Den **Kunden**

zum

Fan machen

„… meine Fans sollen tanzen, lachen, singen … dafür arbeite ich hart …“

Tina Turner

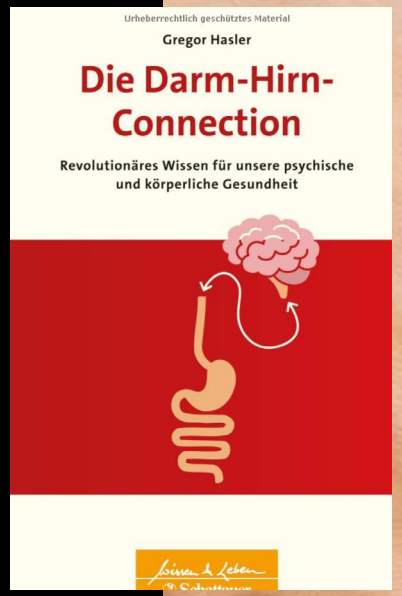
Kunden muss man locken	Fans kommen von selbst
Kunden geben Ihr Geld	Fans geben Ihr Herz
Kunden suchen Rabatte	Fans suchen Leistung
Kunden sind Kritiker	Fans sind Werbeträger
Kunden reklamieren	Fans verzeihen
Kunden wechseln	Fans bleiben

Was unterscheidet Kunden von Fans ?

„… meine Fans sollen tanzen, lachen, singen …
dafür arbeite ich hart …“
Tina Turner

Fans kann man nicht kaufen –
man muss sie erobern –
mit Leistung, Emotionen
und
gemeinschaftlichen Erfolgen

Was unterscheidet Kunden von Fans ?



