

08. JANUAR 2010

## Die Zielgruppe Frau richtig ansprechen

von **SUSANNE KLEINHENZ**

**Schlagwörter:** [Zielgruppe](#), [Zielgruppe Frauen](#), [Zielgruppenansprache](#)

Die Zahl der selbständigen Frauen steigt stetig und liegt mittlerweile bei 30,6 %, auch der Anteil von Frauen in Entscheidungspositionen ist in den letzten Jahren gestiegen. Europaweit sitzt in jeder dritten Führungsposition eine Frau. So wie sich das Bild und die Stellung der Frau in Gesellschaft und Geschäftswelt ändern, so ändern sich auch ihre Ansprüche und finanziellen Möglichkeiten. Damit steigen die Anforderungen an Sie – egal ob im Bereich Marketing, Beratung oder Verkauf!

### Neue Kunden durch Google

Erreichen Sie Zielgruppen, die nach Ihren Produkten suchen: Anmelden!  
[AdWords.Google.de](http://AdWords.Google.de)

### Frauen treffen

Alle Partnerbörsen auf einen Blick! 1.kostenlos vergleichen 2.anmelden  
[www.Frauen.Preisvergleich.de](http://www.Frauen.Preisvergleich.de)

### Dienstleistungsmarketing

mobile Geschäftsstelle Beratung und Information vor Ort  
[www.traderunner.de](http://www.traderunner.de)

### Linx - das B2B Portal

Hier werben Sie kostenlos für Ihre Produkte!  
[www.linx.de](http://www.linx.de)

Google-Anzeigen

Frauen erwarten von guten Beratungs- und Verkaufsgesprächen inhaltliche Kompetenz, verkäuferische Transparenz, Empathie und Eloquenz. Darin unterscheiden sich Frauen nicht von Männern. Aber Frauen wollen mehr davon! Dazu meine „Goldenen 7 Regeln“ – speziell für männliche Kollegen.

### Regel 1: Lernen Sie die „3 neuen K“!

Nicht mehr Kinder, Küche, Kirche bestimmen das Leben der modernen Frau, sondern Kompetenz, Karriere, Konsum. Verstehen Sie, dass Frauen kompetente Entscheidungen treffen: Viele Frauen ärgern sich über verständnislose Verkäufer oder Berater, die sie nicht ernst nehmen.

### Regel 2: Stellen Sie sich auf mehr Fragen ein!

Wer fragt, führt. Und in diesem Fall sind das meist die Frauen! Dafür gibt es verschiedene Gründe: Zum ersten verschaffen sich die Kundinnen so (Entscheidungs-)Sicherheit. Zum zweiten hinterfragen Frauen Produkte und Angebote, auch bezüglich ökologischer oder ethischer Aspekte. Geduld und Detailwissen sind darum wichtig!

### Regel 3: Frauen stellen höhere Ansprüche an Sie!

Lernen Sie „weibliches Denken“ zu übernehmen. Und das heißt:

Machen Sie sich klar, dass Frauen lieber kooperieren als konkurrieren und eher vernetzt-logisch als linear-logisch denken! Darum verbalisieren Frauen auch Vor- und Nachteile der Produkte oder Leistungen, die Sie vorschlagen bzw. vermarkten: Sie erstellen sich so ein Gesamtbild. Im Verkauf heißt das: Abschlussphrasen bringen Sie hier nicht weiter, denn Frauen entscheiden mit Kopf und Bauch – und lassen sich nicht zu Entscheidungen drängen. Für das Marketing bedeutet dies, die Aspekte in punkto Verlässlichkeit, (Umwelt-)Verträglichkeit und Verständlichkeit Ihres Produktes in den Vordergrund zu stellen.

### Regel 4: Verstehen Sie die Motive und Ziele!

Frauen planen und handeln anders als Männer: Geld ist Mittel zum Zweck, zum sozialen Engagement oder zur eigenen Absicherung resp. der Sicherung der Familie, aber auch zum genussvollen Leben. Lernen Sie die wahren Motive und Ziele der Kundinnen kennen, um besser argumentieren zu können.

