



KOMMUNIATIONZ® GmbH



Wichtiger Erfolgsfaktor der Zukunft:

## Just-in-time-Kommunikation und Just-in-time-Verkauf

Aus dem Produktwettbewerb ist ein Kommunikationswettbewerb geworden, ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden und potenziellen Kunden. Erfolgreiche Maklerbüros kommen mit ihren Kunden und potenziellen Kunden in einen direkten, persönlichen Kontakt, ziehen deren Aufmerksamkeit auf sich, indem sie diese überraschen und verblüffen, ihnen etwas Neues und Attraktives bieten.

Kommunizieren und verkaufen Sie deshalb Just-in-time: Kommunizieren Sie die richtige Information, verkaufen Sie das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Kommunikations- und Verkaufsinstrumenten an die richtigen Kunden- und Zielgruppen.

Kunden und potenzielle Kunden erwarten von einem Unternehmen, beachtet und umsorgt zu werden. Sie wollen das Gefühl und die Gewissheit haben, dass man sie versteht und sich um sie kümmert. Dass man über ihre ganz persönlichen Probleme, Wünsche und Bedürfnisse Bescheid weiß. Spezielle Zielgruppenangebote, wie z. B. Kinder-, Frauen- und 50Plus-Produkte, bilden eine gute Basis für diese Überlegungen.

In Zukunft werden diejenigen Unternehmen und Verkäufer erfolgreich sein, denen es gelingt, ihren Kunden das Gefühl zu geben, dass nicht nur der nächste Auftrag zählt, sondern dass man sie als Mensch und gleichberechtigten Partner anerkennt.

### Verbinden Sie Ihr Produkt-Portfolio mit Mehrwert-Angeboten

Erfolgreiche Unternehmen ergänzen und erweitern ihre Kernleistungen um kunden- und zielgruppenorientierte Mehrwert-Angebote mit einem informativen, materiellen und emotionalen Zusatznutzen für Kunden und potenzielle Kunden. Diese haben möglicherweise nur noch am Rande etwas mit den Kernleistungen zu tun.

Erfolgreiche Unternehmen signalisieren ihren Kunden: „Achtung! Diese Mischung aus Produkten, Service-Leistungen und Mehrwert-Angeboten ist einzigartig. Diese erhalten Sie nur bei uns. Die Wettbewerber bieten Ihnen so etwas nicht ...“

Mehrwert-Angebote orientieren sich an den momentan wichtigen Problemen, Wünschen und Bedürfnissen von Kunden- und Zielgruppen, an deren Lifestyle, Werte, Erlebnis- und Themenwelten. Mehrwerte sind von Kunden- und Zielgruppen in ihrem täglichen Leben nutzbar und verwendbar, enthalten eine wirkliche Lebens-, Erfolgs- und Zukunftsberatung.

### Eindeutige Kommunikation schafft Vertrauen

Orientieren Sie sich in der Kommunikation Ihres Portfolios an folgenden Kriterien, um mit Ihrem Zielgruppenmarketing maximal möglichen Erfolg zu erzielen:

- **Eindeutigkeit**  
Mindestens genauso wichtig wie Kreativität ist die klare und prägnante Darstellung wichtiger Angebots- und Nutzenmerkmale. Das, was der Kunde wissen will, und nicht nur das, was der Anbieter zeigen will, sollte schnell zu erfassen und zu verstehen sein – dann entsteht Vertrauen.
- **Einfühlsamkeit**  
Neben der Selbstdarstellung ist für die Wirkung entscheidend, dass auch das Verständnis für die Bedürfnisse des Lesers demonstriert wird. Hieran kann auch imagebezogene Kommunikation anknüpfen, ohne zu defensiv aufzutreten.
- **Erwartungswidrigkeit**  
Die Zielgruppen haben teilweise erhebliche negative Erwartungen gegenüber Versicherungen. Aufmerksamkeit wird nachhaltig geweckt, wenn man diese negativen Erwartungen (z. B. negative Klauseln, einseitige Darstellung, Selbstherrlichkeit, Verkaufsdruck) ‚enttäuscht‘.
- **Verbindlichkeit**  
Unterschiedslose Loyalität und dauerhafte Berechenbarkeit gehören derzeit zu den stärksten Bedürfnissen gegenüber den Anbietern. Dazu gehört auch große Empfindlichkeit gegenüber Angeboten mit Ausschluss-Kriterien.

Stellen Sie immer wieder die Frage: Welche Mehrwert-Angebote mit einem informativen, materiellen und emotionalen Zusatznutzen können wir unseren Kunden und potenziellen Kunden bieten?

---

KOMMUNIATIONZ® GmbH

Pelkovenstraße 81 B, 80992 München, Tel.: +49 89 14884000

Fax: +49 89 14884004, iq@kommunikationz.de, www.kommunikationz.de

---