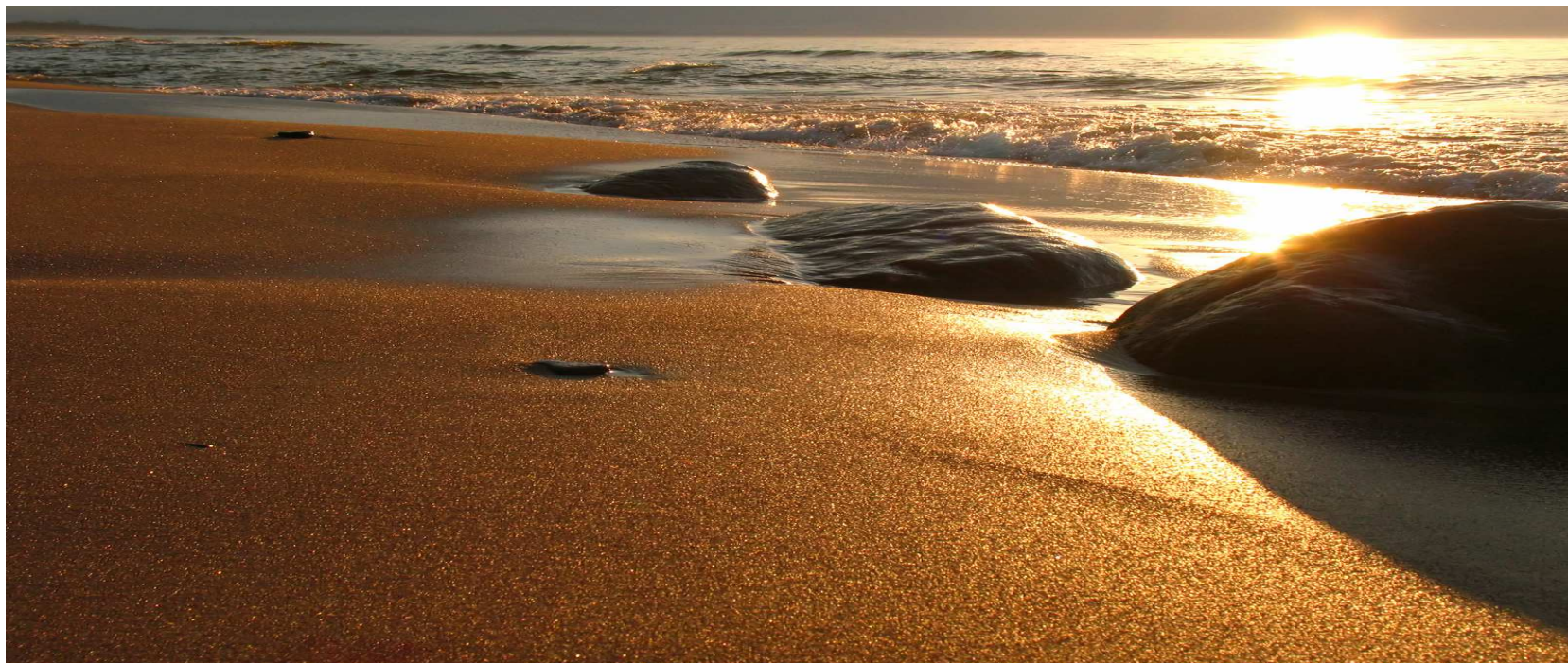




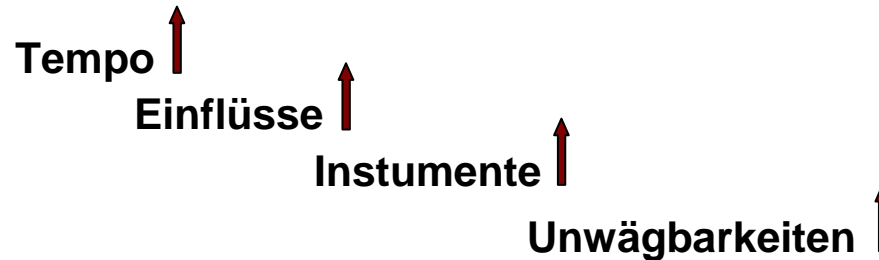
Kopf oder Bauch



Neuromarketing in Entscheidungsprozessen



Anforderungen an das Marketing von heute (und morgen)



Aussagen:

Roland Tychi – Chefredakteur d. Wirtschaftswoche:

