

# Episode 19 Download

**SIGNAL**  
ANS KUNDENHERZ



**VERKAUF  
MARKETING**



Quelle: fbolia.com #36647405 © Kreativloft GmbH



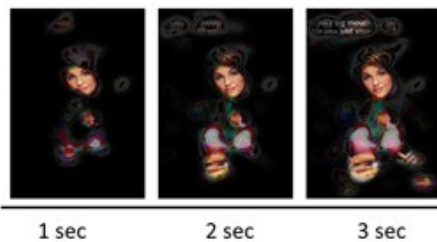
Laden im  
 **App Store**

# Episode 19 Download



## 01 Vampir-Effekt

Quelle: <http://blog.mediaanalyzer.com/werbewirkung/erotik-und-werbewirkung>



Klassischer "Vampir-Effekt": Relevante Teile der Anzeige werden nicht beachtet.

Gerade Männer schauen fast ausschließlich auf das Dekolleté. Später wird dann vor allem der Hamburger angeschaut. Dagegen werden das MasterCard-Logo und die Headline quasi ignoriert.

Kein Wunder, dass sich später kaum ein Proband an die Absender-Marke MasterCard erinnern konnte.

Die Heat-Map (rechts) zeigt Aufmerksamkeitsdaten von je 100 Männern und Frauen aus einer Studie von MediaAnalyzer für die Advertising Research Foundation/ARF.

## 02 Headlines für's Direktmarketing

Quelle: Dialogmethode: Das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte (Siegfried Vögele)

**Hier ist der Beweis**

**So war es bisher**

**So ist es jetzt**

**Endlich ist es soweit**

**Die drei Wege zum Erfolg**

**So sparen Sie XY Euro**

**Das alles gehört Ihnen**

**Jetzt ist es soweit**

**Reserviert für Sie**

**Hier ist die richtige Lösung**

**Für Sie gelesen**

**Das ist Ihr Vorteil**

„... diese Headlines führen den Leser zum Textblock. Es sind Headlines, die den Leser länger festhalten und seine Bereitschaft am Weiterlesen erhöhen.“

Mehr „Dialog-Headlines“ im Buch „Dialogmethode“ Siegfried Vögele.

[Hier geht's zum Buch \(sehr rar\)!](#)

