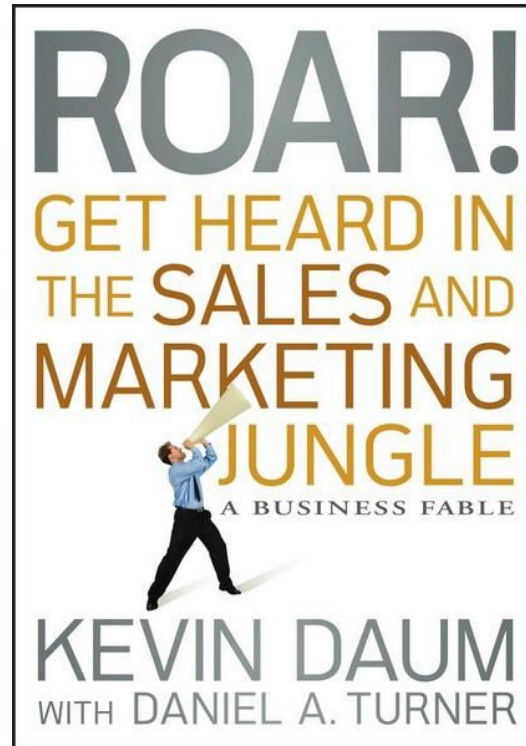


Online Academy

**Käufertypen: Wie man sie erkennt und welcher
Ansatz die besten Ergebnisse liefert**

Präsentiert von Mireille van Reenen

Brüllen! Verschaffen Sie sich Gehör im Vertriebs- und Marketing-Dschungel



Heute

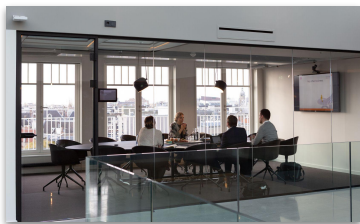
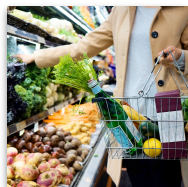
1. Variante der Nischen Formel

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

3. Beispiele



2. Vier Käufertypen



4. Anwendungsmöglichkeiten



Fragen & Antworten zu CopyCockpit

Sie können die Antwort auf Ihre Frage nicht finden? Unser Kundensupport-Team hilft Ihnen gerne weiter: support@swissmademarketing.com

Dreift CopyCockpit auf eine Datenbank von vorgefertigten Texten auf?
Nein! Tatsächlich ist jeder generierte Text einzigartig - dank KI (künstlicher Intelligenz).

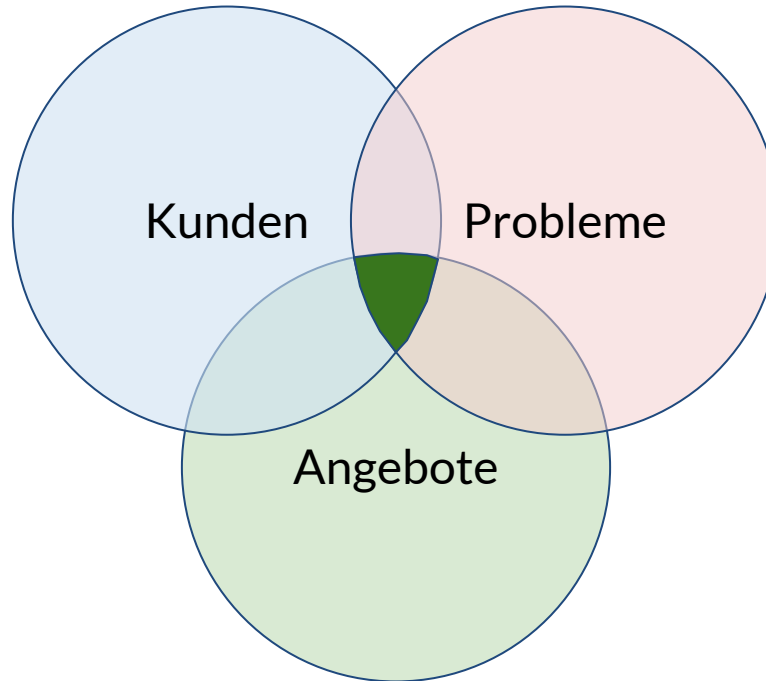
Muss ich mir Sorgen wegen "Duplikate-Content" machen (publize Inhalte)?
Nein! Da jede Individualität von der KI automatisch intelligent generiert wird, müssen Sie sich keine Sorgen machen, dass generierte Texte bereits auf einer anderen Website existieren könnten.