„Frühe Trends erkennt man nicht aus der Marktforschung“... ich ziehe mich immer wieder aus dem Tagesgeschäft zurück, telefoniere sehr viel, unternehme Reisen ohne konkreten Rechercheauftrag. Dadurch ist man offener für das Geschehen, weniger festgelegt

Karen Heumann – Vorstand „Jung von Matt“:

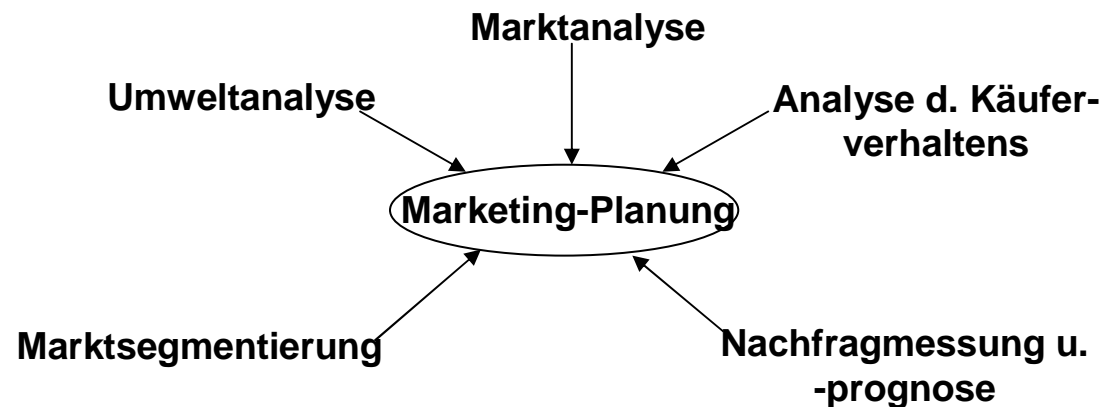
„Marktführung ist vor allem Führung und braucht Visionäres. Doch statt Magie greift der Absicherungswahnsinn“

Bernd M. Michael – Präsident des DMV:

„Ein Marketingmensch muss brennen, ausstrahlen, andere mitreißen“

Entscheidungen: was macht sie wichtig?

- ➔ Konsequenzen sind nicht alle überschaubar, können aber existenziell sein
- ➔ stellen Weichen für eine Zukunft, die schwer planbar ist
- ➔ mehr als 4 Einflussfaktoren wirken ein ➔ Definition: **komplex**



„hirntechnisch“ gesehen ist unser bewusster Verstand da bereits überfordert

Neues aus der Hirnforschung

Unser Gehirn

ist so individuell wie ein Fingerabdruck

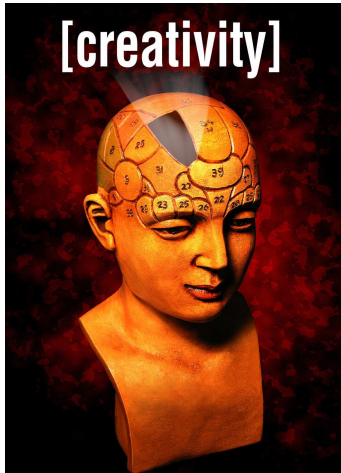
ist vergleichbar mit einem Orchester ohne Dirigent

arbeitet in Teams in verschiedenen Netzwerken

ist lernfähig bis ins hohe Alter

verknüpft **jede Information** mit einer **Emotion** – im mittleren vorderen Stirnhirn werden sie als Gefühle in **Entscheidungsprozesse** integriert, dann sind sie bewusst wahrgenommen

steuert vernetzte Prozessketten:

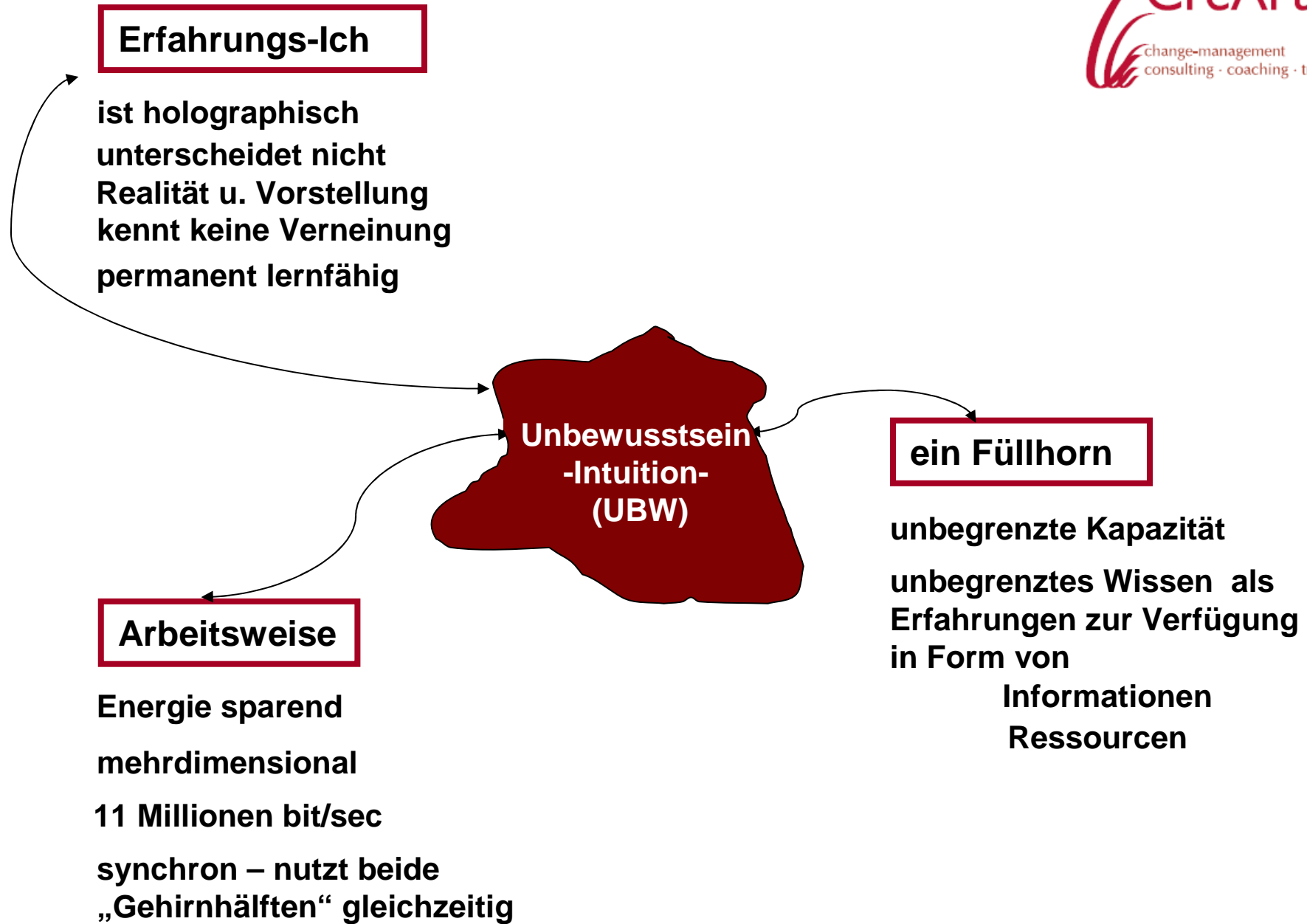


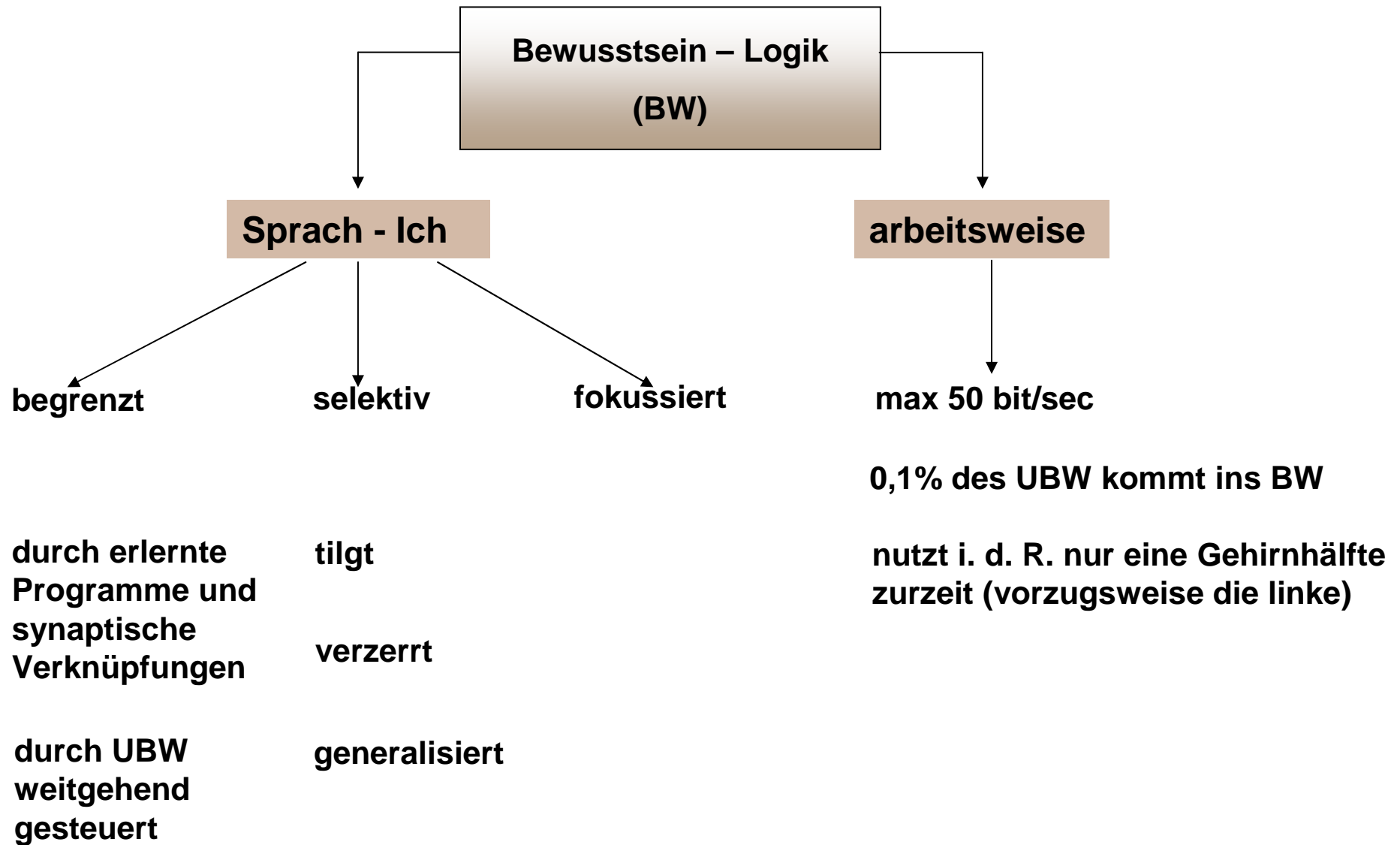
Körperzustände  Gefühle  Gedanken

bestimmen unsere Sicht der Dinge

bestimmen die Stärke unserer Gedankenkraft







„die besten Entscheidungen, die ich getroffen habe, waren immer die aus dem Bauch“

Geschäftsführer eines mittelständischen Dienstleistungsunternehmens

Bauchschmerzen oder Intuition?

- ➔ **Bauchgefühl weitgehend ausblenden vor / nach Entscheidungen**
- ➔ **Bauchschmerzen nach Entscheidung obwohl alle Fakten für diese sprachen**
- ➔ **Mit gutem Gefühl anders entschieden obwohl alle Fakten dagegen sprachen**

Die Wissenschaft hat die Macht der Intuition entdeckt

Wer denken will muss fühlen

- ➔ **bei jeder Entscheidung ist der Bauch beteiligt, Gefühle sind ein integrativer Bestandteil unseres Denkens und Handelns**
- ➔ **Gefühle entstehen in Arealen unseres Gehirns, die sich dem direkten Zugriff unseres bewussten Verstandes entziehen**
- ➔ **oft werden rationale Begründungen nachgeschoben**
- ➔ **Die Intuition ist dem Verstand bei komplexen Anforderungen haushoch überlegen**

Unser Unbewusstsein ist wie ein Füllhorn

Das Füllhorn ist ein mythologisches
Symbol des **Glücks** und steht für
Fruchtbarkeit, Reichtum und **Überfluss**



„Der rationale **Verstand** ist ein treuer
Diener; die **Intuition** ist eine heilige
Gabe.“

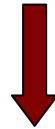
Albert Einstein

„Lerne **Denken** mit dem Herzen
und **Fühlen** mit dem Geist“

Theodor Fontane

Auch „Kopf-Menschen“ haben einen Bauch

ein kluger Kopf mit sehr produktiven Bauch: Norbert Wiener
1894 – 1964 mathematisches Genie am MIT - Begründer der Kybernetik



