

Finde deinen besten KUNDEN

## Das Geheimnis des Kunden Avatar

...für sofort mehr Aufmerksamkeit und mehr Kunden im Internet

verfasst von



*Marko*

**Marko Simic**

Internet Marketing & Web Strategie

Lieber Unternehmer

Schön dass du dich für diesen Leitfaden entschieden hast. Diesen Leitfaden habe ich versucht so kurz wie nur möglich zu machen.

Aus einem ganz einfachen Grund: **Zeit**

Zeit ist das wichtigste Kapital überhaupt, dass wir als Menschen und vor allem als Unternehmer zur Verfügung haben. Darum sollte dieser Leitfaden dir schnell und einfach dabei helfen **deinen ersten Kunden Avatar** zu erstellen und deinen Erfolg in deinem Business erheblich zu steigern.

Nun - auch **die Geheimnisse des Kunden Avatar**, die ich hier mit dir teile sind darauf ausgelegt dir **wertvolle Zeit zu sparen** und dein Business, nachhaltig auf ein völlig neues Level zu heben, wenn du es richtig machst.

Dieser Leitfaden wird deine Welt aufmischen. Ohne jeden Zweifel! Es wird dir eine neue Perspektive und neue Erkenntnisse bescheren.

Ich wünsche dir viel Erfolg und vor allem viele Aha-Momente beim Lesen und das Wichtigste, beim Umsetzen dieser Punkte!

*Marko Simic*

dein Marko Simic

#### **Kontakt Daten**

Web: [www.markosimic.at](http://www.markosimic.at)

E-Mail: [ask@markosimic.at](mailto:ask@markosimic.at)

Facebook: <https://www.facebook.com/Webseiten.Marketing.Strategie>

## Deine Zielgruppe (Publikum) richtig verstehen

Vorab eine Frage an dich:

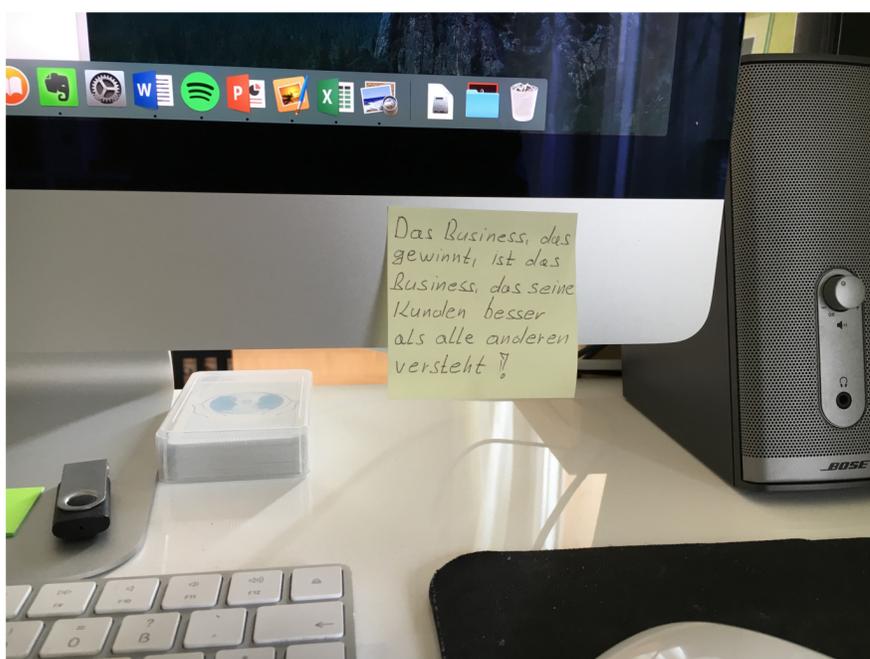
Hast du je versucht, an ein Publikum zu schreiben, dass für dich neu ist? Anders gesagt, über das du absolut noch nichts wusstest? Gar nix? Nicht das kleinste bisschen?

Ich meine damit, dass du keine Ahnung hattest, was seine (tatsächlichen) Wünsche, und Bedürfnisse sind - absolut keine Idee hattest, was sein Problem ist.

Schreib dir die folgenden Worte irgendwo auf. Wo du sie jeden Tag sehen kannst. Am Besten du klebst ein Post-it gleich auf deinen Monitor oder deine Pinnwand (wenn du eine hast). Wichtig ist dass du es jeden Tag vor Augen hast.

Das Business, das gewinnt, ist das Business, das seine Kunden besser als alle anderen versteht

So sieht's bei mir aus



Denk ernsthaft einen Augenblick mal darüber nach.

Das zu wissen bringt dich und dein Business an die Spitze des Wettbewerbs.

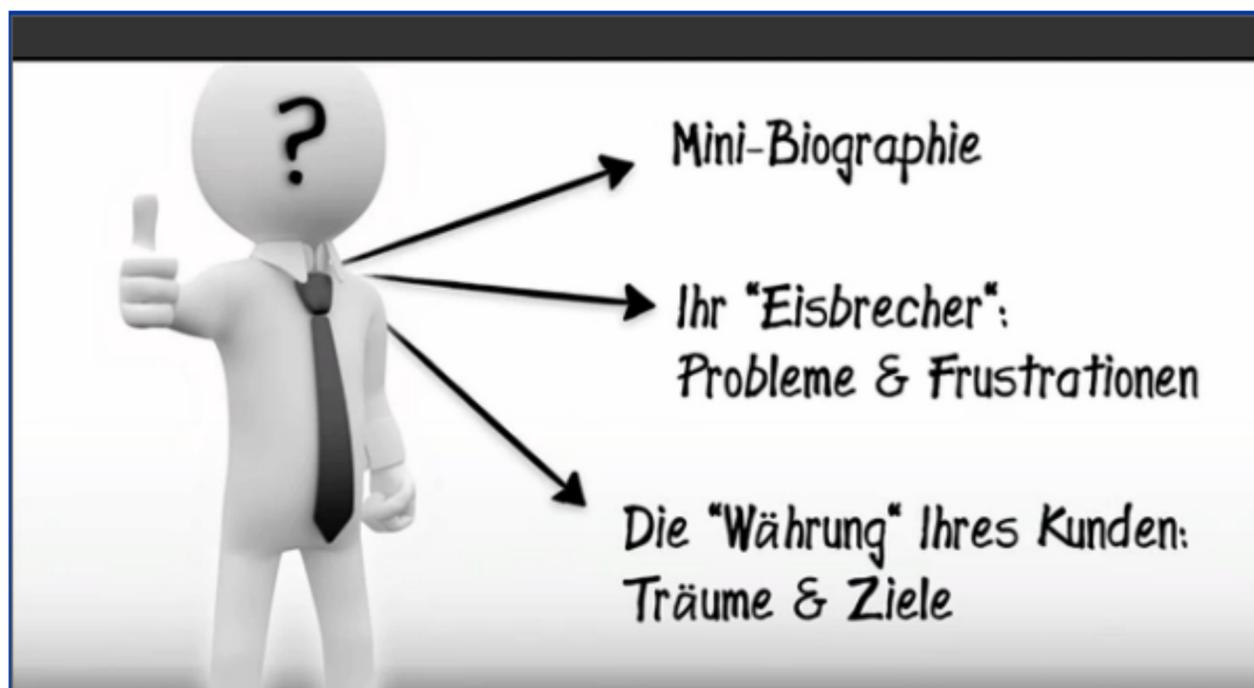
**Vorsicht:** aber erst musst du die Arbeit machen.

## Was genau ist ein Kunden Avatar?

Kunden Avatar ist nichts anderes als eine Personifizierung deiner Zielgruppe. Man nimmt potenzielle Zielkunden und packt sie in eine konkrete Person. Ganz einfach bis Jetzt?

Dabei entsteht die Möglichkeit sehr zielgerichtet mit deinem Markt zu kommunizieren, also ein Laserscharfes **Zielgruppen Marketing** zu betreiben.

Die wichtigste Herausforderung dabei ist, dass du herausfinden musst, welche Endresultate dein potenzieller Kunde erreichen soll, bezogen auf dein Produkt oder Dienstleistung und vor allem, was sind die Probleme, Frustrationen, Wünsche und Ziele deiner Zielgruppe.



Kunden Avatar ist sozusagen ein Fundament jeder Marketing Kampagne. Hier spricht man dann gezielt nur den Zielkunden, also (eine Person) an, der sich z.B für das Thema „ **Gesunde Ernährung und Gewichtsverlust** interessiert.

Allein diese Vorgehensweise hilft dir das Marketing auf ein völlig neues Level zu heben und damit der Konkurrenz meilenweit voraus zu sein.

Vielleicht glaubst du ja, deine Publikum schon zu kennen. Aber ich wett mal, du kennst es doch nicht - zumindest nicht gut genug.



