

# Die Zielgruppe ist das A und O

Machen Sie sich Ihre Kontakte bewusst!

---

Die Zielgruppe eines Handwerksbetriebs sind die Kunden. Klar. Sie führen Ihren Betrieb, um Ihre Dienstleistung bei Kunden umzusetzen. Aber nicht nur! Ihre Zielgruppe ist um einiges größer und differenzierter. Neben den Kunden sind da beispielsweise auch die Mitarbeiter und Geschäftspartner.

## Warum es so wichtig ist, seine Zielgruppen zu definieren

Es gibt 1 Grund, warum es so wichtig ist, sich seiner Zielgruppen bewusst zu sein:

Um Ziele zu erreichen.

Tagtäglich stehen Sie mit vielen Personen in Kontakt. Es sind unterschiedliche Personengruppen, der Kontakt resultiert aus unterschiedlichen Beweggründen. Somit kommunizieren Sie unterschiedlich. Und je differenzierter das passiert, desto erfolgversprechender ist das Ergebnis.

Grundsätzlich gilt es, seine Zielgruppen so gezielt wie möglich anzusprechen. Damit es eben auch wirkt. Damit Kommunikation ankommt. Damit Sie erreichen, was Sie vor haben zu erreichen. Das kann sehr unterschiedlich sein: neue Kunden ansprechen, Azubis finden, zu einer Hausmesse einladen etc.

## Zielgruppen definieren

Wie machen Sie sich nun Ihre Zielgruppe(n) bewusst? Indem Sie einmal notieren, mit wem Sie tagein, tagaus in Kontakt stehen. Hier ein Anfang:

- ⇒ Kunden
- ⇒ Partner
- ⇒ Mitarbeiter

Dann differenzieren Sie einmal weiter. Denn die einzelnen Gruppen sind heterogen:

- Kundschaft
  - ⇒ privat
  - ⇒ gewerblich
  
- Partner
  - ⇒ Zulieferfirmen
  - ⇒ Hersteller
  
- Mitarbeiter\*innen
  - ⇒ bestehend
  - ⇒ potentiell

Wen gibt es da noch? Überlegen Sie doch mal. Je konkreter, umso besser.

### **Zielgruppen mit Zielen verknüpfen**

Wenn Ihre Zielgruppen klar sind, können Sie zum nächsten Schritt übergehen und sich Gedanken darüber machen, was Sie von den einzelnen Gruppen wollen. Notieren Sie das ebenso, wie die Zielgruppen zuvor. Für die Kundschaft könnte das beispielsweise so aussehen:

- ⇒ privat: Anzahl von Folgeaufträgen erhöhen
- ⇒ gewerblich: mehr Gewerbekunden gewinnen

### **Kommunikationsmittel festlegen**

Wenn Sie wissen, welche Ziele Sie bei welcher Zielgruppe erreichen möchten, kommen Sie an den Punkt entscheiden zu müssen, auf welche Weise das am besten geht. Machen Sie sich dazu einmal bewusst, wie Sie auf die einzelnen Gruppen bisher zugehen und was gut klappt und was weniger.

Die Möglichkeiten, mit seinen Zielgruppen in Kontakt zu treten sind vielfältig: persönlich, online, schriftlich. Überlegen Sie:

- erstens, was Sie davon gut können, wo Ihre Stärken liegen und
- zweitens, wie Sie wen am besten erreichen.

## **Zusammengefasst an einem Beispiel:**

Das Ziel:

Der Betrieb möchte einen neuen Azubi einstellen.

Die Zielgruppe:

Mit dem Ziel ist die Zielgruppe augenscheinlich klar: der potenzielle Azubi.

Aber auch die Eltern entscheiden höchstwahrscheinlich mit und sind somit ebenfalls Zielgruppe. Und damit gibt es zwei sehr unterschiedliche in Bezug auf Alter, Interesse, Informationsverhalten.

Die Kommunikationsmittel:

Wo und wie erreichen Sie Jugendliche, wo und wie Eltern? Das gilt es, auseinanderzuidividieren:

- ⇒ Der potenzielle Auszubildende ist tagsüber in der Schule, später häufig im Internet unterwegs.
- ⇒ Eltern informieren sich auch im Internet, meist aber über andere Kanäle und lesen Tageszeitung und sehen Anzeigen.

3

## **Fazit**

Je klarer die Zielgruppe, desto wirksamer kann die Ansprache stattfinden und Ziele gewinnbringend erreicht werden. Je differenzierter diese Überlegungen von Zielgruppen und Zielen sind, desto zielgerichteter können Kommunikationsmittel eingesetzt werden.

## IMPRESSUM

Redaktion & Konzept & Herausgeber: schreibwert | schreib-wert.de | post@schreib-wert.de  
Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Dessen Bearbeitung, Verbreitung und Vervielfältigung sind unzulässig.

© by schreibwert 2021 | KommunikationsKomplize eine Marke von schreibwert