

Arbeitspapier: Die perfekte Zielgruppe definieren und ansprechen

Einleitung

Dieses Arbeitspapier begleitet dich dabei, deine Zielgruppe zu definieren, zu segmentieren und gezielt anzusprechen. Du lernst, Wunschkunden von tatsächlichen Kunden zu unterscheiden, profitable Zielgruppen zu identifizieren und Strategien für eine effektive Kommunikation zu entwickeln. Es geht nicht darum, alles perfekt zu machen, sondern um einen klaren Startpunkt für deinen Marketing-Erfolg.

1. Wunschkunden vs. tatsächliche Kunden

Aufgabe 1: Wunschkunden definieren

- Frage: Wen möchtest du ansprechen?
- Aufgabe: Notiere, welche Eigenschaften deine idealen Kunden haben könnten:
 - Alter: _____
 - Beruf: _____
 - Wohnort: _____
 - Interessen: _____
 - Bedürfnisse/Probleme: _____

Aufgabe 2: Tatsächliche Kunden analysieren

- Frage: Wer kauft tatsächlich bei dir?
- Aufgabe: Schreibe Merkmale deiner aktuellen Kunden auf:
 - Alter: _____
 - Beruf: _____
 - Wohnort: _____
 - Interessen: _____
 - Bedürfnisse/Probleme: _____

Vergleich:

Was sind die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Wunschkunden und tatsächlichen Kunden?

Notizen: _____

2. Zielgruppen segmentieren

Aufgabe:

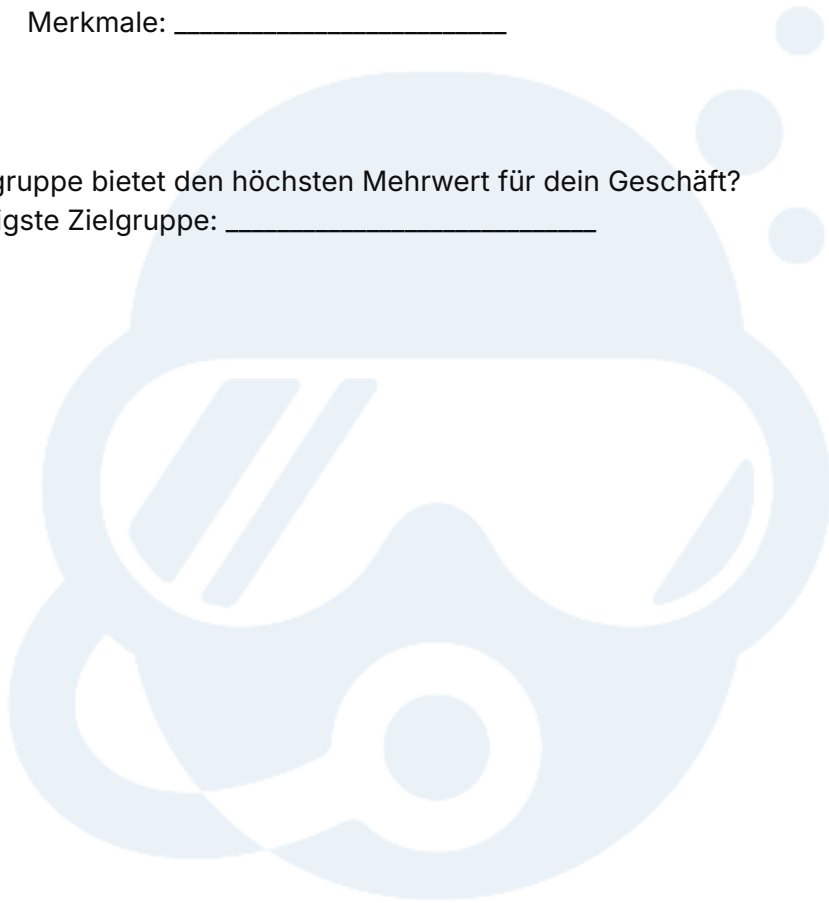
Segmentiere deine Zielgruppe in drei Gruppen und beschreibe sie:

- Zielgruppe A: Gelegenheitskäufer
 - Merkmale: _____
- Zielgruppe B: Wiederholungskäufer
 - Merkmale: _____
- Zielgruppe C: Premium-Kunden
 - Merkmale: _____

Fokus:

Welche Zielgruppe bietet den höchsten Mehrwert für dein Geschäft?

Meine wichtigste Zielgruppe: _____



3. Zielgruppen richtig ansprechen

1. Wo erreichst du deine Zielgruppe?

Setze ein Häkchen, wo deine Zielgruppe aktiv ist:

- Offline: Messen, Flyer, lokale Netzwerke
- Online:
 - Social Media (Plattformen: _____)
 - Google
 - Newsletter

2. Wie spricht deine Zielgruppe?

- Ton: Förmlich Locker
- Anrede: Duzen Siezen
- Beispiele:
 - Handwerker: Pragmatismus und klare Fakten.
 - Coaches: Motivation und Empathie.

3. Was interessiert deine Zielgruppe?

Notiere typische Themen, Probleme oder Wünsche deiner Zielgruppe: Schreibe einen kurzen Werbetext oder Social-Media-Post für deine Zielgruppe:

4. Zielgruppendefinition in der Praxis

Schritt-für-Schritt-Anleitung:

1. Bestehende Kunden analysieren:

Wer sind meine besten Kunden? (Name oder Beispiele notieren)

2. Zielgruppenmerkmale sammeln:

Alter, Interessen, Bedürfnisse etc.

3. Persona erstellen:

- Name: _____
- Alter: _____
- Beruf: _____
- Interessen: _____
- Probleme: _____

- Ziele: _____

4. Marketingmaßnahmen ableiten:

Welche Kanäle und Inhalte passen zu dieser Persona?

Fallstudie: Zielgruppendefinition eines Handwerksbetriebs

- Zielgruppe 1: Hauseigentümer, 35–60 Jahre, mittleres Einkommen, lokal aktiv.
- Zielgruppe 2: Gewerbliche Kunden, lokale Unternehmen, Fokus auf Zuverlässigkeit.

Tools und Ressourcen:

- Datenanalyse: Google Analytics, Facebook Insights
- Kundenfeedback: Fragebögen, Interviews
- Konkurrenz: Wettbewerbsanalyse

Übung:

Erstelle eine Persona und entwickle eine Strategie, wie du diese Zielgruppe erreichen kannst.

Abschlussreflexion

- Was habe ich über meine Zielgruppe gelernt?
- Welche Maßnahmen möchte ich umsetzen?

