

Zielgruppendefinition

Wer ist Dein Lieblingskunde?



Achtung! Diese PDF ist voll editierbar. Du brauchst weder einen Drucker, noch musst Du Stift und Papier nutzen. Du kannst direkt in der PDF Text einfügen. Außerdem kannst Du einfach auf die Links klicken und wirst zu den jeweiligen Seiten geführt!

Anders als bei der Frage nach dem Huhn und dem Ei, ist es egal, ob Du zuerst weißt, dass Du Gründer werden willst oder ob die Geschäftsidee zuerst da ist. Wichtig ist, dass Du Dir klar wirst, wohin es gehen soll.

Wofür brauchen wir eigentlich eine Zielgruppe fragst Du Dich vielleicht?
Sie ist wichtig, damit wir wissen, wen wir ansprechen.

Wir wollen Leute aus dem Luxussegment ansprechen, unser Produkt ist aber auf Masse angelegt und dementsprechend recht günstig zu erwerben.
Dies ist für Leute aber nicht interessant, wenn sie lieber hochpreisig kaufen und dafür gern Einzelstücke besitzen.

Setz Dich also hin und überlege Dir, welche/s Produkt/Angebot/Dienstleistung Du verkaufst und für wen es interessant ist. Suche Dir Deine perfekten Wunschkunden selbst aus.

Vergib auch Namen und gern auch ein Gesicht, damit es auch ein bisschen Spaß macht, wenn Dein Kunde Form annimmt

Hierfür gehst Du folgende Schritte durch:

Welches Produkt/Angebot/Dienstleistung bietest Du an.

Was ist der Nutzen für den Kunden?
Gibt es Vorteile gegenüber den Mitbewerbern?

Was sind die Merkmale Deines Kunden?
Auf der nächsten Seite findest Du Beispiele, die Du beliebig erweitern kannst.
Lass Deiner Fantasie hier gern freien Lauf.

Achtung:

Unbezahlte Werbung, aus Überzeugung!
Nutzen kannst

Du für Deine Kunden Avatare:
<https://avatarmaker.com/>

Restaurant Fotos bekommst Du z.B. bei
<https://www.canva.com/>
<https://de.freepik.com> oder
<https://pngtree.com/>

Auf die PDF bekommst Du diese Bilder dann mit:
<https://tools.pdf24.org/de/pdf-unterschreiben>



Beispiele Deinen Kunden zu Beschreiben (beliebig erweiterbar)

Soziodemographisch

- Privatperson/Unternehmen/Behörde
- Herkunft/Region/Wohnort
- Sprache
- Geschlecht
- Alter
- Einkommen
- Familienstand
- Haushaltsgröße
- Schulbildung

Verhaltensorientiert

- Wiederkehrer/Stammkunde
- Erstkäufer
- Auf der Suche nach Alternativen zu bisherigem Produkt/Dienstleistung.
- Hobbies
- Werteorientiert z.B. Nachhaltigkeit
- Ethikorientiert – moralische Grundsätze z.B. Vegan leben
- Zweckgebunden

Psychologische Merkmale

- Risikofreudig
- sicherheitsorientiert
- Treu
- spontan
- sprunghaft

Konsumverhalten

- Haupt- oder Mitentscheider
- Käufer oder Nutzer
- Innovationsfreudig
- Neuheitenorientiert
- Visuell gesteuert
- Qualitätsorientiert oder quantitätsorientiert
- Medienorientiert
- Kauf im Ladengeschäft, online, per Katalog oder per Prospekt
- Fokus auf Funktionalität

Aufgabe 1

Schreibe auf, was Dein Produkt ist, wer Du bist und was Du kannst. Schau, dass Du Dich auf eine Art beschreibst, dass Dein Kunde, denkt, Du bist der/die Richtige.

Beispiel

Dein Produkt

Social Media Management mit Contenterstellung und Reichweitensteigerung im Foodbereich

Du

Ehemalige Köchin, die gern reist, mit Betriebswirtschafts Studium und Marketing Expertise

Ergebnis Aufgabe 1

Dein Produkt

Du

Aufgabe 2

Erstelle Dir bis zu drei Customer Avatare/Customer Personas, wie im Beispiel.
Je nachdem, wie breit oder spitz Du Dich positionieren willst. Möchtest Du Dich sehr spitz positionieren, nimmst Du nur einen Avatar, möchtest Du Dich etwas breiter positionieren, erstellst Du mehrere Personas.



