

Wie finde ich die richtige Zielgruppe?

Einfach und mit mehr Spaß zum Erfolg

Philip Wenzel | Vertriebsspezialist BU

Was ist eigentlich
eine Zielgruppe?



Im Idealfall bin ich Teil der Zielgruppe...



Die richtige Zielgruppe passt zu dir!

Es bringt nix, wenn du eine Zielgruppe mit Geld wählst, aber deren Probleme nicht kennst!

Lieber erfolgreich beim Toyota-Corolla-Fanclub, als NICHT erfolgreich bei Ärzten.



Und wo finde ich
die Zielgruppe?

Google ist dein Freund...

Reden wir zunächst über online...

Das Internet weiß alles! Ich kann targetieren nach

- Ort
- Interessen
- Beruf
- Besuchten Webseiten
- Familienstand
- usw...

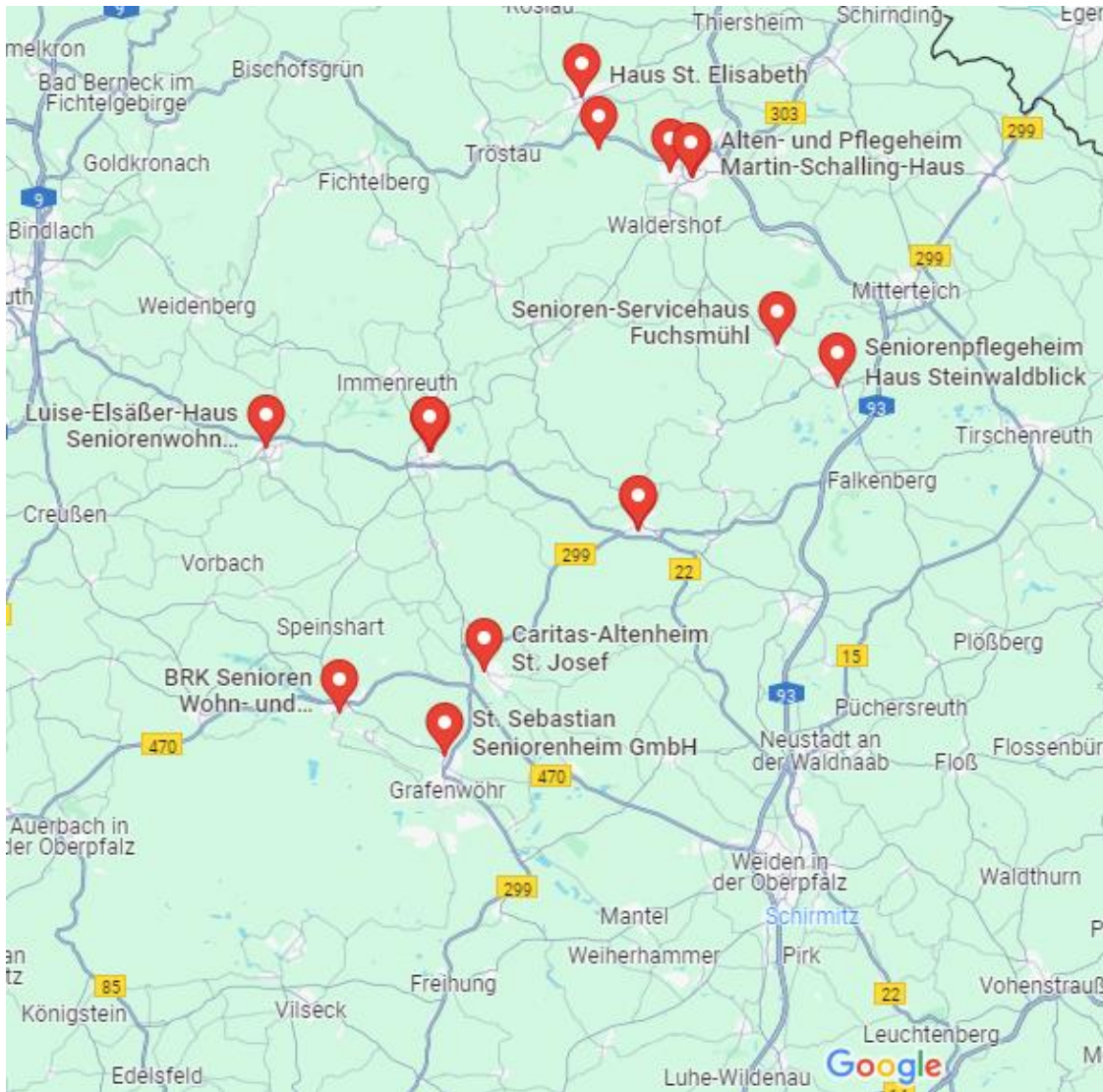


Je offensichtlicher, desto teurer ist eine Selektion. Also, auch mal um die Ecke denken...
z.B. „Junge Lehrer“ → Beamte → viele Kinder → gutes Einkommen → Besuchte Webseiten sind vermutlich Kindermode und Kinderspielzeug der gehobenen Kategorie...

Auch Facebook-Gruppen können was sein. Und ne eigene Webseite kann helfen...

Manchmal ist es noch einfacher...

Eine gute Zielgruppe findest du auch auf Google Maps



Pflegeheime im Umkreis von 25km von Kemnath. In der Mitte sind übrigens 4 Heime übereinander, weil die so nah beieinander liegen...

Busunternehmen sind auch spannend.

Das geht auch gut mit Sportarten oder allen Hobbies, die in Vereinen organisiert sind.

▪ Quelle: Google Maps

„Und was ist mit
offline?“



An sich gechillt, aber kommt auf die Zielgruppe an...

