



Wohlstands-Netzwerk

Erfolg im Einklang mit Natur & Mensch

2021

Finde deinen Wunschkunden!



Kerstin Mais

1.1.2021

Dein Kunden Avatar ist dein Wunschkunde

1. Warum ein Kunden Avatar so wichtig ist?

Lass mich dir eine Geschichte erzählen.

Meine Freundin Stephanie ist Unternehmensberaterin.

Eines Tages suchten zwei junge Männer ihren Rat.

Klement der Hippie, begann von ihrer Idee zu erzählen, während Marco, mit der Popper Locke seine Fingernägel reinigte. Ein ungleiches Pärchen.

„Wir haben vor 4 Monaten ein Kaffee eröffnet und nennen es Kaffee Paris. Jede Woche ist Werbung von uns in der Zeitung und eine Facebook Seite haben wir auch, aber wir haben kaum Kunden. Unser gespartes reicht nur noch 2 Monate. Was sollen wir tun?“

Stephanie ist eine sehr praktische Frau.

Also verabredeten sie sich vor Ort.

Was würdest du erwarten, wenn du eine Lokalität besuchst, die Kaffee Paris heißt?

Denke bitte kurz darüber nach, bevor du jetzt weiterliest.

Nichts, aber auch wirklich rein gar nichts erinnerte an ein Kaffee oder an Paris. Öffnungszeiten ab 18.00 Uhr. Kein Kuchen oder Gebäck im Angebot. Dafür gab es Wiener Schnitzel, Pizza und verschiedene Reisgerichte.... Keinerlei Deko, die sich auf den Namen bezog. Kalte und ungemütliche Räume.

Stephanies Fragen:

Für wen habt ihr dieses Kaffee eröffnet? Was ist eure Zielgruppe?

„Schulterzucken – ein Kaffee zu haben ist doch cool. Ansonsten können alle zu uns kommen. Mal sehen nach was sie fragen. Dann besorgen wir das.“

Was steht in eurer Zeitungswerbung?

„Neueröffnung Kaffee Paris – geöffnet von 18.00 – 23.30 Uhr“

Nach 4 Monaten auch noch?

„Ja“

Was ist das Besondere, das ihr anbietet? Worin unterscheidet ihr euch von anderen?

„Schulterzucken“

Der Traum vom eigenen Kaffee war nach weiteren 2 Monaten um. Die Tipps, die Stephanie ihnen gab, wollten und konnten sie nicht mehr umsetzen.

Die beiden Herren haben 2 entscheidende Fehler gemacht

1. Nicht genau definiert, wen genau sie ansprechen wollen
2. Zu spät nach Hilfe gefragt.

Jede Wette du hast genau jetzt mindestens 10 Ideen im Kopf, wie man ein Kaffee Paris gestaltet und welches besondere Angebot du kreierst. Dann ist dir auch klar, welche Kunden genau das lieben werden – dein Kunden Avatar. Zack und schon läuft der Laden!

Wie kommen wir zu unserem ganz speziellen Wunschkunden?

2. Vertrauen und Ehrlichkeit

Das sind die 2 Eckpfeiler auf denen unsere Arbeit beruht.

Wie schaffst du Vertrauen in der heutigen Zeit?

Zeige dich öffentlich und erzähle deine ganz persönliche Geschichte! Teile deine Erfahrungen, deine Erlebnisse oder die deiner Liebsten. Sei dabei schonungslos ehrlich.

Warum und wie bist du zu genau dem Business gekommen?

Was begeistert dich immer noch daran?

Warum willst du es unbedingt mit anderen teilen?

Spätestens jetzt kristallisiert sich die eine Sache heraus, die genau jetzt in die Welt hinaus möchte. Eine Sache, die dir so sehr geholfen hat oder wo du jetzt denkst, hätte ich genau das früher in meiner Situation gehabt, wäre vieles leichter gewesen.

Schon klar, du hast so viel Wissen... Du möchtest alles an den Mann oder die Frau bringen ...

Ja, das kommt auch noch. Doch für jetzt halte deinen Fokus auf die eine Sache. Dann steht dem Erfolg nichts mehr im Weg.

Für dich als DM Harmonics Partner gilt: Suche dir das Webinar oder die eine Audio Datei heraus, die dir am meisten gegeben hat, die dich weit nach vorne gebracht hat, mit der du deine Erfahrungen gesammelt hast.

Damit beginnen wir jetzt zu Arbeiten.

