



DAS NEUE ZIELGRUPPEN- KONZEPT

Von Kundenzentrierung ihrer Bemühungen sprechen viele Unternehmen. Doch wer Kunden in seinem Customer Care wirklich in den Mittelpunkt setzen will, muss sich intensiver mit ihnen beschäftigen. Personas können dabei eine wertvolle Hilfe sein.

Personas sind fiktive Stellvertreter einer Kundengruppe, die deren charakteristische Eigenschaften, Erwartungshaltungen und Vorgehensweisen in sich vereinen. Sie ersetzen das anonyme Zielgruppengemenge durch eine menschliche Gestalt, in die man sich gut hineindenken kann. Weshalb Personas so nützlich sind? Ohne Empathie mangelt es uns an Kreativität. So helfen Personas zum Beispiel Mitarbeitern, die nur indirekt mit Kunden zu tun haben, den Menschen hinter der Bestellnummer oder dem Aktenzeichen zu sehen. Und dort, wo nur noch mit Algorithmen gearbeitet wird, werden Datenpakete auf einmal lebendig.

Wenn Sie zum Beispiel ein Mailing texten: Stellen Sie sich die Person lebhaftig vor, der