

9 PRAXISTAUGLICHE TIPPS

WIE DU ETWAS ÜBER
DEINE ZIELKUNDEN
ERFÄHRST,
AUCH WENN DU NOCH
KEINE ODER NUR
WENIGE KUNDEN UND
FOLLOWER HAST

LERNE DIE ERWARTUNGEN,
WÜNSCHE UND BEDENKEN
DEINER WUNSCHKUNDEN
KENNEN

Dagmar Recklies
Die Strategieexperten





Hallo,

mein Name ist Dagmar Recklies. Ich entwickle gemeinsam mit Selbständigen und Solo-Unternehmern ihre Umsatzbringer-Positionierung mit der sie Kunden gewinnen ohne sich zu verbiegen.

Toll dass Du Dir die Tipps zum besseren Kennenlernen Deiner Zielkunden heruntergeladen hast. Damit legst Du die Grundlage für Dein treffsicheres und entspanntes Marketing. In dieser kompakten Anleitung verrate ich Dir meine besten Tricks, wie Du Deinen Zielkunden immer besser auf die Schliche kommen kannst.

So gehst Du am besten vor:

- Reserviere Dir einen Bereich in Deinem Notizbuch oder lege Dir ein neues Dokument an. Dort sammelst Du alle Erkenntnisse und Beobachtungen über Deine Zielkunden.
- Notiere zunächst alles so wie es kommt. Im Laufe der Zeit wirst Du Themen und Muster erkennen, die immer wieder auftauchen. Jetzt kannst Du etwas ordnen.
- Zu Beginn wirst Du noch mit Annahmen arbeiten müssen. Überprüfe diese immer wieder an Deinen Beobachtungen. Ersetze die Annahmen immer mehr durch Wissen.

Ich wünsche Dir viel Erfolg – und viel Freude – beim Kennenlernen Deiner Zielkunden.

Viele Grüße

Dagmar Recklies



1 Werte Deine Webseitenzugriffe aus

- Welche Seiten und Blogartikel haben **die meisten Zugriffe**?
Achtung: Die Zugriffszahlen können stark vom Ranking der einzelnen Inhalte bei Google beeinflusst sein. Das muss nicht unbedingt etwas über die dringendsten Interessen Deiner Nutzer aussagen.
- Welche Seiten und Blogartikel haben **die längste Verweildauer**?
Was gelesen wird ist interessant und relevant. Hier hast Du offensichtlich genau die richtigen Themen adressiert.
- Welche Seiten und Blogartikel haben **die geringste Absprungrate**?
Wenn sich jemand weiter auf Deiner Seite umsieht, hast Du sein Interesse und vielleicht auch Vertrauen gewonnen. Auch hier hast Du offensichtlich die richtige Ansprache gefunden.

2 Veranstalte eine Blogparade

Gib ein konkretes, für Deine Zielgruppe relevantes Thema vor.

Gut funktionieren eigene **Erfahrungsberichte, Vorgehensweisen oder Tipps**.

Gib zusätzlich als Orientierung fünf bis zehn Einzelfragen vor, auf die die Teilnehmer in ihren Beiträgen eingehen können (keine Pflicht).

Aus den Beiträgen lernst Du viel über Deine Zielgruppe.

3 Halte Seminare und Vorträge – auch kostenlos oder gegen ein nur kleines Honorar

Ich habe zu Beginn meiner Selbständigkeit Tagesseminare an Volkshochschulen gehalten.

Die Honorare trieben mir fast die Tränen in die Augen. Aber ich habe **aus den Fragen meiner Teilnehmer extrem viel gelernt**.

- An welchen Themen zeigen sie besonders viel Interesse
- Wo stellen sie viele Verständnisfragen – dort fehlen meist Vorkenntnisse
- Vor was schrecken sie zurück

Pro-Tipp:

Mach wenn möglich eine **Vorstellungsrunde**.

Bitte die Teilnehmer, über ihr konkretes Vorhaben, ihre Vorkenntnisse und ihre Erwartungen an das Seminar zu berichten.



4 Biete kostenlose Kurzcoachings, Strategiegelgespräche o.ä. an

Hier kannst Du direkt mit Deinen Zielkunden sprechen.

Bitte sie, Dir möglichst genau ihr Problem, ihre Fragen und Ziele zu schildern.

Notiere und sammle die Antworten.

Pro-Tipp:

Diese Angebote sind auch ein guter Test, ob Du mit Deiner bisherigen Kommunikation wirklich die Kunden anziehst, die Du Dir wünschst.

5 Biete für Deinen Newsletter zwei bis drei Freebies an

Werte aus, welches Freebie Dir die meisten Abonnenten bringt.

- Welches Problem löst dieses Freebie?
- Welche Wünsche, Ziele und Sorgen hast Du in den Marketingtexten für dieses Freebie angesprochen?

