

# neuromerchandising®

## Erfolgreicher Verkaufen mit dem richtigen Verständnis von Marke, Mensch und Raum

### Was ist neuromerchandising®?

neuromerchandising® lässt sich ganz einfach über die „Begrifflichkeit“ erklären. Neuro, die erste Komponente des Wortes, steht für das Verständnis vom Menschen. Wie nimmt er die Welt wahr? Wie entsteht seine Wirklichkeit? Was treibt ihn an und wonach trifft er seine Entscheidungen? Mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften und Evolutionsbiologie wurden genau auf diese Fragen Antworten gefunden, für ein umfassenderes und tiefergehendes Verständnis vom Menschen. Die zweite Komponente des Wortes ist Merchandising und steht für die Zweckmäßigkeit. Wie die Übersetzung vermuten lässt, geht es hierbei um die Verfolgung des Ziels, den Verkauf erfolgreicher zu gestalten. Dies alles aber immer auf der praktischen Ebene. Im neuromerchandising® werden die Erkenntnisse aus der Wissenschaft in praktische Maßnahmen übersetzt, um erfolgreicher zu verkaufen. Kurzfristig, mittelfristig und langfristig. Aufgeschlüsselt setzt sich neuromerchandising® dabei aus 3 komplementären Bereichen zusammen.

**Zusammengefasst geht es im neuromerchandising® darum, mit dem richtigen Verständnis vom Menschen, die richtigen Maßnahmen zu finden, um erfolgreicher zu verkaufen.**

### Die 3 Bereiche des neuromerchandising®



#### MARKE

Eine Marke kann als Schublade verstanden werden und basiert auf dem sogenannten Schubladendenken eines Menschen. Jede Erfahrung die mit der Marke gemacht wird, füllt diese Schublade, in dem sie eine Erwartungshaltung erzeugt. Die entscheidenden Faktoren dabei sind eine eindeutige Markenidentität, eine konsequente Markenpflege und die richtige Kommunikation. neuromerchandising® hilft dabei, dass die Menschen ihre Schublade nicht nur sehen und verstehen, sondern auch finden und öffnen. Wieder und wieder.



#### MENSCH

Jedes unternehmerische Handeln findet stets zwischen Menschen statt. Führungskräfte haben einen direkten Einfluss auf das Wohlbefinden, die Motivation und das Verhalten der Mitarbeiter, die wiederum den gleichen Einfluss auf Kunden ausüben. Je stärker und klarer die Vision und Stärke der Führungskraft, desto motivierter und überzeugender der Mitarbeiter und desto höher die Wahrscheinlichkeit eines zufriedenen und wiederkehrenden Kunden. neuromerchandising® hilft dabei unternehmerisches Miteinander aufeinander abzustimmen und zu stärken.



#### RAUM

Menschen nehmen ihre Umwelt mit ihren Sinnen wahr und aus diesen Sinnesindrücken erschafft das Gehirn seine Wirklichkeit. Alles was ein Mensch riecht, sieht, hört, fühlt, schmeckt und infolgedessen denkt und fühlt hat einen Einfluss auf sein Verhalten und seine (Kauf-) Entscheidungen. neuromerchandising® macht nicht nur Marken und Produkte mit allen Sinnen erlebbar, sondern arrangiert auch Platzierungen und Laufwege. Das oberste Ziel dabei ist Räume zu schaffen in denen Kunden und Mitarbeiter sich wohlfühlen. Denn wo sich ein Mensch wohl fühlt, da verweilt er länger, vertraut mehr und kommt eher wieder.

#### Unterschied zu Neuromarketing?

Im Gegensatz zu Neuromarketing verfolgt neuromerchandising® einen praxisbezogeneren Ansatz. Die Erkenntnisse aus den verschiedenen wissenschaftlichen Feldern, die sich mit der Erforschung des menschlichen Verhaltens befassen, werden hier genutzt, um konkrete Maßnahmen für die Erreichung jeweiliger Unternehmensziele zu formulieren.

