

Keyword- & Zielgruppenrecherche

Zielgruppe & Ansprache

Ihre ideale Zielgruppe

Zielgruppenrecherche Schritt für Schritt

Zusätzlich: Konkurrenzrecherche

Die ideale Ansprache

Keyword Recherche

Google Keyword Planer

Google Suggest/autofill

Struktur vorbereiten

Resultat

Zielgruppe & Ansprache

Ihre ideale Zielgruppe

Beantworten Sie vorab folgende Frage:

- Wenn Sie sich aus Ihren aktuellen und früheren Kunden Ihre idealen Kunden aussuchen könntest, wer wäre das?

Beschreiben Sie hier alle für Sie relevanten Eigenschaften Ihres idealen Kunden.

Eine Zielgruppe wird nicht durch demographische Kriterien wie Alter, Geschlecht etc. definiert. So sind z.B. Frauen zwischen 30 und 50 keine Zielgruppe. Versuchen Sie spaßeshalber einmal, eine Anzeige zu formulieren, die all diese Frauen ansprechen würde.

Eine gute Zielgruppe ist so genau beschrieben, dass Sie jeden aus der Gruppe mit ähnlichen Argumenten abholen können. Innerhalb eines Unternehmens kann es natürlich mehrere Zielgruppen geben, die individuell abgeholt werden müssen. Wir konzentrieren uns erst einmal auf die wichtigste, Ihre idealen Kunden.

Zielgruppenrecherche Schritt für Schritt

Offline Recherche

Fragen Sie Ihre bisherigen Kunden!

- Weshalb kaufen sie so [Produkt X]?
- Weshalb bei Ihnen?
- Wofür verwenden Sie das [Produkt X]?
- etc.

Im besten Fall fragen Sie Ihre Kunden persönlich oder am Telefon, damit Sie nachfragen können. Die letzte Frage ist für Sie besonders spannend, hier können Sie erfahren, wie Ihre Produkte im Alltag eingesetzt werden und wofür. 'Zum Kochen' ist bei Küchenprodukten z.B. keine ausreichende Antwort.

- Was genau kochen sie? Welche Richtungen? Für wen?
- Wie viel Zeit verbringen sie mit Kochen?
- Welche Zutaten verwenden sie gerne? Kaufen sie z.B. überwiegend bio oder regional? Worauf achten sie bei der Auswahl der Zutaten? Und so weiter.

Online Recherche

Starten Sie mit Google mit Ihrem Hauptsuchwort und schauen Sie einfach, ob es dazu bereits Fragen, Foren, Blogartikel etc. auf den ersten 1-2 Seiten gibt. Sind die Ergebnisse zu allgemein, versuchen Sie es mit konkreteren Keyword-Kombinationen, die Ihr Angebot besser beschreiben.

Vertiefen Sie Ihre Suche mit Kombinationen aus Ihren Hauptkeywords und z.B.:

- Fragen
- Forum
- Tipps
- Erfahrungen
- Rezepte
- Warum
- etc.

Zu jeder Suche wählen Sie jeweils die Ergebnisse, die Interaktion zulassen, also vor allem Foren, Frageportale, Blogs etc. Diese öffnen Sie am besten jeweils in einem neuen Tabblatt.

Sie werden recht viele Tabs haben, die Sie anschließend alle einzeln durchkämmen können.

Wichtig:

- Erstellen Sie eine Liste all dieser Portale / Websites / Foren etc., auf denen sich Ihre vermutliche Zielgruppe über Ihre Themen austauscht.

In einer weiteren Liste sammeln Sie alle Fragen und Themen, die Ihnen bei Ihrer Recherche auffallen und die interessant sein könnten.

- Kopieren Sie jeweils den exakten Wortlaut in diese zweite Liste

Wichtig: Es geht hier nicht um die häufigsten Fragen, sondern vor allem um solche, die sehr ausführlich sind. Jemand, der sich die Zeit nimmt, ein Problem tiefgehend zu beschreiben, ist normalerweise auch sehr an der Lösung interessiert.

Diese Themenliste sollte neben konkreten Fragen zu Ihrem wichtigsten Thema auch verwandte Themen enthalten, z.B. Fragen nach Rezepten, gesunde Ernährungsstile, 'Wie mache ich meinem Kind Salat schmackhaft?' etc. (Je nach Angebot wird Ihre Liste natürlich ganz anders aussehen).

Zusätzlich: Konkurrenzrecherche

Es gibt natürlich bereits Konkurrenten, über die online vermutlich auch gesprochen wird bzw. zu denen es Bewertungen gibt. Nutzen Sie diese Informationen!

Was beschäftigt die Zielgruppe, was gefällt ihnen / gefällt ihnen nicht an der Konkurrenz?

Die ideale Ansprache

Sowie Sie wissen, worauf Ihre Hauptzielgruppe wirklich Wert legt, formuliert sich die richtige Ansprache auf der Website und in Anzeigentexten fast von selbst.

