

Kolumne „Wie ticken Frauen“

Zielgruppe Kundin – wie verführt Man(n) Frau zum Autokauf?!

Ein Autohaus – der Showroom der Eitelkeiten, hier dreht sich alles darum die glänzenden Boliden, in all ihren Facetten an die Frau, an den Mann zu bringen.

Um eine Frau beim Autoverkauf zu begreifen, sollte man(n) mit dem „Einmaleins“ – der biologischen Aspekte beginnen. Wir wissen, Frauen und Männer unterscheiden sich nicht nur im Aussehen sondern auch in der geschlechterspezifischen Sinnesausprägung.

Einige Beispiele dafür:

- **Sehvermögen:** Frauen können die kleinsten Veränderungen im Aussehen und Verhalten ihrer Mitmenschen erkennen und Farben differenzierter wahrnehmen. Männer reagieren verstärkt auf Formen und Gegenstände.
- **Gehör:** Frauen nehmen hochfrequentierte Töne (bedingt durch die Mutterrolle) besser wahr. Bei Männern ist der räumliche Hörsinn besonders ausgeprägt. (Beschützer-Funktion)
- **Sprache:** Frauen haben eine große Wort-Vielfalt, einen indirekten Sprachstil, den sanfteren Klang in der Stimme. Ihre Botschaften sind nicht nur verbal, sondern auch durch akustische Signale wie Tonhöhen und Geschwindigkeit, Körpersprache und Mimik stärker ausgeprägt. Männer nutzen die Sprache in 1. Linie zur Übermittlung von Fakten und Informationen.
- **Tastsinn:** Weibliche Haut ist dünner und zehnmal druck- und berührungsempfindlicher. Evolutionsgeschichtlich ist die Haut des Mannes dicker um sich vor Verletzungen zu schützen (Die Geschichte mit dem Sebelzahntieger).

Wie können wir diese Erkenntnisse auf den Autoverkauf übertragen?!

Die Kundin reagiert zwischen 10 % und 20 % sensibler auf sämtliche Sinnesreize.



Mobilistinnen Silvia Sverak und Petra Marada-Seletzky

- **Schauraum:** diesen nimmt die Kundin mittels Ihres größeren Sehradius intensiver und mit höherer Aufmerksamkeit wahr. Hier können sie durch einen übersichtlichen und aufgeräumten nicht überladenen hellen Ausstellungsraum punkten. Angenehme musikalische Untermalung trägt zum Wohlfühl bei.
- **Verhandlungsgespräch:** Die Kundin spricht meist besonders ausgeprägt mit Personen mit denen sie eine persönliche emotionale Bindung aufgebaut hat. Schweigt sie, deutet dieses auf einen Vertrauensverlust hin. Versuchen sie ihre persönlichen Bedürfnisse durch Fragen zu entlocken und binden sie die Kundin verbal in den Kaufprozess ein. Hierdurch entsteht eine persönlich, emotionale Bindung und Vertrauen gegenüber des/der VerkäuferIn.
- **Präsentation der Fahrzeuge:** Der weibliche Tastsinn muss angesprochen werden. Die Kundin erfühlt bzw. ertastet gerne angenehme Materialien. Geben sie ihr die Möglichkeit und Zeit das Auto zu erleben und zu erfühlen.

Die Wirtschaftskraft Kundin wird in der Automobilbranche noch immer oft unterschätzt, wenn man bedenkt, dass 80 % der Kaufentscheidungen täglich von Frauen gefällt werden.

Die Mobilistin nimmt sich genau diesen Themen und berät Werkstätten, Autohandel, Autozubehör- und autonahe Betriebe.

Wir machen auch Ihr Unternehmen gerne Frauen-Fit.

www.mobilistin.com