

MARKETING-TIPP #2


Von Christian Weckler

Wie und Wo Du Deine Zielgruppe findest

Hallo liebe Entrepreneurinnen & Entrepreneure,

Christian Weckler hier. Heute an Tag 2 möchte ich Dir einige Tipps geben, warum es so wichtig ist die richtige Zielgruppe für Dein Business zu finden und wie Du dies am besten anstellst. Die richtige Zielgruppe finden, bedeutet, dass Deine Informationen auch wirklich jene Menschen erreichen, die einen Bedarf oder ein Problem haben und genau nach der Lösung suchen, die Du ihnen anbieten kannst. Es macht nämlich keinen Sinn ein Golfschläger-Set an Menschen zu verkaufen, die noch nie etwas von Golf gehört haben und auch gar nicht in der Lage sind, diese Sportart auszuüben. Du wirst genauso wenig einem Veganer ein Stück Fleisch in der tollsten Verpackung verkaufen oder jemandem eine Geschäftsidee, der überhaupt keine Idee sucht. Sprich also nur Menschen an, die auf Dein Thema angesprochen werden wollen.

Die meisten Entrepreneure scheitern bei der Zielgruppenfindung, weil sie es nicht beherrschen ihren Leuten die passende



So geht
Marketing im
21. Jahrhundert

Geschichte zu erzählen, die Veränderungen bewirkt.

Wenn Du aber diese **5 Punkte** auf eine Zielgruppe übertragen kannst, dann kannst Dir sicher sein, dass es sich auch um genau Deine oder eine Deiner Zielgruppen handelt:

1. Emotionen erzeugen
2. Informationen transportieren
3. Menschen mit Geschichten emotional bewegen
4. Deine Fakten mit einer Story untermauern und
5. ein Vertrauensverhältnis aufbauen

Du musst es schaffen Deiner potentiellen Zielgruppe Stories zu erzählen, die die gewünschte Reaktion auslösen und sie dort abholen, wo sie sind. Ansonsten hast Du verloren, weil Deine Ansprache schief gelaufen ist und Du meistens keine zweite Chance mehr bekommst.

Die Formel für Dein optimales Zielgruppen-Management lautet: Wenn Du richtig denkst (Dich in Deine Zielgruppe hineinversetzen kannst) und richtig handelst (Deine Zielgruppe gezielt ansprechen und einen Bedarf wecken kannst), dann wirst Du auch die richtigen Ergebnisse erzielen (z.B. Deine Interessenten als Partner gewinnen, etwas verkaufen, Produkte empfehlen etc.).

Es ist auf jeden Fall empfehlenswert sich auf jene Menschen als Zielgruppe zu konzentrieren, die bereits schon einmal selbst in Deiner Art von Business oder Deiner Branche tätig waren und daher Deine Produkte besser einordnen können. Verschwende Deine Energie hingegen nicht mit Leuten, die einfach nur nach Gelegenheiten suchen, aber letztlich keine klaren Entscheidungen treffen (wollen). Mit der Zeit wirst Du automatisch lernen, wer wirklich Interesse an Deinem Geschäft hat und wer nicht. Der größte Fehler bei der Zielgruppenfindung ist mit unwilligen Leuten zu arbeiten, denn das kann Dich den 10 bis 15fachen Zeitaufwand kosten. Kümmere Dich stattdessen um die Leute, denen es wirklich wichtig ist.

Hilfreich ist dabei, dass Du bei Deinen potentiellen Geschäftspartnern niemals mit der Tür ins Haus fällst, sondern diese stattdessen häppchenweise mit hochwertigen, zielorientierten Informationen versorgst – aber niemals alles auf einmal. So kannst Du die Spreu vom Weizen besser trennen und erkennen, wer wirklich ernsthaftes Interesse an einer Zusammenarbeit mit Dir oder an Deinen Produkten hat.

Das war das WIE finde ich meine Zielgruppe, nun stellt sich die Frage nach dem WO finde ich meine Zielgruppe. Es gibt 3 Möglichkeiten heutzutage Deine Zielgruppe zu finden:

1. Du gehst raus und sprichst jeden persönlich an und suchst so nach den passenden Leuten (direkter Kontakt von Angesicht zu Angesicht)
2. Du beauftragst Andere dies für Dich zu tun (z.B. Geschäftspartner)
3. Du suchst Dir technische Möglichkeiten, welche Dir den Prozess abnehmen (Internet)

Dank des Internets ist es heute sehr einfach geworden, seine Zielgruppe zu finden. Wenn Du nicht länger den holprigen und häufig frustrierenden Weg des Direktkontaktes gehen möchtest, dann kannst Du dies nun von technischen, automatisierten Internet-Lösungen wie etwa kompletten Marketing- und Leadgenerationskampagnen übernehmen lassen. Besonders effektives Online-Zielgruppen-Marketing lässt sich durch Video- und Social-Media-Marketing realisieren, da diese Art Werbung Dir erlaubt nur den Menschen Deine Werbung zu zeigen bzw. Dein Business zu präsentieren, die wirklich an Deinem Produkt interessiert sind.

Reihe Dich nicht in die lange Schlange der vielen Entrepreneur:innen ein, die mit der immer selben, veralteten Online-Strategie und ewig gestrigen, selbstverherrlichenden Webseite zufrieden sind. Verschwende also nicht - wie die vielen anderen - Dein Geld und Deine Zeit, um in

Pseudo -Fachmagazinen überteuerte Anzeigen zu schalten - es wird sich ganz sicher nicht auszahlen.

Wie erfolgreich Dein Zielgruppen-Engagement offline sowie online letzten Endes wird, hängt in großem Maße davon ab, inwiefern es Dir gelingt, Dich als Experte in den Augen Deiner Interessenten zu positionieren. Über dieses Thema berichten wir Dir aber ausführlich in unserem Insider-Tipp Nummer 3.

Das war's für heute. Morgen freuen wir uns Dir aufzuzeigen, wie Du Dich als gefragter Experte aufstellst und so zum Kontaktmagneten wirst.

Bis morgen zu Insider-Tipp #3,

Dein Christian

„A good teacher, like a good entertainer first must hold his audience's attention, then he can teach his lesson.“

-John Henrik Clarke

www.better-lifestyle.eu