LogIn

Integration von Logik und Intuition



sichert / steigert die **Qualität** von
Entscheidungen

sichert die Qualität von Entscheidungen
mit **niedrigerem Energieaufwand**



Die Sprache des UBW lernen

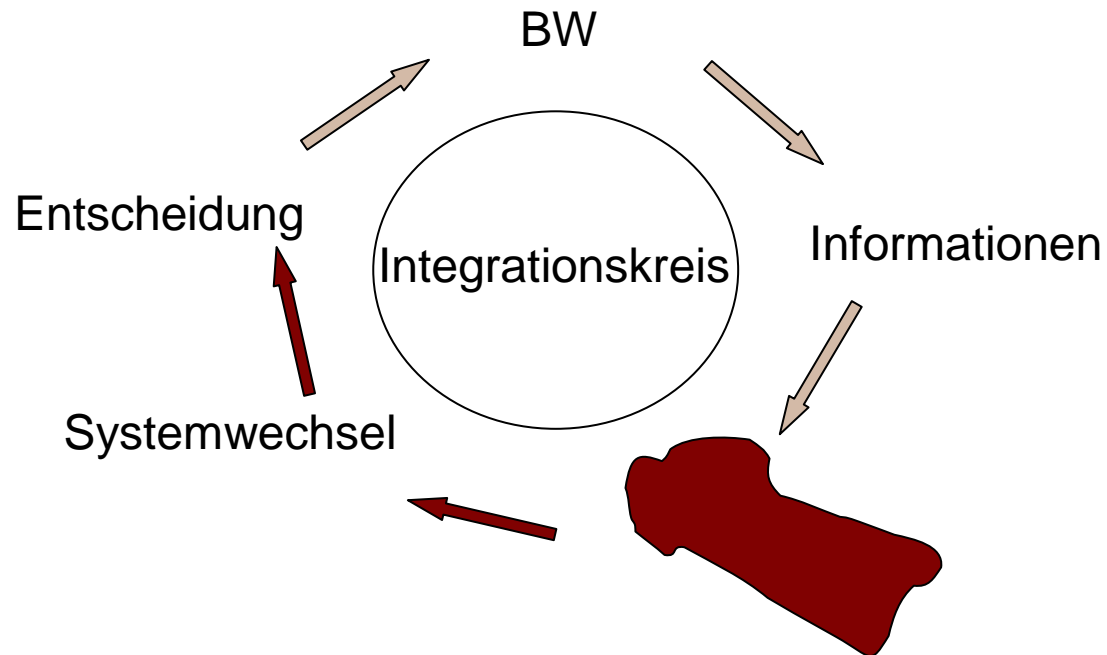
Hier spricht Ihr Bauch

Die Sprache des UBW:

