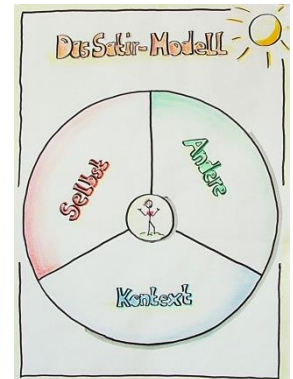


Kennen Sie Ihren Kunden? Wirklich?

Mit folgenden Fragen können Sie ein Bild Ihres typischen Kunden generieren, also eine Art Prototyp. Auf diese Weise lernen Sie, sich mit Ihrem Kunden zu identifizieren. Ihre Flyer, Contents, Homepage - Texte entwickeln Sie genau für diesen Kunden. Je ausführlicher Sie Ihren Kunden „malen“ können, desto besser können Sie in der Akquise genau diesen Kunden finden und ihm passende Angebote anbieten.

Hierzu können Sie auch das Satir-Modell nutzen: Wie sehe ich den Kunden, Wie sieht der Kunde mich? Wie sieht der Kunde sich, wie sieht er sein Unternehmen?



Folgende Fragen können Sie bei der Entwicklung des Kundenavartars unterstützen:

Wer ist Ihr Wunschkunde?

Wenn Ihnen dazu erstmal keiner einfällt („Jeder ist mein Kunde“) helfen folgende beiden Fragen:

1. Mit welchem Kunden haben Sie bisher am besten zusammengearbeitet/ verdient?
2. Wenn Sie die freie Wahl hätten – mit wem würden Sie dann zusammenarbeiten wollen, wer sollte dann zu Ihnen kommen?

Welche Befürchtungen, Ängste, Frustrationen, dringenden Probleme, „Schmerzen“ hat Ihr Kunde? Wo jammert er? Wo sieht er keine Lösung? Wo genau will er von Ihnen eine Lösung haben?

- 1.
- 2.
- 3.

Welche Auswirkungen haben seine dringenden Probleme für ihn, wenn er sie nicht löst?

Welche Träume, Wünsche und Ansprüche hat Ihr Kunde?

Welche alltäglichen Erfahrungen macht er – was ist seine Realität?

Welche irrationalen Ängste und Fantasien hat er. Wo reagiert er aus Unsicherheit oder Unwissenheit heraus möglicherweise polemisch?

Welchen Namen und welche Beschreibung (sinnlich konkret wahrnehmbar!) geben Sie Ihrem Kunden-Avatar?

Name:

Alter:

Aussehen:

Hobbys:

Familienstand:

Gesellschaftlicher Stand:

Beruf:

Kaufmotive:

.....

Pacing des Problems:

Wer Problemkompetenz besitzt,
dem wird automatisch Lösungskompetenz zugeschrieben!

