



DeepL

Abonnieren Sie DeepL Pro, um größere Dateien zu übersetzen.
Weitere Informationen finden Sie unter www.DeepL.com/pro

Modul 3: E-MARKETING

Lektion 3: Kundenverhalten

Modul 3 : E-MARKETING

Einheit 3	KUNDENVERHALTEN
Thema 1	Kundenverhalten. Definitionen
Thema 2	Kundenverhalten. Faktoren
Thema 3	Prozess des Kundenverhaltens
Thema 4	Wie erkennt man das Kundenverhalten?
Thema 5	Schritte im Kundenverhalten
Thema 6	Die Bedeutung der Kenntnis des Verbraucherverhaltens

Modul: Lernergebnisse

Modul 3: E- Marketing

Lektion 3: Kundenverhalten

Einführung in das Modul: In diesem Modul wird eines der wichtigsten Themen im Zusammenhang mit dem heutigen elektronischen Handel behandelt. Digitales Marketing (E-Marketing) ist zu einem grundlegenden Instrument für den Verkauf von Produkten geworden. Das Modul behandelt wesentliche Themen des E-Marketings, wie z.B. die Entwicklung digitaler Fähigkeiten und das Wissen, welche Faktoren das Verhalten der Kunden beeinflussen und somit erfolgreiche Verkaufsstrategien schaffen. Auch die Präsentation des Produkts (Verpackung) und die verschiedenen Versand- und Zahlungsarten werden von den Kunden sehr geschätzt und deshalb in diesem Modul besonders behandelt.

Einführung in die Lektion: In Lektion 3 werden die wichtigsten Konzepte des Verbraucherverhaltens erläutert. Da das Verbraucherverhalten für die Entwicklung einer erfolgreichen Marketingstrategie von entscheidender Bedeutung ist, ist es wichtig zu wissen, wie es definiert ist, welche Faktoren es beeinflussen und wie man eine korrekte Analyse durchführt, die den Verkauf unseres Produkts oder unserer Dienstleistung verbessert.

Wissen	Fertigkeiten	Zuständigkeiten
die verschiedenen Konzepte im Zusammenhang mit dem "Kundenverhalten" und die verschiedenen Faktoren, die es beeinflussen, zu verwalten. Entwicklung von Verkaufsstrategien und Kunden Loyalität.	Analysieren Sie die verschiedenen Faktoren, die das Verhalten der Kunden beeinflussen, ein Produkt zu kaufen oder eine bestimmte Marke zu wählen und nicht andere	Entwicklung von Verkaufsstrategien und Kundenbindung

Einführungsvideo

SCHRIFT:

Hallo zusammen!

In dieser Lektion werden die wichtigsten Konzepte zum Verbraucherverhalten erläutert.

Da das Verbraucherverhalten für die Entwicklung einer erfolgreichen Marketingstrategie von entscheidender Bedeutung ist, ist es wichtig zu wissen, wie es definiert ist, welche Faktoren es beeinflussen und wie man eine korrekte Analyse durchführt, die den Verkauf unseres Produkts oder unserer Dienstleistung verbessert.

Einheit 3: KUNDENVERHALTEN

Thema 1: Kundenverhalten. Definition

- In diesem Thema wird der Begriff "Verbraucherverhalten" definiert.
- Zu wissen, was "**Verbraucherverhalten**" ist, welche Merkmale es hat und welche Faktoren es beeinflussen, ist für die Entwicklung einer Marketing- und E-Marketing-Strategie für die Förderung und den Verkauf von Produkten unerlässlich.
- Die Kenntnis der Bedürfnisse und Anforderungen potenzieller Kunden hilft dem Unternehmer, seine Bemühungen auf das Wesentliche zu konzentrieren, Kunden anzuziehen und zu binden, die es seinem Unternehmen ermöglichen, zu wachsen und sich auf dem Markt gegenüber anderen Handelsmarken zu etablieren.

Thema 1: Kundenverhalten. Definition

- Prozesse wie Produktauswahl, Kauf, Nutzung oder Abbruch von Produkten, Erfahrungen des Kunden mit der Verkaufsstelle oder der Online-Kaufplattform, Produktpräsentation/Verpackung usw. sind am Kundenverhalten beteiligt.
- Der Gedanke, dass die Produkte handgefertigt sind, aus der Region stammen, fair gehandelt werden oder aus recycelten Materialien bestehen, zieht viele Kunden an, vor allem junge Menschen, die ein einzigartiges Produkt mit Mehrwert suchen.