Was passiert, wenn ich mein monatliches Wörter-Budget (überschreite)?
Nur CopyCockpit-Personal
Zusätzliche Credits können jederzeit hinzugefügt werden. Für nur 15€ erhalten Sie weitere 10.000 Wörter. Oder Sie können gleich mit CopyCockpit Plus starten - dieses Paket bietet Ihnen eine unbegrenzte Anzahl an Wörtern.

Kann ich CopyCockpit ohne meine Zahlungsdaten verwenden?
Wir freuen uns, dass wir bereits viele Partner zu unseren CopyCockpit-Kunden zählen dürfen. Da es sich um eine branchenue Technologie handelt, können wir gerade erst beginnen, das ein nicht mehr Daten zu sammeln als wir auch die besten Ergebnisse zu erzielen.

1. Variante der Nischen Formel

Die Kraft der Nische



Nischen-Formel

Nische =

Wir verhelfen

Kunden

zur

Lösung

mit

Angebot

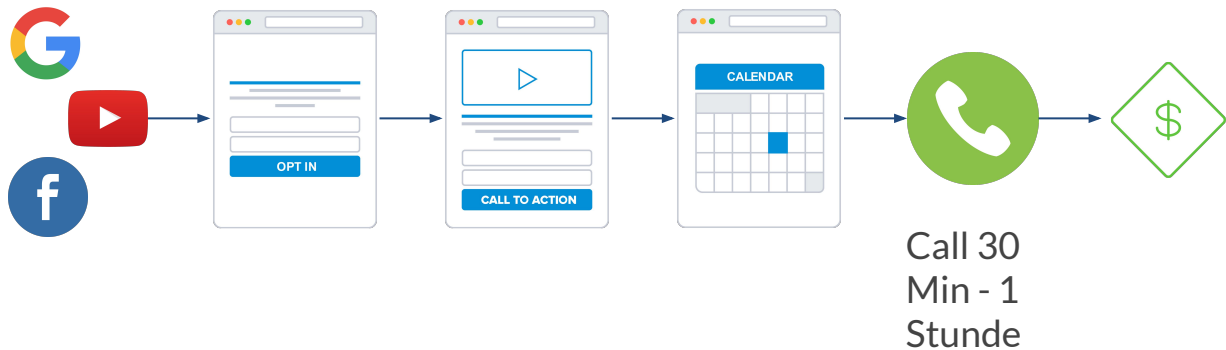
Variante der Nischen Formel: Wertversprechen

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

Das Wertversprechen ist ein Trichter, genau wie Ihre Landing Page



Das Wertversprechen: der Schmerz

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

- Zeigt, dass Sie die Schmerzen verstehen, die Kunden bereits empfinden.
- Wenn Kunden sich identifizieren, steigt Ihre Glaubwürdigkeit
- Zeigen Sie Empathie gegenüber Ihren Kunden
- Text: Ist eng, spezifisch und wahr

Das Wertversprechen: die Lösung

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

- Sollte eine *objektive* Lösung sein
- Beschert dem Kunden ein „Aha“-Erlebnis
- Der Kunde wird Ihr Fachwissen zu schätzen wissen

Das Wertversprechen: der Lösungsanbieter

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

- Ihre "geheime Sauce", die Sie besonders und einzigartig macht
- 3 wirklich wichtige Gründe
- von der Konkurrenz unterscheiden
- Es sollte mehr als ein Satz sein, aber keine "Einkaufsliste"

Beispiel Markenversprechen



Geschwindigkeit

Konsistenz

Spaß für Kinder

Das Wertversprechen sollte:

- klar
 - überzeugend
 - unvergesslich
 - kreativ
 - unterscheiden
 - wahr
 - sinnvoll
- sein

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

Beispiel 1

Der Schmerz, den wir lösen:

Mit alten und abgenutzten Möbeln ist es schwierig, ein gutes Image zu vermitteln und Gesundheitsproblemen vorzubeugen.

