

Claudia Schiffer

WIE AUS KLICKS — — KUNDEN WERDEN

Die richtige Zielgruppe finden,
definieren und erfolgreich ansprechen

REDLINE | VERLAG

Inhalt

Einleitung: Wofür brauchen wir eine Zielgruppe?	7
Warum ein Buch über Zielgruppen?	11
TEIL 1: DIE THEORIE	17
Die vier Herangehensweisen bei der Zielgruppendefinition . .	19
Die vier Säulen einer guten Zielgruppendefinition	22
Bedenken und Vorurteile	29
Buyer Persona, Avatar und Co.	37
Die Wege zum Erfolg	44
Wer bist du? (Persönlichkeit)	47
Wo holst du deine Zielgruppe ab? (Bewusstsein)	57
Muss es immer der Schmerzpunkt sein?	64
Was braucht deine Zielgruppe?	71
Der Entscheidungsprozess	76
Man kann sie nicht alle glücklich machen	79
TEIL 2: DIE PRAXIS	81
Was ist eine Grunddefinition?	83
Du, deine Persönlichkeit und dein Business	84
Die Persönlichkeit deiner Zielgruppe	92
Dein Thema	97
Wo holst du deine Zielgruppe ab?	103
Weitere Unterschiede bei der eigenen Zielgruppe	106
Dein Status quo	113

Warum sind Umfragen so wichtig?	116
Wie erstelle ich eine Umfrage?	120
Die richtigen Fragen	131
Wo finde ich meine Zielgruppe?	140
Auswertung der Umfrage	146
Warum Interviews?	150
Was kommt danach? Dienstleistungen – Coaching, Training und Beratung	158
Onlinekurse	162
Wie sieht der Weg bei (selbst gemachten) Produkten aus? ..	165

TEIL 3: KUNDENANSPRACHE

Social Media – die Auswahl der Plattform	173
Warum ist die richtige Kundenansprache so wichtig?	184
Nonverbale Kundenansprache	188
Worte, die die Welt verändern	195
Wie setzt sich die perfekte Kundenansprache zusammen? ..	201
Feedback nur von deiner Zielgruppe	203
Scheitern ist (k)eine Option	208
Follower – das neue Statussymbol?!	215
Zielgruppendefinition ist wie Onlinedating	223
Das Freebie und die liebe Zielgruppe	226
Du bist nicht dein USP	234
Sichtbarkeit braucht Klarheit	239
Über die Autorin	240