

Personas & Customer (Candidate) Journeys

Persona und Customer (Candidate) Journeys aus den Workshops innerhalb des MarKom Hub III 2023 und MarKom Hub 2024

Lisa

Mitarbeiterin

Hintergrund zur Person

- Sachbearbeiterin Kundenberatung
- abgeschlossene KV-Lehre
- Weiterbildung Projektmanagement
- legt grossen Wert auf ihre Work-Life-Balance

Demographie

- weiblich
- 26 Jahre
- Mieterin, 2.5 Zimmer Wohnung
- single, ledig

Identifikatoren

- Hobbies: Yoga, Fahrradfahren, lesen
- Interessen: Gesunde Ernährung, Achtsamkeit, Nachhaltigkeit
- Auftreten: Natürliches, gepflegtes Auftreten, offen, freundlich & sympathisch
- Kommunikationskanäle: Instagram, WhatsApp
- Einfluss: Influencer, Freunde, enge Beziehung zur Familie
- Informationsverhalten: Google

Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Probleme: Nachhaltigkeit im Unternehmen, kundenorientiertes Arbeiten, offen für neue Kommunikationswege, Innovation
- Nachhaltige Kundenbindung, möchte den Kunden den Kommunikationseinstieg erleichtern

Herausforderungen

- Sich gegenüber langjährigen Mitarbeitenden durchzusetzen & Gehör zu verschaffen
- Begeisterung rüber bringen

Ideale Lösung

- Dran bleiben, argumentieren, Verständnis schaffen, Praxisbeispiele zeigen, zusammen anwenden, Testphasen
- Demonstration der Bereitschaft des EVU, frische Perspektiven und innovative Ansätze von jüngeren Mitarbeitern zu schätzen und zu fördern
- Befragungen/Analyse durchführen (intern & extern)

Häufige Einwände

- Ihre Jugend und frische Ausbildung könnten in einem von älteren und erfahreneren Kollegen dominierten EVU als Mangel an Erfahrung angesehen werden
- Möglicherweise wird ihre Stimme in einem traditionellen oder technisch geprägten EVU-Umfeld nicht gehört



Jan Schuler

Potenzieller Mitarbeiter

Hintergrund zur Person

- Elektromonteur mit Fachausweis EFZ/Fahrausweis Kat. B
- Interessiert an WB / Projektleitung / Bauleitung
- Motiviert & engagiert, übernimmt gerne Verantwortung
- Teamplayer / passiv suchender Arbeitnehmer

Demographie

- männlich
- 25-35 Jahre
- Wohnhaft im Versorgungsgebiet/Umkreis 10 km

Identifikatoren

- Sportlich aktiv im Ausdauersport
- Zuverlässig
- Mitglied in einem Sportschützenverein
- Nutzt digitale Medien: Filme, Serien, Games, News, WhatsApp, Social Media
- Familienmensch



Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Möchte die Firma kennenlernen und herausfinden, ob sie zu ihm passt (mittels Personen, Team, Jobprofil, Gebäude, Lohn, Benefits)
- Möchte einen herausfordernden Job, der ihn persönlich und beruflich weiterbringt

Herausforderungen

- Unsicherheit, sich nicht so präsentieren zu können, wie er es möchte
- Angst, dass die neue Firma nicht besser ist als die aktuelle

Ideale Lösung

- Positiver 1. Eindruck; Guter Onboarding Prozess
- Vorstellung der Unternehmensstrategie und die Rolle des EVU bei der Gestaltung der Energiezukunft
- Information über Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen
- Betonung der Notwendigkeit proaktiver, motivierter Mitarbeiter im Rahmen der EVU-Transformation

Häufige Einwände

- Bedenken bezüglich der Passung der Unternehmenskultur und der Wertvorstellungen eines EVU
- Sorge um die Möglichkeiten zur aktiven Mitgestaltung und persönlichen Einbringung in einem traditionelleren EVU
- Unsicherheit über Karriere- und Weiterbildungschancen in einem EVU
- Angst, dass er nicht genügend Herausforderungen und innovative Projekte im EVU finden könnte

Candidate Journey 1 Jan Schuler

[Link zum Miroboard](#)

