# 2. Zielgruppen bestimmen

## Info & Grundlagen

Nachdem du die Ziele der Website festgelegt hast, ist es wichtig, dass du die Zielgruppe bestimmst und über sie so viel wie möglich in Erfahrung bringst. Dieses Wissen ist wichtig, um die **Zielgruppe gezielt anzusprechen** und für sie **relevanten Inhalt (Content) anzubieten**.

Eine **Zielgruppe** ist eine **Gruppe Menschen mit gleichen oder ähnlichen Bedürfnissen, Probleme, Zugehörigkeit oder Verhalten**. Durch ihre Ähnlichkeit bei ihrem Website-Besuch als gezielt abgeholt werden.

Durch das Aufgreifen ihrer Probleme oder Interessen und das Aufzeigen von Lösungsansätzen hilfst du dem Website-Besucher weiter, bietest einen **Mehrwert** und Grund länger auf der Website zu verweilen. Gleichzeitig **positionierst dich als Experte bzw. Expertin auf deinem Fachgebiet** und kannst **Vertrauen** aufbauen.

Hast du es mit deinen Inhalten und Angebot überzeugt und Vertrauen aufgebaut, dann kannst du die Zielgruppe mit deinem **Angebot** ansprechen und die Besucher erfolgreicher zu einer **Zielhandlung (Conversion)** wie z.B. einer Terminvereinbarung bewegen.

Die Analyse und Definition der Zielgruppe ist ein **iterativer Prozess**, der immer wieder überprüft und aktualisiert werden sollte. Wahrscheinlich hast du mehr als eine Zielgruppe. Dann solltest du die **Analyse für jede Zielgruppe** vornehmen.

Bei der **Zielgruppen-Recherche und – Analyse** interessieren vor allem offene **Fragen, Probleme, Ängste, Vorbehalte, Kritik der Zielgruppe** auf die du mit gezielten Inhalten reagieren kannst und sie gezielt abholen kannst.

Die **Analyse und Definition der Zielgruppen** sind sehr wichtig und bilden die **Grundlage für den Erfolg der Website und das Marketing**.

Wichtig ist dabei die **Perspektive der Zielgruppe** einzunehmen und sich auch **emotional in sie hineinzuversetzen**. Für die meisten Menschen gilt: *Die Gefühle entscheiden und der Verstand rechtfertig im Nachhinein die Entscheidung.*

Beachte, dass sich nicht alle Website-Besucher einer Zielgruppe in der gleichen Lebenssituation und am gleichen Punkt des **Informationsprozesses** befinden. Die einen wollen sich ohne grossen Leidensdruck einfach über ein Thema informieren, während andere eine schnelle Lösung für ihr aktuell drängende Problem wollen. Je nach Situation ist ein anderer Content bzw. ein anderes Angebot nötig.

Nachfolgend findest du ein Worksheets zur Bestimmung deiner Zielgruppe(n):

## 2.1. Brainstorming Zielgruppen & Zielgruppe priorisieren

**Vorgehen**:

1. Liste 3-6 verschieden Zielgruppen oder Untergruppen auf.
2. Priorisiere die Zielgruppen nach Priorität (1-6)
3. Begründe kurz, warum diese wichtig sind und ändere, wenn nötig, die Prioritäten.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Priorität** | **Zielgruppe** | **Begründung** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Bitte den Namen für Rückfragen angeben:**

|  |
| --- |
|  |