[](https://de.smartsheet.com/try-it?trp=50076)**VORLAGE   
FÜR EINE   
PROJEKTFALLSTUDIE   
für Microsoft Word**

INHALTSVERZEICHNIS

1. Erfolgsmesszahlen
2. Kundenproblem, Chance
3. Gliederung und Inhalt der Fallstudie
4. Call-to-Action und Checkliste vor der Veröffentlichung

[ Erfolgsmesszahlen ]

EINFÜHRUNG

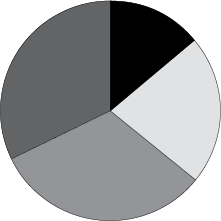
Willkommen bei unserer Vorlage für Projektfallstudien. In diesem Abschnitt zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihre Erfolgsmesszahlen mithilfe verschiedener Arten von Diagrammen und Grafiken effektiv präsentieren können. Diese visuellen Elemente sind entscheidend, um die Wirkung und Effektivität Ihrer Kampagnen zu präsentieren.

LINIENDIAGRAMM: ERFOLG MESSEN

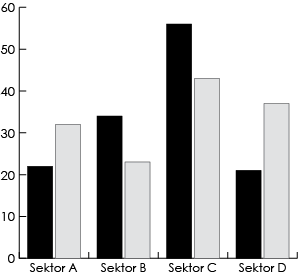
A white line with dots on it

Description automatically generatedFügen Sie ein Liniendiagramm ein, um zu visualisieren, wie sich Ihre Marketingaktivitäten im Laufe der Zeit entwickelt haben. Verwenden Sie dieses Diagramm, um den Trend und das Wachstum bei wichtigen Erfolgsmesszahlen wie Website-Traffic, generierten Leads oder Verkaufserlösen zu demonstrieren. Passen Sie das Diagramm an, indem Sie Beschriftungen, Achsentitel und eine Legende einfügen, um Kontext bereitzustellen.

KREISDIAGRAMM: ANALYSE DER AUSWIRKUNGEN

Verwenden Sie ein Kreisdiagramm, um die Zuweisung von Ressourcen oder die Verteilung Ihres Marketingbudgets auf verschiedene Kanäle oder Kampagnen aufzuschlüsseln. Dieses Diagramm hilft Stakeholder\*innen, die relativen Auswirkungen der einzelnen Komponenten zu verstehen, und gibt Aufschluss darüber, welche Bereiche am meisten zu Ihrem Erfolg beitragen.

VERTIKALES BALKENDIAGRAMM: MESSZAHLEN IM VERGLEICH

Integrieren Sie ein vertikales Balkendiagramm, um verschiedene Erfolgsmesszahlen direkt miteinander zu vergleichen. Dieses Diagramm ist ideal, um die relative Effektivität verschiedener Marketingstrategien oder -initiativen zu veranschaulichen, z. B. durch den Vergleich der Conversion-Raten verschiedener Werbekampagnen oder des Engagements auf verschiedenen Social-Media-Plattformen.

**Tipps:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Diagramme sinnvoll beschriftet und verständlich sind. Verwenden Sie Farbcodes und klare Legenden, um zum visuellen Verständnis beizutragen. Geben Sie unter jedem Diagramm prägnante Erklärungen an, um wichtige Erkenntnisse hervorzuheben. Aktualisieren Sie die Diagramme mit den neuesten Daten, um die Aktualität und Relevanz Ihrer Fallstudie zu gewährleisten.

Durch die effektive Verwendung dieser Diagramme können Sie die Auswirkungen Ihrer Bemühungen visuell vermitteln und Ihrer Zielgruppe eine überzeugende Darstellung Ihrer Erfolgsmesszahlen bieten.

[ Kundenproblem, Chance ]

EINFÜHRUNG

In diesem Abschnitt geben Sie einen umfassenden Überblick über das Problem oder die Chance Ihres Kunden oder Ihrer Kundin. Die effektive Dokumentation dieses entscheidenden Aspekts schafft die Voraussetzungen dafür, den Kontext und die Bedeutung Ihrer Bemühungen zu verstehen.

