

Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden!

Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn Sie ernsthaft daran interessiert sind, dass Ihre Absatzkurve steigt und Sie auf Dauer wettbewerbsfähig sind, dann ist dies der wichtigste Brief, den Sie je gelesen haben, denn:

Die Kaufentscheidung der Generation 50plus bestimmt künftig über die Weiterexistenz Ihres Unternehmens!



Mein Name ist **Edwin E. Braatz**, Direct Response Copywriter und Autor mit eigenem emotionalen Zugang zur Zielgruppe 50plus.

Gerade habe ich mein Marketing Praxishandbuch „Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden“ in der 3. Auflage mit allen aktuellen Marktdaten veröffentlicht.

Diese in die Praxis sofort umsetzbare Marketinganleitung zeigt Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie die dramatische demographische Entwicklung als Chance für sich und Ihr Unternehmen nutzen.

Es ist jetzt leichter, die Generation-50plus als neue Kunden zu gewinnen und zu behalten, als je zuvor!

Dies ist eine wichtige Information für Sie, weil Sie jetzt aus meiner Arbeit Nutzen ziehen können. Sie haben jetzt die Chance, von meinen entdeckten Geheimnissen um die wirklichen Wünsche und Bedürfnisse der Generation 50plus zu profitieren, und zwar sofort.

Wenn Sie bislang geglaubt haben, es sei zu kompliziert, die Gunst älterer Menschen zu gewinnen, werden Sie erleichtert sein, wenn Sie sehen, wie einfach es ist, wenn Sie meine Methoden für sich anwenden.

3 wichtige Gründe, warum Sie „Junge Alte“ in Ihr Marketingkonzept sofort einzubeziehen sollten:

1. Stetig wachsendes Kundenpotenzial

Die Gruppe über 50 ist die einzige stetig wachsende Bevölkerungsgruppe, während die Gruppe der 14-bis 49-jährigen stetig schrumpft. Nur noch zehn Jahre und in Deutschland leben mehr Menschen im Alter über 60 als unter 20!

2. Hohe Kauf- und Konsumbereitschaft

Die Kaufkraft der Jungen Alten ist etwa viermal so hoch wie die der Durchschnittshaushalte und ihr frei verfügbares Geldvermögen ist etwa dreimal so hoch wie das der bis 20-Jährigen.

3. Zeit und Lust

Junge Alte haben Zeit und Lust, Geld auszugeben - wenn ihnen vernünftige Angebote vorliegen. „Warum geben Sie nicht den Jungen Alten die Chance, Geld auszugeben?“

Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden!

Dieses Praxishandbuch gibt Ihnen die perfekte Handlungsanleitung, wie Sie das Potenzial Ihres Angebotes für die Zielgruppe 50plus

- realistisch einschätzen
- altersgerecht ausschöpfen
- im Markt erfolgreich positionieren
- für Junge Alte einfach machen
- Kommunikationsbarrieren zwischen den Generationen erfolgreich überwinden.

Lernen Sie die lukrative ältere Generation genau kennen und erfahren Sie

- wer die Junge Alten wirklich sind
- was ältere Kunden wirklich wollen
- warum sie keine homogene Zielgruppe bilden
- wie sie angesprochen werden wollen
- welche Faktoren das Leben im Alter verändern
- welches ihre besonderen Wünsche, Träume und Bedürfnisse sind
- was auf ihrer Prioritätenliste ganz oben steht
- welche ihrer Einstellungen und Denkweisen kaufentscheidend sind
- welche Branchen am meisten von ihrer gewaltigen Kaufkraft profitieren.

Das ist nur der Beginn von dem, was Sie in Ihrem Marketing-Handbuch 50plus

"Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden“ entdecken werden.

Folgen Sie diesen Schritten einfach und Sie werden sehen, wie Ihr neues Konzept schnell Form annimmt und Ihre Umsätze zu steigen beginnen. Das garantiere ich Ihnen!

Die ersten Leserstimmen:

"... habe übrigens mittlerweile Ihr E-Book gelesen und finde es sehr gut." (Monika Birkner, Frankfurt)

"... vielen Dank für die Zusendung Ihres E-Buches. Hochinteressant und empfehlenswert. Mit dem Ausdruck hat alles geklappt." (Herbert Deichert, Heppenheim)

"... vielen Dank für die PDF's. Ihr Buch gefällt mir übrigens sehr gut." (André Dietrich, Velten)

"... herzlichen Dank, Herr Braatz, für Ihre prompte, freundliche Lieferung. Habe schon ein bisschen geschnuppert und werde gleich überweisen." (Iris Urban, Meißenheim)

"... vielen Dank für die schnelle Antwort. Das E-Book habe ich mir schon angeschaut. Es gefällt mir sehr gut. Gerne werde ich Sie weiter empfehlen." (Claudia Hüttelmayer, Vaihingen a.d.Enz)

"... mit Freude habe ich Ihre Thesen zur Marketingansprache älterer Menschen gelesen. Gerne werden wir Ihr E-Book "Senioren Marketing" im Seniorenportal vorstellen sowie bei Gesprächen mit Unternehmen als nützliche Quelle angeben." (Dieter Wiegel, Barrierefrei Leben e.V., Hamburg)

Als Leser erfahren Sie ...