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Anziehung Das Interesse wird geweckt und es kommt zum Erstkontakt.	Information Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Bewerbung Kandidat bewirbt sich.	Auswahl Gegenseitiges Kennenlernen und Überzeugung.	Onboarding Zusage und Einstieg.	Bindung Integration und Zugehörigkeit.
Aktionen Was tut der Kandidat? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	<ul style="list-style-type: none"> Der Kandidat ist nicht aktiv am suchen Der Kandidat wurde durch einen Kontakt erreicht, z.B. durch ein Social Media Post oder einen Kollegen Der Kandidat sucht sich mit seinen Kollegen aus, ob er arbeiten will, oder ob er lieber nicht 	<ul style="list-style-type: none"> Er liest sich durch und sucht nach Informationen Sieh dir an, was die Karriere-Seite des Arbeitgebers ist 	<ul style="list-style-type: none"> Der Kandidat wird durch den Kontakt gewarnt und bewirbt sich auf einfache Weise via Email Der Kandidat bewirbt sich über die Karriere-Seite des Arbeitgebers Der Kandidat bewirbt sich über ein Stellenportal Der Kandidat bewirbt sich und gibt an, dass er einen MA vom Unternehmen kennt 	<ul style="list-style-type: none"> Prüft ob das Unternehmen für ihn passt. Vorstellungsgespräch / Lagermündiges Vorstellungsgespräch / Kennenlernen Samstags- / Probearbeit etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Zusage und relevante Informationen Einführungsprogramm Bezugsperson (Gott / Gott) 	<ul style="list-style-type: none"> Möglichkeit zur Weiterbildung Teamarbeit / Teamarbeit Wirkliche Balance
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kandidat erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, Bsp. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	<ul style="list-style-type: none"> Ich bin mit meinem aktuellen Job zufrieden, bin aber nicht begeistert für einen Wechsel Ich möchte kein aufwendiges Bewerbungsprozess durchlaufen Ich möchte mich angesprochen fühlen 	<ul style="list-style-type: none"> Wenn Information nicht gegeben wird, muss ich mir überlegen, ob ich mir das vorstellen kann (Bsp. in einem Interview) Ich möchte von einem Kollegen hören, wie das ist, ob das Unternehmen wirklich so ist, wie es aussieht 	<ul style="list-style-type: none"> Das Bewerbungsverfahren ist einfach und unkompliziert Ich möchte das Unternehmen kennenlernen und prüfen, ob ich dazu passe Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte mich abgeholt und wohl fühlen Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt Ich möchte einen Arbeitsvertrag bekommen, der meine Bedürfnisse erfüllt 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte mich im Team wohlfühlen / ich möchte Teamaktivitäten
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	<ul style="list-style-type: none"> Social Media / WhatsApp / Blogs Kollegen, Bekannte, Verwandte Online-Zeitungen LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> Social Media / WhatsApp / Blogs Kollegen, Bekannte, Verwandte Online-Zeitungen LinkedIn Sein Kollege (Kontaktpunkt) Webseite z.B. Karriere-Seite 	<ul style="list-style-type: none"> Bewerbung auf Stellenportal Interesse über LinkedIn zeigen Homepage direkter Kontakt 	<ul style="list-style-type: none"> E-Mail Kontakt Telefon Besuch in der Firma 	<ul style="list-style-type: none"> E-Mail Kontakt Telefon vor Ort 	
Gefühl des Kandidaten Was fühlt der Kunde? Tipp: Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken	<ul style="list-style-type: none"> 😊 😟 😬 😏 😄 😍 	<ul style="list-style-type: none"> 😟 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 	<ul style="list-style-type: none"> 😎 😟 😄 	<ul style="list-style-type: none"> 😘 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 🙏
Hinter den Kulissen						
Opportunities Was könnten wir verbessern oder einführen?	<ul style="list-style-type: none"> Vereinfachter Bewerbungsprozess über z.B. spezifische Landingpage Ansprechende Ads - Zielgruppe und deren Bedürfnisse abholen 	<ul style="list-style-type: none"> Sicherstellen, dass Mitarbeitende richtige Infos weitergeben allenfalls Prämie bei erfolgreichem Vermitteln 				
Prozessverantwortung Wer ist federführend bei diesem Prozess?	<ul style="list-style-type: none"> Unternehmenskommunikation Marketing HR 	<ul style="list-style-type: none"> Vorgesetzter HR 	<ul style="list-style-type: none"> HR 			

Candidate Journey 2

Jan Schuler

[Link zum Miroboard](#)

