


 Suchen

L

Endlich selbstständig

Home

Unternehmen + Märkte

Finanzen

Netzwerk

Technolo

Kommunikation | Globalisierung | Büromöbel | Energie und Umwelt | Event-Marketing | Franchising | Automobilind
 | Facility Management | Health-Care | Factory Automation | Recycling | Studie | Logistik | Sustainability | Outsourc
 Produkte | Pharma | CallCenter | Bildungsmarkt

VISA VIS



VISA VIS
 Economy
 als Kommu-
 nikations-
 mittler für
 mittel-
 ständische
 Unter-
 nehmen.

► Zum Inhalt

Aktienkurse

Dow	11168.31	+0.67%
Dax	5685.31	-0.13%
Nasd	1579.58	0.00%
Stoxx	3643.11	+0.16%
TecDax	663.67	+0.69%

Features

Artikel einsenden
Termin vorschlagen
Buchbesprechungen
Neue Positionen
Weblinks
Benchmark Top 5

Themeninformationen

- Private Equity
- Outsourcing für Banken
- CRM
- ETF
- Jumbo-Pfandbriefe

Asien-Newsletter



Interviews



Consumer-Produkte

Reife Konsumenten verlangen Glaubwürdigkeit

Die Zielgruppenansprache bei den über 50-jährigen muss auf einer ausgefeilten Kommunikationsstrategie basieren. Um die entscheidenden Kaufimpulse bei den so genannten „Best Agers“ auszulösen, sind Transparenz und Glaubwürdigkeit unabdingbar.

Das ReifeNetzwerk hat sieben Kommunikationsregeln entwickelt, welche die anspruchsvolle Zielgruppe für Produkte und Dienstleistungen begeistern sollen. Der wichtigste Punkt ist eine qualitative Beratung. Ab einem gewissen Alter legen die Konsumenten gesteigerten Wert auf eine kompetente und zuvorkommende Beratung, in der Anglizismen vermieden werden sollten. Den Kunden muss hier besonders das Gefühl vermittelt werden, dass man sie ehrlich über die Vor- und auch Nachteile von Produkten und Dienstleistungen aufklärt. Die entsprechenden Produktinformationen müssen gut zu lesen sein. Ein aufmerksamer Verkäufer bzw. Dienstleister würde jedoch niemals den Fehler begehen und seine „reiferen“ Kunden unterschätzen, denn Best Agers verfügen auch im Alter oft über eine hohe geistige Fitness.

Die Initiatorin des ReifeNetzwerks, Monika Prött, betont, dass Unternehmen oft Probleme damit haben, eine zielgruppengerechte Ansprache zu finden. Denn eine offene und ehrlich kommunizierte Verkaufsstrategie kann sowohl ältere als auch jüngere Verbraucher erreichen. Das ReifeNetzwerk besteht seit November 2005. Unter dem Motto „Die Zukunft wird älter“ haben sich 23 Unternehmen, Dienstleister und Berater zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, die Bedürfnisse der älteren Verbraucher zu analysieren. Das ReifeNetzwerk setzt sich aus Experten zusammen, die über eine langjährige Erfahrung aus diesem Bereich verfügen und diese an andere Unternehmen weitergeben möchten.

Autor:

Marina Greven

[31.05.2006,]

- AlSCO
- Aeris
- Daup
- Wini
- Bene
- Lexm
- Vobis
- Porta
- Mehr
- Consur

Der r
zu de

Mit
Zah

Dr

Die
Freund