

USP

Alleinstellungsmerkmal

BEISPIELE

PREIS

Hier steht das günstige Preis-Leistungs-Verhältnis im Fokus. Ein Beispiel hierfür ist Fielmann oder H&M.

QUALITÄT

Eine gute Qualität kann den Preis auch schlagen. Ein Beispiel hierfür ist eine hochwertige Textilmarke, wie z.B. Gucci oder auch Northface.

SCHNELLIGKEIT

Auch die Schnelligkeit eines Services kann ein USP sein und den Kunden überzeugen, bei Euch zu kaufen. Ein Beispiel hierfür ist Amazon Prime oder der Kurierdienst UPS.

NACHHALTIGKEIT

Immer beliebter wird auch die Nachhaltigkeit des Produktes oder des Services. Ein Beispiel hierfür ist *memo life* oder *Kivanta*.

NEUARTIGKEIT

Ein neues Material, neue Farbe oder neues Design kann auch ein überzeugendes Argument für Ihre Marke sein. Ein Beispiel hierfür ist Unique love shop oder la fraise rouge.

EINFACHHEIT

Auch die einfache Bedienung oder ein unkomplizierter Service kann der klar zu kommunizierte USP sein. Ein Beispiel hierfür ist die IngDiBa.

EXKLUSIVITÄT ODER VIELFALT

Bei einer Exklusivität ist zum Beispiel eine Sonderedition oder eine limitierte Edition beworben und bei einer Vielfalt wird der Full-Service in den Vordergrund gestellt. Diese Strategie setzen Trendmarken wie adidas oder Nike gerne um und arbeiten dann auch oft mit Influencern oder Testimonials.

POSITIVE BEWERTUNGEN

Auch kann das positive Feedback von Kunden als USP benutzt werden. Kommentare, Bewertungen in der Kommunikation in den Vordergrund stellen ist oftmals ein überzeugendes Argument für einen Kauf. Ein gutes Beispiel sind hierfür sind die Produkte/Shops bzw. die Produkte dieser auf amazon.

DIGITALISIERUNG

Ein ganz neuer USP kann auch die DIGITALISIERUNG sein.