Überraschung: Ihre Zielgruppen

Die Zielgruppe ist der Weg

Sie haben Produkte. Sie haben bunte Flyer. Aber haben Sie auch eine Zielgruppe? Und weiß diese, was sie an Ihnen hat?

Lernen Sie die wichtigsten Zielgruppen der Zukunft kennen. Erfahren Sie alles über deren geheime Wünsche, Bedürfnisse, Werte und Gefühle. Dieses Wissen ist Gold wert. Unsere Praxisbeispiele zeigen, wie Sie mit konsequenter Zielgruppenorientierung und unkonventionellen Methoden die Köpfe und Herzen der Kunden gewinnen.

Setzen Sie sich neue Ziele

Das erwartet Sie in der nächsten Dialog-Werkstatt:

- **Klein und fein**
  Wie Kleinunternehmer Nischen erfolgreich besetzen
- **Werte schaffen Mehrwert**
  Wie Sie gezielt Werte Ihrer Zielgruppe ansprechen
- **Gute Menschen mit Geld**
  Alles wird grün: die Zielgruppe der Lohas setzt auf einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil
- **Silber hat goldenen Boden**
  Wie Sie vom demografischen Wandel profitieren und die Generation 50plus erobern
- **Erfahrungsschätze der Silver Worker**
  Weshalb viele Unternehmen verstärkt nach älteren Mitarbeitern suchen
- **Gemeinsam geht's besser**
  Frisch ans Netzwerk: Beste Chancen für zielgruppenspezifische Allianzen

Kontakt:

Niedersächsisches Ministerium für
Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Friedrichswall 1
30159 Hannover

www.dienstleistungsoffensive.niedersachsen.de

WiN
WIRTSCHAFT IN NIEDERSACHSEN

DIE DIENSTLEISTUNGS-OFFENSIVE

Zukunftsmärkte erkennen und erobern

50plus und Lohas: Gesundheit und Nachhaltigkeit als Konsumtreiber

Kampagne III/2010

Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Rosige Zeiten mit Silber und Grün

Machen Sie sich ein Bild von Ihrer Zielgruppe

Je besser Sie Ihre Zielgruppen kennen, desto „passender“ können Sie Ihre Dienstleistungen gestalten und vermarkten. In hart umkämpften Märkten eröffnet Ihnen Zielgruppen-Marketing neue Wege, dem ruinösen Preiskampf des Massenmarkts zu entkommen. Zwei Marktsegmente sind dabei besonders attraktiv.

Silber ist bunter als Sie denken

Good old Germany kommt in die Jahre: Der demografische Wandel führt nicht nur zu silbernen Schläfen und Sorgenfalten. Er bietet auch Chancen. Die konsumfreudige Generation jenseits der 50 ist aktiver als viele vermuten. Allerdings auch anspruchsvoller.

Wir sagen Ihnen, wie Sie Deutschlands größte und vermögendste Zielgruppe erreichen können, welche Motive Sie ansprechen sollten und welche Fehler Sie vermeiden müssen.

Setzen Sie auf Grün

Bio-Produkte im Supermarkt waren erst der Anfang. Die neue grüne Welle der „Lohas“ konsumiert umwelt- und gesundheitsbewusst. Aber mit Genuss. Aus diesem Bewusstsein erwachsen für Sie neue Chancen.

Welche Farben und Farbkombinationen den Markt von morgen noch prägen, erfahren Sie in der nächsten Dialog-Werkstatt.

Wirtschaft in Farbe: die Dialog-Werkstatt

Farbe bekennen

Erfolg gedeiht in der Nische. In dieser können Sie sich als Spezialist profilieren und vom Wettbewerb absetzen. Doch wie finden Sie diese Lücken? Wie entwickelt man ein klares Profil, dass für die Zielgruppe attraktiv ist?

Kontrast-Programm: Theorie trifft Praxis

Bekanntlich ist alle Theorie grau. Auch im Marketing. Doch mit Erfahrung kommt Farbe ins Wirtschaftsleben. Und das Praxiswissen unserer Referenten ist Gold wert: Marktforscher, Unternehmer und Innovations-Forscher zeigen Ihnen unter anderem anhand von bewährten Beispielen neue Ansätze und Möglichkeiten.

Besser im Bilde

Kurz und kompakt erfahren Sie alles Wichtige über Zielgruppen-Milieus und Typologien. Welche Regeln sollten Sie beachten? Welche Strategien sind sinnvoll? Wie könnte Ihr Marketing-Mix aussehen?

Spannende und überraschende Antworten gibt die nächste Dialog-Werkstatt. Melden Sie sich am besten gleich an.

Zentrale Dialog-Werkstatt am **9. September 2010 in Hannover.**

Informationen und Anmeldung:
www.dienstleistungsoffensive.niedersachsen.de

Exklusiv für Kleinunternehmen: die Dienstleistungsoffensive

Einladung zur Hauptversammlung leidenschaftlicher Kleinunternehmer

Der Dienstleistungssektor ist Niedersachsens treibende Wirtschaftskraft. Zwei Drittel der Bruttowertschöpfung gehen auf sein Konto. Flexible Kleinst- und Kleinunternehmen stoßen mit frischen Ideen und viel Leidenschaft in Marktnischen, erobern neue Geschäftsfelder, schaffen neue Arbeitsplätze.

Ideen und Know-how. Das trifft sich gut.

Leidenschaft allein reicht allerdings nicht aus. Das Wirtschaftsministerium unterstützt Sie, indem es Ihnen Zugang zu speziellem Know-how und entsprechendem konzeptionellen Handwerkszeug bietet. Denken Sie nicht nur im stillen Kämmerlein, tauschen Sie Ihr Wissen und Ihre Erfahrungen aus. Wenn Kleinunternehmer und Marketing-Experten ihre Köpfe zusammenstecken, entstehen die besten Ideen!

Hier kommen die Richtigen zusammen

- Kleinst- und Kleinunternehmen im Dienstleistungssektor
- Max. 49 Mitarbeiter und 10 Mio. Euro Jahresumsatz