

3. Kunden-Avatar erstellen

Info & Grundlagen

Ein **Kunden-Avatar** oder **-Personas** ist die Beschreibung eines **typischen Vertreters bzw. Vertreterin** einer ausgewählten **Zielgruppe**. In einem **Steckbrief** wird eine fiktive Person aus unserer Zielgruppe beschrieben. Mit der beschriebenen Person vor Augen, fällt es später leichter, passende und relevante Inhalte zu erstellen und die Zielgruppe erfolgreich abzuholen. Für **jede Zielgruppe** wird ein **eigener Avatar** erstellt, da die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppen verschieden sind.


Bei der Erstellung eines Kunden-Avatars sind neben demografischen Informationen Fragen wichtig aus den folgenden 4 Bereichen interessant:

1. Ziele & Werte bzw. Überzeugungen
2. Informations-Quellen
3. Herausforderung, Probleme & Schmerzpunkte
4. Vorbehalte, Einwände & Bedeutung des Themas bzw. des Angebotes

Hier ein englisches Beispiel für einen Kunden-Avatar:

CUSTOMER AVATAR WORKSHEET

Company/Product Name: DigitalMarketer Certifications

GOALS AND VALUES Goals: Eric wants to... <ul style="list-style-type: none">- Increase agency business- Increase the capabilities of his team- Scale his business Values: Eric is committed to... <ul style="list-style-type: none">- Professional Development- Providing value for his clients- Using "white hat" marketing principles	Name: Agency Eric Age: 40 Gender: Male Marital Status: Married #/Age of Children: 2 (Age 8 & 10) Location: Orlando, FL	CHALLENGES & PAIN POINTS Challenges: Eric is challenged with... <ul style="list-style-type: none">- Scaling his agency business- Finding, training, and retaining top marketing talent- Keeping his marketing skills sharp while being CEO Pain points: Eric's pain points are... <ul style="list-style-type: none">- Fear of losing business to competitors- Fear of his agency falling behind in the digital marketing scene
SOURCES OF INFORMATION Books: Good to Great / Think & Grow Rich Magazines: Wired / Fast Company Blogs/Websites: AdAge / DigiDay / Social Fresh Conferences: Content Marketing World / SXSW Gurus: Jay Baer / Joe Pulizzi / Christopher Penn Other: Spends time on LinkedIn looking for talent	 Quote: "I surround myself with people smarter than me." Occupation: Digital Marketing Job Title: CEO/Founder Annual Income: \$150,000 Level of Education: College Graduate Other:	OBJECTIONS & ROLES Possible Objections: <ul style="list-style-type: none">- Does the training fit an existing service or new service he can offer to his clients- How long he and his team members will be "out of pocket" doing the training Role in the Purchase Process: Eric is the decision maker. He buys digital marketing training to keep himself and his team sharp. He's not worried about the price point if he knows the training will give him and his team an edge in the marketplace.

3. Kunden-Avatar erstellen (Kurzversion)

Vorgehen:

- a. Fülle die 4 Bereiche des Kunden-Avatars im Zusammenhang mit der Zielsetzung der Website und/oder deines Angebots aus:

3.1. Ziele und Werte

- Welche Ziele hat der Kunde?
- Welchen Wunschzustand will er/sie erreichen?
- Welche Werte, Einstellungen oder Überzeugung besitzt der Kunde?

Ziele & Werte	
Ziele / Wunschzustand:	<ul style="list-style-type: none">• Will Heilung von Zöliakie finden• Will Antworten auf seine Fragen zu Zöliakie finden• möchte möglichst schnelle Besserung• möchte weiterhin "normal" leben• Gewissheit: Was kann ich trotz Zöliakie noch essen?• Wissen: Wie ist eine glutenfreie Ernährung möglich?• Wissen: Wo finde ich Hilfe / Unterstützung?• Sicherheit: Was stimmt und was nicht, von dem was ich im Internet finde?• Glutenfreie Ernährung ohne Probleme, Hindernisse im persönlichen Alltag umsetzen• Bezugsquellen/-möglichkeiten für geeignete Lebensmittel/Take-Away-Verpflegung/Restaurantbesuche kennen•
Werte / Einstellung / Überzeugungen:	<ul style="list-style-type: none">• Gesundheit ist wichtig• Folgen von glutenhaltiger Ernährung sind schlimm• Stimmt die Diagnose überhaupt?

3.2. Informations-Quellen

- Wo, bei wem und wie informiert sich der Kunde?
- An welchen Personen orientiert er/ sie sich?

