**Kundenphasen**

**1. Unbewusst / Opferhaltung**Irgendwo zwickt‘s. Der Kunde weiß nur noch nicht, wo und warum und streckt die Fühler nach einem Problemlöser aus. Wiegt z.B. 150 kg, alles ist doof. Jammert aber nur. Schwer zu AHA-Momenten zu bewegen und in Bewegung zu bringen. Zustandsbeschreibung: Würdest du auch gerne wieder in eine sexy Jeans passen? 🡪 ja, aber ich weiß nicht wie, eigentlich will ich lieber jammern.

Mach den Kunden auf den Grund seines Problems aufmerksam und zeige ihm, wie er es angehen kann. Vielleicht befindet er sich auf dem Holzweg und erweitert seine Produktpalette, obwohl ihm ein neues Branding zu höheren Preisen verhelfen könnte. Hier geht es darum, Interessenten auf den richtigen Lösungsweg zu bringen – an dessen Ende sich dein Angebot befindet.

🡪 Gerne fragen: Will ich diese Kunden überhaupt? Schwer zu überzeugen, weil Opferhaltung bequem ist.

**2. Problembewusst**In dieser Stufe müssen Lösung und Problem erst noch zusammenfinden. Der Kunde weiß genau, was sein Problem ist, aber noch nicht, wie er es angehen soll.

Bewusstsein – Ich habe ein Problem mit meinem Essverhalten, es gibt aber eine Lösung. Ich mache Sport, viel Sport und schaue Fitnessvideos bei YouTube. Sie wissen um ihr Problem und suchen eine Lösung. Es braucht einen Gedanklichen Shift: Du kannst gern Fitnessvideos schauen, aber du kannst gar nicht so viel turnen, wie du müsstest, wenn du dich falsch ernährst. Du brauchst als Basis erstmal eine gute Ernährungsform. Wo ist das Problem drumherum an dem wir ansetzen können 🡪 Shift.

Ich mache 500.000 Euro und brauche ein Team. Teamaufbau macht aber erstmal mehr Arbeit und du fällst gleich um. Macht es nicht mehr Sinn, erstmal darüber zu reden, wie du wieder in deine Kraft kommst? 🡪 Wo ist das Problem drumherum

Frau denkt „Mann ist doof“ und kommt in Opferhaltung. Sucht Scheidungsanwalt oder eine Therapie. Hast du mal überlegt, ob du deine Bedürfnisse richtig befriedigst? Wo ist das Problem drumherum 🡪 Shift.

* Der Kunde denkt, er weiß, was sein Problem ist, aber wir wissen, was sein eigentliches Problem ist.

**3. Lösungsbewusst**Wer gibt mir, was ich will? Der Kunde weiß schon, was er braucht, sucht aber noch den richtigen Anbieter dafür. Jetzt gilt es, zu beweisen, dass du der Experte auf diesem Gebiet bist.

Beispiele:   
Kunde: „Ich brauche einen Coach.“   
Unternehmen: du hast entsprechenden Content auf deiner Seite, z.B. einen Blogartikel zum Thema „Fünf Dinge, die du beachten musst, bevor du dich für einen Coach entscheidest.“

Hier gilt es mit dem richtigen Content von der eigenen Expertise zu überzeugen und durch die passenden Keywords auffindbar zu werden. Frage dich, was der Kunde sich fragt, und finde die besten Antworten darauf.

**4. Produktbewusst**Hier muss noch Überzeugungsarbeit geleistet werden. Der Interessent kennt zwar dein Unternehmen, weiß aber noch nicht, ob er zu dir oder zur Konkurrenz gehen soll. Es gilt also, den Kunden zur Stufe „maximalbewusst“ zu führen.

Beispiele:  
Kunde: „Wenn ich jetzt kaufe, was kommt dann als Nächstes?“  
Unternehmen: „In unseren FAQs gehen wir auf alle Fragen ein, die dich jetzt beschäftigen.“

Setze dich genau mit den Ängsten der Interessenten auseinander und habe auf jede Frage eine Antwort parat. Meist entscheidet gar nicht der Preis. Vielmehr geht es darum, das Problem des Kunden zu erkennen und ihm die perfekte Lösung zu verkaufen.

**5. Maximalbewusst**Wir rollen das Feld von hinten auf. Als maximalbewusst bezeichnest du einen Kunden, der schon ganz genau weiß, was du als Unternehmen tust. Vielleicht hast du schon einmal mit ihm gearbeitet oder ihm bereits ein Produkt verkauft. Hier geht es nicht mehr darum, das eigene Angebot zu erklären, sondern Lösungen anzubieten, die vielleicht sogar darüber hinaus gehen.

Worin unterscheidet sich die Phase 5? Hierzu braucht es Intimität. Hier geht es nur noch um Gefühle. Wie sehr traust du dich, du selbst zu sein. Ich kann Punkte aus meinem Leben auswählen, in denen ich genauso gefühlt habe, weil ich das gleiche erlebt hab. Ich kann mich verletzlich zeigen. Der Kunde erkennt, warum er genau mit mir arbeiten will.

Die meisten Leute befinden sich in den Bewusstseinsstufen „Unbewusst“ und „Problembewusst“ – ein großes Marktpotential also, wenn man mit ihnen arbeiten will. Aber auch anstrengend, wenn es darum geht, zu führen und zu ziehen.

**Die Frage ist also: In welcher Kundenphase befinden sich meine Wunschkunden und wo will ich ansetzen?** Wir unterstützen bei der Transformation von A nach B. nicht mehr und nicht weniger. Nicht zu viel in ein Angebot reinpacken, aus Sorge, nicht zu genügen.