

## Leistungen: Der Schlüssel zum Kunden

Nur Produkte oder Dienstleistungen mit einem überzeugenden Preis-/Leistungsverhältnis können erfolgreich verkauft werden.

-- Jay Levinson, The Guerilla Marketer's Handbook

Bei der Erstellung Ihrer Werbebotschaft ist es wichtig, dass Sie sich stets auf den von Ihnen gelieferten Nutzen und nicht auf die angebotenen Merkmale und Funktionen konzentrieren. Für Ihre Kunden ist digitale Qualität nur wichtig, weil sie damit Musik in ausgezeichneter Qualität hören können. „Digital“ ist in diesem Zusammenhang kein Verkaufsargument – es ist ein Merkmal. Hervorragender Sound ist das Verkaufsargument, der Nutzen.

„Merkmale und Funktionen werden häufig mit dem Nutzen verwechselt“, so Marketing-Guru Levinson. Anhand der folgenden Aufgliederung von Merkmalen und dem jeweiligen Nutzen soll der Unterschied aufgezeigt werden:

- Airbags: Geringeres Verletzungsrisiko
- Große Schrift: Bessere Lesbarkeit
- Digitale Aufnahme: Verzerrungs-

rungsfreier Sound

- Weiche Lederschuhe: Mehr Tragekomfort
- Mercedes Benz-Logo: Gestieigertes Selbstwertgefühl basierend auf dem Status

Sie müssen nun die Leistungen ermitteln, die sich Ihre Kunden wünschen. Wenn Ihre Kunden wie die meisten Menschen sind, so wünschen sie sich Folgendes (in Anlehnung an Levinson):

- Sicherheit
- Glück
- Spaß
- Attraktivität
- Sex-Appeal
- Erfolg
- Selbstachtung
- Anerkennung von anderen
- Keine Schmerzen
- Mehr Freizeit
- Höhere Effektivität
- Ein gutes Körpergefühl
- Gutes Essen
- Mehr Gesundheit
- Kontakt zu nahestehenden Personen

### Lernen Sie in diesem Artikel:

- Über Kundennutzen
- Über Erwartete Leistungen
- Über Werbebotschaft

### Inhalt

Kundennutzen.....	1
Nutzen vs. Merkmal.....	1
Leistungen.....	1

### Partner für diesen Artikel:

Dieser Artikel basiert auf dem Online-Kurs Leistungen: Der Schlüssel zum Kunden von HP.

Diesen und weitere Onlinekurse können Sie auf der HP-Webseite unter [www.hp.com/de/inhouse](http://www.hp.com/de/inhouse) finden.



invent

usw.

Wenn Sie verstehen, wie die von Ihnen verkauften Produkte oder Dienstleistungen diesen Wünschen gerecht werden können, können Sie eine Werbebotschaft erstellen, durch die Ihre Kunden an ihrem Wohnort angesprochen werden und den Nutzen erhalten, den sie sich wirklich wünschen. Dies ist der erste Schritt im Hinblick auf den Aufbau einer beständigen Kundenbeziehung.  
(hp)



© 2007 [www.inhouse-marketing.de](http://www.inhouse-marketing.de)

Weitergabe sowie Vervielfältigung dieses Dokuments, Verwertung und Mitteilung seines Inhalts sind verboten, soweit nicht ausdrücklich gestattet. Zuwiderhandlungen verpflichten zu Schadenersatz. Alle Rechte für den Fall der Patent-, Gebrauchsmuster- oder Geschmacksmustereintragung vorbehalten.

Der Autor ist bestrebt, in allen Publikationen die Urheberrechte der verwendeten Grafiken, Bilder, Sounds und Texte zu beachten und die Urheber zu kennzeichnen. Sollte sich in diesem Dokument/ dieser Präsentation dennoch ungekennzeichnete, aber durch fremdes Copyright geschützte Grafik, Sound, Bild oder Text befinden, so ist dies ein unbeabsichtigtes Versehen oder das Copyright konnte vom Autor nicht festgestellt werden. Im Falle einer solchen unbeabsichtigten Copyrightverletzung wird der Autor das entsprechende Objekt kenntlich machen.

© 2007 [www.inhouse-marketing.de](http://www.inhouse-marketing.de)