

Gib mir einen Grund...

Herzlich willkommen zu Teil 10 der Marketingnow Serie „30 Dinge von denen Deine Kunden sich wünschen, dass Du sie wüßtest.“

„Ich möchte Dein Produkt kaufen. Doch ich brauche Deine Hilfe dabei, diesen Kauf vor mir selbst zu rechtfertigen.“

Im Verkauf ist es wichtig, die Emotionen unserer Kunden zu berühren. Es ist wichtig, dass er sich vorstellen kann, wie sein Leben besser wird, wenn er unser Produkt besitzt.

Am Besten ist es, wenn wir dabei alle Sinne ansprechen.

Lernen von Apple

Die Jungs von Apple machen hier einen sehr guten Job. Schau Dir mal die Seite fürs iPad an. Da kannst Du lesen:

Kannst Du Dir schon ein bisschen vorstellen, wie es ist, ein iPad in der Hand zu halten? ;-)

Gib mir einen Grund

Vielleicht kennst Du das Gefühl, so ein iPad unbedingt haben zu wollen - oder auch etwas anderes. Doch wie rechtfertigt man den Kauf eines iPads?

Vielleicht hast Du schon einen Laptop, einen normalen Computer und ein Smartphone. Wofür brauchst Du dann noch ein iPad? Du musst diesen Kauf vor Dir selbst rechtfertigen.

Genau so kann es Deinen Kunden mit Deinen Produkten auch gehen. Sie wollen sie unbedingt haben - doch wie können sie den Kauf vor sich selbst rechtfertigen? Was sind wirklich auch rationale Gründe, die für den Kauf Deines Produkts sprechen?

Erst die Emotion - dann der Grund

Denn auch wenn die Kaufentscheidungen über die Emotionen getroffen werden, machen wir es unseren Kunden leichter, wenn wir Ihnen zusätzlich (!) auch die rationalen Gründe geben, warum sie unser Produkt kaufen.

Es macht Sinn, ganz klar zu sagen, welchen Nutzen sie im Alltag davon haben werden. Wie viel Zeit und / oder Geld sie mit Deinem Produkt sparen werden. Wie viel einfacher Ihr Geschäft werden kann. Wie sie noch effizienter mit Ihren Kunden kommunizieren können. Wie Deine Kunden dadurch mehr Zeit auf **umsatzkreatierende Tätigkeiten** verwenden können.

Gib Deinen Kunden auch eine ganz klare Antwort auf die Frage:

„Was tut es für mich?“

Natürlich auf der emotionalen Ebene - zeig ihm, welche Erlebnisse für ihn mit Deinem Produkt möglich sein werden. Zeige ihm, wie er sich fühlen wird, wenn er Dein Produkt wirklich anwendet. Beschreibe ihm, was er sehen, hören und erleben wird, wenn er Dein Produkt anwendet. Nimm in mit in die Gefühlswelt - in das Erleben Deines Produkts.

Doch gib ihm *zusätzlich* auch die Rationalisierungen, die er braucht. Manche von uns sind kreativ, was das finden von Rationalisierungen angeht:

"Mir fällt nichts ein..."

Ich gebe zu, mir fallen eine Menge Gründe für ein iPad ein. ;-) Doch manchmal fallen uns die Rationalisierungen nicht so leicht. Dann haben wir keine Idee, wie wir das vor uns selbst rechtfertigen können.

Das Ergebnis ist dann: Wir kaufen erst mal nicht. Es fällt dann in die Kategorie: Ja, das ist nett, aber ich brauche es ja nicht wirklich.

Deswegen hilf Deinen Kunden dabei, indem Du Ihnen sagst, was Dein Produkt auch im Alltag für einen Nutzen für sie haben wird.

Auf der Seite von Apple kann man solche Gründe übrigens sehr gut nachlesen. Sie geben Dir beides: Die emotionalen Gründe, Dir ein iPad zu kaufen - und gleichzeitig auch die Unterstützung dabei, diesen Kauf vor Dir selbst zu rechtfertigen. ;-)

zum Beispiel:

Wow - doppelt so viel! :-)

Mit 2 Schritten mehr verkaufen

Voraussetzung für diese 2 Schritte:

Marketing now!

Erfolgreich Verkaufen - Gut Fühlen

<http://marketingnow.de>

Emotion

Hilfe bei der Rationalisierung

ist natürlich, dass Dein Produkt wirklich gut ist - und die Menschen auch wirklich weiter bringt. Dass es einen echten Mehrwert liefert.

Wenn Du davon überzeugt bist, dass das Leben Deiner Kunden besser wird, wenn sie Dein Produkt benutzen - wenn es Ihnen weiter hilft, dann wende diese 2 Schritte an.

Ansonsten verbessere zuerst Dein Produkt - oder verkaufe etwas ganz anderes.

Hilf Deinen Kunden dabei, gut Gründe für Ihren Kauf zu finden. Denn eins wollen Deine Kunden ganz sicher nicht: Eine „dumme“ Entscheidung treffen.