

Sonntag, 18. November 2007

Alles Freier

Ich denke, so denken eventuell viele Frauen aus dem horizontalen Gewerbe. Da über einen Zeitraum alle möglichen Männer kommen, wird man den Gedanken nicht mehr los. Alle Männer sind potentielle Freier. Aber diese geistige Fehlleistung passiert auch anderen. Im Laufe der Jahre sehen viele nur noch Freier. Keiner sieht mehr den eigentlichen Menschen. Sondern nur noch den Nutzen. Den Bedarf. Es gibt nur noch Käufer. Interessenten. Zielgruppen. Von den Menschen redet keiner mehr. Sondern, was sie verdienen oder nicht. Kommen sie als Käufer in Frage? Jeder wird somit zum potentiellen Käufer. Versicherungsvertreter sehen in jedem Menschen einen möglichen Abschluss. Die Frage ist nur welchen? Viele Vertriebsformen und Organisationen sehen schon lange nicht mehr den Menschen. So sieht dann auch die Kommunikation aus. Sie konzentriert sich auf das Wesentliche. Kaufen? Die Distanz, die dadurch zum möglichen Käufer entsteht, wird größer und größer. Die Verbindung zum Menschen ist längst abgerissen. Was macht der Verkäufer? Er bietet billiger und lauter an. Um Käufer für sich zu gewinnen. Die sich sukzessive von dieser Art der Ansprache nur noch abgestoßen fühlen. Was macht der Verkäufer? Er bietet noch billiger an und noch lauter? Und so geht das weiter. Das Verhältnis zwischen Verkäufer und Käufer ist schwer beschädigt. Die Käufer fühlen sich belästigt und bedrängt. Sie fühlen sich belogen und hintergangen. Und das alles nur, weil es in keinem Moment mehr um eine Begegnung zwischen Menschen geht. Dabei wäre der Weg so einfach. Aber es sieht ihn kaum einer. Alle suchen nach den Tools, die aus Nichtkäufern Käufern macht, egal wie. Aber immer in dieselbe Richtung. Man schaue sich mal den Automobilmarkt an. Oder DSL, Handy, Strom und so weiter. Jeder redet nur noch von sich, wie billig er ist. Und wie toll sein Angebot. Und siehe da, nichts passiert. Und alle wundern sich. Dabei ist das Einzige, was denen einfällt, die Schrauben noch enger anzuziehen. Mit dem immer demselben Ergebnis. Viele Marketinginstrumente haben sich längst überholt. Sie haben längst ausgedient. Sie funktionieren nur nicht mehr, sondern sind geradezu erbärmlich. Man nehme sich mal als Fallbeispiel die Autohaus-Sonderschauen vor. Jeder Hersteller veranstaltet sie bis zu vier Mal im Jahr. In jedem Autohaus. Es gibt etwa 5.000 Autohäuser in Deutschland. Das macht 20.000 Orte, in denen Sonderschauen stattfinden. An und bei denen nichts von dem passiert, was dort eigentlich passieren soll. Aber niemand stoppt den Wahnsinn. Sondern alle machen mit und alle machen weiter. Wer mir nicht glaubt, der sollte mal selbst eine Sonderschau bei einem beliebigen Händler besuchen. Es ist erbärmlich, was sich dort abspielt. Und was in Autohäusern nicht funktioniert, dass funktioniert auch in anderen Märkten und Branchen nicht mehr. Weil man nur den potentiellen Käufer sieht und nicht mehr den Menschen. Somit fühlt sich der Mensch davon auch abgestoßen. Und somit kann der Mensch nicht zum Käufer werden. Also, erst den Menschen erreichen, dann einen möglichen Verkauf erzielen. Anders geht es nicht. Und anders wird es auch nicht gehen. Somit helfen nur Ideen, mit denen man in erster Linie die Menschen wieder erreicht. Dann könnten auch Ziele wieder in Erfüllung gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 16:06

Ay - war ich lang Weg aus dem Note-Universum.
Schön wieder sich Zeit zu genehmigen, um ein wenig in Deinen Artikeln zu schmökern.

Und was hat das jetzt mit dem Artikel zu tun? Noch nichts, ich wollt eigentlich Dein Recherche-Ergebnis optimieren: Deutschland hat rund 27.000 Autohäuser. Und ich vermute mal so 100.000 austauschbare Events, mit Gewinnspiel, Kinderschminken, Weisswurst-Frühstücks und Artisten auf Stelzen wird es schon per Anno geben.

Liebe Grüße
Oli

Anonym am Nov. 18 2007, 22:18

Hallo,

schön wenn sich jemand mal wieder meldet, ich schreibe und schreibe und schreibe und ich sehe das da ziemlich viele lesen und jeden Monat werden es mehr. Aber Äußern tun sich kaum welche. Vielleicht ist ja alles auch schon geschrieben:-) Was soll man da noch Erwidern.

Anonym am Nov. 19 2007, 10:32

Vielleicht lesen auch zu viele Gleichgesinnte mit Da kann man dann nur Lächeln und mit dem Kopf nicken...

Anonym am Nov. 20 2007, 13:24

Man müsste eine Nick-Funktion, oder ein Kopfschüttel-Funktion einführen. Und sehen können wer zustimmt und wer nicht. Gibt es sowas?

Anonym am Nov. 20 2007, 13:51

Die Karma-Funktion ist doch schon ein guter Anfang. Müssen "wir" nur noch lernen zu benutzen!
Anonym am Nov. 20 2007, 22:37