

# Das EPIC PATH Framework (B2B, B2C & D2C)

| DEMAND GENERATION ENGINE |                                                                                                                                         |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>E</b> - Expertise     | Methoden- & Fachkompetenz: Nachweisbare Stärke in Kernbereichen (z. B. Produktqualität, UX, KI/SEO, Strategie oder Handwerk).           |
| <b>P</b> - Problem       | Relevante Schmerzpunkte: Genaue Adressierung der Kundenengpässe (z. B. Conversion-Leaks, fehlende Effizienz, Qualitätsprobleme).        |
| <b>I</b> - Insight       | Orientierung & Mehrwert: Praxiswissen und Markt-Insights bieten der Zielgruppe echten Mehrwert statt reiner Werbung.                    |
| <b>C</b> - Case          | Proof Points & Social Proof: Belege der Wirksamkeit durch Case Studies, Kundenbewertungen, Testimonials oder Vorher-Nachher-Vergleiche. |

**EPIC** erzeugt Vertrauen und qualifizierte Nachfrage.  
**PATH** macht daraus Geschäft.

**FROM ATTENTION TO INTENT**  
**EPIC → PATH**

| CONVERSION JOURNEY                |                                                                                                  |                                                                                                                             |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | Universeller Fokus                                                                               | Modell-Spezifische Ausprägung                                                                                               |
| <b>P</b> - Product                | <b>Low-Barrier Offer:</b><br>Niedrigschwelliges Einstiegsangebot zur Hürdenreduzierung.          | <b>B2B:</b> Diagnostic Offer, Audit, Test-Workshop<br><b>B2C/D2C:</b> Sample-Set, Probiergröße, Entry-Product               |
| <b>A</b> - Assessment             | <b>Bedarfsanalyse &amp; Qualifizierung:</b> Abgleich zwischen Kundenbedarf und passender Lösung. | <b>B2B:</b> Auswertung, Erstgespräch, Roadmap<br><b>B2C/D2C:</b> Produkt-Finder, Quiz, Style-Guide, Konfigurator            |
| <b>T</b> - Transformation Project | <b>Hauptleistungsversprechen:</b><br>Das Kernprodukt bzw. die finale Hauptlösung.                | <b>B2B:</b> Hauptprojekt, System-Implementierung, Relaunch<br><b>B2C/D2C:</b> Hauptprodukt-Kauf, Abo-Abschluss, Core-Bundle |
| <b>H</b> - High-Value Partnership | <b>Kundenbindung &amp; LTV:</b><br>Maximierung des Kundenwerts (Lifetime Value) und Bindung.     | <b>B2B:</b> Growth-Retainer, Service-Vertrag, Partnering<br><b>B2C/D2C:</b> Subscription, Repurchase-Loops, Loyalty-Program |

