



# Customer Journey Mapping

**Presentation 2024**



vorbereitet bei:

Mediany A. Wedler I.

# Zielgruppe

Frage 1. Definiert eure Zielgruppe (demografisch, soziologisch, Online-Verhalten, Sinus-Milieus, Werte und Einstellungen)



## Demografische Merkmale:

- **Geschäftstyp:** Unternehmen mit hohem Energieverbrauch, wie Produktionsbetriebe, Lagerhäuser, Logistikzentren, Bürogebäude, Einkaufszentren und Hotels.
- **Unternehmensgröße:** Mittelgroße und große Unternehmen mit einer Mitarbeiterzahl von 50 und mehr.
- **Geografische Lage:** Unternehmen, die in Regionen Deutschlands mit hohem Solarpotenzial und staatlicher Unterstützung für erneuerbare Energien angesiedelt sind.

## Soziologische Merkmale:

- Vertikale **Organisationsstruktur**;
- **Unternehmenskultur** und **Werte:** das Unternehmen investiert in fortschrittliche Technologien und Innovationen, um seine Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern; es ist bestrebt, die Betriebskosten durch den Einsatz energiesparender Technologien zu senken; es ist bestrebt, sein Image als umweltbewusstes und sozial orientiertes Unternehmen zu verbessern; es engagiert sein Personal in Projekten zur Verbesserung der Energieeffizienz und der Umweltfreundlichkeit.
- Das Unternehmen organisiert Unternehmensveranstaltungen zur Verbesserung der Umwelt.



## Entscheidungsträger

### **Demografisch:**

**Alter:** 30-60 Jahre

**Geschlecht:** Überwiegend männlich

**Einkommen:** Mittel- bis Hochverdiener

**Bildung:** Hochschulabschluss oder Fachausbildung

### **Soziologisch:**

#### **Positionen:**

Geschäftsführer, Finanzdirektoren, Prokuristen, Direktoren für nachhaltige Entwicklung, technische Leiter, Ingenieure, Architekten, Unternehmer

**Familienstand:** Verheiratet, oft mit Kindern

**Wohnort:** Vorstadt oder ländliche Gebiete, in Regionen Deutschlands mit hohem Solarpotenzial

### **Psychologisch:**

#### **Werte und Einstellungen:**

Streben nach Reduzierung der Betriebskosten, Interesse an innovativen und nachhaltigen Technologien, Wunsch nach Verbesserung des ökologischen Images des Unternehmens, Augenmerk auf langfristige finanzielle Stabilität und Energieeffizienz.

#### **Motivationsfaktoren:**

Wunsch nach Senkung der Energiekosten, nachhaltige Entwicklung, soziale Verantwortung der Unternehmen, Erlangung von Steuervorteilen und Subventionen, Verbesserung des Images des Unternehmens als umweltbewusstes Unternehmen.



## Online-Verhalten: Sinus-Milieus

### 1. Bemüht

**Werte und Einstellungen:** Traditionsbewusst, sicherheitsorientiert, streben nach sozialer Anerkennung und beruflichem Aufstieg.

**Online-Verhalten:** Nutzen das Internet hauptsächlich zur Informationsbeschaffung und für soziale Netzwerke. Weniger technikaffin, bevorzugen einfache und sichere Anwendungen. z.B. Sie besuchen regelmäßig Nachrichtenwebsites, nutzen soziale Medien wie Facebook zur Vernetzung mit Kollegen und Familie, und recherchieren gezielt nach beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten. **Kaufen viel online (Zeitmangel)**

### 2. Souverän

**Werte und Einstellungen:** Selbstbewusst, unabhängig, karriereorientiert, offen für neue Technologien und Innovationen.

**Online-Verhalten:** Intensive Nutzung des Internets für berufliche und private Zwecke. Nutzen vielfältige Online-Dienste, von sozialen Netzwerken über berufliche Plattformen wie LinkedIn bis hin zu Cloud-Diensten.

z.B. Sie sind aktiv auf LinkedIn, um berufliche Kontakte zu knüpfen und sich über Branchentrends zu informieren. Nutzen Cloud-Dienste und Projektmanagement-Tools für die Arbeit. Verfolgen aktuelle Nachrichten und Entwicklungen in Fachportalen.

## Online-Verhalten: Sinus-Milieus



### 3. Effizient

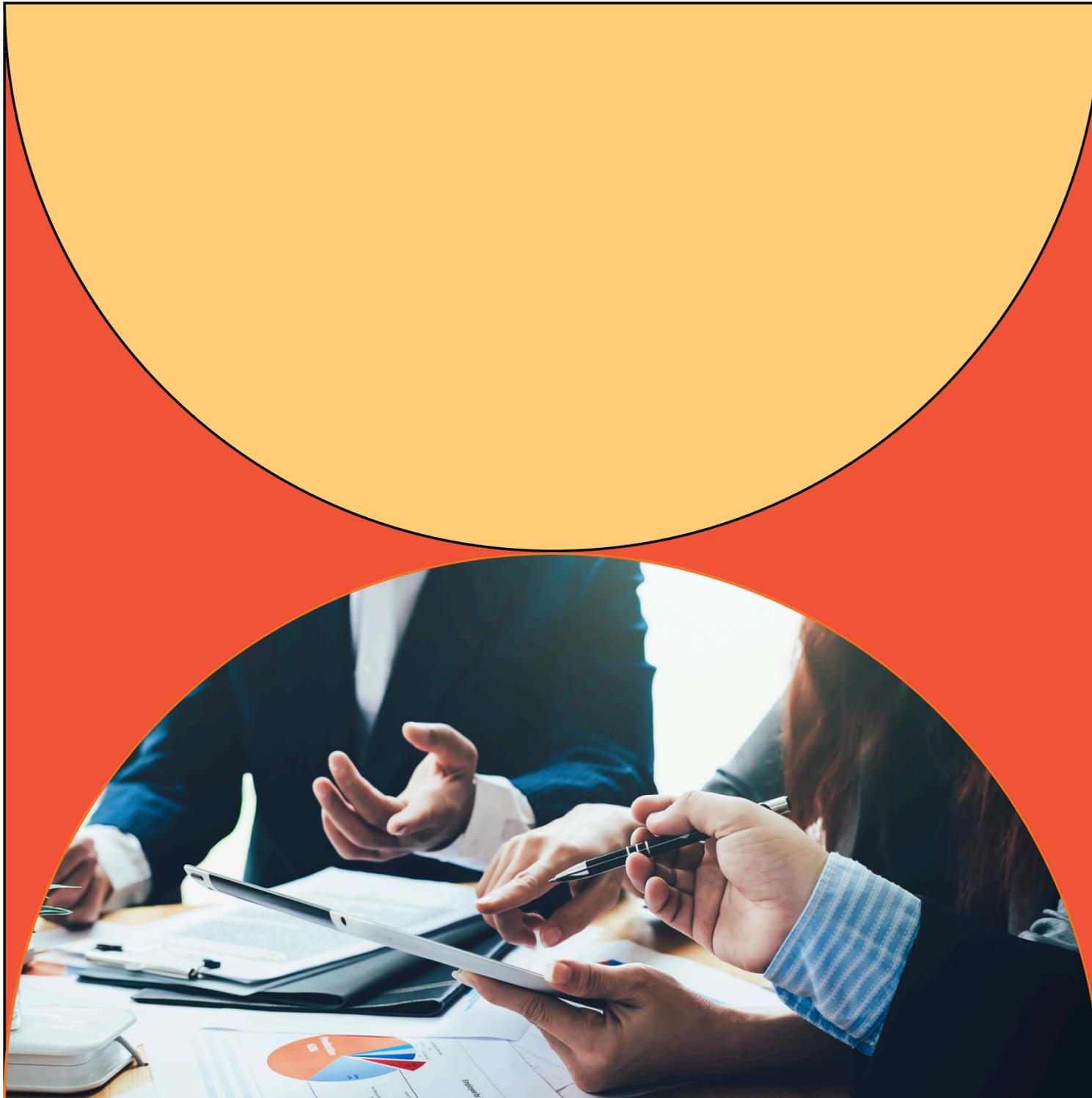
**Werte und Einstellungen:** Rational, zielorientiert, technologieaffin, legen Wert auf Effizienz und Zeitmanagement.