Wo entstehen Emotionen …

Im zweiten Entscheidungsorgan – dem Darm !
das Bauchgefühl…

Wer

„kreiert“ Emotionen …

Hormone

Kuschelhormone
wenn man sich wohlfühlt

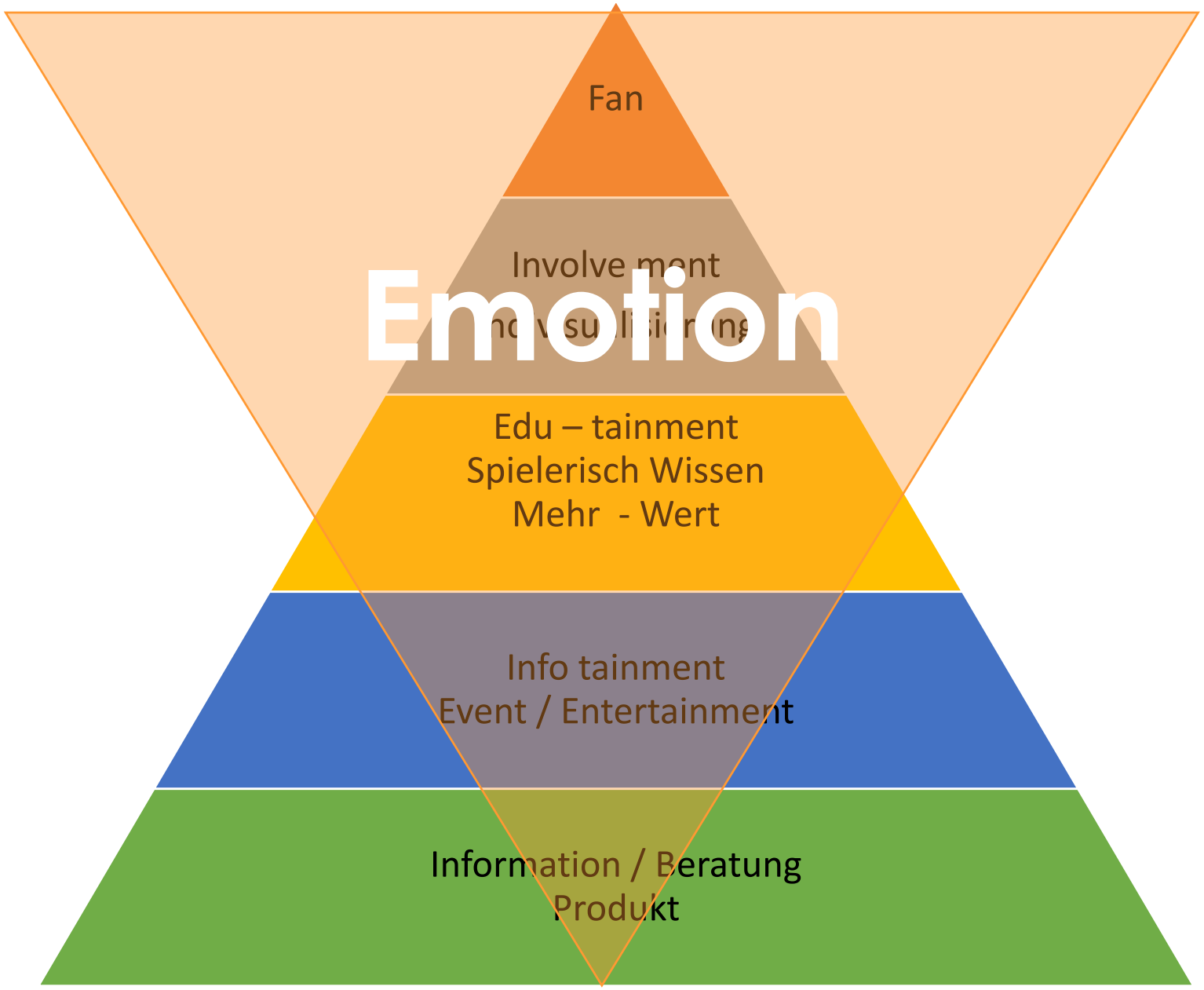
Vasopressin
Oxytocin

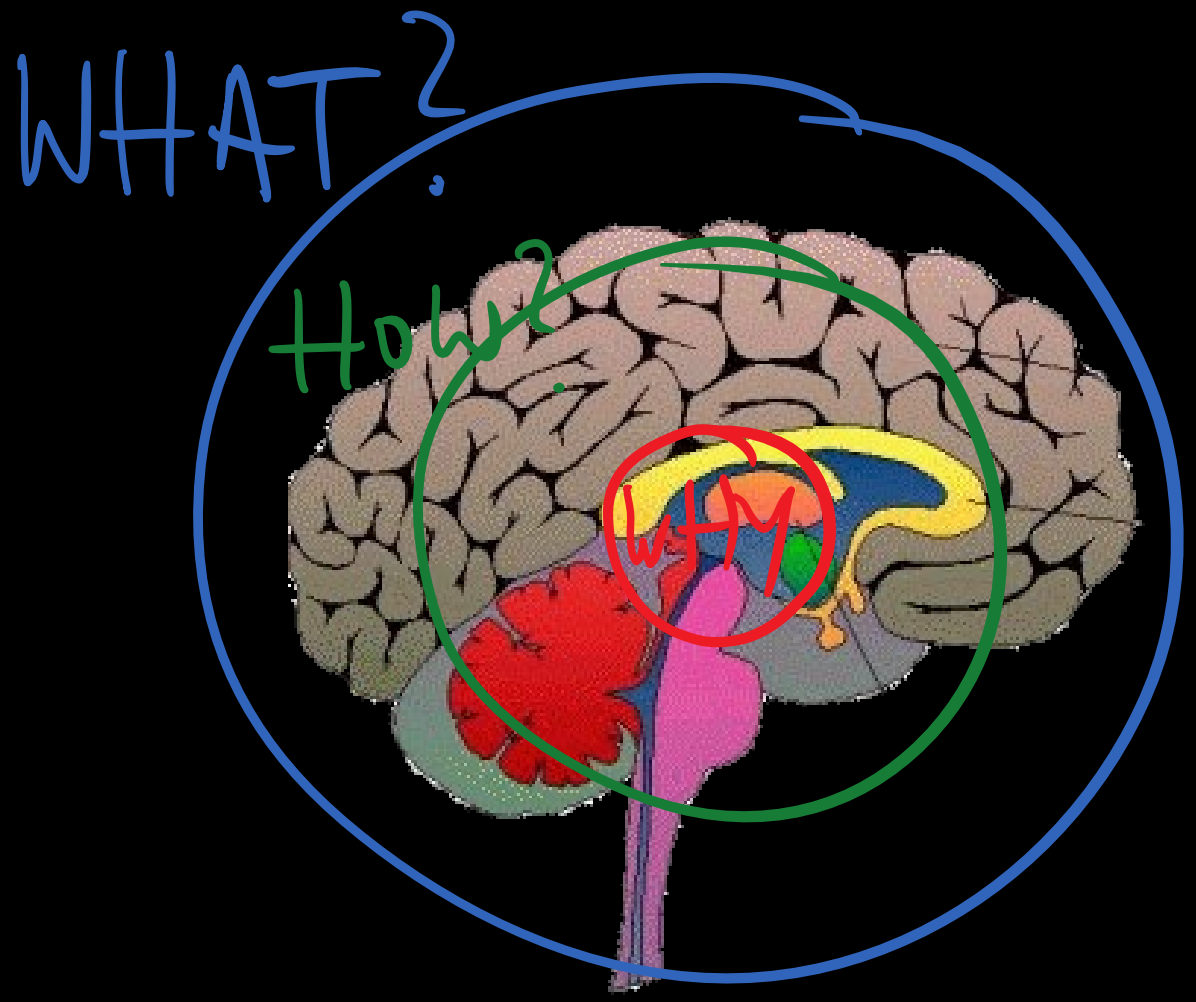
Lust

Testosterone
Estrogene

Aktivität
Stolz / Ehre

Dopamine
