



Zielgruppenmarketing

Marketing-Kommunikation
für kleine
Unternehmen

Beate Fleck

punktum Marketing & Kommunikation • Hermannstraße 83 • 44263 Dortmund
Telefon 0231 – 477 10 41-0 • Fax 477 10 41-5 • fleck@punktum-marketing.de



Zielgruppenmarketing

1. Was ist für meine Kundinnen wichtig?
2. Wer sind meine Kundinnen?
3. Wie richte ich mein Angebot auf meine Kundinnen aus?
4. Wo, wann und womit erreiche ich meine Kundinnen?



3 Grundthesen zum Marketing

- Erstens: Marketing ist einfach!
- Zweitens: Es gibt keine allgemeinen Wahrheiten!
- Drittens: Marketing hat viel mit Ihnen persönlich zu tun!

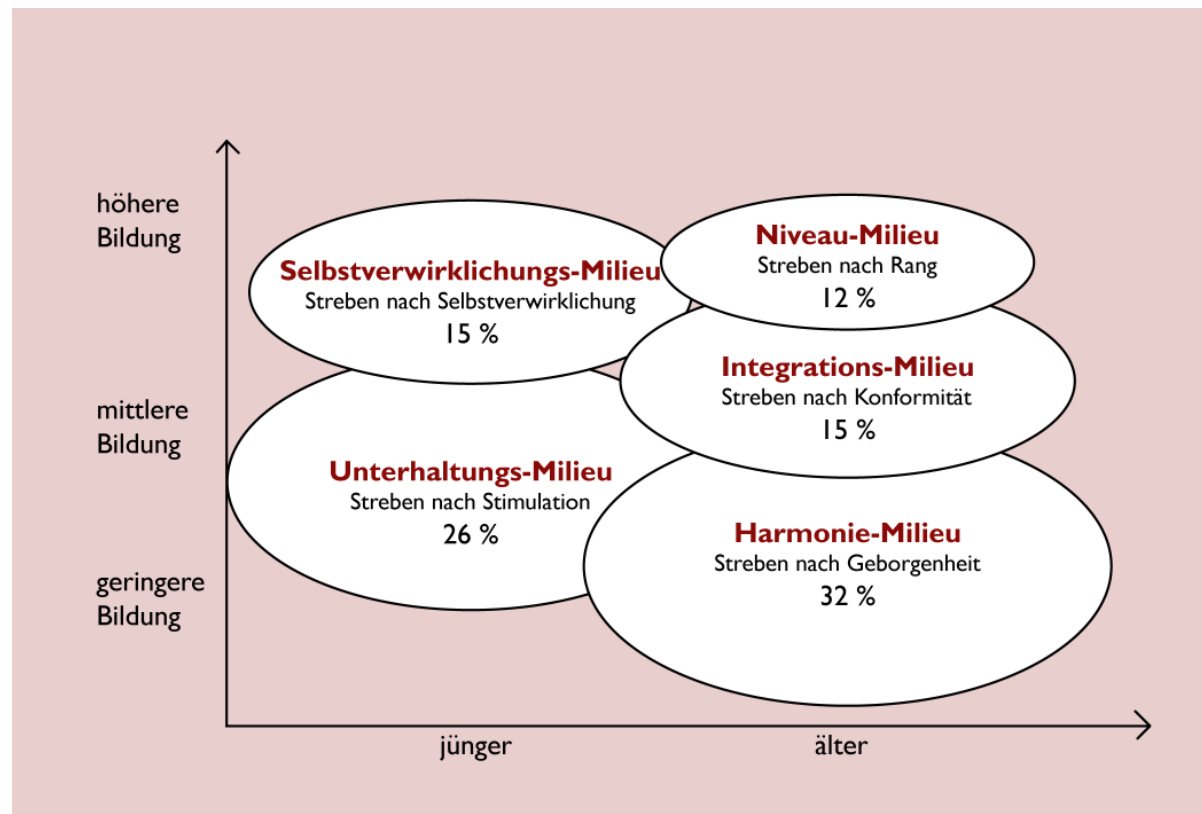


Klassische Zielgruppendefinition

- Business to Business
 - Private Endkunden
-
- Branchen
 - Regionen
 - Unternehmensgröße
 - Unternehmensalter/-phase
- Geschlecht
 - Alter
 - Einkommen
 - Wohnort



