

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

*Softwareentwicklung*<http://schoenberg.company>Ing. SCHÖNBERG Christian \*  
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

\*) Einzelunternehmen  
SCHÖNBERG gegründet 2002  
© 2002 – 2014[Impressum hier klicken](#)

Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Customer Buying Cycle:

### Allgemeines:

Der **Customer Buying Cycle** stellt ein Beziehungsmodell dar und beschreibt den **Kaufprozess** von Kunden in einer Abfolge von zumeist **vier Phasen**.

Es kann sowohl für **Produkte** als auch für angebotene **Dienstleistungen** verwendet werden.

Es sind zwar unterschiedliche Auslegungen und Varianten des **Customer Buying Cycle** zu finden, aber das am weitesten verbreitetste Modell verwendet **vier Phasen**, und zwar

1. die **Anregungsphase**,
2. die **Evaluationsphase**,
3. die eigentliche **Kaufphase** und
4. die **After-Sales-Phase**.

Der **Customer Buying Cycle** wird einerseits aus der **Sicht des Kunden** beschrieben, der in jeder Phase des Kaufprozesses bestimmte Bedürfnisse hat. Gleichzeitig beinhaltet dieser aber auch die **Sichtweise des Anbieters**.



Damit ermöglicht der **Customer Buying Cycle** **Berührungspunkte** zwischen dem **Anbieter** und dem **Kunden** zu finden, um daraus Maßnahmen zu einer **kundenorientierten Gestaltung** des **Kaufprozesses** zu erhalten.

Sollte etwas nicht zur Zufriedenheit des Kunden erfolgen, kann der Gesamtprozess aber auch in jeder Phase **abgebrochen** werden.

### nun zu den vier Phasen:

#### 1. Anregungsphase:

- **Kundenbedürfnis:** Der Kunde hat zumeist eine bestimmte **Problemstellung** oder ein Bedürfnis und sucht aktiv nach **Lösungen** für dieses Problem bzw. einer Möglichkeit zur Befriedigung der Bedürfnisse. Es können aber auch vom Anbieter **Interessen geweckt** werden und somit Bedürfnisse geformt werden. Dabei stoßt der Kunde zum Beispiel auf Ihre Webseite und wird erstmalig auf Ihr Produkt oder Ihre angebotenen Dienstleistungen **aufmerksam**. Dieser erwartet dann produktspezifische **Informationen** und eine Angebots-transparenz um beurteilen zu können, ob Ihr Produkt eine zufriedenstellende **Lösung** darstellt.

- **Ziel des Anbieters:** Zuerst gilt es die **Bedürfnisse** des Kunden zu **identifizieren**. Mittels zielgerichteter Informationen soll dann ein möglichst **starkes Kaufinteresse** des Kunden geweckt werden. Der Kunde sollte dabei aber nicht produktorientiert, sondern problem- bzw. situationsbezogen und möglichst individuell informiert werden.

**Anregungsphase****Evaluationsphase****Kaufphase**

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose  
Softwaretools unter:<http://schoenberg.co.at/blog-software>**2. Evaluationsphase (auch Pre-Sales-Phase genannt):**

- **Kundenbedürfnis:** In dieser Phase soll der Kunde seinen Bedarf konkretisieren. Aufgrund der erhaltenen **Informationen** möchte der Kunde die benötigten Leistungen auswählen und **vergleichen** können, zum Beispiel in Bezug auf **Leistung, Preis und Verfügbarkeit**. Damit möchte der Kunde überprüfen, ob seine Bedürfnisse befriedigt bzw. seine Erwartungen erfüllt werden.

- **Ziel des Anbieters:** Durch entsprechende **Informationen** und einer möglichst individuellen Angebotsstellung soll die **Kaufentscheidung** des Kunden erleichtert und damit das **Kaufinteresse verstärkt** werden.

**3. Kaufphase:**

- **Kundenbedürfnis:** Nun hat sich der Kunde für den Produktkauf entschieden. Der anschließende **Bestellvorgang** sollte dann so **einfach** und **intuitiv** wie möglich sein. Für den Kunden muss auch sichergestellt sein, dass er das **Produkt** bzw. die **Dienstleistungen** zu den angebotenen Konditionen erhält. Dabei sollte der Prozess leicht verständlich, schnell und sicher durchgeführt werden können.

- **Ziel des Anbieters:** Für den Anbieter zählt eine reibungslose Abwicklung der Bestellung, sowie die Sicherstellung des **Leistungsaustausches** (Produkt gegen Zahlungsmittel).

**4. After-Sales-Phase:**

- **Kundenbedürfnis:** Eventuell muss vom Kunden die **Verwendung** des Produkts erlernt werden, was möglichst einfach möglich sein sollte. Für den Kunden zählt daher auch nach dem Kauf eine **gute Betreuung** und zufrieden stellende **Serviceleistungen**. Auch eine kundenfreundliche **Supportmöglichkeit** bei eventuellen Problemen soll erfüllt sein.

- **Ziel des Anbieters:** Durch **Serviceleistungen** (Kundensupport, Kundenbetreuung, ..) soll eine **Kundenzufriedenheit** und **Kundentreue** entstehen, die den Customer Buying Cycle von neuem beginnen lässt.

**im E-Commerce:**

Mittels **E-Commerce** können die Interaktion mit Kunden ideal umgesetzt werden, wie zum Beispiel im Bereich **Marketing, Kundendialog, Beratung, Bestell- und Zahlungsabwicklung, Distribution** und Kundendienst.

**FAZIT:** Insbesondere die Betrachtung sowohl durch den Kunden, als auch durch den Anbieter ermöglicht eine **kundenorientierte Gestaltung** des gesamten **Kaufprozesses**.

Weitere tolle und kostenlose  
Softwaretools und Ebooks unter:<http://schoenberg.co.at/blog-software>**SCHÖNBERG**  
Softwareentwicklung<http://schoenberg.company>