

AIDA(S)-modellen – Sammanfattning

AIDA(S)-modellen är en marknadsförings- och försäljningsmodell som beskriver de steg en kund går igenom från att först uppmärksamma en produkt eller tjänst till att genomföra ett köp och eventuellt bli en återkommande kund. Modellen används för att strukturera och optimera marknadsföringsinsatser.

Steg i AIDA(S)-modellen

Attention	Fånga kundens uppmärksamhet – t.ex. genom en iögonfallande annons eller rubrik.
Interest	Väcka intresse – ge information som gör kunden nyfiken och engagerad.
Desire	Skapa önskan – visa värdet och fördelarna som gör att kunden vill ha produkten/ tjänsten.
Action	Uppmana till handling – få kunden att genomföra köpet eller kontakta företaget.
Satisfaction	Skapa nöjdhet efter köpet – följ upp och leverera bra service för att stärka lojaliteten.

Användningsområden

Strukturera reklam och kampanjer.
Planera kundresan från första kontakt till köp.
Utvärdera och optimera sälj- och marknadsföringsinsatser.
Förbättra kundlojalitet genom att fokusera på efterköpsnöjdhet.

Tips för effektiv användning

1. Anpassa budskapet till varje steg i modellen.
2. Mät resultatet i varje steg för att identifiera förbättringsområden.
3. Använd storytelling och emotionell kommunikation för att förstärka Desire-steget.

