

C: Koordinieren von unternehmerischen Arbeitsprozessen

C4: Marketing- und Kommunikationsaktivitäten umsetzen – Praxisauftrag 1

Eigenschaften einer Zielgruppe definieren

Leistungsziele:

- Sie hinterfragen ihr persönliches Kommunikationsverhalten gegenüber betriebsinternen und externen Anspruchsgruppen und leiten geeignete Verbesserungsmaßnahmen ab. (K4)
- Sie erklären die wichtigsten online Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen zur Kundenbetreuung und -akquisition im Versicherungsbereich. (K3)

Empfehlung: Zweites oder drittes Lehrjahr / Kombinierbar mit C4_PA2

«Kommunikationsinhalte erstellen» und/oder E4_PA1 «Unternehmensspezifische Inhalte multimedial aufbereiten und überprüfen»

Praxisauftrag

Ausgangslage

Die Grundlage einer erfolgreichen Kommunikation ist immer, sich in das Gegenüber hineinversetzen zu können. Das heisst, du machst dir Gedanken darüber, an wen sich deine Kommunikationsinhalte richten und welche Eigenschaften diese Personen besitzen. Deshalb ist es wichtig, dir als erstes zu überlegen, wen du ansprechen möchtest und was die Eigenschaften dieser Zielgruppe sind. Genau das kannst du mit diesem Praxisauftrag üben.

Aufgabenstellung

Teilaufgabe 1: Suche gemeinsam mit deiner vorgesetzten Person nach einem geeigneten Produkt oder einer geeigneten Dienstleistung deines Unternehmens, anhand dessen/deren du die Zielgruppe definieren kannst.

Teilaufgabe 2: Aktiviere dein allfälliges Vorwissen zum Thema systematische Zielgruppenanalyse. Recherchiere im Internet oder frage deine Mitarbeitenden, welche Informationen bei einer Zielgruppenanalyse berücksichtigt werden müssen.



Eigenschaften einer Zielgruppe sind beispielsweise Alter, familiäre Situation, Beruf, Einkommen

Teilaufgabe 3: Nimm eine systematische Zielgruppenanalyse für das gewählte Produkt oder die Dienstleistung vor. Frage dich dabei:

- Für wen bietet sich dieses Produkt/diese Dienstleistung an?
- Welche Eigenschaften besitzt die Zielgruppe?
- Warum ist das Produkt/die Dienstleistung für diese Zielgruppe geeignet?



Berücksichtige auch weitere Punkte, die für eine Zielgruppenanalyse in deinem Betrieb relevant sind.

Teilaufgabe 4:

Suche nach Kommunikationsinhalten/-massnahmen, die dein Unternehmen im Zusammenhang mit diesem Produkt/dieser Zielgruppe veröffentlicht hat. Vergleiche deine Erkenntnisse deiner Zielgruppenanalyse.

- Entsprechen die Kommunikationsinhalte der Zielgruppe?
- Warum entsprechen diese (nicht) der Zielgruppe?

Teilaufgabe 5:

Erstelle eine Präsentation, die die Eigenschaften der Zielgruppe sowie deine Erkenntnisse der Analyse der Kommunikationsinhalte aufzeigt.

Teilaufgabe 6:

Präsentiere deine Ergebnisse deiner vorgesetzten Person. Hole Feedback zu deiner Präsentation und deinem Kommunikationsverhalten ein.

Teilaufgabe 7:

Hinterlege deine Präsentation in deiner Lerndokumentation und halte deine Erkenntnisse und deine Reflektion dazu fest.

Betriebsspezifische Vorgaben:



Kompetenzraster

Selbsteinschätzung

Leitfrage 1: Gelingt es mir, eine umfassende Zielgruppenanalyse für Kommunikationsinhalte durchzuführen?

Kompetenzkriterien

Ich versuche, sämtliche Eigenschaften der Zielgruppe zu definieren, die für den Kommunikationsinhalt wichtig sind (z.B. Alter, Lebensstil oder familiäre Situation).

Ich kann fundierte Vorschläge machen zur Frage, welche Kommunikationskanäle sich für die definierte Zielgruppe eignen.

Ich kann aus der Zielgruppenanalyse treffsicher ableiten, wie ich die Kommunikationsinhalte gestalte, sodass sie die Zielgruppe bestmöglich ansprechen.

Fremdeinschätzung

Leitfrage 1: Gelingt es ihr/ihm, eine umfassende Zielgruppenanalyse für Kommunikationsinhalte durchzuführen?

Kompetenzkriterien

Er/sie versucht, sämtliche Eigenschaften der Zielgruppe zu definieren, die für den Kommunikationsinhalt wichtig sind (z.B. Alter, Lebensstil oder familiäre Situation).

Er/sie kann fundierte Vorschläge machen zur Frage, welche Kommunikationskanäle sich für die definierte Zielgruppe eignen.

Er/sie kann aus der Zielgruppenanalyse treffsicher ableiten, wie er/sie die Kommunikationsinhalte gestaltet, sodass sie die Zielgruppe bestmöglich ansprechen.
