



I want Tuning

macht

Social Media  
verkaufender

*I want*  
communication



## **I want Tuning macht Social Media verkaufender**

### **Social Media kann mehr. Wir machen es wahr!**

Wir sagen: „**I want ist mehr als I-like**“.

Denn nur wer wirklich will, kauft auch.

Und I want ist eine Entscheidung, deren Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesses durch eine relevante Fokussierung auf die Entwicklung von Kaufentscheidungen beeinflussbar ist .

So bindet I Want Tuning Social Media wirklich effektiv in den Überzeugungsprozess ein.

### **Worauf kommt es an?**

Entscheidungen sind nicht automatisiert zu haben.

I want Tuning nutzt für Kaufentscheidungen Motivationen, die für das Leben und Handeln von Menschen wichtig sind. Um gekauft zu werden, muss ein Angebot, eine Marke, glaubhaft die Wünsche und Motivationen eines potenziellen Käufers kennen und ernst nehmen.

Obwohl wir das wissen, wird das volle Überzeugungspotenzial einer authentischen Kundenorientierung vielfach nicht ausgeschöpft.

Individuelle Kontaktmöglichkeiten mit neuen Kunden in digitalen Kanälen werden oft nur unzureichend genutzt. I want Tuning kennt dieses schlafende Überzeugungspotenzial und nutzt Social Media konsequent im Meinungsbildungs- und Kaufentscheidungsprozess.

### **Was hat sich verändert?**

Die Medienlandschaft ist so vielfältig wie niemals zuvor. Besonders die digitalen Medien erhöhen die unübersehbare Fülle an Inhalten. Die Möglichkeiten bestimmte Medien gezielt im Marketingprozess einzusetzen, haben sich vervielfältigt.

Doch Achtung, nicht jede Media Nutzung rechnet sich am Ende.

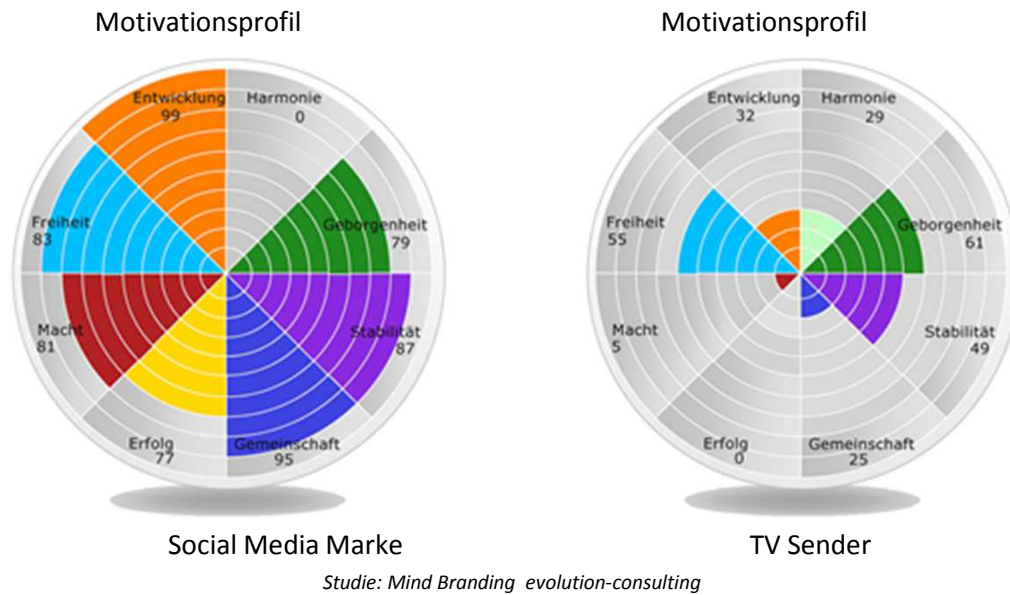
Wenn Medien im klassischen Sinne bestimmte Themen und Inhalte bedienen, erfüllen sie die Erwartungshaltung einer Zielgruppe. Darum werden sie gesehen und gekauft. Da funktionieren Medien genauso wie andere Marken auch. Genau deshalb sind sie ja auch ein geeigneter Kanal um mit einer Werbebotschaft eine konkrete Zielgruppe zu erreichen.