**Online-Verhalten:** Nutzen das Internet gezielt und effizient, bevorzugen funktionale und produktivitätssteigernde Tools. Suchen nach Lösungen, die Zeit sparen und Prozesse optimieren.

**Beispiel:** Verwenden Tools wie Trello oder Asana für Projektmanagement, nutzen Business Intelligence-Software, lesen Fachliteratur online, und besuchen Webinare und Online-Kurse zur beruflichen Weiterbildung.

# Buyer Personas

Frage 2. Erstellt zwei Buyer Personas aus Ihrer Zielgruppe.  
(Psychologische Vertiefung anhand Bedürfnispyramide, Riemann-Modelle  
oder Limbic Map - nicht erforderlich, aber hilfreich).





*“Ich möchte, dass mein Betrieb viele Jahre lang floriert und meine Söhne mein Geschäft übernehmen”*

# Herr Weiß

Alter: 45

Verheiratet, zwei Kinder.

Geschäftsführer

Branche: Agroindustrie /

Brütereier

110.000 € p.Jahr

## Beschreibung

Herr Weiss betreibt einen landwirtschaftlichen Betrieb und ist bestrebt, die Betriebskosten zu senken. Er ist an moderner Technologie und nachhaltiger Entwicklung interessiert. Er erwägt die Installation eines Solarkraftwerks, um die Stromkosten zu senken.

## Interessen

- moderne Technologie und nachhaltige Entwicklung
- Macht Sport
- Reisen
- Verbringt gerne Zeit mit Kindern

## Ziele

- Reduzierung der Energiekosten in der landwirtschaftlichen Produktion und Lagerung von Produkten
- *Tiefes Ziel:* die Sorge um die Zukunft des Unternehmens zum Ausdruck bringen, erfolgreiche Marktposition im Wettbewerb sichern, für eine Erhöhung der Gehälter der Mitarbeiter und deren Zufriedenheit mit dem Unternehmen sorgen

## Herausforderungen

- keine technische Kenntnisse, mit erklärende YT-Videos technischen Fragen beantworten
- Dienstleistung (Monteure) anbieten

## Kaufrolle

Entscheidungsträger

## Bedürfnisse

- Beweise für Erfolg und Einsparungen
- klare Darstellung des Projekts mit Vorteile und Zahlen

## Informationsquellen

- Nachrichten
- Soziale Medien: FB, YT
- Kollegen

## Riemann-Modell:

### Statuen (Dauer/Stabilität):

Herr Weiß legt großen Wert auf langfristige Stabilität und die Sicherung der Zukunft seines Unternehmens. Er strebt nach dauerhaften Lösungen, um die Marktposition zu stabilisieren und die Betriebskosten zu senken.

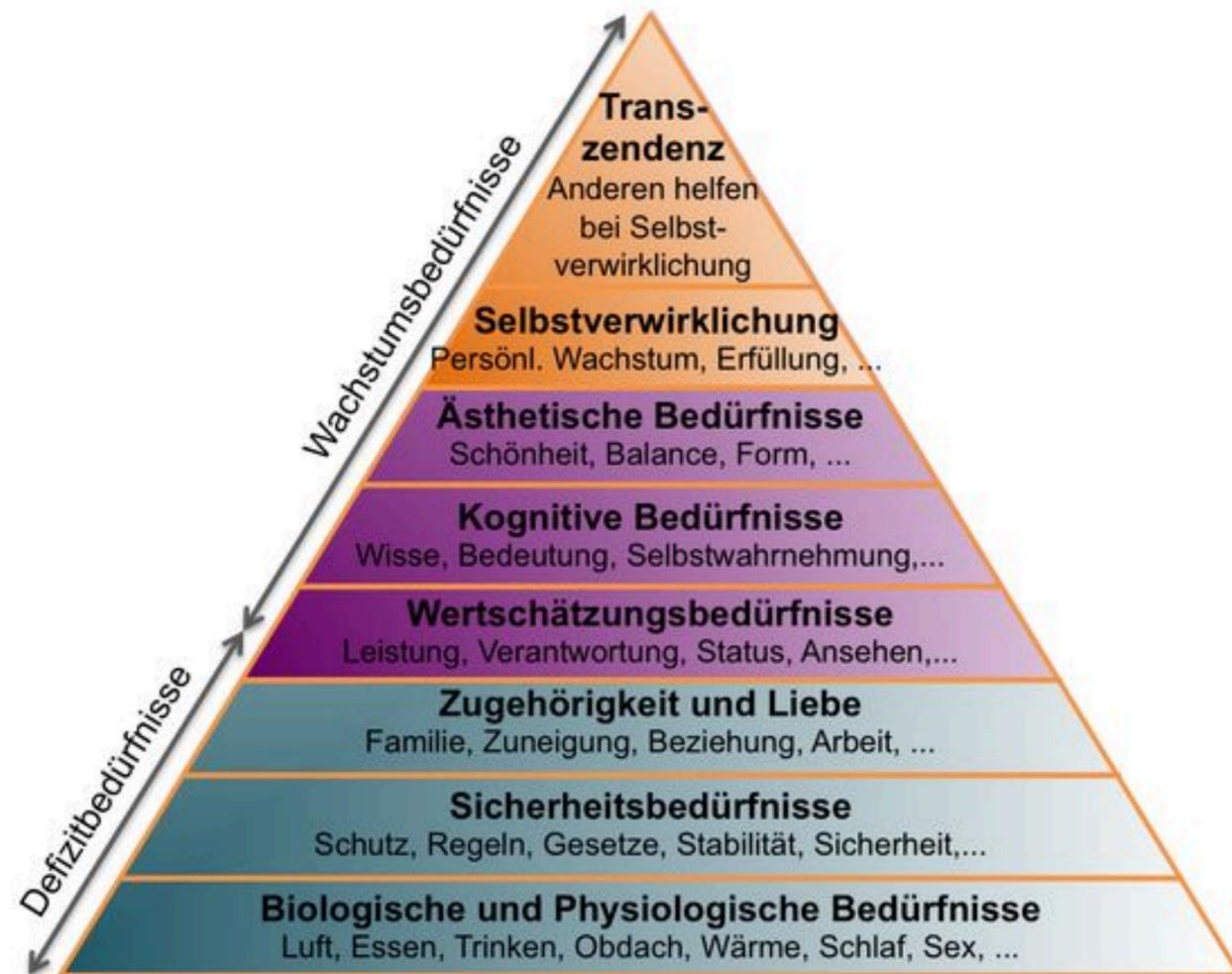
- **Angst vor Veränderung und Unsicherheit; Bedürfnis nach Beständigkeit.**