○

Informations-Quelle	
Bücher:	<ul style="list-style-type: none"> • Kochbücher • GU – Bücher – Das wichtigste in Kürze einfach erklärt • Koch- und Rezeptbücher zb. von Carine Buhmann • Fachbücher zu Zöliakie und glutenfreier Ernährung (siehe Amazon.de) • Diätbücher zu Zöliakie und glutenfreier Ernährung (viele zum Hype-Thema glutenfreie Ernährung ohne Zöliakie!)
Zeitschriften:	<ul style="list-style-type: none"> • IG Infoheft • Betty Bossy glutenfrei • ApothekerHeft, Gesundheitsbeilagen, etc • Infoheftli der Firma Schär • Themenbeilagen von Zeitschriften und Zeitungen
Sendungen (TV, Radio, Podcasts, ...):	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitssendungen (Stutz, Puls, ...) • Kassensturz • „RTL „Die Ernährungsprofs“, Ernährungs DOC
Konferenzen, Soziale Interaktionen:	<ul style="list-style-type: none"> • Angehörige / Bekannte/ Kollegenmit gleicher Diagnose • Zöli- Lager • Regionalgruppen-Treffen IG Zöliakie • Neudiagnostizierten Tagung • Versammlungen / Tagungen der IG Zöliakie • Foren zu Thema Ernährung oder Medizin • Frageportale zum Thema Gesundheit • Facebook-Gruppen
Vorbilder, Berühmtheiten, "Gurus":	<ul style="list-style-type: none"> • Blogger • Sportler (Tennis: Novak Đoković) • Achtung: auch viele die keine Zöliakie haben und dann nur Halbwahrheiten verbreiten • Schauspieler, Celebrities, Influencer auf Youtube, Instagram, ... → viel glutenfreies Leben Hype

3.3. Herausforderungen & Schmerzpunkte

- Was sind die aktuellen Herausforderungen des Kunden?
- Welche sind seine/ihre Leidenspunkte, Ängste und Hoffnungen?

Herausforderungen & Schmerzpunkte	
Herausforderungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Sich im Alltag einfinden • Sicherheit gewinnen im täglichen Umgang • Fehlerquelle auf eine „Nulltoleranz“ senken • Lösungen für schmackhafte Alternativen finden • Küchentechnische Aspekte • Einschränkungen beim Einkaufen und Kochen • Die ganze Ernährung/Leben muss auf den Kopf gestellt werden • Viele wissen nicht was es ist und nehmen mich nicht ernst • Konsequente Umsetzung im Alltag: im Familienleben, bei Verpflegung ausser Haus • Diät einhalten, wenn keine Beschwerden spürbar sind?
Schmerzpunkte:	<ul style="list-style-type: none"> • Verzicht • Sozialer Ausschluss • Verlust von Spontanität (nicht mal schnell eine Pizza kaufen) • „Extrawurst“ • Einschränkungen beim auswärts Essen • Einladungen • Essen im Restaurant • immer anders sein • hohe Kosten • Verzicht auf Lebensmittel/Speisen, die man gerne mag (Brot, Bier, Lieblingsguetzli etc.) • Sich immer exponieren müssen -> sich im Resti immer als Zöliakiebetroffen ausgeben, bin wieder mal schwierig
Ängste:	<ul style="list-style-type: none"> • Etwas falsch zu machen • Sich und seinen Darm zu schädigen • Dass die Deklaration auf den Produkten nicht korrekt ist bzw. man sich darauf nicht verlassen kann • Ist die Person die mich berät auch kompetent in diesem Thema • Beschwerden gehen nicht weg • Folgeerkrankungen • Das kann ich nicht • will nicht immer Extrawurst, sich exponieren • bin ich krank? • welche Folgen hat das? • ich bin ganz alleine • Dass sich soziales Umfeld ändert, weil für diese Person anders/speziell/kompliziert gekocht werden muss • Unsicherheiten bei Verpflegung ausser Haus: ist alles wirklich glutenfrei? • Angst vor Spuren/verunreinigten Lebensmitteln

Hoffnungen:	<ul style="list-style-type: none">• Fehldiagnose• Kleine Fehler sind sicher auch unter einer glutenfreien Ernährung möglich• Einfache Lösungen für die Herausforderungen und Schmerzpunkte finden• Heilung finden• bald geht es mir wieder besser!• Dass bald andere Therapiemöglichkeiten (Impfung, Medis etc.) auf den Markt kommen• Dass im Take-Away-Bereich (zB. Coop/Migros-Resti) auch glutenfreie Dinge erhältlich sind
-------------	---

3.4. Einwände, Vorbehalte & Rolle des Angebotes

- Welche Einwände und Vorbehalte hat der Kunde/ die Kundin gegenüber dem Angebot.
- Welche offenen Fragen und Unsicherheiten müssen geklärt werden?
- Welche Rolle bzw. Bedeutung hat das Produkt/Angebot beim Kunden oder bei der Kundin?

