

Das AIDA-Prinzip

Das ist ein Merkblatt aus einem Blogbeitrag von [ostin.blog](#)

Dieses Prinzip sollten Sie kennen und verinnerlichen. Denn jeder, wirklich jeder Verkaufsvorgang läuft so ab. Die Phasen des Interesses und der Kundenberatung können manchmal gleichzeitig geschehen, sodaß Sie keinen Unterschied merken. Dennoch hat sich dieses Prinzip im Marketing sehr bewährt, welches auf folgenden Phasen basiert - chronologisch geordnet.

A – wie Aufmerksamkeit

Ohne Aufmerksamkeit – kein Interesse, Beratung oder Verkauf. Hier geht es grundsätzlich erstmal darum, gesehen zu werden. Wer nicht vom Kunden gesehen wird, existiert für diesen auch nicht. Egal, wie gut Ihr Produkt ist, die Sichtbarkeit für Ihren Kunden ist essentiell.

Aufmerksamkeit bedeutet hier: Der Kunde nimmt das Produkt wahr, also Präsenz, z.B. durch Abwechslung der Produktpäsentation, oder durch Platzierung von Farb-, Form, oder Größenunterschiedlichen Produkten. So heben sich die Produkte voneinander ab.

I – wie Interesse

Haben Sie erst einmal die Aufmerksamkeit des Kunden, geht es in dieser Phase um das Interesse. Denn gesehen werden allein reicht nicht. Aufmerksamkeit bedeutet nur, wahrgenommen worden zu sein, nicht mehr. Interesse bedeutet, etwas spannend zu finden.

Wenn Sie bis hierher gekommen sind, haben Sie bereits den halben Weg beschritten. Das ist großartig. Jetzt müssen Sie unbedingt dran bleiben!

D – wie Den Kunden beraten

Hier geht es um das nähere Befassen des Produktes und um eine konkrete Kaufentscheidung. Wenn die ersten beiden Punkte die Vorlage gegeben haben, entscheidet sich hier, ob der Kunde das Produkt möchte, oder nicht.

Konkret geht es um Informationen, der Kunde möchte wissen, ob das Produkt zu ihm passt. Er steht offenbar kurz vor einer Kaufentscheidung. Geben Sie Ihm diese Informationen.

A – wie Verkaufs-Aktion

In dieser Phase geht es um die Durchführung der Kaufentscheidung.

Merke: Der Kauf ist erst abgeschlossen, wenn er abgeschlossen ist – nämlich durch Tausch des Produktes gegen den vollständigen Preis.

Mehr zu diesem Thema finden Sie über den folgende QR-Code:

