



Lehrjahr 2

---

## Eigenschaften der Zielgruppe definieren

---

### Praxisauftrag

---

#### Handlungskompetenz c4: Marketing- und Kommunikationsaktivitäten umsetzen

##### Ausgangslage

Die Grundlage einer erfolgreichen Kommunikation ist immer, sich in das Gegenüber hineinversetzen zu können. Deshalb ist es wichtig, dass du dir immer als Erstes überlegst, wen du ansprechen möchtest und was die Eigenschaften (z.B. Alter, soziales Umfeld, Beruf und Kaufverhalten) dieser Zielgruppe sind. Das sind Zielgruppenanalysen. Solche Analysen kannst du mit diesem Praxisauftrag üben.

##### Aufgabenstellung

<b>Teilaufgabe 1</b>	Suche nach einem geeigneten Produkt oder einer geeigneten Dienstleistung des Betriebs, für das bzw. die du die Zielgruppe definieren kannst.
<b>Teilaufgabe 2</b>	<p>Nimm eine systematische Zielgruppenanalyse für dieses Produkt oder die Dienstleistung vor.</p> <p>Finde heraus, für wen ihr das Produkt oder die Dienstleistung anbietet. Welche Eigenschaften macht die Zielgruppe aus und wieso ist das Produkt oder die Dienstleistung für diese Zielgruppe geeignet?</p> <p>Berücksichtige auch weitere Punkte, die für eine Zielgruppenanalyse in deinem Betrieb relevant sind.</p>
<b>Teilaufgabe 3</b>	Erstelle eine Übersicht, welche die Eigenschaften der Zielgruppe aufzeigt.
<b>Teilaufgabe 4</b>	Dokumentiere und reflektiere deine Ergebnisse in deiner digitalen Lerndokumentation.

##### Hinweis zur Lösung

Wie du eine Zielgruppenanalyse durchführst, liest du im Handlungsbaustein «Marketing- und Kommunikationsaktivitäten umsetzen».



Kauffrau/Kaufmann EFZ Dienstleistung und Administration (DA)  
Employé-e de commerce CFC Services et administration (SA)  
Impiegata/impiegato di commercio AFC Servizi e amministrazione (SA)

## **Organisation**

Führe deinen Praxisauftrag direkt in deinem Arbeitsalltag anhand eines konkreten Falls oder einer konkreten Situation aus der Praxis aus.

Für die Dokumentation deines Vorgehens benötigst du je nach Aufwand zwischen 30 und 90 Minuten.