

Dienstag, 14. Oktober 2008

Halbe-Halbe

Erfolgreiches Marketing setzt sich aus zwei Hälften zusammen. Der emotionalen Hälfte und der rationalen Hälfte. Wenn beide ideal zusammenwirken, dann ist der Erfolg kaum zu verhindern. Aber diese Harmonie ist sehr selten. Warum? Weil zumeist eine Seite ein Übergewicht hat und somit die andere Seite unterdrückt und nicht zur Entfaltung kommen lässt. Das Zusammenspiel ist gestört oder nicht möglich. An Stellen, an denen die Marke, die Bekanntheit, die Sympathie, das Begehrtenwerte, alle emotionalen Aspekte zum Vorschein treten müssen, ist dies oftmals nicht möglich. Weil der Ratio-Seite dieselbe fehlt. Ebenso können der Nutzen, die Information, die Argumente, die Beweise und alles weitere, was der Ratio folgt, nicht zur Entfaltung kommen, wenn jemand hier keinen Zugang hat. Der Versuch mit rein rationalem Marketing erfolgreich zu sein, ist ebenso zum Scheitern verurteilt, wie der Versuch, mit rein emotionalem Marketing erfolgreich zu sein. Beides und der passende Übergang müssen genau ineinandergreifen. Warum ist das so und warum ist das so schwer harmonisch zu realisieren? Weil beides selten in einer Person zusammenkommt oder weil diese beiden Personen selten zusammen kommen und sich ergänzen. Es ist sehr schwer, ein Vertrauen zwischen diesen beiden Welten herzustellen, geschweige denn Brücken zu bauen. Denn in der Regel zieht sich jeder auf seine Standpunkt zurück. Somit ist das Ziel, diese beiden Kräfte zusammen zu bringen und zu harmonisieren. Eine schwere Aufgabe. Ich arbeite seit 20 Jahren daran, Kunden zu überzeugen, meine Qualitäten der emotionalen Art für ihre rationalen Argumente zu nutzen. Rückblickend muss man sagen, nur wenige können sich vertrauensvoll fallen lassen. Das braucht Zeit, gute Argumente und ein noch besseres Gefühl.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 18:47