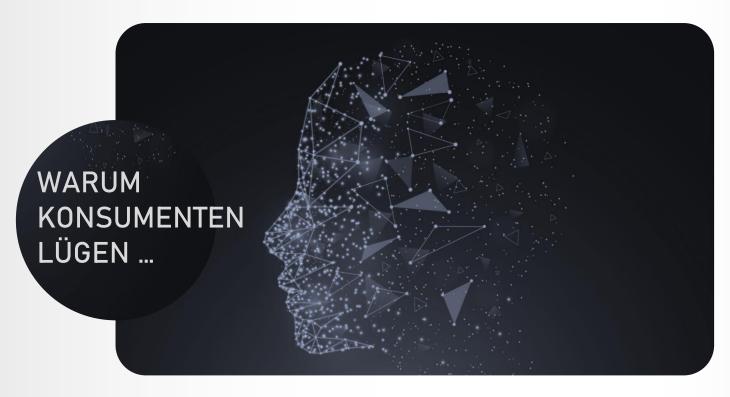
INHOUSE-SEMINAR NEUROMARKETING





Unsere Systematik.. für Ihr Team

Führungskräfte in MAFO Marketing + Markenführung Werbe- + Markenstrategie

METHODEN FÜR EINE EMOTIONALE MARKETING-& MARKENKOMMUNIKATION

- .. aus der Neurowissenschaft & der Psychologie
- Konkrete Anwendungen für Ihre Praxis
- Werbemittelanalyse Ihres Unternehmens



ZUM INHALT

Marketing und Werbung haben sich in den letzten 10 Jahren parallel zur Digitalisierung und der zunehmenden Erkenntnisse aus Neurowissenschaft und Psychologie stark verändert. Das zielgruppenorientierte Marketing steht heute verstärkt im Vordergrund und Unternehmen verfügen heute über mannigfaltige Daten Ihrer potenziellen Kunden und damit über ein spezifisches Wissen, wen sie ansprechen wollen. Parallel zur Zielgruppensegmentierung, verändert sich aber auch die Art der Ansprache nachhaltig:

Im vorliegenden Seminar befassen wir uns mit den unbewussten Treibern hinter unseren Kaufentscheidungen. Wir präsentieren Konsequenzen für das Marketing und Implikationen für die Marktforschung, in den Bereichen Kundensegmentierung, Marken- und Unternehmenspositionierung.

Erhalten Sie Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen des Neuromarketing und optimieren Sie Ihre Zielgruppenansprache, Ihr Produktmarketing und Ihre Marketingkommunikation.

DIE THEMEN IM ÜBERBLICK

- Wie tickt der Konsument?
 Kaufentscheidungstreiber & Wirkfaktoren von Werbung, Marke und Produkt
- · Messverfahren der Neuropsychologie & deren Einsatz in der Marktforschung
- Emotionen & Motive im Kaufentscheidungsprozess: Anwendungen für die Praxis
- · Markenpositionierung und Kundensegmentierung auf Basis der Neuropsychologie
- Neuroselling: Emotionales Verkaufen mittels Neuro-Kommunikation

Seminarleitung Mag. Panorea Kaskani

Die Diplom Psychologin verantwortet den Bereich Neuromarketing bei InterConnection Consulting seit 2017.

Ihre Expertise in der Verhaltenspsychologie & hinsichtlich impliziter Messverfahren & deren Anwendung, nutzt sie für den Einsatz

von Werbemitteln und Kommunikationskonze<u>pten.</u>



Wie der Konsument tickt: Kaufentscheidungstreiber & Wirkfaktoren von Werbung, Marke und Produkt

09.15 h

Erkenntnisse der modernen Hirnforschung besagen, dass Kaufentscheidungen zum größten Teil – bis zu 95% - unbewusst verlaufen. Zu diesen unbewussten Einflüsse zählen Produktverpackung, emotionale Wirkung eines Werbevideos oder Markenimage.

Der Vortrag gibt einen Einblick in Entscheidungsprozesse hinsichtlich des Kaufverhaltens und der Wirkungsweise von Werbung, Marke und Produkt. Außerdem analysieren wir Kaufentscheidungsprozesse bei einer Reihe von High- und Low Involvement Produkten.



Neuropsychologische Messverfahren: Ihr Einsatz in der Marktforschung (Anwendungsmöglichkeiten)

10.30 h

Verfahren wie fMRT und EEG, aber auch Aufmerksamkeitsverläufe mittels EyeTracking geben Aufschluss darüber, wie Werbung, Produkte und Marken im Gehirn wirken. Der Vortrag vermittelt den State-of-the-Art dieser impliziten Methoden, die der Erfassung der unbewussten emotionalen und kognitiven Wirkung von Werbung und Produkten auf den Konsument dienen.

