



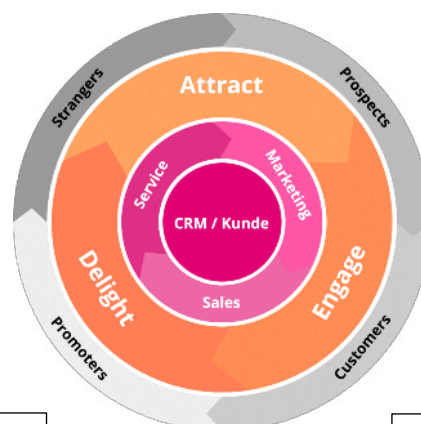
Flywheel -
Zum selbst
machen

Flywheel für Dein Unternehmen

Ein Flywheel stellt eine moderne und nachhaltige Geschäftspraktik dar, in dessen Fokus der Kunde steht. Wie aber kannst Du das Konzept auf Dein Unternehmen übertragen? Hier geben wir Dir Hilfestellungen.

Mit diesem Template beantwortest Du die strategischen Fragen, die innerhalb der drei Flywheel-Phasen *Attract*, *Engage* und *Delight* relevant sind. Halte Dir zunächst noch einmal die wichtige Intention jeder Phase vor Augen:

Attract – Beginne eine Beziehung mit Interessenten durch einzigartigen Content oder andere bedeutsame Touchpoints.



Delight – Begeistere Deine Kunden durch eine einzigartige Experience, sodass diese zu Fürsprechern werden.

Engage – Erzeuge Engagement mit den Interessenten und entwickle die Beziehung zu einer nachhaltigen Kundenbeziehung.

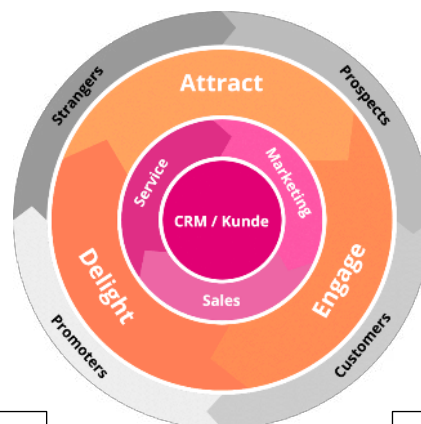
Um das Konzept zu verinnerlichen, lies Dir am besten noch einmal unseren Magazin-Beitrag zum Thema durch. Du findest ihn hier: pla.ninja/flywheel ■

Strategische Fragestellungen

Nun geht es darum, das Konzept auf dein Unternehmen zu übertragen. In jeder Phase gibt es drei zentrale Fragen, die Du beantworten musst. Die Fragen gehen wir auf den Folgeseiten Stück für Stück durch. Durch die Beantwortung dieser Grundüberlegungen hast Du im Anschluss Dein erstes Flywheel-Konzept, mit dem Du später weiter arbeiten kannst. Zur Verdeutlichung haben wir jeweils passende Beispiele in die Antwortfelder geschrieben.

Attract

1. Wie starte ich die Beziehung zu meinen Interessenten? (Status Quo/Wunsch)
2. Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?
3. Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?



Delight

1. Wie schaffe ich Begeisterung? (Status Quo/Wunsch)
2. Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?
3. Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?

Engage

1. Wie entwickle ich die Kundenbeziehung? (Status Quo/Wunsch)
2. Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?
3. Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?

1. Attract-Phase

Bei der Beantwortung der Fragen beginnst Du in der Attract-Phase. Hast Du in Deinem Unternehmen den Sales Funnel im Einsatz, wirst Du in dieser Phase bereits Erfahrung gesammelt haben.

1.1 Wie starte ich die Beziehung zu meinen Interessenten?

| <p style="text-align: center;">Status Quo</p> <p style="text-align: center;">An welchen Touchpoints und wie starte ich momentan die Beziehung zu meinen Interessenten?</p> | <p style="text-align: center;">Wunsch</p> <p style="text-align: center;">An welchen Touchpoints und wie will ich die Beziehung zu meinen Interessenten in Zukunft starten?</p> |
|---|---|
| <p><i>Download eines eBooks</i></p> | <p><i>Download eines eBooks ODER Podcast ODER Gratis-Kaufberatung ODER interaktives Webseiten-Element mit Lead- Generation</i></p> |

1.2 Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?

| <p style="text-align: center;">Beschleuniger</p> <p>Auf Grundlage der Erfahrungen: Welche Touchpoints und welche Punkte in dem Prozess eignen sich besonders gut/sollten priorisiert ausgebaut und gepflegt werden?</p> | <p style="text-align: center;">Bremsen</p> <p>Welche Punkte bremsen das Flywheel in dieser Phase? Welche Lösungen gibt es?</p> |
|--|--|
| <p style="text-align: center;"><i>Anbieten eines WhatsApp-Chats zur Leadgenerierung</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Unkomplizierte Usability auf der Lead-Gen-Seite</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Content-Hubs als Maßnahme des Inbound-Marketings</i></p> | <p style="text-align: center;"><i>Mein Lead-Generierungs-Formular ist zu kompliziert -> Progressive Profiling</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Erklärungsbedürftiges Produkt wirkt abschreckend bei der Leadgewinnung -> kurze Anwendervideos auf der Webseite und in Social-Media</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Besucher kennen/vertrauen meiner Marke nicht -> Transparenz erhöhen, Kundenbewertungen zeigen</i></p> |

1.3 Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?

| Touchpoint (Übertrage die Touchpoints aus Frage 1) | KPI |
|--|------------------------------------|
| <i>Download eines eBooks</i> | <i>Soft-Conversions, Open-Rate</i> |
| <i>Podcast</i> | <i>Abo-Zahlen, Retention-Rate</i> |
| ... | ... |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

2. Engage-Phase

Zur Erinnerung: Hier musst Du Engagement und Interaktionen mit Deinen Leads erzeugen. Gestalte es ihnen so einfach wie möglich, Dein Unternehmen und Deine Produkte kennenzulernen und schlussendlich zu kaufen.

