

Dafür geben Ihre Kunden Ihnen Geld!

Ein kurze und informative Zusammenfassung der Werte, die das Kaufverhalten Ihrer Kunden bestimmt!

Warum kaufen wir überhaupt?
Ist wirklich unsere Logik der Entscheidungsfaktor?
Was bewirken Ratio und Emotion beim Kauf?

Aus der Hirnforschung ist heute bestens bekannt, dass 70 % aller unserer Entscheide emotional gesteuert sind.

>Alle Markenhersteller und Großunternehmen nutzen diese Erkenntnisse schon seit langem sehr intensiv<

Jetzt könnten Sie sich ja noch auf die 30 % Ratio fokussieren und Ihre Aufmerksamkeit dem als so wichtig erachteten logischen Teil des Kunden oder Konsumenten widmen.

Sorry, auch hier bietet die Hirnforschung heute schon weit mehr. Das, was wir als die Ratio bezeichnen und als logisches Verhalten erkennen, sind größtenteils die unbewussten Zusammenhänge und die Abwägung von Werten. Soviel hier zum Thema Ratio.

Kurze Betrachtung von Emotion, Ratio, Logik und Physik

Klar zu trennen sind die physikalischen Gesetze. Beispiel: Wenn Sie einen Gegenstand aus der Hand fallen lassen und dieser zu Boden fällt ist das Physik und keine Logik. Logik ist von Menschen gemacht und stellt bestimmte Abläufe in einen Zusammenhang. Dazu benutzen wir Menschen unser emotionales Gedächtnis. Ratio ist die logische Zusammenfassung unserer Erkenntnisse, Erfahrungen und Lehren aus dem bisherigen Leben (emotionales Gedächtnis).

Grundlegend sind bei unserem Verhalten immer die wichtigen Urbedürfnisse beteiligt.

Die Vitalbedürfnisse bestehend aus

- Sauerstoff
- Wasser
- Lebensmittel
- Ruhe (Schlaf, Regeneration)
- Beziehung/Liebe

Die in der Folge aufgegliederten drei Bereiche Dominanz, Balance und Stimulans geben Ihnen eine Auflistung des emotionalen Gedächtnisses, Ihrer Werte wieder. Hieraus bezieht die Logik die auslösenden Impulse, um den Kaufentscheid logisch zu erklären.

Bereich: Disziplin – Kontrolle
liegt zwischen Dominanz und Balance

<ul style="list-style-type: none">• Macht• Rum• Fleiß• Status	<ul style="list-style-type: none">• Leistung• Durchsetzung• Funktionalität• Ordnung
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Stolz • Ehre • Gerechtigkeit • Disziplin • Effizienz • Ehrgeiz • Moral • Hygiene • Sauberkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Gehorsam • Logik • Hartnäckigkeit • Präzision • Askese • Sparsamkeit • Verlässlichkeit • Qualität • Treue • Gesundheit
---	---

Bereich: Fantasie-Genuss
liegt zwischen Balance und Stimulans

<ul style="list-style-type: none"> • Freundschaft • Familie • Heimat • Geselligkeit • Sinnlichkeit • Herzlichkeit • Vertrauen • Toleranz • Neugier • Fantasie • Flexibilität • Spaß 	<ul style="list-style-type: none"> • Geborgenheit • Sicherheit • Nostalgie • Natur • Poesie • Träume • Offenheit • Genuss • Leichtigkeit • Humor • Kunst
---	---

Bereich: Abenteuer – Thrill (entzücken, begeistern, elektrisieren, erregen)
liegt zwischen Stimulans und Dominanz

<ul style="list-style-type: none"> • Extravagant • Kreativität • Autonomie • Impulsivität • Mut • Risikofreude • Spontanität 	<ul style="list-style-type: none"> • Rebellion • Kampf • Sieg • Freiheit • Individualismus • Abwechslung
---	--

Sollte es hier an dieser Stelle noch etwas missverständlich sein, dann werden sich diese Nebel im Coaching lösen.

Machen Sie für sich selber die Kontrolle: Nehmen Sie einen Ihrer Einkäufe, egal ob Produkt oder Dienstleistung, und versuchen Sie, diesem ein paar dieser Werte zuzuordnen.

Die genauen Hintergründe und das Zusammenspiel erlernen Sie in meinem Coaching.

Der Wertechecker hilft Ihnen hier rational, die Zusammenhänge Ihrer Emotionen etwas zu verdeutlichen.

Wir kaufen, weil wir unsere Bedürfnisse befriedigen wollen und auch müssen.
Mit jedem Wunsch, den wir uns erfüllen, werden neue Wünsche wach.

Ist das nicht eine tolle Aussicht für alle Unternehmer?

Den präzisen Umgang und den verlässlichen Einsatz der emotionalen Landkarte des Gehirns lernen Sie leicht verständlich in unserem Coaching.

Sie fragen sich: Schon wieder neue Verkaufs-Strategien? – Nein, hier erfahren Sie fundiertes Wissen aus der Gehirnforschung zum Kaufverhalten Ihrer Kunden.

Besonders geeignet auch für Unternehmer, die weltweiten Handel betreiben. Hier erhalten Sie ein Werkzeug, das bei allen Menschen weltweit gleich ist.

Wenn Sie sich vorstellen, Sie machen eine China-Rundreise, dann besorgen Sie sich eine Landkarte von China. Es bleibt eine Landkarte, doch die Orientierung wird sehr erleichtert.

Vorsicht! – Dieses Wissen hat leider auch einen positiven und gewinnbringenden Einfluss auf die Unternehmensführung!

Sie sind neugierig?

Dann freue ich mich auf Ihre Mail oder Ihren Anruf.

icc@norbert-glaab.de

oder Sie rufen gleich an unter 07127 92 59 23