Lesen Sie mehr: <https://www.questionpro.com/blog/consumer-behavior->

definition/

Thema 2: Kundenverhalten. Faktoren

- Es ist wichtig zu wissen, dass das Verhalten von Kunden oder Verbrauchern von mehreren Variablen beeinflusst werden.
- Diese Variablen sind in folgende Gruppen unterteilt:
 - **Persönliche Faktoren** (Alter, Kultur, Generation)
 - **Psychologische Faktoren** (Überzeugungen, Stimmungen, Wahrnehmung der eigenen Bedürfnisse)
 - **Soziale Faktoren** (Bildungsniveau, wirtschaftliches Niveau, Familienmerkmale)
- Es ist interessant zu wissen, wie der Einfluss von Marketingkampagnen

direkt mit der Stimmung der Kunden zusammenhängt

Thema 2: Kundenverhalten. Faktoren

- Verbraucherpsychologie: Lernen Sie, wie wichtig es ist, Kunden zu analysieren
Verhaltensmuster

Lesen Sie mehr: <https://www.emotiv.com/glossary/consumer-psychology/> und <https://www.educba.com/4-factors-influencing-consumer-behaviour/>

Thema 3: Prozess des Kundenverhaltens

- Der **Prozess des Kundenverhaltens durchläuft** verschiedene Phasen. Sie zu erkennen ist der Schlüssel, um die Bedürfnisse eines potenziellen Kunden in einen loyalen Kunden unserer Marke zu verwandeln.
- Der Prozess beginnt mit einem **MÄNGEL**. Sobald sich der Verbraucher dieses Mangels bewusst ist, wird ein **Bedürfnis** geschaffen. Sobald sich der Kunde dieses Bedürfnisses bewusst ist, spürt er die **MOTIVATION**, die ihn dazu bewegt, es zu befriedigen. Jeder Mensch neigt dazu, seine Bedürfnisse auf unterschiedliche Weise zu befriedigen. Dies beeinflusst den **WUNSCH** und die persönlichen Überzeugungen. Ebenso wird die Art und Weise, wie jeder Mensch seine Bedürfnisse befriedigt, zu einem **LERNEN**, bei dem familiäre, soziale und kulturelle Faktoren ihren eigenen Einfluss ausüben.

Thema 3: Prozess des Verbraucherverhaltens

- **Die EINSTELLUNG** des Kunden gegenüber den ihm präsentierten Verkaufsoptionen ist ein grundlegender Schritt in diesem Prozess, ebenso wie die **WIRTSCHAFTLICHE SITUATION**, die die endgültige Wahl bestimmt. Schließlich ist eine angemessene **INFRASTRUKTUR für den** Verkauf des Produkts unerlässlich, entweder in einer physischen Einrichtung oder auf einer Website. Denken Sie auch daran, dass eine gute **VERMARKTUNGSSTRATEGIE** von entscheidender Bedeutung ist und einen guten Prozentsatz des Produktverkaufs ausmacht, insbesondere bei Kunden, die noch unentschlossen sind.

Lesen Sie mehr: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Thema 4: Wie erkennt man das Kundenverhalten?

- Um das Verhalten eines potenziellen Kunden zu kennen, ist es wichtig, die folgenden Faktoren zu kennen die sie beeinflussen.
- Die Analyse persönlicher, sozialer und kultureller Faktoren ist unerlässlich, um die Entscheidungsfindung eines Kunden in Bezug auf ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Marke zu verstehen.
- Das Alter ist zu berücksichtigen, da sich mit dem Alter nicht nur die persönliche Situation, sondern auch die Bedürfnisse ändern.
- Die Ausrichtung unseres Verkaufsziels auf eine bestimmte Altersgruppe kann eine sehr nützliche

Marketingstrategie.

- Auch das Geschlecht, das Einkommensniveau und der Bildungsstand des Kunden müssen berücksichtigt werden.

Thema 4: Wie erkennt man das Kundenverhalten?

- **Geschlecht:** Die unterschiedlichen Bedürfnisse von Frauen und Männern führen dazu, dass sie bei den Produkten unterschiedliche Präferenzen haben. Dies ist nicht immer der Fall, aber es ist eine Angelegenheit, die berücksichtigt werden muss.
- **Einkommensniveau: Das** Einkommen spielt eine wesentliche Rolle bei der Entscheidung der Kunden für einen Produkttyp und vor allem für bestimmte Marken. Vor allem dann, wenn es auf dem Markt ein breites Angebot an preiswerten Produkten gibt.
- Das **Bildungsniveau** beeinflusst den Nutzen, den der Kunde von einem bestimmten Produkt erwartet. Dies zeigt sich deutlich beim Verkauf von

elektronischen oder digitalen Produkten.