Gefühle

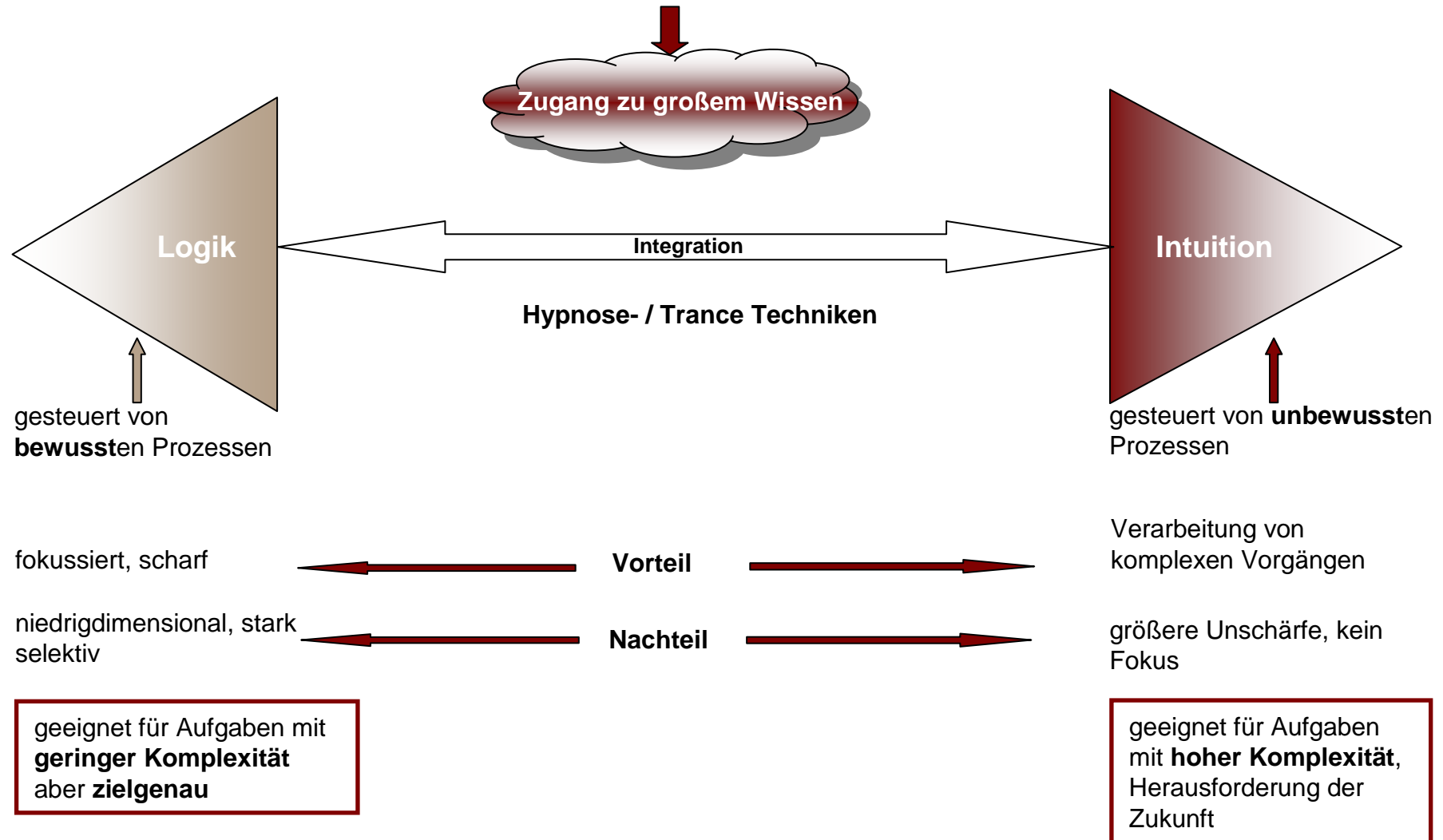
Bilder

Geschichten



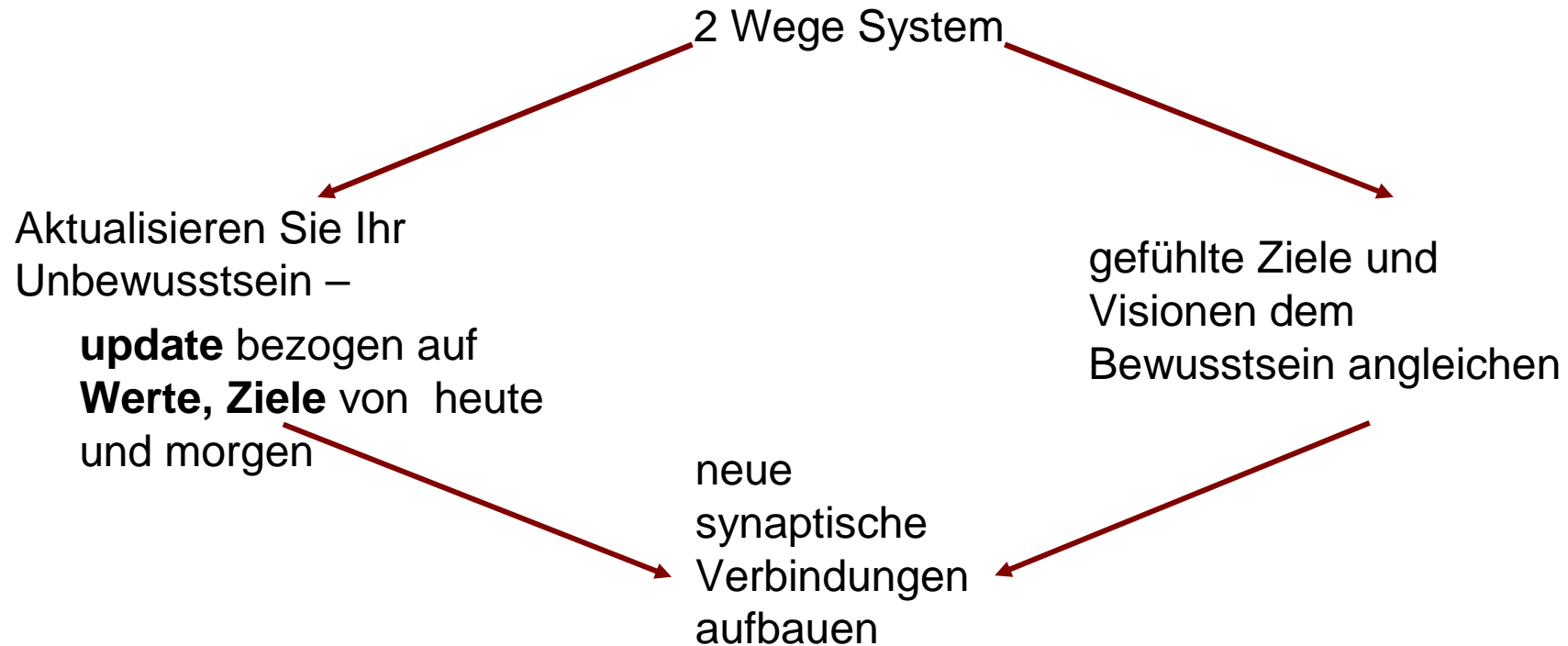
Wirkungen

- unbewussten Prozessen
