

## Anleitung

Mit dieser Massnahme erhalten Sie bessere Kenntnisse und grösseres Verständnis für Ihre Stakeholder.

### Benötigte Grundlagen

- Daten aus CRM / EDM

### Ablauf

1. Datenaufbereitung der Stakeholder
2. Identifizieren Sie die wichtigsten Stakeholder-Gruppen
3. Optional: Drucken Sie das [Arbeitsblatt](#) in Grösse A1 aus
4. Bearbeiten Sie das Arbeitsblatt in der Gruppe

### Beteiligte

- Geschäftsleitung

### Nachfolgende Schritte

- Tauschen Sie sich mit Vertreterinnen und Vertretern der identifizierten Stakeholder-Gruppen aus, um Erkenntnisse zu verifizieren oder zu vertiefen.
- Die identifizierten Stakeholder können Sie spezifisch zu Projekten und Dienstleistungen informieren und sensibilisieren.
- Mit der Massnahme #2 [Kundenbedürfnisse für Smart Grid Dienstleistungen](#) erarbeiten Sie Ideen für neue Dienstleistungen, welche spezifisch auf ein Kundensegment abgestimmt sind.
- Im Handlungsfeld [Unternehmen positionieren](#) entwickeln Sie eine Positionierung für Ihr Unternehmen, welche zu den identifizierten Stakeholdern passt.

### Gute Beispiele zur Inspiration

- ewz lädt regelmässig einige Vertreterinnen und Vertreter der Anspruchsgruppen zum Austausch ein. Link: [ewz Stakeholder Engagement](#)

### Stakeholder-Analyse