*Wenn du dich jetzt schon fragst, warum du all diesen Extraaufwand betreiben solltest, dann lese bitte ab hier weiter. Die nächsten 5 Geheimnisse, der Reihe nach.*

## **Die 5 „geheimen“ Erfolgsfaktoren der Verkaufspsychologie**

Bevor wir zu der konkreten Ausarbeitung deines Kunden Avatars kommen, musst du die 5 wichtigsten Mainsets (die Denkansätze) verstehen und auch lernen sie richtig einzusetzen.

...Keine Sorge, das ist gar nicht schwer

### **Mainset Nr. 1**

**Deine Webseiten-Besucher entsprechen EINEM Zielkunden!**

Was meint man damit! Die meisten Unternehmer versuchen mit Ihrer Webseite Marktschrei-Marketing zu betreiben. Viele Unternehmer machen genau diesen Fehler, weil Sie der Meinung sind dass Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für jeden Mann interessant wäre. Die Marketing Binsenweisheit lautet: wenn du versuchst jeden zu erreichen, wirst du am Schluss niemanden mehr erreichen.

Du musst da hinkommen, dass dein Webseiten Besucher bzw. dein Zielkunde mit dem du kommunizierst, egal in welcher Form, ob das ein Video, ein Text einer Webseite, ein Artikel, ein E-Mail oder ein Autoresponder und was auch immer das ist, es ist komplett egal. Kommuniziere immer nur mit einer einzigen Zielperson, die genau deinem Ideal Kunden entspricht.

Vielleicht merkst du es auch gerade. In diesem Moment kommuniziere ich nur mit dir, wie in einem Gespräch und nicht mit 200 oder 500 anderen potenziellen Lesern. Ich versuche gerade dir die wichtigsten Erfolgsfaktoren zu zeigen und persönlich weiter zu helfen.

### **Mainset Nr. 2**

**Dein Angebot ist für Ihren potenziellen Kunden immer ein Hindernis**

Ich weiß, dass hört sich einwenig abstrakt an. Ich werde dir gleich beschreiben, was ich damit meine.

Ich meine damit, dass ein Kunde auf dem Weg zu einem konkretem Ziel ist, wenn er im Web unterwegs surft. Deine Dienstleistung oder das Produkt ist nicht mehr für den Kunden als ein Hindernis.

Viele Unternehmer haben einfach die Angewohnheit, dass sie Ihr Produkt, Ihr Unternehmen, Ihre Person in den Vordergrund stellen. Das ist die bittere Wahrheit. Ein potenzieller Kunde interessiert sich nicht für das Unternehmen, vor allem nicht im ersten Kontakt.

Der Kunde interessiert sich nur dafür, seine Ziele zu erreichen und sein Problem zu lösen.

## **Mainset Nr. 4**

**Erfolgreich verkaufen bedeutet Aha-Erlebnisse schaffen!**

Was meine ich damit!

Merke dir das folgende Zitat, welches in jeder Branche vorkommt und seine Gültigkeit hat.

**„ Vermittle einen ECHTEN MEHRWERT und du brauchst dir über dein Marketing nie wieder Gedanken zu machen“**

Zitat Ende...

Wenn du in der Lage bist auf deiner Webseite einen Mehrwert zu schaffen, Mehrwert in Form von Aha-Erlebnissen, Erkenntnissen, die deinen Kunden durch deine Information und Videos erlangen , dann wirst du dir nie wieder Gedanken darüber machen müssen um neue Kunden zu gewinnen.

Deine Kunden werden zu dir kommen. Das ist der klassische Ansatz des **Attraktion-Marketing**

Hier nochmal ganz konkret:

Wenn du in der Lage bist ein Problem eines potenziellen Kunden zu lösen und Wissen an die Hand zu geben, was er vor dem Besuch deiner Webseite nicht hatte, dann wird dieser Kunde dich wertschätzen, dir vertrauen und schlussendlich auch bei dir kaufen.

## **Mainset Nr. 5**

**Dein klares Ziel ist immer EINE Aktion!**

Viele Webseiten da draußen haben unendlich viele Aktionen die man ausführen kann. Was ist damit gemeint.

Zuerst mal was damit nicht gemeint ist!

Damit ist nicht gemeint, dass du in Form eines Produktes ein verbilligtes Angebot machst. Nein das ist nicht das Ziel.

Hier ist sehr wichtig, dass sich dein Marketing in Zukunft immer darum dreht und ganz konkret eine Zielaktion verfolgt, mit deinen Videos, Landingpages und all dem was du machst.

Dabei ist es bedeutsam, dass du dir immer überlegst, bevor du irgend einen Inhalt erstellst. Was ist das Ziel des konkreten Inhalts den du gerade erstellst? Was soll der potenzielle Kunde tun nachdem er deinen Inhalt gelesen oder gesehen hat?

