



## UNSER ANGEBOT

### Kunden-Finder-Analyse Basis

Neben dem Kunden-Finder der empathie agentur sollten aus Ihrem Hause der Inhaber oder Geschäftsführer und sofern erforderlich, Vertreter einzelner Abteilungen, teilnehmen. Dauer der Analyse ca. 5 Stunden. Innerhalb weniger Tage erhalten Sie im persönlichen Nachgespräch Ihre individuelle Auswertung und Handlungsempfehlung zur Kunden-Finder-Analyse-Basis in schriftlicher und digitaler Form.

**ERFOLGS-INVESTITION-BASIS:**

**555 EURO\***

Auch erhältlich in den Versionen Medium und Premium. Mehr Informationen dazu bei Ihren Empathiesanten.

\* +zzgl. ges. MwSt.

**WWW.EMPATHIE-AGENTUR.DE**

**empathie  
agentur**

*marketing. effektiv.*

Florian-Geyer-Str. 3  
97076 Würzburg  
Tel +49-(0)931-35 95 423  
Fax +49-(0)931-35 95 442  
info@empathie-agentur.de  
www.empathie-agentur.de



**IHRE  
ANSPRECH  
PARTNER**

*Annelie & Fredy Groth*

**KUNDEN  
FINDER  
ANALYSE**

Die Strategie  
für erfolgreiche  
Kundenfindung

**empathie  
agentur**

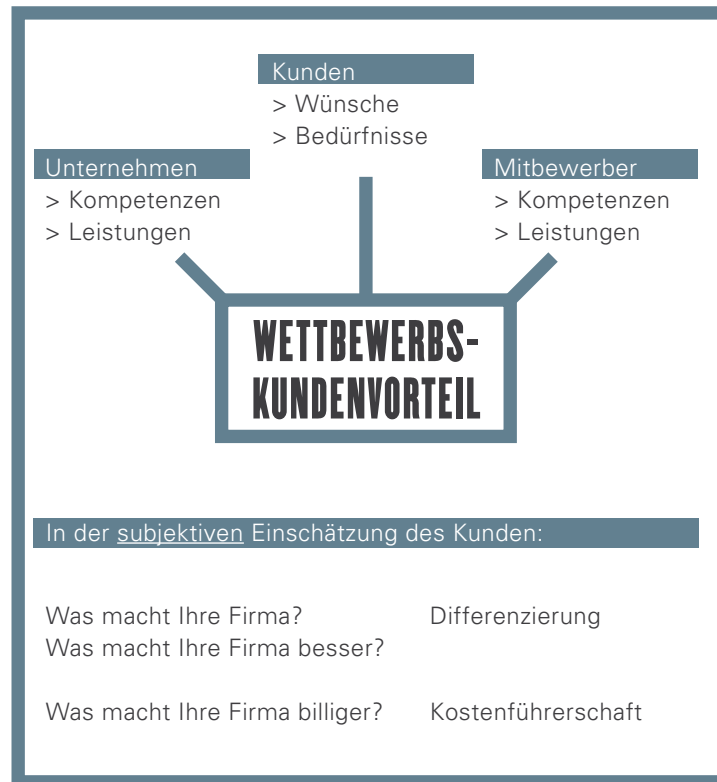
*marketing. effektiv.*

# DAS EISBERGGESETZ

Menschen begründen ihre (Kauf)entscheidungen mit rationalen und logischen Argumenten, obwohl annähernd 90 % aller Entscheidungen über das Unterbewusstsein gefällt werden. Die von Sigmund Freud entwickelte These ist heute sowohl von Psychologen als auch Verkaufstrainern unumstritten. Dies bedeutet für Sie als Unternehmer: „Je intensiver Sie das Unterbewusstsein (Wünsche/Bedürfnisse) Ihrer Kunden ansprechen, desto effektiver wird Ihr Marketing sein“.



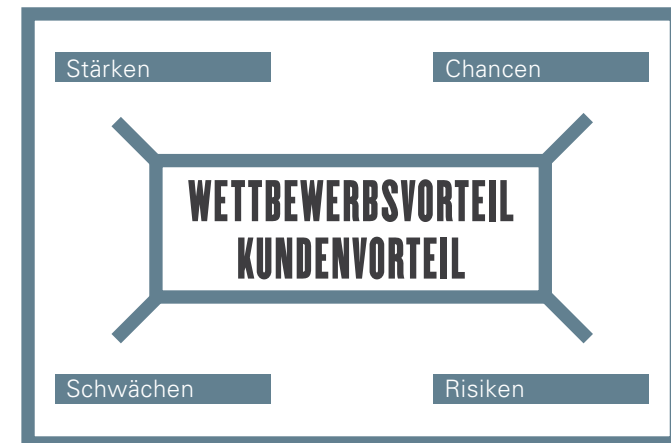
Produkte und Dienstleistungen einzelner Unternehmen gleichen sich immer mehr an. Haben Sie sich schon einmal gefragt warum der Kunde eigentlich gerade bei Ihnen einkaufen soll?



**DAS KUNDENBEDÜRFNIS**

# KUNDEN-FINDER-ANALYSE

Fredy Groth, Inhaber der empathie agentur, entwickelte mit der Kunden-Finder-Analyse ein einzigartiges und kostengünstiges Analysetool für effektives Marketing bei kleinen und mittelständischen Unternehmen.



In der Kunden-Finder-Analyse ermitteln wir mit Ihnen gemeinsam die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens und stellen diese dann in Bezug zu Ihren Mitbewerbern, sowie den Erwartungen und Wünschen potenzieller Kunden. In anschaulichen Diagrammen lernen Sie die „Einzigartigkeiten Ihres Unternehmens“ kennen. Und diese „Einzigartigkeiten“ sind es, warum ein Kunde bei Ihnen und nicht beim Mitbewerber kauft. Wenn der Unternehmer diese „Einzigartigkeit“ jetzt über seine gesamten Werbemaßnahmen kommuniziert, ergibt dies nachweislich: Neue Kunden, wiederkehrende Kunden und damit mehr Umsatz!