

FRAGEBOGEN

Zielgruppen definieren

Die Zielgruppenanalyse ist Bestandteil der Marktanalyse. Ziel ist es ein tieferes Verständnis für die eigene Zielgruppe und deren Bedürfnisse, Lebensstile und Behandlungsmotive zu bekommen, um relevante Inhalte und Marketingmaßnahmen zu entwickeln. Es kann unterschiedliche Zielgruppen geben, die unterschiedlich angesprochen werden müssen. Die Zielgruppenanalyse ist ein kontinuierlicher Prozess und sollte in regelmäßigen Abständen wiederholt werden

01

1. Schritt: Zielgruppe definieren

- Alter
- Familienstand
- Geschlecht
- Bildung, Beruf
- Einkommen
- Wohnort bzw. Einzugsgebiet
- Sprache

Je mehr Eigenschaften Sie einbeziehen, desto konkreter wird das Bild Ihrer potenziellen Patienten und Patientinnen

02

Verhalten bei der Wahl von Gesundheitsleistungen

- Warum sucht die Zielgruppe die Praxis auf? Was sind die Motive? Krankheit, Prävention, Früherkennung ...
- Was erhofft sie sich bei Ihnen?
- Über welche Kanäle findet Sie Ihre Zielgruppe?
- Was beeinflusst ihre Entscheidung, die Praxis aufzusuchen?
- Was beeinflusst ihre Entscheidung, in ihre Gesundheit zu investieren?
- Wie hoch sind die Besuchsfrequenz?
- Gibt es Gesundheitspräferenzen?
- In welcher Lebenssituation befinden sich anvisierte Patienten und Patientinnen?
- Über welches Budget verfügt Ihre Zielgruppe, um sich Ihre Leistungen leisten zu können? Preissensitivität bzw. Preissensibilität
- Wie hoch ist das Haushaltseinkommen

P

2. Schritt:

Um Ihre Zielgruppe noch besser zu charakterisieren und herauszufinden, was Ihre Patient:innen bewegt, sollten Sie im nächsten Schritt sogenannte Personas erstellen. (siehe PDF "Patienten-Personas")