Damit kannst du deinen Kunden auch zum Handeln auffordern. Es ist die Grundlage dafür.

## Wir entwickeln deine „Marketing-Geheimwaffe“ deinen Kunden Avatar

Fangen wir an...

...so wirst du zum Kommunikation-Genie

Das meine ich genauso wie ich es schreibe, ja. Eins kann ich dir aus meiner Erfahrung sagen. Die meisten Unternehmer denken die Technik sei wichtig, sowie die Webseiten Erstellung sei wichtig usw. Das alles ist natürlich auch wichtig.

Aber viel mehr Wichtiger ist deine Kommunikation. Wenn du in der Lage bist zu kommunizieren, dann kannst du auch alles verkaufen.

Das Wichtigste aber in der Kommunikation ist, sein Gegenüber genau zu kennen und Erfahrung zu haben, dass dein Gegenüber auf die eigenen Messages reagiert.

Und damit du dein Gegenüber, deinen Zielkunden besser kennenlernen kannst, dafür brauchst du deinen persönlichen Kunden Avatar.

### Schritt 1: Beantworte diese vier Fragen

1. Was ist das Endresultat, dass dein idealer Kunden erreichen will?
2. Was sind die notwendige Elemente (die Schritte - die Stolpersteine auf dem Weg) um zu diesem Endresultat zu kommen?
3. Was kannst du deinem Kunden geben (etwa an Information) dass ihn näher zu diesem Endresultat hinkommen lässt? (etwa einen Schritt näher, dann noch einen Schritt näher usw.)
4. Was ist das größte Problem oder Angst, die dein Kunde hat, die ihn daran hindert zum Endresultat zu gelangen?

### Schritt 2: Mini Biographie schreiben

Im zweiten Schritt geht es darum, für Ihren Ziel Kunden eine kleine Biographie zu schreiben. Auch wenn du das jetzt gerade Albern findest, **mache es einfach**.

Du nimmst jetzt deinen Ziel Kunden und packst ihn, sozusagen in eine konkrete Person. Diese eine konkrete Person ist dein Kunden Avatar.

Nehme dir gleich ein DIN- A4 Blatt zur Hand und fang **mit einer Mini-Biographie** an. Diese Mini-Biographie schreibst du aus Sicht deines Kunden, aus der „Ich Perspektive“. Fange einfach jetzt damit an:

Mein Name ist ....., ich bin 42 Jahre alt und bin .....

Familiensituation, Kinder, das Einkommen usw. Gib deinem Avatar einen Namen. Wie Peter oder Susana. Irgendwas reales, was für deinen idealen Zielkunden steht. Schreibe alles auf was du für dein eigenes Geschäft als relevant haltest. Vielleicht hast du auch einen konkreten Kunden vor Augen, der deinen Zielkunden entspricht.

Denke immer daran, unser Gehirn denkt, erinnert und speichert in Bildern - die sich um Geschichten herum aufbauen.

Also, wenn du deinen Kunden-Avatar als eine Erzählung für dich erfindest, kannst du dadurch dein Publikum bzw. deine Zielgruppe leichter „visualisieren“ und es fehlt dir dann zehnmal leichter, ihnen ihre Sprache zu schreiben und Worte zu verwenden, die IHNEN etwas bedeuten. Mit anderen Worten, du entwickelst ein besseres Verständnis für dein Publikum.

### **Schritt 3: Probleme und Frustrationen**

Nach dem du im zweiten Schritt die Mini-Biographie ausführlich aufgeschrieben hast, geht es in diesem Schritt gleich weiter. Hier nimmst du dir wieder ein DIN A4 Zettel zur Hand und schreibst die konkreten **Probleme und Frustrationen** (wieder aus der Sicht des Kunden auf) die dieser Kunde im Alltag hat.

Schreibst einfach zusammen, was ihn bedrückt, was er möglicherweise durch dein Produkt oder Dienstleistung lösen könnte.

- Was sind Ihre größten Frustrationen?
- Welche Hindernisse stehen zwischen ihr und dem, was sie erreichen will oder muss?
- Vor welchen Risiken fürchten sie sich eventuell?

### **Nehmen wir ein konkretes Beispiel aus meinem Bereich**

Im Bereich Webentwicklung & Internet Marketing, hat mein Kunde diverse Probleme und Frustrationen. Er ist mit der Technik überfordert, hat möglicherweise schon selbst probiert diverse Dinge umzusetzen und ist dabei kläglich gescheitert. Er hat eine Webseite die keine Kunden für ihn gewinnt, hat einfach das Problem dass er die Zeit und Nerven nicht dazu hat in die Tiefe zu graben. Mein Kunde investiert seine Zeit lieber in die Sachen die er am Besten kann, wie z.B in unternehmerische Aufgaben usw.