- bewusst Raum geben
- implementieren
- Wissen intuitiv nutzbar machen

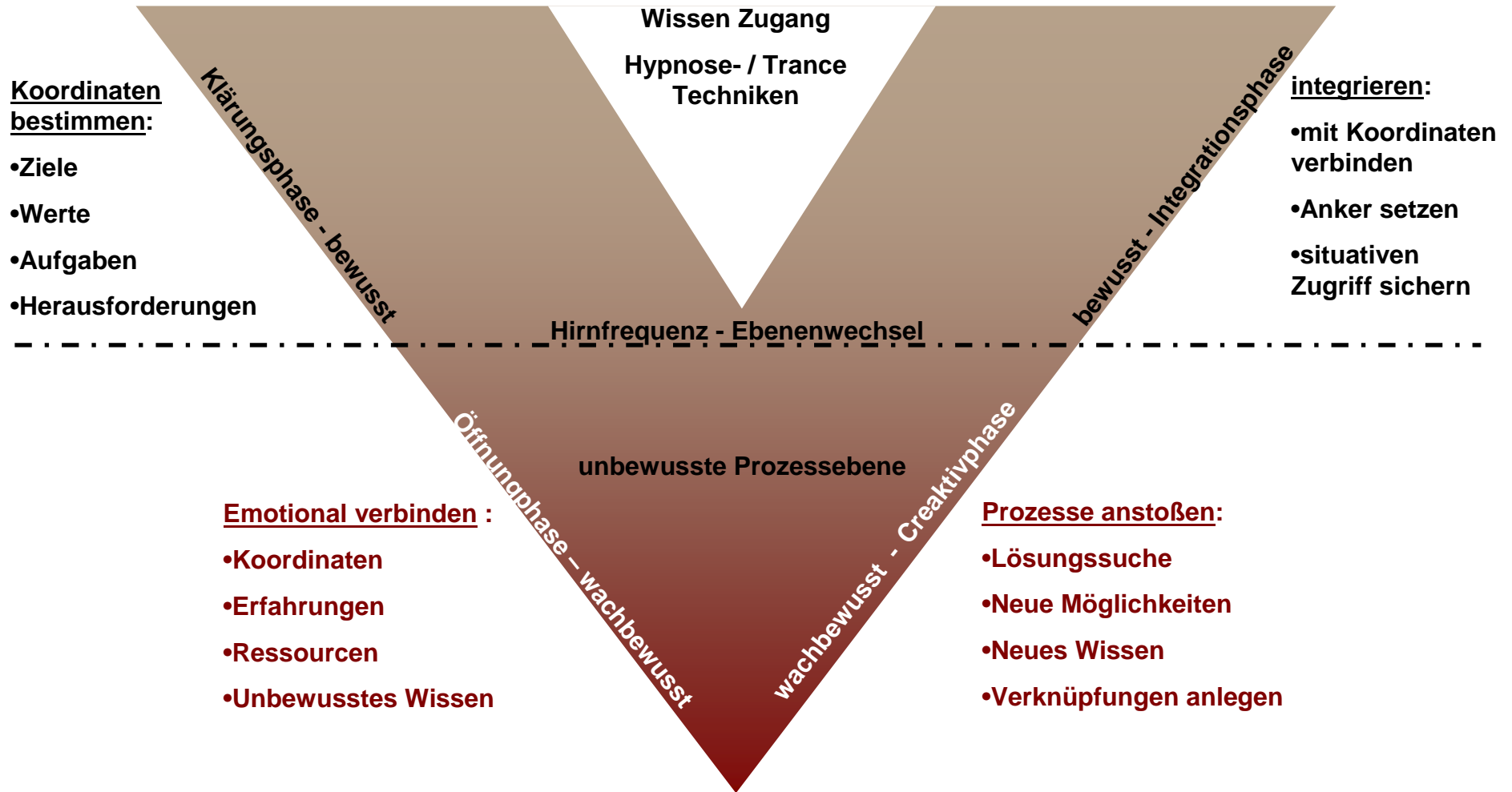


Wie kann man seiner
Intuition vertrauen (lernen) ?

