

# Newsletter: Beispiel einer Zielgruppenanalyse

## Zielgruppenanalyse für Ihre Vermögensberatungs-Website.

Die Zielgruppe sind Menschen mit anscheinend knappen finanziellen Mitteln, die angemessene finanzielle Vorsorge treffen wollen, ohne sich dabei vollkommen finanziell abhängig zu machen und ohne spekulative Risiken.

(Bitte kreuzen Sie die gewünschten Ziele an!)

### a) Wie möchten Sie sich als Vermögensberater präsentieren?

- Image Werbung
- Dienstleistungsangebote (soziale Absicherung)
- Interaktive Aktionen (Fragebögen)
- Beratung

### b) In welchem sozialen Status sollen sich die Personen befinden?

- junge Menschen während ihrer Ausbildung ab ca. 18 Jahren
- Arbeitnehmer bis zu ca. 50 Jahren
- Alleinstehende
- verheiratete Ehepaare (ohne- oder mit Kinder)
- unverheiratete Paare (ohne- oder mit Kinder)
- jede Altersgruppe (1 bis 100 Jahre)
- nur eine bestimmte Altersgruppe ( ... Jahre → bitte eine Zahl vermerken)
- Rentner

### c) Welches Einkommen (in Netto) sollen die Personen haben?

- Freiberufler-Einkommen ab 800 € bis offen
- regelmäßiges Einkommen ab \_\_\_\_\_ € (bitte tragen Sie hier die gewünschte Summe ein)

### d) Welche sozialen Absicherungen sind gewünscht?

- Krankenversicherung
- Lebensversicherung
- Berufsunfähigkeit
- Zusatzrente
- Sachversicherung
- Rechtsschutz
- allg. Sparprogramme
- Vermögensaufbau
- Darlehen

### e) Wie sieht die Beratung für den Kunden aus?

- Kontakt zum Kunden aufnehmen und Beratungstermin anberaumen
- Vorstellung des Unternehmens
- Aufklärung über das Versicherungssystem
- Finanzhaushalt analysieren
- Finanzhaushalt anpassen
- Passende Verträge aussuchen

**f) Welche Kommunikationsart darf es sein?**

- Kontakt über Email
- Forum (Ort an dem Kunden sich austauschen können)
- Gästebuch (Rückmeldungen (Feedback) von beurteilenden Kunden)
- Chat (Ort der direkten Kommunikation miteinander) oder Community
- animierter Moderator (Chat-Bots oder Agent)
- Newsletter abonnieren

Diese Art Analysecatalog habe ich vorher mit dem Kunden in einzelne Stichpunkte besprochen, um beim nächsten Termin die Feinanalyse durchzuführen. Der Kunde hatte zu dem Zeitpunkt überhaupt keine Vorstellung davon, wie er sich zielgruppenorientiert entscheiden soll.