

**STRATEGISCHES  
OPERATIVES  
ANALYTISCHES  
B2B - B2C - B2G  
ZIELGRUPPEN  
CUSTOMER  
JOURNEY**





# ZIELGRUPPEN



## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2B

Zu berücksichtigenden Merkmale zur Zielgruppendefinition und -analyse für das Geschäftsmodell B2B im Detail:

### 1. ORGANISATORISCHE MERKMALE:

- Branchen und Sektoren: Welche Branchen und Sektoren sind potenzielle Kunden? Sind es beispielsweise Technologieunternehmen, Finanzdienstleister, Hersteller oder Bildungseinrichtungen?
- Unternehmensgröße: Wie groß sind die Unternehmen, an die Sie verkaufen möchten? Handelt es sich um kleine, mittlere oder große Unternehmen? Dies kann Einfluss auf die Kaufkraft und die Entscheidungsprozesse haben.
- Geografische Lage: Wo sind die Unternehmen ansässig? Befinden sie sich lokal, regional, national oder international? Dies kann bei der Festlegung von Vertriebsstrategien und dem Kundendienst relevant sein.
- Entscheidungsstrukturen: Wer sind die Entscheidungsträger in den Unternehmen? Welche Hierarchien und Abteilungen sind in den Entscheidungsprozess involviert? Es ist wichtig zu verstehen, wer die Kaufentscheidungen trifft und wie der Entscheidungsprozess aussieht.

# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2B

### 2. ÖKONOMISCHE MERKMALE:

- Unternehmensphase: Seit wann gibt es das Unternehmen, welches wir bedienen möchten? Ist es ein Start-Up oder ein etabliertes Unternehmen? Diese Information, kann eine Einschätzung auf die Liquidität ermöglichen.
- Finanzielle Ressourcen: Welche finanziellen Ressourcen stehen den Unternehmen zur Verfügung? Welches Budget haben sie für Produkte oder Dienstleistungen? Dies kann Auswirkungen auf die Preisgestaltung und Verhandlungen haben.
- Wirtschaftliche Bedingungen: Wie ist die wirtschaftliche Lage der Unternehmen? Ist die Branche im Aufschwung oder in der Krise? Diese Informationen können helfen, das Kaufverhalten und die Investitionsbereitschaft der Zielgruppe zu verstehen.



# ZIELGRUPPEN



## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2B

### 3. KAUFVERHALTEN

- Beschaffungsverhalten: Wie treffen Unternehmen ihre Kaufentscheidungen? Welche Kriterien sind ihnen wichtig? Spielen Faktoren wie Qualität, Preis, Service oder Innovation eine Rolle?
- Beschaffungsprozess: Wie sieht der Beschaffungsprozess aus? Gibt es komplexe Ausschreibungen oder Vertragsverhandlungen? Wer ist in den Entscheidungsprozess involviert? Die Kenntnis dieser Prozesse ermöglicht eine zielgerichtete Ansprache.

# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2B

### 4. PERSONENBEZOGENE MERKMALE:

- Position und Verantwortung: Welche Position haben die Entscheidungsträger in den Unternehmen? Welche Verantwortung tragen sie? Dies hilft bei der Identifizierung der Schlüsselpersonen und den Anforderungen ihrer Rollen.
- Branchenkenntnisse: Wie viel Fachwissen haben die Entscheidungsträger in Bezug auf Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung? Dies kann Auswirkungen auf die Art und Weise haben, wie Sie Ihr Angebot präsentieren und erklären.

**STRATEGISCHES  
OPERATIVES  
ANALYTISCHES  
B2B - B2C - B2G  
ZIELGRUPPEN  
CUSTOMER  
JOURNEY**





# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2C

Hier sind die zu berücksichtigenden Merkmale zur Zielgruppendefinition und -analyse für das Geschäftsmodell B2C im Detail:

### 1. DEMOGRAFISCHE MERKMALE:

- Alter: In welcher Altersgruppe befinden sich die Verbraucher? Gibt es spezifische Alterssegmente, die für Ihre Produkte oder Dienstleistungen besonders relevant sind?
- Geschlecht: Gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede bei den Bedürfnissen und Präferenzen der Verbraucher?
- Familienstand: Sind die Verbraucher ledig, verheiratet, in Partnerschaften oder Eltern? Dies kann Auswirkungen auf ihre Konsumgewohnheiten haben.

# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2C

### 2. SOZIOÖKONOMISCHE MERKMALE:

- Einkommen: Welches Einkommensniveau haben die Verbraucher? Gibt es verschiedene Einkommensgruppen, die unterschiedliche Kaufkraft haben?
- Bildungsniveau: Welches Bildungsniveau haben die Verbraucher? Dies kann Einfluss auf ihre Informationsbeschaffung und Entscheidungsprozesse haben.



# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2C

### 3. PSYCHOGRAPHISCHE MERKMALE:

- Interessen und Hobbys: Welche Interessen und Hobbys haben die Verbraucher? Welche Freizeitaktivitäten oder Lifestyle-Aspekte sind für sie wichtig?
- Werte und Einstellungen: Welche Werte und Überzeugungen haben die Verbraucher? Welche Faktoren sind ihnen bei ihren Kaufentscheidungen wichtig, z. B. Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung?



# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2C

### 4. KAUFVERHALTEN:

- Kanalpräferenzen: Wo und wie kaufen die Verbraucher ein? Bevorzugen sie den Online-Einkauf, den stationären Handel oder eine Kombination aus beidem?
- Kaufgewohnheiten: Wie oft kaufen die Verbraucher ein? Gibt es saisonale oder trendbasierte Muster in ihrem Kaufverhalten?



# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2C

- KI/AI kann bei der Analyse großer Datenmengen, der Identifizierung von Mustern und Trends sowie der Segmentierung der Zielgruppe unterstützen.
- Die Ressource Mensch kann jedoch durch Kundenumfragen, persönliche Interaktionen und den Aufbau von Kundenbeziehungen tiefergehende Einblicke in die individuellen Bedürfnisse und Motivationen der Zielgruppe gewinnen.
- Eine Kombination aus KI/AI und menschlicher Expertise ermöglicht eine umfassende Zielgruppendefinition und -analyse, die maßgeschneiderte Marketingstrategien ermöglicht.

**STRATEGISCHES  
OPERATIVES  
ANALYTISCHES  
B2B - B2C - B2G  
ZIELGRUPPEN  
CUSTOMER  
JOURNEY**





# ZIELGRUPPEN



## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2G

Hier sind die zu berücksichtigenden Merkmale zur Zielgruppendefinition und -analyse für das Geschäftsmodell B2G (Business-to-Government):

### 1. ORGANISATORISCHE MERKMALE

- Art der Regierungsbehörde: Handelt es sich um lokale, regionale oder nationale Regierungsbehörden? Jede Ebene hat ihre eigenen Zuständigkeiten und Entscheidungsstrukturen.
- Zuständigkeitsbereich: Welche spezifischen Aufgaben und Verantwortlichkeiten haben die Regierungsbehörden? Es ist wichtig zu verstehen, in welchem Bereich die Behörde tätig ist, um ihre spezifischen Anforderungen zu erfüllen.
- Politische Rahmenbedingungen: Welche politischen Entscheidungen und Vorschriften beeinflussen den Beschaffungsprozess bei Regierungsbehörden? Dies kann Auswirkungen auf die Beschaffungsmethoden und den Entscheidungsprozess haben.



# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2G

### 2. ÖKONOMISCHE MERKMALE

- Budgets: Welche finanziellen Ressourcen stehen den Regierungsbehörden zur Verfügung? Wie hoch sind ihre Budgets für Produkte oder Dienstleistungen? Es ist wichtig, die finanzielle Leistungsfähigkeit und die Einschränkungen der Behörden zu kennen.
- Beschaffungsprozesse: Wie verlaufen die Beschaffungsprozesse bei Regierungsbehörden? Welche Ausschreibungsverfahren und Vorschriften müssen beachtet werden? Es ist wichtig, die regulatorischen Anforderungen und den Entscheidungsprozess zu verstehen.



# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2G

### 3. KAUFVERHALTEN

Beschaffungsverhalten: Wie treffen Regierungsbehörden ihre Kaufentscheidungen? Welche Kriterien sind ihnen wichtig? Spielen Faktoren wie Qualität, Preis, Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung eine Rolle?

Ausschreibungen: Sind öffentliche Ausschreibungen ein üblicher Beschaffungsweg? Wie können Sie an Ausschreibungen teilnehmen und erfolgreich sein?

.

# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2G

### 4. PERSONENBEZOGENE MERKMALE:

Entscheidungsträger: Wer sind die Entscheidungsträger in den Regierungsbehörden? Welche Rollen und Zuständigkeiten haben sie? Es ist wichtig, die Schlüsselpersonen zu identifizieren und Beziehungen zu ihnen aufzubauen.

Fachkenntnisse: Welches Fachwissen haben die Entscheidungsträger in Bezug auf Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung? Es ist wichtig, Ihr Angebot an ihre spezifischen Anforderungen anzupassen und relevante Informationen bereitzustellen.

# ZIELGRUPPEN

## ZIELGRUPPEN DEFINITION UND ANALYSE B2G

- KI/AI kann bei der Analyse von öffentlichen Daten, der Verfolgung politischer Entscheidungen und der Automatisierung bestimmter Prozesse helfen.
- Sie können beispielsweise bei der Identifizierung von Ausschreibungen und der Verfolgung von Entscheidungsprozessen unterstützen.
- Die Ressource Mensch spielt jedoch eine entscheidende Rolle bei der Identifizierung von Schlüsselpersonen, dem Aufbau von Beziehungen zu Entscheidungsträgern und der Anpassung von Angeboten an die spezifischen Anforderungen der Regierungsbehörden.
- Durch die Kombination von KI/AI und menschlicher Expertise können Sie eine umfassende Zielgruppendefinition und -analyse im B2G-Bereich durchführen und effektive Verkaufsstrategien entwickeln.