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Anziehung Das Interesse wird geweckt und es kommt zum Erstkontakt.	Information Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Bewerbung Kandidat bewirbt sich.	Auswahl Gegenseitiges Kennenlernen und Überzeugung.	Onboarding Zusage und Einstieg.	Bindung Integration und Zugehörigkeit.
Aktionen Was tut der Kandidat? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßiger Austausch mit nahen Verwandten über berufliche Situation Entscheidung - er möchte etwas im Beruf verändern 	<ul style="list-style-type: none"> lokale Anzeigen, Zeitungen etc. nach passenden Jobs analysieren ggf. Suchhilfe auf jobportal.org liefern Bsp. Anliegen bei einem Umfeld nach konkreten Informationen zu konkretem Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> Ich würde meine Bewerbungsunterlagen via Mail mit dem Tool der Job-Bewerbung Erstgespräch mit Vorgesetzten Senden meiner Kontaktdaten Bewerbungsunterlagen 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte wissen mit wem ich arbeite (Team) Dank ich meine Ausgaben besser verstehen und Schnuppertag für mich ideal 	<ul style="list-style-type: none"> Die ersten Anträge sind gegeben und es wird zu einem Interview, was einen Tag später ist Ich freue mich über die Einladung zum ersten Arbeitstag Ich bin gespannt auf meine neue Aufgabenstellung 	<ul style="list-style-type: none"> MA-Einladungsgemeinschaft (Mittagsessen, Teamwork) Austausch mit Teamkollegen, wie es im Job läuft
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kandidat erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte mich einen "Neuzugang" in meinem Beruf als Elektronikmonteur Ich möchte keinen großen Aufwand für die Bewerbung betreiben Ich habe das Gefühl in einem EVU nicht wirklich Entwicklungsmöglichkeiten zu haben Eine EVU hat mir viel zu viele administrative Hürden Dadurch habe ich keinen klaren Handlungsbedarf -> schnell aufhaken Was ich überhaupt die Skills für Entwicklung, Ausbildung etc.? 	<ul style="list-style-type: none"> Ich spare eine gemeinsame Wert-Vorstellung Ich erhalte eine Stellen-Funktions-Beschreibung Benefits Diese Stellenanfrage hat mir Informationen für mich aber ich bin nicht sicher 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte eine schnelle Rückmeldung nach Möglichkeit wissen um meine Bewerbungssituation Dankt meine Bewerbung für die Anforderung der Unternehmung? 	<ul style="list-style-type: none"> Transparenz in der Umgang im Prozess Rasche Rückmeldung, sich am Existenz haben 	<ul style="list-style-type: none"> Gut strukturiertes Onboarding Leute nehmen sich für meine Einführung Zeit, zeigen Interesse 	<ul style="list-style-type: none"> Ich möchte mich wohl fühlen im Team Meine Aufgabenstellung ist klar, ich weiß was ich machen muss Lob und positive Rückmeldung für gute Leistungen Existenz von wichtigen Informationen und Entscheidungen Wertschätzung durch die Führungskraft Gefühl haben zur Möglichkeit und Entscheidungsfreiheit Mitarbeitergespräch und Überblicke
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	<ul style="list-style-type: none"> Online, Website, Social Media Vereins-Sponsoring, Sportschützen, Openair (Events) Austausch mit Freunden (MA, Kunden), Stammtischgespräche 	<ul style="list-style-type: none"> Social Media Video das jungen Stelleninhaber Stellenportal, Website, lokale Zeitschriften Gespräche mit Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> Erster Anruf mit Vorgesetzten Gespräch / Austausch Mitverkäufe 	<ul style="list-style-type: none"> Schnuppertag vor Ort Vertragsunterzeichnung 	<ul style="list-style-type: none"> Erster Tag in der Unternehmung - Ankommen Erster Kennenlernen der neuen MitarbeiterInnen regelmäßige Feedback-Gespräche während Onboarding-Zeit Mentor-/Buddy-Programm 	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Meetings, Gruppent, Weihnachtsfeier, Ausflug Danke auf dem Lohnzettel Wertschätzung durch Vorgesetzten / ggf. durch die Kollegen, was sie für mich tun und die Leistung hervorheben Werkzeugangebot Gesundheitförderung ggf. Sponsoring des Schützenvereins Teil eines Teams Aufwachen angekommen gefordert
Gefühl des Kandidaten Was fühlt der Kunde? Tipp: Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken	<ul style="list-style-type: none"> neugierig 	<ul style="list-style-type: none"> interessiert 	<ul style="list-style-type: none"> interessiert, nervös, freudig 	<ul style="list-style-type: none"> interessiert, freudig 	<ul style="list-style-type: none"> happy 	<ul style="list-style-type: none"> Teil eines Teams Aufwachen angekommen gefordert
Hinter den Kulissen						
Opportunities Was könnten wir verbessern oder einführen?	<ul style="list-style-type: none"> Image eines modernen Arbeitgebers, Wohlbefinden aktueller MA tracken und optimieren 	<ul style="list-style-type: none"> Bsp: modernes Stelleninserat inkl. zielgruppengerechter Publikationsort, zeitgemässer Webaufritt 	<ul style="list-style-type: none"> Tools schaffen- Schnellbewerbung, Bewerbungsprozess optimieren (schnelleres Feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> Transparenz schaffen (immer uptodate halten) - spricht für Wertschätzung 	<ul style="list-style-type: none"> vor dem ersten Tag Schreiben mit Details "wir freuen uns auf DICH!" Einarbeitungsprogramm, Willkommens-Geschenk, gemeinsames Mittagessen am ersten Tag 	<ul style="list-style-type: none"> Team-Events, gemeinsame Pausen, Jobtausch für 1 Tag, Coaching am MA-Gespräch
Prozessverantwortung Wer ist federführend bei diesem Prozess?	<ul style="list-style-type: none"> Geschäftsleitung 	<ul style="list-style-type: none"> Marketing / HR 	<ul style="list-style-type: none"> HR 	<ul style="list-style-type: none"> HR 	<ul style="list-style-type: none"> HR / Vorgesetzter 	<ul style="list-style-type: none"> Vorgesetzter

