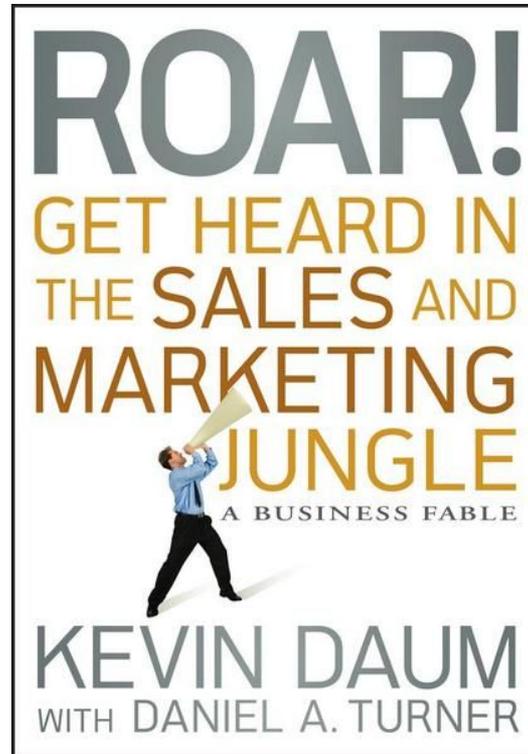


# Online Academy

**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:

## 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](mailto:support@swissmademarketing.com)

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

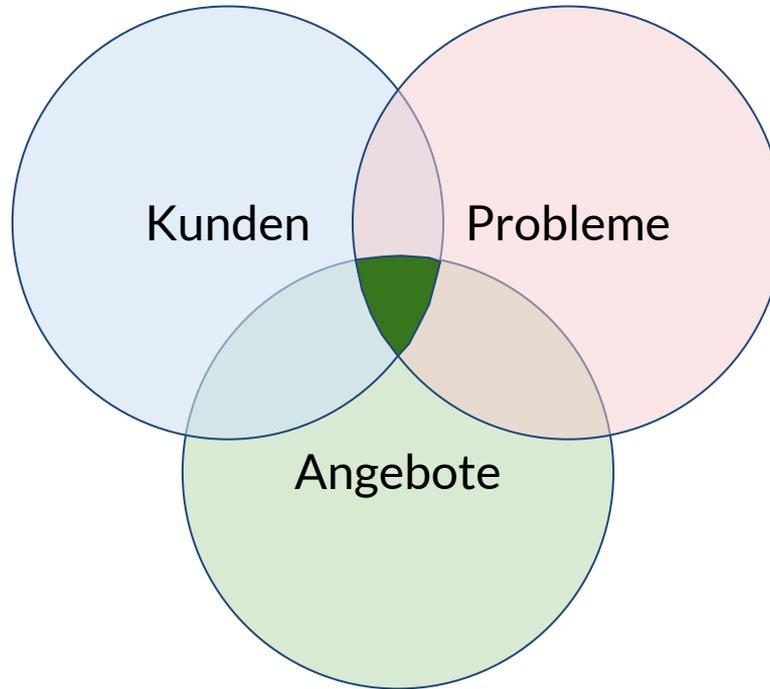
**Muss ich mir Sorgen wegen "Duplikate-Content" machen (publize Inhalte)?**  
Nein! Da jede Individualität von der K.I. automatisch intelligenter generiert wird, müssen Sie sich keine Sorgen machen, dass generierte Texte bereits auf einer anderen Website existieren könnten.

**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 zu tun, was wir lieben: Ihnen zu helfen, Ihre Kunden mit Hilfe von KI zu begeistern.

# 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:

---

---

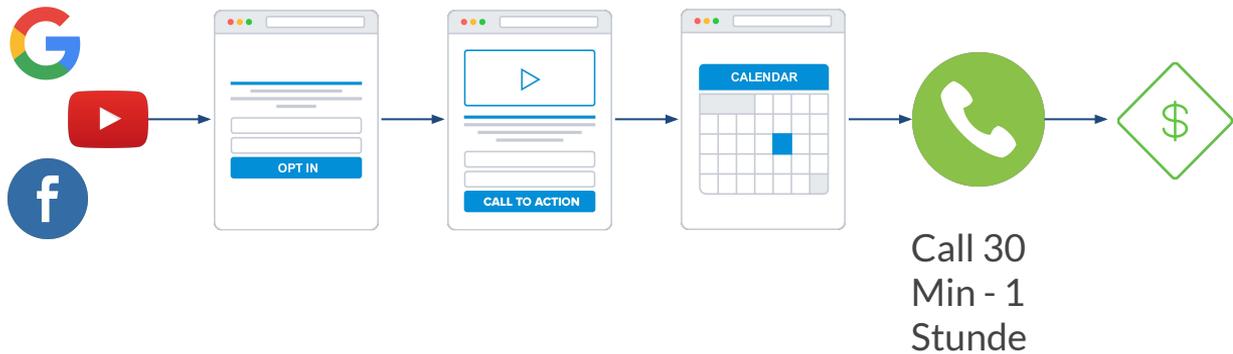
---

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.