An dieser Stelle eine Buchempfehlung „The One Think“

<https://amzn.to/2JSznu9>

Setze die Prinzipien dieses Buches um und dein Leben wird um so vieles leichter!

3. Warum ist eine genaue Zielgruppe so wichtig?

Besteht deine Zielgruppe aus Müttern zwischen 20 und 60 Jahren? Willst du am liebsten alle erreichen und deine Produkte oder Dienstleistungen anbieten?

Das funktioniert heutzutage nicht mehr.

Es ist einfach unmöglich jeder Frau zwischen 20 und 60 Jahren dein spezielles Angebot schmackhaft zu machen. Das hat nichts mit der Qualität deines Produktes zu tun.

Wenn du alle erreichen willst, bist du mit deiner Ansprache nicht spezifisch genug. Niemand wird verstehen was und warum du es anbietest. Da ist das Scheitern schon vorprogrammiert.

Um deine Zielgruppe zu bestimmen gibt es 2 hilfreiche Schritte.

1. Welche gemeinsamen Merkmale hat deine Zielgruppe?

- **Wohnort:** In welchem Land, Bundesland, Region wohnen deine Wunschkunden?
- **Geschlecht:** Willst du eher mit Frauen oder eher mit Männern arbeiten?
- **Alter:** Für welche Altersgruppe ist dein Angebot interessant?
- **Familienstand:** Spricht dein Angebot eher Singles, Paare oder Familien mit Kindern an?
- **Berufsgruppe:** Für welche Berufsgruppe ist dein Angebot passend?
- **Weitere Merkmale:** Bildung, Religion, Nationalität, ...

2. Erkenne die Bedürfnisse!

Menschen kaufen immer aus emotionalen Gründen heraus. Deshalb ist ja deine persönliche Geschichte so enorm wichtig. Erst im Nachhinein begründen sie ihre Entscheidung mit logischen Argumenten. Also beides muss stimmig sein.

Sprich mit deinen zukünftigen Kunden und finde heraus, wo der sprichwörtliche Schuh drückt! Nutze dazu Umfragen per E-Mail oder auf Facebook.

Finde heraus:

Was ihr aktuell größtes Problem ist.

Was sie erreichen wollen.

Warum sie dieses Ziel noch nicht erreicht haben.

Welche Unterstützung sie benötigen.

Was ihre Kaufkriterien sind.

Warum ihnen das so wichtig ist.

Was es für die bedeuten würde, wenn du sie dahingehend perfekt unterstützen könntest.

Hast du jetzt noch keine potenziellen Kunden, kommt dir genau jetzt deine eigene Geschichte, deine eigenen Erfahrungen zugute.

Beantworte diese Fragen aus deiner Sicht!

4. Was hast du von einer klar bezeichneten Zielgruppe?

Dich und deine Leistungen oder dein Produkt zu vermarkten ist für dich eine Herzensaufgabe. Aus dem Grund ist es auch so wichtig, dass deine Kunden ein Teil davon sind.

Damit du deine Kunden auf authentische Weise erreichen kannst, ist es Voraussetzung sie mit in den Fokus zu nehmen. Sonst kannst du dich nicht richtig positionieren und findest deine Nische nicht.

Wenn du es schaffst, die richtige Botschaft an die richtigen Menschen zu adressieren, wirst du viel mehr erreichen können. Genau dafür ist es sehr wichtig, dass du deine Zielgruppe genau kennst.

Wenn du deine Zielgruppe klar definiert hast und gut kennst, bist du in der Lage diese ganz gezielt anzusprechen. Du weißt, wer deine Wunschkunden sind und musst nur noch schauen, wo genau du sie findest.

Durch eine schlechte oder fehlende Zielgruppenanalyse verbrennst du nicht nur unnötig Geld bei Werbeaktionen. Du wirst im täglichen Tun Zeit verlieren und im schlimmsten Fall kaum oder nichts verkaufen.

Wenn du zum ersten Mal eine umfassende und genaue Zielgruppenanalyse machst, ist das zwar mit viel Arbeit verbunden, rentiert sich aber möglicherweise noch jahrelang bei der Kundengewinnung.

5. Jetzt endlich dein Kunden Avatar

Warum denn jetzt noch den Kunden Avatar?

Schließlich hast du doch deine genaue Zielgruppe ermittelt?

Ja schon, aber dein zukünftiger Kunde hat noch kein Gesicht.

Je persönlicher er wird, desto besser die Ansprache.

Du erstellst eine fiktive Person, die deinen typischen Kunden repräsentiert. Er stellt im Grunde die Zielgruppe in einer einzigen Person dar.

