

Warum treffen Menschen Entscheidungen für oder auch gegen bestimmte Produkte oder Marken? Was ist wichtig, welche Einflüsse spielen eine Rolle und wie schaffen es Unternehmen, Kundinnen und Kunden langfristig für sich zu begeistern? Machen Sie sich mit auf den Weg und unternehmen Sie eine typische Kundenreise.



AHA! AUFMERKSAMKEIT

Alex hat sich einen Traum erfüllt: Er besitzt jetzt ein Gartengrundstück mit einer gemütlichen Hütte und einem Holzofen. Diesen würde er gerne nutzen, nur hat er kein Holz vor Ort – dafür gehören aber viele Bäume zum Grundstück. Daher beginnt er sich mit dem Thema "Holz machen" und der dafür nötigen Ausrüstung zu beschäftigen. Bei seiner Recherche stößt er auch auf STIHL.

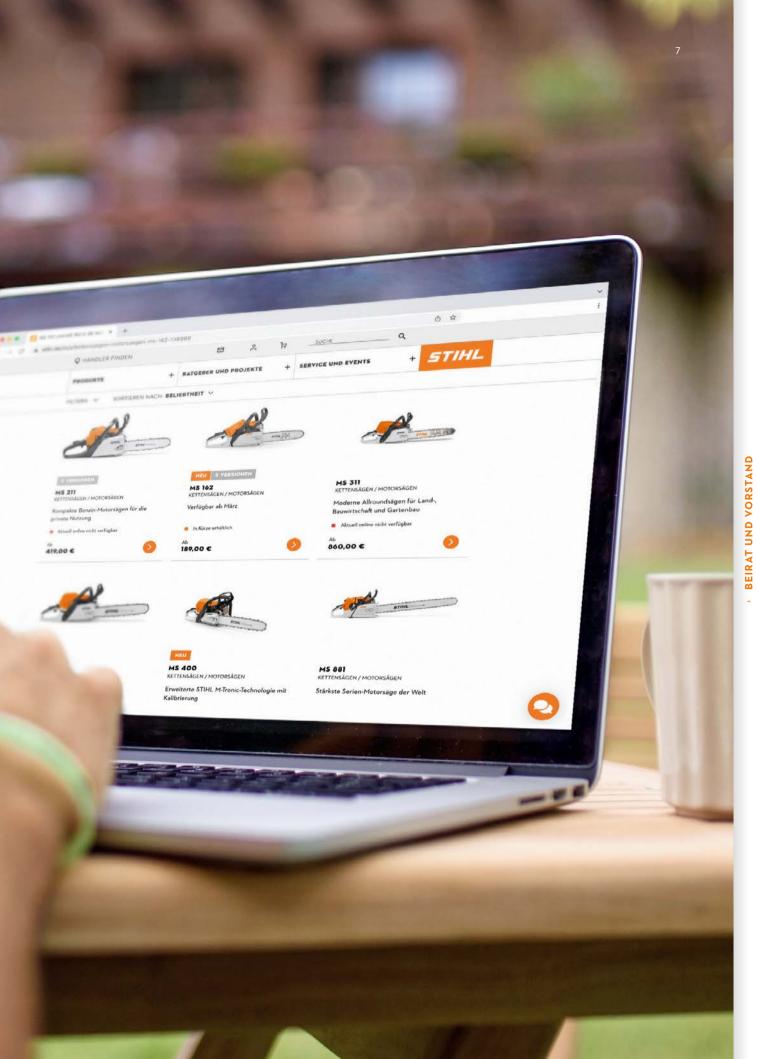






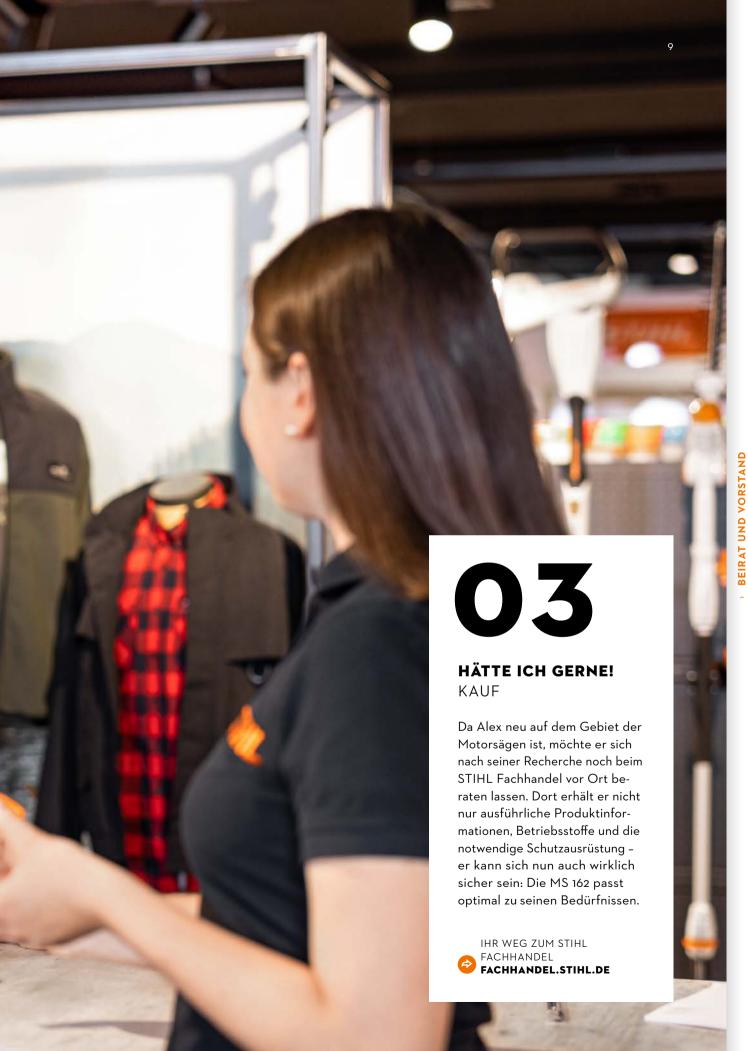


JAHRESBERICHT





JAHRESBERICHT







BEIRAT UND VORSTAND



JAHRESBERICHT



EINE GEMEINSAME REISE CUSTOMER JOURNEY*

Wir alle haben bestimmte Produkte, auf die wir beim Einkaufen immer wieder zurückgreifen. Weil wir sie kennen, brauchen und mögen. Davon abgesehen gibt es aber auch Marken und Produkte, die unerwartet oder nur aufgrund eines bestimmten Anlasses unsere Aufmerksamkeit erregen. Der Begriff "Customer Journey" (Kundenreise) beschreibt alles, was Kundinnen und Kunden entlang der Berührungspunkte mit einer Marke wahrnehmen und in Erinnerung behalten.

Dabei durchlaufen Kundinnen und Kunden auf ihrer Reise verschiedene Phasen – vor, während und nach einer Kaufentscheidung. So umfasst diese Reise alle Berührungspunkte (Touchpoints), die potenzielle Kundinnen und Kunden mit einem Unternehmen, einer Marke oder einem Produkt haben können. Diese Berührungspunkte sind sehr vielfältig und reichen vom Fachhandel über das Produkterlebnis bis hin zu den Beiträgen in den sozialen Medien.

Wenn es darum geht, am Markt zu bestehen, sind das tiefe Verständnis der Customer Journey unserer Kundinnen und Kunden sowie das kundenzentrierte Gestalten aller Berührungspunkte essenziell. Heutzutage geht es darum, Kundenerwartungen nicht nur mit einem Produkt zu erfüllen, sondern die Kundinnen und Kunden ganzheitlich zu begeistern. STIHL optimiert und ergänzt daher kontinuierlich alle Berührungspunkte und stellt so die Bedürfnisse der Anwenderinnen und Anwender in den Mittelpunkt.