Die beste Lösung:

Neue Möbel, die ergonomisch, attraktiv und kostengünstige sind, können installiert werden, um Gesundheits- und Imageprobleme zu verbessern.

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

- Wir haben hauseigene Experten für Ergonomie und Design.
- Unsere Produkte sind umweltfreundlich und recycelbar und können gegen Gutschrift eingetauscht werden.
- Wir finanzieren alle Kredit Szenarien mit flexiblen Laufzeiten.

Beispiel 2

Der Schmerz, den wir lösen:

Die meisten Lebensmittel, elektronischen und anderen Konsumgüter benötigen Verpackungen zur Aufbewahrung, zum Schutz und zur Konservierung.
Aber die Verpackung erhöht die Kosten.

Die beste Lösung:

Produkte sollten auf kostengünstige, kreative Weise attraktiv “gekleidet” sein, die den Käufer dazu verleitet, mehr zu kaufen.

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

- Unsere kreative Experten helfen Ihnen, Ihre guten Ideen großartig zu machen.
- Unsere Kleinserienfähigkeit gibt uns Flexibilität.
- Unser Volumen gibt uns die besten Ressourcen zu günstigen Preisen.

2. Vier Käufertypen

Vier Käufertypen

Der Weise



Der
Zyniker



Der Einfache



Der Des-
interessierte



3500 Jahre altes Wissen



- Haggadah: Gebetbuch, das beim Seder verwendet wird
- Wie ein Vater seine vier Söhne auf der Flucht aus Ägypten erziehen sollte

**Kunden sind normalerweise eine Mischung
aus 2 oder sogar 3 Typen**

**Ein Typ dominiert normalerweise
während der Interaktion**

Ansatz für jeden Kunde



Erkennen Sie
den Typ

Beobachten
Sie den
Kaufprozess
aus der
Perspektive
des Kunden

Geben Sie den
Bedenken des
Kunden
Anerkennung

Lösen Sie die
Bedürfnisse
des Kunden

Auf Englisch

Erkennen

Beobachten

Anerkennen

Lösen



R

O

A

R



Wie sehen diese Kundentypen aus und wie gehen Sie mit ihnen um?

Der Weise

Der Weise



Wissen und Neugier

Ehrlichkeit und Vertrauen

Nicht in Eile

Der Weise: wie man mit ihm/ihr umgeht

Erkennen

- liest alles
- recherchiert gründlich
- stellt viele Fragen

Beobachten

- Wissen und Neugier
- braucht Antworten, bevor er sich entscheidet
- vertraut Ihnen

Anerkennen

- anerkennen, dass er wissen muss

Lösen

- Seien Sie ehrlich
- Sagen Sie eventuell "ich werde es recherchieren"
- oder arbeiten Sie zusammen

Der Weise: was NICHT zu tun ist



NICHT:

so tun, als wüßten Sie mehr
als Sie tun

Auskunft verweigern

Fokus auf emotionale
Aspekte legen



Der Zyniker

Der Zyniker



Allgemeines Misstrauen
und von Angst getrieben

Je mehr er kämpft, desto
interessierter ist er

Einmal überzeugt, der
treueste von allen

Der Zyniker: wie man mit ihm/ihr umgeht

Erkennen

- vertraut niemandem
- sarkastisch und stur
- kann beleidigend sein

Beobachten

- frühere schlechte Erfahrungen
- von Angst und Misstrauen getrieben
- Glaube, er wird verarscht

Anerkennen

- die Ängste anerkennen
- versuchen Sie, ihn zu öffnen
- es braucht Zeit und Beweise, Vertrauen zu gewinnen

Lösen

- seien Sie ein vertrauenswürdiger Lehrer
- Fakten
- "Opfer"
- persönlicher Kontakt