Einwände, Vorbehalte & Rolle des Angebotes	
Einwände & Vorbehalte gegenüber dem Produkt/Angebot:	<ul style="list-style-type: none"> • Wer hat eine professionelle Ausbildung • Ernährungsberatung ist nur etwas für die Gewichtsreduktion • ist nicht selber betroffen und hat deshalb nicht richtiges Verständnis • kann Fragen nicht beantworten • ist aufwendig, mit Anreise und Zeit für Beratung • ist das seriös? • brauche ich das wirklich? • weiss die mehr als ich? • Ernährungsberaterin weiss nicht viel, kann mir bei Detailfragen auch nicht recht helfen • Ärzte finden Ernährungsberatung teils nicht nötig: man kann ja alles online nachlesen & die Sachlage ist ja eigentlich klar
Fragen & Unsicherheit zum/beim Produkt/Angebot:	<ul style="list-style-type: none"> • Wer ist der SVDE / Fachgruppe SVDE • Wird die Leistung über die KK abgerechnet • Kosten • Wie komme ich zur einer ERB? • Wird es von der Krankenkasse bezahlt?
Rolle & Bedeutung des Produkts/Angebots:	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandteil von medizinischen Behandlungspfaden, Leitlinien • Interdisziplinäre Zusammenarbeit gewährleistet • Fachmeinung bekommen • Von Erfahrung profitieren • wichtige Hilfe für die Umstellung zur glutenfreien Ernährung • ErnährungsberaterIn soll Rolle der kompetenten, verlässlichen Unterstützerin/Unterstützers in allen Anliegen rund um die Zöliakie sein -> und somit unverzichtbar für Betroffene

3.5. Wörtliche und typische Äusserungen der Zielgruppe

- Hier sammelst du wörtliche Äusserungen der Zielgruppe. Die Äusserungen sind für die Zielgruppe:
 - typisch
 - häufig (in dieser oder ähnlicher Form)
 - allgemein oder spezifisch (**aber nicht persönlich zuordbar!**)
 - prägnant
 - beziehen sich thematisch auf das Angebot
- Die Zitate können folgendes sein:
 - Bedenken, Vorbehalte
 - Kritik
 - Lob
 - Einsichten
 - Statements
 - Erfolge
- **WICHTIG:** Schreibe sie so *wörtlich* wie möglich auf. Verwende *dieselbe Wort, Satzstruktur, ..., am besten genau so, wie es gesagt wurde*. Das Sprechen der *gleichen Sprache erzeugt Resonanz und Verbindung*.

Zitate
<p>„Glutefrei Essen mach mich zu Aussenseiter“</p> <p>Meine ERB wusste weniger als ich über glutenfreie Ernährung und konnte meine Fragen nicht beantworten</p> <p>Schwierig ist das auswärts Essen</p>
<p>„Wäre ich doch nur früher in die Ernährungsberatung gekommen, so habe ich alles kompakt und korrekt erhalten – vorher habe ich versucht mir alles mühsam aus dem Internet zu fischen“ ...und wusste noch immer nicht ob das so korrekt ist, was ich mache.</p> <p>Sie wissen aber viel und kennen viele glutenfreie Produkte!</p>
<p>„Der Arzt hat mir einfach einen zettel aus dem Internet abgegeben und gesagt, ich soll mich daran halten“</p> <p>Kritik: Ich war nach der Diagnose in der Ernährungsberatung. Das hat mir aber nicht viel gebracht, da die Beraterin auf viele meiner Fragen auch keine Antwort wusste. Ich ging dann kein zweites Mal hin.</p> <p>Bedenken: Ich getraue mich in der Kantine meistens nichts von den gekochten Speisen zu nehmen. Auch wenn ich nach glutenfreien Sachen frage, bin ich unsicher, ob die Auskünfte wirklich verlässlich sind.</p> <p>Lob: Es hat sich wirklich gelohnt in die Beratung zu kommen. Endlich weiss ich, wie ich mit den Spuren und den Lebensmitteln, die Hafer enthalten, umgehen kann.</p>

„XY hat auch eine Zöliakie und hat mir bereits viel geholfen“ (Tipps im Alltag, Rezepte)

„Darf ich „Spuren von essen?“

„Wie schlimm sind Kontaminationen“

„Darf ich meine Pizza im gleichen Ofen machen“

„muss ich jetzt meinen Haushalt in doppelter Ausführung haben?“ (Pfannen, Brättli, Messer, Abwaschmaschine)