- wie Sie das *Lebensgefühl* der Jungen Alten treffen, damit aus Seniorenmarketing kein Altersmarketing wird
- wie Sie bei wenigen oder vielen gemeinsamen Elementen zwischen Jüngeren und Älteren eine lebensnahe, *generationenübergreifende Marketing-Strategie* ableiten
- warum ein Design für Alte *immer* auch ein Design für Alle ist
- warum seniorenfreundlich immer auch kundenfreundlich ist
- warum Erleichterungen für Ältere immer *auch* solche für Jüngere sind
- warum gerade für ältere Menschen „Die 20 Merkmale einer *gelungenen Verpackung*“ oft lebenswichtig wichtig sind
- wie Sie vermeiden, dass sich besonders ältere Kunden über

- *Gebrauchsanleitungen* und *Bedienungsanleitungen* ständig ärgern
- was die wirklichen Gründe sind, warum junge Werber den *lukrativen Seniorenmarkt* noch immer ignorieren
- wie Sie ältere Menschen werblich anders ansprechen als jüngere - *„Die 5 besten Insider-Tipps zur Eroberung der Kaufkraft-Riesen“*
- wie Sie die *„9 goldenen Regeln für seniorengerechte Werbung“* in der klassischen-, der Direkt- und Online-Werbung erfolgreich umsetzen
- wie Sie mit den *„16 Sofortmaßnahmen in der Verkaufsförderung“* Ihre Konkurrenz sofort abhängen
- wie Sie umsatzhemmende Barrieren im Verkaufsraum sofort abbauen - *„Die 35 wichtigsten Merkmale eines seniorengerechten Verkaufsraumes“*
- warum es wichtig ist, *ältere Kunden nur von älteren Verkäufern* bedienen zu lassen - wie jüngere Kunden nur von jüngeren Verkäufern
- was jüngere Verkäufer über ältere Kunden unbedingt wissen müssen: *„10 Fragen - 10 Antworten“*
- warum Ihnen das Gesprächsverhalten Ihrer Mitarbeiter nicht egal sein kann - *„10 goldene Regeln für seniorengerechte Verkaufsgespräche“*
- wie Sie die große Bereitschaft der Silversurfer zum Online-Shopping zur *eigenen Umsatzsteigerung* nutzen
- worauf Sie bei der Gestaltung verkaufstarker Websites unbedingt achten müssen: *Alle Design-Kriterien für Web-Benutzer mit altersbedingten Einschränkungen*
- worauf Sie beim Texten verkaufstarker Websites unbedingt achten müssen: *„Die 16 wichtigsten Erfolgsschlüssel seniorengerechter Verkaufstexte“*



Jetzt können Sie innerhalb weniger Wochen Ihren Umsatz deutlich erhöhen und Ihre Wettbewerbsfähigkeit auf Dauer sichern!

Folgen Sie den Schritten, die ich für Sie sorgfältig erarbeitet habe. Ich habe keine Möglichkeit ausgelassen, da ich wünsche, dass Sie Ihre Wettbewerbsfähigkeit auf Dauer sichern!

Was kostet Ihr Wettbewerbsvorteil?

Für **„Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden!“** investieren Sie lediglich 24,16 € oder nicht mal 8 Tassen guten Kaffee.

Es macht nichts, auch wenn es 3 Uhr morgens ist, wo immer Sie sind und wann immer Sie wollen — Sie können mit dem Lesen sofort beginnen! Für nur 24,16 € erhalten Sie ein Tausendfaches an Gegenwert!

JA, ich will sofort vom lukrativen Markt der kaufkräftigen Zielgruppe 50plus profitieren und bestelle jetzt das neue Marketing-Handbuch "Senioren machen Märkte – So gewinnen Sie die wachsende Zielgruppe 50plus als lukrative Kunden“.

Bestellen Sie hier: <http://tinyurl.com/q5tsk5x>

Mit diesen Insider-Erfolgsgeheimnissen werden Sie Ihren Umsatz deutlich erhöhen und Ihre Wettbewerbsfähigkeit auf Dauer sichern!

.....
Edwin E. Braatz , Copywriter
Texte, die verkaufen

<http://www.verkaufstexte.net>
<http://www.mailingpower.me>
<mailto:braatz.text@t-online.de>

Telefon: +49 (0) 7731 - 97 87 08
78244 Gottmadingen (Konstanz)
Hadwigstraße 10

Mitglied im Netzwerk ProfiTexter
www.profitexter.net

USt.-ID:DE 195 927 891 B