6 Lerne von Deinen Wettbewerbern

Ab jetzt gilt für Dich der Satz

„Newsletterabos sind Marktforschung“

- Abonniere die Newsletter von Anbietern die die gleiche Zielgruppe haben wie Du (auch wenn sie ein anderes Problem lösen).
- Folge ihren sozialen Kanälen.
- Tritt ihren Gruppen bei
- Klicke auf ihre Anzeigen und Werbelinks

Achte genau darauf, welche Fragen, Wünsche und Schmerzpunkte sie ansprechen.

Versuche, übergreifende Themen wie Unsicherheit, Zeitmangel, Angst vor ... oder übergeordnete Ziele herauszufiltern.

Pro-Tipp:

Nimm die abonnierten Newsletter auch als Inspirationsquelle für Dich. Sammle Formulierungen, Überleitungen, Designideen, Strukturen – alles was Dich anspricht.

Du musst nicht alles neu erfinden.

Aber kopiere nicht plump. Kombiniere neu, wandle ab, lass weg und ergänze. Lass Deine Stimme sprechen.



7 Erstelle Umfragen und finde Orte, an denen Du um Teilnahme bitten darfst

Auch wenn Deine eigene Community noch klein ist, kannst Du bereits wertvolle Antworten erhalten.

Frage die Administratoren von passenden Facebook-Gruppen, ob Du die Umfrage in ihrer Gruppe teilen darfst. Biete an, auch die Ergebnisse in der Gruppe zu teilen. Viele Gruppenbetreiber freuen sich, wenn sie auf diese Weise interessante Inhalte für ihre Community bekommen.

Besonders gut geeignet sind Auswahlfragen, z.B.

- Welches Cover / Titelbild gefällt Euch am besten?
- Welches Thema wünscht Ihr Euch für meinen nächsten Blogartikel / Video / Webinar/ ... ?

Pro-Tipp:

In diesem Podcast habe ich sechs Erfolgsfaktoren für eine hohe Teilnahme und verwertbare Antworten zusammengestellt: [#35 So wird Deine Online-Umfrage zum Erfolg](#)

8 Finde Orte, an denen Du die Fragen der anderen mitlesen kannst

Der perfekte Ort dafür sind Facebookgruppen, Diskussionsforen und teilweise auch Webinare. Es müssen aber Orte sein, an denen sich Deine Zielgruppe aufhält. Auch in einer zu Deinem Thema passenden Challenge mit begleitender Facebook-Gruppe kannst Du viel über die anderen Teilnehmer lernen.

Lies mit und beobachte, welche Fragen dort gestellt werden:

- Eher Anfängerfragen oder spezielle Themen von Fortgeschrittenen
- Eher Technikfragen oder Mindsetfragen („Ich würde ja gern, aber ...“)

Finde wiederkehrende Themen und Muster

Pro-Tipp:

[Board-Reader](#) ist eine Suchmaschine, die gezielt Diskussionsforen für Dich durchsucht

9 Sammle Feedback jeder Art

Auch wenn Du zu Beginn noch wenige Rückmeldungen zu Deiner Arbeit und Deinen Inhalten bekommst, kannst Du daraus viel über Deine Zielgruppe lernen.

- Was wird besonders gelobt?
- Was wurde als unerwartet positiv wahrgenommen?
- Was fehlt?
- Was wurde kritisiert?
- Finde wiederkehrende Themen und Muster



Kontakt und mehr Ressourcen für Dich

Dagmar Recklies

„Du bist richtig positioniert, wenn Du Kunden und Umsätze hast“

Du bist bereits selbständig oder stehst gerade am Start.
Du machst mit aller Kraft Marketing auf allen Kanälen.
Doch Du erreichst einfach nicht genug zahlende Kunden.

Bist Du wirklich richtig positioniert?

Ich entwickle gemeinsam mit Selbständigen und Solo-Unternehmern ihre Umsatzbringer-Positionierung



Mehr Ressourcen für Deine Positionierung

Mach den kostenlosen Positionierungs-Check

<https://www.reckliesmp.de/positionierungs-check/>

Alle Angebote und Inhalte für Deine Umsatzbringer-Positionierung

<https://www.reckliesmp.de/umsatzbringer-positionierung/>

Facebook-Gruppe Effektive Positionierung für mehr Umsatz

[Effektive Positionierung für mehr Umsatz](#)

Der Strategieexperten-Erfolgstipp

<http://www.reckliesmp.de/erfolgstipp-formular/>

Der Strategieexperten-Podcast

<http://www.reckliesmp.de/category/podcast/>

Kontakt

Dein direkter Draht

Recklies Management Project GmbH

Dagmar.Recklies@reckliesmp.de

Tel. 06142 – 798596

Fax. 06142 - 798629

Web: www.reckliesmp.de

Facebook: <https://www.facebook.com/diestrategieexperten/>

Pinterest: <https://www.pinterest.de/dagmarrecklies/>