RICHTLINIEN

|  |  |
| --- | --- |
| Situation beschreiben | Beginnen Sie mit einer klaren und prägnanten Beschreibung des ursprünglichen Szenarios, mit dem Ihr\*e Kund\*in konfrontiert war. Heben Sie die spezifischen Probleme oder Chancen hervor, die ein Eingreifen erforderlich machten. Achten Sie darauf, Fragen wie die folgenden zu beantworten:   * Was waren die zentralen Kundenprobleme? * Welche externen Faktoren oder Marktbedingungen haben zu dieser Situation beigetragen? |
| Vorgaben festlegen | Skizzieren Sie die Vorgaben oder Ziele des Kunden bzw. der Kundin. Dazu können Messzahlen wie eine erhöhte Markenbekanntheit, eine höhere Lead-Generierung, eine größere Marktreichweite oder eine verbesserte Kundenbindung gehören. |
| Relevante Daten bereitstellen | Untermauern Sie Ihre Darlegung mit Daten und Belegen, um das Problem oder die Chance zu bekräftigen. Fügen Sie relevante Statistiken, Marktforschungsergebnisse oder Kundenfeedback bei, um ein Gesamtbild der Situation zu vermitteln. |
| Positive Auswirkungen erläutern | Erörtern Sie, welche Ergebnisse möglich sind, wenn Sie das Problem angehen oder die Chance ergreifen. Erläutern Sie, in welcher Form das Kundenunternehmen von der Lösung oder Nutzung profitieren könnte, z. B. höherer Umsatz, verbesserter Markenruf oder stärkere Kundenbindung. |
| Einschränkungen hervorheben | Falls es bei der Bewältigung dieses Problems oder beim Ergreifen der Chance Beschränkungen, Einschränkungen oder Hindernisse gab, sollten diese klar umrissen werden. Dazu gehören Faktoren wie Budgeteinschränkungen, Ressourcenbeschränkungen oder zeitliche Vorgaben. |
| Ansatz beschreiben | Gehen Sie kurz auf die Strategien und Taktiken ein, die eingesetzt werden, um das Problem anzugehen oder die Chance zu nutzen. Bieten Sie einen Kontext für die folgenden Abschnitte Ihrer Fallstudie, in denen Sie Ihre Bemühungen im Detail erläutern. |

FAZIT

Für Ihre Projektfallstudie ist es von entscheidender Bedeutung, die wesentlichen Aspekte des Problems oder der Chance des Kunden bzw. der Kundin zu erfassen. Nur so lässt sich nachvollziehen, warum bestimmte Strategien gewählt wurden und wie sie zum Erfolg geführt haben. Verwenden Sie diesen Abschnitt, um den Rahmen für Ihren Bericht abzustecken und den Weg zum Projekterfolg darzustellen.

[ Gliederung und Inhalt der Fallstudie ]

EINFÜHRUNG

Dieser Abschnitt hilft Ihnen, Ihre Projektfallstudie effektiv zu strukturieren. Befolgen Sie die Gliederung, um sicherzustellen, dass Ihre Fallstudie einen klaren und überzeugenden Bericht des Projekterfolgs liefert.

GLIEDERUNG DER FALLSTUDIE

EINFÜHRUNG

|  |
| --- |
| Verfassen Sie eine ansprechende Einleitung, die den Rahmen für Ihre Fallstudie absteckt. Stellen Sie Positive Charge und das Kundenunternehmen oder das Szenario, um das es geht, kurz vor. |

KUNDENPROBLEM/CHANCE

|  |
| --- |
| Fassen Sie das Problem oder die Chance, mit der der\*die Kund\*in konfrontiert war, wie im vorherigen Abschnitt beschrieben zusammen. Stellen Sie Kontext für die nachfolgenden Marketingstrategien bereit. |