Lesen Sie mehr: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Thema 5: Stufen des Kundenverhaltens

- Das Verhalten der Kunden zu kennen bedeutet, im Vorfeld zu analysieren, welche Bedürfnisse sie haben, welche Faktoren ihre Entscheidungen beeinflussen und welche Meinung sie zu bestimmten Produkten und Marken haben.
- Um all dies zu analysieren, gibt es verschiedene Forschungsmethoden, die die Einbeziehung einer Vielzahl von Untersuchungsvariablen ermöglichen.
- Die weltweit am weitesten verbreitete Strategie ist die MARKTANALYSE, aber es gibt noch viele andere Möglichkeiten, z. B. Kundenfeedback, Umfragen, Frage- und Antwort-Websites, Online-Panels oder Fokusgruppen.

Lesen Sie mehr: <https://www.questionpro.com/blog/data-collection/>

Thema 6: Die Bedeutung der Kenntnis des Verbraucherverhaltens

Es ist wichtig, das Verbraucherverhalten zu kennen, denn:

- Aufbau einer besseren Beziehung zu den Kunden, was zur Loyalität des Kunden führt.
- Generieren Sie mehr Kunden.
- Hilft dabei, den potenziellen Kunden besser zu definieren und den potenziellen Markt zu ermitteln
Nischen
- Verbessert die Position der Marke im Vergleich zu anderen.

Lesen Sie mehr: <https://www.educba.com/customer-support/>

Lernaktivität 1: Rollenspiel: Wie ich meine Kunden betreue

Bildung Ziel	Art der Tätigkeit	Inhalt	Zusätzliche Materialien
Management von sozialen und sprachlichen Fähigkeiten Kenntnisse d er mit dem Kauf/Verkauf verbundenen Konzepten Prozess	Simulation	In diesem Rollenspiel werden die wichtigsten Situationen, die bei einem Kauf/Verkauf auftreten, nachgespielt. Die Auszubildenden versetzen sich für einige Minuten in die Rolle des Kunden und des Verkäufers. Die Analyse dieser Situationen schafft ein grundlegendes Feedback für das Lernen.	Liste von Ressourcen, Links, Videos, die für die Zielgruppe nützlich sein könnten.

Lernaktivität 2: Erstellung eines Kundenprofils

Bildungsziel	Art der Tätigkeit	Inhalt	Zusätzliche Materialien
Analysieren Sie die verschiedenen Faktoren, die das Kundenverhalten beeinflussen	Einzelne	Erstellung eines Kundenprofils für den Verkauf von handgefertigten Produkten, wobei alle möglichen Variablen analysiert werden	https://www.questionpro.com/blog/consumer-behavior-definition/ https://www.educba.com/4-faktoren-beeinflussen-das-verbraucherverhalten/

Lernaktivität 3: Ressourcen zur Analyse des Verbraucherverhaltens

Bildung Ziel	Art der Tätigkeit	Inhalt	Zusätzliche Materialien
Verwendung verschiedener Formate für die Dokumentenerstellung. Suche und Daten Analyse	Einzelne	Erstellung eines Fragebogens oder anderer Hilfsmittel zur Analyse des Verhaltens von Kunden, die am Kauf handgefertigter Produkte interessiert sind	https://www.questionpro.com/blog/data-collection/

Bewertung

Frage 1:

Wählen Sie die richtige Option:

Das Verbraucherverhalten umfasst:

- a) Kennen Sie die Faktoren, die sie beeinflussen
- b) Die Entwicklung einer wirksamen Marketingstrategie ist unerlässlich.
- c) Kenntnis der Bedürfnisse und Anforderungen potenzieller Kunden
- d) Alle Antworten sind richtig

Richtige Antwort: d) Alle Antworten sind richtig.

Frage 2:

Die Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen, sind:

- a) Psychologische, soziale und kulturelle Aspekte
- b) Alter, Geschlecht und wirtschaftliches Einkommen
- c) Überzeugungen, Stimmungen, Wahrnehmung der eigenen Bedürfnisse

Richtige Antwort: a) Psychologisch, sozial und kulturell

Frage 3:

Was sind die wichtigsten Faktoren, die den Verkaufsprozess von Produkten beeinflussen?