Candidate Journey 2

Jan Schuler

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Anziehung Das Interesse wird geweckt und es kommt zum Erstkontakt.	Information Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Bewerbung Kandidat bewirbt sich.	Auswahl Gegenseitiges Kennenlernen und Überzeugung.	Onboarding Zusage und Einstieg.	Bindung Integration und Zugehörigkeit.
Aktionen Was tut der Kandidat? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	Regelmässiger Austausch mit seinen Vereinskollegen über seine berufliche Situation Entscheid - er möchte etwas im Beruf verändern	fragt Kollegen aus seinem Umfeld nach konkreten Informationen zu potenziellen Unternehmen Lokale Anzeigen, Zeitungen etc. nach passenden Jobs analysieren ggf. Suchabo auf Jobportal xy lösen	Senden meiner kompletten Bewerbungsunterlagen ich sende meine Bewerbungsunterlagen via Mail - nutze das Tool der Kurz-Bewerbung Erstgespräch mit Vorgesetzten	ich möchte wissen mit wem ich arbeite (Team) Damit ich meine Ausgaben besser kenne, sind Schnuppertage für mich ideal	Die ersten Arbeitstage sind organisiert ich weiss an wen ich mich wenden kann und was meine Aufgaben sind Ich spüre dass sich die Firma auf mich freut (Willkommengeschenk am ersten Arbeitstag) Ich bekomme von einem GL-Mitglied auf authentische Art die Strategie sowie die wichtigsten Unternehmenswerte vorgestellt	MA-Bindungsmassnahme (Mittagessen, Teamevents) Austausch mit Teamkollegen, wie es im Job läuft
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kandidat erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	Ich habe das Gefühl in einem EVU nicht wirklich Entwicklungspotenzial zu haben Ein EVU hat mir viel zu viele altmodische Hierarchien Ich wünsche mir einen "Next Step" in meinem Beruf als Elektromonteur Eigentlich habe ich keinen akuten Handlungsbedarf - bin eigtl. zufrieden Hab ich überhaupt die Skills für Projektleitung, Bauleitung etc.? ich möchte in der Region bleiben Ich möchte keinen grossen Aufwand für die Bewerbung betreiben	Diese Stellenanzeige hat null Informations-Mehrwert für mich bzw. hilft mir nicht weiter ich erhalte eine Stellen- Funktion-Beschreibung, Benefits Ich spüre eine gemeinsame Wert-Vorstellung	Reicht meine Bewerbung für die Anforderung der Unternehmung? Ich möchte eine schnelle Rückmeldung nach Abgabe meiner Daten im ONLINE-Bewerbungstool erhalten	Transpratenter Umgang im Prozess Rasche Rückmeldung, sich an Fristen halten	Gut strukturiertes Onboarding Leute nehmen sich für meine Einführung Zeit, zeigen Interesse	Exklusion von wichtigen Informationen und Entscheidungen Meine Zukunftschancen sind klar - ich weiss wie ich mich weiterentwickeln kann Lob und positive Rückmeldung für gute Leistungen Ich möchte mich wohl fühlen im Team Mikromanagement und Überkontrolle Gelegenheiten zur Mitgestaltung und Entscheidungsfindung Wertschätzung durch die Führungskraft
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	Vereins-Sponsoring: Sportschützen, Openair (Events) Austausch mit Freunden (MA, Kunden), Stammtischgespräche Online, Website, Social Media	Stellenportal, Website, lokale Zeitschriften Social Media Video des jetzigen Stelleninhabers Gespräche mit Mitarbeitenden	Erster Anruf mit Vorgesetztem Gespräch / Austausch Mailverkehr	Schnuppertag vor Ort Vertragsunterzeichnung	Erster Tag in der Unternehmung - Ankommen Erstes Kennenlernen der neuen Mitarbeitenden Mentor-/Buddy-Programm regelmässige Feedback-Gespräche während Onboarding-Zeit	Regelmässige MA-Events. Grillkurs, Weihnachtsessen, Skiausflug Danke auf dem Lohnzettel Mentoring durch Vorgesetzten / ggf. durch die Personen, von welcher später mal die Leitung übernommen werden soll Weiterbildungsangebote ggf. Sponsoring des Schützenvereins Gesundheitsförderung
Gefühl des Kandidaten Was fühlt der Kunde? Tipp: Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken	neugierig	interessiert	interessiert, nervös, freudig	interessiert, freudig	happy	Teil eines Teams Zufrieden angekommen gefördert
<i>Hinter den Kulissen</i>						
Opportunities Was könnten wir verbessern oder einführen?	Image eines modernen Arbeitgebers, Wohlbefinden aktueller MA tracken und optimieren	Bsp: modernes Stelleninserat inkl. zielgruppengerechter Publikationsort, zeitgemässer Webauftritt	Tools schaffen- Schnellbewerbung, Bewerbungsprozess optimieren (schnelleres Feedback)	Transparenz schaffen (immer uptodate halten) - spricht für Wertschätzung	vor dem ersten Tag Schreiben mit Details "wir freuen uns auf DICH!!" Einarbeitungsprogramm, Willkommens-Geschenk, gemeinsames Mittagessen am ersten Tag	Team-Events, gemeinsame Pausen, Jobtausch für 1 Tag, Coaching am MA-Gespräch
Prozessverantwortung Wer ist federführend bei diesem Prozess?	Geschäftsleitung	Marketing / HR	HR	HR	HR / Vorgesetzter	Vorgesetzter