Ist es ein Hobby oder ein Beruf? Wie groß ist die Zielgruppe?



Offline ist auch immer cool, vor allem, weil es gerade so antizyklisch ist.

Es gibt aber Veranstaltungen, Messen, Tagungen und Stammtische. Termine findest du wieder online ;-)

Werbung kannst du an Banden machen, in Fachmagazinen der mit Ständen bei Messen.

Je spezieller, desto besser!

Welcher Tarif für
welche
Zielgruppe?



Zunächst mal die Hobbies...

1. Fußballer. Gute Zielgruppe. Groß, leicht zu finden, fast jeder hat Berührungspunkte. Die Idee: Bandenwerbung „6.000 Euro bei Kreuzbandriss ab der F-Jugend!“ Guter Trigger, kann jeder nachvollziehen. Dahinter steht eine Grundfähigkeits-Versicherung ab 3 Jahren, wenn Knien versichert ist. In der Beratung dann noch die BU-Option ansprechen. Geht auch für Erwachsene.
2. Kampfsportler. Sind in der BUV schwierig versicherbar, also ist ne Lösung gefragt. Ich würde nen Verein sponsern oder eine Landing-Page basteln. Dann würde ich eine BU-Versicherung mit Ausschluss verkaufen und mit einer Unfall-Rente ohne Ausschluss ergänzen.
3. Reiter. Speziell. Entweder haben die viel Geld oder geben alles Geld für das Pferd aus. Grundsätzlich wie Kampfsportler zu versichern, aber ich würde noch eine Grundfähigkeits-Versicherung anbieten, da das Pferd halt auch versorgt werden muss, wenn ich das körperlich nicht mehr kann. Kann sein, dass ich noch arbeiten kann, aber es entstehen einfach neue Kosten für die Pflege des Pferds.

...und jetzt Berufe...

1. Lehrer und andere Beamte im höheren Dienst. Meine Zielgruppe, also Finger weg... Spaß. Haben eigene Sprache und eine andere Versorgung. Aber grundsätzlich musst du sie nur überzeugen, dass du zu einem Thema, das sie betrifft, mehr weißt als sie. Also, informier dich mal zu den Versorgungsansprüchen und rechne es mit Papier und Stift aus. In der Akquise ginge online und offline einiges (z.B. am Pädagogischen Tag)
2. Studenten. Sehr cool. Deshalb sind da auch Versicherer und große Vertriebe dahinter. Aber wenn du mal einen hast, dann mach ne saubere Tippgebervereinbarung mit dem Studenten und es kommen weitere Studenten. Verzicht auf konkrete Verweisung kann hier ein Thema sein. Und vielleicht ne 2-Vertragslösung.
3. Ärzte. Da ist an sich alles egal, was die Bedingungen betrifft. Ein Arzt kann so gut wie nie konkret verwiesen oder umorganisiert werden. Sieht halt gut aus. Wichtig ist hier immer eine 2- oder 3-Vertragslösung, damit die Nachversicherungsgarantien auch ausreichen.
4. Schüler. Auch schwierig, weil die ja nur kurz Schüler sind und dann lange irgendwas anderes. Und ich muss mit den Eltern reden und die überzeugen. Aber Optionen sind da gut. Da gibt es einiges, was auch sehr preiswert ist.

Sind Kranke eine gute Zielgruppe?



Es spricht vieles dagegen...

...aber was weiß ich schon?

Grundsätzlich ist es schon ne Zielgruppe, die leicht zu finden ist oder sogar dich finden will.

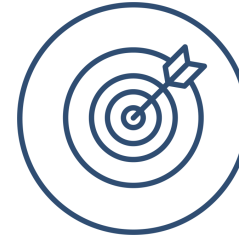
Wenn du also eine Lösung für eine bestimmte Krankheit hast, dann kannst du darauf auch Werbung schalten oder in deren Facebook-Gruppen gehen.


Aber klär das unbedingt gut ab!

Wenn du deine Prozesse in der Risikovorfrage derart optimiert hast, dass du auch komplexe Fälle gewinnbringend verarzten kannst, dann ist das auch cool.

Aber grundsätzlich würde ich von dieser Zielgruppe abraten.

Das Gleiche gilt für die Idee, alte Verträge zu optimieren. Wer sich das zutraut, kann das machen, aber Fehler werden hier halt schon hart bestraft.



A photograph of a teacher with short, light brown hair and glasses, wearing a brown sweater over a green collared shirt. The teacher is seen from the back, gesturing with their right hand towards a classroom. In the background, several students are seated at desks, some looking towards the teacher. The room has large windows with a view of greenery outside. A dark blue, rounded rectangular overlay is positioned on the left side of the image, containing white text.

Und jetzt mal
konkret eure
Fragen...

Unterm Strich...

- Die Qualität der Zielgruppe lässt sich einfach definieren. Wenn ich Teil der Gruppe bin, spreche ich die Sprache und kenn die Probleme. Als Vermittler kann ich diese Probleme lösen.
- Zielgruppen gibt es als Hobbies und als Berufe. Ausnahmen sind Geschlecht, Nationalität oder sexuelle Orientierung.
- Eine gute Zielgruppe lässt sich einfach finden.
- Wenn das Problem der Zielgruppe groß genug ist, kannst du dich auch finden lassen.
- Am Ende gilt aber immer: Wenn du in deiner Zielgruppe schon erfolgreich bist, dann gilt das alles nicht für dich. Wer verkauft, hat recht ;-)



Herzlichen Dank!

Wenn ihr Fragen habt oder euch was aufgefallen ist, dann schreibt mir!

Philip Wenzel | p.wenzel@fondsfinanz.de