

The background of the entire page is a vibrant green color. On the left side, there are several large, detailed images of Ginkgo leaves, showing their characteristic fan shape and vein structure. The leaves are in various shades of green, from light to dark. In the center, there is a white, torn-edge rectangular shape that serves as a container for the text.

# Meine Zielperson

**Wenn Sie sich auf eine/n  
LieblingskundIn fokussieren,  
wird Ihr Leben als  
UnternehmerIn viel leichter!**

# Meine Zielperson

## Warum sollten Sie sich auf eine Zielperson festlegen?

Im Marketing ist es wie in der Jagd:

Der erfolgreiche Jäger kennt seine Beute. Er weiß, wann und wo das Reh Futter sucht, wo es nistet, wo es schläft,

wann es aktiv ist, was es liebt und wovon es sich fürchtet. Ein Reh hat andere Gewohnheiten als das Wildschwein und fürchtet nicht dasselbe wie der Hase.

Sie können nur Erfolg haben, wenn Sie wissen, wer Ihre Kunden sind, was sie mögen und wie bzw. wo Sie sie erreichen.



## **Warum dieser Fragebogen sehr ausführlich ist:**

Viele meiner Kunden sind Heilpraktiker, Psychotherapeuten und Coaches. Ich habe gute Erfahrungen damit gemacht, die Zielperson sehr genau beschreiben zu lassen: Auf diese Weise kann ich mir ein Bild davon machen, welche Bedürfnisse und Lebensthemen sie hat und ob diese von der angebotenen Dienstleistung erfüllt werden.

Wenn Sie einer anderen Branche angehören und Ihnen manche Fragen zu weit gehen, können Sie diese einfach auslassen.



## **“Mein Produkt ist gut für alle! Ich will niemanden ausgrenzen. Jeder darf kommen!”**

Natürlich darf jeder kommen.

Aber die Zielperson hilft Ihnen (bzw. mir), eine Sprache zu finden. Denn wie wollen Sie Ihre Kunden ansprechen, wenn Sie versuchen, alle zu erreichen? Sie würden eine junge Mutter anders ansprechen als eine elegante 70-jährige Dame oder einen 50-jährigen Investment-Banker.

Jeder steht in seinem Leben an einem anderen Punkt und betrachtet Ihr Produkt aus einer anderen Perspektive.

Jede der beschriebenen Personengruppen hat andere Vorstellungen davon, wie ein Produkt beworben sein sollte, damit sie Vertrauen hat.

## **"Aber wen soll ich nehmen?"**

Wenn Sie sich schwer zwischen mehreren Lieblingskunden entscheiden können, wählen Sie die Zielperson nach den folgenden Kriterien:

Sie mögen sie und arbeiten gerne mit ihr,  
sie empfiehlt Sie gerne weiter,  
sie hat einen großen Bekanntenkreis,  
sie kann Sie sich leisten,  
sie würde sich auch mit anderen Ihrer Lieblingskunden gut verstehen.

## Und nun gehts los:

1. Wie alt ist die Zielperson?
2. Welches Geschlecht hat sie?
3. Ist sie eher dick oder dünn – und ist sie mit ihrem Gewicht zufrieden?
4. Treibt sie Sport – und wenn ja, welchen?
5. Lebt die Zielperson in einer festen Partnerschaft?
6. Wie ist ihre sexuelle Orientierung?
7. Hat sie Kinder – wie viele?
8. Welche Ausbildung hat sie?
9. In welchem Beruf arbeitet sie?
10. Ist sie angestellt oder selbstständig?
11. Wenn sie angestellt ist – ist sie Führungskraft oder ausführender Mitarbeiter?
12. Reist sie lieber in ferne Länder oder verreist sie innerdeutsch?

