

Der Kaufzyklus für technologiebasierte Produkte

Interessierte Käufer setzen sich im Lauf ihrer Entscheidungsfindung zu einem Kauf immer stärker mit uns auseinander - zu Beginn noch nicht wissend, was wir anbieten bis zum Kauf und zur Nutzung der Produkte. Dieser Prozess wird "Kaufzyklus" genannt. Unsere Grafik veranschaulicht die verschiedenen Stufen und die Methoden des Marketings, derer man sich bedienen kann [...] zu bewegen und zu Käufern und Fürsprechern unseres Produktes zu machen.

Wie man den Kaufzyklus beschleunigt und optimiert:

1. Verbesserungspotentiale finden, z.B. wieviel Zeit die Kaufinteressenten auf jeder Stufe verbringen, oder Steigerung der Quote derjenigen die zur nächsten Stufe wechseln. Analysieren Sie die Kennzahlen, testen Sie unterschiedliche Maßnahmen und denken Sie über neue Inhalte und Herangehensweisen nach.
2. Legen Sie fest, wie Sie neue Ideen so schnell und günstig testen, und legen Sie ihre Prioritäten basierend auf dem Nutzen den Verbesserungen versprechen fest.
3. Anpassungen implementieren. Nachdem Sie die Auswirkung der Änderungen gemessen haben, entscheiden Sie, ob Sie weitere Anpassungen vornehmen oder zum Zustand vor der Änderung zurückkehren.

Kennzahlen, die üblicherweise in den Stufen des Kaufzyklus verwendet werden

- Anzahl der Interessenten
- Wert der Interessenten
- Konversionsrate
- Verlorene Interessenten
- Durchschnittliche Dauer der einzelnen Stufen



Produktmanagement im Fokus

Schulungen | Assessments | Tools und Ressourcen
kontakt@productfocus.com | www.productfocus.com