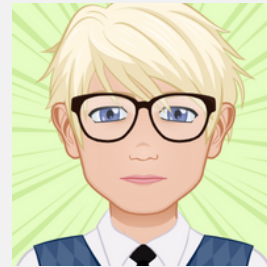
Restaurant Porter Steak
Neueröffnung in Hamburg
Amerikanisches Steak
House

Jung, hip, nachhaltig und
zahlungskräftig.
Wollen den neusten Food
Hype starten.
Deswegen möchten sie
nun in den wichtigsten
Social Media Kanälen
durchstarten



Fleischgroßhandel Färse
Traditionsunternehmen,
seit 1950 in Hamburg

Verkaufen Bio Fleisch aus
tierfreundlicher Haltung an
Restaurants und
Einzelhändler
Familiär, nachhaltig und
Finanziell etwas
angeschlagen, durch die
letzte Wirtschaftskrise.
Überlegen die ersten
Schritte in Social Media zu
machen



Hannes (25) Reise &
Barbeque Blogger, zurzeit
auf Bali

Grillt am liebsten mit Bio
Fleisch aus
tierfreundlicher Haltung
und ist immer auf der
Suche, nach den neusten
Food Trends, Am liebsten
schreibt er über regionale
BBQ Besonderheiten in
den Ländern, in denen er
Unterwegs ist. Auf
Instagram ist er schon
aktiv, möchte aber seine
Reichweite ausbauen.

Ergebnis Aufgabe 2

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1

Aufgabe 3

Hast Du Dich für Mehrere entschieden, schaust Du nach den Gemeinsamkeiten. Sollten diese nicht eindeutig sein, guckst Du, was es für Gemeinsamkeiten geben könnte. Diese komprimierst Du in einer Liste.

Beispiel Aufgabe 3

Fokus liegt klar auf Food (Fleisch) und Social Media (Deine Liste darf gern länger sein als meine. Aber trotzdem Keep it short & Simple Baby)

Ergebnis Aufgabe 3

Aufgabe 4

Einflüsse

Wodurch kann der Kaufimpuls bei Deinem Kunden ausgelöst werden?

Das können zum Beispiel begeisterte Bekannte sein, die so sehr schwärmen, dass sich der Kunde in dem Fall eigentlich gar nicht mehr gegen sein aufkommendes Verlangen wehren kann. Genauso können aber auch negative Meinungen dafür sorgen, das mein Kunde auf gar keinen Fall bei mir kaufen würde.

Vielleicht ist aber auch eine Anschaffung , durch die Änderungen von Lebensumständen notwendig. Zum Beispiel ein Umzug, eine Schwangerschaft, ein neuer Lebensweg, etc.

Das bisher genutzte Produkt kann auch gerade seinen Geist aufgegeben haben oder die bisherigen Dienstleister haben etwas falsch gemacht, sich schlecht benommen o.ä. Du siehst, die Möglichkeiten sind schier unendlich.

Beispiel Aufgabe 4

Einflüsse

Bisher hat mein Kunde seinen Social Media Auftritt neben dem Kerngeschäft sehr stiefmütterlich mitbetreut. Merkt aber nun, dass dies nicht wirklich gut funktioniert und braucht deswegen Jemanden, der dieselben Werte teilt und ihm die Arbeit abnimmt.

Die finanzielle Situation hat sich zudem geändert und es muss ganz dringend Geld reinkommen.

Ergebnis Aufgabe 4

Aufgabe 5

Hindernisse

Mache Dir Gedanken, was Deinen Kunden vom Kauf oder der Buchung abhalten könnte.

Folgende Hindernisse können von die letztendliche Kaufentscheidung beeinflussen.

- Der Kunde sieht den Vorteil für sich nicht.
- Zahlungsart wird nicht angeboten (z.B. nur Kreditkarte)
- Fehlerhafte Technik, zum Beispiel kein funktionierender Funnel
- Produkt wird nicht reserviert, wenn es im Warenkorb liegt
- Keine Wartelistenmöglichkeit
- Fehlende Bewertungen
- Kein Impressum
- Fehlendes Vertrauensiegel wie Trusted Shops bei unbekannten Shops.
- Kunde weiß nicht, wofür das Produkt gedacht ist
- hohe Lieferkosten
- hohe Mindestabnahmemengen
- lange Lieferzeiten
- Schlechter Kundenservice/Kontaktmöglichkeiten
- fehlendes Vertrauen, da keine Unternehmensinfos bereitgestellt wurden
- Userunfreundlicher oder auch augenunfreundlicher Internetauftritt
- Antipathie gegenüber Marke oder Werten
- Schlechte Erfahrungen mit der Marke, bzw. dem Unternehmen
- Fehlende Barrierefreiheit
- Ungereimtheiten, z.B. sich selbst widersprechen.

