

Kenne deine Zielperson

Dein Fragenkatalog für die Erstellung von Käuferprofilen

Demographische Daten

Die demographische Daten deiner Zielperson(en) zu kennen, hilft dir dabei herauszufinden, welche Personenkreise zu deiner Zielgruppe gehören. Nimm dafür dein Produkt und überlege dir, welche Merkmale auf deine Zielpersonen zutreffen. Folgende Anhaltspunkte helfen dir bei der Segmentierung:

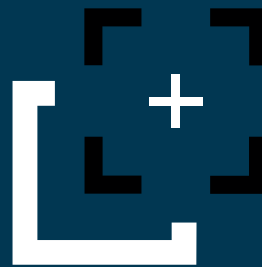
- **Alter:** In welche Altersgruppe kannst du deine Zielperson eingliedern?
- **Geschlecht:** Eignet sich dein Produkt für Männer, Frauen oder beide Geschlechter?
- **Wohnort:** Beschreibe die Wohnsituation so genau, dass du auch wirklich von der Info profitierst.
- **Familienstand:** Ist deine Zielperson verheiratet oder Single? Hat sie ein oder mehrere Kinder?
- **Bildung:** Welchen Bildungsabschluss können deine Zielpersonen vorweisen?
- **Beruf:** In welchem Beruf ist deine Zielperson tätig und welche Position hat sie?
- **Einkommen:** Welches Einkommen hat deine Zielperson?
- **Sprache:** Welche Sprache(n) spricht deine Zielperson?

Psychographische Daten / Handlungsmotivation

Durch die Ermittlung der psychographischen Merkmale deiner Zielgruppe erhältst du die Möglichkeit, dich in deine Zielperson(en) hineinzusetzen. Das hilft dir dabei, ihr Denken und Handeln besser zu verstehen. Anhand der Ergebnisse lassen sich ihr Verhalten und die Gewohnheiten ableiten.

- **Persönlichkeit:** Beschreibe die Persönlichkeit deiner Zielperson (ist sie introvertiert, offen, ...)
- **Überzeugungen:** Welche Werte und Überzeugungen bewegen deine Zielgruppe?
- **Verhaltensmerkmale:** Welchen Lifestyle pflegt deine Zielperson und welche Hobbies hat sie?
- **Ziele:** Welche Ziele motivieren deine Zielperson und aktivieren ihr Handeln?
- **Herausforderungen:** Welchen Herausforderungen hat deine Zielperson in ihrem Alltag?
- **Pain Points:** Mit welchem Problem ist deine Zielperson konfrontiert, das dein Produkt lösen kann?





Informationsquellen und Einflüsse

Wie bleibt deine Zielgruppe informiert und wie sucht sie nach Lösungen für Probleme? Das Informationsverhalten deiner potenziellen Kunden zu kennen, ist für dich der „heilige Gral“. Du kennst somit ganz genau die Medien, Formate und Inhalte, die deine Zielperson(en) regelmäßig konsumiert und sie beeinflusst.

- **Online:** Bevorzugte Blogs, soziale Netzwerke, Websites und Suchmaschinen
- **Offline:** Welche Informationsquellen nutzt deine Zielperson offline?
- **Influencer:** Welchen Personen folgt und vertraut deine Zielperson?
- **Veranstaltungen:** Welche Events und Seminare nutzt deine Zielgruppe zur Wissensbildung?
- **Umfeld:** Welche Personen im Umfeld deiner Zielperson beeinflussen ihre Entscheidung?
- **Recherche:** Wie sucht deine Zielgruppe nach Lösungen für ein aktuelles Problem?

Kaufverhalten

Das Kaufverhalten deiner Zielperson(en) zu kennen, hilft dir dabei deinen Marketing-Trichter bis hin zum Kauf auf diese Gewohnheiten abzustimmen. Finde heraus, welche Kaufmotive hinter den Käufen deiner Kunden stecken.

- **Intention:** Warum kauft die Zielperson?
- **Kanäle:** Über welche Vertriebskanäle kauft die Zielperson?
- **Einflussfaktoren:** Was beeinflusst die Kaufentscheidung deiner Zielperson?
- **Markenpräferenzen:** Welche Marken bevorzugt deine Zielperson?
- **Preispolitik:** Welchen Preis ist deine Zielperson bereit für ein Produkt zu bezahlen?
- **Knock-out-Kriterien:** Was hält deine Zielperson vom Kauf ab?



Wo kauft die Zielperson



Was kauft die Zielperson



Wann kauft die Zielperson



Wie kauft die Zielperson