Serotonin


Fan
Involvement
Edu – tainment
Spielerisch Wissen
Mehr - Wert
Info tainment
Event / Entertainment
Information / Beratung
Produkt
Emotion



Golden Circle
by Simon Sinek

„Leute kaufen nicht
was du produzierst oder
wie du es machst,
sie kaufen
WARUM du es tust.“
Simon Sinek

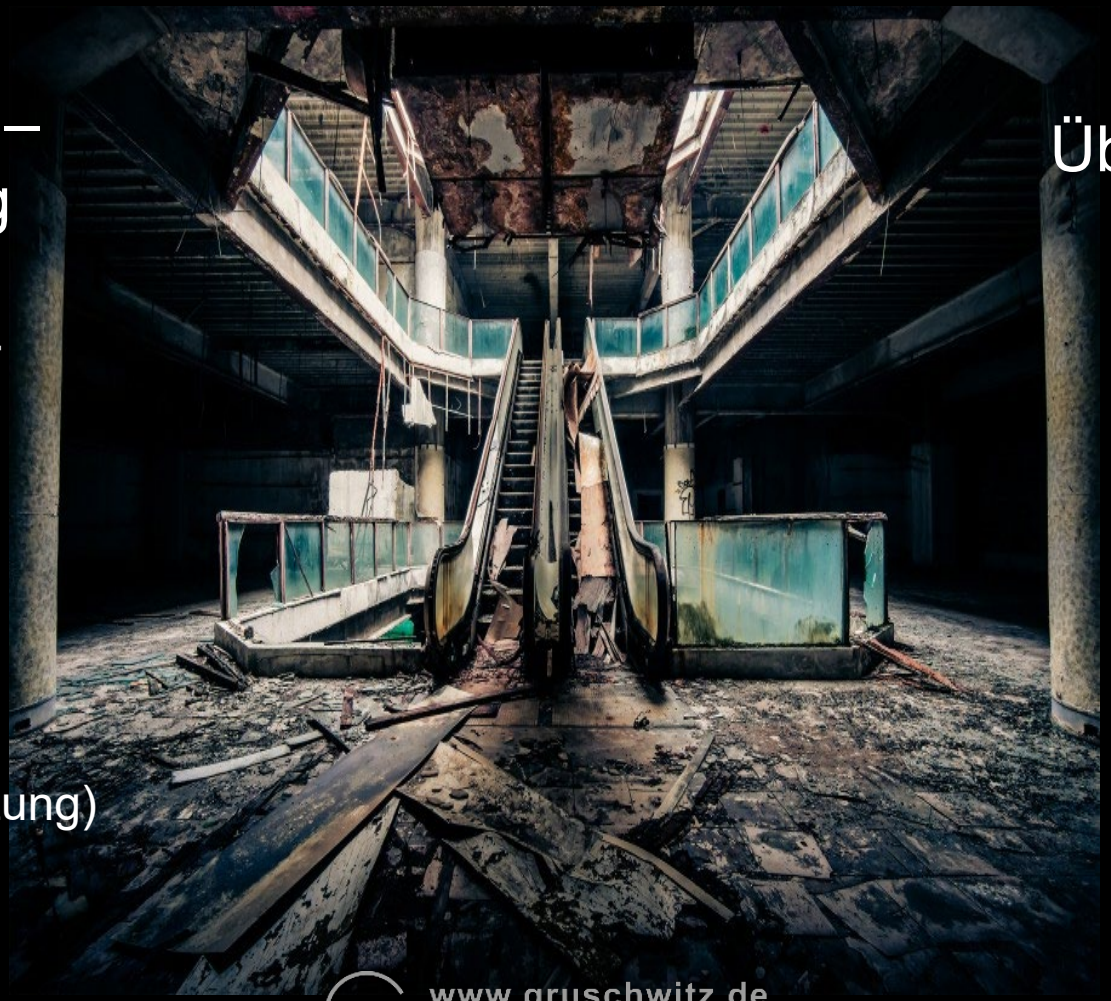
WAS ?

