

# WUNSCHKUNDEN | IDEALKUNDEN

## Wunschkunden: Warum Sie wählerisch sein sollten

"Ich steh noch am Anfang, da kann ich es mir nicht erlauben, wählerisch zu sein", klingt eine der häufigsten Fehlannahmen von Existenzgründern. Überlegen Sie doch mal, wenn Sie nur ein begrenztes Budget haben und sich schnell einen Kundenstamm aufbauen wollen, wie erreichen Sie dann am besten Ihr Ziel? Fokussiert und zielgerichtet oder unfokussiert und weitgestreut? Natürlich durch einen klaren Fokus – und genau deshalb sollten Sie wählerisch sein.

Wenn Sie sich auf Ihre „Idealkunden“ konzentrieren, sparen Sie viel Zeit und Geld für Marketingaktionen, weil Sie mit Ihren Angeboten ganz gezielt auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe eingehen können. Näheres dazu in der nächsten Rubrik *Warum Kunden wirklich kaufen* (Neuropsychologische Präferenzen und Neuromarketing)

Vielleicht fragen Sie sich jetzt: „Muss man denn nicht jeden Kunden nehmen der kommt, Hauptsache es kommt Geld in die Kasse?“ Sie sollten sich von dem Irrglauben verabschieden, Sie müssten es jedem Kunden recht machen. Selbst wenn Sie immer alles versuchen und sich verbiegen, um den Erwartungen von Kunden zu entsprechen die nicht zu Ihnen passen, werden Sie deren Wünschen meist nur mäßig gerecht.

Wir laden Sie ein, unternehmerischen Mut zu beweisen. Sein Sie ab sofort wählerisch. Sie sind Ihr eigener Chef. Sie bestimmen wie Sie Ihr Unternehmen aufziehen. Sie entscheiden, mit wem Sie arbeiten wollen und wer Ihre optimale Zielgruppe ist.

Machen Sie sich klar: Nur wenn Sie authentisch sind und Ihre eigenen Bedürfnisse und Befindlichkeiten berücksichtigen, werden Sie für Ihre Kunden anziehend und interessant.

## Der Schlüssel für Ihre Anziehungskraft ist Ihre Authentizität

**Ihre Persönlichkeit, Ihr Wohlbefinden und Ihre Ausstrahlung entscheiden über Ihren Erfolg.** Um authentisch und überzeugend auf Ihre Kunden zu wirken, ist es wichtig zu wissen, wer Sie sind und welche Menschen zu Ihnen passen. Übrigens: Passend sind immer die Menschen, mit denen Sie sich wohl fühlen und die Ihnen ähnlich sind.

## So finden Sie Ihre Wunschkunden

**Finden Sie mit den folgenden Fragen heraus, welche Personen am besten zu Ihnen passen.**

- ▶ Welche Kunden inspirieren mich zu besten Leistungen?
- ▶ Welche Eigenschaften schätze ich an diesen Personen?
- ▶ Was zeichnet alle diese Menschen aus?
- ▶ Welche Gemeinsamkeiten lassen sich erkennen?

Achten Sie vor allem auf Ähnlichkeiten von Alter, Herkunft, Lebensstil, Charaktereigenschaften, politischer oder religiöser Gesinnung ...

Sie werden sehen, wenn Sie Ihre Wunschzielgruppe kennen, werden Ihnen wahrscheinlich direkt Ideen einfallen, wie Sie auf diese Zielgruppe zugehen können. Verzettelt es Vorgehen und sinnlose Investitionen in Marketing sind dann Schnee von gestern.

## **Warum lohnt sich die Arbeit mit Wunschkunden | Idealkunden**

### **1. Die Arbeit macht noch mehr Spaß**

Sie werden häufig nicht mehr merken dass Sie arbeiten, weil Sie sich mit diesen Menschen sehr wohl fühlen und gute Ergebnisse wie von selbst entstehen.

### **2. Ihre Lebensqualität steigt**

Dadurch, dass Sie mit Ihren Kunden Werte und Lebensvorstellungen teilen, werden Sie in Ihrem Tun bestärkt - Ihr Selbstbewusstsein wächst

### **3. Weiterempfehlungen sind normal**

Ihre Wunschkunden verkehren normalerweise (privat oder beruflich) in den Kreisen in denen sich weitere potentielle Kunden aufhalten. So kommen Sie leicht an Weiterempfehlungen.

Unterm Strich lässt sich sagen: Durch die Arbeit mit Wunschkunden können Sie mit weniger Aufwand schnelleren Kundenzulauf und bessere Ergebnisse erzielen.

Achten Sie mal darauf: Wer sich gegen die Fokussierung auf Wunschkunden entscheidet und keine klare Zielgruppe hat, wird häufig zum Einzelkämpfer. Er verschenkt wertvolles Potential, da er kaum auf Synergieeffekte innerhalb seiner Zielgruppe setzt – Weiterempfehlungen bleiben Mangelware.