



# SPURENLESER

## Wer sind deine Traumkunden?

Um deine neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kundschaft an dich zu binden, musst du verstehen, welche **Persönlichkeiten** sich hinter dem Marketingbegriffen „**Käufersegment**“ oder „**Teilmarkt**“ verbergen. Frage dich, warum deine Kunden deine Produkte kaufen oder deine Dienstleistungen in Anspruch nehmen - oder warum eben auch nicht.

Teile deine Zielgruppen nicht nur nach **demografischen Daten**, wie Alter, Geschlecht und Wohnort ein, sondern nutze **psychografische Daten**, wie Motivation, Einstellungen, Präferenzen und Werte, um dein Angebot zielgruppenorientierter zu gestalten. Ändere deine Perspektive.

## DEIN TRAUMKUNDE

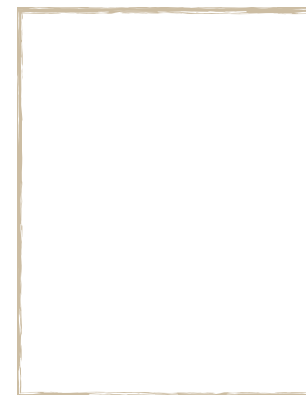
1. Verpasse ihm einen Namen, damit du ihn ansprechen kannst
2. Erstelle einen Steckbrief mit seinen Eigenschaften, Hobbies, etc.
3. Versetze dich in die Lage deines Kunden

[www.kajado.de/schatzkarten](http://www.kajado.de/schatzkarten)

## FRAGEN AN DEINE ZIELGRUPPEN

Betrachte die Welt durch die Brille deines Traumkunden: Was erwartet er von dir als Händler oder Dienstleister, welche Probleme und Sorgen trägt er mit sich herum, wie viel Zeit hat er, wem gegenüber muss er bzgl. seiner Kaufentscheidungen Rechenschaft ablegen, welchen Internetbrowser nutzt er, welche Internetseiten besucht er, wann wird er ungeduldig? Die Antworten auf diese Fragen helfen dir, ein zielgruppenorientiertes Konzept zu erstellen, deine Onlinepräsenz anzupassen und deine Marketing-Maßnahmen zu gestalten, so dass der Kunde sich wohl fühlt und ernst genommen wird.

## ÜBUNG: PERSONA ERSTELLEN



Name: \_\_\_\_\_

Alter: \_\_\_\_\_

Wohnort: \_\_\_\_\_

Beruf: \_\_\_\_\_

Interessen: \_\_\_\_\_

Ziele und Antrieb: \_\_\_\_\_

Soziales Umfeld: \_\_\_\_\_

Technisches Umfeld: \_\_\_\_\_

> \_\_\_\_\_

> \_\_\_\_\_