Althergebracht stellen wir uns und unser Business erst mal in den Mittelpunkt: Was ist mein Angebot? Was kann ich meinen Kunden verkaufen? Wie baue ich eine Beziehung zu meinen Kunden auf?

Wie bekomme ich alles unter einen Hut? Was kann ich noch tun, um neue Kunden zu gewinnen? ...

Ich Ich Ich

Doch es geht hier nicht um dich, sondern um deinen Kunden!

Wenn du bisher so oder so ähnlich an dein Business und die Entwicklung deiner Produkte herangegangen bist und das Gefühl hast, dass das nicht funktioniert, dann ist es an der Zeit diese Strategie zu überdenken und jetzt deinen Kunden-Avatar zu erstellen.

Dein Kunden-Avatar ist der Schlüssel zu deinem erfolgreichen Business. Nimm dir dafür unbedingt genug Zeit. Die Erstellung darf ruhig mehrere Tage dauern. Was du jetzt investierst kommt vielfach zu dir zurück.

Wie möchtest du deinen Wunschkunden haben?

1. Gib ihm einen Namen!
2. Ist es eine Frau oder ein Mann?
3. Wie ist das Alter? – genau angeben, keine von bis Spanne
4. Wie ist die Berufliche Situation?
5. Wie ist die Private Situation?
6. Wie ist der Bildungsstand?
7. Wie ist das Einkommen?
8. Welche Hobbys hat er?
9. Wo hält er sich vorzugsweise auf?
10. Welche Ziele hat er im Leben?
11. Welchen Lebensstil pflegt er?
12. Was liest er?
13. Welche Webseiten besucht er?
14. Was schaut er im Fernsehen?
15. Wer sind seine Konkurrenten?
16. Wer sind seine Vorbilder?
17. Welche persönlichen Werte hat er?
18. Wie ist ein typischer Tag in seinem Leben?
19. Welche Veranstaltungen besucht er?
20. Was regt ihn auf?
21. Was motiviert ihn?
22. Woran könnte er scheitern?
23. Was lässt ihn nachts wach liegen?
24. Welche konkreten Probleme hat er?
25. Welche Lösungen sucht er?
26. Welche Fragen hat er in Bezug auf Dein Angebot?
27. Wie entscheidet er über einen Kauf?
28. Wofür ist er empfänglich?
29. Wem will er gefallen?
30. Was würde sein Leben massiv erleichtern?



Der entscheidende Schritt ist, dass du deinem Kunden-Avatar einen Namen und ein Gesicht gibst. Suche dir also unbedingt ein Foto heraus. (Wenn vorhanden von einem bereits bestehenden Kundenkontakt oder aus dem Internet.)

Je detaillierter du die Person beschreibst umso besser weißt du, für wen du deine Angebote entwickelst.

Schreibe gerne eine kurze Geschichte zu deinem Wunschkunden.
Erkennst du gerade die Parallele zu deiner Geschichte?

Beschränke dich bei der Beschreibung deines Kunden-Avatar auf eine A4-Seite, weil es sonst schnell unübersichtlich wird. Es muss klar erkennbar sein, für wen, in welcher Situation und für welches Bedürfnis ein Angebot benötigt wird.

Bei allem was du tust frage dich:

Welche Fragen hat mein Wunschkunde?

Was interessiert meinen Wunschkunden?

Hilft, dass was ich anbiete meinem Wunschkunden wirklich weiter?

***Dein Kunden-Avatar ist nun
täglicher Begleiter in deinem Business!***



Zusammenfassung

Dein Kunden-Avatar steht Mittelpunkt deines Marketings.

Ganz besonders im Content-Marketing ist er von großer Bedeutung. Denn jeder Content (= Inhalt = Mehrwert) den du erstellst dient dem Zweck deinen Wunschkunden zu erreichen.

Versuche daher immer dich in deinen Wunschkunden hineinzusetzen und die Welt mit seinen Augen zu sehen.

Du bist dran!

Setze die Übersicht deines Wunschkunden in die Facebook Partner Gruppe und hole dir Feedback und auch Motivation!

Viel Freude und viel Erfolg.

Deine Kerstin Mais



P.S.: Du hast Fragen?

Tausche dich mit uns in der [Facebook Partner Gruppe](#) aus.

Solltest du kein Facebook nutzen, stelle deine Frage im Kommentarfeld direkt im Wohlstands-Netzwerk in Neuigkeiten und Termine.