Du merkst, ich habe meinen Kunden-Avatar sehr konkret ausgearbeitet und ich weiß ganz genau, was die Probleme und Frustrationen meines Zielkunden sind.

Wenn du in der Lage bist, das Problem deines Kunden, besser zu beschreiben als der es selbst kann und du die Probleme und Frustrationen kennst, dann ist das Marketing Gold. **Ja, und du bist deiner Konkurrenz weit, weit voraus!**

**Darum hier mein klarer Tipp:** Nimm dir jetzt an dieser Stelle ein Blatt Papier und schreibe wild drauf los was die Probleme und Frustrationen deines gewünschten Zielkunden sind.

Übrigens: ganz am Schluss, findest du noch ein, von mir geschriebenes Beispiel.

#### **Schritt 4: Träume und Ziele**

Im 4. und das ist der letzte Schritt geht es um die Träume und Ziele deines Ziel Kunden. Hier werden wir die positive Seite deines Kunden genau beleuchten. Diese konkreten Ziele und Träume können rational oder auch sehr emotional ausfallen.

Wenn Du z.B ein Fitness-Coach oder Ernährungsberater bist ist es sehr wahrscheinlich dass der Traum deines Kunden in Topform zu sein und Gewicht zu verlieren, möglicherweise ist es eine Frau. Um noch besser zu konkretisieren, sie ist noch eine Mutter zweier Kinder, hast du in der Biographie aufgeschrieben.

**Die Frustration ist:** diese Frau hat schon hunderte Diäten ausprobiert und nichts hat wirklich geholfen

**Und ein Traum** dieser Frau ist es, trotz ihrer Arbeitsbelastung und wenig Zeit für das Fitnessstudio, endlich wieder gesund abzunehmen und das Gewicht zu erreichen, welches sie bereits vor der Schwangerschaft hatte.

Du merkst, dass hier ist auch ganz konkret. Darum versuche es möglichst genau auszuarbeiten. Überprüfe immer wieder, ob du das auch wirklich aus der „**Ich-Perspektive**“ heraus ausfüllst.

Wenn du z.B die Entscheidung verstehen willst, die deine ideale Kundin durchläuft, könnte deine Frage sein: „ *Warum sollte ich mich für X entscheiden ?*“ (achte auf die Formulierung in der ersten Person)

**Beginne einfach mit dem Satz:** Mein klares Ziel ist es.... und schreibe wieder auf einem neuen DIN A4 Blatt die Ziele und Träume, die du glaubst, dass deine Interessentin oder Kundin hat.

Ich bin noch einen Schritt weitergegangen und habe dir ein Beispiel aus dem echten Business zusammengeschrieben, „**Finanz & Vermögensberatung**“ damit du eine Vorstellung darüber hast, wie auch du das für dich kinderleicht realisieren kannst.

*...Tja, dazu wirst du schon den Rest dieser Seite lassen, um das herauszufinden*



## Ein Praxis Beispiel: Kunden-Avatar

Aber lass uns gleich hier loslegen und herausfinden, wie ein Kunden-Avatar in der Versicherungsbranche aussehen kann. Denn dabei kannst du beobachten, Ansichten gewinnen und drauf reagieren. Es gibt keinen besseren Weg. Und zwar geht es hier um Herrn Rene Wilhelm.

**Übrigens:** Das hier ist ein reales Beispiel, also nichts erfunden. Herrn Wilhelm gibt es wirklich. Er ist ein exzellenter und unabhängiger Vermögensberater, der seinen Job sehr gut macht und sich zur Aufgabe gemacht hat, Menschen dabei zu helfen, Ihr Geld richtig anzulegen, für die Zukunft gerüstet und finanziell unabhängig zu sein.



[www.dvag.at](http://www.dvag.at) Deutsche Vermögensberatung für Ihre Zukunft

Bevor Herr Wilhelm, seinen Kunden Avatar machen wollte, hatte er das gleiche Problem, dass du wahrscheinlich in diesem Moment auch hast. Er war sich ganz unsicher und wusste zu dem Zeitpunkt nicht, wer ist eigentlich mein Zielkunde. Was ist mein Zielmarkt, womit möchte ich über das Internet die richtigen Menschen erreichen und neue Kunden zu gewinnen usw.