Ruedi

Mitarbeiter

Hintergrund zur Person

- Gelernter Elektriker mit anschliessendem Studium
- Arbeitet als Planer im Netzbau
- Legt Wert auf Beständigkeit & gute Beziehungen

Demographie

- männlich
- 55 Jahre
- EFH Eigentümer
- Verheiratet, 2 erwachsene Kinder



Identifikatoren

- Hobbies: Gärtnern, wandern, E-Bike
- Interessen: Gutes Essen, guter Wein (Kulinarik)
- Einstellung: Gut Ding will Weile haben, Hierarchie ist wichtig
- Auftreten: Bodenständig, seriös, gepflegt, zeigt was er erreicht hat
- Informationsverhalten: Fachzeitschriften, Zeitung, Passiver LinkedIn Nutzer
- Einfluss: CEO, direkter Vorgesetzter, Ehefrau

Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Keine Veränderung bis zur Pension
- Tut sich schwer mit Neuerungen und Veränderungen
- Innovation & Nachhaltigkeit sind für ihn nur Trendbegriffe

Herausforderungen

- Diskussionsbasis mit jungen finden
- Neues Umfeld

Ideale Lösung

- Positive Aspekte anhand realer Beispiele aufzeigen
- Gefühl geben Erfahrungen sind wertvoll, miteinbeziehen, altbewahrtes und neues zusammenführen

Häufige Einwände

- So haben wir es schon immer gemacht und es hat immer gut gepasst
- Wieso sollte ich mich kurz vor der Pension noch neuen Gegebenheiten anpassen
- Die neue junge Generation kann und will nicht mehr arbeiten, die sind alle faul

Thomas Cantieni

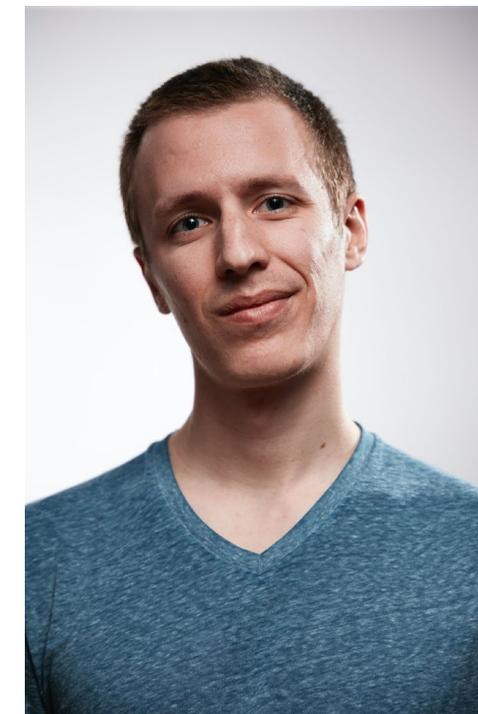
Kunde

Hintergrund zur Person

- Gelernter Konstrukteur
- Weiterbildung HF und arbeitet als Projektleiter bei der RhB
- Engagierter Mitarbeiter und beliebt im Team

