Erfolgreiche Sales-Promotion Die wichtigsten Faktoren

Soft-Facts

- **Zielgruppe emotional positiv öffnen (Buch aufschlagen !)**
  - **Natürliche Elemente (Natur)**
    - Feuer
    - Luft
    - Wasser
    - Erde
  - Maslow Bedürnis-pyramide
    - Selbstverwirklichung
    - Anerkennung, Prestige
    - Soziale Bedürfnisse
    - Sicherheitsbedürnisse
    - Grundbedürnisse
  - Häusel Limbische Instruktionen
    - Balance
    - Stimulanz
    - Dominanz
  - Lächeln
- **Möglichst viele Sinne ansprechen**
  - Hören (20%)
  - Sehen (30%)
  - Hören und sehen (50%)
  - Tasten
  - Gewicht
  - Riechen
  - Schmecken
  - Temperatur
  - Gleichgewicht
  - Stereognostischer Sinn
- **Stimmig ansprechen**
  - Denken und Handeln aus Kundensicht
  - Adressatengerecht
  - Zeitpunkt
  - Produktgerecht
  - Medienoutfit
  - Bedürfnisgerecht (Maslow - Häusel)
  - Positiv, aber nicht um jeden Preis
  - Text, Grafiken, Bilder, Ton
- **Gezielt ansprechen**
  - Persönliche Ansprache
  - Grobstruktur / Feinstruktur
  - Wichtig / Unwichtig
  - Bekannt / Unbekannt
  - Angenehm / Unangenehm
  - Situation / Nutzen / Nutzenbeweis
  - Identifikation / Faszination / Projektion
  - Irritation- Involvieren-Wiederholen
  - Spannungsbogen erzeugen
  - Wiederholen, Wiederholen
- **Wichtige Rahmen-bedingungen**
  - Kreativität
    - Team
    - Schöpferisch
    - Realisierbar
  - Innovation
  - **Spaß und Motivation**
    - Mitarbeiter-Team
    - Kunde
  - **Elimination der Betriebsblindheit**
    - Außenstehende Personen befragen, testen und beurteilen lassen

Hard-Facts

KO-Kriterium

- **Finanzen**
  - Beratung
  - Catering
  - Dekoration
  - Geschenke
  - Hard- Software
  - Personal
  - Raummiete
  - Referenten
  - Reisekosten
  - Sonstiges
  - Transport
  - Werbung
    - Design
    - Film
    - Mailings
    - Merchandising
    - Mobile
    - Print
    - Radio
    - Roadshow
    - Sponsoring
    - TV
    - Web
- **Perfektion**
  - Planung
  - Interne Abstimmung
  - Durchführung
  - Dokumentation
  - Lessons learnt
- **Ziel-orientierung**
  - Kunden-Nutzen persönlich + geschäftlich
  - Absatz
  - Umsatz
  - Kundenbindung
  - Neu-Kunden Gewinnung
  - Churn Prevention
  - Win Back
  - Image
  - Kompetenz
  - Produkt
  - Trade Branding
- **Analyse**
  - Alleinstellungsmerkmal (USP)
  - Kundenclientel
  - Kundenpotenzial (SOW)
  - Wettbewerber
  - Zielumsatz
  - Zwingendes Ereignis
- **CRM**
  - Absatz
  - Forecast
  - Image
  - Kontakte
  - Leads
  - Umsatz
  - Feedback

Hinweise zur Struktur und Art und Weise meiner Vorlesung:
- Ausnahmen bestätigen die Regel
- Gültig in unserem Kulturraum
- Übertreibungen dienen der Verdeutlichung