



Wie kann ich die AIDCA-Formel auch in anderen Teilen meines Marketings als nur in der Handlungsaufforderung einsetzen?

Wenn du dein Marketing mit allen seinen Elementen als großes Gesamtgebilde betrachtest, ist es sehr sinnvoll, die AIDCA-Formel nicht nur für einzelne Mikroelemente, sondern für den kompletten Makroprozess einzusetzen. Zur kurzen Wiederholung hier noch einmal eine Erklärung der einzelnen Buchstaben:

- A = Attention (Aufmerksamkeit)
- I = Interest (Interesse)
- D = Desire (Wunsch)
- C = Conviction (Überzeugung)
- A = Action (Handlung)

Für alle diese verkaufsfördernden Prozesse gibt es in deinem Marketing bestimmte Stellen, die sich sehr gut eignen, um die einzelnen AIDCA-Elemente verkaufsstark einzusetzen.

- | | |
|----|---|
| 1. | Erzeuge Aufmerksamkeit durch deine Headline (schaue dir hierzu auch noch einmal Checkliste 1.3 an) und frage dich dabei immer, was dein Interessent von deinem Angebot hat. |
| 2. | Erzeuge Interesse durch die Lösung, die dein Angebot potenziellen Käufern bietet und präsentiere seine Benefits (schaue dir hierzu auch noch einmal Checkliste 5.2 an). |



- | | |
|----|---|
| 3. | Erzeuge einen Wunsch, indem du dich auf die drei wichtigsten Ebenen Haben, Fühlen und Erleben fokussierst (schaue dir hierzu auch noch einmal Checkliste 2.2 an). |
| 4. | Erzeuge Überzeugung durch Sicherheitsfaktoren wie Testimonials, Statistiken, Zahlen, Zertifikate oder Garantie. |
| 5. | Erzeuge Handlung durch die entsprechende Aufforderung und beachte hierbei die verschiedenen verkaufpsychologischen Prinzipien, die ich dir im Buch anhand eines sprachlichen Beispiels zeige. |