Es geht darum, genau die richtigen Argumente zu finden, die Ihre Wunschkunden gezielt ansprechen. An dieser Stelle sollen Sie noch keine kompletten Texte entwickeln, aber in Stichworten festhalten, welche Bausteine Sie später brauchen.

Keyword Recherche

Google Keyword Planer

Nutzen Sie den Google Keyword Planer, um herauszufinden, welche Keyword (-kombinationen) zu Ihren Themen gesucht werden.

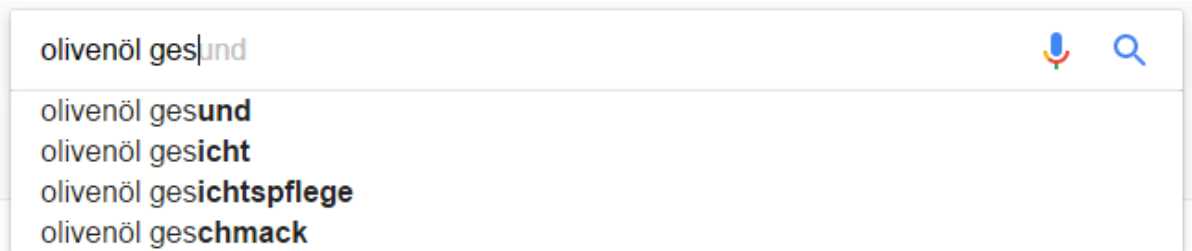
Schritt für Schritt:

Führen Sie die folgenden Schritte für jedes Thema durch.

1. Starten Sie mit einem allgemeinen Keyword, dass das Angebot gut beschreibt
2. Geben Sie es im Keyword Planer ein, Ausrichtung: Deutschland, Sprache: Deutsch, 12 Monate, erstmal ohne ausschließende Keywords oder weitere Einschränkungen
3. Wählen Sie aus der Liste alle Keywords, die Ihnen passend erscheinen, und klicken Sie auf 'Zu Plan hinzufügen'
4. Wiederholen Sie 1-3 für alle themenrelevanten Suchworte, die Ihnen einfallen
5. Laden Sie die Liste(n) herunter (Excel)

Google Suggest/autofill

Ergänzend schauen Sie jetzt noch, welche Kombinationen und Suchbegriffe Google Ihnen vorschlägt, wenn Sie Ihre relevantesten Keywords aus der eben erstellten Liste in Google eingeben.



Aber auch unterhalb der Suchresultate:

Verwandte Suchanfragen zu olivenöl gesund

olivenöl wirkung	olivenöl test
olivenöl ungesund	olivenöl gesicht
olivenöl abnehmen	olivenöl inhaltsstoffe
olivenöl morgens trinken	olivenöl kaltgepresst



Alle Suchbegriffe, die Ihnen relevant erscheinen, fügen Sie ebenfalls zu Ihrer Liste hinzu.

Resultat: Sie müssten jetzt eine recht lange Liste mit interessanten Keywords haben. Diese werden Sie im nächsten Schritt strukturieren, sodass Sie damit auch tatsächlich etwas anfangen können.

Struktur vorbereiten

Strukturieren Sie Ihre Excel Liste nach Themen und Subthemen. So können Sie anschließend die Inhalte Ihrer Website schneller und einfacher optimieren.

1. Entfernen Sie alle Spalten bis auf Keyword, monatliches Suchvolumen und eventuell Konkurrenz
2. Ergänzen Sie 2 Spalten: Kategorie und Subkategorie
3. Geben Sie jedem Keyword eine passende Kategorie und Subkategorie

Konkret für einen Webshop

Wählen Sie als Kategorie den jeweiligen Seitentyp der Website, also z.B.:

- Homepage
- Kategorieseite
- Detail/Produktseite
- Blog

Als Subkategorie würde ich das jeweilige Thema hinzufügen, das ist vor allem bei Blogthemen interessant, z.B.

- Rezepte
- Braten
- Gesund
- Abnehmen
- etc.

Bei Kategorie- und Produktseiten wählen Sie die Subkategorie so, dass Sie wissen, auf welcher Seite Ihrer Website dieses Keyword verwendet werden sollte.

Wichtig: Aufgrund dieser Keyword-Recherche kann es sein, dass die Struktur der Website verändert werden müsste, z.B., weil nach Kategorien gesucht wird, die Sie so aktuell noch nicht haben. Ist das der Fall, schreiben Sie in der Liste 'Neue Kategorie XY' dazu, natürlich mit deutlichem Namen statt XY, sodass Sie anschließend schauen können, wie Sie das auf die Website bringen.

Resultat

Am Ende dieser Aufgabe haben Sie 2 ausführliche Excel-Listen:

- Strukturierte Keyword-Recherche
- Ausführliche Zielgruppenrecherche

Und möglichst auch bereits ein Dokument, in dem Sie Textbausteine für die ideale Ansprache Ihrer Kunden gesammelt hast.

Quick Guide Online-Marketing für Einzelkämpfer und
Kleinunternehmer

Wie Sie Ihre Kunden online finden, begleiten und
begeistern

Schröer, S.

2018, IX, 126 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15938-2