### Erpresser (Distanz/Autonomie):

Als Geschäftsführer ist Herr Weiß daran gewöhnt, Entscheidungen selbstständig zu treffen und die Kontrolle über den Betrieb zu behalten. Er zeigt Unabhängigkeit und möchte nicht von anderen abhängig sein.

- **Angst vor Kontrollverlust und Abhängigkeit; Bedürfnis nach Autonomie.**





**Selbstverwirklichung:** Herr Weiß möchte nachhaltige Entwicklung umsetzen, und Solaranlagen ermöglichen ihm, seine Vision eines umweltfreundlichen Betriebs zu realisieren.

**Wertschätzungsbedürfnisse:** Herr Weiß strebt nach Anerkennung, und Solaranlagen helfen ihm, sich als innovativer Unternehmer zu profilieren.

**Soziale Bedürfnisse:** Herr Weiß legt Wert auf das Wohlergehen seiner Familie und Mitarbeiter, und nachhaltige Energie stärkt sein Ansehen in der Gemeinschaft.

**Sicherheitsbedürfnisse:** Herr Weiß sucht nach finanzieller Sicherheit, und Solaranlagen bieten eine langfristige Lösung zur Kostensenkung.

**Physiologische Bedürfnisse:** Herr Weiß muss sicherstellen, dass sein Betrieb effizient arbeitet, und durch Solaranlagen kann er die Betriebskosten senken.



*"Ich plane immer drei Schritte voraus und kenne mich bestens mit der Kostenoptimierung in unserem Geschäft aus"*

# Johanna

Alter: 38

Verheiratet, ein Kind

Position: Prokurist/  
Bilanzbuchhalterin eines  
Logistikzentrums;

Einkommen: 70.000 € p.Jahr

## Beschreibung

Johanna ist für die Kostenoptimierung im Unternehmen zuständig. Sie sucht nach Möglichkeiten, das Unternehmen umweltfreundlicher und kostengünstiger zu machen. Sie möchte erneuerbare Energiequellen einführen, um die Stromkosten zu senken und den Ruf des Unternehmens in Sachen Umweltschutz zu verbessern.

---

## Ziele

- Energiekosten zu senken, indem man das breite Dach des eigenen Lagers nutzen
- *Tiefes Ziel:* Führungsqualitäten unter Kollegen zu demonstrieren

---

## Kaufrolle

Entscheidungsträger  
und Influencer

## Bedürfnisse

- Auffällige Videos und Grafiken
- klare Darstellung des Projekts mit Vorteile und Zahlen
- Angebot für Förderung

## Interessen

- Umweltschutz Aktivitäten
- Nachhaltiges Gärtnern
- Teilnahme an Fachkonferenzen über erneuerbare Energien
- Lesen von Fachliteratur

---

## Herausforderungen

- keine genauen Kenntnisse zur Rentabilität der Investitionen
- Unterstützung beim Förderung Antragstellung