**Ganz konkret!** Seien wir an dieser Stelle ehrlich!

Vermögensberatung ist alles und nichts. Das können sehr viel Themen und Zielgruppen sein. Du kannst Vermögensberatung speziell für Unternehmen und Selbständige machen. Du kannst dich nur auf die Privatpersonen konzentrieren. Das kann von Versicherungen über Geldanlagen, Risk-Management, Altersvorsorge bis hin zur Gesundheit und Beruf. Was auch immer.



*Wenn du versuchst jeden zu erreichen, wirst du am Schluss niemanden mehr erreichen*

Da gibt es 100 Dinge die man da machen kann!

Das Wichtigste überhaupt ist, wenn du im Internet neue Kunden gewinnen willst, darfst du nicht alles und nichts anbieten. Alles aus einer Hand-Gedanke ist aus meiner Sicht im Internet absolut ineffektiv.

Wenn du aber aus einer Hand verschiedene Sachen anbietest, dann mache dir verschiedene Webseiten (die sogenannten Landingpages) für verschiedene Dienstleistungen und Produkte, die nur auf ein Thema abzielen und exakt nur die Kunden ansprechen die auch ein Bedürfnis dafür haben.

Webseiten und Landingpage Thema, habe ich in meinem E-Book „*Ist auch deine Webseite, dein bester Mitarbeiter*“ ausführlich beschrieben. Hier geht's zum E-Book

### **Hier an dieser Stelle das Wichtigste:**

Der Herr Wilhelm hat an dieser Stelle einen wichtigen Schritt gemacht. Er hat sich überlegt, wer ist mein wichtiger Zielkunde, wer ist mein Idealkunde, was ist meine Kerndienstleistung aus meinem großen Portfolio die ich über das Internet forcieren möchte und damit neue Kunden zu gewinnen.

Er musste dabei nicht lang überlegen, denn er wusste, dass es in seinem Fall die Altersvorsorge ist.

*Ist ein wichtiges Thema heut zu Tage. Sehr viele Menschen tun sich dabei immer noch schwer eine nachhaltige und vor allem, funktionierende Altersvorsorge für sich zu finden.*

Er hat sich genau dieses Thema „Altersvorsorge“ ausgesucht und möchte jetzt seinen Zielkunden definieren, die er mit seiner Beratung zu diesem Thema, nämlich, „**Altersvorsorge**“ erreichen möchte.



Dafür hat er sich, genau so wie du, einen Zettel in die Hand genommen und einen Kunden-Avatar erstellt.

## Die Mini-Biographie des Wunsch-Zielkunden

### Mini-Biographie

Hallo

Mein Name ist Peter Schmidt ich bin 34 Jahre alt und stolzer Vater zweier Kinder!

Bei meinem Gehalt von 2.950 Euro als Industriekaufmann, können wir keine große finanziellen Rücklagen bilden. Ob meine Rente wirklich sicher ist? Darauf verlasse ich mich nicht!

Ich möchte lieber selber für das Alter vorsorgen und für meine Kinder wünsche ich mir, dass ich in der Zukunft, finanziell für die sorgen kann, und die eine ordentliche Ausbildung machen können.

Ich hoffe, für dich ist es hier verständlich, wenn du eine solche Mini-Biographie deines Wunschkunden hast, und du weißt, mein Zielkunde ist in dem und dem Alter, ist männlich oder weiblich, sorgt sich für seine Familie und er hat nicht so viel Geld um Rücklagen zu bilden und, und, und...

Wenn du diese Informationen hast, dann ist es, glaube ich klar, was dies für dein Business im Endeffekt bedeutet.

Damit kannst du mit deinem Zielkunden richtig kommunizieren, dich an ihn richtigen mit all deinen Texten und Videos. Es wird sich dieser Kunde oder auch ein potenzieller Kunde von dir angesprochen fühlen und wird dich als sehr kompetent bezeichnen.

**Vielleicht bringt diese Geschichte bei dir was zu Klingen!**

### **Probleme und Frustrationen**

Es ist für Peter (unheimlich) wichtig, der Brotverdiener zu sein und macht sich Sorgen über die finanzielle Sicherheit der Familie.

Hat Angst vor unsicherer Rente und hat überhaupt kein Vertrauen in die staatlichen Systeme.

Peter hat das Vertrauen in die Banken komplett verloren und hat keine Lust an diesen Dschungel von Anlagemöglichkeiten und Förderungsprogrammen und ähnlichen Dingen .

Möchte sich da nicht durcharbeiten und hat keine Zeit sich intensiv mit dem Thema zu beschäftigen. Hat viel anderes um die Ohren.

