



Problemorientierung.

Artikel von Rolf Gruber

Unternehmen, die als kraftvolle Marken operieren, sind problemorientiert. Sie fokussieren sich auf Probleme. Natürlich nicht auf ihre eigenen, sondern sie wissen um die Probleme ihrer Kunden und lösen sie. Schauen wir uns einmal an, ob wir hinter dieser These auf eine Goldader stossen.

Neue Chancen entstehen hauptsächlich durch das Eintauchen in die brennendsten Probleme einer Leidenszielgruppe. Clevere Unternehmen verstehen etwas: Sie loten die schmerzhaftesten Stellen aus, diejenigen, welche Kunden echt herausfordern, und setzen sich zum Ziel, diese Probleme zu lösen. Sie denken und handeln nutzenorientiert zur Lösung der Probleme ihrer Kunden. Sie setzen ihre Stärken dort ein, wo sie wissen, dass sie für andere Verbesserungen erreichen.

Einmal fanden findige Köpfe heraus, dass die Schwachstelle in Klimaanlage die Motoren waren, welche die Klappen für die Regelung der Luftströme antrieben. Dann stellten sie nur solche Motoren her. Die Firma – Belimo – ist heute Weltmarktführer.

Ein anderes, nicht ganz offensichtliches Beispiel: Dove macht mit Frauen Werbung, welche losgelöst von den Idealen von Topmodels sind. Doch wissenschaftliche Forschungsergebnisse zeigen, dass die

Resonanz auf diese Werbung bescheiden ist. Wieso? Weil Frauen sich schöner fühlen wollen, wenn sie ein Pflegeprodukt anwenden.

Sie haben den legitimen Anspruch, dafür belohnt zu werden, wenn ihnen ein Versprechen zur Schönheitspflege gegeben wird – und wenn sie dafür schon Geld ausgeben. Frauen wollen den Nutzen dieser Verschönerung spüren, bevor sie Schönheitsprodukte kaufen. Für viele Frauen ist schön sein wichtig. An Schönheit verlieren ist somit ein Problem. Lösen Sie es und die Herzen der Frauen fliegen Ihnen zu.

Fazit: Dort, wo Sie die grössten Probleme Ihrer Kunden lösen, ist die grösste Goldader zu finden. Denn für Wichtiges sind Kunden bereit, ihre Brieftasche zu öffnen.

Wollen Sie wissen, wo geheime Goldadern verborgen sind? Dann rufen Sie uns an.

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich

Tel.: + 41 44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch