

ÜBER DIE GEFÜHLE INS GEHIRN: DIE RICHTIGE KUNDENANSPRACHE IM ONLINESHOP

Veröffentlicht am 28. Februar 2014 von Rüdiger

Ein Onlineshop ist auf dem neusten Stand der Technik, die Bestellungen bleiben aber aus. Wie kann das sein? Ein Grund für die geringe Nachfrage kann eine falsche Kundenansprache sein. Um herauszufinden, wie der Kunde tickt, erforschen Wissenschaftler wie Hans-Georg Häusel das menschliche Gehirn. Der Dozent für Neuromarketing der Wirtschaftshochschule Zürich lieferte jetzt interessante Forschungsergebnisse.

WÄHLEN SIE DIE RICHTIGE KUNDENANSPRACHE:

Viele **Kunden** sind der Meinung, dass sie ein Produkt nach einer reiflichen und nüchternen Überlegung gekauft hätten. Dabei unterschätzen sie die **Macht der Gefühle**. Denn die entscheiden darüber, ob etwas für das Gehirn wichtig ist oder nicht. Was einen Kaufinteressenten nicht auf der Gefühlsebene anspricht, wird ignoriert. Um ein Produkt erfolgreich zu vermarkten müssen Sie also **Gefühle wecken**.

Diese **Emotionen müssen positiv sein**. Ein Besucher Ihres Onlineshop sollte sich dort wohlfühlen. Mit Produktbildern, [Videos](#), Animationen und Spielen können Sie Kunden in Kauflaune versetzen. Vertrauen können Sie zudem mit Kundenbewertungen bilden. Eine goldene Regel ist: Vermeiden Sie Stress und Ärger beim Shop-Besucher. Die werden bei Ihnen nichts kaufen, wenn sie eine frustrierende Erfahrung machen.

Einfach besser ankommen

Auch wenn es seine Aufgabe ist, denkt das menschliche Gehirn nicht gerne. Das bedeutet für Ihren **Onlineshop**, dass seine Benutzung möglichst **simpel** sein sollte. Mit schwer verständlichen Texten und umständlichen Bestellvorgängen vertreiben Sie mögliche Käufer. Hier ist weniger mehr.

Was für zwischenmenschliche Beziehungen gilt, lässt sich auch auf einen **Shopbesuch** übertragen: Der **erste Eindruck** zählt. Macht die Startseite Ihres Onlineshops schon nicht viel her, werden Sie gelungene Unterseiten nicht mehr retten.

Unsere **Media Company** lässt in ihre Arbeit die neusten Erkenntnisse des Neuromarketings einfließen. Denn nur wer die Kaufentscheidungen der Kunden versteht, kann sie richtig ansprechen. Wir erstellen Webpräsenzen, die **Emotionen hervorrufen**, sich aber gleichzeitig auf das **Wesentliche konzentrieren**. [Sprechen Sie uns an](#), wenn Ihr Webshop ein Ort zum Wohlfühlen sein soll.