Der Zyniker: was NICHT zu tun ist



NICHT:

seine Bedenken schmälern

defensive reagieren

geheimnisvoll sein

ihn ausnutzen



Der Einfache

Der Einfache



Sehr klar, was sie wollen

Entweder Sie können seine
Bedürfnisse erfüllen oder Sie
verschwenden Ihre Zeit

Eine der breitesten Kategorien,
kann die schwierigste sein

Der Einfache: wie man mit ihm/ihr umgeht

Erkennen

- scheint ungeduldig & unverblümt
- kommt auf den Punkt
- braucht nicht viele Infos

Beobachten

- weiß was er will und will was er will
- will keine Zeit verlieren

Anerkennen

- Seien Sie klar, ob Sie seine Bedürfnisse erfüllen können
- verhandeln ist hart

Lösen

- Bedürfnisse klären
- wenn nötig, akzeptablen Kompromiss anbieten
- sonst trennen

Der Einfache: was NICHT zu tun ist



NICHT:

sein Bedürfnis nicht klar
anerkennen

hasst es, sich wiederholen
zu müssen



Der Desinteressierte

Der Desinteressierte



Hat keine Verbindung zu Ihnen
oder dem, was Sie präsentieren

Konzentrieren Sie sich auf die
Käufer, die kaufen würden,
sich aber Ihres Wertes einfach
nicht bewusst sind

Der Desinteressierte: wie man mit ihm/ihr umgeht

Erkennen

- achtet nicht auf Sie
- Aufgabe: sein Profil herausfinden

Beobachten

- ist abgelenkt
- hat einen Grund, warum er nicht reagiert: finden Sie heraus warum

Anerkennen

- seine Aufmerksamkeit kreativ auf das vorliegende Problem lenken
- mutig und laut sein

Lösen

- klaren und überzeugenden Mehrwert bieten
- der Kunde wird zu einem anderen Typen gewandelt

Der Desinteressierte: was NICHT zu tun ist



NICHT:

ihn ärgern

ABER wenn er nicht positiv
auf Ihre Taktiken reagiert,
war er wahrscheinlich
sowieso keine echten
Käufer



**Was im Umgang mit allen Käufertypen entscheidend ist:
zeigen Sie Mitgefühl!**

**Benennen Sie nicht nur Inhalte,
sondern auch Gefühle und Prozesse**

Es dreht sich um die Kunden und ihre Bedürfnisse



Wenn es überhaupt ein
Geheimnis des Erfolges gibt,
so besteht es in der Fähigkeit,
sich auf den Standpunkt
des anderen zu stellen und
die Dinge ebenso von seiner
Warte aus zu betrachten
wie von unserer.

– Henry Ford –

www.entfalt.de

3. Beispiele

Sie sind im Supermarkt

Der Einfache

Aber...

Was, wenn Sie Fisch für ein besonderes Abendessen brauchen?



Verkaufstreffen zum Verkauf von Möbeln



- Geschäftsführerin Judy
- Finanzvorstand Vincent
- Technologie Chef Baldev

Wer ist welcher Typ? Und wie können Sie den Verkauf abschließen?

4. Anwendungsmöglichkeiten

Das Wertversprechen steht nicht 1:1 auf Ihren Materialien, sondern ist eine solide Basis für Ihre Texte

Der Schmerz, den wir lösen:

Die beste Lösung:

Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

Sprechen Sie alle Käufertypen an zum Beispiel auf Ihrer Website

Sofort klar, was der
Wert ist für den
Einfachen



Persönlicher Kontakt für den Zyniker

Fragen & Antworten zu CopyCockpit

Sie können die Antwort auf Ihre Frage nicht finden? Unser Kundensupport-Team hilft Ihnen gerne weiter:
support@swissmademarketing.com

Greift CopyCockpit auf eine Datenbank von vorgefertigten Texte zu?

Nein! Tatsächlich ist jeder generierte Text einzigartig - dank K.I. (künstlicher Intelligenz).

Muss ich mir Sorgen wegen "Duplicate-Content" machen (duplikate Inhalte)?

