

n|w



# TRANSFORMATION DAY

*The perfect match: wenn Angebot &  
Bedürfnisse sich finden!*

Digitale  
Neuauflage

Digital  
Migration

Move your mind

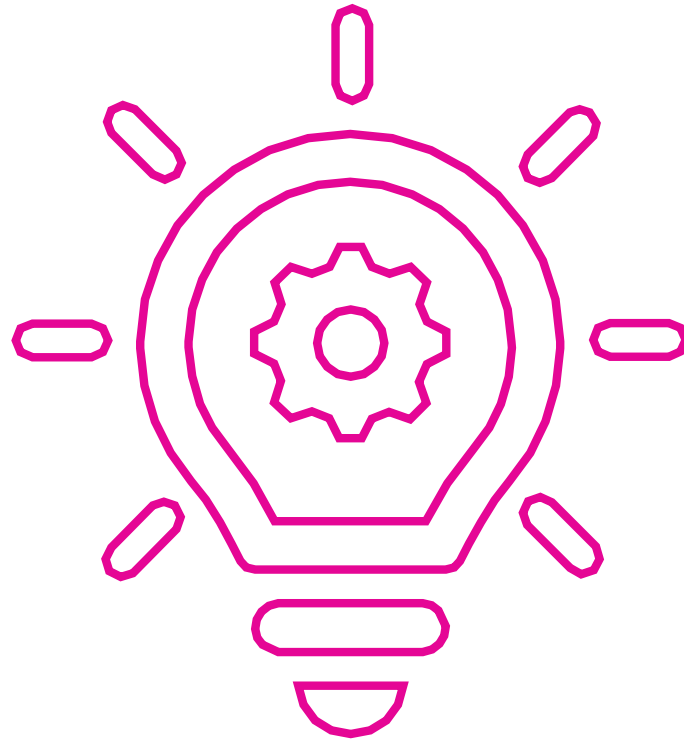
General  
MOVE!

⑤

①

Lösungen

# *Was geben wir Ihnen mit auf den Weg?*



# Aussagen von heute Morgen...

Nur das was der Kunde  
sieht hat ein Wert!

## ENTWICKLUNGSSTUFE 2

# 50 PROZENT

erstellen ein klares  
Kundenprofil



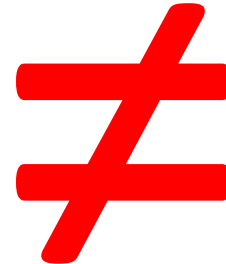
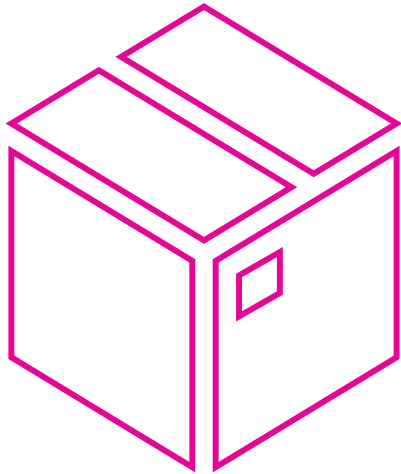
01001110110101010  
01101001011010110  
10100111010101100  
00101101110101001

## DIGITALE TRANSFORMATION ERKENNTNISSE & ERFOLGSFAKTOREN

- Langfristige strategische Vision erarbeiten
- Führung von ganz oben ist entscheidend
- Fokus auf Kundenerfahrung (nicht Technologie)
- Ein gemeinsames Verständnis der Dringlichkeit entwickeln
- Produktinnovation, neue Geschäftsmodelle vorantreiben
- Anpassung von Organisation und Betriebsmodell
- Eine Unternehmenskultur des Wandels schaffen



# Warum Zielgruppen charakterisieren?



# Fragenraster

## Avatar Workshop

Vorname:

.....



Alter:..... Jobtitel:.....

Zivilstand:..... Einkommen:.....

Kinder:..... Wohnort:.....

Bildung:..... Religion:.....

Hobby:.....

Welche **Werte** hat Ihr Traumkunde?

Werte:

Lebensmotto:

Überzeugungen:

Was sind die **Probleme** Ihres Traumkunden?

Hindernisse:

Probleme:

Schmerzpunkte:

Welche **Ziele** hat Ihr Traumkunde?

Sehnsüchte:

Träume:

Wünsche:

**Fähigkeiten:** Was kann Ihr Traumkunde besonders gut?

Beruflich:

Privat:

Sozial:

Was denkt Ihr Traumkunde beim **Kauf**?

Annahmen:

Einwände:

Erwartungen:

Was **erwartet** Ihr Traumkunde nach dem Kauf?

Erlebnisse:

Handling:

Support:

**Quellen:** Wie informiert sich Ihr Traumkunde?

Bücher/Magazine:

Blog/Websites:

Experten:

Konferenzen:

Sonstiges:

Was macht Ihr Traumkunde **beruflich**?

Branche:

Mitarbeiter:

Produkte:

Umsatz:

Zielgruppe:


# Wunschkunde – wer?

Arbeitsmittel: [DOK\\_Arbeitsblatt\\_Canvas\\_Avatar.xlsx](#)



**Avatar Workshop** mym

Vorname:



Alter:  
Zivilstand:  
Kinder:  
Bildung:  
Hobbies:

Jobtitel:  
Einkommen:  
Wohnort:  
Religion:

Welche **Werte** hat Ihr Traumkunde?

Werte:

Lebensmotto:

Überzeugungen:

Was sind die **Probleme** Ihres Traumkunden?

Hindernisse:

Probleme:

Schmerzpunkte:

**Die grünen Zellen sind editierbar.**

Zeit: 20 Minuten

# Darf ich vorstellen?





## *Nachdem der Canvas abgefüllt ist....*

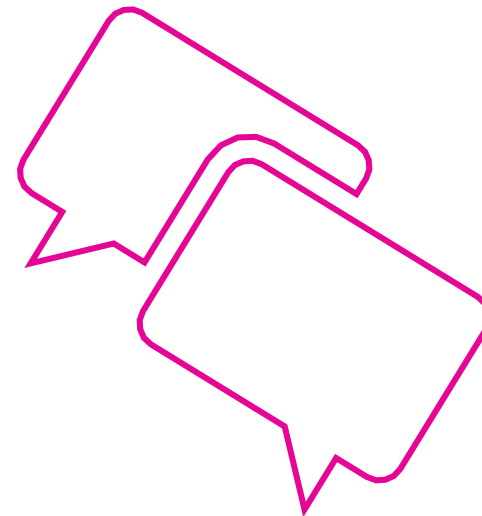
- Die Stichworte der einzelnen Frageschwerpunkte werden in der Form einer Lebensgeschichte verfasst.
- Parallel wird digital ein Avatar «gezeichnet»
- Diese Geschichte wird den anderen Workshop-Teilnehmenden vorgetragen.

# Das Magazin (digital und print)



# *Diskussion & Fragen*

- Welche Vorteile ergeben sich mit der Definition des/der Traumkunden für **Sie und Ihre Organisation** im Alltag?



**Herzlichen Dank und viel Erfolg bei der Geburt der eigenen Traumkunden.**

**Für Fragen und weitere Hilfestellungen:  
[monika.manhart@moveyourmind.ch](mailto:monika.manhart@moveyourmind.ch)  
[stephan.tanner@moveyourmind.ch](mailto:stephan.tanner@moveyourmind.ch)**