



Der Autor



Ulrike Aichhorn
Standard
<http://www.die-aichhorn.com>

Weitere Artikel des Autors

„Da bring' ich gleich meine beste Freundin mit!“ | Gewinnen Sie die stärkste Zielgruppe der Welt!

Die Riester-Rente: Aus Ihrer Sicht den Kunden zu empfehlen?

- Ja, ist eine funktionierende Geldanlage
- Nein, zu wenig Rendite... und das Alter
- Jein, es kommt wirklich auf den Einzelfall an

Jetzt abstimmen!

Sinn stiften.
Zukunft
schenken.

Tragen auch Sie dazu bei, das Leben von Kindern nachhaltig zu verändern. Helfen Sie mit. Jeder Tag zählt!

Jetzt informieren!



ChildFund
Stiftung



08.07.2015 | Nachrichten Navigator

„Da bring' ich gleich meine beste Freundin mit!“ | Gewinnen Sie die stärkste Zielgruppe der Welt!

Wussten Sie, dass 80% der Kaufentscheidungen von Frauen getroffen werden? „Frauen sind ein stärkerer Wachstums-Markt als Indien und China zusammen!“, zeigt eine Studie der Boston Consulting Group. Verpassen Sie nicht Ihre wichtigste Zielgruppe und schenken Sie ihr die Aufmerksamkeit, die sie verdient!

Vermeiden Sie typische Fettnäpfchen und Stolpersteine!

Wer verheiratet ist weiß: Finanzentscheidungen sind oft Frauensache. Ein Angebot kann stimmen, wie es will – legt die Dame des Hauses ihr Veto ein, kommt die Bank mit dem Paar nicht ins Geschäft. Zwar sind Frauen auch Bankkunden. Aber beim Private Banking und besonders bei attraktiven Immobiliengeschäften stehen meist die Männer in der ersten Verhandlungsreihe – während die Frauen im Hintergrund den Ton angeben.

Versuche, Frauen zu begeistern, erzielen nur allzu oft genau das Gegenteil. So erzählen Entscheider: „Wir machen eh auch was für Frauen.“ Himmel, das klingt als würden wir über eine bedürftige Zielgruppe sprechen!

Viele Unternehmen meinen, es genüge, Kundinnen und solche, die es noch werden sollen, zu einer Veranstaltung mit klassischen Finanzthemen einzuladen. Doch damit lassen sich die meisten Frauen – und auch viele Männer – nicht begeistern. Solche Veranstaltungen mögen bisweilen interessant sein, zumeist sind sie jedoch trocken und bei weitem nicht attraktiv genug, um dafür einen gemütlichen Abend zuhause sausen zu lassen. Doch es kommt noch schlimmer: So denken manche Entscheider, Frauen mit klassischen Stereotypen wie rosa Design, Schuhen und Kosmetik gewinnen zu können. Auch ein kleines Stadtauto mit 50 PS und großem Kofferraum fehlt dabei nicht. Doch wenn Sie den Frauen damit kommen, haben Sie bereits verloren. Denn das ist kurz gesagt Geringschätzung in Reinkultur!

Werden Sie attraktiv für die wahren Entscheider in deutschen Haushalten!

Frauen, die mit beiden Beinen im Leben stehen haben es satt, immer auf Stereotype reduziert zu werden. Denn immer mehr Frauen tragen berufliche Verantwortung, haben hohe Einkommen, wollen gewinnbringend in Finanzprodukte investieren, Immobilien kaufen und „richtige“ Autos fahren. Und dies altersunabhängig, ob mit oder ohne Kinder, mit oder ohne Partner, ob angestellt, in Führungsposition oder selbstständig.

Frauen sind eine sehr inhomogene Zielgruppe, die nicht in Schubladen gepresst werden will.

Attraktiv für sie zu werden heißt

- echtes Interesse an ihren unterschiedlichen Ansprüchen zu haben
- ihr wertschätzend zu begegnen und
- ihr als Kundin jenen Stellenwert glaubhaft zu vermitteln, den sie in Wahrheit - oftmals als Entscheidungsträgerin „hinter“ ihrem Mann - seit langem einnimmt

Die Rechnung ist ganz einfach: „Internationalen Studien zufolge treffen Männer nur 20 Prozent der Kaufentscheidungen. Wenn ein Unternehmen die anderen 80 Prozent erschließt, verfünffacht es seinen Kundenstamm!“ Frauen haben eine enorme Relevanz in den Märkten, und die gilt es zu nutzen. Jetzt! Bevor die Anderen das Rennen gewinnen.

Mit diesen Tipps schaffen Sie MEHR-Wert! Für Ihre Kundin. Und Ihr Unternehmen.

Erregen Sie Aufmerksamkeit und laden Sie ein!

Zu einem Event, dessen (Vortrags-)Thema Auswirkung auf mehrere Lebensbereiche von Frauen hat (nicht nur Finanzen!). Frei nach Faith Popcorn, US Trendforscherin: „Wenn Sie Ihr Marketing nur auf eins ihrer Leben ausrichten, entgehen Ihnen alle anderen!“

Vervielfachen Sie Ihre Zielgruppe!

Wussten Sie, dass Frauen ungern alleine Veranstaltungen besuchen? Ihre Einladung erregt Aufmerksamkeit - daher fragt sie sofort ihre Freundin: „Bist du mit dabei?“

Zeigen Sie Flagge!

Von (weiblichen) Vorständen über weibliche Role-Models – alle sind beim Event live mit dabei. Das zeigt wie ernst Sie die Zielgruppe und das Thema nehmen.

Präsentieren Sie maßgeschneiderten Nutzen!

Ein Impulsvortrag zum Leistungsspektrum Ihres Unternehmens ist absolut erwünscht. Gehen Sie dabei auf die besonderen Ansprüche von Frauen ein, indem Sie mit Beispielen zu ihren unterschiedlichen Lebenssituationen arbeiten. Nur dann kommt die Botschaft bei allen Zuhörerinnen an und sie haben das Gefühl, gesehen zu werden.

Nehmen Sie sich Zeit für den Rahmen!

Kreativ – stilvoll – mit Liebe zum Detail: Nutzen Sie weibliches Einfühlungsvermögen für die Auswahl von Location, Dekoration und Kulinarik. Kreieren Sie Event-Benefits und Give-Aways.

Schaffen Sie eine langfristige vertrauensvolle Kundenbeziehung!

Setzen Sie nachhaltige Anker, um in Kopf & Herz Ihrer Gäste zu bleiben! (z.B. Überraschung beim nächsten Kundentermin, Newsletter-Programm zum Event-Thema, u.a.m.)

Frauen nehmen die Vielzahl an individuellen, kreativen Ideen bis ins kleinste Detail wahr. Sie können sich diese Zielgruppe jetzt aktiv erschließen: Je stimmiger Ihr Programm ist, je mehr es den Frauen auf ihrem persönlichen Lebensweg hilft, umso größer ist dann Ihr Erfolg im darauf folgenden Beratungsgespräch.

<- Zurück zu: Vertriebsnachrichten

Multimedia

Autoren auf Vertriebsnachrichten. Finanzberater, Coaches, Trainer und interessante Menschen.

