

Mit dem Business Avatar die Zielgruppen erobern

Wollen Sie erfolgreich Ihre Zielgruppen definieren, empfiehlt sich ein "Business Avatar": Sie entwickeln eine fiktive, virtuelle Person, die exakt Ihren Idealkunden repräsentiert und an die Sie sich gezielt mit Ihrer Marketingansprache wenden. Je detaillierter Sie bei der Definition vorgehen, desto besser können Sie sich in Ihren Zielkunden hineinversetzen und ihm letztlich am besten verkaufen, was er möchte: „Enter the conversation your prospect is having in his mind.“ (Robert Collier, Schriftsteller und Werbetexter).

So erstellen Sie Ihren Business Avatar

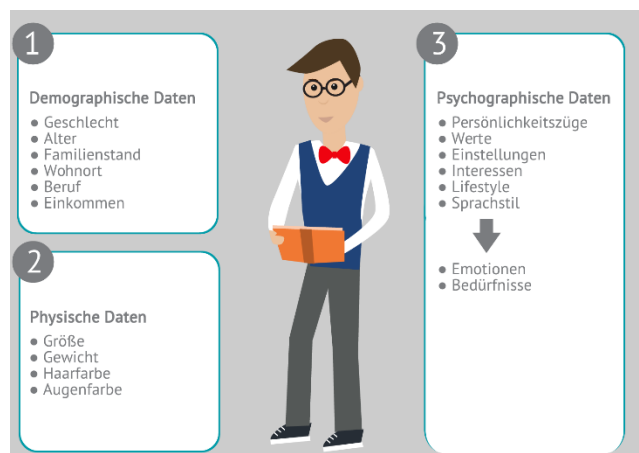
1. Demographische Daten:

- Alter
- Geschlecht
- Ehestand
- Wohnort
- Beruf
- Einkommen

Nehmen wir an, Sie sind Verpackungsmaterialhersteller. Sie wenden sich typischerweise an

unterschiedliche Adressaten wie Einkäufer oder Produktmanager. Entsprechend sollten Sie für eine gezielte Ansprache Ihre Avatare definieren:

Ihr Idealkunde aus dem Einkauf mag männlich sein, zwischen 30 und 40, verheiratet, Familienvater - ein Produktmanager weiblich, zwischen 25 und 35 und kinderlos.



2. Psychographische Daten:

- Persönlichkeitszüge
- Werte
- Einstellungen
- Interessen
- Lifestyle
- Sprachstil

Daraus können Emotionen, Ängste, Bedürfnisse und Wünsche abgeleitet werden. Der Einkäufer arbeitet gewissenhaft, vermeidet Risiken und ihm ist - natürlich, um in seinem Job erfolgreich zu sein - vor allem an einem günstigen Preis für

Verpackungsmaterial gelegen. Die Ideal-Produktdesignerin ist kreativ, neugierig, leistet Überstunden und legt, je nach Produkt, Wert auf die Praktikabilität, Stabilität, Konservierung oder Umweltfreundlichkeit der Produktverpackung.

3. Physische Merkmale:

- Größe
- Gewicht
- Haar- oder Augenfarbe

In unserem Beispiel sind diese Merkmale kaum relevant, während sie z.B. für Friseurartikel- oder Diätmittelhersteller besonders wichtig sind.

Zur detaillierten Beschreibung nehmen Sie bestehende Kundendaten oder Tools wie die Fanpage- und Zielgruppenstatistiken von Facebook zu Hilfe. Zusätzlich machen Sie sich auf die Suche nach realen Personen, die diesem Profil entsprechen: in virtuellen Communities und den eigenen Netzwerken oder mit Hilfe klassischer Marketing-Instrumente wie Beobachtung, Interviews, Fokusgruppen, Umfragen etc. Finden Sie heraus: Welche Newsletter, Verlage oder Blogs lesen Ihre Idealkunden; welche Plattformen und Foren besuchen sie?

So nutzen Sie Ihren Business Avatar effektiv

Setzen Sie zielgerichtete Kampagnen im Online- oder Printbereich genau dort auf, wo Ihre Zielgruppe sich bewegt. Finden Sie Kooperationspartner mit gleicher Zielgruppe, als Verpackungsmaterialhersteller, z.B. Druckereien. Schaffen Sie durch maßgeschneiderte Kampagnen eine Win-Win-Win-Konstellation für Ihren Kunden, Ihren Kooperationspartner und sich selbst.

Ihre Vorteile

- Einsparen unnötiger Werbekosten
- Hineinversetzen in Idealkunden - Verbesserte Kommunikation – Stärkere Prokuktanpassung an Kundenbedürfnisse
- Abheben von Konkurrenz
- Gewinn von Influencern
- Erhöhung von Conversion Rate und Kundenbindung