

Best Ager: Tipps für die Praxis

Eine erfolgreiche Dialogstrategie für Best-Ager-Marketing beachtet einige **Do's und Don'ts**, die helfen, den Herausforderungen der Kommunikation mit dieser mitunter anspruchsvollen und auch selbstbewussten Zielgruppe zu begegnen.

Erfolg versprechende Do's

- Beständigkeit, Relevanz und Glaubwürdigkeit zeigen – und auch durchhalten
- Seriosität, Kompetenz, persönliche Betreuung, Komfort und Mehrwert vermitteln
- Informationsgehalt in allen Werbeformen in den Vordergrund rücken
- Nutzenorientierung bei der Wahl der werblichen Inhalte verfolgen
- Der Testimonial-Einsatz sollte keine zu jungen Darsteller zeigen, aber Vorsicht auch bei zu alt oder gebrechlich wirkenden Personen
- Zielgruppe gemäß ihrer Lebensstile und Werte ansprechen, als Mitte des Marktes begreifen nicht als „Randgruppe“
- Sog statt Druck, locken statt bedrängen, attraktive Problemlösungen anbieten

Unbedingt zu vermeidende Don'ts:

- Übergehen der Klientel bei der Zielgruppenprofilierung
- Klischees und Stereotype des „Seniorenmarketings“
- Ex-ante-Ausschluss bestimmter Kommunikationskanäle, weil man sie fälschlicherweise eher jungen Zielgruppen zuordnet
- Starres Denken in festen Altersklassen

Quelle: www.direktplus.de
Copyright: 2009 Deutsche Post AG
Herausgeber: Deutsche Post AG, 53250 Bonn
Tel.: +49 / (0) 228 / 18 20
E-Mail: info@deutschepost.de

Handelsregister-Nr.: Registergericht Bonn HRB 6792
USt-IdNr.: DE 169838187