## Basic Training

### Mit neuromerchandising® zu mehr Erfolg am PoS

Das Basic Training vermittelt Ihnen die Grundlagen des neuromerchandising® in Bezug auf Marke, Mensch und Raum. Darunter versteht sich die Übersetzung wertvoller Erkenntnisse aus der Hirnforschung und Evolutionsbiologie in konkrete Maßnahmen und Regeln für die Praxis. Was kaufen Ihre Kunden eigentlich, warum kaufen Sie es und was entscheidet, ob Sie es wieder tun? Wie orientieren sich Kunden in Verkaufsräumen und wie schaffen Sie eine Atmosphäre die zum Verweilen und Stöbern anregt? Welche Rolle spielt der Mitarbeiter am Point of Sale und was ist hierbei für die erfolgreiche Kundenbindung entscheidend? Für all diese Fragen gibt es viele Theorien und Ansätze, doch sind diese meist zu

theoretisch oder zu spezifisch. Das Basic Training vermittelt Ihnen daher nicht nur wissenschaftlich fundiertes, sondern vor allem auch in der Praxis erprobtes Wissen. Die Methodik des neuromerchandising® ist seit über 10 Jahren im Einsatz und hat in jedem Projekt zu einer mindestens zweistelligen Umsatzsteigerung geführt. Alles was Sie in diesem Training lernen hat direkte Relevanz für Handel und Dienstleistung. Sie erfahren die wichtigen Grundlagen des menschlichen Fühlens, Denkens und Handelns und wie Sie dieses Wissen nutzen können. Denn nur wer die Prozesse und Prinzipien hinter Entscheidungen, Wahrnehmung und Kommunikation kennt und versteht kann dauerhaft, erfolgreich verkaufen.



#### Inhalte:

- Einführung ins neuromerchandising®
- Gefühle und Vernunft bei der (Kauf-)Entscheidung
- Wie kommt die Wirklichkeit in die Köpfe der Kunden?
- Preise vs. Wert und Kosten vs. Nutzen
- Multisensorische Kommunikation
- Von Selbstführung zur Mitarbeiterführung

#### Davon profitieren Sie:

- ✓ Absatz und Umsatz am PoS steigern
- ✓ Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen
- ✓ Exklusive Einblicke in Studienergebnisse
- ✓ Vermittlung von einfach integrierbarer Methoden
- ✓ Branchenübergreifendes Wissen

Sie haben noch Fragen?

Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.



Ihr Ansprechpartner:

Erdem Aglar  
Marketing- und Projektleiter  
ea@neuromerchandising.de  
069 / 95 50 95 02 3

> 98 %  
zufriedene  
Teilnehmer

#### Für wen:

- Einzelhändler
- Unternehmensberater
- Führungskräfte
- Markenartikler
- Category Manager
- Marktleiter

Dieses Training richtet sich an alle Händler, Dienstleister und Markenartikler die verstehen möchten wie Menschen fühlen, denken und handeln und wie dieses Wissen im jeweiligen Tätigkeitsfeld, für mehr betriebswirtschaftlichen Erfolg, genutzt werden kann.

#### Format:

- 1,5 tages Trainingformat (3 Module à 4 Stunden)
- Fallbeispiele, interaktive Aufgaben, Diskussionsrunden
- Seminarunterlagen und Verpflegung inklusive
- Begrenzte Teilnehmerzahl

Das neuromerchandising® Basic Training hat mir eine differenzierte Betrachtungsweise der Themen Mensch und Raum im Handelskontext ermöglicht. Durch praxisrelevante Inhalte, charismatische Redner und das richtige Maß an Interaktion wurde das Seminar zu einem fulminanten Erlebnis. Die vermittelten Inhalte wirken nach und regen zu weiterem Nachdenken und Handeln an.

- Shahram Safaei, accenture

## Unsere Trainer

3 Experten, über 100 Jahre Erfahrung, mehr als 1.800 Projekte.



### Achim Fringes

**„Verkaufen kommt von Verstehen.“**

Als Begründer und Namensgeber fungiert Achim Fringes als kreativer Kopf der neuomerchanding® group. In ihm verbinden sich die langjährige Erfahrung und das Wissen um die "Machbarkeiten" in Handel und Vertrieb mit den Erkenntnissen aus Neurowissenschaften und Evolutionsbiologie zur Methodik des neuomerchanding®.



### Stefan Suchanek

**„Ein Geschäft zu führen ist wie Fahrrad fahren -  
Wer stehen bleibt fällt um.“**

Durch das Studium der Innenarchitektur, Verkaufspsychologie und des Neuromarketing versteht es Stefan Suchanek ,Theorie in Praxis umzusetzen. Er verbindet als Berater das Wissen um die Optimierbarkeit des Verkaufsraumes hin zur sinnlich erlebbaren Begegnungsstätte mit pragmatischer Umsetzbarkeit.