STRATEGIEN

|  |
| --- |
| Beschreiben Sie die Strategien und Taktiken, die eingesetzt wurden, um das Problem anzugehen oder die Chance zu nutzen. Heben Sie die Schlüsselelemente hervor, die zum Erfolg beigetragen haben. |

IMPLEMENTIERUNG

|  |
| --- |
| Beschreiben Sie, wie die Marketingstrategien umgesetzt wurden. Fügen Sie Zeitpläne, wichtige Meilensteine und alle nennenswerten Herausforderungen oder Anpassungen hinzu, die während des Prozesses vorgenommen wurden. |

ERGEBNISSE UND AUSWIRKUNG

|  |
| --- |
| Präsentieren Sie die messbaren Ergebnisse Ihrer Aktivitäten. Verwenden Sie Daten, Diagramme und Statistiken, um die positiven Auswirkungen auf das Kundenunternehmen darzustellen. Geben Sie Messzahlen wie Lead-Zuwachs, Umsatzwachstum oder verbesserte Markenbekanntheit an. |

ERFAHRUNGSBERICHTE UND ZITATE

|  |
| --- |
| Integrieren Sie Erfahrungsberichte, Zitate oder Rückmeldungen von Kund\*innen, die den Erfolg Ihrer Bemühungen und den erbrachten Nutzen bestätigen. |

FAZIT

|  |
| --- |
| Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus der Fallstudie zusammen und betonen Sie den erzielten Gesamterfolg und die auf Kundenseite realisierten Vorteile. |

CALL-TO-ACTION

|  |
| --- |
| Schließen Sie mit einer überzeugenden Handlungsaufforderung ab, der die Leser\*innen ermutigt, sich für ihre eigenen Marketingbedürfnisse mit Positive Charge in Verbindung zu setzen. |

INHALT DER FALLSTUDIE

Nachdem Sie die Gliederung fertiggestellt haben, verwenden Sie den verbleibenden Platz, um Ihre vollständigen Fallstudieninhalte zu erstellen. Befolgen Sie die in der Gliederung angegebene Struktur, um ein kohärentes und wirkungsvolles Narrativ zu gewährleisten.

**Tipps:** Verwenden Sie klare Überschriften und Unterüberschriften, um Ihre Inhalte zu strukturieren. Fügen Sie visuelle Elemente wie Bilder, Diagramme und Grafiken hinzu, um das Verständnis zu verbessern. Halten Sie die Fallstudie kurz und konzentrieren Sie sich auf die wichtigsten Details. Verwenden Sie durchgehend einen einheitlichen Schreibstil und Ton. Wenn Sie diese Gliederung befolgen und den zur Verfügung stehenden Platz nutzen, können Sie eine gut strukturierte und ansprechende Marketing-Fallstudie erstellen, die die Erfolgsgeschichte Ihrer Projektbemühungen effektiv vermittelt.

[ Call-to-Action und Checkliste vor der Veröffentlichung ]

EINFÜHRUNG

In diesem Abschnitt finden Sie Anleitungen zur Erstellung eines effektiven Call-to-Action und eine Checkliste, um sicherzustellen, dass Ihre Projektfallstudie ausgefeilt und bereit für die Veröffentlichung ist.

CALL-TO-ACTION (CTA)

|  |  |
| --- | --- |
| Überzeugenden CTA erstellen | Ihr CTA sollte die Leser\*innen dazu animieren, eine bestimmte Handlung zu ergreifen, nachdem sie Ihre Fallstudie gelesen haben. Das könnte die Kontaktaufnahme mit Ihrem Team, das Herunterladen weiterführender Ressourcen oder das Anmelden für ein Webinar sein. Die Botschaft Ihres CTA sollte klar und überzeugend sein. |
| Kontaktinformationen bereitstellen | Fügen Sie relevante Kontaktinformationen wie Ihre E-Mail-Adresse oder einen Link zu Ihrer Website hinzu, damit Interessent\*innen sich einfach mit Ihnen in Verbindung setzen können. |
| Handlungsorientierte Sprache verwenden | Verwenden Sie Tätigkeitsverben, die zum Handeln auffordern, z. B. „Jetzt Kontakt aufnehmen“, „Beratungsgespräch vereinbaren“ oder „Whitepaper herunterladen“. |
| An den Inhalten der Fallstudie ausrichten | Stellen Sie sicher, dass Ihr CTA mit dem Inhalt Ihrer Fallstudie übereinstimmt und Ihren Leser\*innen einen logischen nächsten Schritt bietet. |