---

## Informationsquellen

- regionale Presse
- Soziale Medien: FB, LinkedIn
- Kollegen
- Fachliteratur

## Riemann-Modell:

### Erpresser (Distanz/Autonomie):

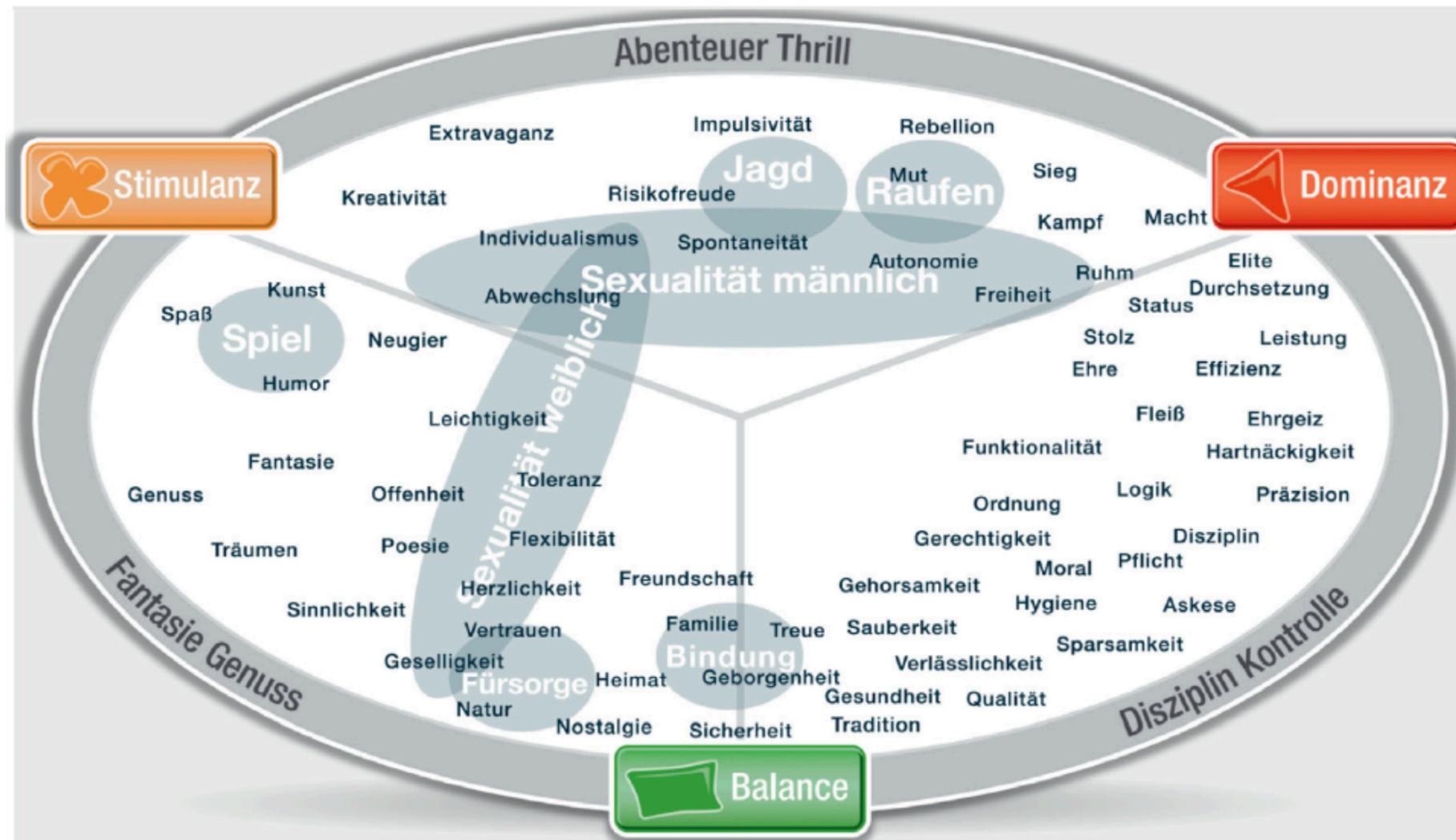
Als Prokuristin zeigt Johanna eine hohe Autonomie und Verantwortung in der Kostenoptimierung und strategischen Planung. Sie möchte ihre Führungsqualitäten demonstrieren und eigenständige Entscheidungen treffen.

- **Angst vor Abhängigkeit und Kontrollverlust; Bedürfnis nach Selbstbestimmung und Unabhängigkeit.**

### Tramp (Wechsel/Veränderung):

Ihr Interesse an erneuerbaren Energien und nachhaltigem Gärtnern zeigt eine Offenheit für Innovation und Veränderungen. Sie sucht ständig nach neuen Möglichkeiten, das Unternehmen zu verbessern und umweltfreundlicher zu gestalten.

- **Angst vor Stillstand und Rückständigkeit; Bedürfnis nach Innovation und Fortschritt.**



## Limbic Map:

### Balance (Stabilität und Sicherheit):

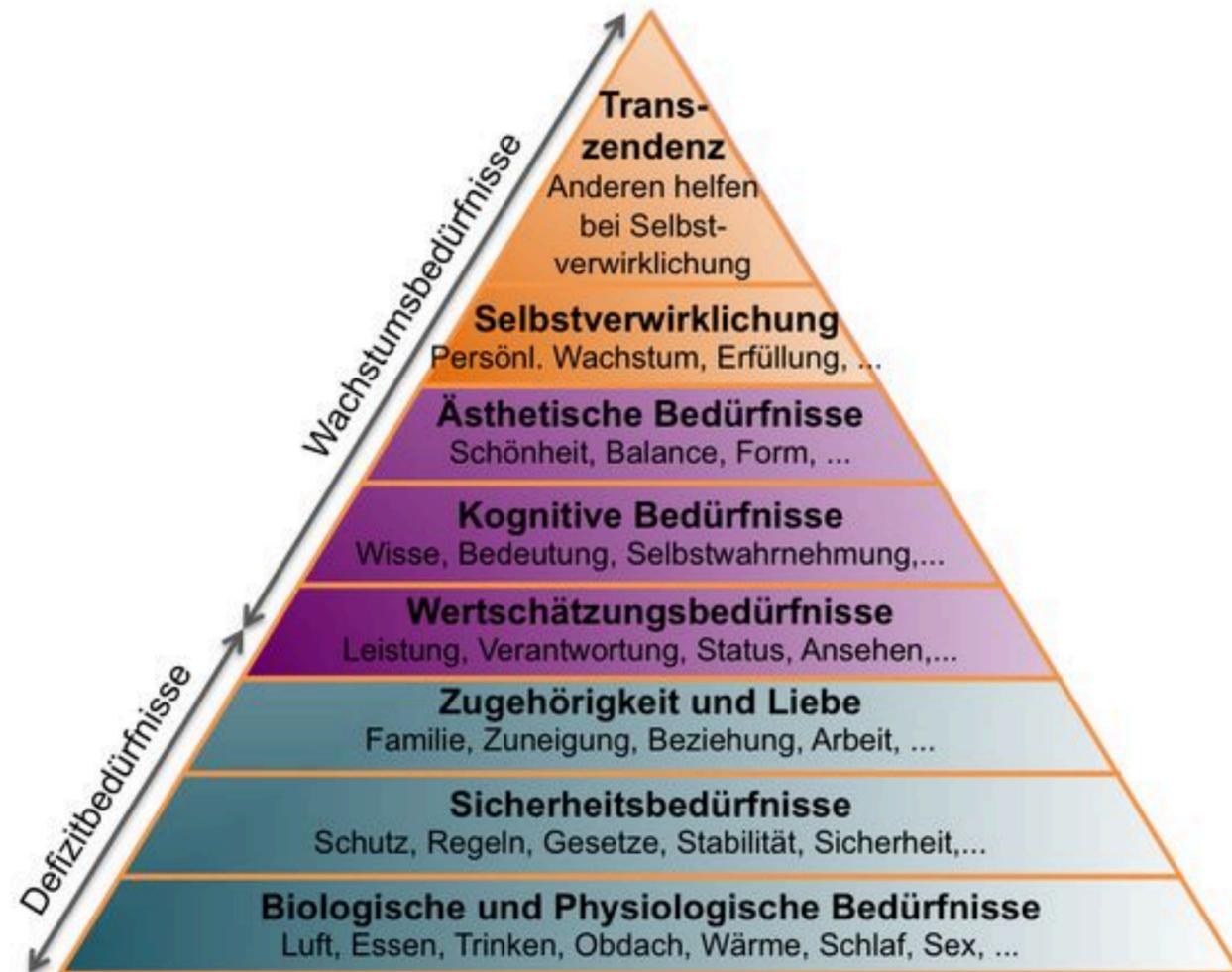
Johanna legt großen Wert auf finanzielle Stabilität und nachhaltige Geschäftsmodelle.