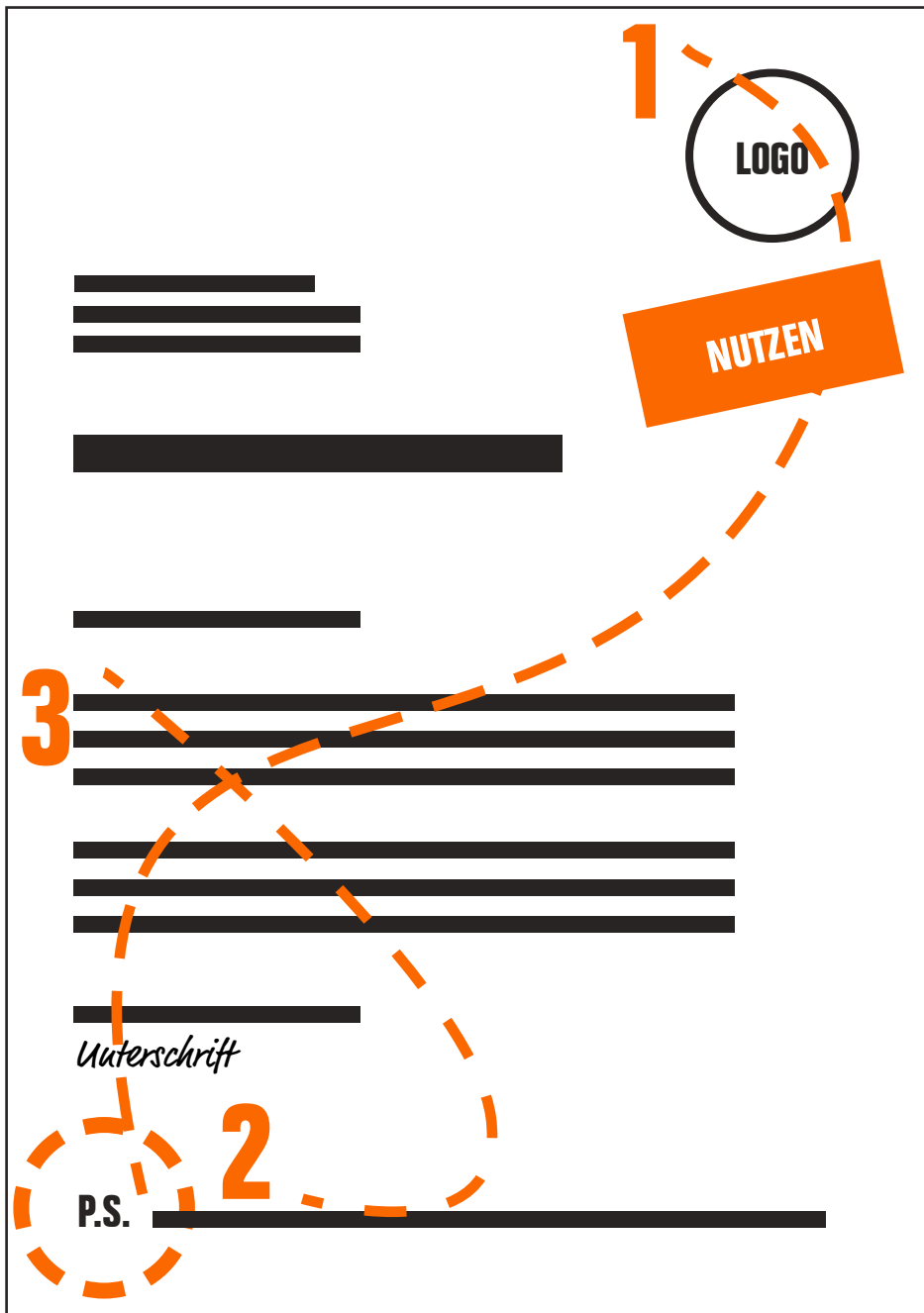


# Episode 19 Download



## 03 P.S.

Bis zur P.S.-Zeile werden Briefe kurz gescannt.



Exemplarische Lesekurve.

Wenn die P.S.-Zeile den Vorteil für den Leser klar herausstellt, dann springt das Auge zum Textbeginn.

Erst jetzt wird der Brief gelesen und hat die Chance, wirklich Aufmerksamkeit zu erhalten.

Tipp: Nutze die Lesekurve aus und platziere gleich rechts oben einen klaren Nutzen für den Leser (Störer-Element).



# Episode 19 Download



## 04 Hintergrund-Musik

**3x mehr Wein verkauft / Adrian C. North und Kollegen, University of Leicester**

Ergebnis einer amerikanischen Studie:

Konsumenten in einer Weinhandlung kauften 3x mehr französische Weine, wenn im Hintergrund französische Musik lief.

Gleicher Effekt bei Deutscher Musik und Weinen aus Deutschland!

## 05 %Rabatt gegen Ratio

**Versuch mit Ritter-Sport Schokolade**

Im einem Versuch wurde Ritter-Sport Schokolade teils zu deutlich überhöhten Preisen angeboten. Das Ergebnis war verblüffend: Immer wenn beim Preis ein Rabatt-%-Symbol auftauchte, gingen die Verkäufe signifikant nach oben, trotz des hohen Preises.

Der Rabatt schaltet also das Kontrollsystem in unserem Gehirn für kurze Zeit aus.

