

Und welche Argumente sprechen für Sie?

15.11.2011, 14:33 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *KOKON - Marketing mit Konzept!*



Chaos in der Kommunikation? Bringen Sie eine klare Linie in Ihre Argumentation!

Unternehmen buhlen um die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppe. Ein grundlegender Fehler ist, allein mit Werbefloskeln Effekte zu haschen. Sie mögen schillernd wie Seifenblasen sein, zerplatzen aber ebenso schnell. Überzeugendes Marketing unterstützt Kunden bei Ihrer Kaufentscheidung mit einer schlüssigen, wenn auch emotionalen Argumentation und bindet sie durch ehrliche Kommunikation.

Gute Marketingaktionen fangen beim Positioning eines Unternehmens an. Das klare Definieren des eigenen Profils steht dabei im Vordergrund. Gleiches gilt für die Zielgruppe. Hygieneartikel für Damen in Herrenzeitschriften zu bewerben, macht wenig Sinn. Ihr Hersteller wird sie buchstäblich nicht an den Mann bringen. Konkret heißt das: Wer soll das Produkt kaufen? Welchen Nutzen hat er davon?

Qualitätsversprechen einhalten

Dabei ist es wichtig, das Hintergrundwissen der Interessenten kennenzulernen, beispielsweise über Umfragen. Sie sind ein hervorragendes Tool, um Wünsche von potenziellen Kunden in Erfahrung zu bringen als auch die Zufriedenheit des vorhandenen Kundenstamms zu messen. Welche Erwartungen sind an das Unternehmen geknüpft? Warum wurde ein bestimmtes Produkt erworben? Und warum wurde sich nicht für die Konkurrenz entschieden? Man erfährt, welche Argumente beim Kauf entscheidend waren und welche Hürden noch zu überbrücken sind. Daraus lassen sich gezielte Kommunikationsmaßnahmen ableiten und Wünsche der Zielgruppe in die Argumentation einbeziehen. Jegliche Produktmeldung ist dabei gleichzeitig ein Qualitätsversprechen, das es einzuhalten gilt. Einem langjährigen Freund verzeihen Sie möglicherweise, wenn er ein Versprechen nicht zu 100 Prozent einhält. Ein Neukunde, der erstmals ein Produkt von XYZ erwirbt, wird dem Unternehmen vermutlich keine zweite Chance geben und es nicht weiterempfehlen, wenn das Produkt die geweckte Erwartung nicht erfüllen kann. Daher ist es erforderlich, ein realistisches Bild des Möglichen zu vermitteln.

Auf verständliche Kommunikation setzen

Eine klare Werbebotschaft ist dabei das A und O. „Verständlichkeit und Transparenz schaffen Akzeptanz“, weiß Marion

Oberparleiter, Inhaberin der Ettlinger Agentur KO-KON – Marketing mit Konzept!. Sie rät dazu, auf die Einzigartigkeit von Produkt und Unternehmen zu setzen. „Arbeiten Sie die Unterschiede heraus. Informieren Sie sich über die Konkurrenz, welche Produkte sie wie und wo vermarktet und heben Sie sich davon ab.“ Komplizierte Fachbegriffe sollten vermieden werden. Rationale, wirtschaftliche Fakten sind bedeutend, nützen aber wenig, wenn sie die Zielgruppe nicht emotional nachvollziehen kann.

Kundentreue fördern

Ist der Kunde im ersten Schritt überzeugt, gilt es, das Vertrauen zu stärken. Dafür sind mehrere, teils subjektive Faktoren maßgeblich. Eine ehrliche Kommunikation ist einer der Grundsteine, Professionalität und Service weitere. Eine einheitliche Corporate Identity und eine eindeutige Unternehmensphilosophie erleichtern es, sich mit den vermittelten Werten zu identifizieren. Eine kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hilft dabei, Erfolge zu kommunizieren sowie im Gedächtnis zu bleiben. Zu einem professionellen Auftritt gehört auch ein freundliches und geschultes Personal. Es ist wichtig, Mitarbeiter regelmäßig über neue Produkte und Aktionen zu informieren, damit bei Nachfragen keine peinlichen Situationen entstehen. Kleinigkeiten fördern die Kundentreue. So banal es klingt, das Qualitätsversprechen, mit dem der Kunde überzeugt wurde, sollte langfristig gehalten, wenn nicht sogar übertroffen werden. Wenn Ihr Lieblingsrestaurant in der Qualität des Essens nachlässt oder Sie das Servicepersonal nicht mehr mit der gleichen Freundlichkeit begrüßt, geschieht es schnell, dass Sie Ihr „Lieblings“ vor ein anderes Lokal setzen.

Mit Key-Accounts richtig umgehen

Ein positives Image und eine sinnvolle Kommunikation binden Kunden langfristig. Dem Umgang mit den Schlüsselkunden kommt eine gesonderte Rolle zu. Zu diesen sogenannten Key-Accounts zählen sowohl langjährige Kunden, die zum Gros des Umsatzes beitragen als auch Kunden, die durch ihre Reputation und Kontakte eine wichtige Referenz oder ein wichtiger Multiplikator sind. Die Agentur KOKON – Marketing mit Konzept! bietet mit dem Vortrag „Vermarkten Sie sich richtig gegenüber Key-Accounts!“ zahlreiche Denkanstöße. „Wir möchten kleinen und mittelständischen Unternehmen aufzeigen, wie sie wahr- und ernstgenommen werden. Ein wichtiges Thema ist dabei die Kommunikation. Was erwarten Key-Accounts und wie kann ich als Unternehmer dieser Erwartungshaltung gerecht werden? Und vor allen Dingen: Wie vermittele ich meine Argumente spannend?“, so Marion Oberparleiter. Der Vortrag findet statt am 14. Dezember 2011, ab 14 Uhr in den Agenturräumen von KOKON, Dekaneigasse 3, 76275 Ettlingen. Nähere Informationen erhalten Sie unter 07243/60 59 79 0 oder per E-Mail unter in-fo@kokon-marketing.de.

Portrait

KOKON – Marketing mit Konzept!

Die Marketingagentur in Ettlingen unterstützt Unternehmen dabei, ihre Ziele mit kompetentem Marketing und messbaren Resultaten zu erreichen. Durch den passenden Einsatz geeigneter Marketinginstrumente sorgt KOKON für die konsequente Kommunikation der Unternehmensbotschaften über geeignete Medien. Regelmäßige Seminare und Vorträge vermitteln zudem spezielles Fachwissen, das den Unternehmen Unterstützung in der Stärkung ihrer Marketing-Bemühungen bietet. Ziel der Arbeit von KOKON ist es, die Wirtschaftlichkeit und Effektivität im Marketing zu erhöhen.

Weitere Informationen unter:

www.kokon-marketing.de

www.kokon-marketing.de/blog
www.twitter.com/KOKON_Marketing
www.facebook.com/KOKONMarketing
www.youtube.com/KOKONMarketing

News-ID: 587308 • Views: 157 (Stand: 04.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/587308/Und-welche-Argumente-sprechen-fuer-Sie.html>