



## Zielgruppe definieren

# Die Kundenbeziehungsmanagerin

Irmgard Braasch  
Siebengebirgsallee 14  
51147 Köln

Tel: 02203/1829640  
Web: [www.kbm-braasch.de](http://www.kbm-braasch.de)  
Mail: [info@kbm-braasch.de](mailto:info@kbm-braasch.de)

Grenzen Sie Ihre Zielgruppe so genau wie möglich ein. Beispiel: „Die Handwerker“ ist noch zu ungenau. Was genau bieten Sie an? Ist Ihr Angebot für alle Handwerker nützlich?

Selbst ein Unternehmensberater kann sich auf diese Weise spezialisieren. Der Unternehmensberater könnte zum Beispiel bereits einige Erfahrung im Maurer-Handwerk gesammelt haben. Er kennt sich aus mit den spezifischen Gegebenheiten dieses Handwerkszweiges. Warum soll er sich nicht als Fachmann darstellen und speziell diese Zielgruppe ansprechen?

Angenehmer Nebeneffekt: Er ist nicht einer unter vielen, sondern der Spezialist für... Eine Marktposition, die nicht zu unterschätzen ist.

Möglichkeiten der Zielgruppen bei Unternehmen: Branche, Betriebsgröße, Rechtsform, Umsatz, Gewinn, Absatzmarkt, ...

Möglichkeiten der Zielgruppen bei Privatkunden: Alter, Geschlecht, Einkommen, Wohnlage, Beruf, ...