

Wiebke Brüssel

bruessel@das-strategiebuero.de

Juli 2016

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Der Beitrag erschien im Juli 2016 als Kolumne „Nachhaltig erfolgreich mit Strategie“ auf den Exxtra Seiten Bremen (www.exxtraseiten.de).

Erfolgreiche Unternehmen kennen Ihre Zielgruppen

Alle sprechen immer von der Wichtigkeit der Zielgruppen – ich auch. Aber warum ist das eigentlich so, und wo liegen die Herausforderungen?

Eine glasklare Zielgruppenpositionierung ist eine der wichtigsten strategischen Entscheidungen, die Unternehmerinnen und Unternehmer treffen. Das liegt daran, dass die Zielgruppe und ihr Bedarf unmittelbaren Einfluss auf Kosten- und Preisstruktur, Prozesse, Vertrieb, Marketing – kurz gefasst auf alle Investitionen hat. In manchen Fällen spielt sie sogar bei der Auswahl des Standortes eine Rolle.

Die Erwartungen Ihrer Zielgruppe zu kennen ist eine schwierige Aufgabe, die Sie ständig im Blick haben sollten. Dazu gehört auch, zu wissen, worauf diese Zielgruppe „anspringt“.



Ein Beispiel aus unserer Praxis

Eine Klientin kam zu uns, weil sie strategische Beratung brauchte. Sie selbst arbeitete als Beraterin und war dabei erfolgreich. Ihr Angebot fand durchaus Interessenten. Diese kamen aber nie aus der Zielgruppe, die sie ansprechen wollte. Sie hatte geplant, mit Geschäftsführern in Kontakt zu kommen. Es waren aber immer Abteilungsleiter oder Experten, die auf sie zukamen und die sie für ein relativ eingeschränktes Aufgabengebiet buchten. Irgendwie funktionierte es nicht so, wie sie es sich wünschte.

Die Gründe wurden schnell sichtbar: In ihrer Kommunikation verwendete die Klientin Fachbegriffe, die das Interesse der Experten weckten. Für die Geschäftsführer waren diese Begriffe aber viel zu technisch. So fühlten sie sich nicht angesprochen.

In einem solchen Fall können schon kleine Änderungen viel bewirken. Schwieriger wird es, wenn Unternehmerinnen noch nicht so genau wissen, wer denn eigentlich die Zielgruppe ist. Auch das lässt sich herausfinden.

Wichtige Fragen dazu sind: Welche Probleme lösen Sie mit ihrem Angebot? Wer hat diese Probleme? Wer ist bereit, Ihren Preis für die Lösung zu bezahlen? Wie erreichen Sie Ihre Zielgruppe? Wer sind ihre aktuellen und potenziellen Kunden und was erwarten sie von Ihnen?

Da die Mittel meistens begrenzt sind, ist Klarheit an dieser Stelle wichtig.

Haben Sie eine klare Zielgruppen-Positionierung? Passen Ihre Prozesse, Ihre Qualität und ihre Kostensituation dazu? Oder geben Sie viel Geld für Kunden aus, die wenig Geld bei Ihnen ausgeben? Dann ist es an der Zeit, etwas an Ihrer Strategie zu ändern.

Für alle Unternehmerinnen (und auch Unternehmer), die mehr über strategische Herausforderungen erfahren möchten: Am 1. September 2016 bieten wir gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung Bremen einen Workshop an. Die Teilnahme ist kostenlos. Alle weiteren Informationen finden Sie über diesen Link: <http://brennerei-lab.de/de/news/1-september-innovationswerkstatt-erfolg-planbar-machen-strategische-herausforderungen-er-kennen>. Die Anmeldefrist endet am 24. August 2016.

Redaktionelle Hinweise

Über die Autorin

Wiebke Brüssel ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführende Gesellschafterin des Strategiebüros.

Wir strukturieren und moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder öffentliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

