WERKZEUG

|  |
| --- |
| Kaufentscheidungs-Portfolio |
| Angebotenes Produkt | **Aktuelle Gehirn-Position** | **Erstrebte Gehirn-Position** | **Maßnahmen** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Hintergrund: Eine Software-Firma macht mit fünf Produkten ca. 85% des Umsatzes. Um die Akzeptanz der wichtigsten Software-Produkte am Markt zu erhöhen, werden die aktuellen „Gehirn-Positionen“ mit dem Kaufentscheidungs-Portfolio analysiert. Die Maßnahmen zur Umpositionierung setzen an verschiedenen Motiv- und Emotionssystemen an.

|  |
| --- |
| Kaufentscheidungs-Portfolio: *Beispiel (Software-Firma)* |
| Angebotenes Produkt | **Aktuelle Gehirn-Position** | **Erstrebte Gehirn-Position** | **Maßnahmen** |
| 1. Zeitmanagement-system «TMS 3.0»
 | Langweiler | Aktivierer | * Integration einer „To-Do-Funktion“ mit Wiedervorlage und Erinnerungsalarm (Dominanz-System)
* Möglichkeit, die Benutzeroberfläche nach eigenen Wünschen optisch zu individualisieren (Stimulanz-System)
* …
 |
| 1. Einkaufssoftware «PurchasePro»
 | Aktivierer | Verführer | * Integration einer Push-Tracing-Funktion, die automatisch eine Nachricht sendet, wenn sich der Versandstatus der bestellten Ware verändert (Balance-System)
* Automatische Auswertung aller Amazon-Angebote zu einem zu bestellenden Artikel, um den bestmöglichen Preis zu bekommen
* …
 |
| 1. Dokumenten-management-System «DMS Advanced 4.0»
 | Aktivierer | Aktivierer (d.h. keine Veränderung in der Positionierung) | * Sponsoring einer Veranstaltung auf einer Fachmesse mit Einladung der Top-Kunden (Dominanz-System)
* …
 |
| 1. …
 | … | … | … |