13. Mag sie eher gemütliche Pensionen, noble Hotels, zünftigen Zelturlaub oder flexibel mit dem Wohnwagen? (Mehrfachnennungen möglich)

14. Lebt sie in einem Haus oder einer Wohnung?

15. Lebt sie in einem ländlichen oder urbanen Gebiet?

16. Wie ist ihr Haus eingerichtet? Bitte beschreiben Sie dabei den Stil so genau wie möglich:

17. Wie ordentlich ist die Person auf einer Skala von 1-10? (1 = man gelangt nur auf einem schmalen Pfad durch ihre Wohnung, 10 = es sieht aus wie in einer Möbelausstellung)

18. Welches Einkommen hat sie monatlich zur Verfügung?

19. Welche Frisur hat sie? (Haarfarbe, -länge, gefärbt oder natur etc.)



20. Wie spricht sie? (zutreffendes markieren)

Eher aus dem Bauch | eher aus dem Kopf | nasal | gepresst | voll und warm | hell | zaghaft | normale Mittellage | laut und raumgreifend | deutlich und klar | sie macht den Mund kaum auf | „nuschelig“ | stottert | lacht viel, während sie spricht | bringt Sätze nicht zu Ende | hat ausladende Gestik | hat kaum Gestik | verändert die Stimmlage viel | spricht überwiegend in einer Tonlage (vielleicht sogar leiernd) | spricht lebhaft und emotional | benutzt viele Füllwörter (z.B. „ich sag mal“, „letztendlich“, „irgendwie“ o.ä.) | redet eher viel | redet eher wenig | redet schnell | redet langsam | neigt zum Unterbrechen | spricht Dialekt: \_\_\_\_\_

21. In welcher Kleidung fühlt sich die Zielperson am authentischsten repräsentiert?

(Ich beschreibe eine Frau – falls die Zielperson männlich ist, bitte das entsprechende Pendant vorstellen)

- a. sportlich/burschikos: Jeans, Turnschuhe, Shirt mit Polokragen oder gestreiftes Hemd mit Pullover, Anorak
- b. nach der neuesten Mode und farblich genau aufeinander abgestimmt
- c. sexy: figurbetonte Hose oder Rock, enge Bluse, Push-Up, High Heels
- c. ökologisch bequem und praktisch, absichtlich ungestylt: Schuhe mit Fußbett (z.B. Birkenstock oder Think!), weite Hose, weites Hemd oder Pullover, ohne besondere farbliche Komposition)
- d. Business-Outfit: unauffälliges Kostüm/Hosenanzug, Bluse, Pumps mit leichtem Absatz

e. zeitlos, aber extravagant: z.B. Lagenlook (viele Schichten übereinander)

f. trägt überwiegend eine bestimmte Farbe:

g. anders, nämlich:

22. Welche Musik hört die Zielperson am liebsten?

(Mehrfachnennungen möglich, Zutreffendes bitte kenntlich machen, gerne eigene Beispiele anführen)

Pop | Rock | Heavy Metal | R'n B' | Punk | Techno | Jazz | Blues | Country | Klassik Instrumental | Oper oder Operette | deutsche Schlager und Volksmusik | Oldies | deutsche Liedermacher | 1920er Jahre Musik | Ethnomusik | spirituelle Musik, andere, nämlich:

23. Welche Filme mag sie?

(Mehrfachnennungen möglich, Zutreffendes bitte kenntlich machen und gerne eigene Beispiele anführen)

deutsche Komödien | amerikanische Komödien | französische Komödien | spanische Komödien | Dramen Action-Thriller | Science Fiction | Krimis (schwedische, deutsche, amerikanische) | Historische Filme mit realem Bezug | Slapstick | Politische Thriller | Fantasy | Romanverfilmungen | Dokumentarfilme

24. Welche Serien schaut sie (z.B. in Netflix oder Amazon Prime)?



25. Schaut sie fern – und wenn ja, was?

26. Welche Bücher liest sie? Nach Möglichkeit bitte einige Titel nennen:

27. Welche Interessen hat sie? (Bitte mit Beispielen, wenn möglich)

- a. Sport
- b. künstlerisches Gestalten in jeglicher Form
- c. Musik und darstellende Kunst
- d. Naturerfahrung
- e. Fernsehen, Freunde treffen, Kneipe, Kino
- f. andere, nämlich:

28. Wo kauft sie ihre Lebensmittel ein?

29. Wo kauft sie ihre Kleidung?

30. Versuchen Sie bitte, einzuschätzen, wie wichtig es ihr ist, was

- a. ihre Familie von ihr denkt
  - b. Freunde von ihr denken
  - c. Fremde von ihr denken (z.B. in der U-Bahn)
  - d. Menschen von ihr denken, die sie immer wieder trifft, ohne in näheren Kontakt zu kommen (Nachbarn, Bäcker, Postbote, Handwerker)
- (1 nicht wichtig, 10 extrem wichtig)

Hinweis: Bei, ob der Person eine gute Beziehung zu diesen Menschen wichtig ist, sondern, ob es ihr wichtig ist, was diese Menschen von ihr denken und wie sie über sie sprechen.

