

Definiere die Zielgruppe deiner Webseite

Anleitung zur Sofortumsetzung einer Zielgruppenanalyse für deine Webseite.

Starte mit diesem Prompt :

Anweisungen für die Zielgruppenanalyse:

Verwenden Sie die folgenden Strukturvorlagen, um eine umfassende Zielgruppenanalyse durchzuführen.

Füllen Sie jede Kategorie mit spezifischen Informationen zu der jeweiligen Zielgruppe aus. Stellen Sie sicher, dass die Informationen prägnant und relevant sind, um ein klares Verständnis der Zielgruppe zu vermitteln.

Zielgruppenanalyse

Zielgruppe: [Zielgruppenname]

Alter: [Altersgruppe in Jahren]

Anweisung: Geben Sie die spezifische Altersgruppe der Zielgruppe an (z.B., 30-50 Jahre).

Herkunft: [Geografische Region oder Nationalität]

Anweisung: Nennen Sie die geografische Region oder Nationalität der Zielgruppe (z.B., Schweizerinnen / Schweizer).

Präferenzen: [Beschreiben Sie die Hauptpräferenzen der Zielgruppe, z.B. Produkte, die sie bevorzugen]

Anweisung: Identifizieren Sie die wichtigsten Produkte oder Dienstleistungen, die die Zielgruppe bevorzugt (z.B., maßgeschneiderte Möbel, nachhaltige Materialien).

Preissensitivität: [Beschreiben Sie, wie wichtig der Preis für diese Zielgruppe ist]

Anweisung: Erläutern Sie, ob die Zielgruppe preissensitiv ist oder bereit ist, höhere Preise für bestimmte Qualitäten zu zahlen.

Interessen: [Hauptinteressen und Hobbys der Zielgruppe]

Anweisung: Geben Sie die primären Interessen und Hobbys der Zielgruppe an (z.B., Luxus, Kunstsammlung, Umweltschutz).

Soziodemografische Informationen:

Bildung: [Bildungsniveau der Zielgruppe]

Anweisung: Beschreiben Sie das typische Bildungsniveau der Zielgruppe (z.B., hohe Bildung, akademischer Hintergrund).

Einkommen: [Einkommensniveau der Zielgruppe]

Anweisung: Geben Sie das durchschnittliche Einkommensniveau der Zielgruppe an (z.B., hohes Einkommen, mittleres Einkommen).

Familienstand: [Hauptsächlicher Familienstand, z.B. ledig, verheiratet, Partnerschaft]

Anweisung: Geben Sie den üblichen Familienstand der Zielgruppe an (z.B., verheiratet, Partnerschaft).

Wohnsituation: [Beschreiben Sie, wo und wie die Zielgruppe wohnt, z.B. Wohnung, Haus, städtisch, ländlich]

Anweisung: Erläutern Sie die typische Wohnsituation der Zielgruppe (z.B., exklusive Häuser, städtische Wohnungen).

Kinder: [Ob Kinder im Haushalt vorhanden sind oder nicht]

Anweisung: Geben Sie an, ob die Zielgruppe typischerweise Kinder im Haushalt hat (z.B., häufig, eher selten).

Zweck:

[Beschreiben Sie die Hauptzwecke oder Motivationen der Zielgruppe, z.B. warum sie die Produkte kaufen]

Anweisung: Identifizieren Sie, warum die Zielgruppe die Produkte oder Dienstleistungen kauft (z.B., Repräsentation, Funktionalität).
Kommunikationsweg:

[Liste der Hauptkanäle, über die diese Zielgruppe erreicht werden kann, z.B. soziale Medien, E-Mail, persönliche Beratung]
Anweisung: Nennen Sie die effektivsten Kommunikationskanäle für diese Zielgruppe (z.B., Instagram, persönliche Beratung).
Soziale Netzwerke:


[Welche sozialen Netzwerke nutzt diese Zielgruppe am meisten, z.B. Instagram, Facebook, LinkedIn]
Anweisung: Geben Sie die bevorzugten sozialen Netzwerke der Zielgruppe an (z.B., LinkedIn, Pinterest).
Kaufmotive:

[Beschreiben Sie die Hauptmotive für den Kauf, z.B. Qualität, Design, Nachhaltigkeit]
Anweisung: Listen Sie die wichtigsten Motive auf, die die Zielgruppe zum Kauf anregen (z.B., Exklusivität, Nachhaltigkeit).
Kaufentscheidung:

[Beschreiben Sie die Hauptfaktoren, die die Kaufentscheidung beeinflussen, z.B. Preis, Qualität, Marke]
Anweisung: Identifizieren Sie die Hauptfaktoren, die die Kaufentscheidung der Zielgruppe beeinflussen (z.B., Materialqualität, Design).
Vertriebskanäle:

[Liste der Vertriebskanäle, über die die Zielgruppe ihre Produkte bevorzugt kauft, z.B. Online-Shop, Fachhandel, Direktverkauf]
Anweisung: Nennen Sie die bevorzugten Vertriebskanäle der Zielgruppe (z.B., Online-Shop, Fachhandel).

Das Ergebnis könntst du pro Zielgruppe wie folgt verarbeiten.
 Das hilft dir z.B. die Inhalte deiner Webseite auf eine bestimmte Nutzergruppe anzupassen :

Zielgruppe	Generell	Soziodemografisch	Kommunikationsweg, Soziale Netzwerke	Kaufmotive, Kaufentscheidung, Vertriebskanäle →
Luxus-Kunden 	Alter: 40+ Jahre Herkunft: Schweizerinnen/-Schweizer Präferenzen: Exklusive, massgeschneiderte Möbel, handgefertigte Stücke, Designer-Kooperationen Preissensitivität: Preis weniger wichtig, hohe Zahlungsbereitschaft Interessen: Luxus, exklusives Wohndesign, Kunstsammlung, Prestige	Sehr hohe Bildung, akademischer Hintergrund Sehr hohes Einkommen, Führungskräfte, Unternehmer Verheiratet, Partnerschaft Exklusive Häuser/Villen, grosse Wohnungen, spezielle Räume Kinder: Eher selten Zweck Einzigartige Möbel für Repräsentation Massgeschneiderte Lösungen für spezielle Wohnbereiche	Persönliche Beratung, Face-to-Face Hochwertige Kataloge, Broschüren Exklusive Events, Vorführungen Firmenwebsite, LinkedIn, Instagram Instagram: Nachhaltigkeitsthemen, Lifestyle Pinterest: Inspiration, DIY-Ideen YouTube: Anleitungen, nachhaltiges Leben Blogs und Online-Communities zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen	Exklusivität, Individualität, Prestige Materialqualität, Design, Service Direkter Verkauf, exklusive Partnerschaften

***sh—digital**