

Die W-Fragen:

- **Wer** sind meine Kunden?

Dazu sollten Sie etwas recherchieren. Als kleine Hilfe können Sie Ihre künftigen Kunden hiernach sortieren: Alter, Geschlecht, Einkommen, Familienstand, Beruf, Wohnsitz, Interessen

- **Warum** kaufen meine Kunden?

Markenpräferenzen, soziale Bedürfnisse, emotionale Bedürfnisse, Zugehörigkeitsverlangen, arbeitsbedingte Gründe, familiäre Gründe

- **Wo** kauft mein Kunde ein? Eher online oder im stationären Handel?

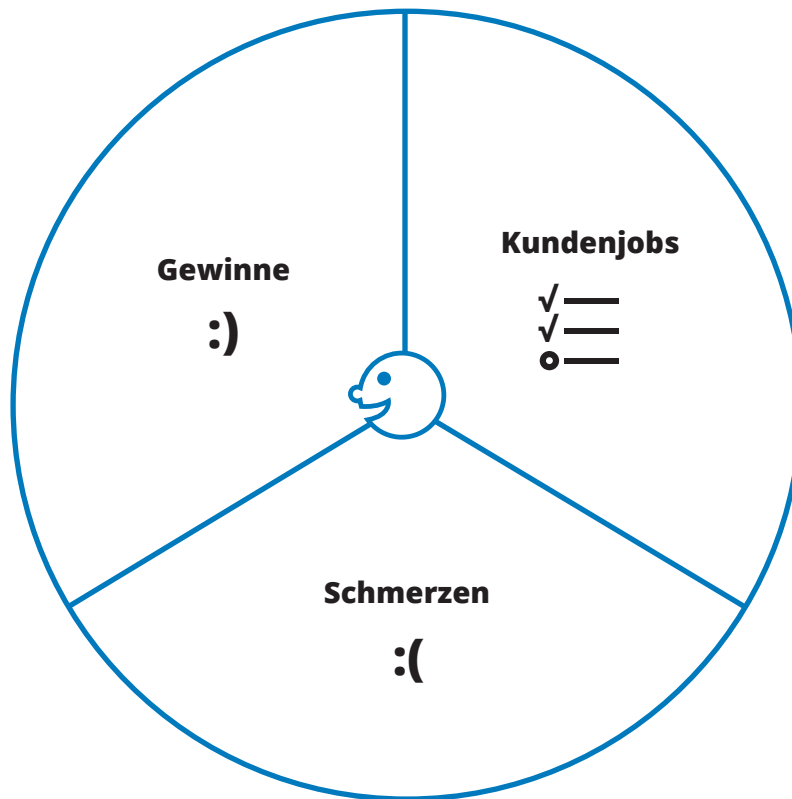
- **Wie** viel Geld gibt mein Kunde aus?

- **Wie hoch** ist das durchschnittliche Monatsgehalt meines Kunden?

- **Wie** hoch ist der Anteil, den er für Produkte ausgibt, die meinem ähnlich sind?

- Spart der Kunde eine bestimmte Summe und **wenn** ja, auf welche Weise?

Ohne Ihre Kunden direkt zu fragen, können Sie aus ihren Erfahrungen mit Ihrem Produkt oder vergleichbaren Angeboten der Konkurrenz Schlüsse ziehen. Hier finden Sie ein paar Anregungen, wo Sie ganz einfach Feedback Ihrer Bestandskunden oder die Ihrer Konkurrenz einholen können. Dazu nutzen wir das **Value Proposition Canvas**:



- Was loben und betonen Kunden in den Referenzen zu dem Unternehmen oder der angebotenen Leistung häufig?
- Welche Frage kommt oft vor, wenn es um das angebotene Produkt oder das Unternehmen geht?
- Wobei benötigen diese Kunden Hilfe?
- Welche Vorurteile bestehen gegenüber Ihrem Produkt oder vergleichbaren Produkten?
- Sorgen das Produkt oder die Dienstleistung für häufige Interaktionen auf den Social Media Kanälen?
- Welche Beiträge auf Blogs oder Social Media werden besonders häufig geklickt oder geteilt?
- Wie kommentieren und bewerten Kunden die Produkte der Konkurrenz?
- Welche Begriffe und Schlagwörter nennen diese Kunden auffallend oft und welche Schlüsse können Sie daraus ziehen?