

Effekte der Anzahl der guten Verkaufsargumente auf die Kaufabsicht - eine empirische Studie (German Edition)

Pages: 64

Publisher: GRIN Verlag; 1 edition (May 6, 2004)

Format: pdf, epub

Language: German

[DOWNLOAD FULL EBOOK PDF]

Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Universität Augsburg (Lehrstuhl für Marketing), Sprache: Deutsch, Abstract: Gute Verkaufsargumente für einzelne Produkte sind aufgrund der momentanen rezessiven wirtschaftlichen Situation und der Konsumzurückhaltung der Konsumenten ein wesentlicher Bestandteil der Verkaufsförderung vieler Unternehmen. Die Konsumenten werden häufig mit Werbe- und Produktanzeigen überhäuft, sei es mit Hilfe von Produktbeilagen in Zeitschriften respektive Magazinen oder mit Werbespots in TV und Radio. So fahren zur Zeit Elektrofachmärkte wie Saturn oder Makromarkt spezielle Kampagnen, die den Absatz besonders guter und günstiger Produkte fördern sollen. Die Verkaufsargumente und der Preis der jeweiligen Produkte werden innerhalb dieser Kampagnen zusammen mit dem Produktbild den Konsumenten angepriesen. Die guten Verkaufsargumente spielen jedoch in Werbekampagnen mit beispielsweise dem Motto 'Geiz ist geil'; steht in erster Linie der günstige Preis im Vordergrund. In einem persönlichen Verkaufsgespräch eine weitaus wichtigere Rolle. Die Verkaufsargumente sollen Eigenschaften der Produkte aufzeigen und dem Konsumenten den persönlichen Produktnutzen verdeutlichen (vgl. Cersovsky 1994, S. 18). Gute Verkaufsargumente sind maßgeblich dafür verantwortlich, das Kaufverhalten des Kunden positiv zu beeinflussen und das Geschäft erfolgreich abzuschließen. Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Studie soll mit Hilfe einer geeigneten Methodik überpruft werden, wie sich die Variation der Anzahl der guten Verkaufsargumente auf die Kaufabsicht der Konsumenten auswirkt. In diesem Zusammenhang wird außerdem analysiert, welche Verkaufsargumente des untersuchten Produktes als gut gelten und wie die Quantität der Argumente seitens der Auskunftspersonen eingestuft wird. Die Beantwortung dieser Frage ist sowohl von theoretischem Interesse als auch von praktischer Relevanz. So gibt es in der Fachliteratur eine Vielzahl von Leitfäden und literarischen Aufsätzen zur richtigen Vorgehensweise bei der Verkaufsargumentation und zu den verschiedenen Phasen in einem Verkaufsgespräch im allgemeinen, Abhandlungen über die richtige Anzahl an Verkaufsargumenten sucht man dagegen vergeblich. Insofern sollen die Ergebnisse dieser Studie neue Aufschlüsse für den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen liefern. Verkäufer und Vertreter könnten diese in ihre Verkaufsstrategie einbeziehen und eventuell bessere Verkaufszahlen erzielen. Da in der Werbung gute Verkaufsargumente ebenfalls eine tragende Rolle spielen,

könnten die Erkenntnisse der Studie dort von Nutzen sein.
[...] □

Der Erwerb von Photovoltaikanlagen in Privathaushalten -

<https://w-lishipdfs.gq/pdf/google-book-download-pdf-a-twist-of-the-tongue-insights-..-9781432904579-german-edition-pdf-djvu.html> 2015-04-27T04:23:00+02:00...

verhalten von Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft. Verbraucher, Märkte - CRM-Erfolgsfaktoren - Eine empirische Untersuchung bei deutschen.. Anzahl potenzieller Kunden bestimmt, die ein Kunde innerhalb eines.. gebnisse einer branchenübergreifenden Studie, in: Günter, B.; Helm,... Verstärkt wird dieser Effekt dadurch, dass gute Beziehungspartner am Markt nur in... I Kaufabsicht.

Relevant Books

[\[DOWNLOAD \]](#) - View Book Preventing Corruption: Investigation, Enforcement and Governance (Crime Prevention and Security Management)

[\[DOWNLOAD \]](#) - Download The Unexpected

[\[DOWNLOAD \]](#) - Lessons in IT Transformation: Technology Expert to Business Leader

[\[DOWNLOAD \]](#) - Wardens of Issalia Boxed Set: The Complete Epic Adventure pdf

[\[DOWNLOAD \]](#) - Online Documentary Filmmakers Speak