## Über den Autor



### Susanne Kleinhenz

Susanne Kleinhenz ist als Leiterin der [live-academy](#), dem Bildungszentrum der HDI-Gerling Leben und Aspecta für Makler, Mehrfachagenten und Finanzdienstleister, eine Frau, die in einer Männerbranche sehr erfolgreich ist. Eine Frau, die sich zudem als Referentin, Trainerin, Coach und Autorin Gehör verschafft. In ihren Büchern zeigt sie konkret, fundiert und humorvoll die Unterschiede zwischen Männern und Frauen im Business auf und regt dazu an, von einander zu lernen.

[Website von Susanne Kleinhenz](#)

## Themen

Controlling & Finanzen	Public Relations (PR)
E-Business	Qualitätsmanagement
Einkauf & Beschaffung	Recht
Management	Soft Skills
Marketing	Unternehmensgründung
Personal	Vertrieb
Projektmanagement	Abseits

## Immer auf dem Laufenden

RSS

Twitter

Facebook

## Top Artikel Neue Artikel

1. Zielgruppendefinition - Wie bestimme ich meine Zielgruppe?
2. Was verrät uns das Gesicht über den Charakter eines Menschen?
3. Erfolgreiche Teamzusammenstellung
4. Tipps für mehr Selbstbewusstsein und Ausstrahlung!
5. How to: Umsatzsteigerung mit System

ANZEIGE



## Bücher Marketing

- [Grundlagen des Marketing](#)

von Philip Kotler, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong
- [Zukunftstrend Empfehlungsmarketing: Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten](#)

von Anne M. Schüller
- [Praxisorientiertes Marketing: Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele](#)

von Ralf T. Kreutzer

## News

## Regel 5: Berücksichtigen Sie die Lebenssituation umfassend!

Das gilt besonders für diejenigen von Ihnen, die Finanzdienstleistungen anbieten: Frauen haben oftmals Brüche in den Erwerbsbiografien – oder rechnen damit. Mutterschaft, Pflege von Familienangehörigen: Langfristig laufende Finanzprodukte müssen entsprechend flexibel gestaltet sein. Das heißt z. B. flexible Beitragssätze, die sich den aktuellen Lebensumständen anpassen können, sind gefragt.

Aber auch für alle anderen Branchen gilt: Frauen sind flexibel und können innerhalb von Sekundenbruchteilen von Chefin auf Hausfrau wechseln oder beides gleichzeitig sein. Flexibilität und Multitaskingfähigkeit sind wundervolle Eigenschaften – passen Sie sich bzw. Ihre Produkte an!

## Regel 6: Bieten Sie das Rundum-Sorglos-Paket!

Sind Kaufentscheidungen einmal gefallen, möchten sich die meisten Frauen – im Gegensatz zu den Männern – nicht mehr darum kümmern. Frauen erwarten ein hohes Maß an Nachvollziehbarkeit, Transparenz und „Pflegeleichtigkeit“ der Produkte.

## Regel 7: Behalten ist leichter als gewinnen!

Es ist leichter, eine Frau als Kundin zu behalten, als sie zurück zu gewinnen. Aggressives Marketing, forsche Abschlussorientierung, Kommunikationstricks oder plumpes Eingeschmeichel erzeugen nur Abwehr! Weibliche Berater, Vertriebsmitarbeiter oder Marketeers verstehen die Ansprüche von Kundinnen a priori vielleicht besser, doch das können ihre männlichen Kollegen durchaus wettmachen. Entwickeln Sie Ihre empathischen, sozialen und kommunikativen Fähigkeiten. Prüfen Sie sich auf etwaige Vorurteile – und werfen Sie sie über Bord. Wer die Kundin wirklich wahrnimmt, wird sie auch gewinnen und mehr noch! Wenn Sie eine Frau von Ihrer Beratung bzw. Ihrem Produkt überzeugen konnten, empfiehlt sie Sie an ihre Freundinnen weiter.

Industrieproduktion steigt um 0,7%

Industrieländern droht Insolvenz, falls keine Maßnahmen erfolgen

Arbeitslosenquote im Euroraum bei 10%

GM will 2010 zurück in die Gewinnzone

Ford mit Absatzrekord in China

Microsoft stellt neuen Tablet-PC vor

Deutscher Einzelhandel – Im Griff der Krise

[Weitere Meldungen »](#)