Was versprichst du deinem Kunden?

Dein Kunde prüft ganz genau, ob er dir vertrauen kann und ob du es wert bist, sein Geld zu erhalten. Er stellt dich immer wieder **auf den Prüfstand**: Warum sollte ich dein Produkt kaufen oder deine Dienstleistung in Anspruch nehmen? Im Idealfall hast du eine Antwort parat, die deinen Kunden sofort überzeugt und **Einwände abbaut**. In den meisten Fällen fehlen aber in der digitalen Kommunikation diese prägnanten **einzigartigen Botschaften**. Im Marketing spricht man auch von dem **Alleinstellungsmerkmal** (USP, Unique Selling Proposition).

DEINE BOTSCHAFT

1. Deine Botschaft ist authentisch, ehrlich und echt
2. Stelle deine Stärken und Alleinstellungsmerkmale heraus
3. Mache deinen Kunden auf deine Botschaft aufmerksam

www.kajado.de/schatzkarten

PLATZ FÜR DEINE STÄRKEN

In deiner einzigartigen Botschaft an den Kunden stellst du deine Stärken heraus und baust Barrieren ab. Erkläre kurz und knackig, was dich und dein Unternehmen, dein Produkt und deine Dienstleistung so besonders macht, was der Unterschied zu deinem Wettbewerber ist und was nur du ihm anbieten kannst. Diese Botschaft platzierst du sichtbar in deiner Onlinekommunikation und rufst es deinem Kunden durch Texte und passende Bilder immer wieder in Erinnerung. Was liest du lieber auf der Website eines Tagungshotels: „Herzlich willkommen auf unserer Website“ oder „Erleben Sie produktive Stunden in unserem modernen Tagungshotel mit kostenfreiem WLAN und Blick auf den hoteleigenen Parkteich.“?

Lieber Kunde, das ist mein Versprechen an dich!

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

ÜBUNG: DER WUNDE PUNKT