

## NEUROMARKETING – MANIPULATION ODER ERFOLGSFAKTOR?



**Neueste Hirnforschungen belegen: 80% der Entscheidungen werden unbewusst und emotional getroffen! Diese Erkenntnisse lassen sich gezielt für Management, Vertrieb, Verkauf und Marketing nutzen.**

**Was wäre, wenn** ich als Unternehmer griffige Eckdaten und Führungstools zur Verfügung hätte, um mein Mitarbeiterteam optimal aufzustellen und zu motivieren? Was wäre, wenn ich als Verkäufer, Service- oder Vertriebsmitarbeiter wüsste, wie meine Kunden ticken? Was wäre, wenn ich mit meinem Marketing genau die Zielgruppen erreichen könnte, die für meine Produkte und Dienstleistungen relevant sind? Ausschweifende Illusionen? Ganz und gar nicht, denn mithilfe aktueller Hirnforschung lassen sich interessante Muster erkennen, nach denen Menschen entscheiden. Diese Erkenntnisse macht sich das Neuromarketing zunutze.

**Was sich im Kopf abspielt.** Freude, Überraschung, Wohlgefühl, Stolz, Langeweile, Wut oder Stress – jede Erfahrung wird im menschlichen Bewusstsein gespeichert. Gleichzeitig sind diese Emotionen gekoppelt mit der Wahrnehmung über die fünf Sinne Hören, Sehen, Riechen, Fühlen, Schmecken. Das spontane oder reflektierende Verhalten eines Menschen wird also nicht geprägt von rationalen Überlegungen, sondern von dessen emotionalen Erfahrungen. Diese sind Grundlage für alle zu treffenden Entscheidungen.

Gar nicht so einfach, wenn man bedenkt, dass das menschliche Gehirn über die Sinne pro Sekunde mit Impulsen von über 10.000.000 Bits geflutet wird. Ausschließlich 40 davon kommen im Bewusstsein an, weil sie die jeweilige Persönlichkeitsausprägung eines Menschen ansprechen und aufgrund von gemachten Erfahrungen bekannt sind. Auf den Punkt gebracht heißt das: Will man seinen Kunden oder seinen Gesprächspartner gezielt erreichen, muss eines dieser 40 Bits die passende Botschaft tragen.

**Die Wünsche meines Gegenübers erkennen.** Neuromarketing befasst sich mit den menschlichen Emotionssystemen, den unterschiedlichen Persönlichkeitstypen, und der gezielten Personenansprache, um den individuellen Zugang zum Gesprächspartner bzw. Kunden zu verbessern. Das menschliche Verhalten wird gesteuert durch Bedürfnisse, Werte und Emotionen. Darauf aufbauend lässt sich das Unterbewusstsein auch durch versteckte Botschaften zu einem positiven Gesprächsverlauf und Geschäftsabschluss anregen. Wer also in der Lage ist, Persönlichkeitstypen und Wertesysteme seines Gegenübers bewusster wahrzunehmen, kann gezielter darauf reagieren. Dieses personenorientierte Denken ist keineswegs nur eine Frage der eigenen angeborenen Fähigkeiten. Vielmehr lassen sich die neuen Impulse, angepasst an die vier markanten Anforderungsprofile eines Unternehmens Führung/Management, Vertrieb/Verkauf, Serviceprozess und Marketing/Werbung, systematisch trainieren und zügig in die Praxis umsetzen.

### **Neurolead: Führungskompetenz stärken**

Mitarbeiter führen und lenken, motivieren, in Veränderungsprozesse integrieren und zum Ziel führen – eine große Herausforderung für Unternehmer und Abteilungsleiter. Umso wichtiger ist es, Ziele und Aufgaben gezielt zu kommunizieren. Das erfordert Gesprächssicherheit und die sensible Auseinandersetzung mit den Stärke-Schwäche-Profilen seiner Angestellten. Mithilfe der konkreten Neuromarketing-Ansätze zur Persönlichkeitsausprägung lässt sich herausfinden, wie ein Team optimaler zusammengestellt, positioniert und eingesetzt werden kann.

Neurolead setzt auf eine effektive Gesprächsführung, mit der sich die Mitarbeiter auf einen verantwortungsvollen Umgang mit den täglichen Aufgaben und das Erreichen der getroffenen Zielvereinbarung einschwören lassen. Situative Gesprächsschwerpunkte und persönliche Gesprächsleitfäden ermöglichen ein konsequentes Auftreten als Führungsperson und erleichtern die Kommunikation in Mitarbeitergesprächen.

Die aktive Einbindung des Mitarbeiterteams in die Umsetzung der angestrebten Unternehmensentwicklung gelingt auch über ein wertschätzendes Miteinander. Durchdachte Qualifizierungsmaßnahmen ermöglichen die konstante Weiterentwicklung und fördern das Engagement des Einzelnen für den Gesamterfolg des Unternehmens. Auch hier lässt sich mithilfe der Persönlichkeitsprofile ein konkreter Fahrplan ausarbeiten.

<b>Unternehmensentwicklung forcieren</b>
Welche begleitenden Maßnahmen brauche ich für die Umsetzung meiner Unternehmensziele?
Wie suche ich die passenden Mitarbeiter aus?
Wie binde ich meine Mitarbeiter in die Umsetzung ein, damit diese gelingt?
Welche Qualifikationsmaßnahme passt zu welchem Mitarbeiter?
Wie gestalte ich die Schulungs-Terminierung, damit das Tagesgeschäft nicht leidet?
Wie stelle ich sicher, dass die Zusatzqualifikation im Geschäftsalltag greift?

