



„Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt!“ – Wie oft haben wir dies nicht schon gehört oder auch selbst gesagt. Meist gehen wir davon aus, dass wir wissen, wer eigentlich mit „Kunde“ gemeint ist. Meine Erfahrung ist es jedoch, dass auf meine Frage „Wer genau ist Ihr Kunde?“, nur recht allgemeine Attribute aufgezählt werden, wie z.B. eher jung, mehr Frauen, stilsicher oder technikaffin. Wenn ich nur eine derart schwammige Vorstellung meiner Kunden habe, wie will ich diese dann gezielt ansprechen? Wie bin ich mit meinem Leistungsangebot relevant?

Im Marketing hat es sich bewährt, für den genauen Blick auf die eigenen Kunden, Buyer Personas zu entwickeln. Ziel solcher Personas ist es, ein genaues Bild von Käufer\*innen zu erhalten, sowohl der Stamm- als auch der Neukunden. Die Herausforderung im Marketing ist, dass man eben häufig nicht genügend über die Menschen weiß. Und genau hier kommen die Personas ins Spiel.

Direkt mehr Infos zum neuen Arbeitsbuch.

**UPDATE 2:** Der das Arbeitsbuch begleitende **Email-Kurs** ist gestartet. Wenn Sie das Buch kaufen, erhalten Sie über ca. drei Wochen zusätzliche Tipps und Hilfe beim Arbeiten mit diesem Buch und ganz viel Motivation, es immer wieder in die Hand zu nehmen. Sie sind in direktem Kontakt mit mir, der Autorin, und können jederzeit Fragen stellen und

Unterstützung erhalten.

**UPDATE 1:** Die Verlosung ist erfolgt, die Bücher auf dem Weg zu den Gewinner\*innen. – Wir verlosen fünf Arbeitsbücher unter unseren Unterstützern! Wer sich also die Chance auf eines davon sichern will, sollte möglichst schnell Unterstützer werden. Die Teilnahme an der Buchverlosung ist noch bis zum 31. Mai 2020 möglich. Dafür einfach eine Mail mit vollständigem Namen, Anschrift, an die wir das Buch senden können und dem Betreff „Arbeitsbuch Personas“ an uns schicken. Wir werden die Daten nur für den Versand des Buchs verwenden. Darüber hinaus gelten unsere Teilnahmebedingungen.

Jetzt Unterstützer werden!

## Personas sind Prototypen der Kunden

Mit Personas schafft man sich Prototypen der eigenen Kunden. Im Zuge der Entwicklung von Personas trifft man plausible Annahmen über Kontext, Lebensumstände, Werte, Interessen, Gefühle und noch viele weitere Parameter. Hieraus entsteht das Bild eines lebendigen Menschen mit Bedürfnissen, Ängsten, Wünschen und Ansprüchen, die man mit eigenen Leistungen und Kommunikation adressieren kann.

Das Ziel ist es, Angebot und Ansprache (potenzieller) Kunden so auszugestalten, dass eine bessere Kundenbindung, höhere Umsätze und mehr Empfehlungen durch die Kunden erreicht werden. Und natürlich kann man auch Personas für noch nicht adressierte Kundengruppen entwickeln.

Wenn ich meine Aktivitäten eher aus dem Bauch heraus treffe, kann ich Glück haben, und erfolgreiche Dinge tun. Besser ist es jedoch, dies strukturiert, geplant und nachvollziehbar zu tun. Und dies leisten die (Buyer) Personas.

## EINFACH machen – Einfach MACHEN

Einerseits ist die Entwicklung von Personas nicht trivial und dieser Prozess kann länger dauern. Andererseits ist es aber auch lösbar, wenn man es einfach angeht. Und hierfür habe

ich ein Arbeitsbuch entwickelt, um entweder im **Selbststudium** oder auch **im Team**, eigene Personas zu entwickeln. Wichtig dabei war mir, dass es einfach ist und ohne Vorkenntnisse angewendet werden kann.

Dieses Arbeitsbuch richtet sich insbesondere, aber nicht nur, an kleine bis mittlere Händler\*innen, die sich intensiv mit ihren derzeitigen und zukünftigen Kunden beschäftigen möchten. Glauben Sie mir, Sie werden staunen, wie viel Sie über Ihre Kunden noch nicht wissen. Machen Sie doch gleich mal unseren Schnelltest. Er dauert nur zehn Minuten!

Anhand **verschiedener bewährter Methoden** werden Sie im Arbeitsbuch die für Sie relevanten Personas beschreiben und vor allem einen Blick hinter die Stirn Ihrer Kunden werfen. Die **Kriterien, die Ihre Personas zum Kauf oder Nicht-Kauf bewegen**, werden herausgearbeitet und alle diese Erkenntnisse werden auf **Ihr Angebot** angewendet. Am Ende verfügen Sie über eine oder mehrere Personas, die nun die Basis für erfolgreiche Maßnahmen bilden. Hier können Sie einen Blick in das Inhaltsverzeichnis werfen und sich eine Leseprobe ansehen.

Dieser Prozess, Personas zu entwickeln, ist nicht einmalig. Wenn Sie regelmäßig mit Ihren Personas arbeiten, sie immer wieder feinjustieren, vielleicht auch einzelne verwerfen und neue entwickeln, schaffen Sie sich ein mächtiges Werkzeug, Ihre Kunden wirklich zu verstehen und optimal anzusprechen.

## Arbeitsbuch: Einfache Entwicklung von Personas im Handel



Praxisorientiert und leicht umsetzbar

Arbeiten direkt im Buch oder im Team

Begleitender, **kostenfreier Email-Kurs**

Alle Arbeitsblätter zum Ausfüllen am PC oder Ausdrucken als Download

15+ Tipps zu Durchführung und Ideenfindung

Ihr Begleiter auf dem Weg zu Ihren Kunden

Hardcover, 54 Seiten

**Nur 34 Euro** (zzgl. Verpackung & Versand)

[Mehr Infos Gleich bestellen](#)

Für Rezensionsexemplare bitte mich direkt ansprechen

[heike.scholz@zukunfdeseinkaufens.de](mailto:heike.scholz@zukunfdeseinkaufens.de)

**Übrigens:** Mittlerweile ist ein weiteres Arbeitsbuch bei uns erschienen: [Sortimentsanalyse für stationäre Händler](#).