Nein! Da jede Textvariation von der K.I. (künstlichen Intelligenz) generiert wird, müssen Sie sich keine Sorgen machen, dass generierte Texte bereits auf einer anderen Website veröffentlicht wurden.

Was passiert, wenn ich mein monatliches Wörter-Budget überschreite? (Nur CopyCockpit Personal)

Zusätzliche Credits können jederzeit hinzugefügt werden. Für nur 15€ erhalten Sie weitere 10.000 Wörter. Oder Sie können gleich mit CopyCockpit Pro starten - dieses Paket bietet derzeit eine unbegrenzte Anzahl an Wörtern.

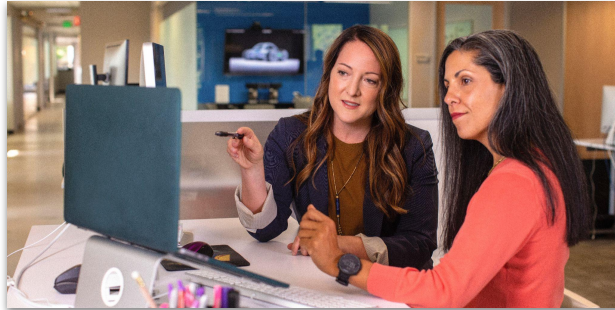
Kann ich CopyCockpit ohne meine Zahlungsinformationen testen?

Wir freuen uns, dass wir bereits viele Nutzer zu unseren CopyCockpit Kunden zählen dürfen. Da es sich um eine brandneue Technologie handelt, müssen wir stets sicherstellen, dass wir nicht mehr Plätze freigeben als wir auch gleichzeitig verarbeiten können.



FAQ für den weisen Käufer

Differenzieren Sie Ihre Vorgehensweise in Gesprächen mit Kunden nach Kundentyp



Erkennen Sie den Typ

Beobachten Sie den Kaufprozess aus der Perspektive des Kunden

Geben Sie den Bedenken des Kunden Anerkennung

Lösen Sie die Bedürfnisse des Kunden

Zusammenfassung

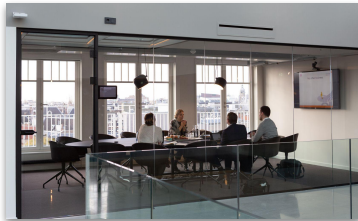
1. Variante der Nischen Formel

Der Schmerz, den wir lösen:
Die beste Lösung:
Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:

2. Vier Käufertypen



3. Beispiele



4. Anwendungsmöglichkeiten



Fragen & Antworten zu CopyCockpit

Sie können die Antwort auf Ihre Frage nicht finden? Unser Kundensupport-Team hilft Ihnen gerne weiter: support@swissmademarketing.com

Dreift CopyCockpit auf eine Datenbank von vorgefertigten Texten auf?
Nein! Tatsächlich ist jeder generierte Text einzigartig - dank K.I. (künstlicher Intelligenz).

Muss ich mir Sorgen wegen "Duplikate-Content" machen (publize Inhalte)?
Nein! Da jede Individualität von der K.I. automatisch intelligenter generiert wird, müssen Sie sich keine Sorgen machen, dass generierte Texte bereits auf einer anderen Website veröffentlicht werden.

Was passiert, wenn ich mein monatliches Werbe-Budget überschreite? (Bei CopyCockpit-Personal)
Zusätzliche Credits können jederzeit heruntergeladen werden. Für nur 15€ erhalten Sie weitere 10.000 Wörter. Oder Sie können gleich mit CopyCockpit Pro starten - dieses Paket bietet Ihnen eine unbegrenzte Anzahl an Wörtern.

Kann ich CopyCockpit ohne meine Zahlungsdaten verwenden?
Wir freuen uns, dass wir bereits viele Partner zu unseren CopyCockpit-Kunden zählen dürfen. Da es sich um eine branchenue Technologie handelt, müssen wir gerade im ersten Schritt eine Reihe von Daten erheben, um die Sicherheit zu gewährleisten.

Fragen & Antworten

support@swissmademarketing.com