### **Neurosales: Wie verkaufe ich noch besser?**

Wachsender Umsatz – höhere Preise – neue Kunden, die Wunschliste von Unternehmen und Verkäufern ist vielfältig. Deshalb gilt es, die elementaren Bestandteile einer erfolgreichen Vertriebsstrategie genau auszuloten.

Neurosales nutzt die Grundlagen des Neuromarketing zu emotionsgesteuertem Kaufverhalten und aktiven Einkaufsprozessen, gibt aktive Anleitung, wie sich die Sprache des Kunden verstehen lässt, und mit welcher Wortwahl der Kunde zum Kauf motiviert werden kann. Das Hauptaugenmerk liegt auf den geheimen Botschaften der angebotenen Produkte und Dienstleistungen, vor allem aber auf der Verhandlungskompetenz von Vertriebs- und Verkaufsmitarbeitern. Insbesondere wird hier vermittelt, wie sich mit emotionalem Beziehungsmanagement der gewünschte Abschluss erreichen lässt.

<b>Kundenbedürfnisse wahrnehmen</b>
Wie erreiche ich neue Kundenkreise?
Wie gehe ich auf meine Kunden zu?
Wie spreche ich sie an?
Wie erkenne ich Kundenanforderungen und Kundenwünsche?
Wie verwandle ich Einwände und Preisgespräche in Wertefragen?
Wie führe ich Beratungsgespräche und wie komme ich gezielt zum Abschluss?

### Neuroservice – Wo ist der Kunde schon König?

Ein guter Kundenservice hat viele Gesichter. Der entscheidende Wettbewerbsvorsprung entsteht jedoch meist durch die exzellente Kombination der Komponenten Qualität und Service. Ein emotionaler Verkaufsprozess – von der Begrüßung bis zum Abschluss – bindet den Kunden und macht Erfolge greifbarer, auch ohne Rabatte, Schnäppchen & Co. Im Neuromarketing-Service-Scan werden alle Kunden-Kontakt-Punkte wie Vertrieb, Marketing und Kundenorientierung mit der Kundenbrille durchleuchtet. Dabei wird das gesamte Dienstleistungsangebot eines Unternehmens im Hinblick auf den Service-, Sales- und Aftersales-Bereich hinterfragt. Aufbauend auf die gewonnenen Erkenntnisse lassen sich neue Verkaufstechniken und Verhaltensweisen gezielt trainieren und unmittelbar in kleinen Schritten anwenden.

<b>Kundenbrille aufziehen – Kundenfan werden</b>
Was bewegt meine Kunden dazu, bei mir zu kaufen?
Wie sieht der Kundenprozess im Unternehmen aus?
Wie erlebt der Kunde meinen Service?
Welchen Service benötigen meine Kunden?
Wie erreiche ich den optimalen Service?
Wie optimiere ich mein Beschwerdemanagement?

### Neuroprint – Im Kopf des Kunden präsentieren

Neue Produkte, neue Dienstleistungen, zügige Vermarktung. Jeder Unternehmer kennt dieses ungestüme Vorgehen bei einer Neuvermarktung. Er ist Meister seiner Dienstleistung und seiner Produkte, weiß alle technischen Vorteile detailliert zu beschreiben, lässt Flyer drucken, nutzt seine Webpräsenz. Aber trotz all dem persönlichen Engagement lässt der Erfolg auf sich warten. Neuroprint bietet die Möglichkeit, Marketing- und Werbemaßnahmen gezielter zu planen und Produktaussagen sowie Dienstleistungen multisensorisch auf die anvisierte Zielgruppe auszurichten. Jeder Kunde, jede Zielgruppe, hat ein bestimmtes emotionales Profil. Dieses gilt es mit den entsprechenden Werbemaßnahmen direkt anzusprechen. Hierbei unterstützt ein Leitfaden zur besseren Platzierung von Produkten, Dienstleistungen und Marken, inklusiven Tipps zur Gestaltung von Werbemaßnahmen.

<b>Kunden-Emotionen aktivieren</b>
Wie denkt meine Zielgruppe?
Wo informieren sich meine Kunden?
Wie bewerbe ich meine Produkte?
Welche Wirkung hat meine Werbung?
Welche Werbemittel sind für meine Kunden interessant?
Welche Sprache, welche Bilder setze ich ein?
Wie kombiniere ich Worte und Bilder passend zur Zielgruppe?

**Erfolg haben bedeutet:** Die Dinge aus der Sichtweise seines Gegenübers zu sehen, dessen Bedürfnisse, Emotionen und Werte zu erkennen. Mithilfe einer emotionalen Kommunikation gelingt es, die Persönlichkeit seiner Gesprächspartner, Kunden, Mitarbeiter und Kollegen gezielter anzusprechen. Wer weiß, wo die eigene Persönlichkeitsausprägung verwurzelt ist, wo sich die persönlichen Erfolgsfaktoren verbergen, und was einem selbst Freude bereitet, der wird authentisch und mit Begeisterung auf andere Menschen zugehen. So kann eine vertrauensvolle Bindung entstehen und schlussendlich mehr Zufriedenheit auf allen Seiten. Neuromarketing darf also weniger als Manipulation, sondern vielmehr als wertvolles Instrument für die Unternehmenskommunikation nach innen wie außen verstanden werden.

#### Über den Autor:



**Ulrich Metzger** arbeitet als zertifizierter und akkreditierter Trainer für Verkauf und Marketing, insbesondere auch im Bereich der Führungskräfteentwicklung. Mit seinem Unternehmen hat er sich spezialisiert auf das Thema Neuromarketing und bietet hier kombinierbare Trainingsmodule an.