

Hobsons Choice - die Qual der Wahl nehmen

Weiter



Auswahl einschränken

Bietet man nur eine oder wenige Auswahlmöglichkeiten, dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass eine dieser genommen wird.

Bei einer größeren Auswahl läuft man Gefahr den Kunden zu überfordern.



WEITER

Klarheit schaffen

Klare Vorteilskommunikation ist das A und O. Stell den Nutzen Deines Produktes klar heraus. Damit sind keine Features gemeint, sondern wirklich der Nutzen, den der Kunde hat.



WEITER

Dringlichkeit erzeugen

Der Kunde hat einen Bedarf, sonst wäre er höchstwahrscheinlich nicht auf Deiner Website. Du hast die Lösung für sein Problem. Warum also noch zögern. Mach dem Kunden klar, dass sich durch den Kauf sein Problem erledigt. Je früher, desto besser.



WEITER

Easy Checkout

Verschlanke den Kaufprozess so gut es geht. Wenn der Kunde jetzt noch ewig im Kaufprozess hängt, dann kommen evtl. Zweifel auf. Versuche die Hemmschwelle runter zu setzen, um dem Kunden genau das Produkt zu geben, dass er benötigt.

Denk immer daran, nur ein zufriedener Kunde kauft wieder!



WEITER

Wie Du Marketing mit Köpfchen auf Deiner Website einsetzt?

SCHREIBE MIR JETZT