### **Doch jetzt kommt die Überraschung:**

Soziale Medien, also Social Media, funktioniert nach anderen Regeln, wie ein Vergleich der Motivationsprofile eines bekannten sozialen Mediums und eines bekannten TV Senders verdeutlicht.



## I-want-Tuning macht Social Media verkaufender



Soziale Medien zeigen kein spezifisches Motivationsprofil in bestimmten Dimensionen.

In der Nutzerwahrnehmung sind sie deshalb auch kein Markenangebot, kein Medium im klassischen Sinne.

Soziale Medien sind stattdessen die mediale Verlängerung der einzelnen Nutzerpersönlichkeiten. Das ist auch der Grund, warum klassische Kommunikationskonzepte, (Werbung und Absenderbotschaften) hier massiv scheitern.

Dieses Beispiel macht deutlich, wie falsch der Gedanke „follow us“ auf Social Media eigentlich ist. Viel stimmiger ist der Gedanke, „let us talk“ oder „let us share“

Die Bedeutung von Marke und Unternehmen wächst im Entscheidungsprozess, aber nur wenn sie sich in den sozialen Medien anders darstellen. Produkte müssen ihren Nutzen bringen.

Überprüft werden sie jetzt aber nicht nur von Journalisten und z.B. der Stiftung Warentest.

Die wirkliche Nagelprobe erfolgt im Netz, auf Foren und Plattformen, über die Kunden eigene Meinungen und Erfahrungen austauschen und direkt vergleichen können.

Hier liegt die wachsende Bedeutung von Social Media im Entscheidungsprozess von Marken und Unternehmen.

Wie wird die Marke hier erlebt? Welche Nähe und Hinwendung an ihre Kunden bietet sie?  
Was bieten Marken zusätzlich an? Emotional und psychologisch?

## I want Tuning macht Social Media verkaufender

Wenn Marken potenzielle Konsumenten in einem privaten Umfeld von Social Media treffen, dann müssen sie Erwartungen ansprechen können, die Konsumenten an sie stellen. Erst mit der Bereitschaft zum Dialog, wird die Marke individuell an fassbar.

Es kann eine Beziehung entstehen, die eine Kaufentscheidung rechtfertigt.

Gerade hier, jenseits von Reichweite und Click-Raten, liegt das Wahre und eigentliche Potenzial von Social Media im Verkaufsprozess.

### Wie es geht?

I want Tuning bietet Ihnen zusätzliche Perspektiven für einen synergetischen Kommunikationseinsatz. Die Effektivität in der Überzeugungsleistung steigt. Dank richtigem Auftritt in Social Media.

Das **I want Tuning** stärkt die Überzeugungsleistung Ihres Angebotes:

- Es nutzt effektiv die besonderen psychologischen Funktionen sozialer Medien.
- Es füllt umfassend das Motivationsprofil für Kaufentscheidungen mit kundenrelevanten, zusätzlichen Marken- und Unternehmensinformationen.
- Es bringt Ihre Marke in ein Dialogerlebnis auf Augenhöhe.
- Es macht Social Media zu einem qualitativ wichtigen Baustein Ihrer Kommunikation und ergänzt Ihre Medienauswahl, statt in Konkurrenz zu stehen.

Nur wer sich richtig angesprochen, verstanden fühlt, ist auch öfters bereit zu kaufen.

Es lohnt also das I want zu stärken. Social Media kann dabei zur entscheidenden Plattform werden.

Lassen Sie sich keine falschen Märchen erzählen, sondern schaffen Sie selber eins.

Mit mehr I want kann es wahr werden.

Rufen sie uns an und wir küssen gern Ihr Social Media wach!



Klaus Kerkhoff

Frank Lehmann

Mail: [info@i-want-communication.com](mailto:info@i-want-communication.com)

[www.i-want-communication.com](http://www.i-want-communication.com)

