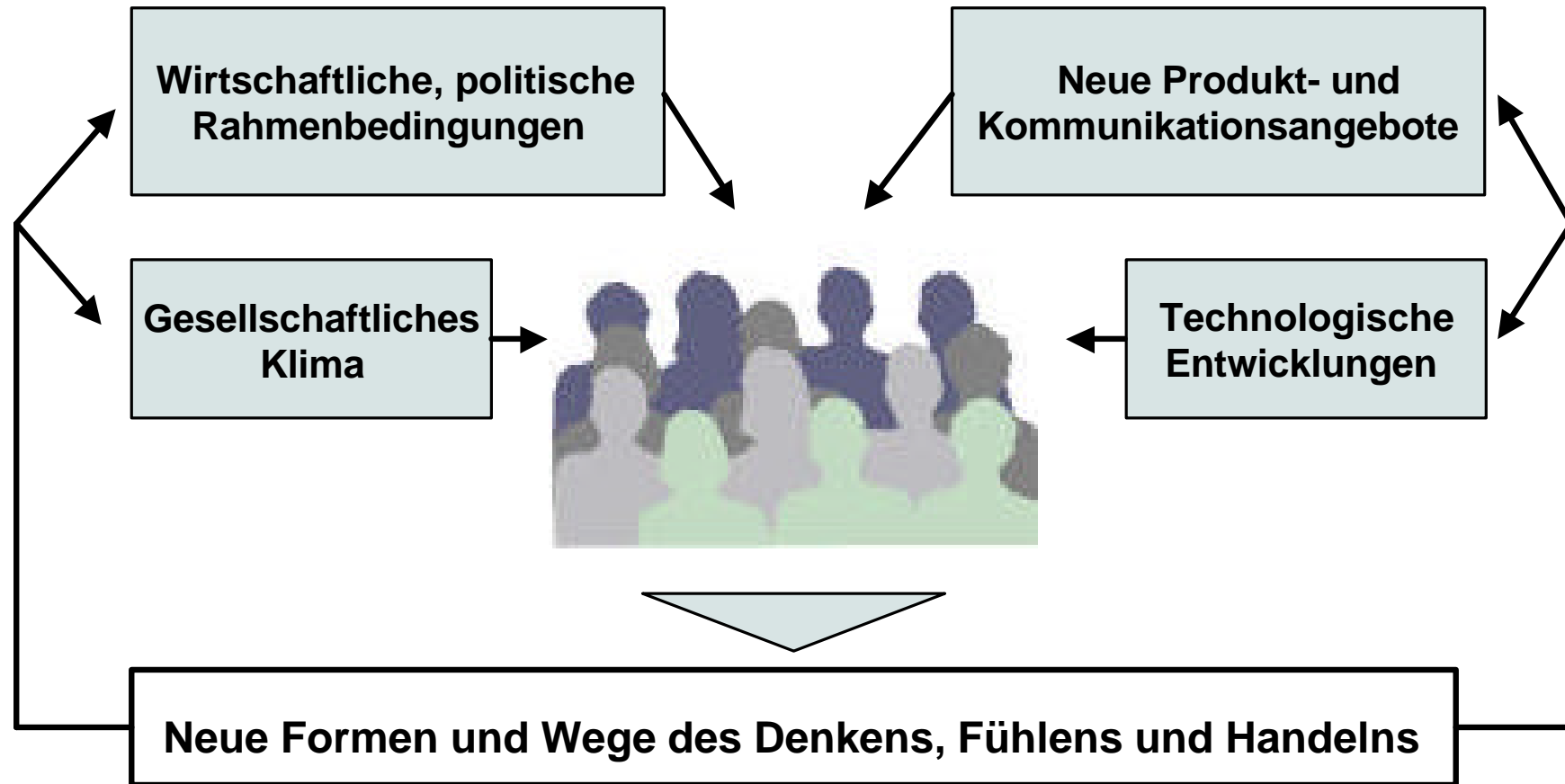


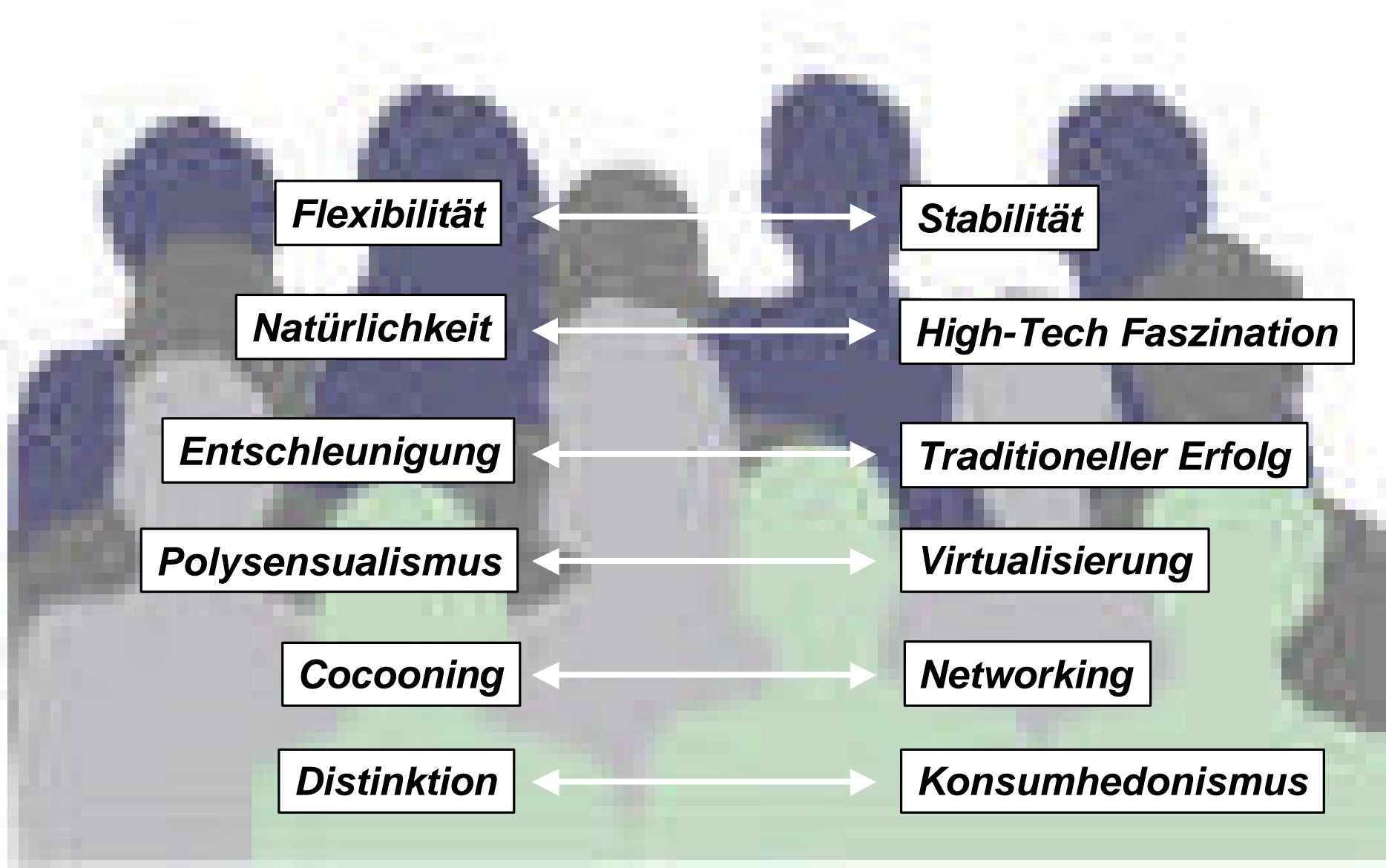


# Die Zielgruppen der Zukunft und die Praxis der Gegenwart

Vortrag beim BVM Niedersachsen  
Thomas Perry

Hannover, 3. Mai 2005



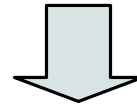


## Beispiel: Der multi-optionale Verbraucher ...



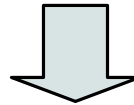
**Keine neue Zielgruppe,  
sondern komplexes und differenziertes Verbraucherverhalten**