Erlebnismilieus



Quelle: Bildzeitung Verbraucheranalyse 1998



Das eigene Profil

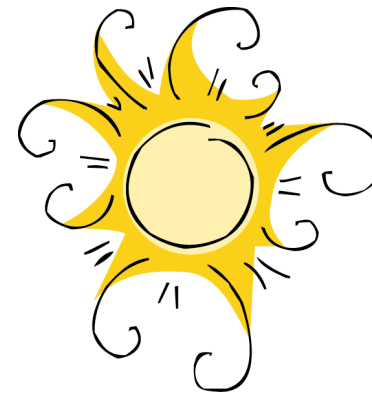
- Was ist das Besondere an den Produkten, für die geworben werden soll?
- Warum kaufen die Kunden gerade bei Ihnen?
- Welches sind die Stärken Ihres Produktes und Ihres Unternehmens?

Wo sehen Sie die 5 größten Stärken Ihres Angebots?



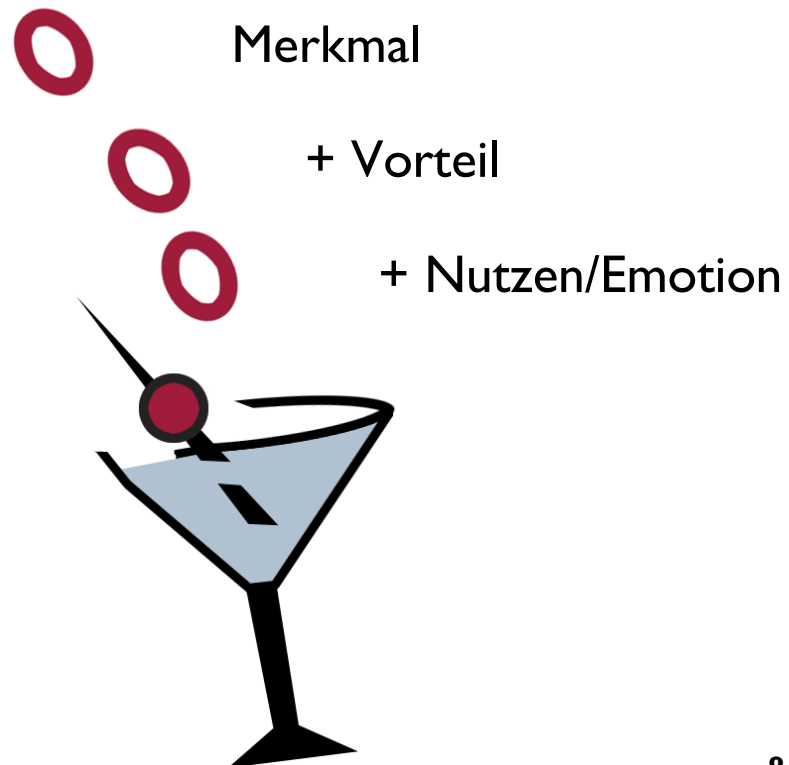
Kundenansprache = Herzenssache

- Welche Aussagen sind für meine Kundinnen und Kunden wichtig?
- Was motiviert meine Zielgruppe zum Kauf?
- Welche Motive und Emotionen werden angesprochen?
- Was ist der wirkliche Grund?



