



3 Verkaufstipps, warum Menschen kaufen...

Warum kaufen Menschen? Wovon lassen sie sich leiten und beeinflussen bei der Kaufentscheidung? Für Unternehmer sind das wichtige und entscheidende Fragen, um Produkte oder Dienstleistungen verkaufen sowie Umsätze zu generieren. Warum sollte ein Mensch genau Ihr Produkt kaufen?

Von was werden wir geprägt? Warum kaufen wir bestimmte Dinge und andere nicht?

Hier finden Sie die 3 wichtigsten Verkaufstipps:

Verkaufstipps 1: Bedürfnisse der Menschen als Kaufgrund?

Aller Wahrscheinlichkeit nach kaufen die meisten Menschen nicht auf Grund klassischer Verkaufsargumente. Die älteren Prinzipien besagen, dass zunächst die Bedürfnisse der Menschen herausgefunden werden sollen. Bietet man ein Produkt an, das diese Bedürfnisse befriedigen kann, so lockt man den Kunden an.

Doch: Das reine Bedürfnis ist nicht zwingend nur das, was die Menschen zum Einkaufen bringt. Was ist es dann noch?

Verkaufstipps 2: Wünsche der Menschen als Kauffaktor?

Die Leute werden zunehmend von ihren Wünschen geleitet und kaufen viel mehr das, was sie möchten, anstelle von dem, was sie brauchen. Die Wünsche scheinen ein besserer Motivator für Kaufentscheidungen zu sein.

Die Fernsehwerbung macht sich dies zu Nutze. Ein kurzer Werbespot heute gleicht immer mehr einer Traumfabrik. Die eigentlichen Produkteigenschaften rücken in den Hintergrund. Sie motivieren Menschen dazu, sich ihre Wünsche zu erfüllen.

Sobald ein Wunsch besteht, sucht man nach einer Rechtfertigung, um die gewünschte Ware zu kaufen oder die angebotene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen. Ist der Wunsch stark, so ist auch die Rechtfertigung leicht zu finden.

Wir nennen dies auch gern: „rationale Gründe einer emotionalen Entscheidung“. Wir selbst kennen diese Argumentationsketten nur zu gut, mit denen wir uns selbst unseren Kauf rechtfertigen. ☺

Verkaufstipps 3: Zwei primäre Motivationsfaktoren!

Doch Kaufen oder Nicht-Kaufen ist noch deutlich komplexer. Neben klassischen Bedürfnissen und Wünschen gibt es zwei ganz ausschlaggebende Motivationsfaktoren, die Menschen zum Kauf leiten:

Das Streben nach Schmerzvermeidung und nach Lustgewinnung!

Jedes menschliche Handeln ist im Grunde genommen auf diese Idee zurückzuführen. Manche von Ihnen kennen sicherlich auch den Ausspruch: „Zuckerbrot und Peitsche“ oder aus der Motivationspsychologie die sogenannte „Hin-zu-“ und „Weg-von-Motivation“.

Zur Veranschaulichung soll das folgende Beispiel dienen:

Viele Frauen und Mädchen schminken sich bevor sie zur Arbeit, Schule oder anderswo hin gehen. Sie machen es nicht wegen der Vorliebe für den eigentlichen Prozess des Schminkens, sondern es gibt hauptsächlich zwei Gründe für ihr Verhalten:



Sie tragen Make-up auf ihr Gesicht auf

- 1. entweder um besser auszusehen und sich somit wohler zu fühlen, besonders wenn ihr Äußeres von anderen Leuten anerkannt wird, oder*
- 2. um das unwohle und unterdrückende Gefühl von Abneigung und negativen Kommentaren zu vermeiden, wenn sie kein Make-up tragen und damit sich schlecht aussehend fühlen.*

Bezogen auf das Kaufen heißt dies, dass eine Verbindung zwischen Kauf und Vergnügen einerseits und zwischen Nicht-Kauf und Schmerz andererseits geschaffen werden muss. Eine solche Relation bringt die Überzeugungskraft auf ein höheres Niveau.

Laut traditionellem Verständnis tun Leute etwas, wenn sie einen bestimmten Nutzen daraus erzielen können. Ein solches Argument ist jedoch nicht genug, denn es fehlt die emotionale Komponente. Eine Person muss spüren, dass Nicht-Kaufen schmerzhaft ist im Sinne, dass man z.B. etwas verpasst, verliert oder sich einsam fühlt.

Ein derartiges Spiel mit emotionaler Verwundbarkeit mag sich vielleicht schlimm anhören, es ist jedoch die Realität. Und es ist besser, sich dieser bewusst zu sein. Denn nur so können Sie auch Ihr eigenes Handeln nach diesen Kriterien beobachten.

Nicht zuletzt basieren Menschen ihre Handlungsentscheidungen vermutlich viel öfter auf das Streben nach Schmerzvermeidung als auf die Lustgewinnung.

© Windorias / pixelio.de

