

Nutzenfibel

Vom Leistungsmerkmal zum individuellen Kundennutzen

Weil Menschen verschieden sind, hat auch jeder Kunde ganz individuelle Vorstellungen. Bevor Sie als Verkäufer überzeugend argumentieren können, müssen Sie erst die individuellen Ziele und Wünsche herausfinden. Am häufigsten werden Ihnen dabei Bedürfnisse aus den folgenden fünf Hauptgruppen begegnen: 1. Gewinnstreben, 2. Bequemlichkeit, 3. Sicherheitsstreben, 4. Prestigedenken und 5. Freude/Wohlgefühl. Um den Kunden von Ihrem Angebot überzeugen zu können, ist es erforderlich, die Produkt- und Leistungsmerkmale in bedürfnisgerechte Kundennutzen zu „übersetzen“. Dieses Formular hilft Ihnen, Ihre persönliche Nutzenfibel zu erstellen.

Produkt bzw. Produktfamilie

Kurzbeschreibung des Leistungsmerkmals

Möglicher Nutzen für Ihre Kunden

a) Motivgruppe Gewinnstreben/Kostenorientierung

b) Motivgruppe Bequemlichkeit/Einfachheit

c) Motivgruppe Sicherheitsstreben

d) Motivgruppe Prestigedenken/Anerkennung

e) Motivgruppe Freude/Persönliches Wohlgefühl
