

Meine Wunschkunden (Buyer Persona)

Je genauer du deine Kunden kennst, desto gezielter kannst du sie erreichen.

1. Wen möchte ich erreichen?

Mein typischer Kunde / meine typische Kundin:

Welches Problem oder welchen Wunsch hat diese Person?

Was ist ihr beim Kauf besonders wichtig?

2. Wo erreiche ich diese Menschen?

Wo informieren sie sich (online oder vor Ort)?

Welcher Satz würde ihre Aufmerksamkeit gewinnen?

3. Meine nächste Aktion

Was probiere ich in den nächsten sieben Tagen aus?

Kundenweg-Test (Customer Journey)

Betrachte dein Unternehmen einmal mit den Augen eines neuen Kunden.

01 Finden

Kann man mich leicht online oder vor Ort finden?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

02 Verstehen

Ist auf den ersten Blick klar, was ich anbiete?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

03 Vertrauen

Wirken Informationen, Bilder und Bewertungen überzeugend?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

04 Kaufen

Ist der nächste Schritt einfach und eindeutig?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

05 Wiederkommen

Gibt es einen guten Grund, erneut zu kaufen?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

Meine wichtigste Verbesserung:

Rechnet sich meine Aktion? (Deckungsbeitrag)

Mehr Umsatz ist nicht automatisch mehr Gewinn.

Ohne Aktion

Verkaufspreis je Stück (netto): _____ €

Variable Kosten je Stück: _____ €

Verkaufte Stückzahl: _____

Mit Aktion

Aktionspreis je Stück (netto): _____ €

Variable Kosten je Stück: _____ €

Erwartete Stückzahl: _____

Zusätzliche Aktionskosten: _____ €

So rechnest du:

Deckungsbeitrag je Stück = Verkaufspreis – variable Kosten

Gesamtbeitrag = Deckungsbeitrag je Stück × Stückzahl

Aktionsbeitrag = Gesamtbeitrag – zusätzliche Aktionskosten

Mein Ergebnis: Ohne Aktion _____ € | Mit Aktion _____ €

Meine Entscheidung: ☐ Testen ☐ Anpassen ☐ Lassen

Kundenbindungs-Check (Customer Retention)

Wiederkommen passiert selten ganz von allein.

- ☐ Ich halte meine Versprechen ein.
- ☐ Kunden wissen, wie sie mich bei Fragen erreichen.
- ☐ Ich frage aktiv nach Rückmeldungen.
- ☐ Ich reagiere fair und zügig auf Beschwerden.
- ☐ Ich habe einen passenden Anlass für einen erneuten Besuch.
- ☐ Ich erkenne wiederkehrende Kunden und ihre Bedürfnisse.

Was funktioniert bei mir schon gut?

Was möchte ich konkret verbessern?

Meine kleine Maßnahme für diese Woche:

Marketing-Erfolgscheck (KPIs)

Nicht alles messen. Nur das, was deine Entscheidung verbessert.

Mein Ziel (konkret und messbar):

Maßnahme / Kanal:

Zeitraum und eingesetztes Budget:

Wie viele Menschen haben reagiert oder angefragt?

Wie viele Käufe / Buchungen sind entstanden?

Welcher zusätzliche Deckungsbeitrag ist entstanden?

Fazit: ☐ Weitermachen ☐ Verbessern ☐ Stoppen

30-Tage-Marketingplan

(Action Plan)

Dein Fortschritt auf einen Blick. Trage für jeden Tag ein, was du erledigt hast.

Woche 1 · Verstehen

☐	Tag 01	
☐	Tag 02	
☐	Tag 03	
☐	Tag 04	
☐	Tag 05	
☐	Tag 06	
☐	Tag 07	

Woche 3 · Umsetzen

☐	Tag 15	
☐	Tag 16	
☐	Tag 17	
☐	Tag 18	
☐	Tag 19	
☐	Tag 20	
☐	Tag 21	

Woche 2 · Vorbereiten

☐	Tag 08	
☐	Tag 09	
☐	Tag 10	
☐	Tag 11	
☐	Tag 12	
☐	Tag 13	
☐	Tag 14	

Woche 4 · Prüfen & verbessern

☐	Tag 22	
☐	Tag 23	
☐	Tag 24	
☐	Tag 25	
☐	Tag 26	
☐	Tag 27	
☐	Tag 28	
☐	Tag 29	
☐	Tag 30	

Meine wichtigste Erkenntnis: