

Checkliste Kundenansprache

So treffen Sie den multiplen Verbraucher: Schon fünf Schritte helfen Unternehmen dabei, ihre Zielgruppen individuell und treffsicher zu erreichen – wenn sie diese berücksichtigen.

1. Kaufmotive beachten

Kauf- und Verwendungsmotive sind von persönlichen Vorlieben geprägt und bleiben weitgehend konstant. Daher sind sie wichtiger als Milieu oder Soziodemografie. Solche Gruppenzugehörigkeiten prägen das Verhalten heute weit weniger stark als in früheren Jahren.

2. Unbewusste Motive erfassen

Unbewusste Motive machen das Verhalten des Verbrauchers oft erst verständlich. So führt beispielsweise der Wunsch nach einem schnellen, unkomplizierten Einkauf einen Verbraucher in einen Discounter, obwohl dieser gemessen an seiner Zielgruppenzugehörigkeit eigentlich ein Anhänger des Smart Shoppings sein müsste.

3. Gewünschtes Image hervorheben

Wer eine bestimmte Marke kauft, will damit auch ein bestimmtes Bild von sich selbst aufbauen – sowohl gegenüber anderen als auch zur Selbstbestätigung. Das Image der Marke und das gewünschte Selbstbild des potenziellen Kunden müssen also zusammenpassen.

4. Stimmungen bedienen

Das Stimmungsversprechen muss im Zentrum der Strategie von Marketing und Kommunikation stehen. Wer beispielsweise kohlenstoffreies Mineralwasser verwendet, will Durstgefühle gar nicht erst entstehen lassen. Bei kohlenstoffhaltigem Wasser hingegen steht das Trinkerlebnis im Mittelpunkt.

5. Problemlösungen anbieten

Kunden haben teils sich widersprechende Erwartungen an ein Produkt. So soll ein technisches Gerät beispielsweise günstig in der Anschaffung sein, aber trotzdem gute Qualität und hochwertiges Design bieten. Solche Widersprüche muss eine gezielte Ansprache vereinen.

Quelle: www.direktplus.de
Copyright: 2009 Deutsche Post AG

Herausgeber:
Deutsche Post AG
53250 Bonn

Telefon: +49 / (0) 228 / 18 20
E-Mail: info@deutschepost.de

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