

05.05.2020

HOTEL IMPERIAL
WIEN



WARUM KONSUMENTEN LÜGEN

Methoden für eine emotionale Marketing- & Markenkommunikation

ZIELGRUPPE

Führungskräfte in MAFO
Marketing + Markenführung
Werbe- + Markenstrategie

ANMELDUNG

PREIS: € 890

2for1 AKTION

2 zum Preis von 1
bis 27.03.2020

SEMINARLEITUNG:
Mag. Panorea Kaskani



Panorea Kaskani ist Diplom Psychologin und Expertin im Bereich Neuromarketing. Seit 2017 verantwortet Sie die Bereiche Neuromarketing und Lead Generation bei InterConnection Consulting.

Ihre Expertise in der Verhaltenspsychologie und ihr Wissen über implizite Messverfahren, wie auch deren Anwendung, nutzt sie für den wirkungsvollen Einsatz von Werbemitteln und maßgeschneiderten Kommunikationskonzepten.

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

Inklusive konkreter
Anwendungen +
einer
Werbemittelanalyse
Ihres Unternehmens

2for1 AKTION
2 zum Preis von 1
Verlängert bis
27.03.2020

WARUM KONSUMENTEN
LÜGEN ...

05.05.2020
Hotel Imperial Wien
Kärntner Ring 16
1015 Wien

LEITUNG: Mag. Panorea Kaskani

t. +43 1 5854623-57

m: kaskani@interconnectionconsulting.com

KONTAKT: Mag. Nina Serfözö

t. +43 1 5854623-73

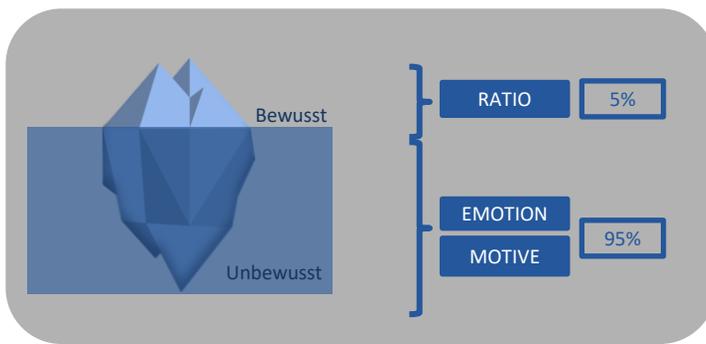
m: event@interconnectionconsulting.com

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 Produkte. Außerdem analysieren wir Kaufentscheidungsprozesse bei einer Reihe von High- und Low Involvement Produkten.



INHALTE:

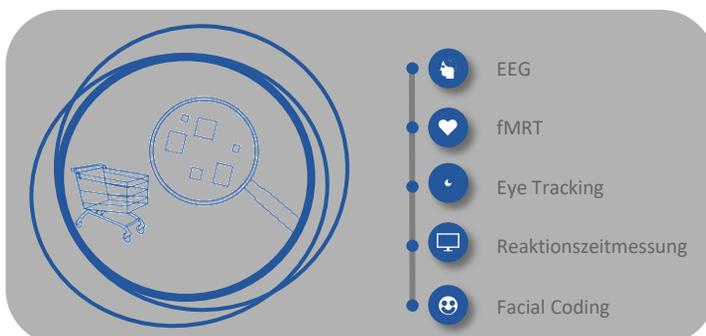
- Wie entscheidet der Konsument
- Unbewusste Entscheidungsprozesse
- Emotionale Kommunikation
- Werbewirkung
- Kaufentscheidungstreiber

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.



INHALTE:

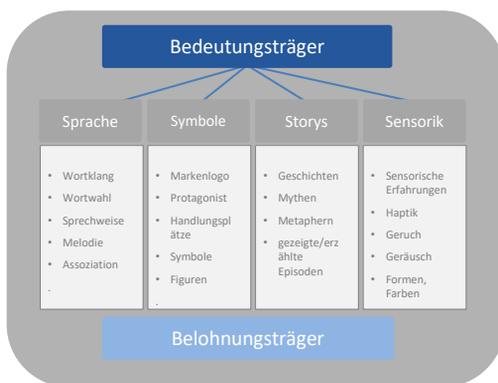
- Wirkfaktoren von Werbung
- Marken- & Produktwahrnehmung
- Neuropsychologische Messverfahren in der Marktforschung:
- EEG, fMRT, Eye Tracking, etc

**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.



IHRE VORTEILE:

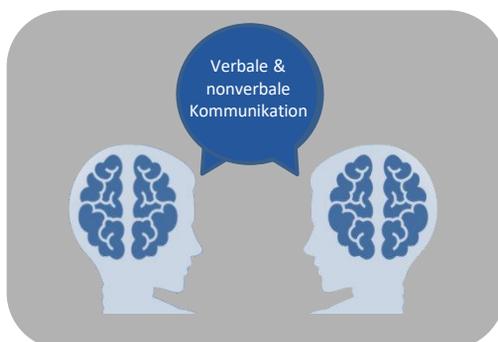
- Langfristige Verkaufserfolge mittels emotionalem und hirngerechtem Marketing
- Neuro-Methoden und Marketinginstrumente für eine erfolgreiche Marketingstrategie kennen und anwenden

Neuroselling: Emotionales Verkaufen mittels Neuro-Kommunikation

16.00 h

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

Neuroselling gibt Einblick in verschiedene Kundentypen, die ihnen zugrundeliegenden Kaufmotive und in eine hirngerechte verbale und nonverbale Ansprache im Verkauf. Wir präsentieren Techniken wie Spiegelneuronen und Storytelling und werfen einen Blick darauf, wie Bilder mittels einer emotionalen Sprache im Kopf der Kunden entstehen!



IHRE VORTEILE:

- Kundentypen erkennen und adäquat ansprechen
- Erkenntnisse der Neurobiologie und Psychologie in Ihrem persönlichen Verkaufsgespräch einsetzen
- Vertrauen im Kundengespräch mittels emotionaler Kommunikation aufbauen

PROGRAMM & REFERENZEN

- 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

+ 3-Gänge Menü, Verpflegung & elektronische Unterlagen



[...] die sehr interessante und dialogorientierte Fortbildung zum Thema Neuromarketing [...] hat bei mir wieder das Bewusstsein geschärft für die wichtigen psychologischen Hintergründe in unserer Werbe- und Kommunikationswelt. [...]

[...] 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

Melden Sie sich hier online an:

ANMELDEN

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, Vertrieboptimierung, 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]