Er möchte das lieber abgeben und in sicheren Händen wissen.

Unter anderem macht sich Peter viele Sorgen über die Finanzmärkte

Was der Herr Wilhelm noch gemacht hat, nachdem er die Liste fertig geschrieben hat.

Die Liste war natürlich noch viel länger und ausführlicher.

Er hat dann die 3 wichtigsten Punkte aus seiner Sicht mit einem Textmarker markiert.

## Vielleicht bringt diese Geschichte bei dir was zu Klingen!

### Ziele und Träume

Peter träumt davon **im Alter ruhig schlafen zu können** und sich über die finanzielle Situation nicht Gedanken machen zu müssen.

Sein Ziel ist, eine absolute Sicherheit der Altersvorsorge zu haben. Er möchte sich sicher sein das alles gut wird.

**Er wünscht sich auch einen kompetenten Ansprechpartner**, dem man wirklich vertrauen kann.

Peter möchte sich im Alter / Ruhestand noch einige Träume und Ziele erfüllen. Einige Reisen machen und ähnliche Dinge.

Er wünscht sich auch im Alter nicht am Hungertuch zu nagen und was ihm ganz wichtig ist, seinen **eigenen Kindern finanziell zu unterstützen** wenn sie Hilfe brauchen.

Das sind die Träume und Ziele die Herr Wilhelm aus vielen Gesprächen, die er mit seinen Kunden geführt hat. Die hat er einfach für sich aufgeschrieben.

Auch hier hat er sich die 3 wichtigsten Punkte herausgenommen und mit einem Textmarker markiert.

So, wenn auch du deinen Kunden-Avatar für dein Business gemacht hast, dann hast du eine der wichtigsten Grundlagen geschaffen, für alles was du zukünftig machst, die Kundengewinnung über das Internet exponentiell zu steigern.

Nimm dir ruhig genügend Zeit dafür, arbeite wenn nötig noch in ein paar Tagen daran. Lasse die drei DIN A4 Zettel immer im Sichtbereich und fülle die Listen immer weiter aus. Wenn du z.B mit einem Kunden telefonierst, dann fällt dir auf, ach ja, dass Ziel habe ich schon des öfteren gehört usw.

## Ressourcen für Kundenansicht

Es ist durchaus möglich, dass du dich auch gefragt hast, gut aber wie kann ich herausfinden, wie meine potenzielle Zielgruppe tickt und denkt. Ich stehe erst am Anfang.

Hier möchte ich dir noch ein paar guten Ressourcen zeigen, die du für die Analyse deiner Zielgruppe im Internet, alternativ gut nutzen kannst.

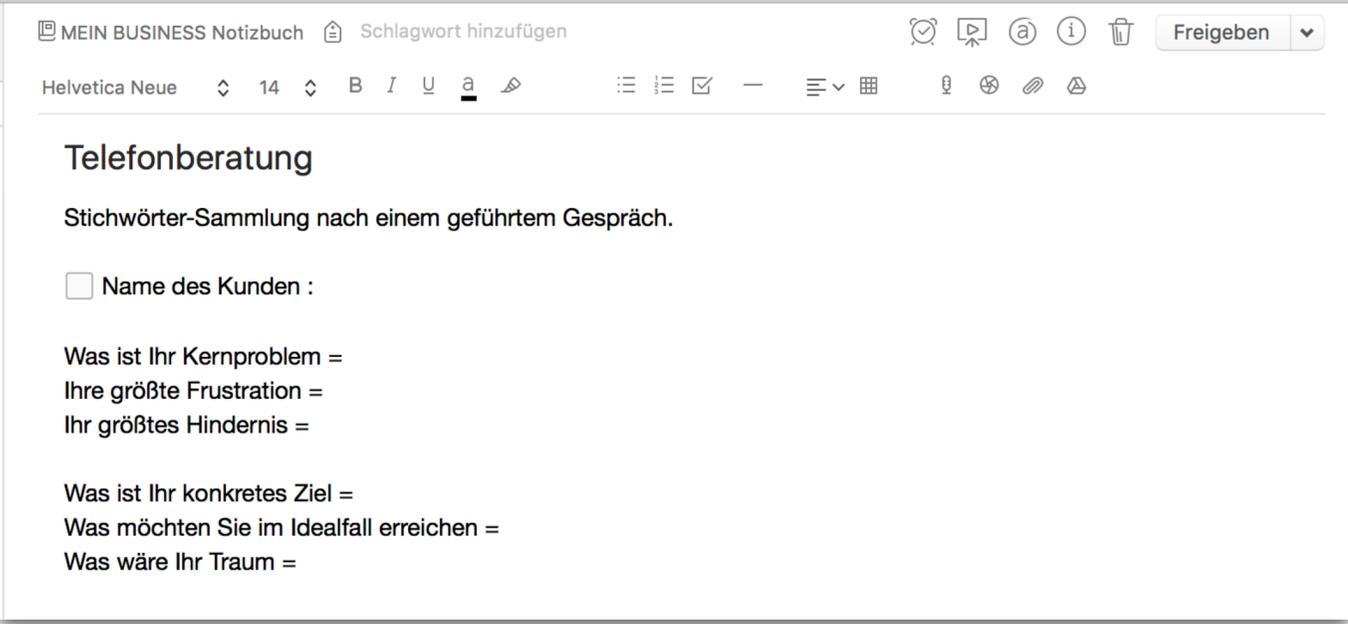
Aber bevor ich dir die Liste mit Ressourcen an die Hand gebe, die ich nutze um Kundenansichten zu gewinnen, solltest du Folgendes wissen. Mit idealen Kunden zu reden und ihm (etwa von Angesicht zu Angesicht) zu befragen - das wird **IMMER** die besten Resultate bringen. Soviel ist sicher.

