



## Wie kann ich die Wünsche meiner Zielgruppe konkret auf die verschiedenen Ebenen *Haben*, *Fühlen* und *Erleben* beziehen?

---

Die wichtigste Voraussetzung dafür ist, dass du so viel wie möglich über deine Zielgruppe weißt. Deswegen ist das Bedürfnisraster in Kapitel 1 (s. auch Checkliste 1.2) so ausführlich.

Gutes Marketing kommuniziert immer, wie dein Interessent von einem negativen Vorher-Status aus einen positiven Nachher-Status erreicht – und dieser positive Nachher-Status entspricht den spezifischen Wünschen deiner Zielgruppe.

Damit du dir vorstellen kannst, wie du nun diese Wünsche aus den drei Ebenen *Haben*, *Fühlen* und *Erleben* ableiten kannst, habe ich ein Beispiel aus dem Beziehungsmarkt für Frauen vorbereitet, das du auf deinen Markt übertragen kannst.

Und daran dürfte sicherlich auch offensichtlich und deutlich werden, warum die Ebenen *Fühlen* und *Erleben* marketingtechnisch wesentlich mächtiger sein können, als sich nur auf die Ebene *Haben* zu fokussieren.

- |    |   |
|----|---|
| 1. | Haben Vorher-Status: keine glückliche Beziehung<br>Haben Nachher-Status: glückliche Beziehung                     |
| 2. | Fühlen Vorher-Status: einsam, verzweifelt und ungeliebt<br>Fühlen Nachher-Status: glücklich, geborgen und geliebt |



3. Erleben Vorher-Status: verbringen ihre Abende und Wochenenden alleine Zuhause  
Erleben Nachher-Status: verbringen romantische Candle-Light-Dinner bei Kerzenschein und romantischer Musik mit dem Mann ihrer Träume

