

# Gehirngerechtes Marketing

## Aus dem Neuromarketing neue Impulse gewinnen

Marketing soll eine starke Positionierung im Markt schaffen, die Kundenbindung maximieren und - last but not least - verkaufen. In einem Überangebot an Informationen und Produkten/Dienstleistungen müssen sich Kunden und Konsumenten entscheiden. Wer weiss, wie seine Kunden wahrnehmen, denken und fühlen, hat vielleicht den entscheidenden Vorteil. Neue Methoden in der Gehirnforschung erlauben uns erstmals, die Arbeitsweise des Gehirns bei diesen Prozessen zu untersuchen. Obwohl die Disziplin noch am Anfang steht, lassen sich bereits einige fundierte Erkenntnisse nutzen.



### Was Sie in diesem Seminar erreichen

Auf Basis neuester wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse erhalten Sie wertvolle Hinweise zur Stärkung der Effektivität und Effizienz Ihrer Markenführung. Sie erhalten neue Impulse für Markenwahrnehmung und -einschätzung. Für Ihre Kommunikation und Werbung erfahren Sie mehr über Strategien und Methoden, um den Weg in die Köpfe Ihrer Kunden und Zielgruppen zu verkürzen und die Aufenthaltsdauer dort zu verlängern.

### Zielgruppe

- Geschäftsführer mit Marketingverantwortung
- Marketingleiter, Werbeleiter
- Produkt- und Brand-Manager
- Mitarbeiter von Werbeagenturen, Medien und Kommunikationsunternehmen
- Führungsnachwuchs mit Marketingaufgaben

### Inhalte

#### 1. Tag

- **Grundlagen aus der Gehirnforschung**
  - Aufbau und Funktionsweisen des Gehirns
  - Methoden der Hirnforschung (EEG, fMRT, PET, etc.)
- **Möglichkeiten und Grenzen der Gehirnforschung**
  - Wissen aus der Hirnforschung auf das Marketing übertragen
  - Marketingthesen auf dem Prüfstand neurophysiologischer Methoden
  - Aktuelle Studien und Beispiele aus dem Neuromarketing

#### 2. Tag

- **Emotions- und Motivsysteme der Kunden: Warum Kunden kaufen**
  - Wie Emotionen entstehen und welche es gibt
  - Motiv- und Emotionssysteme
  - Das Konzept der Limbic-Map
  - Die Rolle des Unbewussten
  - Welche Werte hinter unbewussten Kaufentscheidungen stehen
  - Wie erfolgreiche Marken die Motiv- und Emotionssysteme ihrer Kunden aktivieren

- **Ratio oder Emotio – ihre Rollen und ihre Interaktion**

- Wie sie funktionieren und wie Sie diese nutzen können
- Ratio und Emotio bei Konsumenten und im B2B
- Das Zusammenspiel der beiden Faktoren
- Das Resümee für Ihre Positionierung

- **Der Weg zur Markenpositionierung**

- Positionierungssysteme und ihre Kernelemente
- Konsumentenperspektiven
- Markenversprechen
- Psychologische Markenmodelle

#### 3. Tag

- **Wahrnehmung und Sinnessysteme**

- Die Sinnessysteme des Menschen
- WahrnehmungsfILTER
- Bewusstsein und Lernen
- Effektiv kommunizieren
- Metaprogramme im Marketing
- „Sinnliche Markenführung“

- **Neuroduales Marketing**

- Das Konzept der Neurodualität
- Kampagnen und Wirkung im Kundengehirn
- Gehirngerechte Kampagnentypen

- **Gehirngerechte Markenführung**

- Kernelemente und Abstimmung
- Das Konzept der gehirngerechten Markenführung
- Möglichkeiten und Grenzen

### Methoden

- **Kurzvorträge**
- **Diskussion**
- **Gruppen- und Einzelarbeit**
- **Bearbeitung von Fallstudien**
- **Praxisbeispiele**

Am 14.10.2009 und am 13.07.2010 ist ein Besuch (mit Führung) im Hands-on-Museum „TurmderSinne“ integraler Bestandteil des Seminars.

