

Erfolg ist einzig und alleine eine Frage der richtigen Strategie

(Teil 5-2) Auf Zielgruppen statt auf Geschäftsfelder konzentrieren

Welche Fragen bringen Sie jetzt konkret weiter?

- ▶ Welche Zielgruppe entspricht der Stärke Ihres Unternehmens?
- ▶ Welche Zielgruppen hatte Ihr Unternehmen früher?
- ▶ Welche Zielgruppen hat Ihr Unternehmen jetzt?
- ▶ Welche Zielgruppen sind für Sie die angenehmsten und lohnendsten?
- ▶ Bei welchen Zielgruppen lösen Sie ein besonders brennendes Problem?

- ▶ Bei welchen Zielgruppen könnten Sie ein besonders brennendes Problem lösen?
- ▶ Welche Zielgruppe hat den dringendsten Bedarf an Ihren Leistungen oder könnte ihn haben?
- ▶ Auf welche Zielgruppen übt Ihr Unternehmen die größte Anziehungskraft aus?
- ▶ Wie würde Ihr/Ihre Lieblingskunde /Lieblingskunden aussehen?
- ▶ Wie sieht die für das Geschäftsfeld theoretisch optimale Zielgruppe aus?

Welches sind die nächsten Schritte?

1 Tragen Sie möglichst viele Zielgruppen zusammen

Lassen Sie sich nicht davon irritieren, wenn Sie bisher noch keinerlei Kontakt mit dieser Zielgruppe hatten. Es gibt viele Wege, auf denen Sie kostengünstig testen können, ob diese Zielgruppen auf Ihr Angebot reagieren oder nicht.

2 Suchen Sie intuitiv einige erfolgversprechende Zielgruppen aus

Das werden in aller Regel solche sein,

zu denen Sie heute schon ein *gutes Verhältnis* haben oder von denen Sie glauben, dass Sie deren *Probleme am besten lösen* können.

3 Bewerten Sie Ihre Zielgruppen nach folgenden Kriterien

- ▶ Welche Zielgruppen haben den *größten Bedarf* an Ihrer Leistung?
- ▶ Zu welchen Zielgruppen haben Sie den *besten Kontakt*?
- ▶ Welcher Zielgruppe können Sie den *größten Nutzen* bieten?