

www.zfu.ch

Neuro-Marketing & Neuro-Sales: Nutzen Sie die Macht der Emotionen

Das exklusive Seminar mit den Experten der Gruppe Nymphenburg

- **Das Emotionssystem im Gehirn Ihres Kunden verstehen und systematisch nutzen**
Grundmotive, Emotionen & Werte Ihrer Kunden
- **Paradigmenwechsel in der Gehirnforschung**
Knacken Sie die sensorischen Codes Ihrer Kunden
- **Gehirngerechte Ansprache Ihrer Kunden und wirksame Kommunikation**
Emotionssysteme im Gehirn Ihres Kunden an jedem Touchpoint gezielt anregen
- **Emotional Boosting – Die hohe Kunst der Kaufverführung**
Nutzen Sie die wichtigsten Emotional Booster überhaupt: Ihre Mitarbeiter!

Ihr Nutzen

- Sie verstehen, wie Sie Ihr Marketing und Ihren Vertrieb emotional aufladen und damit Ihre Marktleistung bei Ihren Kunden nachhaltig verankern.
- Sie kennen das emotionale System im Gehirn und erlernen praktische Tools, wie Sie den Limbic Typ Ihrer Kunden bestimmen und gezielt ansprechen.
- Sie lernen, warum Ihre Kunden nicht rational kaufen und welche Auswirkungen dies auf Ihr Marketing- & Vertriebsmanagement hat.
- Sie lernen Ihren eigenen Limbic Typ kennen und nutzen diese Erkenntnisse für Ihren beruflichen Erfolg.

Teilnehmer

Geschäftsführer, Unternehmer, Führungs- und Fachkräfte aus dem Bereich Marketing und Vertrieb sämtlicher Branchen, welche die neuesten Erkenntnisse im Neuro-Marketing & -Vertrieb in Ihrem Unternehmen umsetzen möchten. Am Seminar profitieren Sie nicht nur von den Inputs der ZfU Faculty, sondern auch von den Erfahrungen der anderen Teilnehmer und erweitern so Ihr berufliches Beziehungsnetz.



Melden Sie sich provisorisch und unverbindlich für Ihren Wunschtermin an. Wir überwachen die Teilnehmerzahl und melden uns bei Ihnen, wenn die Plätze knapp werden.

Limbic Map: Die emotionalen Kaufmotive Ihrer Kunden verstehen und Ihr Geschäftsmodell darauf ausrichten

- Wert schafft nur, was Emotionen auslöst • Kaufentscheidungen sind Bauch-Entscheidungen • Die richtigen Signale für die Kaufentscheidung: Verhalten, Setting, Wording, Produkt-Attribute
Hansjörg Stephan

Ihre Zielgruppen auf emotionaler Basis erfassen und differenziert ansprechen

- Sich selbst & die eigene Zielgruppe kennen • Wie erkenne ich den Limbic Typ meines Kunden? • Future POS Experience: Was die Kunden von Morgen erwarten • Führen Sie Ihre Kunden systematisch durch einen emotionalen und nahtlosen Kaufprozess
Hansjörg Stephan

Workshop: Wie ticken Sie?

- Bestimmung Ihres eigenen Limbic Typ • Systematische Ausrichtung von Ihrem Marketing und Vertrieb
Hansjörg Stephan

Paradigmenwechsel in der Gehirnforschung

- Die Macht des Unbewussten • Sind Menschen wirklich unterschiedlich? • Und Einkäufer auch? • Konkrete Anwendungsbeispiele in der B2C- und B2B-Praxis • Was Ihr Unternehmen aus der Gehirnforschung lernen kann
Dr. Hans-Georg Häusel

Hansjörg Stephan ist ein Profi, der es versteht, die Seminarteilnehmer mit seinem ausgezeichneten Verständnis für die Materie und dem hohen Praxisbezug zu überzeugen.

Marc Schönholzer, Director National Accounts, Kelly Services (Suisse) SA, CH-Neuchâtel

Limbic Interaction: Gehirngerechte Ansprache Ihres Gegenübers und wirksame Kommunikation

• Was kann jeder selber tun, um konträre Typen besser abzuholen? • Der Identifizierungspfad zum Typ: Mimik, Gestik, Körpersignale • Wie Konflikte vermieden werden und der Kaufabschluss emotional herbeigeführt wird • Gespräche & Verhandlungen unter der emotionalen Lupe analysieren

Hansjörg Stephan

Workshop: Wie ticken Ihre Kunden?

• Limbic-4-Typen Quick-Check • Mit welchen „limbischen“ Argumenten gewinnen Sie das „Herz“ Ihres Gesprächspartners? Die optimale Vorbereitung auf Ihr Gespräch und die Maximierung Ihrer Erfolgchancen

Hansjörg Stephan

Neuro-Marketing & Sales in der Praxis für Ihren Wettbewerbsvorsprung

• Praxis Case B2C, B2B und Dienstleistungen • Analytische Einschätzung des Buying Centers und Entwicklung von strategischen Anknüpfungspunkten

Dr. Anna Barbara Holstein

Emotional Boosting – Die hohe Kunst der Kaufverführung

• Product Boosting: Den inneren Wert von Produkten und Marken steigern • Sales Boosting: Wie Sie das Herz Ihrer Zielgruppe treffen und welcher Nutzen daraus entsteht • Presentational Boosting: Wie Sie Ihr Angebot GROSS rausbringen • B2B Boosting: Wie Sie Ingenieure begeistern • Culture & Brand Boosting: Wie Sie Ihre Mitarbeiter und Kunden langfristig binden und begeistern

Hansjörg Stephan

Hansjörg Stephan geht sehr gut auf die individuellen Herausforderungen der Teilnehmer ein und überzeugt mit Kompetenz und Professionalität.