- **Trainer/Referent**  
Ralf-Michael Lüters  
Dr. Bernd Weber

- **Dauer**  
2,5 Tage

- **Beginn/Ende**  
1. Tag 14:00 bis 18:00 Uhr  
2. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr  
3. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr

- **Termine/Orte**
  - 13. – 15. Oktober 2009  
Nürnberg, Holiday Inn Nürnberg City Centre
  - 01. – 03. März 2010  
Frankfurt/Oberursel, Mövenpick Hotel Frankfurt/Oberursel
  - 12. – 14. Juli 2010  
Nürnberg, Wöhrdersee Hotel Mercure
  - 08. – 10. November 2010  
Bonn, Best Western Premier Hotel Domicil

- **Ihre Investition**  
1.390 € (zzgl. MwSt.)

- **Code MA 13**

- **Anmeldung/Informationen**  
Internet [www.naa.de](http://www.naa.de)  
Telefon ++49.911.91 97 69-0  
Fax ++49.911.91 97 69-20  
(Anmeldefax hinten im Katalog)

- **Inhouse-Seminar/Coaching**  
Maßgeschneidert auf Ihren Bedarf.  
Sprechen Sie mit uns! (vgl. Seite 23)

### Trainer/Referent



R.-M. Lüters



Dr. B. Weber

# Anmeldeformular NAA

Kopiervorlage (bitte kopieren, ausfüllen und faxen) oder einfach anmelden unter [www.naa.de](http://www.naa.de)



Wir freuen uns über Ihre Anmeldung. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung unter:  
Telefon ++49.911.919769-0 • [service@naa.de](mailto:service@naa.de) • [www.naa.de](http://www.naa.de)

**Fax ++49.911.919769-20**

## Seminar

Ich/Wir melde(n) mich/uns an

Einzelseminar

Tandemseminar

Seminartitel

Seminarcode

Termin/Ort

## Teilnehmerdaten

Name, Vorname \*

Position/Abteilung

Telefon/Fax \*

E-Mail \*

Firmenname \*

Straße \*

PLZ/Ort \*

Branche

## Rechnungsadresse (falls von Teilnehmeradresse abweichend)

Firmenname

Abteilung/interner Verrechnungscode

Straße

PLZ/Ort

## Ansprechpartner bei Rückfragen

Name, Vorname \*

Position/Abteilung

Telefon/E-Mail

## Hotelbuchung

Bitte buchen Sie mir/uns ein  Einzelzimmer  Doppelzimmer  Anreise nach 18 Uhr

Einzelseminar von \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_

Tandemseminar von \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_

Ich organisiere mich selbst und benötige KEINE Hotelbuchung durch Sie.

Ja, ich möchte den monatlich erscheinenden NAA-Newsletter abonnieren. E-Mail: \_\_\_\_\_

Bitte senden Sie mir ein weiteres Katalogexemplar zu.

Bitte senden Sie Ihren Katalog auch an:

Name, Vorname \_\_\_\_\_ Funktion \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_ Telefon \_\_\_\_\_

Firmenname \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_ PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Mit meiner Anmeldung akzeptiere ich die AGB der NAA

Datum

Unterschrift/Stempel

\* verbindliche Angaben

NAA Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft GmbH • Erlenstegenstraße 7 • 90491 Nürnberg

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

### A. Allgemeine Bedingungen:

#### §1. Geltung unserer Geschäftsbedingungen

**§1.1.** Die Geschäftsbedingungen der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft haben ausschließende Gültigkeit. Ergänzungen und Änderungen der Vertragsbedingungen bedürfen der Schriftform. Abweichende Bedingungen des Vertragspartners erkennen wir nicht an, es sei denn, wir haben der Geltung schriftlich ausdrücklich zugestimmt.

**§1.2.** Unsere Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Vertragspartner.

#### §2. Vertragsschluss

Bestellungen und Anmeldungen durch den Vertragspartner, die über unsere Website zustande kommen, sind bindende Angebote. Die Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft ist berechtigt, das Angebot des Vertragspartners innerhalb von zwei Wochen durch Zusendung einer Auftragsbestätigung per E-Mail, per Post oder per Fax anzunehmen. Mit Zugang der Auftrags- oder Anmeldebestätigung beim Vertragspartner kommt der Vertrag zwischen NAA und dem Vertragspartner zustande.

#### §3. Schlussbestimmungen

**§3.1.** Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Regelungen des internationalen UN-Kaufrechtes finden keine Anwendung.

**§3.2.** Gerichtsstand für alle Verpflichtungen und Streitigkeiten ist - soweit rechtlich zulässig - Nürnberg, Firmensitz der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft.

Auch wenn die im Klageweg in Anspruch zu nehmende Vertragspartei nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich der Zivilprozessordnung verlegt oder ihr Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist, ist der Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis Nürnberg.

