



Wie kann ich konkret vorgehen, um die drei „logischen“ menschlichen Heuristiken in meinem Marketing praktisch umzusetzen?

Lass uns zu Beginn die 3 Heuristiken noch einmal in Erinnerung rufen:

Die Verfügbarkeitsheuristik besagt, dass Informationen, die uns schnell und einfach einfallen, wichtig sind. Die Repräsentativitätsheuristik meint, dass das, was für uns offensichtlich ist, auch wahrscheinlich ist. Nach der Rekognitionsheuristik muss das, was wir bereits kennen, auch richtig sein.

Praktisch kannst du alle drei Heuristiken folgendermaßen umsetzen:

1. Zeige deiner Zielgruppe auf, wie ihr Leben wäre, wenn sie dein Angebot bereits hätte und ihr Wunschergebnis damit erzielen würde. Du kannst an dieser Stelle ruhig ins Detail gehen. Je detaillierter deine Schilderung ist, desto stärker generierst du dadurch ein inneres Bild bei deinem potenziellen Kunden. Durch das Erzeugen dieser Vision werden relevante Informationen schneller bei der Kaufentscheidung **verfügbar**.
2. Mache dir bewusst, in welche Kategorie dein Angebot fällt und welche charakteristischen Merkmale und Ausstattungen andere bekannte Produkte in dieser Kategorie **repräsentieren**. Denke hier an Produkte, die dem bestimmten Bereich etabliert sind und dir direkt in den Sinn kommen. Setze die Charakteristika dieser Produkte dann in der Beschreibung deines eigenen Angebotes ein und mache dir so Stereotype und Kategorisierungen zunutze.



3. Biete nur qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen an. Ich gehe davon aus, dass du dies sowieso tust, aber positive vorherige und **bekannte** Erfahrungen mit einem Verkäufer / Unternehmen stützen die neue Kaufentscheidung.

