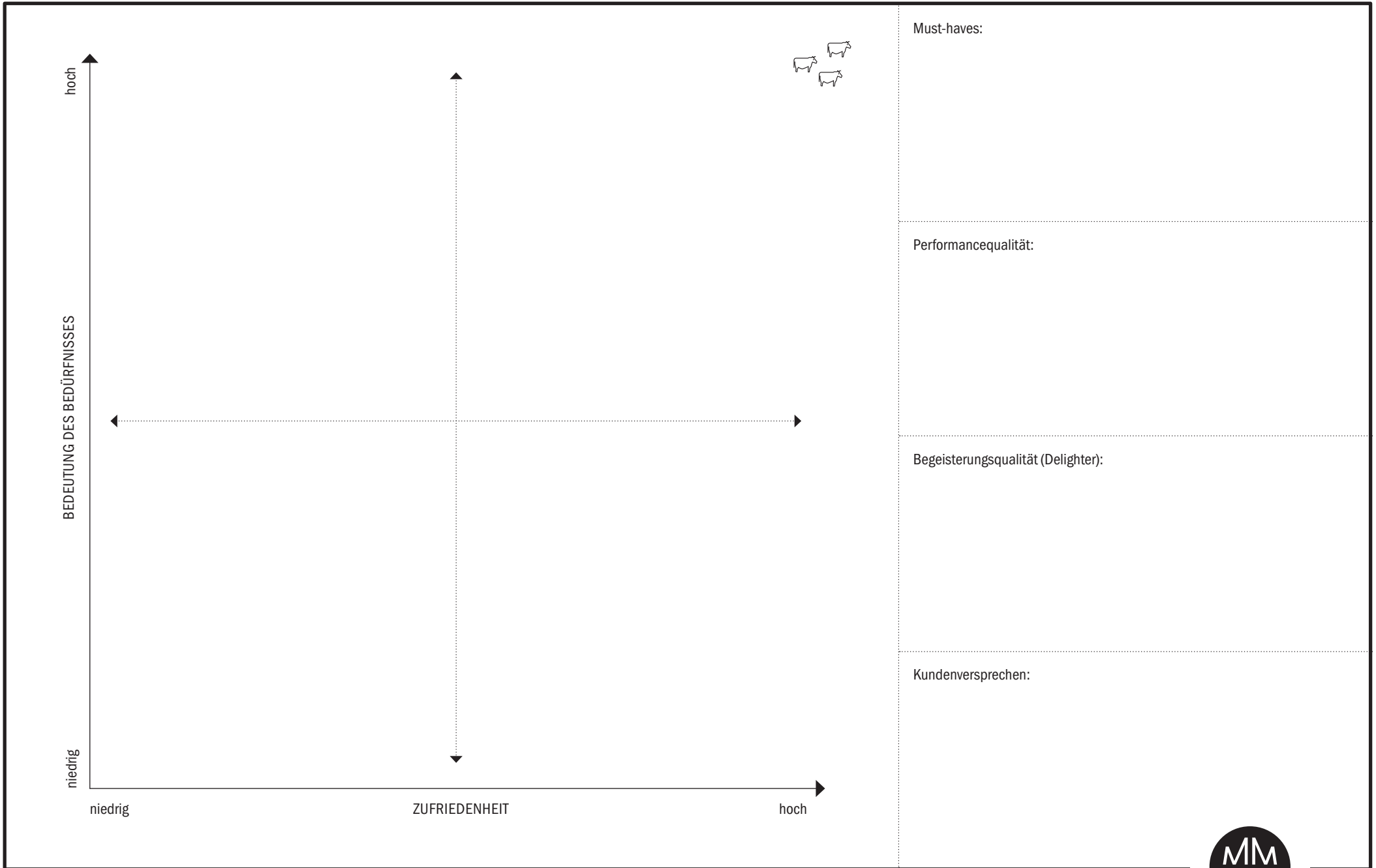
## 4. Wo erreichst du die Menschen?

Wie informiert sich die Zielgruppe?  
Auf welchen Wegen kommen die Kunden zu dir?  
Welche Kanäle bestehen bereits?

## 3. Wie erreichst du die Menschen?

Was sind die wichtigsten Ansprüche deiner Wunsch-Kunden?  
Welche Emotionen müssen vermittelt werden?  
Welche Medien/Stilmittel braucht die Geschichte?





1. Expertise

Wofür bist du SpezialistIn?  
Was machst du gern und gut?  
Wofür schätzen dich deine Kunden?

2. Wunschleser

Was machen deine Leser beruflich /privat?  
Welche Themen sind ihnen wichtig?  
Warum lesen sie das Blog?  
Wie sind sie auf das Blog aufmerksam geworden?



4. Themenideen

Welche Schwerpunkte hat dein Blog?  
Welche Artikelarten könnten für deine Leser interessant sein? (Interview, How-to, etc.)  
Welche Fragen könntest du beantworten?



3. Ziele

Was möchtest du mit deinem Blog erreichen?  
Was ist dir bei deinem Blog für dich und deine Leser wirklich wichtig?



# DIE FÜNF SCHRAUBEN MEINER WEBSITE

## 5. Gestaltung in Wort und Bild

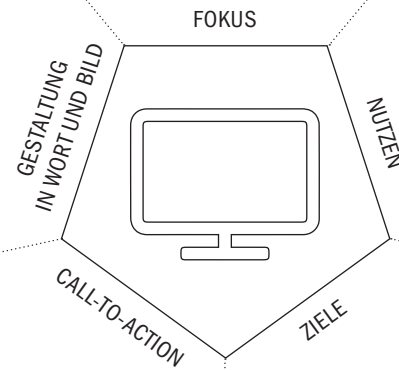
Welche Bilder, Stimmung, Textstruktur?

## 1. Fokus

WER macht WAS für WEN WARUM?

## 2. Nutzen

Warum KOMMEN die Besucher?  
Warum BLEIBEN die Besucher?  
Warum KOMMEN sie WIEDER?



## 4. Call-to-action

Startseite > Wie ich arbeite  
Wie ich arbeite > Über mich  
Über mich > Warum Sie  
Warum Sie > Blogartikel  
Blogartikel > Abonnieren

## 3. Ziele

WAS will ich erreichen?

