Interviewleitfaden für Meinungsführer

Ihre ersten Fragen sollen die wichtigsten Herausforderungen Ihres idealen Zielkunden aufzeigen.

- Welche Umwälzungen finden im Moment in Ihrem Umfeld statt?
- Was sind die größten Herausforderungen, mit denen Sie aktuell konfrontiert sind?
- Wie gehen andere in Ihrer Branche mit den Veränderungen um?
- Wie könnte ein Finanzberater Ihnen bei der Lösung ihrer Probleme, oder beim Erreichen ihrer finanziellen Ziele am besten helfen?

Die nächsten Fragen helfen Ihnen, zu verstehen, wie Sie ihren Zielkunden am besten ansprechen

- Die Art von Kunden, von denen ich glaube, dass sie am meisten von meinen Dienstleistungen profitieren könnten, sind _____. Was könnte ich diesen Menschen Entscheidendes sagen, damit diese Menschen etwas unternehmen, um ihre finanziellen Herausforderungen zu lösen?
- Wenn Sie ich wären, wie würden Sie die Menschen darauf aufmerksam machen, dass Sie ihre dringendsten finanziellen Herausforderungen lösen können?
- Wo würde ich Menschen aus dieser Nische am wahrscheinlichsten finden?
- Wenn Sie ich wären, mit welchen spezifischen Kundengruppen würden Sie in der Nische zusammenarbeiten? Warum?

Diese Fragen helfen Ihnen zu verstehen, wo es Möglichkeiten gäbe, Kontakt zu Mitgliedern der Nische herzustellen

- Zu welchen sozialen Organisationen gehören Mitglieder der Zielgruppe und deren Ehepartner in der Regel?
- Welche Sportarten oder Aktivitäten üben sie im Allgemeinen gerne aus?
- Welche Publikationen lesen sie gerne?

Die folgenden zwei Fragen identifizieren Ihre Konkurrenten in der Nische und deren Wertversprechen

- Mit welchen anderen Finanzberatern arbeiten Mitglieder der Nische zusammen?
- Was bieten diese Finanzberater, was Teile der Zielgruppe dazu bewegt, mit ihnen zusammenzuarbeiten?

Mit den nächsten Fragen erfahren Sie, wie sie an Glaubwürdigkeit gegenüber den Nischenmitgliedern gewinnen können

- An welchen Branchenveranstaltungen nehmen Mitglieder der Zielgruppe normalerweise teil? Kennen Sie einen der Organisatoren dieser Veranstaltungen, mit denen ich sprechen könnte?
- Kennen Sie die Fachpublikationen, die von der Zielgruppe am häufigsten gelesen werden? Kennen Sie Redaktionsmitglieder, mit denen ich sprechen könnte?

Diese Frage hilft ihnen, andere Experten zu finden, mit denen Sie möglicherweise strategische Allianzen eingehen könnten, um den Nischenmitgliedern besser zu dienen

- Mit welchen anderen Beratern wie Rechtsanwälten oder Wirtschaftsprüfern arbeiten Mitglieder der Nische oft zusammen? Können Sie sich vorstellen, mich mit einem von ihnen bekannt zu machen, damit ich ihnen ein paar Fragen zur Marktforschung stellen kann?

Ihre letzten zwei Fragen sollen weitere mögliche Wissensquellen identifizieren

- Gibt es andere Menschen wie Sie, die über ein tiefes Wissen über diese Nische verfügen, an die ich mich wenden sollte, um mehr darüber zu erfahren, was ich tun könnte, um der Zielgruppe besser zu dienen?
- Wenn Sie ich wären; gibt es noch andere Fragen, die Sie an meiner Stelle fragen würden?

Dies ist ein unverbindliches Muster und evtl. nicht passend für Sie als Einzelperson oder/und Ihr Unternehmen.