

Neuro-Logik

erfolgreicher Marken-Kommunikation

Dr. Christian Scheier
www.decode-online.de

decode Leistungsspektrum



W&V

Frage an Herrn Schroiff:

Nutzen Sie bei Henkel Erkenntnisse aus der Hirnforschung für das Marketing?

Antwort von Herrn Schroiff:

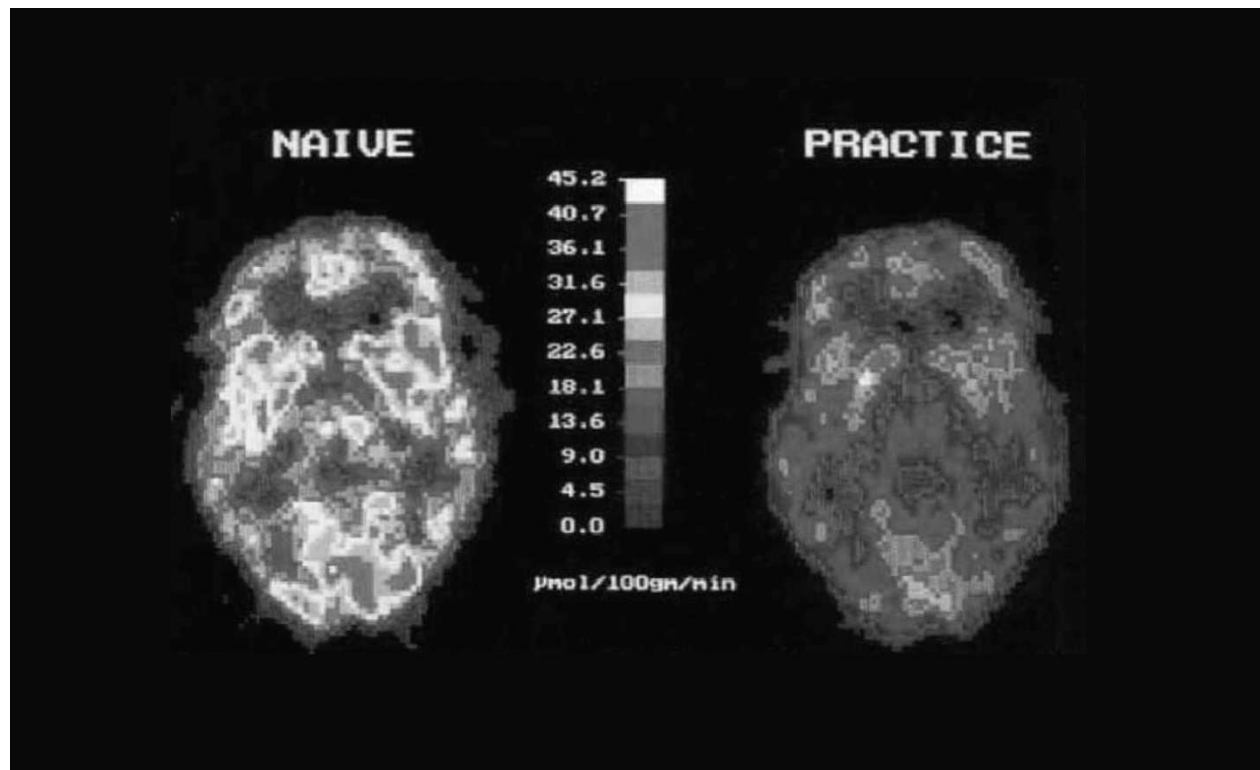
Bei dieser Frage muss ich schmunzeln. Im Spektrum der Presse stellt sich das Thema so dar, als hätte es vor der aktuellen Hirnforschung nichts gegeben, als hätten wir im Dunkeln getappt.

Werben & Verkaufen, Nr. 3 / 2008

Was haben diese Marken gemeinsam?

The logo for Yahoo!, featuring the word "YAHOO!" in a bold, red, serif font with a registered trademark symbol (®) to the right.The logo for Dell, featuring the word "DELL" in a bold, blue, sans-serif font with a registered trademark symbol (™) to the right.