2.1 Wie entwickle ich die Kundenbeziehung?

| <p style="text-align: center;">Status Quo</p> <p>Welche Touchpoints biete ich momentan zur Entwicklung der Kundenbeziehung an?</p> | <p style="text-align: center;">Wunsch</p> <p>Welche Touchpoints brauche ich, um eine nachhaltige Kundenbeziehung zu entwickeln?</p> |
|---|--|
| <p style="text-align: center;"><i>Newsletter-Versand, Mailings</i></p> | <p style="text-align: center;"><i>Newsletter-Versand, Mailings UND kostenlose Test- und Demophase meines Produktes UND agile Facebook-Community UND einen WhatsApp-Kundensupport für offene Fragen</i></p> |

2.2 Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?

| <p style="text-align: center;">Beschleuniger</p> <p style="text-align: center;">Was trägt dazu bei, dass meine Kunden schneller kaufen?</p> | <p style="text-align: center;">Bremsen</p> <p style="text-align: center;">Welche Punkte bremsen das Flywheel in dieser Phase? Welche Lösungen gibt es?</p> |
|---|---|
| <p style="text-align: center;"><i>24h verfügbarer, schneller Support durch Chatbots</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Bereitstellung eines FAQs</i></p> | <p style="text-align: center;"><i>Interessenten glauben z.T. den Versprechungen meines Produktes nicht -> Anbieten von Reviews/Bewertungen über Trustpilot</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Interessenten haben keine Möglichkeit, das Produkt unverbindlich zu testen -> Anbieten einer Demoversion ohne Abo-Verlängerung</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Interessenten steigen im Checkout-Prozess aus -> Anbieten verschiedener Zahlungsoptionen, u.a. Kauf auf Rechnung</i></p> |

2.3 Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?

| Touchpoint (Übertrage die Touchpoints aus Frage 1) | KPI |
|--|--|
| <i>Newsletter-Versand, Mailing</i> | <i>Open-Rate, Abozahlen, Ausstiegsrate</i> |
| <i>Kostenlose Demo- und Testversion</i> | <i>Rate der Lead-to-Trial-User, Trial-to-Paying-User Conversion Rate, Trial Churn Rate</i> |
| ... | ... |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

3. Delight-Phase

Begeistere Deine Kunden! Darum geht es in dieser Phase. Hier gehst Du oft in Vorleistung. Aber das lohnt sich: Deine Kunden werden zu Wiederkäufern und Fürsprechern.

3.1 Wie schaffe ich Begeisterung?

| <p style="text-align: center;">Status Quo</p> <p>Wodurch erzeuge ich bereits Begeisterung bei meinen Kunden? <i>(Tipp: Lies Dir dazu deine Kundenbewertungen durch)</i></p> | <p style="text-align: center;">Wunsch</p> <p>Wie möchte ich meine Kunden weiter begeistern?</p> |
|--|--|
| <p style="text-align: center;"><i>Möglichkeit der kostenlosen Retoure</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Kostenloser Produktsupport</i></p> | <p style="text-align: center;"><i>Möglichkeit der kostenlosen Retoure, kostenloser Produktsupport UND Bereitstellung eines 24h-Chat-Support durch Chatbots UND Erweiterung der Produktpalette/des Produkts anhand von Wünschen der Konsumenten</i></p> |

3.2 Welche Beschleuniger und Bremsen gibt es in dieser Phase?

| <p style="text-align: center;">Beschleuniger</p> <p style="text-align: center;">Was trägt dazu bei, dass meine Kunden begeistert sind?</p> | <p style="text-align: center;">Bremsen</p> <p style="text-align: center;">Welche Punkte bremsen das Flywheel in dieser Phase? Welche Lösungen gibt es?</p> |
|--|--|
| <p style="text-align: center;"><i>Fehlerfreie, einfache Produkte</i></p> <p style="text-align: center;"><i>schneller Kundenservice</i></p> <p style="text-align: center;"><i>persönliche Ansprache</i></p> | <p style="text-align: center;"><i>Komplizierte Kontaktaufnahme (bspw. Nur über Telefon) -> Anbieten eines Chat-Supports inkl. Chatbots</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Kundenservice/Support in englischer Sprache -> Aufstellen lokaler Support-Teams</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Nicht erfüllte Produktversprechen -> Etablierung von Qualitätsstandards und Kontrollen</i></p> |

3.3 Wie messe ich den Erfolg in dieser Phase?

| Touchpoint (Übertrage die Touchpoints aus Frage 1) | KPI |
|--|---|
| <i>Produktkauf</i> | <i>Wiederkauf, CLV, Reviews/Bewertungen</i> |
| <i>Retoure</i> | <i>Anzahl und Grund der Retouren</i> |
| ... | ... |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Fragen?

Wir hoffen, Sie konnten aus dem Briefing einige Maßnahmen für Ihre Praxen ableiten. Sollten Sie noch Fragen dazu haben, dann melden Sie sich gerne bei uns.



planinja Consulting

Yvonne Romes

t: +49 160 9516 9376

m: yr@planinja.de

Kaffee oder Video-Call? Gerne einen Termin ausmachen: <https://pla.ninja/yromes>