



Impulsvortrag:

Die Psychologie des Kaufens -Sind alle Kunden gleich?-

„Pralinen und andere Produkte zeigten Forscher der Stanford University (USA) verschiedenen Probanden auf einem Bildschirm. Zuvor hatten sie die Versuchsteilnehmer mit rund 15 Euro ausgestattet. Nach den Produkten wurden dann jeweils die Preise eingeblendet sowie Tasten für die Kaufentscheidung ‘Ja/Nein’.

Während dieser Entscheidungen zeigten Magnetresonanz-Aufnahmen der Gehirne, dass die Teilnehmer unbewusst **Gefühle von ‘Gewinn’**, ausgelöst durch die positiven Produkteigenschaften **mit Gefühlen von ‘Schmerz’**, ausgelöst durch den Zwang zur Bezahlung **gegeneinander abwägen.**“ (Quelle: Physalia)

Hirnforscher beschäftigen sich schon seit Langem im Auftrag der Wirtschaft damit, wie Kaufentscheidungen getroffen und wie diese beeinflusst werden können.

Pflegeeinrichtungen haben in zweierlei Hinsicht Gründe für sich zu werben: Um **Pflegekunden zu gewinnen und um das Mitarbeiterteam erweitern** zu können. Beide Zielgruppen wollen be- und umworben, sowie direkt angesprochen werden.

Im Gegenzug gewinnt man aus den Forschungsergebnissen den Eindruck, dass Emotionen eine zentrale Rolle spielen.

Daraus ergeben sich wichtige zentrale Fragen:

- Wie muss Ansprache wirken?
- Wie transportiert man Emotionen?
- Wie kann Vertriebs Erfolg systematisiert werden?

Sprechen Sie uns jederzeit gern an!

C.A.R.E.
for your future