



Zielgruppenfindung

Zielgruppe – Kundin und Kunde definieren

Wie definiere ich meine Zielgruppen?

- nach rein äußerlichen Kriterien, z.B.
 - demographische, finanzielle oder psychographische Faktoren
 - Kaufkraft, Religion, Alter, etc.
- Menschen mit gleichen
 - Wünschen
 - Bedürfnissen
 - Problemen



Zielgruppen und deren Bedürfnisse

- Junge Familien mit Kindern
 - Produktauswahl passend
 - Zeitfenster passend zu Beruf und Familie
 - Spielgeräte und Streicheltiere für Kinder
 - Einkaufen auf dem Bauernhof als Erlebnis
- Senior*innen
 - stressfreies Einkaufen
 - Orientierungshilfen
 - gut lesbare Warenkennzeichnungen
 - bequemes Parken
 - barrierefreies, sicheres Einkaufen
 - gute Erreichbarkeit der Waren
 - Kontakte, Ansprechpartner
 - Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft

Botschaften an die Kundschaft

- Erwartungen an Produkte/Leistungen wecken oder bestätigen
- Kaufentscheidungen der Kunden im Nachhinein bekräftigen

- Beispiele für Fleischrindhalter
 - Fleisch von Weidetieren
 - Hervorragendes und schmackhaftes Produkt
 - Aus der Region
 - persönlichen Kontakt zum Landwirt
 - Freude am Einkauf

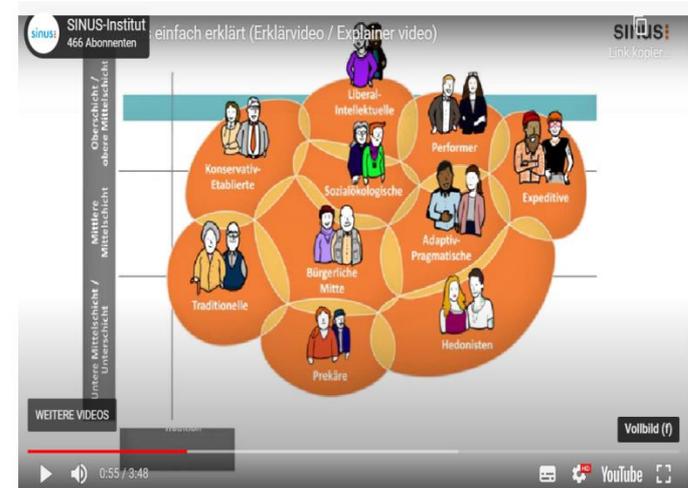
*Welche Botschaft eignet sich
als Alleinstellungsmerkmal?*

Zielgruppe

Wen will ich erreichen?

Sinusmileus

- Modell, Markt- und Sozialforschungsinstituts Sinus
- Sinus-Milieus = „Gruppen Gleichgesinnter“
 - Menschen, die ähnlich ticken und eine ähnliche Lebensauffassung und Wertehaltung haben
- [Sinus-Milieus einfach erklärt | SINUS-Institut](#)



Zielgruppe

Wen will ich erreichen?

Persona erstellen

- fiktive Person, die auf Basis einer echten Kundengruppe möglichst detailgetreu modelliert wird
- Avatare idealisierter Vertreter von Bedürfnisgruppen
- Zentrale Fragen:
 - wie denken, fühlen, handeln, entscheiden unsere Kunden?
 - was sind deren Ziele, Probleme und Herausforderungen?
 - was motiviert meine Kunden?
- Pro relevantem Unterschied je eine eigene Persona, wenn dies Einfluss auf die Kommunikation hat, wie Einstellungen, Interessen, Bedarf, Pain Points, Mediennutzung oder Kaufverhalten
- Ziel: Zuschneiden der Marketingmaßnahmen auf Zielgruppe

Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie)

- Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in dieser Kundengruppe aus?
- Welchen Beruf übt der Vertreter aus?
- Wie sind die familiären Verhältnisse?
- Was ist der Person im Leben wichtig?

Demographie:

- Alter
- Geschlecht
- Wohnort
- Wohnverhältnis

Foto:

Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in der Gruppe aus?

**Identifikatoren:**

- Was macht die Persona aus (z. B.: Hobbys, Interessen)?
- Wie ist ihr Auftreten?
- Welches sind ihre bevorzugten Kommunikationskanäle?
- Wie ist das Informationsverhalten (On-/Offline & welche Kanäle)?
- Wie ist das Einkaufsverhalten (On-/Offline)?
- Wer übt Einfluss auf die Persona aus (Freunde, Arbeitskollegen, Vorbilder etc.)?

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Was möchte diese Persona mit dem Kauf erreichen?
- Welche Probleme will sie lösen?
- Welchen Nutzen will sie erzielen?
- Und welche Gefühle könnten dies alles begleiten?
- Welche Ängste könnte sie haben?
- Und was könnte sie ganz besonders begeistern?

Herausforderungen:

- Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl auf?
- Womit hat sie zu kämpfen?
- Was fällt ihr schwer?

Ideale Lösung:

- Wie können wir der Persona helfen, die Herausforderung zu meistern?
- Wie können wir ihre Erwartungen übertreffen?
- Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?
- Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht?

Häufige Einwände:

- Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen?
- Welche Gegenargumente können aufkommen?
- Was könnte sie stören oder verunsichern?



Zielgruppe

Wen will ich erreichen?

- Wichtige Merkmale zur Zielgruppendefinierung

| Demografisch | Sozioökonomisch | Psychografisch | Kaufverhalten |
|----------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Alter | Bildungsstand | Motivation | Preissensibilität |
| Geschlecht | Beruf | Meinungen | Zufriedenheit |
| Familienstand | Einkommen | Wünsche | Kaufreichweite |
| Wohnort | | Werte | Mediennutzung |
| Haushaltsgröße | | Lebensstil | |

➔ Erstelle eine Persona für deine Hauptzielegruppe