Sandra Graf, Head of Key Account Germany, Marc O'Polo International AG, D-Stephanskirchen

Referenten / ZfU Faculty



Hansjörg Stephan; ZfU Core Faculty. Wirtschaftsingenieur, Trainer, Coach & Consultant. Lehrauftrag für Key Account Management und Neuro-Marketing & -Vertrieb. Management Trainer der Gruppe Nymphenburg. Über 10 Jahre bei Beiersdorf (Marke NIVEA), sowie bei einer renommierten Unternehmensberatung für Marketing- & Sales Excellence. Er trainierte und coachte u.a. Führungskräfte von BASF, Bosch, Daimler, IBM, Pfizer, Postbank, Credit Suisse, und T-Online.



Dr. Hans-Georg Häusel; ZfU Visiting Faculty. Diplomierter Psychologe und Vorstand der Gruppe Nymphenburg. Weltweit führender Experte in der Marketing Hirnforschung, Konsumentenverhalten und Marken-Management.



Dr. Anna Barbara Holstein; ZfU Visiting Faculty. Spezialisiert auf Neuro-marketing mit Fokus auf Unternehmensstrategie und Mitarbeiterqualifikation. Mitglied der Geschäftsleitung der Gruppe Nymphenburg. Sie berät Markenartikelhersteller und Händler in den Bereichen Führung, Verkauf, Category Management und POS Optimierung.

Arbeitsmethodik

Die interaktiven Vorträge werden begleitet von zahlreichen Praxisbeispielen, um sämtlichen Branchen gerecht zu werden. Die Auswertung des Online Tests durch die Gruppe Nymphenburg gibt individuelles Feedback zu Ihrem persönlichen Limbic Typ. In Kurz-Workshops wird Ihr eigenes Handeln, sowie Ihre Marketing & Vertriebskonzepte analysiert und die limbischen Potentiale aufgezeigt.

Der Bestseller «Brain View» von Dr. Hans-Georg Häusel wurde 2011 von einem internationalen Gremium aus Wirtschaftsbuch-Rezensoren zu einem der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten gewählt und in das Buch «Die 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten» aufgenommen!

Preise

ZfU-Mitglieder CHF 2860.–/EUR 2385.–
Standardpreis CHF 3080.–/EUR 2570.–

Weiterbildungs-Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 100 Weiterbildungs-Credits angerechnet (1 Credit = 1 CHF). Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf www.myzfu.ch!

Im Seminarpreis inbegriffen sind 2 Mittagessen, Pausenverpflegungen, die Semindokumentation sowie die Auswertung des Tests „Limbic Self Test“.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung.

Annullationsbedingungen: 45 Tage vor Termin 50%; 30 Tage vor Termin 100% (www.zfu.ch/agb). Änderungen von Preis, Umrechnungskurs und Seminarinhalten vorbehalten.

Beratung / Kontakt



Lukas Schroth
Program Manager
Marketing & Sales Academy
Tel. +41 44 722 85 06
E-Mail: lukas.schroth@zfu.ch

Termine

13. – 14. Juni 2013

05. – 06. Dezember 2013

Veranstaltungsort Deutschland

The Rilano Hotel München****

Domagkstrasse 26
D-80807 München

Tel: +49 89 36 001 0, www.rilano-hotel-muenchen.de

Transfer: PW. 15min. ab München / ÖV. 25 Min. ab München Hauptbahnhof

Einzelzimmerpreise: ab EUR 139.-

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.



Ich melde mich provisorisch und unverbindlich für meinen unten angekreuzten Wunschtermin an. Das ZfU Customer Care Center überwacht die Teilnehmerzahl und meldet sich bei mir, wenn die Plätze knapp werden.

Anmeldung

Fax: Talon füllen oder **Visitenkarte** anheften & faxen an **+41 44 722 85 86**
Telefon: Customer Care Center **+41 44 722 85 01**

Internet: www.zfu.ch/pdf/lim.pdf

<input type="checkbox"/> Herr <input type="checkbox"/> Frau	Name/Vorname
Firma	
Telefon/Mobile/Fax	
E-Mail	
Funktion/Abteilung	
Strasse/Postfach	<input type="checkbox"/> Firmenadresse <input type="checkbox"/> Privatadresse
Datum	<input type="checkbox"/> 13. – 14. Juni 2013 <input type="checkbox"/> 05. – 06. Dezember 2013
Ja, ich möchte ein Hotelzimmer reservieren: <input type="checkbox"/> Einzelzimmer <input type="checkbox"/> Doppelzimmer von _____ bis _____	