

„DEN KUNDEN INS GEHIRN GESCHAUT“ – KONSUMENTENVERHALTEN AUF DEM PRÜFSTAND



Entscheidungen pro oder contra eines Produkts oder einer Dienstleistung fallen vielschichtig und komplex aus, oftmals sogar paradox. Welche Erklärungen gibt es dafür und wie kann man dies für das eigene Geschäft nutzen?

Beispielhafte Vortragsinhalte:

- ✓ Kunden sind heute immer mobiler (räumlich und emotional), Stammkundenbeziehungen verlieren an Bedeutung
- ✓ Der hybride Kunde zeigt Kauflust zu „Premium“ und „Discount“, manchmal sogar gleichzeitig
- ✓ Einkaufsentscheidungen fallen zu hohem Maße unbewusst, in 70% der Fälle weiß unser Unterbewusstsein bereits, was gekauft wird
- ✓ Frauen denken, fühlen und kaufen anders als Männer; auch heute noch kaufen Männer eher wie Jäger, Frauen eher wie Sammlerinnen ein
- ✓ Mit „Sinnlichkeit“ mehr punkten: durch Ansprache aller Sinne bleiben (Einkaufs-) Erlebnisse nachhaltig länger in Erinnerung
- ✓ Markenentscheidungen werden vielfach relativ rasch aufgrund vergangener Erfahrungen getroffen. Gut&Co zeigt, wie die Markenindustrie uns hier „verführt“

Ihr Nutzen:

- ✓ Erfahrungen aus rund 20 Jahren Marktforschungspraxis
- ✓ Interdisziplinäre Erklärungsansätze aus Wissenschaft, Forschung und persönlicher Erfahrung
- ✓ Praxiswissen erlebbar mit vielen Beispielen und Aha-Effekt