**§3.3.** Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Vertragspartner einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Regelungen nicht berührt. Die ganze oder teilweise unwirksame Regelung soll dann durch eine Regelung ersetzt werden, die der unwirksamen in ihren wirtschaftlichen Konsequenzen möglichst nahe kommt.

### B. Seminare und Veranstaltungen:

**§1.** In den Seminargebühren sind folgende Leistungen enthalten: Praxisnahe und kompetente Referenten, umfangreiche Teilnehmerunterlagen, Teilnehmerzertifikat, Mittagessen, Pausengetränke und ein alkoholfreies Frischgetränk zum Mittagessen.

Nicht im Preis enthalten sind hingegen Übernachtungskosten, Parkgebühren, Frühstück und Abendessen. Diese müssen direkt mit dem Hotel abgerechnet werden.

**§2.** Der Rechnungsbetrag wird 14 Tage nach Rechnungsstellung fällig. Sollte die Anmeldung kurzfristig (weniger als 14 Tage vor Beginn) erfolgen, muss der Rechnungsausgleich in jedem Falle vor Antritt des Seminars erfolgt sein.

Die NAA ist berechtigt, den Teilnehmer auszuschließen, wenn sie ihn nach Ablauf der jeweiligen Zahlungsfrist eine Nachfrist zur Zahlung gesetzt und erklärt hat, dass sie dem Teilnehmer nach erfolglosem Ablauf der Nachfrist vom Seminar bzw. Studium ausschließt. Bei Zahlungsverzug werden - der gesetzlichen

Regelung entsprechend - 5% Verzugszinsen über dem jeweils aktuellen Basiszinssatz verlangt und berechnet.

### **§3. Rücktrittsregelung und Vertragsaufhebung bei Seminaren:**

Die NAA ist bis spätestens 2 Wochen vor Beginn des vom Teilnehmer gewählten Programms berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten, wenn sie die Veranstaltung wegen ungenügender Teilnehmerzahl nicht durchführen kann. Selbiges gilt bei einer Verhinderung des Trainers bzw. Veranstaltungsleiters aus wichtigem Grund. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen.

Nach der rechtsverbindlichen Anmeldung zu Veranstaltungen oder Seminaren können Stornierungen oder Umbuchungen bis 35 Tage vor Beginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von 120 Euro vorgenommen werden. Bei Stornierungen oder Umbuchungen weniger als 35 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die Seminar- oder Studiengebühr in voller Höhe fällig. Wird ein Ersatzteilnehmer angemeldet, entstehen keine zusätzlichen Kosten. Stornierungen und Umbuchungen des Teilnehmers müssen schriftlich erfolgen.

**§4.** Geringfügige Änderungen in den Inhalten und der Zeitdauer des Studiums bzw. Seminars bleiben vorbehalten. Sie berechtigen den Teilnehmer nicht zur Vertragskündigung. Sollten Trainer ihre Teilnahme absagen müssen, bemüht sich die NAA um eine Verschiebung der Veranstaltung oder einen geeigneten Ersatzreferenten. Eine weitergehende Haftung der NAA ist ausgeschlossen.

### **§5. Urheberrecht**

Alle Urheberrechte bleiben vorbehalten, NAA oder berechtigte Dritte behalten sich alle Veröffentlichungs-, Vervielfältigungs-, Bearbeitungs- und Verwertungsrechte an den Inhalten von Veranstaltungen, insbesondere den ausgegebenen Arbeitsunterlagen in schriftlicher, wie auch in digitalisierter Form ausdrücklich vor. Bei Zuwiderhandlungen ist durch den Vertragspartner gegebenenfalls Schadensersatz zu leisten.

### **§6. Datenschutz/ Angaben des Anmelders**

**§6.1.** Anmelder müssen ihre korrekten Adressdaten angeben. Im Falle der Missachtung behält sich die NAA vor, rechtliche Schritte in die Wege zu leiten.

**§6.2.** Personenbezogene Daten werden gespeichert und unter strikter Beachtung der geltenden Datenschutzvorschriften verarbeitet und genutzt. Wir wahren den Grundsatz, personenbezogene Daten nicht zu verkaufen, zu vermieten oder auf andere Weise verfügbar zu machen. Wir versichern, dass Ihre Daten mit Sorgfalt behandelt und nur für Zwecke des mit dem Vertragspartner geschlossenen Vertrages oder eigene Werbezwecke genutzt werden. Durch die Anmeldung erklärt sich der Kunde mit der Speicherung seiner Daten einverstanden.