1. **Persönliches Kennenlernen** - Gespräche von Angesicht zu Angesicht
2. Kennenlernen - Interview **aus der Ferne** (via Skype, Telefon)
3. **Kundenbefragung** deines idealen Kunden z.B. mit Hilfe von:
  - [SurveyMonkey](#) (Online-Umfrage erstellen)
  - [Wufoo](#) (Tagetierte Online-Umfrage in Verbindung mit [Klick-Tipp Für Fortgeschrittene](#) )
  - [Google Forms](#) ( ist ein Google Account erforderlich)
4. [Google Keyword Planer Tool](#) ( Egal ob du was verkaufst oder dein Bekanntheitsgrad steigern möchtest, musst du einfach wissen, wie deine Branche reagiert und wie nach deinem Produkt oder Dienstleistung gesucht wird). Welche Suchworte (Keywords) dabei verwendet werden.
5. [Wordle](#) ( ist eine online Anwendung, die beliebige Texte zu Wortwolken umformt. Es eignet sich gut um eine komplette E-Mail Korrespondenz deiner Kunden oder sonstige Texte zu analysieren. Dabei werden häufiger vorkommende Worte groß dargestellt.
6. [GuteFrage.net](#) (sehr Interessant)
7. [Google Trends](#) ( Aktuelle Themen erkunden)
7. [Twitter Suche](#) (ganz wichtig!)

Letzter und aus meiner Sicht der wichtigste Punkt für Unternehmen die mit Ihren Kunden viel telefonieren, in der Beratung sind oder möglicherweise kalt Aquis machen.

Nachdem du mit deinem Kunden oder Interessenten gesprochen hast, nimm dir unmittelbar danach ein paar Minuten Zeit. Nimm dir ein Text Dokument, was du auf deinem Desktop zur Hand hast oder noch besser das Online Notiz Tool „[EVERNOTE](#)“ ( das nütze ich persönlich für die Notizensammlung) und schreibe die Stichwörter auf die du von deinem Kunden gerade erhalten hast.

Hier geht es wieder darum, dass du die konkreten Ziele, Probleme und Frustrationen deines Kunden in Stichwörtern aufschreibst.



The screenshot shows a note-taking application window titled "MEIN BUSINESS Notizbuch" with a sub-header "Schlagwort hinzufügen". The text area contains the following content:

**Telefonberatung**

Stichwörter-Sammlung nach einem geführtem Gespräch.

Name des Kunden :

Was ist Ihr Kernproblem =  
Ihre größte Frustration =  
Ihr größtes Hindernis =

Was ist Ihr konkretes Ziel =  
Was möchten Sie im Idealfall erreichen =  
Was wäre Ihr Traum =

Auch wenn es dir vielleicht seltsam vorkommt, glaube es mir, es hilft dir dabei, neue Produktideen zu entwickeln und dein Unternehmen deutlich nach vorn zu bringen.

Tja, das war's schon mal von meiner Seite.

Also, lange Geschichte, kurzer Sinn. Hoffentlich ist was für dich dabei.

Viel Spaß bei der Umsetzung!

# Hat dir dieser Leitfaden weitergeholfen?

Lasse es mich wissen, indem du mir ein Kommentar hinterlässt.. [\(hier klicken\)](#)