

A photograph of two women sitting on wooden stairs, laughing heartily. The woman on the left has curly brown hair and is wearing a black long-sleeved top, a long necklace with a large round pendant, and tall brown leather boots. The woman on the right has blonde hair and is wearing a black long-sleeved top, a necklace with a small round pendant, grey jeans, and dark brown boots. She is holding a glass in her right hand. The background shows a modern interior with glass railings and pendant lights.

ZIELGRUPPE

02

Jedes erfolgreiche Business startet mit einem tiefen Verständnis für die Kunden. Denn nur wenn du deine Kunden verstehst, kannst du mit deinen Angeboten deren Probleme lösen oder Wünsche erfüllen. Und erst dann wird dein Angebot für die Zielgruppe relevant.

Je besser du deine Zielgruppe kennst und je klarer du weißt, wer genau deine „Wunschkunden“ sind, wie sie ticken und was sie bewegt, desto leichter wird es dir fallen, die Kommunikation und dein Angebot perfekt auf deine Zielgruppe abzustimmen.

Diese Klarheit wollen wir nun gemeinsam erreichen.

„Kenne deine Kunden,
mache sie glücklich und du
wirst erfolgreich sein!“

Mit wem möchtest du arbeiten?

Kundengruppen

Zuerst schauen wir uns die Kundengruppen an, mit denen du gerne arbeiten würdest. Hier darfst du nun alle Menschengruppen erfassen, die als Zielgruppe in Frage kommen könnten.

Stelle dir dabei folgende Fragen:

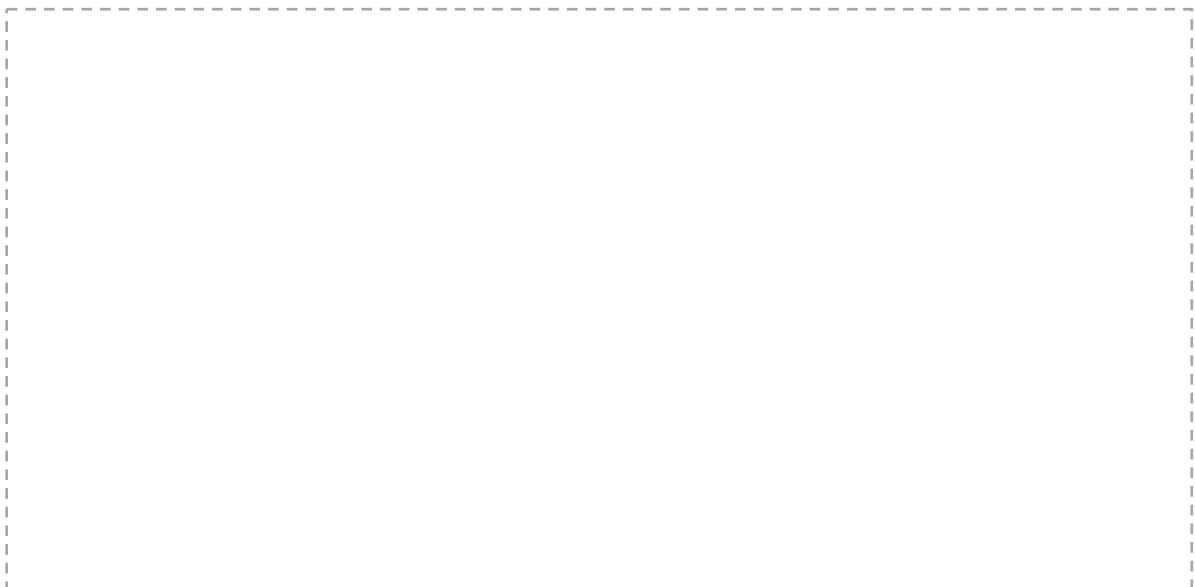
- Mit wem möchtest du arbeiten?
- Wer profitiert von deinem Können, deiner Erfahrung, deinen Talenten am meisten?
- Bei welchen Kundengruppen kannst du mit deiner Leistung am meisten bewegen bzw. den größten Nutzen stiften.
- Wer bringt dir die gewünschte (finanzielle) Wertschätzung entgegen.

Aufgabe

Menschen und Kundengruppen, mit denen ich arbeiten möchte:

Beispiel:

Selbstständige Unternehmer:innen
Gründer:innen
Personalleiter im Mittelstand
Führungskräfte



Wer sind deine Kunden?

Deine Kundenpersona

Lass uns deine Kunden nun näher kennenlernen. Einen Überblick über mögliche Kundengruppen hat dir der Abschnitt „Kundengruppen“ gegeben. Jetzt wollten wir die Menschen hinter diesen „Kundengruppen“ kennenlernen.

Picke dir dazu eine Kundengruppe aus, die du näher beleuchten möchtest.

Nun darfst du dir im ersten Schritt überlegen, wie der Mensch dahinter ausschauen könnte.