### Stimulanz (Neugier und Innovation):

Sie ist offen für neue Technologien und innovative Ansätze, um das Unternehmen wettbewerbsfähiger zu machen.

### Dominanz (Macht und Einfluss):

Johanna möchte ihren Einfluss nutzen, um positive Veränderungen im Unternehmen herbeizuführen und eine Vorreiterrolle in Sachen Nachhaltigkeit zu übernehmen.



**Selbstverwirklichung:** Johanna möchte ihre Werte der Nachhaltigkeit umsetzen, und erneuerbare Energien ermöglichen ihr, diese Vision zu verwirklichen.

**Wertschätzungsbedürfnisse:** Johanna strebt nach Anerkennung für ihre Bemühungen um Nachhaltigkeit, und Solartechnologie kann ihr Ansehen erhöhen.

**Soziale Bedürfnisse:** Johanna möchte, dass das Unternehmen als umweltbewusst wahrgenommen wird, und erneuerbare Energien fördern das Gemeinschaftsgefühl.

**Sicherheitsbedürfnisse:** Johanna sucht finanzielle Stabilität für das Unternehmen, und Solaranlagen bieten eine langfristige Lösung zur Reduzierung der Energiekosten.

**Physiologische Bedürfnisse:** Johanna muss sicherstellen, dass das Logistikzentrum reibungslos läuft, und durch Solarkraftwerke kann sie die Stromkosten senken.

**Frage 3. Bitte je Phase drei mögliche Customer Journey Touchpoints benennen (organische und/oder bezahlte) - entlang der Kundenbeziehung;**

**Phasen**

**(a) REACH (Discovery, Awareness, Aufmerksamkeit)**

**(b) AKQUISITION (Interesse, „Lead“, Kontakt vertiefen)**

**(c) CONVERSION (Purchase/Kauf, Beziehungsaufbau, Vertrauen)**

**(d) RETENTION (Up- & Cross-Selling, Kundenbindung, -pflege,...)**

**(e) LOYALTY (Advocacy, Markenbotschafter)**

# REACH

AKQUISITION CONVERSION RETENTION LOYALTY

(Discovery, Awareness, Aufmerksamkeit)

## KPI

1. **Website Traffic** (Anzahl der Besucher auf der Website)
2. **Impressions** (Anzahl der Anzeigenaufrufe in bezahlten Kampagnen)
3. **Click-Through Rate (CTR)** (Verhältnis von Klicks zu Impressionen bei Anzeigen)
4. **Social Media Engagement** (Likes, Shares, Kommentare und Follower-Wachstum)

## SEO-optimierter Blog

Artikel über die Vorteile von PV-Anlagen in der Agroindustrie.

## Social Media Ads

Zielgerichtete Werbung auf LinkedIn und Facebook, die nachhaltige Energie für landwirtschaftliche Betriebe hervorhebt.

## Fachmessen und Konferenzen

Präsenz auf Agrar- und Energiekonferenzen, um direkt mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten.

REACH

# AKQUISITION

CONVERSION RETENTION LOYALTY

(Interesse, „Lead“, Kontakt vertiefen)

## KPI

1. **Lead Conversion Rate:** Prozentsatz der Website-Besucher, die zu Leads werden (z.B. durch Ausfüllen eines Kontaktformulars).
2. **Cost per Lead (CPL):** Kosten, um einen neuen Lead zu gewinnen.
3. **Email Sign-Up Rate:** Anzahl der Besucher, die sich für den Newsletter anmelden.
4. **Download Rate:** Anzahl der heruntergeladenen Whitepapers, Fallstudien oder anderen Inhalte.

## Webinare

Online-Seminare über die Installation und Vorteile von PV-Anlagen für landwirtschaftliche Betriebe.

## E-Mail-Newsletter

Regelmäßige Updates und Fachinformationen zu erneuerbaren Energien und spezifischen Vorteilen für die Agroindustrie.

## Whitepapers und Fallstudien

Detaillierte Berichte über erfolgreiche Implementierungen von PV-Anlagen in ähnlichen Betrieben.

# CONVERSION

(Purchase/Kauf, Beziehungsaufbau, Vertrauen)

## KPI

1. **Traffic:** Anzahl der vereinbarten Beratungstermine
2. **Anzahl** der erstellten und angenommenen Angebote
3. **Conversion Rate:** Prozentsatz der Besucher, die einen Kauf abschließen.
4. **ROI:** Return on Invest - Wie hoch war der ROI meiner Anzeigenkampagnen? Rendite einer Investition
5. **Anzahl der begonnenen Vertragsverhandlungen**

## Persönliche Beratungsgespräche ( vor Ort oder virtuell)

direkte Gespräche mit dem Lead, in denen individuelle Bedürfnisse und Fragen des Kunden besprochen werden, um maßgeschneiderte Lösungen anzubieten und Vertrauen aufzubauen.

## Angebotserstellung und -präsentation

Erstellung eines detaillierten, schriftlichen Angebots für den potenziellen Kunden, das die angebotenen Leistungen, Kosten und Konditionen beschreibt, sowie die anschließende Präsentation und Erklärung dieses Angebots, um Fragen zu klären und den Kunden zur Annahme zu bewegen.

## Vertragsverhandlungen

Die Bedingungen eines Vertrags besprechen und anpassen, bevor der Vertrag offiziell abgeschlossen wird.

# RETENTION

(Up- & Cross-Selling, Kundenbindung, -pflege)

## KPI

1. **Repeat Purchase Rate:** Prozentsatz der Kunden, die wiederholt einkaufen.
2. **Customer Lifetime Value (CLV):** Gesamtwert, den ein Kunde während seiner gesamten Beziehung mit dem Unternehmen generiert.
3. **Churn Rate (Abwanderungsrate):** Prozentsatz der Kunden, die abspringen und nicht mehr kaufen.
4. **Net Promoter Score (NPS):** Maß für die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden das Unternehmen weiterempfehlen.

