

Empathy Challenge B1

Ich kann mit anderen Menschen mitfühlen.

Entrepreneurial Culture



Empathiekarte

Kundenanalyse mit der Empathiekarte

- Erfassung eines (Modell-)Kunden bzw. einer (Modell-)Kundin mit dem, was er/sie hört, sieht, sagt, denkt und fühlt
- Augenmerk wird auf jene Dinge gelegt, die der Kunde/die Kundin wahrnimmt = Perspektive des Kunden/der Kundin.
- Die Empathiekarte ist ein Instrument, um eine bildhafte Vorstellung seiner Kundinnen und Kunden zu erhalten.

Kundenanalyse mit der Empathiekarte

- Brainstorming, um alle möglichen Kundensegmente zu sammeln
- Auswahl von drei vielversprechenden „Kundinnen oder Kunden“ → Entscheidung für eine/n davon
- Profiling Übung: Name, demografische Merkmale (Alter, Einkommen, Familiensituation, ...)
- mit Post-its, Visualisierungen und Brainstorming arbeiten
- mithilfe der Empathiekarte Profile auf dem Flipchart ausarbeiten

Empathiekarte

Zielgruppe: Kurz beschreiben

Was denkt und fühlt die Kundin/der Kunde?

Was ist ihr/ihm wichtig?

Hauptbeschäftigungen, Ansprüche, Bedenken

Denken und Fühlen

Was hört die Kundin/der Kunde?

Was sagen Familie und Freundeskreis? Was sagen Kolleg/innen und Vorgesetzte? Was sagen oder vermitteln Medien, die genutzt werden?

Hören

Was sieht die Kundin/der Kunde?

Wie sieht das Lebensumfeld aus? Welche Freunde hat sie/er? Was bietet der Markt schon heute an?

Sehen

Sagen

Was sagt die Kundin/der Kunde?

Was erzählt sie/er anderen?
Einstellungen und Sichtweisen,
Verhalten anderen gegenüber

Negativ

Ängste, Frustrationen,
Hindernisse

Positiv

Wünsche/Bedürfnisse
Erfolgsmaßstäbe

Empathiekarte

Zielgruppe:

