

Herangehensweise zum Definieren der Zielgruppen

In diesem Schritt wollen wir die einzelnen Kunden wieder zu Gruppen zusammenführen, damit Sie wissen, wo Sie Ihre Kunden finden und ansprechen können.

Dabei sind wichtige Kriterien: Haben Sie es mit Geschäftskunden oder Privatleuten zu tun? Treffen Sie Ihre Kunden online oder eher offline? Auch sozioökonomische Faktoren kommen noch einmal ins Spiel: Alter, Geschlecht, Einkommen. Und die geografische Verteilung spielt eine Rolle. Sehen Sie Ihre Kunden nur in Ihrer Stadt, regional, landesweit oder vielleicht sogar international?

Fassen Sie Ihre Zielgruppen in Kategorien zusammen und tragen Sie jeweils eine Kategorie in einen Kreis ein.

