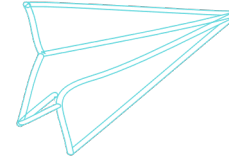


Listening Journey entlang des ICG-Transformationsprozesses



**- 5 -
Anchoring**

WAS?

- Werden die attraktivsten Kund:innen angesprochen?
- Hat sich Ihre Marktwahrnehmung verändert?
- Haben Sie es geschafft, Ihre Leistung im Vergleich zu Ihren Hauptkonkurrent:innen zu steigern?

WIE?

- Imageanalysen inkl. Vorher-Nachher-Messungen

**- 4 -
Scaling**

WAS?

- Wie nehmen Mitarbeiter:innen die Veränderungen auf?
- Welche Lessons Learned können wir im Team aus den bisherigen Erfahrungen ableiten?

WIE?

- Teambuilding
- Lessons Learned
- Teamretrospektiven

**- 3 -
Prototyping**

WAS?

- Wie nehmen meine Stakeholder die ersten Prototypen auf?
- Wo gilt es nachzujustieren, damit wir den Nerv der Zielgruppe treffen?
- Was funktioniert gut und sollte beibehalten werden?

WIE?

- PoS Befragungen
- Konzepttests
- Push-Feedback
- Tiefeninterviews
- Fokusgruppen
- Tagebuch-Analysen

**- 1 -
Initiate**

WAS?

- Wie werden unser Unternehmen und seine Leistungen wahrgenommen?
- Wo stehen wir im Vergleich zu unseren größten Wettbewerbern?
- Was sind ungenutzte Potenziale?

WIE?

- Kund:innenzufriedenheitsmessungen
- Mitarbeiter:innenzufriedenheitsmessungen
- Imageanalysen
- Benchmarkanalysen

**- 2 -
Awareness
& Directing**

WAS?

- Was sind die profitabelsten Kund:innen des Unternehmens? Was muss sich verändern, um diese Kund:innen anzusprechen?
- Welche Verbesserungsschwerpunkte werden innerhalb der Organisation gesehen?
- Wo gilt es anzusetzen, um die Employer Brand intern zu stärken?

WIE?

- Zielgruppen-segmentierungen
- Qualitative Methoden:
- Stakeholderdialoge und -konferenzen
- Co-Kreation Workshops
- Zukunftswerkstätten