## Regelmäßige Wartungsangebote

Servicepakete für die regelmäßige Wartung und Überprüfung der PV-Anlagen.

## Exklusive Upgrades

Angebote für Upgrades und Erweiterungen, wie zusätzliche Speicherlösungen oder neueste Technologie-Updates. (auch App Updates)

## Kunden-Feedback- Programme

Regelmäßige Umfragen und Feedback-Runden, um die Zufriedenheit zu messen und Verbesserungen vorzunehmen.

REACH AKQUISITION CONVERSION RETENTION

# LOYALTY

(Advocacy, Markenbotschafter)

## KPI

1. **Referral Rate:** Prozentsatz der Neukunden, die durch Empfehlungen gewonnen wurden.
2. **Customer Satisfaction Score (CSAT):** Zufriedenheitsbewertung durch Kundenfeedback.
3. **Engagement Rate:** Interaktionsrate mit Loyalty-Programmen oder exklusiven Events.
4. **Review and Rating Volume:** Anzahl und Qualität der Bewertungen und Rezensionen, die von Kunden abgegeben werden.

## Kundenreferenz programme

Belohnungen für Empfehlungen und positive Bewertungen.

## Bewertungen und Testimonials

Veröffentlichung von Herrn Weiß' Erfolgsgeschichte auf der Unternehmenswebsite und in Marketingmaterialien.

## Exklusive Events

Einladungen zu exklusiven Kundenevents und Networking-Veranstaltungen, um die Bindung zu stärken und das Netzwerk zu erweitern.

Frage 4. Bitte zu einem dieser Touchpoints (z.B. Blogartikel in der REACH-Phase oder Insta Beitrag oder Google Ad in der AKQUISITION Phase) einen visuellen Bild+Text Entwurf erstellen. Bitte dabei versuchen, mit der Anzeige eine Eurer Buyer Personas anzusprechen bzw. deren Interesse zu vertiefen und ihren Kaufwunsch zu steigern.

**GESCHÄFT VERDIENT DIESELBE WIE IHR KIND**

**FÜRSORGE**

Anlagen von SLG GmbH



**Sichern Sie eine stabile Zukunft für das Business**

# REACH + AKQUISITION

FB-Werbung, die zu der Website führt, auf der der Dienst ausführlicher beschreiben wird und angeboten wird, im Austausch gegen eine E-Mail Adresse eine PDF-Datei mit detaillierten technischen Informationen zu erhalten.



Link führt zur Webseite/  
Landing Page  
Format

### PV-Anlage mit Speicher für eine Kit

- 44 kWp
- 38.511 kWh Strom/Jahr
- ca. 18.000 kg CO2-Einsparung/Jahr
- 91% Anlagennutzungsgrad
- 55% Autarkiegrad

Wir wünschen viel Spaß und viele ertragreiche mit der neuen PV-Anlage.

## Sun Light Systems



**Nr. 1 in Deutschland!!!**



### Wie funktioniert eine PV-Anlage?

Photovoltaik ist eine Technologie, die Sonnenlicht in elektrische Energie umwandelt. Doch wie funktioniert das? Hier ist eine kurze Erklärung:

- Der erste Schritt zur Produktion von Solarstrom beginnt mit den Photovoltaikzellen. Diese bestehen aus Halbleitermaterialien wie Silizium.
- Wenn das Sonnenlicht auf die Photovoltaikzellen trifft, werden die Photonen in den Zellen absorbiert. Dies sorgt dafür, dass Elektronen im Halbleitermaterial angeregt werden und sich in Bewegung setzen.
- Durch den Fluss der Elektronen entsteht ein Gleichstrom (DC). Dieser Strom ist jedoch noch nicht für den alltäglichen Gebrauch geeignet.
- Hier kommt der Wechselrichter ins Spiel. Er wandelt den Gleichstrom in den für unseren Haushalt benötigten Wechselstrom (AC) um.



Hättet ihr das gewusst?

Immer alles genau im Blick.

Zur Überwachung der Leistungsfähigkeit deiner PV-Anlage wird der verbaute Wechselrichter mit dem Internet verbunden. So kannst Du die Performance der Anlage sowie Infos zu erzeugtem, gespeichertem und verbrauchtem Strom zu jeder Zeit in einer App einsehen.



**Alles im Blick dank App**



### Kann meine Solaranlage beschädigt werden?

Du denkst darüber nach, eine Solaranlage zu installieren, aber du fragst dich, wie robust so eine PV-Anlage überhaupt ist? Hier sind die Fakten, die du kennen solltest:

- PV-Anlagen sind robust und widerstandsfähig. Sie sind darauf ausgelegt, starken Wind, Schnee, Hagel und Temperaturschwankungen standzuhalten.
- Bei der Installation werden hochwertige Materialien verwendet, um die Langlebigkeit der Anlage zu gewährleisten. Von den Solarmodulen über die Montagesysteme bis hin zu den elektrischen Komponenten wird auf Qualität gesetzt.
- Eine fachgerechte Installation durch zertifizierte Experten ist entscheidend. Dadurch wird sichergestellt, dass deine Solaranlage sicher und stabil aufgebaut ist, um potenzielle Schäden zu minimieren.
- Solaranlagen werden so konzipiert, dass sie vor Beschädigungen geschützt sind. Dies beinhaltet Maßnahmen wie den angemessenen Abstand zur Dachoberfläche, die Verwendung von stoßfesten Materialien oder den Einbau von Überspannungsschutzvorrichtungen.
- Viele Solaranlagen bieten Garantien von 10, 20 oder sogar 30 Jahren für die Komponenten und Installation. Diese bieten dir zusätzliche Sicherheit und decken eventuelle Schäden ab, sodass du sorgenfrei die Vorteile deiner Anlage genießen kannst.

Wenn du Fragen hast, zögere nicht, uns zu kontaktieren. Wir helfen gerne weiter!



### PV-Wissen Baugenehmigung

Wusstest du schon? Für die Installation einer Photovoltaikanlage ist in der Regel keine Baugenehmigung erforderlich.

Allerdings gibt es Ausnahmen. Wenn die Anlage eine gewisse Größe überschreitet oder an einem denkmalgeschützten Gebäude installiert wird, kann unter Umständen eine Genehmigung erforderlich sein. Auch in Wohngebieten oder in der Nähe von Flughäfen können bestimmte Abstandsregelungen relevant werden.

