



GfK Roper Consumer Styles
 Wählen Sie Ihre Zielgruppe danach aus, wie sie tickt.

Dank den GfK Roper Consumer Styles definieren Sie Ihre Zielgruppen danach, was die Menschen interessiert, worauf sie reagieren und wie sie sich verhalten. So schärfen Sie Marketing, Kommunikation und Vertrieb – für mehr Umsatz bei weniger Budgeteinsatz.

Ihre Zielgruppe nach soziodemografischen Merkmalen wie Alter, Einkommen, Ausbildung u.a.m. zu definieren, ist zwar sinnvoll, greift aber zu kurz. Volle Power für Ihr Marketing erreichen Sie, wenn Sie berücksichtigen, was Ihre Zielgruppe antreibt und was ihr wichtig ist – da kommen die GfK Roper Consumer Styles ins Spiel.

Die GfK Roper Consumer Styles (RCS) beschreiben acht Menschen-Typen anhand Ihrer Lebensstile. So bilden Sie Zielgruppen, die für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung hoch affin sind. Zudem leiten Sie von den RCS ab, über welche Kanäle und auf welche Weise (Text, Gestaltung usw.) Ihre Kommunikation am effektivsten funktioniert. Das freut Marketing und Vertrieb – und bringt mehr Umsatz.

Die acht Lebensstile der GfK Roper Consumer Styles

- | | |
|----------------|---|
| Träumer | Traum vom grossen Glück |
| Häusliche | Wunsch nach materieller Sicherheit und Status |
| Bodenständige | Sehnsucht nach Frieden und Harmonie |
| Anspruchsvolle | zwischen Verantwortung, Pflicht und Lebensgenuss |
| Kritische | Suche nach Nachhaltigkeit und Selbstverwirklichung |
| Weltoffene | zwischen Selbstverwirklichung, sozialer Verantwortung und Vergnügen |
| Abenteurer | Leidenschaften leben |
| Realisten | harte Arbeit und Verantwortung |

Die Lebensstile der GfK Roper Consumer Styles sind auf einer vierpoligen Karte angeordnet. Ihre Platzierung zeigt die konsumrelevanten Werte der jeweiligen Zielgruppe auf. Entdecken Sie jetzt Ihre RCS-Potenziale auf shop.az-direct.ch. Und laden Sie Ihre gewünschten Adressen gleich herunter. Gerne beraten wir Sie auch persönlich. Wir sind so nah wie Ihr Telefon – rufen Sie uns an: 041 248 44 44.