Demographie

- männlich
- 35 Jahre
- Felsberg (stadtnahe, ländliche Gegend)
- Eigentümer EFH, Frau und zwei Kinder (4+7 Jahre)



Identifikatoren

- Outdoortyp und macht regelmässig Sport wie joggen, biken, wandern. Allein oder mit der Familie
- Mitglied bei der freiwilligen Feuerwehr
- gepflegtes und sportliches Auftreten
- Liest täglich die regionale Tageszeitung online und gelegentlich Newsportale wie Watson
- Facebook, LinkedIn, Instagram – eher Konsument als aktiver Nutzer / Content Creator
- Guter Austausch mit seiner Frau und Freunden (Feuerwehr)

Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Bewusster Umgang mit seinen Finanzen
- Versorgung seiner Familie hat oberste Priorität
- Eigenheim soll Wohlfühloase für ihn und seine Familie sein und Altersvorsorge sicherstellen (Werterhaltung-/steigerung)
- Legt Wert auf nachhaltigen Umgang
- Hat zum Ziel beim Eigenheim auf Selbstversorgung zu setzen

Herausforderungen

- Finanzielle Mittel aufrechterhalten für seine Ziele und Wünsche
- Unternehmen finden, die seine Bedürfnisse und Erwartungen erfüllt aber auch seinen finanziellen Mitteln entspricht
- Es fällt ihm schwer, mutige Entscheidungen zu treffen, die seine nachhaltigen Ziele erfüllen (PV-Anlage)

Ideale Lösung

- Kompetente und kostenlose Beratung
- Alles aus einer Hand (Beratung bis Installation)
- Gutes Preis-/Leistungsverhältnis und die Möglichkeit einer Contracting-Simulation (Pachtmodell)
- Persönlicher Ansprechpartner der sämtliche Bedürfnisse im Gebäudetechnikbereich und der Energieversorgung abdeckt

Häufige Einwände

- Starkes Konkurrenzangebot
- Kürzere Wartezeiten bei Konkurrenten
- Zeitpunkt der Rentabilität der PV-Anlage
- Zweifel in Bezug auf Nachhaltigkeit der Materialien
- Schlechte Lager der Liegenschaft

Candidate Journey Thomas Cantieni

[Link zum Miroboard](#)

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Aufmerksamkeit Das Interesse des Kunden wird geweckt.	Abwägung Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Kaufhandlung Kunde trifft (Kauf)Entscheidung.	Kundenbindung Kunde sammelt erste Erfahrungen mit Produkt/DL	Befürwortung Kunde teilt Erfahrungswerte mit anderen.
Aktionen Was tut der Kunde? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	Ganzheitliche Energieberatung Strompreise beschäftigen ihn und Interesse an PVA und Stromsparen (Beitrag an Energiewende leisten)	Alles aus einer Hand, ein Berater Gutes Preis-/Leistungsverhältnis Möchte Beitrag zur Energiewende leisten Vergleich Anbieter	Beratungstermin vereinbaren Unterlagen einfordern	Persönlicher Kontakt Kompetente Beratung	Teilt seine Erfahrung mit Feuerwehrkameraden
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kunde erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	Wissen aneignen/erweitern/mitteilen Kosten optimieren und nachhaltig unterwegs sein	Komfort, möglichst wenig Aufwand Bewusster Umgang mit Finanzen aufrechterhalten Teil davon sein	Ein Ansprechpartner Kompetente Beratung Zeitnahe Beratungstermin	Mutige Entscheidungen treffen durch kompetente Beratung Vermeiden von falschen Entscheidungen, Sicherheit gewinnen	Selbstwertgefühl stärken Andere animieren zu energiebewusstem Umgang
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	Offline: Rechnung/Beilage Kundenzeitschrift Fachmesse Inserate Mund zu Mund Online: Social Media Website	Infos ab Website Unterseiten, Solar-Rechner Broschüren, Infoblätter, Persönliche Gespräche	Persönliches Gespräch Bestellung (Angebot/Vertrag)	Qualität, Ausführung/Umsetzung Fachpersonen Erreichbarkeit/Kundenservice/Persönlicher Ansprechpartner	Teilen von Social Media Posts Google Bewertungen
Gefühl des Kunden Was fühlt der Kunde? Tipp: Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken					