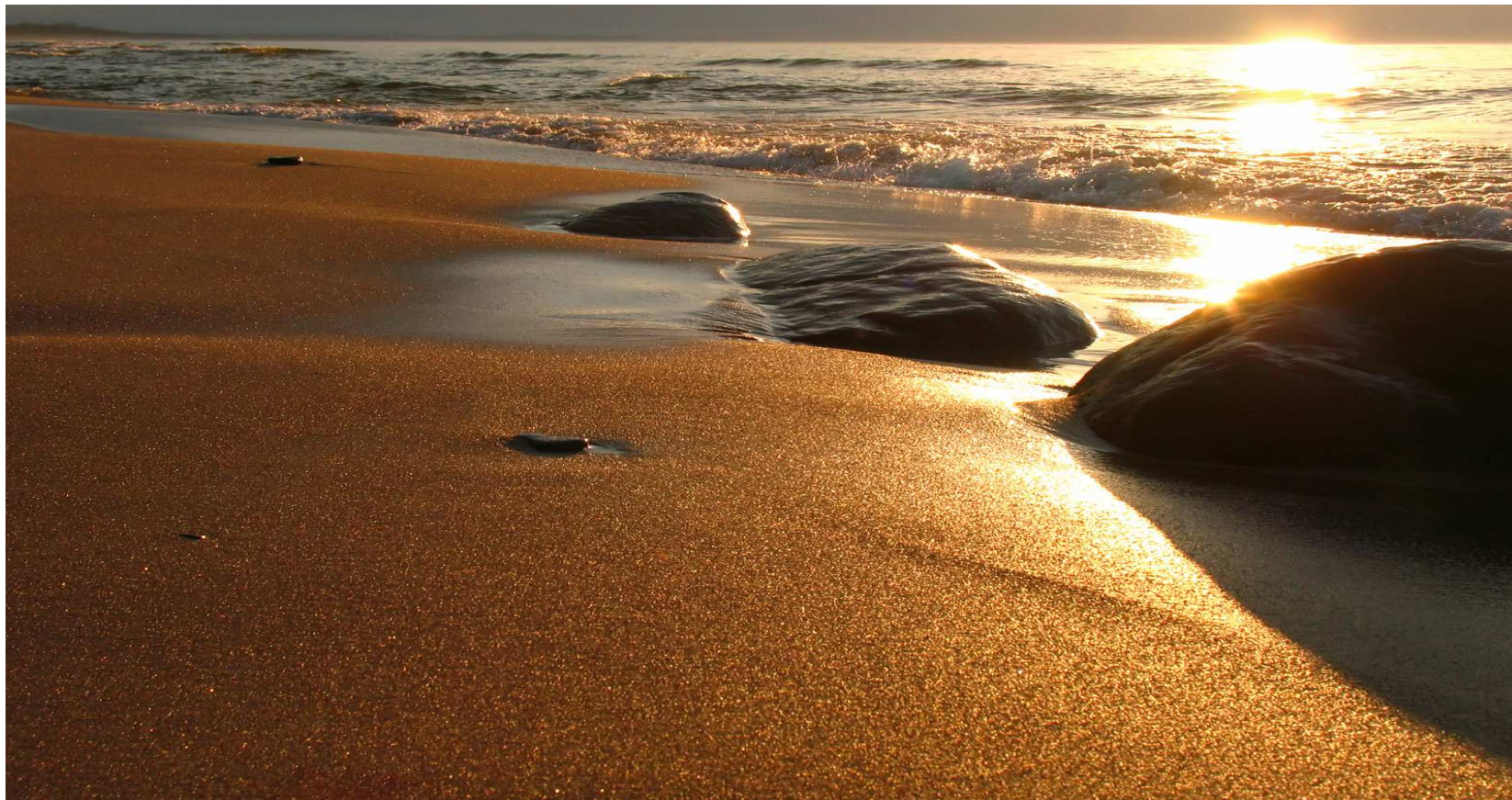
In Einklang bringen



V – Prinzip Phasen Bewusstseinssebenen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit
bewusst oder unbewusst



09. Juni 2009

Marketing-Club Schleswig-Holstein