## Vom Kopf auf die Füße



**Nicht Veränderung macht Zielgruppen,  
sondern  
Zielgruppen verändern sich**

## Vom Kopf auf die Füße

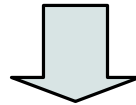


**Nicht „neu“ ist wichtig**

**sondern**

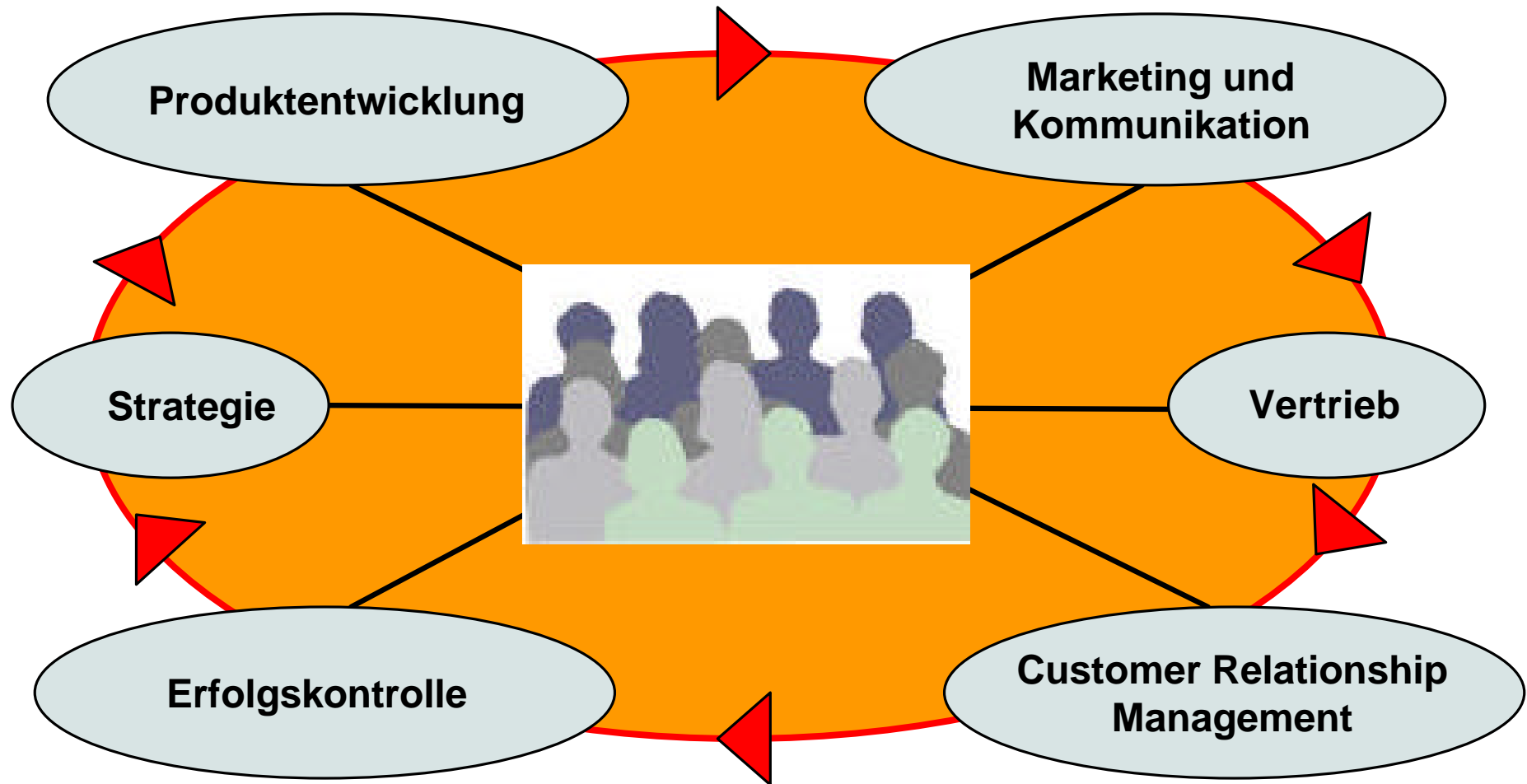
**„richtig“ ist wichtig**

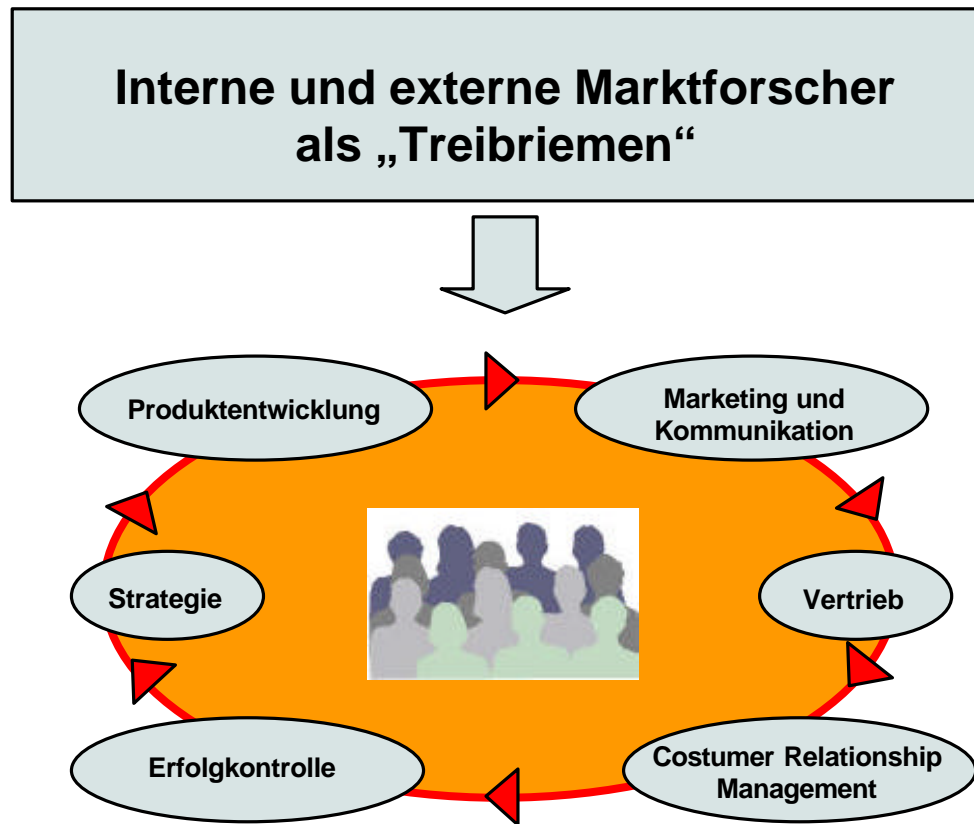
## **Was ist heute richtig, um für die Zukunft gewappnet zu sein?**



- 1. Die Zielgruppe als Dreh- und Angelpunkt für das Marketing**
- 2. Umfassendes Verstehen der Zielgruppe**

# Die Zielgruppe als Dreh- und Angelpunkt für das Marketing



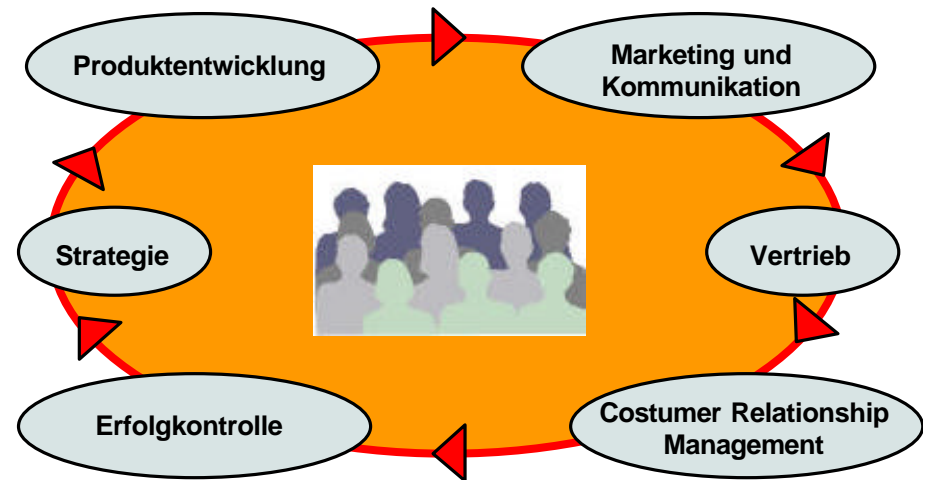


**Marktforscher müssen mehr sein als Zahlenlieferanten**

**Sie müssen Vermittler zwischen Zielgruppe und Unternehmen sein, durch alle Prozessstufen**

**Ihre Aufgabe ist die pro-aktive Beratung**

## Den „roten Faden“ verstehen



**INTELLIGENCE**

**+**

**EMPATHIE**



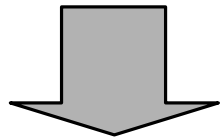
**Die Welt der Steuerungsdaten:**

- Technokratische Bausteine, die das Handwerk der einzelnen Disziplinen darstellen

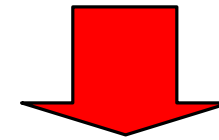
**Eindringen in die Sinnzusammenhänge aktueller und potentieller Zielgruppen:**