Candidate Journey Thomas Cantieni

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Aufmerksamkeit Das Interesse des Kunden wird geweckt.	Abwägung Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Kaufhandlung Kunde trifft (Kauf)Entscheidung.	Kundenbindung Kunde sammelt erste Erfahrungen mit Produkt/DL	Befürwortung Kunde teilt Erfahrungswerte mit anderen.
Aktionen Was tut der Kunde? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	Strompreise beschäftigen ihn und Interesse an PVA und Stromsparen (Beitrag an Energiewende leisten) Ganzheitliche Energieberatung	Gutes Preis-/Leistungsverhältnis Möchte Beitrag zur Energiewende leisten Alles aus einer Hand, ein Berater Vergleich Anbieter	Unterlagen einfordern Beratungs-termin vereinbaren	Persönlicher Kontakt Kompetente Beratung	Teilt seine Erfahrung mit Feuerwehrkameraden
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kunde erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	Wissen aneignen/erweitern/mitreden Kosten optimieren und nachhaltig unterwegs sein	Komfort, möglichst wenig Aufwand Bewusster Umgang mit Finanzen aufrechterhalten Teil davon sein	Ein Ansprech-partner Kompetente Beratung Zeitnaher Beratung-stermin	Mutige Entscheidungen treffen durch kompetente Beratung Vermeiden von falschen Entscheidungen, Sicherheit gewinnen	Selbstwert-gefühl stärken Andere animieren zu energiebewusstem Umgang
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	Offline: Rechnung/Beilage Kundenzeitschrift Fachmesse Inserate Mund zu Mund Online: Social Media Website	Infos ab Website Unterseiten, Solar-Rechner Broschüren, Infoblätter, Persönliche Gespräche	Bestellung (Angebot/Vertrag) Persönliches Gespräch	Qualität, Ausführung/Umsetzung Fachpersonen Erreichbarkeit/Kundenservice/Persönlicher Ansprechpartner	Google Bewertungen Teilen von Social Media Posts
Gefühl des Kunden Was fühlt der Kunde? <i>Tipp:</i> Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken					

Kurt Kurz

Kunde

Hintergrund zur Person

- War beruflich erfolgreich (Banker)
- Ist seit 30 Jahren mit Trudi zusammen, 2 erwachsene Kinder
- Status ist immer noch wichtig/sehr selbstsicher

Demographie

- männlich
- 68 Jahre
- EFH in 80er Jahre Quartier



Identifikatoren

- Liebt Gartenarbeit/ehrenamtliches Engagement/Präsident Quartiersverein
- Sein Zuhause ist ihm wichtig
- aufgeschlossen gegenüber Nachhaltigkeit
- Auftreten: Gepflegt/modern
- Einfluss: Kollegen aber auch Nachbarn

Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Ist informiert und weiss Bescheid
- Ängste: Möchte aufgrund des Alters/Pensionierung keinen Einfluss verlieren
- Wichtig: Trotz des Alters immer noch viel dabei → Trendsetter?!

Herausforderungen

- Alter / gesundheitliche Probleme
- Steht vor dem Entscheid: Hausverkauf – Wechsel in Wohnung
- Instandhaltung Eigenheim

Ideale Lösung

- Aufwertung des Eigenheims für höheren Verkaufswert
- Kontakt über Quartiersverein
- Technische Spielerein findet er cool

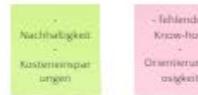
Häufige Einwände

- Hat den Verkauf des EFH's im Hinterkopf
- lange Vertragsbedingungen aufgrund instabilen Gesundheitszustand schwierig

Candidate Journey

Kurt Kurz

[Link zum Miroboard](#)

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Aufmerksamkeit Das Interesse des Kunden wird geweckt.	Abwägung Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Kaufhandlung Kunde trifft (Kauf)Entscheidung.	Kundenbindung Kunde sammelt erste Erfahrungen mit Produkt/DL.	Befürwortung Kunde teilt Erfahrungswerte mit anderen.
Aktionen Was tut der Kunde? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?					
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kunde erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.					
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?					
Gefühl des Kunden Was fühlt der Kunde? Tipp: Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken					
Hinter den Kulissen					
Opportunities Was könnten wir verbessern oder einführen?					
Prozessverantwortung Wer ist federführend bei diesem Prozess?					