Außerdem betrachten wir, welche Erkenntnisse aus der Neuropsychologie für die Werbe- und Produktgestaltung abgeleitet werden können.









Emotionen & Motive im Kaufentscheidungsprozess: Anwendungen für die Praxis

13.30 h

Das stetig wachsende Wissen um die Funktionsweisen unseres Gehirns verändert zunehmend und kontinuierlich die Art, wie erfolgreiche Unternehmen mit Kunden kommunizieren und wie Bedürfnisse potentieller Kunden gemessen werden. Wir präsentieren hier einige Neuromarketing-Methoden, wie:

Multisensorales Marketing, Storytelling und Frame-Setting. Und wir betrachten Methoden aus dem Feld der Gestaltpsychologie und stellen Ihnen die verschiedenen Kommunikationskanäle für eine zielgerichtete Marketing- und Markenkommunikation vor.



Emotionen & Motive im Kaufentscheidungsprozess: Anwendungen für die Praxis

16.00 h

Abschließend betrachten wir den Gewinn der Erkenntnisse in Bezug auf den Verkauf, da auch dem Verkaufspersonal eine entscheidende Rolle bei der Emotionalisierung von Produkten zukommt.

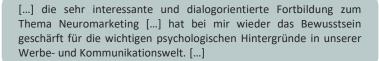
Neuroselling gibt Einblick in Kundentypen und ihnen zugrundeliegende Kaufmotive, sowie in eine hirngerechte verbale und nonverbale Ansprache im Verkauf. Wir stellen Techniken wie Spiegelneuronen und Storytelling vor und betrachten, wie Bilder mittels einer emotionalen Sprache im Kopf der Kunden entstehen!





Zeitlicher Ablauf + Kundenstimmen

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Einführung + Erkenntnisse der Hirnforschung
- 10.00 Vormittagskaffee
- 10.30 Neuropsychologische Messverfahren
- 12.00 Mittagspause
- 13.30 Emotionen + Motive im Kaufentscheidungsprozess
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 Neuroselling
- 17.00 Veranstaltungsende



[...] Die lebendige Art und Weise Ihrer Wissensvermittlung gibt den Teilnehmern praktische Beispiele mit auf den Weg, schafft einen guten Überblick über die Methoden der Neuromarketing-Tools und lässt Networking unter den Teilnehmern Raum. Ich kann das Seminar nur wärmstens empfehlen.

Ute Hajek, PCS Systemtechnik, Leiterin Marketing Communications + Events



Nähere Informationen erhalten Sie hier:



Leitung Eventmarketing

Mag. Nina Serfözö t. +43 1 5854623-73

m.: serfoezoe@interconnectionconsulting.com



Unser ANGEBOT zum Inhouse-Seminar: Neuromarketing

Die Seminarleitung kommt vor Ort in Ihr Unternehmen oder in einen von Ihnen organsierten Raum und präsentiert unsere Inhalte exklusiv für 5 bis 15 Teilnehmer

Bei Ausrichtung des Seminars in unseren Räumlichkeiten (Galerie Lehner | 1060 Wien) veranschlagen wir

• € 35/Teilnehmer für die Verpflegung

Preis: € 1.900

Exklusive Reisekosten

PORTFOLIO + ABOUT: InterConnection Consulting

NEUROMARKETING: Wir bieten im Bereich Neuromarketing neben der Neuro-, der Verpackungs- und der Werbemittelanalyse eine Reihe impliziter Verfahren an.

SEMINARE: Wir bieten in unseren Kernkompetenzen laufend Seminare an, die auch als Inhouse-Termine gebucht werden können. Zu unserem Repertoire zählen die Themen Pricing, Market Intelligence, Vertriebsoptimierung, Key Account Management und Digitalisierungsstrategien.

INTERCONNECTION: Als Full-Service Marktforschungsinstitut bieten wir ein breites Instrumentarium an Marktforschungstools mit hoher methodischer Kompetenz für B2C und B2B Märkte an. Neben klassischen Tools, wie Marktanalysen, Pricing- und Imageanalysen sowie Kundenzufriedenheit verfügen wir über ein Set an impliziten Methoden, um unseren Kunden tiefgründige Insights zu liefern. [www.interconnectionconsulting.com]