Mit unserer Expertise unterstützen wir dich bei der Feststellung, ob für dein Vorhaben eine Baugenehmigung erforderlich ist. Gerne helfen wir auch beim Genehmigungsverfahren.

### Welche Förderungen gibt es?

In Deutschland gibt es einige Förderungen, die dich bei der Installation deiner PV-Anlage unterstützen können.

Damit du einen groben Überblick über die Möglichkeiten erhältst, haben wir diese für dich kurz zusammengefasst:

- KfW-Förderung:** Die KfW-Bank unterstützt die Investition in eine PV-Anlage durch spezielle Förderkredite. Wichtig: Ein Förderkredit muss bereits vor dem Kauf beantragt sein.
- Einspeisevergütung (EEG-Vergütung):** Du erhältst eine Vergütung für den von dir erzeugten Strom, der ins Netz eingespeist wird.

### 0 % Steuer für PV-Anlagen

Seit dem 01.01.2023 entfällt die Umsatzsteuer beim Kauf einer PV-Anlage.

#PVSteuer

# PV-Mythen

## Welche Aussagen du über Photovoltaikanlagen nicht glauben solltest!



Die Wahrheit über PV-Anlagen: 3 Mythen, die du nicht glauben solltest!

### ⚡ Mythos 1: „PV-Anlagen sind zu teuer!“

Die Kosten für PV-Anlagen sind in den letzten Jahren stark gesunken. Tatsächlich ist die Installation einer PV-Anlage heute erschwinglicher als je zuvor. Wenn man bedenkt, dass eine PV-Anlage dazu beitragen kann, deine Stromkosten zu senken und den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren, lohnt es sich auf jeden Fall, in eine PV-Anlage zu investieren.

### ⚡ Mythos 2: „PV-Anlagen funktionieren nur in sonnenreichen Regionen!“

Auch in Regionen mit geringer Sonneneinstrahlung ist die Installation einer PV-Anlage rentabel. Moderne PV-Module können auch bei bedecktem Himmel Strom erzeugen. Wohnst du also in einer Region, in der die Sonne weniger oft scheint, ist die Installation einer PV-Anlage auf deinem Dach dennoch sinnvoll.

### ⚡ Mythos 3: „PV-Anlagen funktionieren nur mit südlicher Ausrichtung!“

Wusstest du, dass auch eine Ost- oder Westausrichtung für eine PV-Anlage geeignet sein kann? Zwar ist die südliche Ausrichtung am effektivsten, aber auch andere Ausrichtungen können je nach Standort und Energiebedarf sehr rentabel sein.

✅ **Fazit:** Wenn du überlegst, eine PV-Anlage zu installieren, lass dich nicht von diesen Mythen abschrecken. Eine PV-Anlage kann eine lohnende Investition sein, die dir helfen kann, deine Stromkosten zu senken und deinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren.

Wenn du dir nach wie vor unsicher bist, vereinbare einfach einen unverbindlichen Beratungstermin mit unseren Expertinnen. Alle Kontaktmöglichkeiten findest du auf unserem Profil.



**Wusstest  
du schon?**

# Remarketing "Facebook"

## Wusstest du schon?

Die Anschaffungskosten deiner PV-Anlage hast du nach einigen Jahren wieder raus. Danach erwirtschaftest du mit deiner Anlage nur noch Gewinne.

Die Länge der sogenannten „Amortisation“ hängt von vielen Faktoren ab. Als groben Richtwert kann man sagen, dass Photovoltaikanlagen mit einer Größe von 7 bis 12 kWp sich durchschnittlich nach etwa 9 bis 11 Jahren amortisieren.

Da die Lebensdauer der Anlagen bei mindestens 20 Jahren, meistens sogar 30 Jahren liegt, sparst du mit der Investition also bares Geld. 💰

## Du willst mehr erfahren?

☞ Kontaktiere uns jetzt unter [SunLightSystems.de/gewerbekunden](https://www.sunlight-systems.de/gewerbekunden) oder ruf an 012345-456789

**Folge uns auf Instagram & Facebook und verpasse keine Neuigkeiten mehr!**

**[Link führt zum Blog Beitrag Seite](#)**

**AKQUISITION**

# Wir senken gemeinsam Ihre Stromkosten in fünf Schritten:



1. Kontaktiere uns für ein unverbindliches Gespräch bei dir Zuhause.

💰 2. Erhalte dein individuelles Angebot inklusive Wirtschaftlichkeitsberechnung.

🤝 3. Wir kommen ins Geschäft.

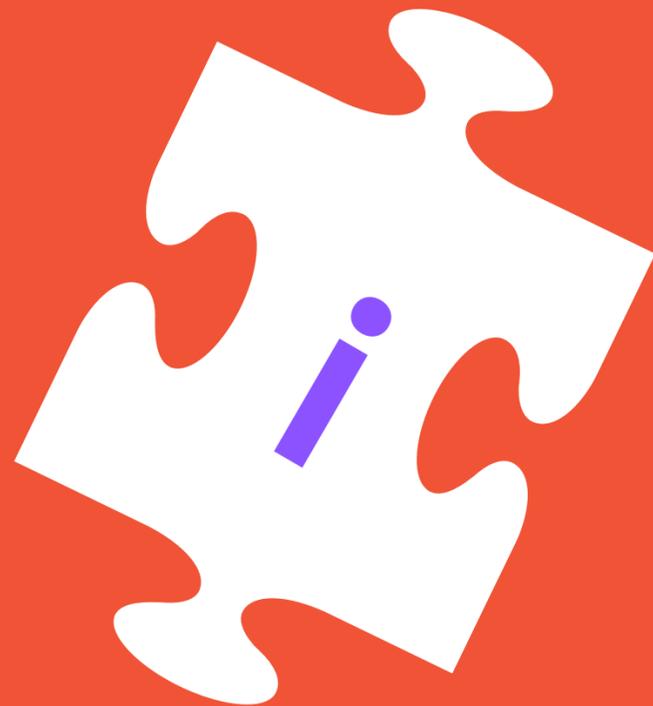
🔧 4. Lehn' dich zurück: Wir übernehmen Installation, Inbetriebnahme, Papierkram, Netzanschluss, und Online-Überwachung.

☀️ 5. Für mindestens die nächsten 20 Jahre bist du sorgenfrei und zum großen Teil unabhängig von steigenden Strompreisen.

