DIE STRATEGIE EXPERTEN
RECKLIES MANAGEMENT PROJECT GmbH

Wie Du etwas über Deine Zielkunden erfahren kannst,

auch wenn Du noch keine oder nur wenige Kunden und Follower hast

9 Wege, etwas über die Erwartungen, Wünsche und Bedenken Deiner Wunschkunden herauszufinden

Dagmar Recklies
Die Strategieexperten

© Recklies Management Project GmbH

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

<u>Pro-Tipp:</u>
Mach wenn möglich eine Vorstellungsrunde.
Bitte die Teilnehmer, über ihr konkretes Vorhaben, ihre Vorkenntnisse und ihre Erwartungen an das Seminar zu berichten.

© Recklies Management Project GmbH

4 Biete kostenlose Kurzcoachings, Strategiegespräche 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.

© Recklies Management Project GmbH

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.

- Sammle alle Rückmeldungen in einem gemeinsamen Dokument und Werte aus:
  - Was wird besonders gelobt?
  - Was wurde als unerwartet positiv wahrgenommen?
  - Was fehlt?
  - Was wurde kritisiert?
- Finde wiederkehrende Themen und Muster

© Recklies Management Project GmbH

DIE STRATEGIE EXPERTEN
RECKLIES MANAGEMENT PROJECT GmbH

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

Dagmar.Recklies@reckliesmp.de
Tel. 06142 – 798596
Fax. 06142 - 798629

Recklies Management Project GmbH

Web: www.reckliesmp.de
Facebook: https://www.facebook.com/diestrategieexperten/
Pinterest: https://www.pinterest.de/dagmarrecklies/

© Recklies Management Project GmbH