## 06 Weicher Teppich - mehr Umsatz

**Buchhandlung erhöht Umsatz 2-stellig**

Eine Buchhandlung konnte ihren Umsatz 2-stellig steigern, nur durch das Verlegen eines neuen, weicheren Teppichs.  
Gibt es bei dir auch etwas, dass du tun kannst, um das Wohlfühl deiner Kunden zu verstärken?



# Episode 19 Download



## 07 Visa & Co

### Höhere Spenden- und Ausgebereitschaft durch Kreditkarten-Logos

In einer Studie wurden Menschen befragt, ob sie für einen bestimmten Zweck Geld spenden möchten. Zum Zeitpunkt der Befragung lagen Broschüren von Kreditkartenunternehmen (Visa etc.) sichtbar im Raum. 87 Prozent der Befragten waren bereit, Geld zu spenden.

Nach diesem Durchlauf der Studie wurden die Broschüren entfernt und eine neue Testgruppe befragt. Ohne die Markenbotschaften von Visa & Co ging die Spendenbereitschaft signifikant zurück: auf 33 Prozent!

#### Interessant:

Niemand der Befragten konnte sich überhaupt erinnern, die Marken-Logos der Kreditkartenunternehmen gesehen zu haben!

In Restaurants wird mehr Trinkgeld gegeben, wenn die Rechnung in Hartplastik-Schalen überreicht wird, auf dem das Visa-Logo sichtbar ist.

Restaurants profitieren von besseren Umsätzen bzw. können höhere Preise verlangen, wenn Kreditkarten-Logos auf der Eingangstüre angebracht sind. ... nur Restaurants???

## 08 Wirkung von Zeitungsanzeigen

### Besser neben einem großen, redaktionellen Teil

Zeitungsanzeigen profitieren von der Aufmerksamkeit eines redaktionellen Beitrags, wenn sie direkt daneben platziert werden. Sie werden dadurch besser wahrgenommen. Keinen Vorteil bringt übrigens die generelle Platzierung einer Anzeige - links oder rechts, oben oder unten auf der Seite.





# Episode 19 Download



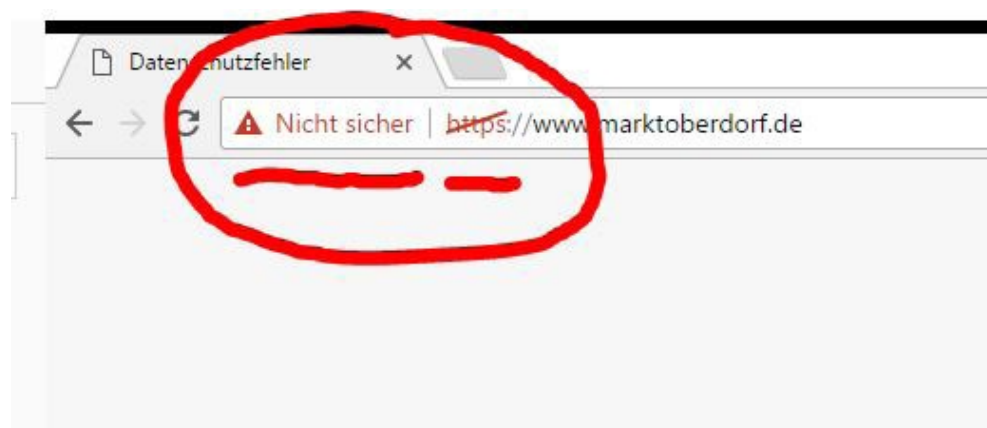
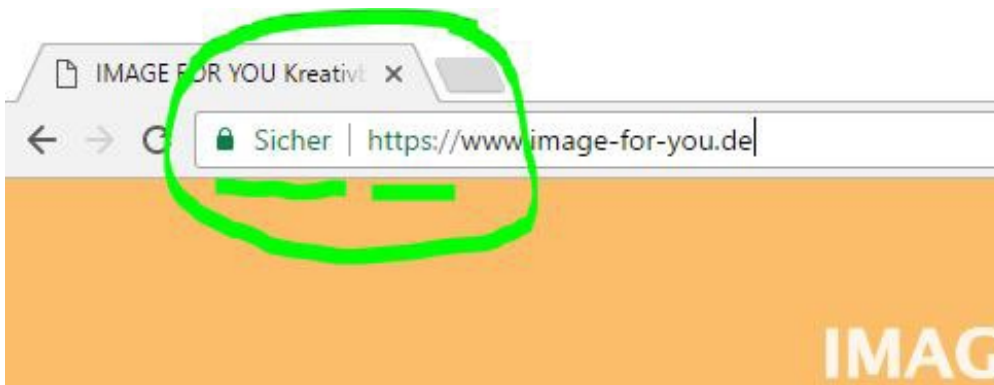
## 09 https statt http