Candidate Journey

Kurt Kurz

Schritte der Journey Welchen Schritt der Erfahrung beschreibst du?	Aufmerksamkeit Das Interesse des Kunden wird geweckt.	Abwägung Durch Informationsbeschaffung wird Interesse konkretisiert.	Kaufhandlung Kunde trifft (Kauf)Entscheidung.	Kundenbindung Kunde sammelt erste Erfahrungen mit Produkt/DL	Befürwortung Kunde teilt Erfahrungswerte mit anderen.
Aktionen Was tut der Kunde? Nach welchen Informationen sucht er? Was ist der Kontext?	- sucht Hilfe / Energieberatung - sucht Informationen	Informationsbeschaffung Beratung als Möglichkeit Welche Förderprogramme gibt es? Austausch im Freundeskreis	bestellt Infomaterial Kontaktaufnahme Energieberatung aboniert Newsletter	Informiert sich über Veränderungen / Neuerungen (Gesetz, Technik, Förderprogramme, Wartung, etc.) Energieberater wird zum Vermittler regelmässige Wartung	erzählt im Quartierverein von seiner Erfahrung
Bedürfnisse und Probleme Was will der Kunde erreichen oder vermeiden? Tipp: Reduziere Zweideutigkeiten, z.B. indem du die erste Person als Erzähler verwendest.	- fehlendes Know-how - Orientierungslosigkeit - Nachhaltigkeit - Kosteneinsparungen	welche Beratungsstelle passt? (Kosten, geografisch, Vertrauenswürdigkeit, etc.) Priorisierung der Massnahmen schwierig - Fülle an Quellen / Info-Material - generische Infos (nicht auf ihn zugeschnitten)	Anbieter soll lokal sein persönliche Kontakte sind ihm wichtig Verfügbarkeiten der Beratungsangebote Er will am Prozess mitwirken	Instandhaltung / Werterhalt der Investition Welche Massnahme als nächstes angehen? Möchte thematisch am Ball bleiben	möchte seine Erfahrungen teilen
Touchpoint Mit welchen Kontaktpunkten interagieren sie?	Prospekte / Broschüren - Website - Google	- Blogs - Newsletter - Website Jahresversammlung Quartierverein Facebookgruppen	Telefonischer Erstkontakt online Kontaktformular (Website) persönlich bei Kurt zu Hause	Newsletter persönliche Beratung Kundenevent	persönlich Testimonial über Energieberater
Gefühl des Kunden Was fühlt der Kunde? <i>Tipp:</i> Verwende Emojis um mehr Emotionen auszudrücken		 	 		
<i>Hinter den Kulissen</i>					
Opportunities Was könnten wir verbessern oder einführen?					
Prozessverantwortung Wer ist federführend bei diesem Prozess?	Kommunikationsverantwortliche/r	Produktmanager/in Marketing	Energieberater	Energieberater	Marketing

Jeannette & Pierre Henchoz

Kunden

Hintergrund zur Person

- Rentner Ehepaar ohne Kinder
- Jeannette war GL-Assistentin und hat höhere Bildung, Pierre Geschäftsführer eines Webstuhl-Unternehmens und ist Akademiker
- gehobene Mittelklasse
- Soz. Status und Genuss sind ihnen wichtig
- Tesla

Demographie

- 79 und 78 Jahre
- Stockwerkeigentümer in neuem Gebäude (MFH)

Identifikatoren

- Spielen mit befreundeten Pärchen Golf, Mitglieder im lokalen Golfclub
- Gehen im Winter auf Kreuzfahrten in gehobener Preisklasse
- Was ihre Freunde machen, haben und erzählen ist wichtig
- Ihr Ruf x Status inkl. Statussymbole ist ihnen extrem wichtig
- Legen Wert auf Schönheit, Service und Qualität (Ausbaustandard, Fahrzeug)
- Lesen Konsumenten Magazine, Tagespresse und Fachzeitschriften



Erwartungen, Ziele & Emotionen

- Wollen «dabei» sein in ihrem Freundeskreis bzgl. Lifestyle & Produkte, als modern gelten und passen sich aktuellen Gesellschaftstrends (Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein etc.) an – soweit es nicht zu un bequem ist.
- Sie wollen ihren Status erhalten

Herausforderungen

- sich schnell wandelnder Markt/Welt
- Komplexe, sehr schnelle und einfache Materie
- Leben von Vermögen, haben Bedenken, ob es reicht
- fühlen sich schnell angegriffen ausserhalb ihrer Bubble, sind aber auf zeitgemässe Produkte und DL angewiesen (Status)
- unsicher und überfordert; versuchen sich aber zu informieren

Ideale Lösung

- Ein einfach zu bedienendes Online-Tool (App, wo sie ihren aktuellen Verbrauch von Strom, Heizung, Wasser jederzeit einsehen könnten)
- Individualisierbare Produkte, genau auf ihre Bedürfnisse abgestimmt
- wollen persönlichen Ansprechpartner
- Informationen auf verständliches Niveau gebracht

Häufige Einwände

- Zu teuer: Hat das diesen Wert (Kosten)?!
- Intransparenz: finden viele Produkte nicht einen klaren/wahrgenommenen Wert zuzuordnen
- wollen flexibel sein / keine lange Vertragsbindungen
- Preis-Leistung ist entscheidend / Verhalten Freunde
- Service ihren Ansprüchen entsprechend (gehoben) ist auch sehr wichtig