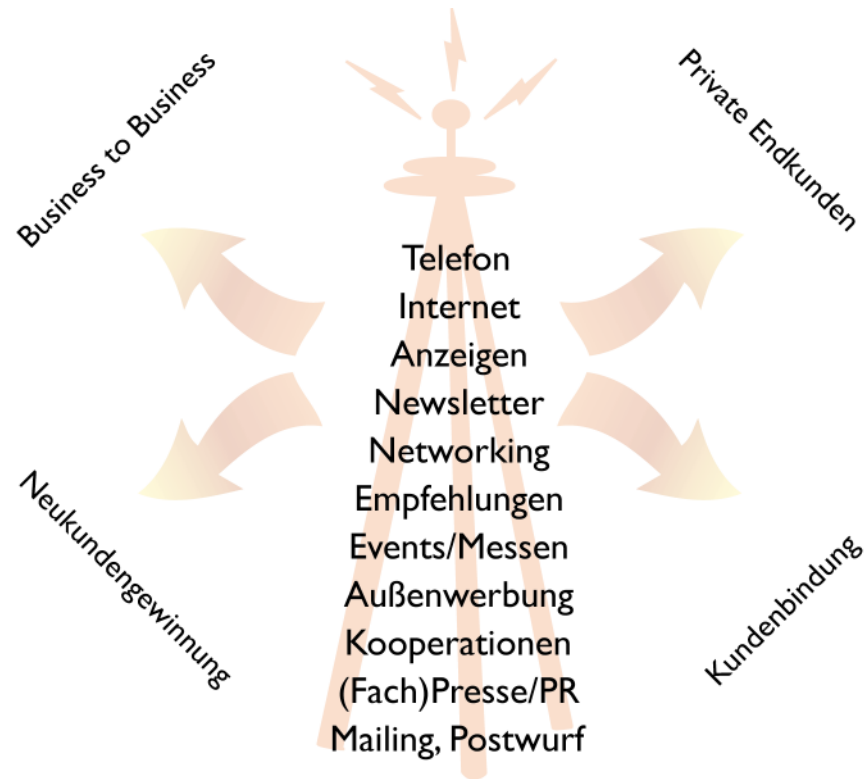


Argumentation



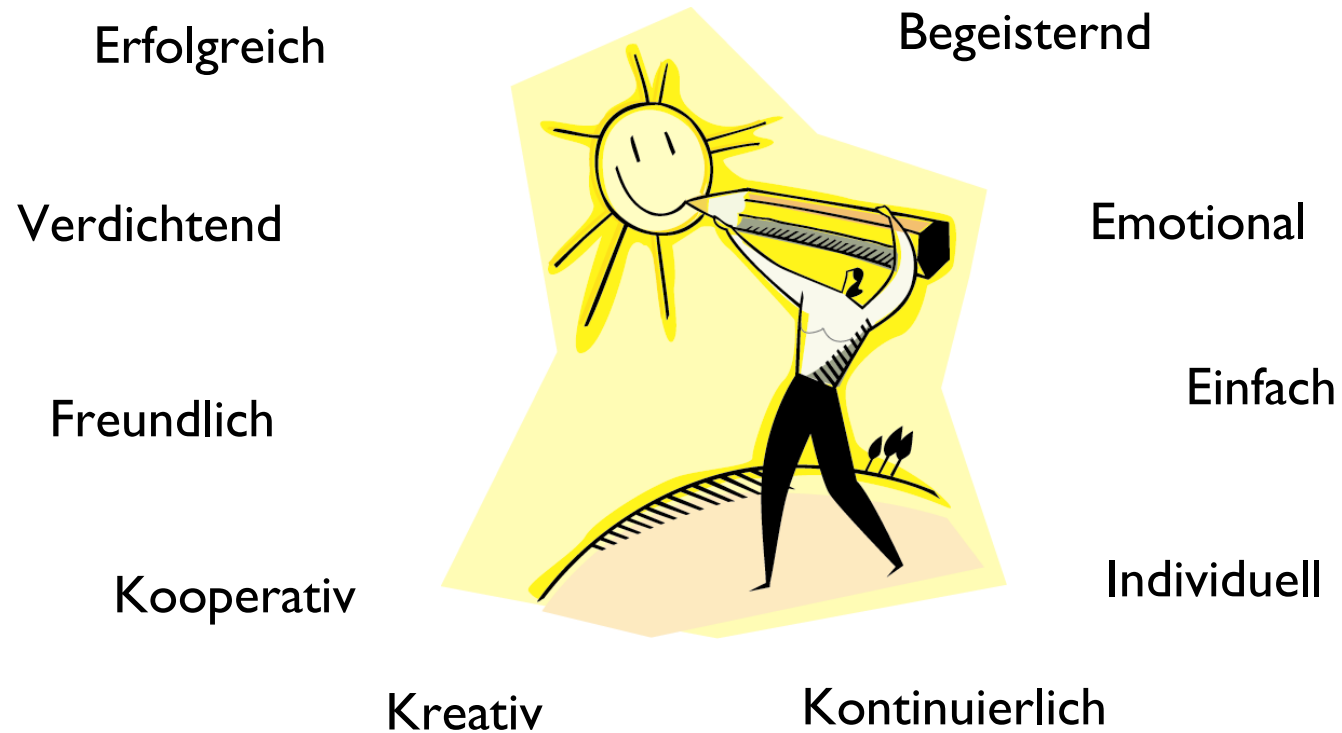


Kundenkommunikation





10 Tipps für kostengünstiges Marketing





Zusammenfassung Zielgruppenmarketing

Strategie entwickeln

- Starkes Profil
- Ziele und Zielgruppe definieren
- Emotionale Argumentation

Ausblick – weiter geht's ...

1. Schriftliche Produktinformation
2. Klares Corporate Design
3. Kommunikations- und Vertriebswege