### Bert Martin Ohnemüller

**„Handel ist in erster Linie die Begegnung von Menschen.“**

Durch 30-jährige Tätigkeit in Vertrieb, Verkaufsförderung und Handel, sowie selbstständiges Unternehmertum, weiß Bert Ohnemüller um die Wichtigkeit jedes einzelnen Mitarbeiters und das Wertschöpfung nur durch Wertschätzung entsteht. Die Vermittlung von Werten im Unternehmen und Führungsqualität sind die Kernthemen, denen er sich leidenschaftlich widmet.

## Basic Training

### Verbindliche Anmeldung

Bitte füllen Sie die Seite vollständig aus und senden Sie uns diese per Mail oder Fax.

Hiermit melde ich mich verbindlich zu dem unten angekreuzten Seminar an. Für den Fall einer Stornierung, die bis zu 21 Tagen vor Seminarbeginn möglich ist, wird eine Stornierungsgebühr von EUR 40,- je angemeldetem Teilnehmer erhoben. Die anliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen habe ich zur Kenntnis genommen und bin damit einverstanden. Die Anmeldung wird erst durch die Bestätigung des Anbieters, der neuomerchandising® academy, gültig. Diese geht Ihnen in den nächsten Tagen zu. Sollte das von Ihnen gewählte Training ausgebucht sein, werden wir uns mit Ihnen in Verbindung setzen.

#### An:

neuomerchandising group GmbH & Co.KG  
Kaiserstraße 61  
d- 60329 Frankfurt am Main  
IBAN: DE8251005000150159009729  
BIC: NASSDE55  
+ 49(0)69.95 50 95 02 - 0 t  
+ 49(0)69.95 50 95 02 - 1 f  
academy@neuomerchandising.de

#### Teilnehmer und Rechnungsadresse:

<b>Name</b>	<input type="text"/>
<b>Position</b>	<input type="text"/>
<b>Firma</b>	<input type="text"/>
<b>Straße</b>	<input type="text"/>
<b>PLZ / Ort</b>	<input type="text"/>
<b>Tel. / Fax</b>	<input type="text"/>
<b>E-Mail</b>	<input type="text"/>

#### Termine:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 22.-23.04.2016<br>München           | <input type="checkbox"/> 10.-11.06.2016<br>Frankfurt am Main |
| <input type="checkbox"/> 22.-23.09.2016<br>Frankfurt am Main | <input type="checkbox"/> 18.-19.11.2016<br>Berlin            |



#### Erwartungen:

---



---



---

#### Anmerkungen:

---



---

- Bitte senden Sie mir den eMail-Newsletter mit Tipps und Informationen rund um das Thema neuomerchandising® zu.
- Ja, ich habe die AGB gelesen und akzeptiere diese.  
(Pflichtfeld)

**Vielen Dank für Ihre Anmeldung.  
Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!**

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der neuomerchandising® academy, ein Unternehmen der neuomerchandising® group GmbH & Co. KG

### Geltungsbereich

Für die Geschäftsbeziehung zwischen dem Veranstalter und dem Veranstaltungsteilnehmer gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen in ihrer zum Zeitpunkt der Anmeldung gültigen Fassung. Abweichende Bedingungen erkennt der Veranstalter nicht an, es sei denn, er hat ausdrücklich schriftlich zugestimmt.

### Angebote und Veranstaltungen

Der Veranstalter bietet folgende Veranstaltung an: ein 1,5-tägiges Intensivtraining mit dem Namen „neuomerchandising® Basic Training“

### Veranstaltungsbuchung und Widerruf

a) Die genannten Veranstaltungspreise sind verbindlich und enthalten die jeweils gesetzlich gültige Mehrwertsteuer. Eine Veranstaltungsanmeldung sollte schriftlich sein, kann im Einzelfall aber auch Online oder per Telefon erfolgen. Nach Eingang der Anmeldung erhält der Teilnehmer automatisch eine schriftliche rechtsverbindliche Bestätigung, entweder per Post, Fax oder E-Mail. b) Ein Widerruf der Anmeldung muss schriftlich erfolgen.

Für den Fall einer Stornierung bis zu 21 Kalendertagen vor Trainingsbeginn wird eine einmalige Stornierungsgebühr in Höhe von 40,00 Euro pro Veranstaltung und Teilnehmer erhoben.

Für eine Stornierung bis zu 14 Kalendertagen vor Trainingsbeginn werden 50 % der Trainingsgebühren berechnet.

Für eine Stornierung von weniger als 14 Kalendertagen vor Trainingsbeginn werden 100 % der Trainingsgebühren berechnet. Das Umbuchen auf einen anderen Trainingstermin wird nicht als Stornierung gewertet und ist kostenlos.

Bereits gezahlte Veranstaltungsgebühren werden unter Abzug der Stornierungsgebühr wieder zurücküberwiesen.

### Fälligkeit und Zahlung

a) Der ausgewiesene Preis für eine Veranstaltung ist vor dem Beginn einer Veranstaltung fällig und unter Angabe des Verwendungszwecks auf das Konto des Veranstalters zu überweisen.

b) Für jede Zahlung erhält der Teilnehmer eine Rechnung mit, ausgewiesener Mehrwertsteuer. Mit Eingang der Zahlung auf dem Konto des Veranstalters ist der Seminarplatz reserviert.

### Markenschutz und Markeneinsatz

a) neuomerchandising® ist eine eingetragene Marke.

Markeninhaber ist die neuomerchandising® group GmbH & Co. KG. Die Verwendung des Markennamens wird durch gesonderte Vereinbarungen mittels Marken- und Lizenzrichtlinien geregelt. b) Veranstaltungsteilnehmern ist es nicht erlaubt, ohne schriftliche Zusage des Markeninhabers, selbstständig eigene Seminare oder anders lautende Veranstaltungen, die Inhalte einzelner Veranstaltungen des Veranstalters, insbesondere die Methodik des neuomerchandising®, mit der Bezeichnung neuomerchandising® anzubieten und durchzuführen.

c) Wer das Training neuomerchandising® Basic Training absolviert hat, erhält hierüber ein Teilnahmebestätigung und ist berechtigt dies in seiner Außendarstellung zu kommunizieren. Die Absolvierung des neuomerchandising® Basic Trainings berechtigt nicht zur Führung der Marke neuomerchandising® für interne oder externe (werbliche) Zwecke. d) Wer die Ausbildung zum neuomerchandising® Business Professional erfolgreich durchlaufen hat erhält ein Zertifikat und darf die Berufsbezeichnung zertifizierter „neuomerchandising® Business Professional“ führen. Die genaue Verwendung der Marke für zertifizierte neuomerchandising® Business Professionals regelt eine gesonderte Vereinbarung.

### Haftung und Verantwortung

a) Die Teilnahme erfolgt auf eigene Gefahr. Jeder persönliche Einsatz des vermittelten Lehrstoffs, der Werkzeuge und Arbeitsmethoden während und nach der Veranstaltung erfolgt ausschließlich in Eigenverantwortung. Für Veränderungen im persönlichen Leben oder Umfeld übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

b) Die Veranstaltungen gelten als generelle Information. Die Ausbildungen und die Seminare beinhalten einen relativ neuen Zugang zu persönlichen und wirtschaftlichen Themen. Die Verantwortung für alle Folgen obliegt ausschließlich dem einzelnen Menschen selbst. Für mögliche Veränderungen der aktuellen Lebenssituation trägt der Veranstalter keine Verantwortung.

c) Im Rahmen der Veranstaltungen ist es nicht erlaubt, Bilder, Videoaufzeichnungen oder Tonaufzeichnungen zu machen.

### Änderungen und Absage durch den Veranstalter

a) Der Veranstalter ist berechtigt, Veranstaltungen abzusagen, wenn die Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht wird. Bereits geleistete Zahlungen werden in diesem Fall zurückerstattet. Etwaige Drittkosten werden nicht erstattet.

b) Der Veranstalter ist berechtigt, bis zwei Tage vor Beginn den Veranstaltungsort in einem Radius von 25 Kilometern um den ursprünglichen Veranstaltungsort zu verlegen.

c) Der Veranstalter ist berechtigt einen für eine Veranstaltung ausgewiesenen Trainer/in in Ausnahmefällen (z. B. Krankheit) durch einen anderen Trainer, als in der Ausschreibung angegeben, zu ersetzen.

d) Die Benachrichtigung für a) und b) erfolgt sofern vorhanden per E-Mail, anderenfalls per Post.

### Datenschutz

Der sorgfältige und gewissenhafte Umgang mit den persönlichen Informationen und Daten des Teilnehmers sind uns wichtig. Deshalb werden – sofern dies nicht zur Durchführung der Veranstaltung notwendig ist – keine Daten an unbeteiligte Dritte weitergegeben.

### Anwendbares Recht

Ausschließlicher Gerichtsstand für Rechtsstreitigkeiten mit dem Veranstalter ist Frankfurt am Main.