Beispiel Aufgabe 5

Hindernisse

Der Kunde könnte gegen mich gegenüber eine Antipathie haben.

Vielleicht habe ich das Produkt nicht ausreichend beschrieben, so dass der Kunde den Wert nicht erkennt oder die Funktion nicht versteht.

Vielleicht habe ich die Technik nicht ausreichend getestet.

Ergebnis Aufgabe 5

Beispiel Aufgabe 6

Veränderungen

Welche positiven Veränderungen ergeben sich für Deinen Kunden durch die Nutzung Deines Produktes oder durch die in Anspruchnahme Deiner Dienstleistung?

Beispiel Aufgabe 6

Veränderungen

Mein Kunde erhält mehr Zeit für sein Kerngeschäft und kann so mehr und schneller Geld verdienen.

Endlich kümmert sich eine Expertin um den Social Media Auftritt und schafft es so mehr Engagement und eine stärkere Bindung zu den Followern aufzubauen.

Der Stress des Kunden fällt weg und es bleibt endlich auch mal mehr Zeit für Familie und Freunde

Ergebnis Aufgabe 6

Beispiel Aufgabe 7

Veränderungen

Welche positiven Veränderungen ergeben sich für Deinen Kunden durch die Nutzung Deines Produktes oder durch die in Anspruchnahme Deiner Dienstleistung?

Beispiel Aufgabe 7

Veränderungen

Mein Kunde erhält mehr Zeit für sein Kerngeschäft und kann so mehr und schneller Geld verdienen.

Endlich kümmert sich eine Expertin um den Social Media Auftritt und schafft es so mehr Engagement und eine stärkere Bindung zu den Followern aufzubauen.

Der Stress des Kunden fällt weg und es bleibt endlich auch mal mehr Zeit für Familie und Freunde

Ergebnis Aufgabe 7

Beispiel Aufgabe 8

Informationsbeschaffung

Wo informieren sich Deine Kunden? Was liest er/sie/es oder was sieht er/sie/es im TV und wo connected er/sie/es mit anderen?

Beispiel Aufgabe 8

Interessen

Meine Kunden lesen gern Kochbücher, Food Magazine und Food, sowie Reise Blogs und Vlogs.

Magazine:

- Essen & Trinken
- Gourmet
- Effilee
- Rollin' Pin
- Food & Travel Magazin
- AHGZ
- Gastrotel
- Zu Gast

Blogs:

- FoodBoom
- Backen macht glücklich
- Emmi kocht einfach
- Sallys Blog
- Eat This

Vlogs:

- Mark Wiens
- Topjaw
- CrispyRob
- Strictly Dumpling
- Sallys Welt
- Kikis Kitchen

Ergebnis Aufgabe 8

Aufgabe 9

Schreibe außerdem auch die Eigenschaften Deines Alptraum-Kunden auf.

Das ist der Kunde, den Du auf gar keinen Fall haben willst.

Das ist für Dich, um es Dir immer wieder vor Augen zu halten. Zusätzlich schränkst Du damit Deine Traumkunden automatisch noch ein wenig mehr ein. Gib auch ihm/ihr/dem Unternehmen ein Gesicht.

Beispiel Aufgabe 9

Alptraum-Kunden



Mehr Schein als Sein im Restaurant Bohnenstiel. Teures Superfood Trend Restaurant, welches leider keine Umsätze macht. Die Fotos auf den Social Media Kanälen sind von schlechter Qualität und das Essen schmeckt nicht. Diskutiert unentwegt und ist ständig in Verzug mit der Rechnung.



Familien-Traditions-Unternehmen Linze für Obst und Gemüse. Umsatz bricht jährlich mehr ein. Möchten starre Strukturen beibehalten Ideen werden abgeschmettert. Absolut Resistent gegen hilfreiche Tipps. Unzuverlässig, Chaotisch, nehmen kaum etwas ernst (Abgabetermine z.B.) und wollen Preise ständig drücken



Anette (55) hält sich für jung geblieben, Starre Ansichten vernebeln den Blick auf's Wesentliche. Als Vollzeit Ehefrau hat sie zu viel Geld zur Verfügung und verprasst dieses, mit kleinen Projekten, aus Langeweile. Braucht für Ihren Online Food Shop Unterstützung in Technik und Marketing. Erwartet Verbesserung ohne Bereitschaft zur Änderung und Erreichbarkeit Tag & Nacht. Cholerikerin

Ergebnis Aufgabe 9

Alptraum-Kunden

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1

Hier Bild
einfügen,
siehe Info
Kasten S.1