

Marketing im Internet

22.06.2009, 09:07 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *its-internetschule*



Gemeinsam zum Erfolg

Nur wer seine Zielgruppe kennt, weiß was der Markt von ihm verlangt.

Jede Produkt- oder Dienstleistung ist nicht für einen abstrakten Markt, sondern für Menschen bestimmt. Diese Menschen entscheiden darüber, ob das Produkt oder die Dienstleistung ein „Renner“ oder ein „Flop“ wird. Obwohl diese Menschen unterschiedliche Bedürfnisse, Wünsche und Ziele haben, scheren viele Unternehmer ihre Kunden über einen Kamm und produzieren für ein abstraktes Geschäftsfeld oder richten ihre Dienstleistungen pauschal aus.

Jedes Geschäftsfeld hat aber eine Unmenge an verschiedenen Zielgruppen. Ein Kaufhaus kann Kinderkleidung anbieten, hier wieder unterteilt in Ober- und Unterbekleidung. Die Modeboutique z. B., als Teilzielgruppe, verzeichnet einen enormen Umsatzzuwachs, weil sie sich auf eine sensible Zielgruppe in einem wichtigen Lebensabschnitt konzentriert. Diese Boutique, die einen gezielten Service anbietet, hat einen wesentlichen Vorteil: die Zielgruppenansprache ist klar und professionell und die Zielgruppe sucht nach ihr.

Eine Zielgruppenanalyse bietet die Möglichkeit einen scheinbar unüberschaubaren Markt in kleine leicht beherrschbare Teilmärkte zu untergliedern. So haben Sie die Möglichkeit, neue Positionierungsnischen zu finden. Für jedes Kleinunternehmen, für jedes Einzelunternehmen oder für jeden Networker lässt sich eine Nischenzielgruppe finden, die groß genug ist zu wachsen.

Mit einer definierten Zielgruppe werden Sie Spezialist für die Bedürfnisse und Probleme dieser Zielgruppe. Dabei ist es wichtig, nicht als Produkt-Spezialist, der alle Bestandteile und Einzelheiten des Produkts kennt, aufzutreten, sondern dass Sie als Spezialist auftreten, der sich lösungsorientiert und nicht produktorientiert positioniert - und kommuniziert.

Jedes Problem, für das der Zielgruppe noch keine Lösung geboten wurde, kann eine Marktnische sein, die den eigenen Wettbewerbsvorteil erhöht.

Tauschen Sie Krisenmanagement gegen Chancenmanagement!

Egal wo Sie hinhören, überall wird über wachsende Probleme geklagt. Auch wenn wir gelernt haben, Probleme als etwas Negatives zu sehen, bestehen hier unsere Chancen. Bedenken Sie bitte, dass für jedes Problem ganz offensichtlich noch keine Lösung gefunden wurde. Je mehr Probleme also existieren, je mehr Chancen bestehen. Werden Sie zum besten Problemlöser Ihrer Zielgruppe und bieten entsprechende Lösungen an.

Autor: Dipl. Kfm. Wilderich von Dalwigk, Eutin
<http://internetberatung.npage.de>

Portrait

Internet-Service für interaktive Anwendungen, Marketing-Strategien, Werbeformen im Internet, Optimierungsprogramme für Suchmaschinen, Vorstellung von Partnerprogrammen, Workshops für:

- E-Business und Networkmarketing
- Website-Promotion, Webhosting
- Keywordsuche / Optimierung
- Homepageoptimierung
- Suchmaschinenoptimierung
- Webkataloge / Verzeichnisse
- Homepageerstellung mit verschiedenen Programmen
- Prüfprogramme für die eigene Homepage
- Social Bookmarks, Blogs, soziale Netzwerke
- Kostenlose Programme für Jedermann

Branchenunabhängigen Internetberatung.
its-internetschule ist ein Trainings- und Business Center.

News-ID: 318910 • Views: 1809 (Stand: 17.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/318910/Marketing-im-Internet.html>