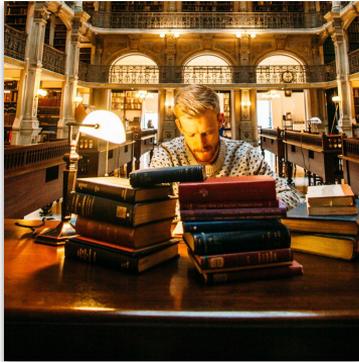
*Warum wir der beste Lösungsanbieter sind:*

- 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



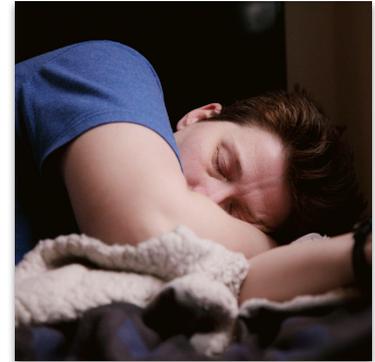
Der  
Zyniker



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

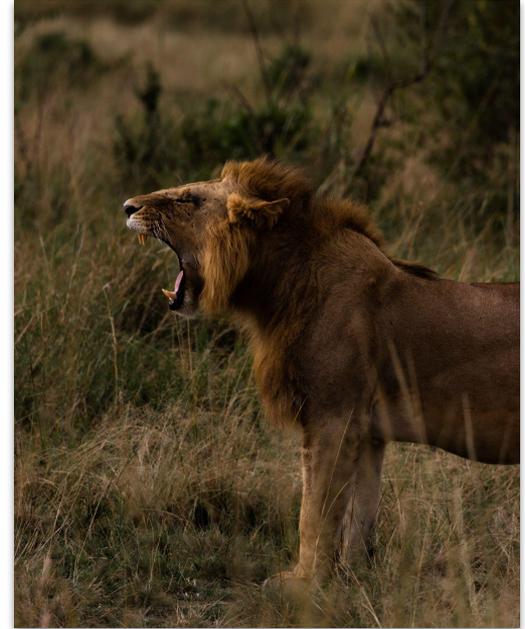


NICHT:

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



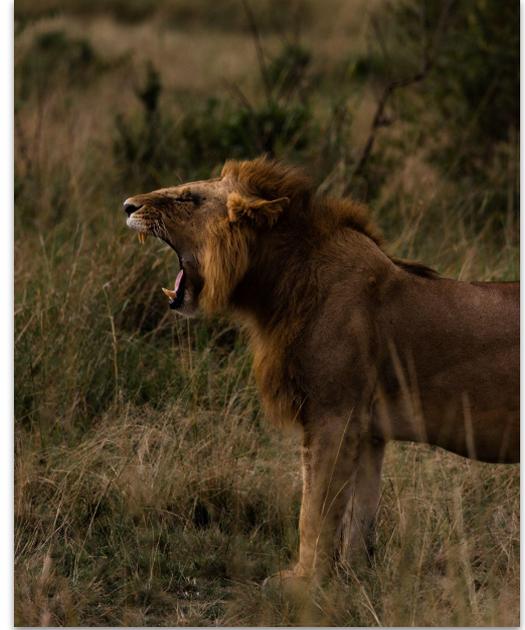
NICHT:

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

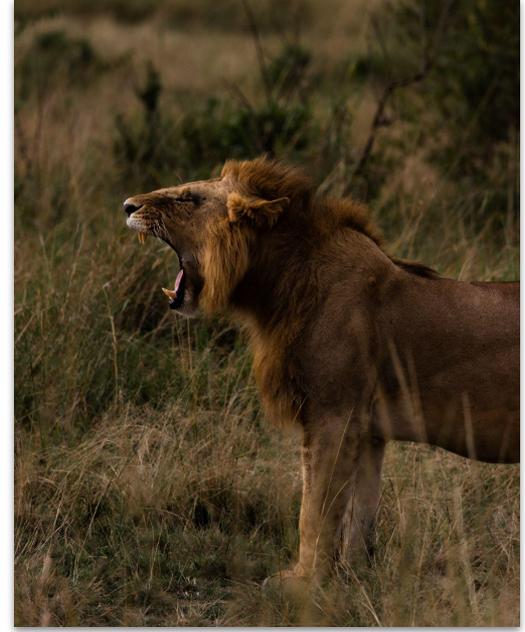
# Der Einfache: was NICHT zu tun ist



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

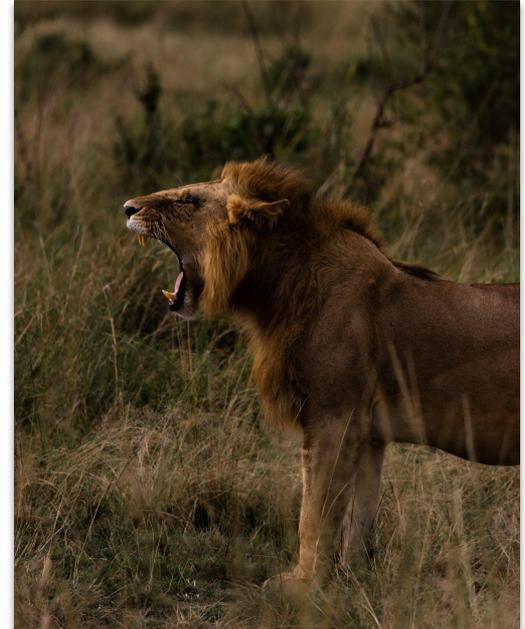
# Der Desinteressierte: was NICHT zu tun ist



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](http://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](mailto: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



# Fragen & Antworten

[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)