Was verkaufen sie …?
Was tuen sie … ?
Was ist ihr Preis … ?

Was machen **wir** dafür ?

Erwartungshaltung – Standard Erfüllung

Leistungsversprechen -
Produktversprechen
Gute Orientierung
Aktualität – News
Gute Beratung
Unterstützung
Ambiente
Wohlfühlfaktoren
(Multisensorische Unterstützung)



Übererfüllung – Überraschungseffekte

Garantien / Wartung
Stilsicherheit
Fürsorge (Careness)
Soziale Netzwerke
(be a part (VIP) of it)
Social benefit
(Rettet die Welt)
Cross – selling
Erreichbarkeit
(stationär / online)
Hin zum Kunden

Gehen Sie zum Kunden ?

Hin zum Kunden …

WIE ?

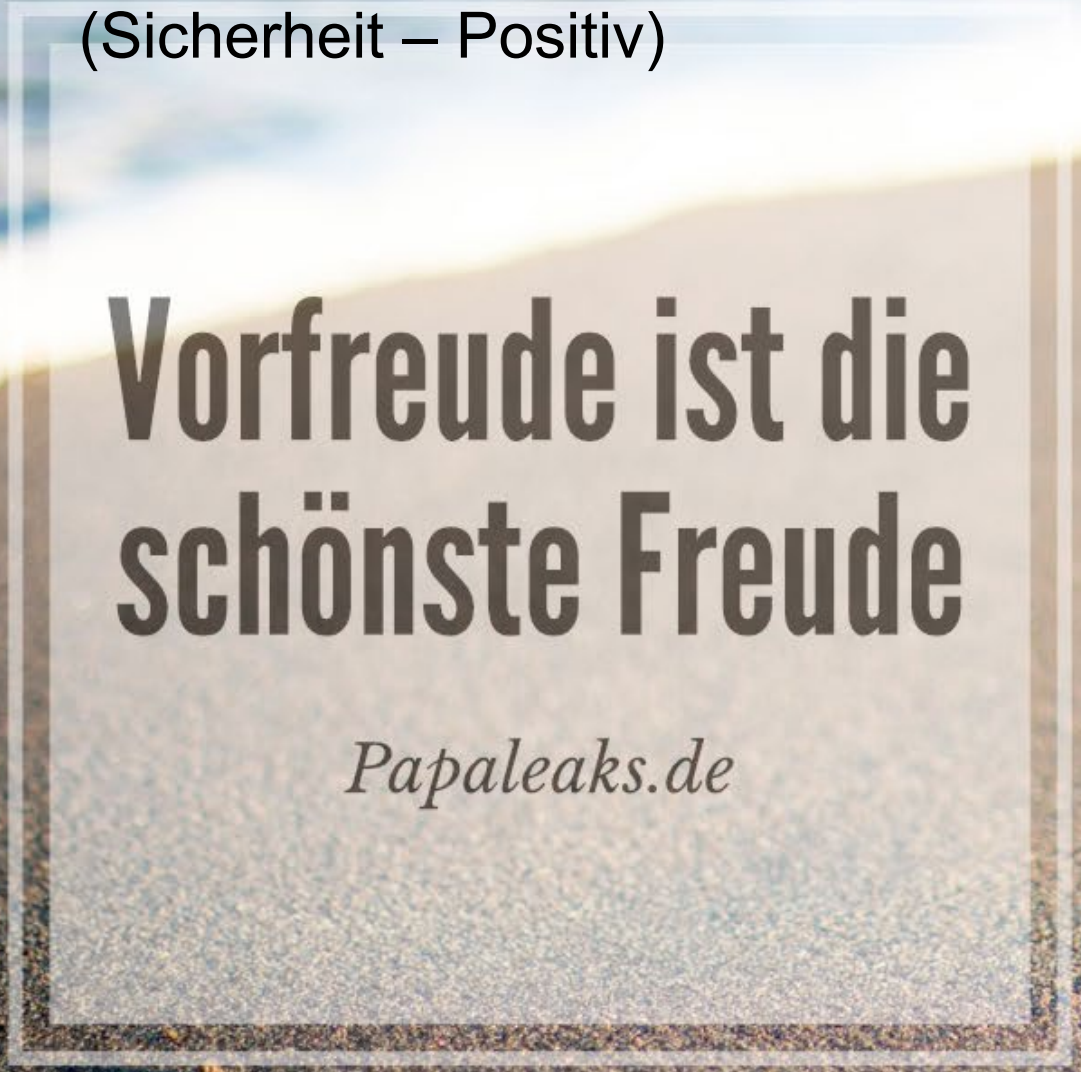
Wie motivieren sie …?
Wie werden sie in der Zukunft verkaufen…?
Wie produzieren sie … ?
Wie können sie den Kunden besser bedienen… ?

