FRAGEBOGEN

UM DEINE ZIELGRUPPE(N) ZU ERMITTELN, MUSST DU VERSTEHEN, WAS DEINE POTENZIELLE KUNDSCHAFT BESCHÄFTIGT. IN DIESEM FORMULAR FINDEST DU DAZU FRAGEN ZU UNTERSCHIEDLICHEN ASPEKTEN, DIE DIR DABEI HELFEN. DIESE DIENEN ALS ERSTE HILFESTELLUNG ZUR ZIELGRUPPENANALYSE.

BEDENKE ABER, DASS DEIN UNTERNEHMEN UND DAMIT AUCH DEINE ZIELGRUPPE INDIVIDUELL SIND. DEMENTSPRECHEND KANN ES NICHT NUR SINNVOLL SEIN, MEHRERE ZIELGRUPPEN ZU ERMITTELN, SONDERN AUCH, DIE ANALYSE UM WEITERE FRAGEN ZU ERGÄNZEN.

BESCHREIBE DEIN IDEALES KUNDENPROFIL:

- WIE WÜRDEST DU DEINEN IDEALEN KUNDEN IN WENIGEN WORTEN BESCHREIBEN?

- WELCHE DEMOGRAFISCHEN MERKMALE HAT DEIN KUNDE? (ALTER, GESCHLECHT, EINKOMMEN, BILDUNGSNIVEAU, FAMILIENSTAND)

KUNDENVERHALTEN UND INTERESSEN:

- WELCHE INTERESSEN UND HOBBYS HAT DEIN IDEALER KUNDE?

- WIE VERBRINGT ER AM LIEBSTEN SEINE FREIE ZEIT?

- WELCHE SOZIALEN MEDIEN/PLATTFORMEN NUTZT ER AKTIV?

BEDÜRFNISSE & PROBLEME:

- WELCHE SPEZIFISCHEN BEDÜRFNISSE ODER PROBLEME DEINES IDEALEN KUNDEN LÖST DEIN PRODUKT ODER DEINE DIENSTLEISTUNG?

- WELCHE HERAUSFORDERUNGEN STEHEN IM ZUSAMMENHANG MIT DEINEM GESCHÄFTSBEREICH, DIE DEIN IKUNDE MÖGLICHERWEISE HAT?

KAUFVERHALTEN:

- WIE OFT KAUFT DEIN KUNDE ÄHNLICHE PRODUKTE ODER DIENSTLEISTUNGEN?

- WO KAUFT ER NORMALERWEISE?

KOMMUNIKATIONSVERHALTEN-/PRÄFERENZEN:

- WIE MÖCHTE DEIN KUNDE ÜBER PRODUKTE ODER DIENSTLEISTUNGEN INFORMIERT WERDEN? (ONLINE, OFFLINE, SOZIALE MEDIEN, E-MAIL, PERSÖNLICHE EMPFEHLUNGEN)

- WELCHE ART VON WERBUNG/MARKETING SPRICHT IHN AM EFFEKTIVSTEN AN?

KAUFKRAFT:

- WELCHES BUDGET HAT ER FÜR DEINE PRODUKTE ODER DIENSTLEISTUNGEN ZUR VERFÜGUNG?

- IST DEIN PRODUKT/DEINE DIENSTLEISTUNG ERSCHWINGLICH FÜR DEINE ZIELGRUPPE?

STANDORT UND GEOGRAFISCHE ABGRENZUNGEN:

- GIBT ES REGIONALE ODER GEOGRAFISCHE UNTERSCHIEDE IN BEZUG AUF DEINE ZIELGRUPPE?

KONKURRENZANALYSE:

- WELCHE PRODUKTE ODER DIENSTLEISTUNGEN BIETEN DEINE MITBEWERBER AN UND WELCHE KUNDEN ZIEHEN SIE AN?

KUNDENFEEDBACK:

- HAST DU BEREITS RÜCKMELDUNGEN VON KUNDEN ERHALTEN, DIE DIR BEI DER IDENTIFIZIERUNG DEINER ZIELGRUPPE HELFEN KÖNNTEN?

DURCH EINE SCHRITTWEISE VERFEINERUNG DEINER ZIELGRUPPE KANNST DU IMMER KLARERE MERKMALE FESTLEGEN. EIN MÖGLICHES ERGEBNIS KÖNNTE SEIN, DASS DEINE ZIELGRUPPE DURCH FOLGENDE KRITERIEN GEKENNZEICHNET IST:

MÄNNER

ZWISCHEN 40 UND 50 JAHRE

DIE ÜBER EIN HOHES HAUSHALTSEINKOMMEN VERFÜGEN

DIE SICH FÜR TECHNOLOGIE UND INNOVATIONEN BEGEISTERN, ABER GELEGENTLICH AUCH FREUDE AN OUTDOOR-AKTIVITÄTEN HABEN UND DIE NATUR GENIESSEN. ETC.

DIE ZIELGRUPPENANALYSE DIENT DEM EINFACHEN ZWECK, DEINE 'IDEALEN KUNDEN' KONTINUIERLICH BESSER ZU VERSTEHEN. DADURCH BIST DU LANGFRISTIG DAZU IN DER LAGE, DEINE MARKETINGSTRATEGIE NOCH GEZIELTER AUSZURICHTEN.

WENN DU DIR JETZT DIE FRAGE STELLST:
'**WEISS ICH JETZT GENAU, WEN ICH ANSPRECHEN MUSS?**'

UND DIESE KONKRET BEANTWORTEN KANNST, HAST DU DEINE ZIELGRUPPE WAHRSCHEINLICH ERFOLGREICH DEFINIERT.

DU BENÖTIGST **HILFE** DABEI, DEINE ZIELGRUPPE ZU DEFINIEREN?

WIR HELFEN DIR GERN WEITER, SPRICH UNS EINFACH AN:

0201 - 719 995 2237

ZUM KONTAKTFORMULAR