



2-Tages-Seminar:

NLP und Neuro-Marketing im (Online-)Marketing und Vertrieb

Erfahren Sie in nur 2 Tagen wie Sie NLP (Neurolinguistisches Programmieren) und Neuro-Marketing optimal nutzen, um potenzielle Kunden besser zu erreichen und zu begeistern. Lernen Sie Ihren Wunschkunden detailliert kennen und steigern Sie Ihre Überzeugungskraft – und Ihren Umsatz

Seminarbeschreibung

Steuert die Vernunft die Kaufentscheidungen von Kunden? Die moderne Gehirnforschung zeigt, dass der rational entscheidende Kunde, der „homo oeconomicus“, ein Mythos ist.

Kaufentscheidungen werden überwiegend unbewusst getroffen. Unser bewusstes Gehirn fungiert oft nur noch als „Regierungssprecher“, der die Entscheidungen des Unbewussten erklärt und verteidigt. Dr. Hans-Georg Häusel sagt „Alles, was keine Emotion auslöst, ist für das Gehirn wertlos.“ Für das Online-Marketing stellt sich also die Frage, wie erreichen wir das Unbewusste, die emotionale Ebene des (potenziellen) Kunden?

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie Wunschkunden definieren und wie Sie ihre Bedürfnisse erfassen. Sie erstellen detaillierte Wunschkundenprofile (Buyer Persona-Profile) mit demographischen Daten, limbischer Typisierung, Verhaltenspräferenzen und Motivatoren. Sie erstellen eine detaillierte Nutzenanalyse für die jeweilige Persona und leiten davon, die Ausprägungen für die limbischen Typen ab. Mit Hilfe der Metaprogramme aus dem NLP finden Sie heraus, welches die Entscheidungstrigger Ihrer Wunschkunden sind und wie Sie damit Ihre Konvertierungsquoten erhöhen können.

Die Erkenntnisse aus der Profilierung nutzen Sie im Content-Marketing, um relevantere und emotional ansprechendere Inhalte wie Anzeigen- und Produkttexte oder auch Downloadangebote (Leitfäden, Ratgeber, Anwenderberichte, usw.) für Ihre Wunschkunden zu erstellen. Sie erfahren auch, wie Sie Ihre Interessenten automatisiert und individuell bis hin zur Erstkauf-, und Ihre Bestandskunden zur Wiederkaufs-Reife entwickeln.

In diesem 2-Tages-Seminar erhalten Sie neben umfangreichen Einblicken in die Erkenntnisse aus der Psychologie und Gehirnforschung auch viele Tipps und Tricks aus der Praxis für die umgehende operative Umsetzung.

Seminarziele

- Sie lernen das Potenzial von NLP und Neuro-Marketing für das Online-Marketing kennen.
- Sie profilieren Ihre Wunschkunden und erfahren, wie Sie deren Verhaltenspräferenzen und Motivatoren für Ihren Erfolg im Online-Marketing nutzen.
- Sie ergründen den kauftypenspezifischen Nutzen Ihrer Wunschkunden und erfahren, wie Sie diesen für Ihre Online-Aktivitäten einsetzen.
- Sie lernen, wie Sie die Erkenntnisse aus dem NLP und Neuro-Marketing für die Konzeption Ihrer Content-Bausteine nutzen können.
- Sie sind in der Lage, Lead-Nurturing Prozesse zur Interessenten- und Bestandskunden-Entwicklung aufzubauen.
- Sie wissen außerdem, wie Sie die zielsichere Ansprache, Anzeigen, Content-Bausteine und Landingpages gehirngerecht optimieren.

Seminarinhalte – Agenda

Einführung in die Grundlagen von NLP

- Das Modell von NLP und limbischer Vermarktung
- Menschen und ihr Modell von Welt
- Sprache und Denkmuster
- Sinneskanäle, Submodalitäten und Meta-Programme
- positives und negatives Ankern

Einführung in die Grundlagen der limbischen Vermarktung

- Die Bedeutung des limbischen Systems für Entscheidungen und Verkaufen
- Die limbischen Typen
- Produkte und Marken nach dem limbischen Modell

Wunschkunden

- Wie Sie Wunschkunden definieren
- Die Profilierung von Wunschkunden nach dem Buyer-Persona Modell
- demographische Daten, Verhaltenspräferenzen, Motivatoren und limbische Typen
- Nutzenanalyse und Value Proposition nach dem Kauftypen

Content

- Einführung in typengerechtes Content Marketing
- Content-Konzeption nach dem limbischen Modell
- gehirngerecht schreiben
- Content-Distribution

Interessenten-/Kunden-Entwicklung

- Einführung in die gehirngerechte Marketing-Automation
- Lead-Nurturing Prozesse
- Profilanreicherung mit „Progressive Profiling“

Der Einfluss von NLP und Neuro-Marketing auf die Elemente des Online Marketing

- Ansprache
- Webseite
- Webshop
- Landingpage
- Anzeigen

Tipps aus der Verkaufspsychologie für das Online Marketing

Trainer

Norbert Schuster



Norbert Schuster, Strategieberater für die Digitalisierung im Marketing und Vertrieb, hilft Unternehmen mit ihrer Technologie und ihrem Angebot von potenziellen Kunden wahrgenommen zu werden. Er berät und unterstützt sie bei der Strategieentwicklung und Umsetzung von Leadmanagement, der strike2 Wasserloch- Strategie®, Inbound-Marketing und Marketing-Automation.

Er ist NLP Master, Mental Coach, wingwave® Coach, Design Thinking Facilitator, INSIGHTS MDI Berater und Autor der Bücher „Marketing-Automation für Bestandskunden“, „Leadmanagement“ und „Die Inbound-Marketing Methode“.

Marion Borgs



Marion Borgs studierte Betriebswirtschaftslehre, ist Industriekauffrau, NLP Coach (DVNLP) und SCRUM Master. Ihre Schwerpunkte sind Digitalisierung für Vertrieb und Marketing sowie die Organisationsentwicklung in Unternehmen. Besondere Leidenschaft hat sie für das Thema Digitalisierung in Marketing und Vertrieb. Engagiert unterstützt sie hierbei Unternehmen, sich konsequent am Kunden zu orientieren, sowie Leads, Neukunden, Marktpräsenz und Bekanntheit zu generieren. Sie ist überzeugt: „Marketing-Automation und Psychologie im Marketing sind unabdingbar, wenn es darum geht, die richtigen Kunden für sich zu gewinnen.“ Marion Borgs ist seit 1998 Unternehmensgründerin und Geschäftsführerin. Ihr umfassendes Praxiswissen gibt sie seit vielen Jahren als Trainerin und Beraterin weiter.

Teilnehmer

Unser Seminar richtet sich an Marketingleiter, Mitarbeiter im Bereich Online Marketing, Online-Marketing Manager, Webshop-Verantwortliche, eCommerce-Manager und Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag unter anderem für die Generierung von Interessenten und Neukunden zuständig sind.



Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsleiter, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über Marketing-Automation verschaffen möchten.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Unsere Zielgruppe im Überblick:

Marketingverantwortliche, Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb, Social Media Manager, Website- und Online-Marketing-Manager, Geschäftsführer, Entscheider, Selbstständige, Projektleiter und Agenturen

Kosten

	 Präsenzseminar	 Online-Seminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 780,- € zzgl. MwSt.*
Verpflegung	Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke.	entfällt
Reisekosten	Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.	entfällt

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Präsenz-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/nlp-und-neuro-im-online-marketing.html#termine>

Aktuelle **Online-Termine** finden Sie hier:

in Planung

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/nlp-und-neuro-im-online-marketing.html#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.