Ob Komplettanlage mit Ladelösung und Speicher für Firmengebäude oder private Anlagen auf Einfamilienhäusern – wir stehen dir als kompetenter Partner zur Seite, beraten dich umfassend und planen eine Lösung, die optimal auf deine Anforderungen abgestimmt ist. 💡

**Interesse? Nutze einfach den [Kontaktbutton](#) auf unserem Profil oder das [Kontaktformular](#) auf unserer Webseite. Wir freuen uns auf deine Anfrage und vereinbare persönliches [Beratungsgespräch!](#)**

# Lohnt sich Photovoltaik für mein Unternehmen?



## Blog Beitrag

- **Unabhängigkeit von den Preisschwankungen / Sicherheit**
- **Klimafreundlichkeit**
- **Förderung/ Zuschüsse**
- **Image / Bewertungen**
- **Nachhaltigkeit**
- **Einsparungen**

Du fragst dich, ob sich eine PV-Anlage für dein Unternehmen lohnt? Verfügt dein Unternehmen über eine große Dachfläche? 🏠 Falls ja, solltest du genau jetzt über die Investition in eine Photovoltaikanlage nachdenken. Und zwar aus diesen Gründen:

Die Strompreise am Markt steigen stetig an und machen eine Kostenkalkulation immer schwieriger. 💸

Durch die Erzeugung und Nutzung der eigenen Solarenergie erlangt dein Unternehmen Unabhängigkeit von den Preisschwankungen am Strommarkt und somit mehr Planungssicherheit.

PV-Anlagen sind für Unternehmen eine wirtschaftliche und klimafreundliche Möglichkeit Strom zu produzieren. Mit einer Photovoltaikanlage auf deinem Gewerbeobjekt sorgst du nicht nur dafür, dass sich dein Unternehmen nachhaltig aufstellt, sondern du sparst auch bares Geld und wertest das Image deiner Firma auf. 📈

Übrigens: Durch die gestiegene Einspeisevergütung ist eine PV-Anlage auch ohne Eigenverbrauch für Gewerbebetriebe lukrativ! 💰

Mit aktuellen Förderungen erhalten Unternehmen bis zu **60 % Zuschuss** für energetische Sanierungen oder energieeffiziente Maßnahmen, unter anderem auch für PV-Anlagen. Gemeinsam mit unserem Partner informieren wir dich und besprechen kostenlos und unverbindlich, wie du von den Förderungen profitieren kannst. Auch bei der finanziellen Umsetzung lassen wir dich nicht alleine und unterstützen dich. 🤝

**Was du dafür tun musst? Nimm' einfach Kontakt zu uns auf! Wir freuen uns auf deine Anfrage. 😊**

**[Link führt zu unserer Webseite mit Unterseite](#)  
["Unsere Leistungen"](#) mit dem  
[Kontaktformular](#)**



Und das ist  
noch nicht  
alles...

[Content für Stories für Promotion](#)  
[Remarketing](#)

## Spare Geld & tue Gutes für die Welt! 🌍

Mit der Investition in eine PV-Anlage kannst du nicht nur die Kosten deines Unternehmens senken, sondern auch etwas für die Umwelt tun. 🌱

Eine PV-Anlage ermöglicht es, die Energiekosten durch die Produktion von eigenem Strom zu reduzieren und somit die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Zusätzlich nutzt du eine unerschöpfliche Energiequelle, die zur Energiewende und zum Klimaschutz beiträgt. Ganz nebenbei verbesserst du dabei ebenso das Image deiner Firma. 🤝

**Mit aktuellen Förderungen erhalten Unternehmen bis zu 60 % Zuschuss für energetische Sanierungen oder energieeffiziente Maßnahmen, unter anderem auch die Neuanschaffung einer PV-Anlage.** Dabei müssen Firmen schnell handeln, denn die Fristen für die Antragseinreichung enden bald. Profitiere jetzt von den Förderprogrammen, bevor die Mittel ausgeschöpft sind, und vereinbare ein unverbindliches **Beratungsgespräch**. Wir informieren dich über die Förderung und unterstützen auch bei der finanziellen Umsetzung

👉 [www.SunLightSystems/foerderung.de/](http://www.SunLightSystems/foerderung.de/)

👉 Kontaktiere uns jetzt unter [www.SunLightSystems.de/gewerbekunden/kontakt](http://www.SunLightSystems.de/gewerbekunden/kontakt)

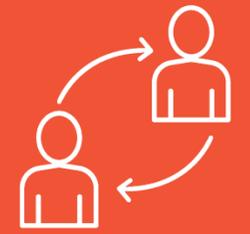
Mehr gute Gründe, warum sich PV-Anlagen für Unternehmen lohnen sowie Infos zur Förderung findest du auf unserem PV-Blog:

👉 [www.SunLightSystems.de/gewerbekunden/blog](http://www.SunLightSystems.de/gewerbekunden/blog)

**Ergreife jetzt die Initiative und nutze regenerative Energien für dein Unternehmen! Folge uns auf Instagram & Facebook und verpasse keine Neuigkeiten mehr!**



# EMPFEHLUNGSPROGRAMM!!!



## Weitersagen lohnt sich!

## Prämie sichern!

Sichere dir jetzt **200 € Prämie** als Dankeschön für deine Empfehlung!

Empfehle **SunLightSystems** deinen Verwandten, Freunden oder Bekannten. Du und deine Empfehlung erhalten eine **attraktive Prämie in Höhe von je 200 €**.

**Das Beste:** Du musst nicht mal Kunde bei uns sein, um am Empfehlungsprogramm teilzunehmen.

Für mehr Infos schau einfach auf [SunLightSystems.de/prämie.de/](https://SunLightSystems.de/prämie.de/) vorbei oder gehe über den Link in unserer Bio.

Empfehle SunLightSystems Family & Friends deinen Verwandten, Freunden oder Bekannten. Du und deine Empfehlung erhalten eine attraktive **Prämie in Höhe 200,00 €**

**[Folge uns auf Instagram & Facebook und verpasse keine Neuigkeiten mehr!](#)**

**AKQUISITION + LOYALTY**

# Vier mögliche E-Commerce KPIs entlang dem Customer Journey

Frage 5. Bitte nennt je vier mögliche E-Commerce KPIs entlang dem Customer Journey

- **Click-Through Rate (CTR)** (Verhältnis von Klicks zu Impressionen bei Anzeigen)
- **Konversion Rate:** Kontakt Aufnahme
- **Anzahl der erstellten und angenommenen Angebote**
- **Anzahl der Verkäufe**

