

Checkliste Zielgruppenmerkmale und zur Analyse einer Zielgruppe

Welche „harten“ Merkmale sollte eine Zielgruppe aufweisen.

Demographische Merkmale

- Geschlecht
- Altersgruppe z.B. 35-45 J.
- Beruf
- Einkommen
- Bildungsstand
- Familienstand

Interessengebiete, z.B. Hobbys

Neben diesen „harten“ Merkmalen sind die **Probleme** und **Wünsche** deines idealen Kunden ebenso wichtig zu erfahren.

Welches **Problem** hat dein Kunde und wonach sucht er im Netz,
z.B. Pickel entfernen, schnell abnehmen, Geld verdienen zu Hause

Steckt hinter der Suche eine **Kaufabsicht** oder nur eine Informationssuche?
z.B. „Wein online kaufen“ (Kaufabsicht) „Weinsorten“ (Infosuche)

Mehr über Wünsche und Probleme erfahren

1. über Keywordsuche bei Google und Co.
Welche Keywörter werden gesucht und steckt ein Kaufabsicht und/oder eine Problemlösungssuche dahinter
2. über Foren und FAQ Seiten
Was beschäftigt deine Kunden? Wonach suchen deine Kunden?
3. über Bewertungen von großen Online Shops
Was gefällt den Kunden am Produkt. Was vermissen Sie?

Harte Merkmale wie Altersgruppe Geschlecht und Einkommen ermitteln.

Diese harten Merkmale sind direkt nicht über Google oder andere öffentliche Quellen zu erfahren.

Es bieten sich hierzu Anzeigenschaltungen bei Facebook oder Google an, in dem du erst mal nicht die Altersgruppen und Geschlechter eingrenzt sondern eine breite Auswahl triffst.

Nach einer Dauer von 2-3 Tagen und einem kleinen Budget, zeigt dir z.B. Facebook wer die Anzeigen angeklickt hat, mehr Männer oder mehr Frauen und in welchem Alter. Auch das Einkommen wird indirekt und näherungsweise durch die Gefällt mir Klicks und Interessen des Facebook Nutzer ermittelt.

Nun kennst du auch die harten Merkmale deiner Zielgruppe genauer und kannst die Anzeige näher eingrenzen, indem du z.B. nur noch Anzeigen für deine beste Altersgruppe schaltest.

Vorgehen bei Schaltung von Anzeigen

1. Problem und Wünsche deiner Zielgruppe analysieren
2. Facebook Anzeigen entwerfen (Text/Bilder) die auf die Probleme und Wünsche eingehen
3. Anzeigen für einen kurzen Zeitraum schalten um mehr über harte Merkmale zu erfahren
4. Anzeigen durch Eingrenzung der harten Merkmale weiter eingrenzen