

BRANCHE intern

# besser WOHNEN

INFORMATIONEN FÜR DIE  
BAU-, EINRICHTUNGS- UND  
WOHNBRANCHE  
5 A | 2011 | EUR 3,-  
WWW.BRANCHEINTERN.EU



**Forcher CREATIVE<sup>2</sup>:** Die Designlinie für alle Wohnbereiche: Ob Vorzimmer, Wohnen, Essen, oder Schlafen, ein durchgehendes Einrichtungskonzept, das in jedem Raum seine Fortsetzung findet und dabei trotzdem viel Spielraum für eigene Ideen offen lässt.

Erleben Sie Wohnen als Design-Gesamtkonzept!  
Auf der Möbel Austria vom 19.-22. Mai, Messegelände Wels.

# Überzeugung mit allen Sinnen

Erfolgsmacherin Sabine Hübner und die Kunst, dem Kunden durch gutes Cue-Management ein angenehmes Gefühl zu vermitteln.



„Ich lasse mich nicht beeinflussen! Ich treffe meine Entscheidungen völlig rational und weiß genau, wo ich das Beste für mein Geld kriege.“ Ist das wirklich so? Nein, ein hohes Maß aller Entscheidungen wird unbewusst getroffen. Ob wir ein Produkt kaufen, hängt von verschiedenen Signalen oder Reizen - so genannten Cues - ab, die wir empfangen. Wer daher die Schlüsselreize bewusst managt, der beherrscht die hohe Schule der Verführung und hat im Kampf um den Kunden die Nase vorn.

Die meisten Verbraucher halten sich selbst für immun gegenüber Werbe- und Marketingaktionen. Sie sind der festen Überzeugung, dass sie wichtige Kaufentscheidungen gut durchdacht, ja ausschließlich rational treffen. Doch bis zu 70 Prozent aller Urteile fällt tatsächlich das Unterbewusstsein. Diese beeindruckende Zahl ist ein überraschendes Ergebnis der modernen Hirnforschung, das zeigt, wie sehr Menschen von

Prozessen „unter der Oberfläche“ gesteuert werden.

#### Emotionen entscheiden

Mit anderen Worten: Emotionen sind die wahren Entscheider. Ausgelöst werden sie von den schon erwähnten Reizen, zu denen alle Sinneseindrücke wie Töne, Bilder, Gerüche, haptische Signale und Geschmacksreize zählen. Die geheimen Verführer sind es, die „ja“ oder „nein“ sagen, während wir glauben, objektive und ausschließlich vom Verstand gesteuerte Urteile zu fällen.

#### Marketing mit Schlüsselreizen

Was bedeutet das für die tägliche Arbeit im Handwerk? In jeder größeren Stadt gibt es zahlreiche Anbieter, die stets die mehr oder weniger gleichen Produkte, stets den mehr oder weniger gleichen Service anbieten. Wie also lassen sich Kunden begeistern? Auch wenn alle vorhandenen Reize und Signale ihre Macht im Unterbewusstsein ausspielen, sind sie doch durchaus bewusst steuerbar! Unter-

nehmen und Verkäufer, die das klar erkennen und sich zunutze machen, haben gegenüber ihren Wettbewerbern deutliche Vorteile.

#### Kaufen mit allen Sinnen

Anhand der Cues macht sich der Kunde ein Bild über die Qualität des Produktes oder der Dienstleistung. Ein Beispiel: Ein intensiver Geruch in einem exklusiven Käsegeschäft, wird kaum einen Käseliebhaber daran hindern, bei den sündhaft teuren Köstlichkeiten zuzuschlagen. Ganz im Gegenteil, er wird ihn animieren. „Nehmen wir nun an, der Käseliebhaber verspeist seine eben erstandene Gaumenfreude an seinem Arbeitsplatz, sagen wir im Schaumraum eines Möbelhauses? Fast jeder Kunde würde die Nase rümpfen und vielleicht sogar das Geschäft verlassen – egal wie attraktiv die Ware ist.“

Ein Kunde kauft mit allen ihm zur Verfügung stehenden Sinnen ein, denn „er kann sie ja nicht einfach

abstellen“. Er nimmt den Geruch in einem Schaumraum wahr, das Gesicht des Monteurs, der nur kurz seinen Weg kreuzt, die Stimme auf dem Anrufbeantworter, Rechtschreibfehler im Angebot, das Briefpapier und den Geschmack des Cappuccino. Werden diese Dinge positiv erlebt, beziehen wir das auch auf das Unternehmen und seine Leistung. Sie können also das Qualitätsempfinden konsequent steuern, sich positiv im Kundenkopf verankern und bereits Pluspunkte sammeln, bevor der Kunde das Produkt überhaupt kennt. ■

Webtipp: [www.sabine-huebner.de](http://www.sabine-huebner.de)

**Sabine Hübner** ist erfolgreiche Unternehmerin und Praktikerin durch und durch. Sie zählt zu den „Top 100 Excellent Speaker“ und erhielt 2009 und 2010 den Conga Award. Pro 7 bezeichnet sie als „Serviceexpertin Nr. 1“ in Deutschland, und das Magazin „Focus“ zählt sie zu den „Erfolgsmachern“.

#### Buchtipp:

„Service macht den Unterschied“  
Sabine Hübner  
ISBN: 978-3868810448  
24.90 Euro