- a) Die physische Einrichtung oder Website, die wirtschaftliche Situation und die Marketingstrategie.
- b) Das Alter, die wirtschaftliche Situation und die körperliche Fitness des Kunden.
- c) Die Einstellung des Kunden, die Popularität in den sozialen Medien und die Gestaltung der Website.
- d) Die Farbe des Produkts, die Einstellung des Kunden und die wirtschaftliche Lage des Unternehmens.
- e) Marketingstrategie, Produktverfügbarkeit und Kundenkleidung.

Richtige Antwort: a) Die physische Einrichtung oder Website, die wirtschaftliche Situation und die Marketingstrategie.

Frage 4:

Welche Faktoren können das Verhalten und die Präferenzen der Kunden beeinflussen?

- a) Produktverfügbarkeit und Standort der Filiale
- b) Produktfarbe und Verpackungsdesign
- c) Alter und Lieblingsmusikrichtung des Kunden
- d) Geschlecht, Einkommensniveau und Bildungsstand
- e) Layout der Website und Qualität des Kundendienstes

Richtige Antwort: d) Geschlecht, Einkommensniveau und Bildungsstand

Frage 5:

Es ist wichtig, das Kundenverhalten zu kennen:

- a) Es hilft, eine gute Beziehung zu ihm aufzubauen, die andere potenzielle Kunden anzieht.
- b) Sie ist nicht an der Ermittlung potenzieller Marktlücken beteiligt.
- c) Sie bedeutet keine Verbesserung der Position unserer Marke im Vergleich zu anderen.

Richtige Antwort: Es hilft, eine gute Beziehung zu ihm aufzubauen, die andere potenzielle Kunden anlockt.

Zusammenfassung

Die wichtigsten Erkenntnisse in Bezug auf das Kundenverhalten sind die folgenden:

- Die Analyse der Einflussfaktoren ist entscheidend für die Durchführung einer zufriedenstellenden Marketingstrategie.
- Der interne Prozess, der jeden Kunden dazu bringt, sich für bestimmte Marken/Produkte oder andere zu entscheiden, hat psychologische, aber auch wirtschaftliche und soziale Variablen. Es gibt verschiedene Methoden, um diese Variablen zu messen und eine zuverlässige Marktanalyse zu erstellen.
- Aufbau einer Verbindung zum Kunden, Kenntnis seiner Vorlieben oder Feststellung
Die Vermarktung von Kindern ist möglich, wenn man ihre Bedürfnisse versteht.

Referenzen

Beispiele für die APA-Referenzierung (7. Auflage):

Für Artikel:

Nachname, A. A. (Jahr). Titel der Arbeit. *Titel der Veröffentlichung in Kursivschrift, Band in Kursivschrift* (Ausgabe), Seiten. doi oder Link

Oliver, K. L., & Lalik, R. (2004). Kritische Untersuchung des Körpers im Sportunterricht von Mädchen: Eine kritische poststrukturelle Perspektive. *Journal of Teaching in Physical Education*, 23(1), 162 -195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Für Bücher:

Nachname, A. A. (Jahr). *Titel in Kursivschrift*. Herausgeber.

Spiegel, D. (1981). *Lesen zum Vergnügen: Leitlinien*. International Reading Association.

Für Buchkapitel:

Nachname, A. A., & Nachname, A. A. (Jahr). Titel des Kapitels. In A. Nachname & A. A. Nachname (Eds.), *Titel des Buches in Kursivschrift* (pp. xx-xx). Herausgeber.

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Culinary Arts: Talente und ihre Entwicklung. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Die Entwicklung des menschlichen Potenzials zu bereichsspezifischem Talent* (S. 345-359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Zitate im Text

Beispiele für APA 7th Edition Zitate:

Bei **1 oder 2 Autoren** müssen bei der ersten und jeder weiteren Nennung alle Autoren genannt werden.

Bei **3 oder mehr Autoren** den Nachnamen des Erstautors und "et al." ab der ersten Erwähnung (bei Referenzen werden ALLE AUTOREN zitiert).

PARAPHRASING

Während Verbesserungen der aeroben Kapazität nach 8 bis 12 Wochen Training nachgewiesen wurden (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), erzielte nur Goins (2014) signifikante Verbesserungen der anaeroben Kapazität nach 6 Wochen CrossFit-Programm.

ZITATE

Díaz und Hernández (2010) sind der Ansicht, dass kooperatives Lernen "der pädagogische Einsatz einer kleinen Gemeinschaft ist, in der die Schüler zusammenarbeiten, um ihre Ausbildung und die der anderen Mitglieder zu verbessern" (S. 87).