Alex
Alex
ALTER
38 Jahre
WUNSCH
Eigenes
Brennholz

Nach dem Kauf und den positiven Erfahrungen mit dem Produkt kann die Begeisterung im Kauf von weiteren Produkten resultieren. Aber auch in der Inanspruchnahme von After-Sales-Angeboten, der konkreten Weiterempfehlung und vielfältigen Inspirationen für neue Projekte und dem Erwerb von weiteren Produkten. Es baut sich Lovalität zur Marke auf.

PHASE 05 BEGEISTERUNG

Er ist so begeistert von seinem Produkt, dass er Familie, Freundinnen und Freunden, Kolleginnen und Kollegen davon erzählt. Der Kunde wird zum Fan.

Er entscheidet sich für eine Einlagerung der Motorsäge über den Winter.

> Alex entdeckt die STIHL TIMBERSPORTS® Series für sich und informiert sich über den Sport.

> > Er baut sich einen Brennholzunterstand.

Das STIHL Instagram-Profil inspiriert Alex zu neuen Projekten im eigenen Garten.

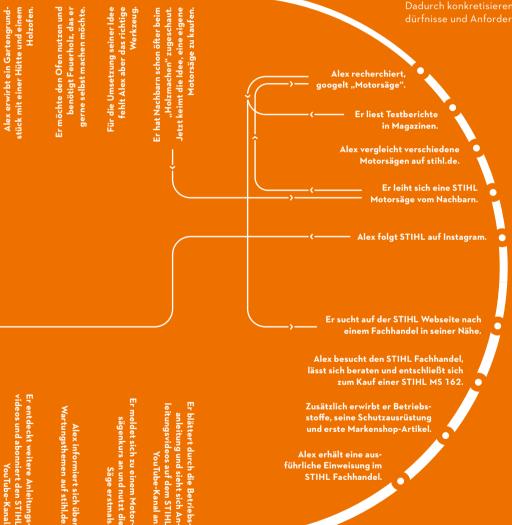
^{*} Es handelt sich um die Darstellung einer beispielhaften Customer Journey. Die Reise einer jeden Kundin und eines jeden Kunden ist individuell und einzigartig.

JAHRESBERICH^T



PHASE 02 INFORMATION

In dieser Phase geht es vor allem um Orientierung: Die potenziellen Kundinnen und Kunden recherchieren im Internet und in Magazinen, hören sich bei Freunden und Bekannten um, lassen sich unverbindlich beraten. Dadurch konkretisieren sich ihre Bedürfnisse und Anforderungen.



PHASE 04 NUTZUNG

Hat die Kundin oder der Kunde das gewünschte Produkt erhalten, informiert sie oder er sich spätestens dann auch über die richtige Nutzung Sofern nötig, erkundigt sie oder er sich über Kurse zur richtigen Handhabung oder verschaff sich über entsprechende Videos zusätzliche Kenntnisse.



PHASE 03 KAUF

Der Entschluss ist gefallen, die Kaufentscheidung steht. Die Kundin oder der Kunde möchte das Produkt erwerben. Final wird das Angebot auf Verfügbarkeit und Kaufabwicklung geprüft. Außerdem muss es zu Anforderungen