



Leidensdruck und neue Marktnischen.

Artikel von Rolf P. Gruber

Welches ist Ihre ideale Zielgruppe?

Die richtige Antwort lautet: Es ist die, welche am meisten unter einem Problem leidet. Es lohnt sich also, nicht das anzubieten, was Ihnen wichtig ist, oder was Ihnen am besten gefällt – so wie es die meisten tun – sondern das, was das grösste Leiden Ihrer Zielgruppe lindert. Wie man das macht? Lesen Sie weiter.

Hinter allen Problemen, Wünschen und Zielen Ihrer Kunden steckt das Bedürfnis nach Erfüllung*. Je stärker dieses Gefühl ist, desto mehr innerer Druck entsteht in uns Menschen. Die Frage ist also: Welche der Probleme, Wünsche oder Ziele haben bei der ausgewählten Zielgruppe die höchste Priorität?

Das Erkennen einer idealen Zielgruppe entscheidet somit über den Erfolg eines Unternehmens. Die Formel lautet: Jedes Problem, jeder unerfüllte Wunsch, jedes noch nicht erreichte Ziel einer Zielgruppe ist eine Chance. Den grössten Fortschritt für Ihr Unternehmen erreichen Sie, wenn Sie nach dem grössten Leidensdruck ihrer Zielgruppe Ausschau halten.

Merke: Die handlungsbereiteste Zielgruppe ist die, welche unter den augenblicklichen Umständen leidet.

Es lohnt sich also, neue Zielgruppen zu entdecken und bei bestehenden Ansprechpartnern tief zu graben.

Analysieren Sie die Probleme, Wünsche und Ziele Ihrer idealen Zielgruppe. Je höher die Priorität eines Problems ist, desto stärker ist das Verlangen nach einer entsprechenden Lösung. Und der Clou dahinter: Wenn es ein Problem gibt und noch keiner eine Lösung entwickelt hat, dann könnte sich dahinter eine neue Marktnische befinden.

Was Sie tun sollten: Die unten stehende Telefonnummer anrufen. Richards & Gold ist darauf spezialisiert, die tief liegenden, meist unsichtbaren Probleme Ihrer Leidenszielgruppe zu entdecken. Und Sie erhalten einen veritablen Vorsprung in die Zukunft.

Es ist Zeit zu handeln. Denn wenn Sie es nicht tun, dann tut es ein anderer.

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich
Tel.: + 41 44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch

*Quelle: Peter Sawtschenko