Wie machen **wir** es ?

Triebe / Bedürfnisse aktivieren

Primär Triebe
Nahrung
Sauerstoff
Sex
Wlan
Akku
Sekundär Triebe
Sicherheit
Aggression
Bindung
Anerkennung
www.gruschwitz.de
retsil design | concepts | new media

Wie machen **wir** es ?
(Sicherheit – Positiv)



Neugier,
Unbekanntes
entdecken wollen,
Spieltrieb,
Gewinnen wollen,
Spannung aufbauen,
Vorfreude vermitteln
Glück schenken

Testosteron – Aktiv
Serotonin – Glücksgefühle

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

Wie machen **wir** es ?
(Bindung – Positiv)

Sekundär Triebe

Sicherheit
Aggression
Bindung
Anerkennung

Bindung

Zugehörig zu einer Gruppe
Sicherheit & Fortpflanzung

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

WARUM ?

Warum soll der Kunde bei ihnen kaufen…?
Warum sind sie einzigartig ?
Warum sollen die Kunden an sie glauben?

Crossfit & freeletics

DIE FORM DEINES LEBENS. GARANTIERT.

Dein individueller Trainingsplan. Hochintensive Workouts. Perfekt auf dich abgestimmt.

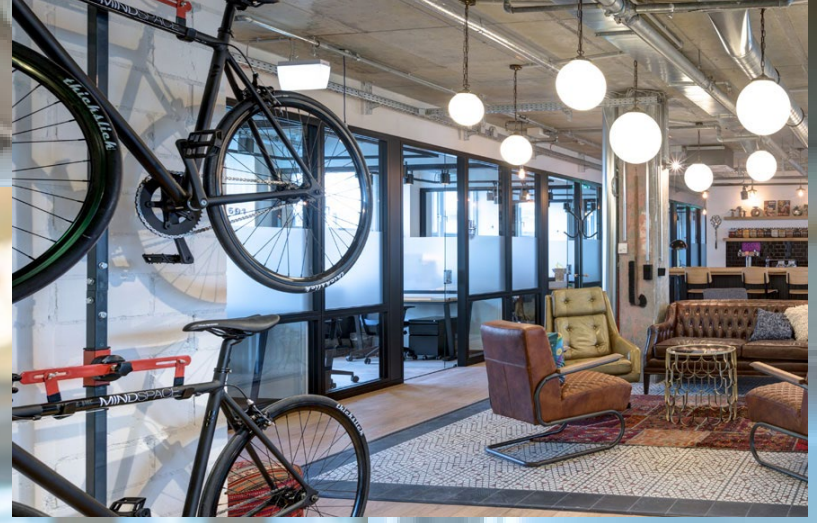
www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

120
DEZIBEL
BITTE. DANKE.
www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

Rapha Bike Store
community

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

Rapha Bicycle Cafe



www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

Vorher

Nachher

comma,
,connect
,accessoires
www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

WEBER Original Store Berlin

WEBER Original Store Berlin

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

WEBER Original Store Berlin
Eröffnung am 15.05.2014

Fotos: Dave Yates & www.weber.com

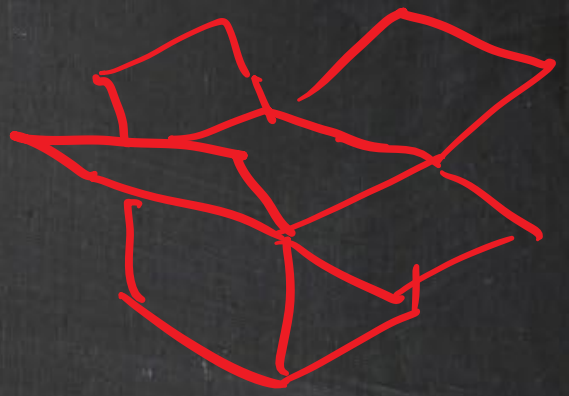
www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

GENTLE MONSTER
www.gruschwitz.de
retail design | concepts | new media

- Entwickeln sie Geschichten mit Ihren Kunden…
- Bleiben sie authentsich und zeigen sie Respekt…
- Geben sie Möglichkeiten sich zu treffen in einer angenehmen Umgebung…
- Seien sie Lösungsorientiert und geben sie einfache Lösungen …
- Inspiren & integrieren sie Ihre Kunden …

THINK OUTSIDE THE BOX



„ es gibt nur einen wirklichen Reichtum-

die menschliche Beziehung …“

Antoine de Saint-Exupery

Wolfgang Gruschwitz