

Bevor Du mit der Vermarktung im Internet beginnst, mache Dir Gedanken, welches Produkt oder welche Dienstleistung genau Du anbieten möchtest. Für dieses Angebot kannst Du dann in einem 2. Schritt **angebotsspezifische Käuferprofile** erstellen.

**Beispiel:** Du bist Herrenausstatter und Dein Sortiment umfasst Anzüge, Hemden, Schuhe, Gürtel, Socken etc. sprich: alles, was man beispielsweise als Geschäftsmann für ein Business-Outfit benötigt. Als Haupt-Produkt für die Vermarktung wählst Du Anzüge für Geschäftsleute. Welche Käuferprofile sind nun denkbar? Neben dem gestandenen Geschäftsmann könnte es z.B. der Hochschulabsolvent sein, der seinen ersten Job antritt oder auch dessen Mutter, die den Anzug für die Bewerbungsgespräche auswählt. Entscheidend ist, dass für unterschiedliche Käuferprofile individuelle Voraussetzungen (Vorwissen, Informationsbedarf, Erwartungen etc.) vorliegen und daraus abgeleitet entsprechende Werbebotschaften entwickelt werden müssen.

Beantworte folgende Fragen:

1) Welches Produkt/ welche Dienstleistung möchtest Du vermarkten?

2) Welche Käuferprofile gibt es für dein konkretes Angebot?

Bezeichnung	Beschreibung/ Kennzeichen