

## Übung: „Train the Trainer Workshop“

### Zielgruppe

- Verkaufsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter in Telekommunikationsunternehmen

### Ziele

- Kennenlernen der Besonderheiten der Zielgruppe Seniorinnen und Senioren
- Gemeinsames Verständnis für den Umgang mit der Zielgruppe aufbauen

### Umsetzung

#### Vorbereitung

Bereiten Sie einen Raum mit einem Flipchart, einem Beamer und Stiften für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vor. Drucken Sie für jede Teilnehmerin/jeden Teilnehmer die Unterlage „Gemeinsame Checkliste“ aus um zum Abschluss der Übung diese gemeinsam ausfüllen zu können.

#### Phase 1: Vorstellung - Warum ist die Zielgruppe relevant

Schaffen Sie für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein gemeinsames Verständnis dafür, warum die Zielgruppe relevant ist. Sie können sich dabei an der bereitgestellten Präsentation „Zielgruppe und Besonderheiten“ orientieren.

Folgende Fragen können hierbei hilfreich sein:

- Wie hoch ist der Anteil der Zielgruppe in meinem Markt?
- Merke ich eine Veränderung, nimmt sie zu oder ab?

#### Bevölkerungspyramide für Österreich nach Alter



Abbildung 1: Bevölkerungspyramide

#### Phase 2: Gemeinsames Brainstorming zu den Besonderheiten der Zielgruppe

Erarbeiten Sie nun an einem Flipchart im Plenum die Besonderheiten der Zielgruppe. Orientieren Sie sich hierzu an der Unterlage „Besonderheiten der Zielgruppe“ in denen bereits Stichworte vorgegeben sind.

- 1) Heterogenität: Es gibt nicht die eine Zielgruppe der Seniorinnen und Senioren, sondern sie unterscheiden sich je nach soziodemografischen Merkmalen (Bildung, Alter (Biologisches vs. Subjektiv wahrgenommenes Alter), Geschlecht)

- 2) Anschaffungsmotive: Es gibt entweder die Eigenmotivation oder die Motivation von außen. Vor allem die zweite Zielgruppe benötigt zusätzliche Unterstützung.
- 3) Altersbedingte Einschränkungen: Sehvermögen & motorische Fähigkeiten & kognitiven Fähigkeiten sind relevant und bedeutet, dass die Geräte ohne eine entsprechende Adaption nicht oder schlecht genutzt werden können.
- 4) Hürden bei der Inbetriebnahme und der Erstnutzung: Die Zielgruppe fühlt sich oft alleine gelassen und haben Angst etwas kaputt zu machen bzw. zusätzliche Kosten zu verursachen
- 5) Sicherheitsbedenken / Kostenfallen / Datenschutz: Durch die Zielgruppe zieht sich ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis, Sorge um Datensicherheit und Nutzungsstrukturen führen im Extremfall zum Nutzungsverzicht.
- 6) Sprache: Fremdworte schrecken ab und schaffen eine mögliche Barriere ohne dass die Zielgruppe es zugibt (Weil es „peinlich“ wäre)

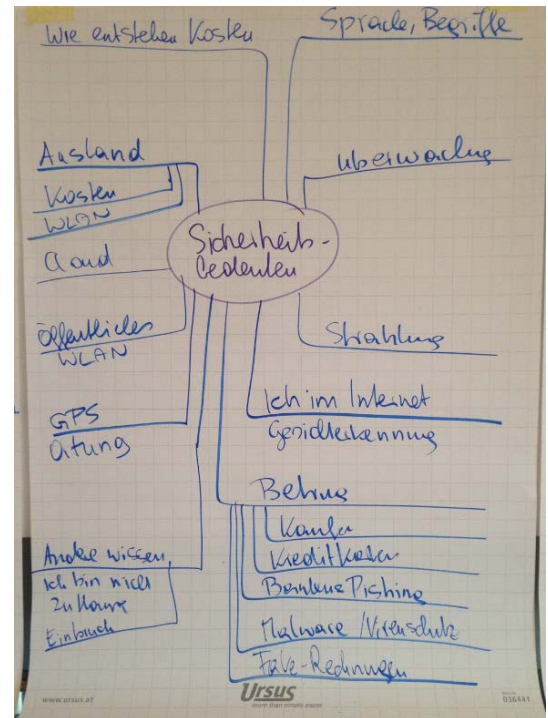


Abbildung 2: Mindmap Sicherheitsbedenken

### Phase 3: Personentypen der Zielgruppe

Entwerfen Sie als nächstes gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeinsame Personentypen anhand der Präsentation „Persona“. Nehmen Sie hierzu auch die Unterlage „Persona Fragen“ zur Hilfe um geordnet ein gemeinsames Bild zu jeder einzelnen Persona zu schaffen.

Fragen welche zu den einzelnen Persona diskutiert werden können:

- Wie können diese angesprochen werden
- Wie können sie erreicht werden
- Wie können sie „bei der Stange“ gehalten werden?
- Welche Produkte sind relevant?
- Was ist im Umgang besonders wichtig?

Name	Erika
Geschlecht	Weiblich
Alter	60 Jahre
Ausbildung	Akademisch
Einkommen	Mittel
Lernerfahrung	Hoch
Beruf. Werdegang	Lehrerin
Motivation zur Erstnutzung	Intrinsisch – Neuer Lebensabschnitt

Abbildung 3: Persona "Erika"

## Phase 4: Gemeinsame Checkliste

Gehen Sie zum Schluss die gemeinsame Checkliste durch, in denen jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer die wichtigsten Punkte notiert, die es für den Umgang mit der Zielgruppe Seniorinnen und Senioren zu beachten gilt.

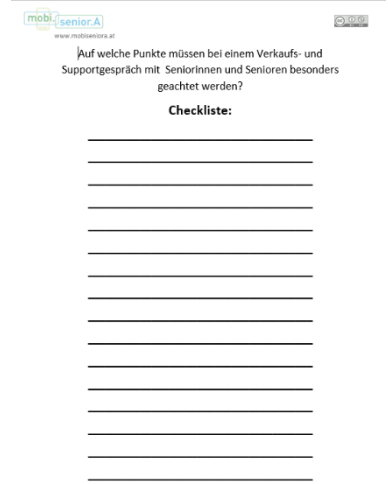
A screenshot of a checklist form from the 'mobi.senior.A' website. The form contains the text: 'Auf welche Punkte müssen bei einem Verkaufs- und Supportgespräch mit Seniorinnen und Senioren besonders geachtet werden?' followed by the heading 'Checkliste:' and a series of horizontal lines for writing.

Abbildung 4: Checkliste

## Unterlagen

- Präsentationen „Zielgruppe und Besonderheiten“, „Persona“
- Flipchart-Kärtchen „Besonderheiten der Zielgruppe“, „Persona Fragen“
- Checkliste „Seniorinnen und Senioren“