



Dein idealer Kunde

-

Erschaffe Deinen Zielavatar

Veronika Spanaus

bewusst.Klarheit.finden

Unser Plan

- ◆ Vorstellung
- ◆ Zielgruppe und Avatar
- ◆ Wie sieht Dein Avatar aus?
- ◆ Formulierungshilfe, um das Anliegen Deines Unternehmens zu verdeutlichen

Zielgruppe

Warum ist die Bestimmung Deiner Zielgruppe so wichtig?

Wie gut kennst Du Deine Zielgruppe?

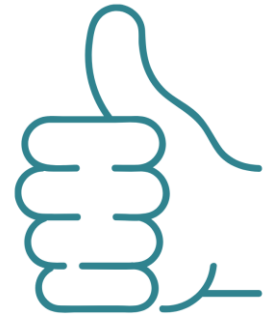
- ◆ Menschen sind verschieden
- ◆ unmöglich, JEDEN zum Kauf Deines Produktes/Deiner Dienstleistung zu bewegen (egal, wie qualitativ hochwertig Dein Angebot ist)

Fakt: Wer jeden anspricht, spricht Niemanden an



Was ist ein Kunden-Avatar?

- ◆ ist fiktive Beschreibung Deines perfekten Kunden
- ◆ zeigt im Detail auf, wie dieser ideale Wunschkunde sein soll
- ◆ damit beste Voraussetzung für zielgerichtetes Marketing und die richtige Ansprache Deiner Zielgruppe



mit diesen Kunden macht das Arbeiten Spaß und ist für beide
Seiten erfolgreich



Was ist ein Kunden-Avatar?



Dein Lieblingskunde ist ein komprimierter Ausschnitt Deiner Kernzielgruppe

Fokussiere Dich gezielt auf **diese Person** und erstelle für sie das perfekte Angebot

Ablauf:

1. Kernzielgruppe definieren
2. Kunden-Avatar erschaffen
3. Passenden Angebote erstellen





Wofür brauchst Du einen Kunden-Avatar?

- ◆ um wirklich erfolgreiche Produkte/Dienstleistungen zu entwickeln, musst Du Dich in Deine Kunden hineinversetzen und sie wirklich kennenlernen

Vorteil eines Kunden-Avatars:

- ◆ klares Bild Deines typischen Kunden
- ◆ einfachere Angebotserstellung, da Du das Gefühl hast, für eine tatsächlich existierende Person da zu sein

*Richte also Deine Ansprache an Deinen Lieblingskunden -
Deinen Kunden-Avatar!*



Beispiel:

Formuliere Deine Mails so, als wenn Du nur an Deinen Lieblingskunden schreiben würdest - damit bekommt Dein Kunde das Gefühl, dass Du ihn direkt ansprichst



- ◆ wichtig: beschreibe die Probleme Deiner Kunden mit deren Worten und aus ihrem Blickwinkel
- ◆ Dein Avatar sollte Dich als feste Größe in Deinem Unternehmen begleiten (für laufende Rückmeldung)

Fazit:

Dein Kunden Avatar ist Dreh- und Angelpunkt Deiner Marketing Strategie



Wenn Du gerade erst startest, dann ist die Beschäftigung mit diesen Zielkunden der erste und wichtigste Schritt zu mehr Unternehmenswachstum!

- ◆ Betrachte daher die Welt mit den Augen Deiner Kunden



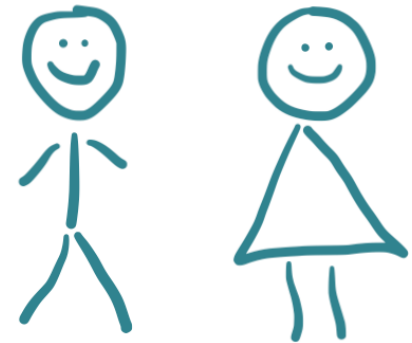
Ein Blick zu Dir...

- ◆ Welche Beiträge (egal ob Newsletter/Social Media) sprechen Dich am meisten an?
- ◆ Was ist bei denen anders?
- ◆ Wie möchtest Du als Kunde gern wahrgenommen werden?
- ◆ Was erwartest Du als Kunde (von einem Dienstleister)?
- ◆ Vielleicht: was ist ein „no go“?



