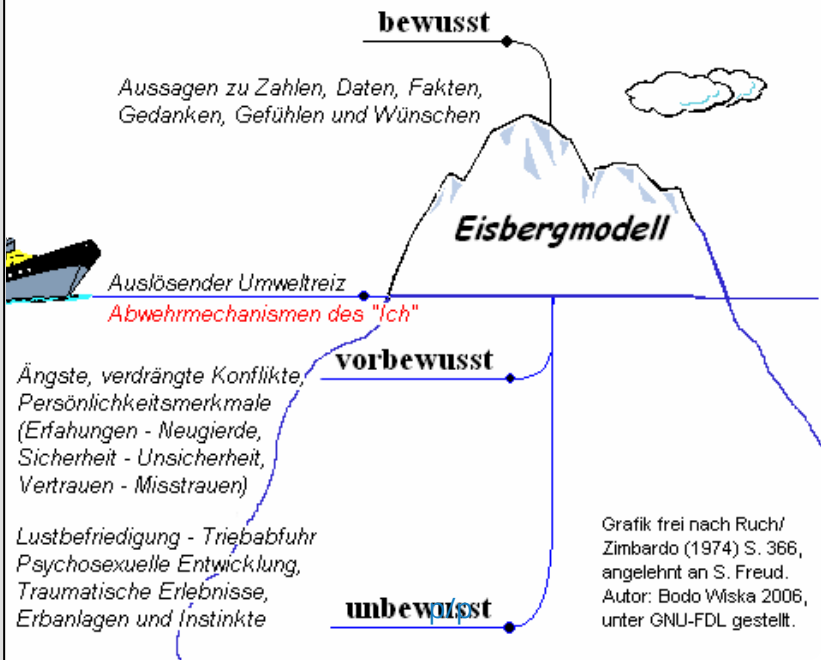


Kaufmotive - Eisbergmodell



Kaufmotive & Eisbergmodell
 Wünsche und Bedürfnisse des Kunden scheinen oft vom Verstand geleitet - eigentlich handeln wir alle aber mehr aus dem Unterbewusstsein, also **unseren** Gefühlen nach/**unseren**. Diese Gefühle und Wünsche sind zu 80 % verantwortlich für eine Kaufentscheidung. Demnach ist es wichtig für das Verkaufspersonal, die verborgenen Wünsche der Kunden zu **erahnen!**



Aufgabe: Ordnen Sie in die Motive in die Tabelle ein.

Gesundheitsstreben, Anerkennung bzw. Liebe bekunden oder selbst erhalten, Arbeit sparen (Bequemlichkeit), Neugierde, Geld sparen, Spaß haben, Genießen, jemandem eine Freude bereiten, gute Stimmung erfahren, Schönheit empfinden, Hunger, Vorrat anlegen,

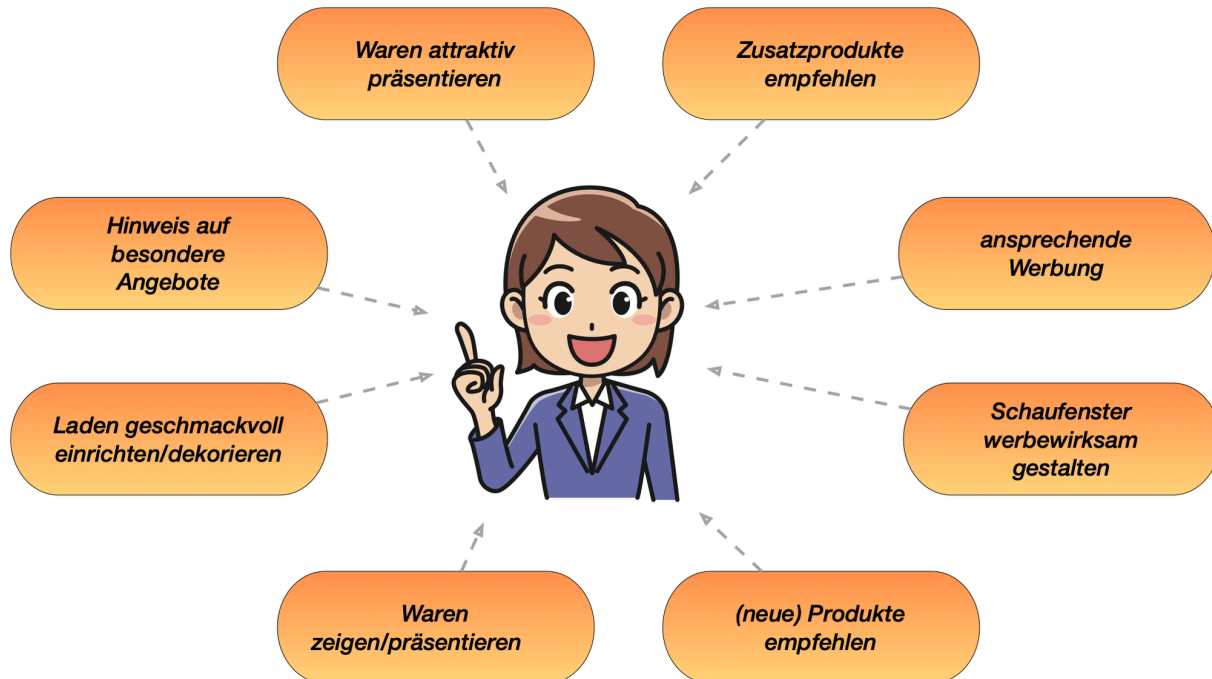
verständesmäßige Kaufmotive	gefühlsmäßige Kaufmotive

Kaufanreize schaffen!



Erkenntnis

Viele Kaufwünsche der Kunden sind verborgen. Durch entsprechende Reize von außen (Präsentation, Verkaufsgespräch, Werbung) können sie verstärkt werden!



Kaufanreize schaffen!

Aufgabe:

Notieren Sie aus Ihrer Lerngruppe heraus konkrete Beispiele für gelungene Kaufanreize!

emstrong Kunden dürfen sich nicht zum Kauf gedrängt fühlen!/strong/em/p