Google markiert deine Website als „unsicher“

Wenn deine Website noch kein SSL-Zertifikat besitzt, solltest du jetzt handeln. Dein Hosting-Provider hilft dir da weiter.

Bei manchen Anbietern ist es schon mit ein paar Klicks getan. Warum das ganze? Google markiert deine Website seit Anfang 2017 entweder als „sicher“ oder eben als „unsicher“. Außerdem verbessert - oder verschlechtert sich dein Google-Ranking aufgrund des SSL-Updates.

[Weiterführender Blog-Beitrag von Henning Groß](#)



# Episode 19 Download



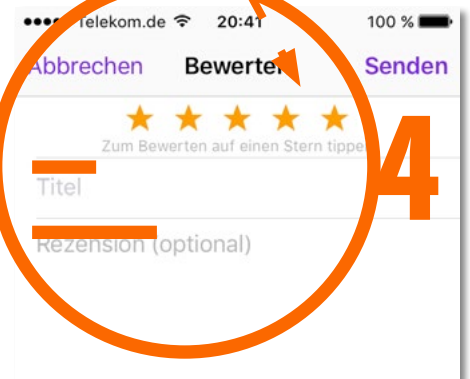
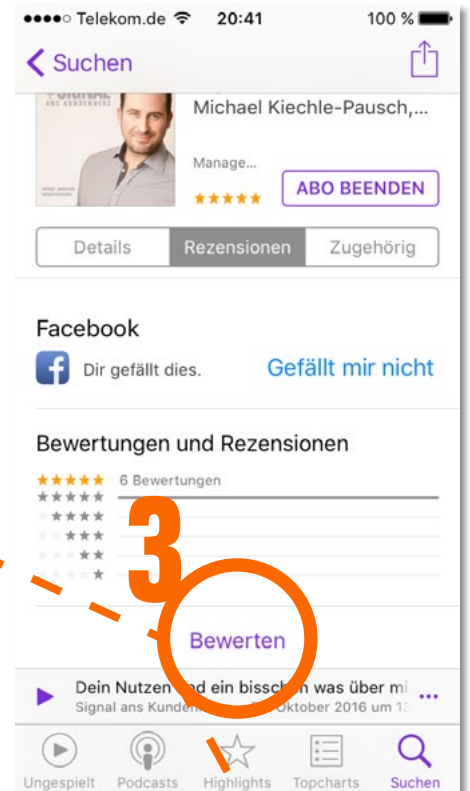
## 10 Signal ans Kundenherz bewerten \*\*\*\*\*

Ein kleiner Schritt für dich - eine große Hilfe für meinen Podcast!

Über eine ehrliche Bewertung auf iTunes würde ich mich sehr freuen!  
Diese wenigen Klicks machen einen riesen Unterschied für mich!

Bitte bewerte meinen Podcast bei iTunes und/oder hinterlasse gleichzeitig ein kurzes Feedback (Rezension). Jede Bewertung zählt und bringt meinen „Signal ans Kundenherz“ Schritt für Schritt im Ranking nach oben.

### So kannst du helfen: (iPhone / iPad)



# Vielen Dank!