Raster zur Erstellung Deines Kundenavatars

- ◆ betrachte Deine Zielgruppe erst als Ganzes und suche dann eine einzelne Person heraus, die Du klar definierst
 - ◆ direkt vor Augen haben
- ◆ dazu Daten sammeln:
 - ◆ Alter, Wohnort, Geschlecht
 - ◆ Familienstand, Kinder
 - ◆ Beruf
 - ◆ ...





Person:

- ◆ Wie alt ist Dein Wunschkunde?
- ◆ Wo wohnt er/sie?
- ◆ Ist Dein Wunschkunde männlich oder weiblich?
- ◆ Welche Hobbies hat er/sie?
- ◆ Ist Dein Wunschkunde verheiratet, in einer festen Partnerschaft oder Single?
- ◆ Hat er/sie Kinder?
- ◆ In welcher Lebensphase / Lebensabschnitt befindet er/sie sich momentan?
- ◆ Was macht er/sie beruflich? (angestellt / selbstständig?)

- ◆ Welche genauen Merkmale und Details zeichnen Deinen Wunschkunden aus?



◆ **Charakter**

- *Bsp: wertschätzend, verantwortungsbewußt*

◆ **Fühlt sich**

- *orientierungslos*

◆ **Erwartet von Dir**

- *Neuorientierung, Persönlichkeitsstärkung*

◆ **Interessen**

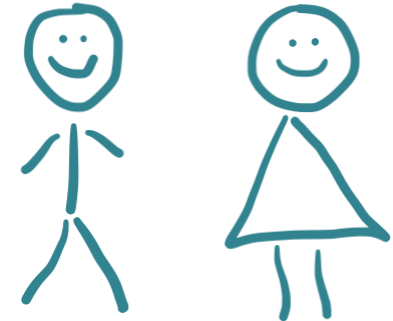
- *möchte etwas Eigenes schaffen,*
- *möchte Klarheit, persönliche Freiheit und Freizeit*

◆ **Größter Schmerz**

- *geringe Anerkennung von außen*
- *wird ungerecht gegenüber Familienangehörigen, nahestehenden Freunden*

◆ **Traum/Himmel**

- *geht Ziele mit Leichtigkeit, Gelassenheit an*
- *Glaube an sich selbst, positive lebendige Ausstrahlung*



Beschreibe Deinen Wunschkunden in 3 Sätzen, um ein konkretes Bild von ihm zu bekommen!

Mein Wunschkunde:



- ❖ Wie alt ist Dein Wunschkunde?
- ❖ Wo wohnt er/sie?
- ❖ Ist Dein Wunschkunde männlich oder weiblich?
- ❖ Welche Hobbies hat er/sie?
- ❖ Ist Dein Wunschkunde verheiratet, in einer festen Partnerschaft oder Single?
- ❖ Hat er/sie Kinder?
- ❖ In welcher Lebensphase / Lebensabschnitt befindet er/sie sich momentan?
- ❖ Was macht er/sie beruflich? (angestellt / selbstständig?)

- ❖ Welche genauen Merkmale und Details zeichnen Deinen Wunschkunden aus?

- ❖ Charakter
- ❖ Fühlt sich
- ❖ Erwartet von Dir
- ❖ Interessen
- ❖ Größter Schmerz
- ❖ Traum/Himmel

Beschreibe Deinen Wunschkunden in 3 Sätzen, um ein konkretes Bild von ihm zu bekommen!

Chancen eines Kunden-Avatars

- ◆ klare Positionierung
- ◆ Expertenstatus in Nische aufbauen
- ◆ sinnvoll, sich auf ein Thema zu spezialisieren und sich klar zu positionieren, statt viele Themen parallel (und ev. halbherzig) zu behandeln





Formulierungshilfe, um das Anliegen Deines Unternehmens zu verdeutlichen

Ich helfe _____ (Zielgruppe), _____ dieses
(Problem zu lösen / Ergebnis zu erreichen), damit sie
_____ (größter Benefit aus dem Himmel).

Bsp.:

Ich helfe berufstätigen Müttern, aus dem frustrierenden Gefühl des Hamsterrades herauszukommen, damit sie die innere Zufriedenheit mit ihrem Leben wieder spüren können.

oder einfacher:

In meinem (Business) helfe ich X dabei, Y zu erreichen.



Vielen Dank!

Veronika Spanaus

Coach (ICI)

Stressmanagement-Trainerin

kontakt@veronika-spanaus.de

www.veronika-spanaus.de

Mobil: 0163 - 161 84 48

Tornauer Weg 14a

06118 Halle/S.