**Ergänzen Sie Ihren Wunschkunden um „psychografische Merkmale**“, wie z.B. Emotionen, Verhalten, Lebensstil etc. Fragen Sie sich: Wie ist Ihr Wunschkunde? „neugierig“, „individuell“, „sparsam“, „poetisch“ oder „sinnlich“ etc. Hilfreich ist der Artikel [„Mit Neuromarketing treffsicher Ihre Zielgruppe ansprechen“](https://webconsulting-stuhec.com/blog/mit-neuromarketing-treffsicher-ihre-zielgruppe-ansprechen).

**Innovative** (suchen vor allem nach Neuem)

**Niedrig      Hoch**

**Performer** (verhandeln hart und streben stets nach   
dem größtmöglichen Eigenvorteil)

**Niedrig      Hoch**

**Bewahrer** (lieben das Altbewährte und scheuen   
neue Geschäftsbeziehungen)

**Niedrig      Hoch**

**Bequeme** (begeisternpraktische Produkte und Lösungen aus einer Hand)

**Niedrig      Hoch**

**B2B**

**MEIN PERFEKTER GESCHÄFTSKUNDE**

|  |  |
| --- | --- |
| Suchen Sie ein Bild aus Zeitschriften oder Internet und fügen Sie es hier ein. | **Name:** |
| **Alter:** |
| **Wohnort:** |
| **Familienstand:** |
| **Ausbildung:** |
| **Jobposition:** |
| **Finanzielle Situation:** |
| **Hobbys:** |  |
| **Vorbilder:** |  |
| **Was kann gut:** |  |
| **Probleme/Sorgen/Frustrationen:** |  |
|  |  |
| **Traum und größte Ziel:** |  |
| **Mediennutzung:** |  |
| **Internetnutzung:** |  |
| **Informationssuche wo & was:** |  |

Nehmen Sie sich ruhig Zeit und fügen Sie immer wieder eine Information hinzu. Auch Angaben zum Kommunikations- und Konsumverhalten oder ethische Vorstellungen sind wichtig und vertiefen die Persönlichkeit Ihres Avatars.

**Notieren Sie hier 3 Merkmale Ihren Wunschkunden, die Ihnen für die Zusammenarbeit besonders wichtig sind:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.** | **2.** | **3.** |