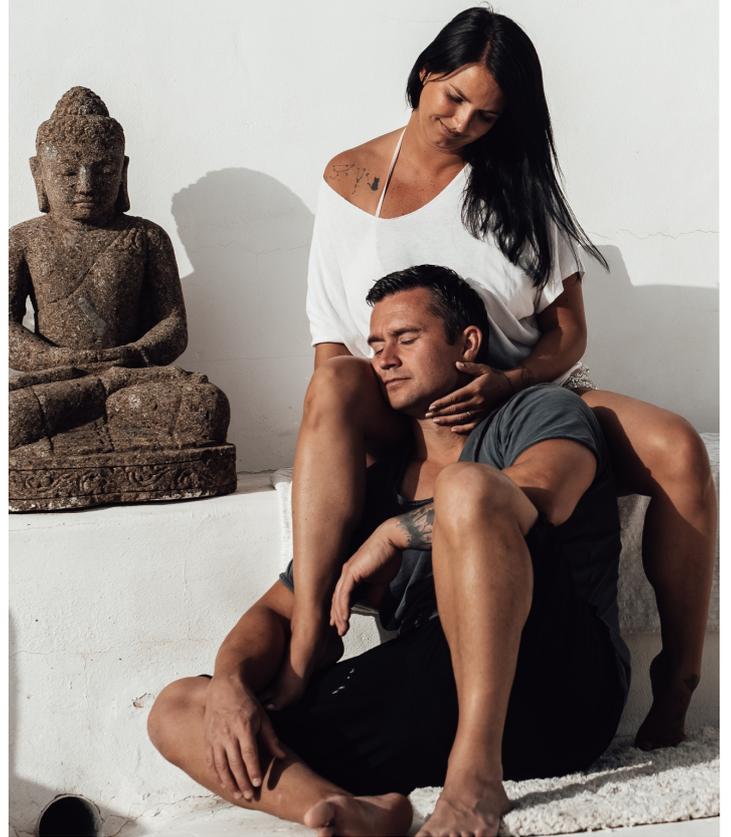


Basic Course

DAS LIFO-MODELL

WIE DU MIT DEM LIFE-ORIENTATION- MODELL DEN RICHTIGEN TON BEI DEINER ZIELGRUPPE TRIFFST

Das LIFO-Modell soll dir dabei helfen, deine Zielgruppe und ihre Bedürfnisse besser einschätzen zu können. Es geht dabei um die Lebensorientierung deiner Zielgruppe. Konkret unterstützt die Methode dabei, ihr Verhalten objektiv beschreiben zu können.



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Basic Course

DAS LIFO-MODELL

Das LIFO-Modell ist eine Persönlichkeitstypologie und dient der Verdeutlichung persönlicher Verhaltensmuster. Sie stellt eine Form der Verhaltens-Typologie dar.

Jede Person hat seine eigenen Angewohnheiten und setzt sich ganz verschieden mit unterschiedlichen Situationen im Leben auseinander. Es gibt keinen Durchschnittstil, keinen guten oder schlechten Stil.

Mit dem LIFO-Modell sollen Ziele, Annahmen, Empfindungen und bevorzugte Verhaltensmuster identifiziert und durch eine Verständigungsstrategie angesprochen werden.

Unser Kaufverhalten wird zu einem großen Teil von unseren Emotionen und unserem Unterbewusstsein gesteuert. Aus diesem Grund ist es sinnvoll deine Zielgruppe in verschiedene Gruppen einzuteilen.

Für die Einteilung haben wir den jeweiligen Verhaltensmustern der Einfachheit halber Farben zugeordnet. Du kannst deine Einteilung natürlich kennzeichnen, wie du es möchtest.

Nach dem LIFO-Modell unterscheidet man vier Grundstile mit unterschiedlichen Bedürfnissen, Stärken und Schwächen.



Basic Course

DAS LIFO-MODELL

1. ROT: BESTIMMEND UND ÜBERNEHMEND

In der roten Gruppe befinden sich Personen, die besonderen Wert auf Produktivität und Status setzen. Sie sind sehr ehrgeizig, diszipliniert und streben immer nach dem bestmöglichen Ergebnis.

Diese Gruppe erreichst du am Besten mit Worten, wie: „exklusiv“, „von höchster Qualität“, „Weltneuheit“

2. VIOLETT: ANPASSEND UND HARMONISIEREND

Personen, aus der violetten Gruppe ist Flexibilität besonders wichtig, sie sind experimentierfreudig, anpassungsfähig und sehr auf Harmonie bedacht.

Diese Gruppe möchte eher von Spaß und Abenteuern hören. Erheiternde und aufregende Geschichten führen hier zum Ziel.

3. GRÜN: BEWAHREND UND FESTHALTEND

Personen, aus der grünen Gruppe setzen auf Sicherheit, sie mögen es, wenn die Dinge so bleiben, wie sie sind, Veränderungen setzen sie unter Druck.

Diese Personen reagieren besonders positiv auf Zahlen und Statistiken.



Basic Course

DAS LIFO-MODELL

4. BLAU: UNTERSTÜTZEND UND HERGEBEND

Personen, aus der blauen Gruppe sind besonders sozial orientiert. Sie lieben es anderen zu helfen und übernehmen gerne selbst die Verantwortung.

Diese Gruppe wird emotionale Texte und Bilder ganz besonders zu schätzen wissen.

Das LIFO-Modell soll dir eine weitere Möglichkeit der Kategorisierung geben und es dir leichter machen, deine Zielgruppe in den verschiedenen Phasen der Buyer's Journey richtig anzusprechen und zu begeistern.

Je besser du deine Zielgruppe kennst, desto besser kannst du auf ihre Bedürfnisse und Anforderungen eingehen. Du kannst sie direkt ansprechen. Sie wird sich mit dir und deinem Angebot identifizieren können und das führt dich direkt zu deinem Erfolg.



Jule und Matthias

A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN