

Wissen Sie, was in den Köpfen Ihrer
Kunden und Mitarbeiter vorgeht?



Neue Einblicke, neue Ausblicke.

Für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation bietet Ihnen jetzt die Neurowissenschaft neue Perspektiven. Mithilfe hochtechnisierter Verfahren wie der Kernspin-Tomografie können Sie beispielsweise dem Gehirn bei der Arbeit zusehen und damit die Wirkung von Werbung besser verstehen. Aber auch bei der Mitarbeiterführung lassen sich die Erkenntnisse modernster qualitativer wie quantitativer Wissenschaft gewinnbringend einsetzen.

Nutzen Sie dieses Wissen für das externe und interne Marketing und reservieren Sie jetzt Ihren Platz in unserer neuen Seminar-Reihe „Wissenschaft im Dialog“. Selbstverständlich können wir diese Seminare auch in Ihrem Unternehmen durchführen.

**Haben Sie Fragen? Frau Klaus hat die Antworten:
0 61 74 2017 - 21**

Dann schauen Sie doch mal rein.



Was Ihr Kunde denkt ...



Hirnforschung – Chancen und Grenzen der Werbewirkung

Manche sagen, der Mensch nutze nur einen Bruchteil seines Gehirns. Moderne Verfahren aber zeigen, dass es keine ruhenden Areale gibt. Vielmehr gibt es interessante Entdeckungen, wo genau das Gehirn auf welche Reize reagiert. Dies eröffnet neue Möglichkeiten bei der Analyse, aber auch bei der Konzeption von Werbung.

Wir vermitteln:

- ▶ Aufbau und Funktions-Prinzipien des Gehirns
- ▶ Methoden der Neurowissenschaften
- ▶ Nutzen der Hirnforschung für das Marketing
- ▶ Entstehung und Umsetzung von neurowissenschaftlichen Experimenten
- ▶ Menschliches Entscheidungs-Verhalten und Motivation sowie ihre Auswirkungen
- ▶ Grenzen der Hirnforschung

Sie verstehen:

- ▶ die wichtigsten Methoden der Hirnforschung und ihre Relevanz für Marketing und Werbung
- ▶ Aussagen und Studien zum Neuromarketing richtig einzuschätzen und zu bewerten
- ▶ aktuelle Erkenntnisse aus der angewandten neurowissenschaftlichen Grundlagen-Forschung und ihre strategischen Implikationen für die Unternehmensführung zu nutzen

Schnellbucher-Bonus:
10% Preisvorteil für Sie, wenn Sie bis zum 29. Februar 2008 buchen.

Seminar-Termine: **02.04.08 oder 14.10.08** Seminar-Ort: **Königstein** Seminar-Preis: **650,- Euro zzgl. MwSt.**

Was Ihre Mitarbeiter reizt ...



Behavioral Branding – Markenstärke
durch Mitarbeiter-Verhalten

Ganzheitliche Marken-Kommunikation ist ein wirtschaftlicher Erfolgsfaktor. Meist beschränkt sie sich allerdings auf die Gestaltung von Produkten und Werbung. Wie aber sieht es mit Ihren Mitarbeitern aus? Sind sie ebenfalls überzeugende Botschafter Ihrer Marke? Lernen Sie dieses Potenzial zu nutzen.

Wir vermitteln:

- ▶ Relevanz der Marke für die Unternehmung
- ▶ Marken-Sollwerte (Marken-Identität)
- ▶ Analyse-Methoden und Prozess des Behavioral Branding
- ▶ Ursachen-Analyse zur Ermittlung der Diskrepanzen zwischen Ist- und Sollwerten
- ▶ Toolbox zur Vermittlung der Marken-Sollwerte
- ▶ Sicherung der Akzeptanz des Behavioral Branding beim Mitarbeiter

Sie verstehen:

- ▶ wie Sie markenkonformes Verhalten von Mitarbeitern erzeugen und diese zu Marken-Botschaftern machen
- ▶ welche Wirkungs-Beziehungen zwischen markenkonformem Verhalten und Erfolg bestehen
- ▶ welche Instrumente zur Messung und Kontrolle von markenkonformem Verhalten bestehen und wie Sie diese für ein noch erfolgreicherer Marken-Management einsetzen

Schnellbucher-Bonus:
10% Preisvorteil für Sie, wenn Sie
bis zum 29. Februar 2008 buchen.

Seminar-Termine: **29.05.08 oder 29.10.08** Seminar-Ort: **Königstein** Seminar-Preis: **650,- Euro zzgl. MwSt.**

Bonus für Schnellbucher .

10% Preisnachlass, wenn Sie bis zum 29. Februar 2008 buchen.

Telefon: 0 61 74 2017-21, Telefax: 0 61 74 2017-29

E-Mail: schnellbucher@sv-institut.de, Internet: www.svi-schnellbucher.de

Siegfried Vögele Institut 
Internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

Ölmühlweg 12

61462 Königstein / Ts.

Telefon: +49(0)6174 2017-21

Telefax: +49(0)6174 2017-29

Internet: www.svi-schnellbucher.de

Ein Unternehmen von

