

Empathy Map / Zielgruppenanalyse

Für den Erfolg eines Unternehmens ist es sehr wichtig, seine Zielgruppe zu kennen. Je besser ihr eure potenziellen Kunden kennt, desto besser könnt ihr eure Angebote und Verkaufsanlässe nach ihren Bedürfnissen ausrichten und bewerben.

Die Empathy Map (Empathie-Karte) ist eine Methode der Zielgruppenanalyse, um den Kunden aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten.

Ziel ist es, sich in die Kunden hinein zu fühlen. Am besten funktioniert das, wenn ihr euch selbst (gedanklich) in ihre Situation begeben. STEP IN THE SHOES OF YOUR USER!

Fragt euch:

- Was sehen, hören, fühlen, sagen und denken unsere Kunden?
- Welche Ziele haben sie?
- Welche Werte sind ihnen wichtig?

Sammelt so viele Informationen wie möglich über eure Zielgruppe.

Ihr könnt euch in die Zielgruppe hineindenken oder auch potenzielle Kunden befragen. Teilt bei Interviews die Aufgaben unter euch auf:

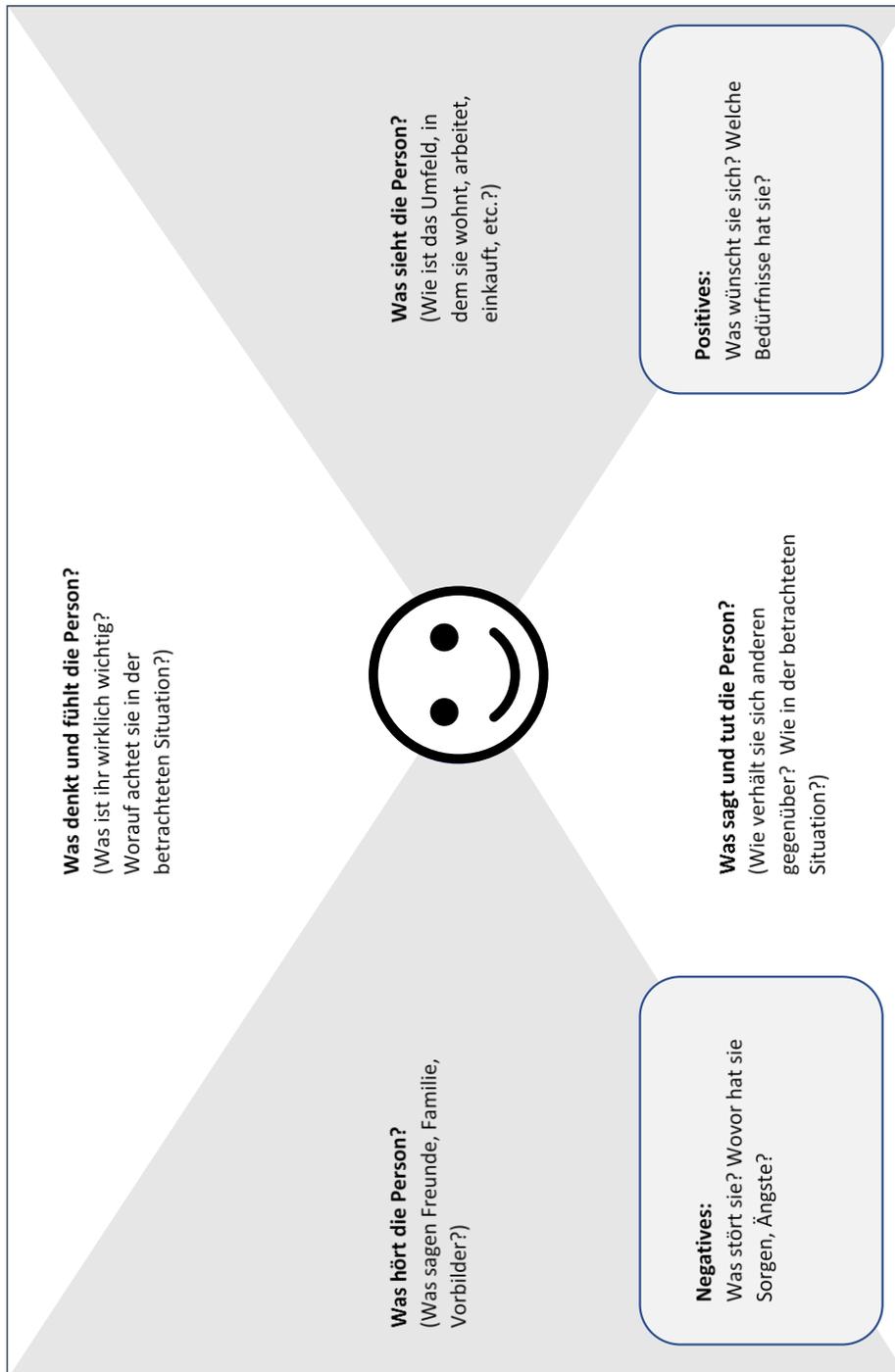
- Fragen stellen
- Antworten notieren
- interviewte Person beobachten

Hinterher fasst ihr die Ergebnisse in der Empathy Map zusammen. Zeichnet dafür die abgebildete Empathy Map (oder mehrere) auf ein großes Blatt Papier und füllt sie zusammen in ca. 1 Stunde aus.

Optional: Um es anschaulicher zu machen, könnt ihr euch einen Namen für die umschriebene Person ausdenken und in die Mitte schreiben und/oder sogar Fotos kleben.

Tipps:

1. Konzentriert euch auf die **wichtigsten Punkte** (maximal drei pro Feld).
2. Überlegt euch, in **welcher Situation** ihr die Kunden betrachten wollt. Sie sollte zu eurem Angebot passen (z. B. Besorgung von Geschenken oder Einkauf von Lebensmitteln).
3. Verwendet beim Ausfüllen der Empathy Map **keine Nomen**, denn die beschreiben oft schon die Lösungen.



Fragt euch hinterher:

- **Wie können wir der Person am besten mit unserem Angebot helfen?**
- **Mit welchen Argumenten überzeugen wir sie von uns?**

Quelle: www.gruenderplattform.de (<https://gruenderplattform.de/businessplan/zielgruppenanalyse>)

Beispiel: Schulleiterin



Bildquelle: <https://thispersondoesnotexist.com/>