

Neuromarketing

Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf

Dies ist das erste Buch, das die vielfältigen Erkenntnisse aus der Neuromarketing-Forschung zusammenführt und auf den Arbeitsalltag im Marketing überträgt. Dank vieler Beispiele ist es leicht verständlich und in die Praxis umsetzbar.

Der Blick ins Gehirn der Kunden

Führende Experten und Pioniere des Neuromarketings geben faszinierende Einblicke in die Chancen, die die Hirnforschung dem Marketing von heute und morgen eröffnet.

Inhalte

- Neuro-Imaging 1: Wie man Hirnscannern unbewusste Kauf- und Markenentscheidungen sichtbar machen kann (Dr. Peter Kenning)
- Neuro-Imaging 2: Wie das Schnäppchen-Jäger-Gehirn wirklich funktioniert (Dr. Bernd Weber)
- Neuro-Imaging 3: Wie man Warenpräsentationen am POS (Arndt Traindl)
- Limbic® : Wie man Marken, Produkte gehirngerecht positionieren kann (Dr. Hans-Georg Häusel)
- Was erfolgreiche von weniger erfolgreicher Werbung aus Sicht der Hirnforschung unterscheidet (Dr. Christian Scheier)
- Story Telling: Warum das Konsument-Gehirn Geschichten liebt (Dr. Werner Fuchs)
- Brand Sense: Warum multisensorisches Marketing Zukunft hat (Martin Lindstrom)
- Cultural Neuroscience: Wie Hirnforschung hilft, in Asien gute Geschäfte zu machen (Dr. Hanne Seelmann-Holzmann)
- Quality of Media: Wie die Brain Sciences das Medien-Marketing verändern (Michael Pusler)
- Die Neuromarketing-Strategie eines internationalen Markenartikel-Herstellers (Interview mit Dr. Hans-Willy Schroiff)
- Die Neuromarketing-Strategie einer internationalen Agenturgruppe (Interview mit Uli Veigel)
- Welche Consumer-Insights von Hirnscannern zukünftig zu erwarten sind (Interview mit Prof. Dr. Christian Elger)
- Wohin sich die Hirnforschung entwickelt und was das für das Neuromarketing bedeutet (Interview mit Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer).