



Fortbildung - E-Marketer:

Modul BM07: Analytische Fähigkeiten

Gruppenaufgabe:

Arbeiten Sie in 4er-Gruppen zusammen an der nachfolgenden Fallstudie:

Als Manager im Bereich Digital-Marketing der Süßwarenfirma „Sugarland“ sind Sie für die gesamte digitale Kommunikation und PR-Arbeit verantwortlich. Dazu gehören auch die Analysen, die für den Aufbau einer effektiven E-Marketing-Kampagne benötigt werden.

Zu diesem Zweck:

- 1) Versuchen Sie, die Zielgruppen Ihres Produkts zu definieren und das Profil Ihrer Käuferpersönlichkeiten festzulegen.
 - a. Welche Informationen benötigen Sie, um das Käuferprofil zu formulieren und wie würden Sie diese Informationen beschaffen?
 - b. Wie lauten die Hauptmerkmale der Käuferpersönlichkeit des Süßwarenunternehmens?

Käuferpersönlichkeiten sind fiktive, verallgemeinerte Charaktere, die die verschiedenen Bedürfnisse, Ziele und beobachteten Verhaltensmuster Ihrer realen und potenziellen Kunden verkörpern. Sie helfen dabei, Kunden besser zu verstehen.

Um Käuferpersönlichkeiten für die Marketingzwecke Ihres Unternehmens zu erstellen, erarbeiten Sie die folgenden Fragen, um sich in die Lage Ihres typischen Kunden zu versetzen und mehr Informationen über Ihre Käuferpersönlichkeit (u.a. ihre Rolle, Ziele, Herausforderungen, das Unternehmen, für das sie tätig ist usw.) zu bestimmen. Eine Person aus der Gruppe soll ein anderes Mitglied anhand des folgenden Fragebogens befragen (Annahme - Sie essen Süßigkeiten!).

Es handelt sich um Beispielfragen, die während des Interviews gestellt werden können:

Rolle	
	1) Was ist Ihre berufliche Funktion? Ihre Berufsbezeichnung/Ihr Titel?
	2) Wie wird Ihre berufliche Tätigkeit wahrgenommen ?
	3) Wie sieht Ihr typischer Arbeitstag aus?
	4) Welche Fertigkeiten sind für Ihre berufliche Tätigkeit erforderlich?
	5) Auf welches Wissen und welche Instrumente greifen Sie in

Kommentiert [JS1]: Im Original wird ‚measured‘ verwendet. Der genaue Sinn erschließt sich mir nicht, ich nehme an, dass so etwas wie Reputation/Ruf gemeint ist – ich hab es mit ‚wahrgenommen‘ etwas offener übersetzt.

Ggf. kann auch das Erfassen/Messen von Arbeitsleistung/Erfolgen gemeint sein. Allerdings erschien mir eine solche Frage unsinnig.



	<p>Ihrem Beruf zurück?</p> <p>6) Wem erstatten Sie Bericht? Wer erstattet Ihnen Bericht?</p>
Unternehmen/Organisation	<p>7) In welchem/n Industriezweig(en) ist Ihr Unternehmen tätig?</p> <p>8) Wie groß ist Ihr Unternehmen (Umsatz, Mitarbeiter)?</p>
Ziele	<p>9) Wo liegen Ihre Verantwortlichkeiten?</p> <p>10) Wie äußert sich in Ihrer beruflichen Tätigkeit Erfolg?</p>
Herausforderungen	<p>11) Was sind Ihre größten Herausforderungen?</p>
Informationsquellen	<p>12) Wie beschaffen Sie sich neue Informationen für Ihre berufliche Tätigkeit?</p> <p>13) Welche Publikationen oder Blogs lesen Sie?</p> <p>14) In welchen Verbänden und sozialen Netzwerken sind Sie aktiv?</p>
Persönlicher Hintergrund	<p>15) Beschreiben Sie Ihre persönliche Demografie (fragen Sie ggf. nach Alter, Familienstand, Kindern).</p> <p>16) Beschreiben Sie Ihren Bildungshintergrund. Welchen Bildungsabschluss haben Sie erreicht, welche Schulen haben Sie besucht und was haben Sie studiert?</p> <p>17) Beschreiben Sie Ihren beruflichen Werdegang. Wie sind Sie dorthin gelangt, wo Sie heute sind?</p>
Einkaufsvorlieben	<p>18) Wie interagieren Sie am liebsten mit Anbietern (z.B. E-Mail, Telefon, persönlich)?</p> <p>19) Nutzen Sie das Internet, um nach Anbietern oder Produkten zu recherchieren? Wenn ja, wie suchen Sie nach Informationen?</p> <p>20) Beschreiben Sie einen kürzlich getätigten Ankauf. Warum haben Sie diesen Kauf in Betracht gezogen, wie lief der Bewertungsprozess ab und wie haben Sie sich für dieses Produkt oder diese Dienstleistung entschieden?</p>



Versuchen Sie jetzt darüber nachzudenken, wer sonst noch als Käuferpersönlichkeit in Frage kommen kann. Seien Sie nicht überrascht, wenn zwei oder mehr unterschiedliche Persönlichkeiten aus Ihrer Recherche hervorgehen; genau das ist Ziel und Zweck dieser Übung.

- 1) Da eine Vielzahl von Kunden online bestellt - wie beurteilen Sie den Erfolg Ihrer Online-Marketing-Aktivitäten?
 - a. Welche Informationen müssen Sie aus Web-Analytics beziehen?
 - b. Welche Informationen möchten Sie auf welche Weise dem
 - i. Marketing-/Vertriebs-Team und
 - ii. der Führungsebene präsentieren?
 - c. Skizzieren Sie einen kurzen Web-Analytics-Bericht für beide Zielgruppen: Marketing-Team und Führungsebene.