Aufgabe

Beschreibe deine Kundenpersona:

Demographische Merkmale

| | |
|----------------|--|
| Name: | |
| Alter: | |
| Geschlecht: | |
| Familienstand: | |

Sozioökonomische Merkmale

| | |
|----------------|--|
| Bildungsstand: | |
| Beruf: | |
| Einkommen: | |

Typographische Merkmale

| | |
|------------------|--|
| Motivation: | |
| Werte: | |
| Hobbies: | |
| Typisches Zitat: | |

Organisatorische Merkmale

| | |
|--------------------|--|
| Unternehmen: | |
| Unternehmensgröße: | |
| Standort: | |

Welche Aufgaben muss die Kundenpersona bewältigen?

Herausforderungen & Probleme

Hier erfasst du die negativen Dinge, mit denen deine Kundenpersona konfrontiert wird und bei denen du helfen kannst.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Welchen Herausforderungen steht deine Kundenpersona gegenüber?
- Welche Aufgaben muss sie bewältigen, bei denen du sie / ihn unterstützen kannst?
- Welches Problem muss deine Zielgruppe lösen, bei dem du helfen kannst?
- Welche Dinge lassen sie nachts nicht schlafen?
- Was frustriert sie?

Entscheidend ist es, das Problem herauszufinden, welches für deine Kunden sichtbar ist, bzw. welches ihm oder ihr bewusst ist. Versuche dabei immer das größtmögliche Problem auszumachen.

Merke:

Je größer das Problem, desto mehr ist dein Kunde bereit für die Lösung dieses Problems zu bezahlen.

Beispiel:

Sarah, 35 Jahre, Expertin für New Work

Ihre Kundenpersona: Personalleiterin im Mittelstand

Herausforderungen ihrer Kundenpersona:

- Findet keine qualifizierten Mitarbeiter:innen
- Teurer Akquise Prozess
- Schlechte Bewertungen auf Kununu
- Darf keine Fehler machen, da jeder falsche Mitarbeiter dem Unternehmen viel Geld kostet
- Bekommt Druck von „oben“

Das Problem der Zielgruppe: „Die Mitarbeiterakquise ist langwierig und viel zu teuer.“

Aufgabe

Beschreibe hier die größten Herausforderungen und Probleme deiner Kundenpersona.

Was sind die Wünsche deiner Kundenpersona?

Wünsche & Ziele

Hier erfasst du die positiven Dinge, zu denen du deiner Kundenpersona verhelfen kannst.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Was will deine Kundenpersona erreichen?
- Nach welchen Kriterien bemisst sie ihren Erfolg?
- Was sind ihre Wünsche und Träume in Bezug auf ihre Aufgabe?
- Was möchte sie erreichen?
- Welche Ziele verfolgt sie?

Hier werden die Resultate beschrieben, die deine Kunden erreichen wollen.

Merke: Je besser wir die Wünsche und Ziele der Kundenpersona verstehen, desto gezielter können wir sie im Marketing adressieren.

Beispiel:

Sarah, 35 Jahre, Expertin für New Work

Ihre Kundenpersona: Personalleiterin im Mittelstand

Wünsche und Träume ihrer Kundenpersona:

- Mitarbeitergewinnung soll von selber laufen
- Will sich wieder Aufgaben widmen, die ihr Freude bereiten
- Möchte eine Lösung finden, bei der sie als Vorreiter gilt in ihrer Branche
- Anerkennung von der Geschäftsführung
- Wieder mehr Spaß an der Arbeit

Aufgabe

Beschreibe hier die wichtigsten Wünsche & Ziele deiner Kundenpersona

Schmerzpunkte & Hindernisse

Hier erfasst du alle Dinge, die deine Kundenpersona davon abhält, eine Lösung für ihre Probleme zu finden oder ihre Wünsche zu erfüllen.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Welche Schmerzen hat deine Kundenpersona bei der Bewältigung ihrer Herausforderungen?
- Was hält sie davon ab, ihre Aufgaben zu lösen?
- Was hindert sie daran, ihre Ziele zu erreichen?
- Welche Hindernisse stehen zwischen der Kundenpersona und ihrem Ziel bzw. Erfolg?
- Welche Risiken scheut sie?

Merke: Je besser du die Hindernisse kennst, die deine Kundenpersona an ihrem Erfolg hindert, desto besser kannst du in deiner Kundenansprache darauf eingehen.

Beispiel:

Sarah, 35 Jahre, Expertin für New Work

Ihre Kundenpersona: Personalleiterin im Mittelstand

Schmerzpunkte & Hindernisse:

- Hat keine Zeit sich im Detail um die Probleme zu kümmern
- Der Schreibtisch ist voll
- Weiß nicht genau, wo sie anfangen soll
- Hat schon einmal schlechte Erfahrungen mit „Beratern“ gemacht.

Aufgabe

Beschreibe hier die wichtigsten Schmerzpunkte und Hindernisse, die deine Kundenpersona beim Erfüllen ihrer Tätigkeit hat.