- Ganzheitliches Verstehen
- Aneignung der Zielgruppen über Beziehungsaufbau

**Zwei Marketingparadigmen, die die Gegenwart  
als auch die Zukunft  
der Beziehung zu Zielgruppen prägen**

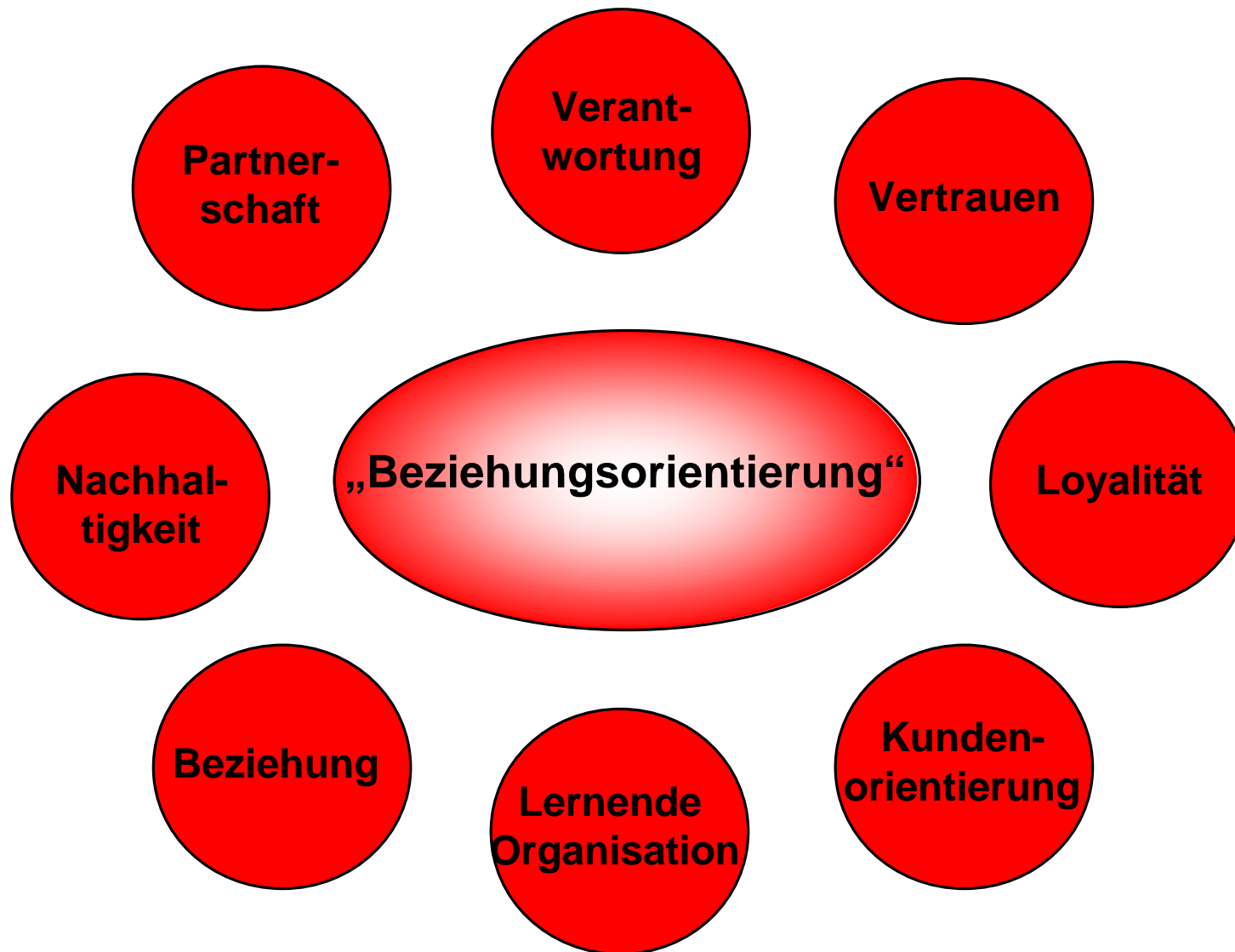


**Die Welt der  
„Marktmechanik“**






**Die Welt der  
„Beziehungsorientierung“**





## Zielgruppen der Zukunft

-  **Am Puls der Zeit bleiben, ohne sich in der Beliebigkeit der Phänomene zu verlieren**
-  **Die Komplexität der Zielgruppe reduzieren, ohne zu vereinfachen**
-  **Die Zielgruppe konsequent als roten Faden und Bindeglied der Disziplinen und Prozessstufen begreifen**

© Copyright by Sinus Sociovision GmbH, Heidelberg

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Sociovision GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet.

Sinus Sociovision GmbH  
Ezanvillestraße 59 / D-69118 Heidelberg  
Postfach 251265 / D-69080 Heidelberg

HRB 2922 Heidelberg  
Geschäftsführer:  
Dorothea Nowak, Berthold Flaig

Telefon: +49 (0) 6221-8089-0 / Telefax: +49 (0) 6221-8089-25  
E-mail: [sinus@sociovision.de](mailto:sinus@sociovision.de)  
Web: <http://www.sociovision.com>  
<http://www.sinus-milieus.de>