



Krieg der Welten.

Artikel von Rolf Gruber

Marketing ist die strategische Kriegsführung, wie Unternehmen im Gedächtnis ihrer Anspruchsgruppen den ersten Platz erobern. Und wenn Unternehmen es geschafft haben, fest verankert zu sein, dann bringt sie keiner mehr so schnell weg von dieser Position. Das Problem ist nur: Wie bahnt man sich mit einem Konzept den Weg in die Köpfe der Kunden?

Die herkömmliche Lösung des Problems lautet: Mit Geld. Das ist falsch. Im Marketing wird mehr Geld verschwendet als bei jeder anderen Tätigkeit in einer Unternehmung.

Doch aufgepasst: Der Markt ist mörderisch. Man braucht Geld, um sich einen Platz in den kleinen grauen Zellen zu verschaffen. Niemand kann sich den Weg zum Erfolg erknausern. Es ist alles eine Frage der richtigen Taktik.

Normalerweise werden grosse Summen für den Aufbau der Bekanntheit zur Verfügung gestellt. Mit dem Resultat, dass der Aufschwung im Verhältnis zum Aufwand marginal ausfällt. Grund: Man kann niemanden dazu bewegen, sich etwas aus dem Kopf zu schlagen, was er sich einmal in den Kopf gesetzt hat.

Viele im Marketing kämpfen die Schlacht der Leistungswelten. Produkt gegen Produkt, Leistung gegen Leistung. Dies ist fruchtlos. Denn sobald sich jemand in den Köpfen von Wunschkunden eingenistet hat, kann ein anderer die Festung mit Geld alleine nicht mehr stürmen. Die Überzeugungen der Käufer lassen sich sehr schwer verändern. Denn Überzeugungen sind nichts

anderes als persönliche Wahrnehmungsinhalte über Erfahrungen. Wenn jemand auch nur einen Funken Erfahrung mit einer Sache hat, geht er davon aus, dass er mit seiner Auffassung richtig liegt. Es ist eine Vorstellung, die nur in seinem Kopf existiert und die für ihn gültige Wahrheit bedeutet.

Das energieraubendste Unterfangen im Marketing ist der Versuch, Menschen zu einem Sinneswandel zu veranlassen. Jemand möchte etwas ändern, was sich in den Köpfen der Käufer eingenistet hat? Keine Chance. Es müssen andere Massnahmen her. Doch welche?

Wie gesagt: Die Überzeugungen der Käufer lassen sich sehr schwer verändern. Wie können Sie also die Festung stürmen? Sie gewinnen die Schlacht, wenn es Ihnen gelingt, eine NEUE Wahrnehmung im Gedächtnis der Entscheider zu platzieren. Es geht um das Positionieren einer Wahrnehmung, welche Ihre Zielgruppen als neu erachtet.

Wenn Sie das verstanden haben und weiter als die Konkurrenz kommen wollen, dann rufen Sie mich an. Ich zeige Ihnen, wie Sie mit einer neuen Wahrnehmung Festungen stürmen.

Herzlichst, Ihr
Rolf Gruber

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich
Tel.: + 41 (0)44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch