

Customer Journey (CJ)

ID CJ Price 900.— €excl. VAT Duration 1 day

Who should attend

Verantwortliche und Mitarbeitende aus Unternehmen und Agenturen Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing und IT

Prerequisites

Es werden keine besonderen Kenntnissen vorausgesetzt. Technische Voraussetzungen, stabiler Internet-Empfang, ggf. Headset

Course Content

Zielgruppen Personas:

- Unterscheidung Zielgruppen versus Buyer Personas
- Professioneller Umgang mit der Zeit
- Das eigene Zeitmanagement-Verhalten entdecken
- Buyer Persona Templates
- Personas erstellen

Aufbau einer Customer Journey:

- Customer Journey und Customer Experience
- Phasen der Customer Decision Journey
- Auswahl und Anordnung der Touchpoints

Moments und Trigger:

- Definition der Moments of Truth
- Pain Points
- Bedeutung der Micro Moments

Betrachtungsdimensionen und Cognitive Walkthroughs:

- Bedarf und Bedürfnisse
- Emotionen
- Erwartungen
- Interaktionen
- Experience
- Aktivitäten

CJ und Touchpoint-Tracking:

- Paid, Owned, Earned
- Back-Ends, Datenpools und Tools
- Integration von Offline-Touchpoints

Kennzahlen / KPIs:

- First-Party, Second-Party, Third-Party Daten
- Web-Analytics
- Social Media Analytics
- Data Management Platform (DMP) vs. Customer Data Platform (CDP)
- Predictive Analytics

Einführung von Customer Experience im Unternehmen:

- Auflösung von Silos
- Wer sollte involviert werden?
- Zielbildung und Strategien
- Agile, Scrum, Kanban

Customer Journey (CJ)

Training Centres worldwide



Fast Lane Institute for Knowledge Transfer (Switzerland) AG

Husacherstrasse 3
CH-8304 Wallisellen
Tel. +41 44 832 50 80

info@flane.ch, <https://www.flane.ch>