31. Wie ist ihr gesundheitlicher Zustand?

32. Benutzt die Person irgendwelche der folgenden Drogen: Alkohol, Zigaretten, Marihuana oder stärker, täglich Kaffee, Schokolade

Wie intensiv? (z.B. Schokolade jeden Tag, 1 Päckchen Zigaretten pro Tag usw.)

33. Interessiert sie sich für Kunst und Kultur? Wenn ja, welche Richtung?

34. Wofür interessiert sie sich sonst noch? (Hobbys, ehrenamtliche Engagements etc.)

35. Identifiziert sie sich mit technischen Neuerungen? Welche findet sie gut und warum?

36. Wie stark sind die folgenden drei Bedürfnisse ausgeprägt (1 = gar nicht, 10 = extrem stark):

a. Streben nach Sicherheit und Geborgenheit, insbesondere bei vertrauten Menschen, außerdem Fürsorge für andere, möchte anderen Menschen helfen und sie unterstützen.

Wert:

b. Streben nach Abwechslung, Abenteuer, Aufregung, Anregung, Spiel, neue Menschen kennenlernen, neue Impulse bekommen und geben, spannende Dinge erleben.

Wert:

c. Streben nach Unabhängigkeit, Kontrolle, Macht, Selbstbestimmung, Selbstwert, Geltung, Wichtig sein und gesehen werden. Wert:

37. Welche politische Einstellung könnte sie haben?

38. Welche Werte sind ihr wichtig?

39. Ist die Zielperson eher innovativ oder konservativ?

40. Welche Ängste hat sie?

41. Entwickelt sie sich gerne weiter?

42. Was ist ihr derzeitiges Lebensziel?

43. Glaubt sie an eine höhere Macht oder eher an das mechanistische Weltbild?

44. Falls sie an eine höhere Macht glaubt, beschreiben Sie bitte kurz ihren spirituellen Pfad.



Nun folgen Fragen, die Aufschluss über den Bewusstseinsstand der Zielperson geben:

45. Welches Verhältnis hat die Zielperson zu ihren Eltern?

- a. sie liebt sie sehr und fühlt sich geliebt
- b. sie hat Kontakt, aber die Beziehung ist eher oberflächlich (Sie hält den Ball flach).
- c. sie hat Kontakt, aber die Beziehung ist problematisch oder konfliktbeladen
- d. sie hat keinen Kontakt.
- e. die Eltern leben nicht mehr, davor war er ..... (bitte angeben: a bis d)

46. Wie sehr liebt die Person sich selbst auf einer Skala von 1-10?

1= sie kann sich gar nicht leiden

(Indizien: sehr unsicher, findet sich vielleicht dick und hässlich, sucht ständig nach Bestätigung im Außen und versucht, andere Menschen zufriedenzustellen, oder sie ist von lauter Menschen umgeben, die sie aus ihrer Sicht „schlecht behandeln“ (sie wird betrogen, missachtet, nicht gesehen, nicht ernstgenommen etc.)

10= sie liebt sich vollständig und bedingungslos, auch mit ihren „Fehlern“

(Indizien: Stimme kommt aus dem Bauch, entspannter Blick, angenehme Ausstrahlung, offenes Herz, braucht keine Anerkennung)

47. Wobei geht ihr das Herz auf?

48. Was ist für sie die höchste Erfüllung?

49. Fühlt sie ihre Gefühle und Intuition, oder ist sie eher verstandesgesteuert?

50. Gibt es sonst noch Informationen, die Sie in den bisherigen Fragen nicht unterbringen konnten?