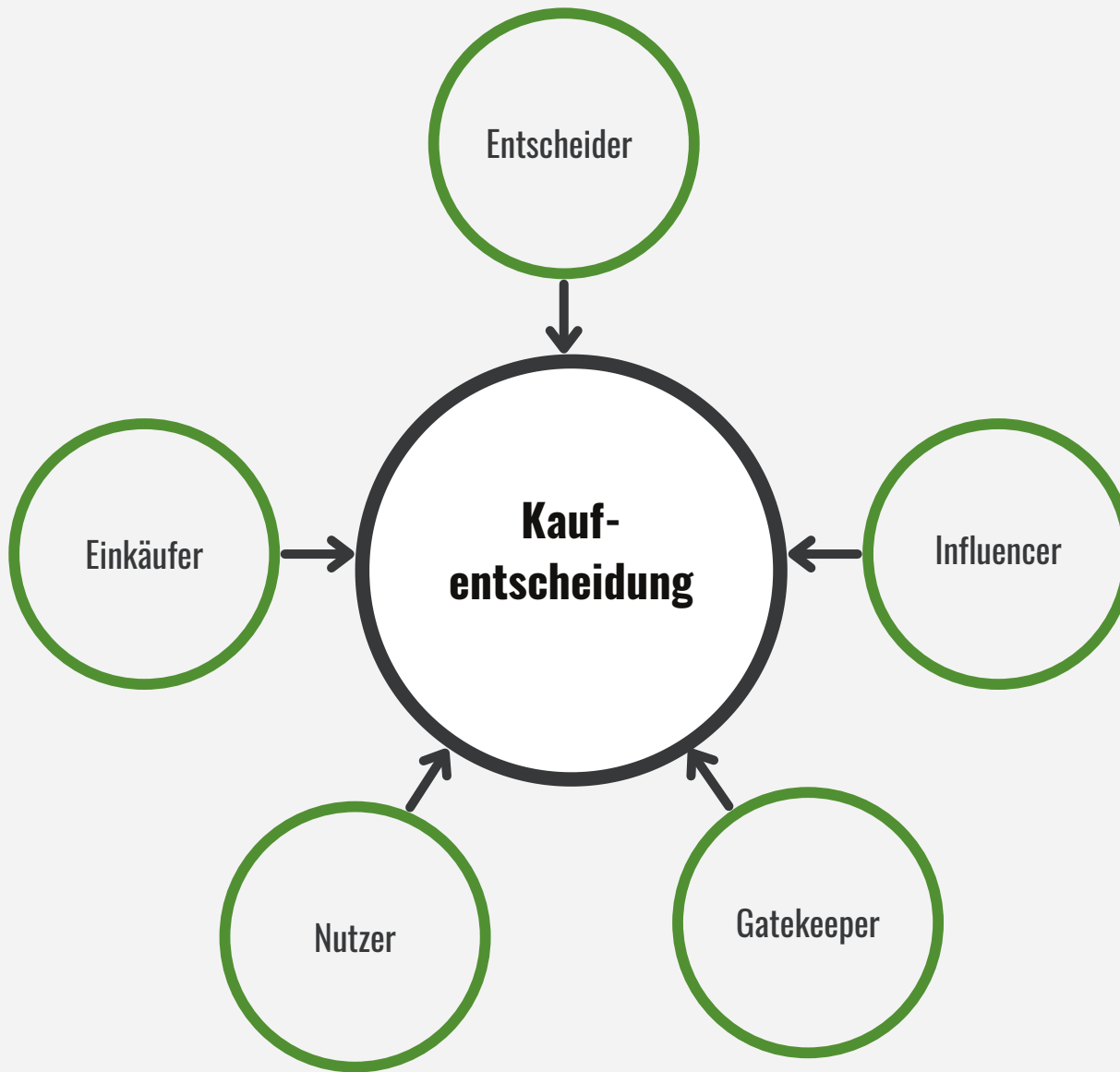


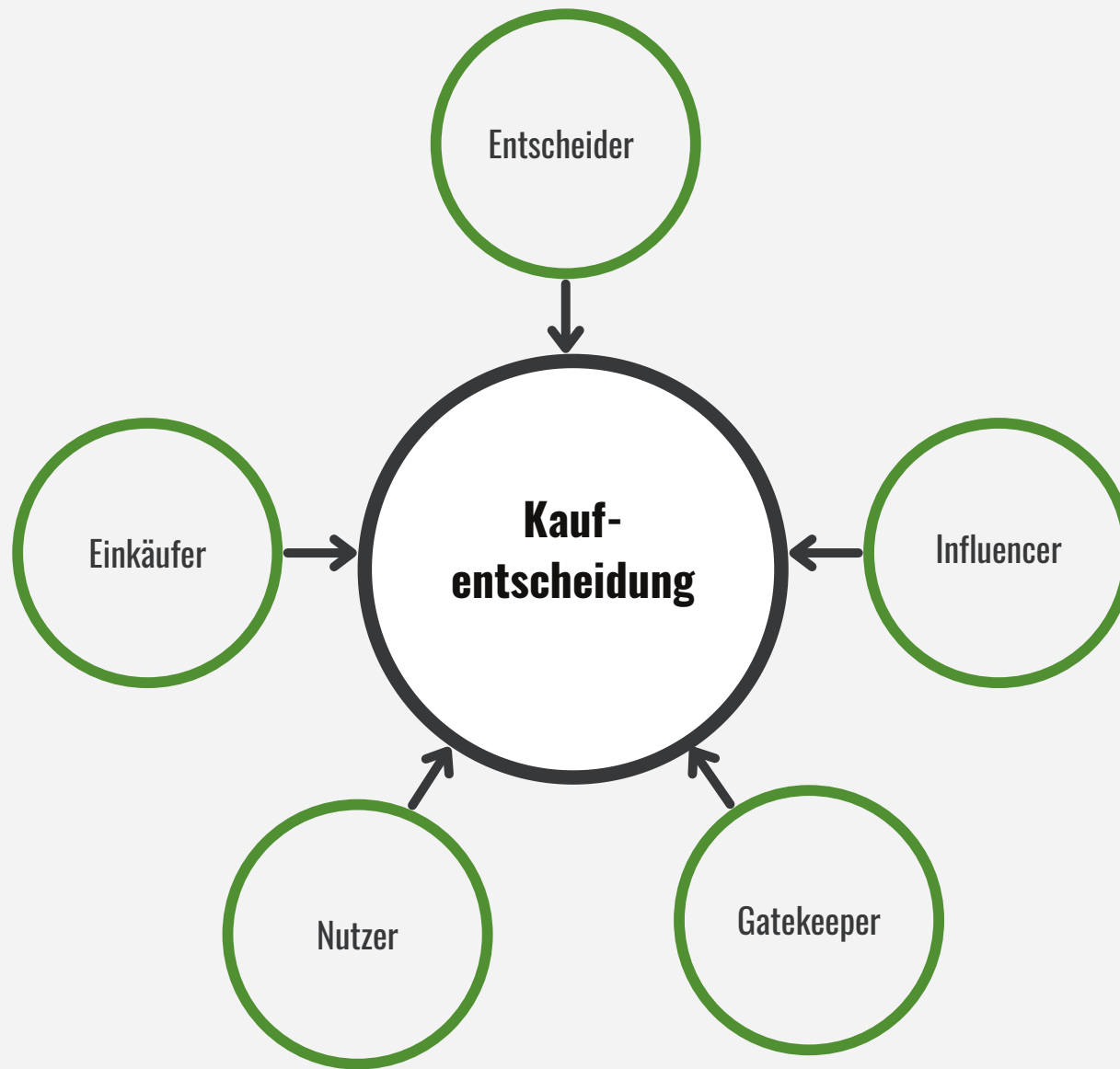


Kaufentscheidungen im Unternehmen: Das Buying Center

Unter dem **Buying Center** versteht man eine Gruppe Personen, die unterschiedliche Kompetenzen und Befähigungen besitzen und sich damit an Kaufentscheidungen innerhalb eines Unternehmens beteiligen.

Entscheider: In der Regel sind Geschäftsführende die Entscheider und beteiligen sich nur zum Ende des Kaufprozesses. Sie haben das letzte Wort, wenn es darum geht, ob ein Kauf getätigt wird.

Influencer: Häufig sind die Assistenten der Geschäftsführung die Influencer. Sie nehmen indirekt am Kaufprozess teil, indem sie Kriterien und Anforderungskataloge erstellen.



Kaufentscheidungen im Unternehmen: Das Buying Center

Einkäufer: Wie die Entscheider treten Einkäufer zum Ende in den Kaufprozesses ein. Sie besitzen die Befähigung und Kompetenz den Kauf zu tätigen.

Nutzer: Nutzer werden das Produkt tatsächlich gebrauchen. Nicht selten schlagen Sie dem Buying Center ein Produkt vor.

Gatekeeper: Die Gatekeeper schirmen die Entscheider vor Marketingmaßnahmen, wie Anrufen, E-Mails oder Post ab. Mit wichtigen Produktinformationen und dem Beweis der eigenen Expertise können Gatekeeper überwunden und Entscheider erreicht werden.