CHECKLISTE VOR DER VERÖFFENTLICHUNG

|  |
| --- |
| KORREKTURLESEN UND BEARBEITEN: Überprüfen Sie Ihre Fallstudie auf Rechtschreib-, Grammatik- und Formatierungsfehler. Stellen Sie sicher, dass sie sich gut liest und frei von Tippfehlern ist. |
| DATEN UND STATISTIKEN VERIFIZIEREN: Überprüfen Sie alle in der Fallstudie präsentierten Daten und Statistiken, um die Richtigkeit und Konsistenz zu gewährleisten. Stellen Sie sicher, dass Diagramme und Grafiken korrekt beschriftet sind. |
| VISUELLER EINDRUCK: Vergewissern Sie sich, dass visuelle Elemente wie Bilder und Diagramme klar sind und zum besseren Verständnis der Leser\*innen beitragen. Stellen Sie sicher, dass sie richtig ausgerichtet und formatiert sind. |
| EINHEITLICHE FORMATIERUNG: Behalten Sie in der gesamten Fallstudie einen einheitlichen Stil und eine einheitliche Formatierung bei, einschließlich Schriftarten, Überschriften und Absatzstilen. |
| AUF KLARHEIT ACHTEN: Lesen Sie Ihre Fallstudie durch, um sicherzustellen, dass sie ihre Botschaft klar und prägnant vermittelt. Verzichten Sie auf Fachjargon oder übermäßig technische Sprache, die die Leser\*innen verwirren könnte. |
| RECHTLICHES UND COMPLIANCE: Überprüfen Sie die Fallstudie gegebenenfalls auf rechtliche und Compliance-Aspekte und stellen Sie sicher, dass Sie über die notwendigen Berechtigungen verfügen, um Kundenreferenzen oder -daten darin aufzunehmen. |
| PEER-REVIEW: Lassen Sie Ihre Fallstudie nach Möglichkeit von einem Kollegen oder einer Kollegin überprüfen, um eine objektive Perspektive zu erhalten und übersehene Probleme zu erkennen. |
| CTA-AUSRICHTUNG: Vergewissern Sie sich, dass Ihr Call-to-Action auf den Inhalt und die Vorgaben der Fallstudie ausgerichtet ist. |
| ENDGÜLTIGE ÜBERPRÜFUNG: Führen Sie eine abschließende Überprüfung durch, um sicherzustellen, dass alle Elemente vorhanden sind und dass die Fallstudie fehlerfrei und bereit für die Veröffentlichung ist. |

Indem Sie diese Leitlinien befolgen und die „Checkliste vor der Veröffentlichung“ ausfüllen, stellen Sie sicher, dass Ihre Projektfallstudie nicht nur überzeugend, sondern auch bestens für die Veröffentlichung vorbereitet ist.

|  |
| --- |
| **HAFTUNGSAUSSCHLUSS**  Alle von Smartsheet auf der Website aufgeführten Artikel, Vorlagen oder Informationen dienen lediglich als Referenz. Wir versuchen, die Informationen stets zu aktualisieren und zu korrigieren. Wir geben jedoch, weder ausdrücklich noch stillschweigend, keine Zusicherungen oder Garantien jeglicher Art über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Die Nutzung dieser Informationen erfolgt deshalb auf eigenes Risiko. |