Wie Experten entscheiden

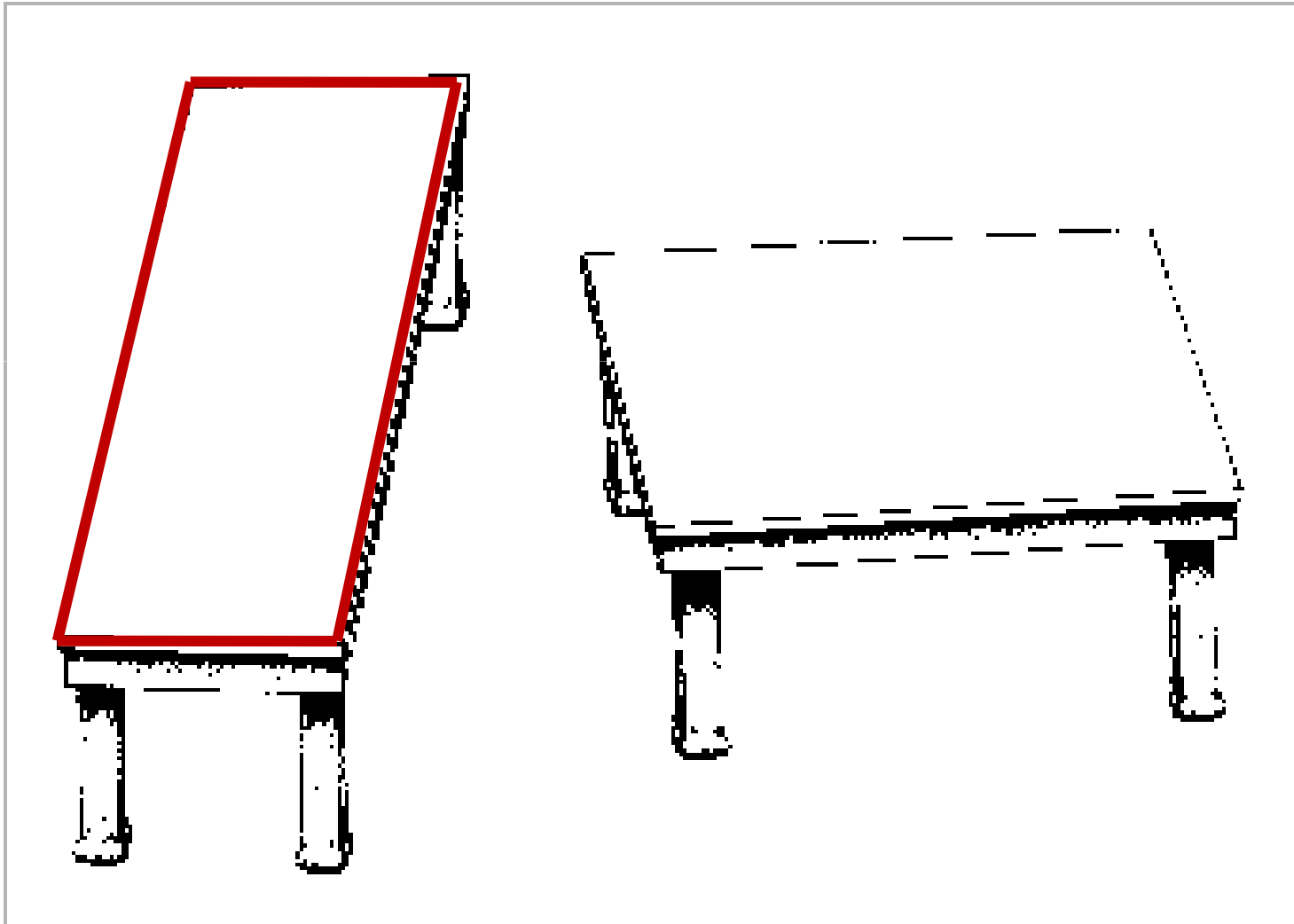


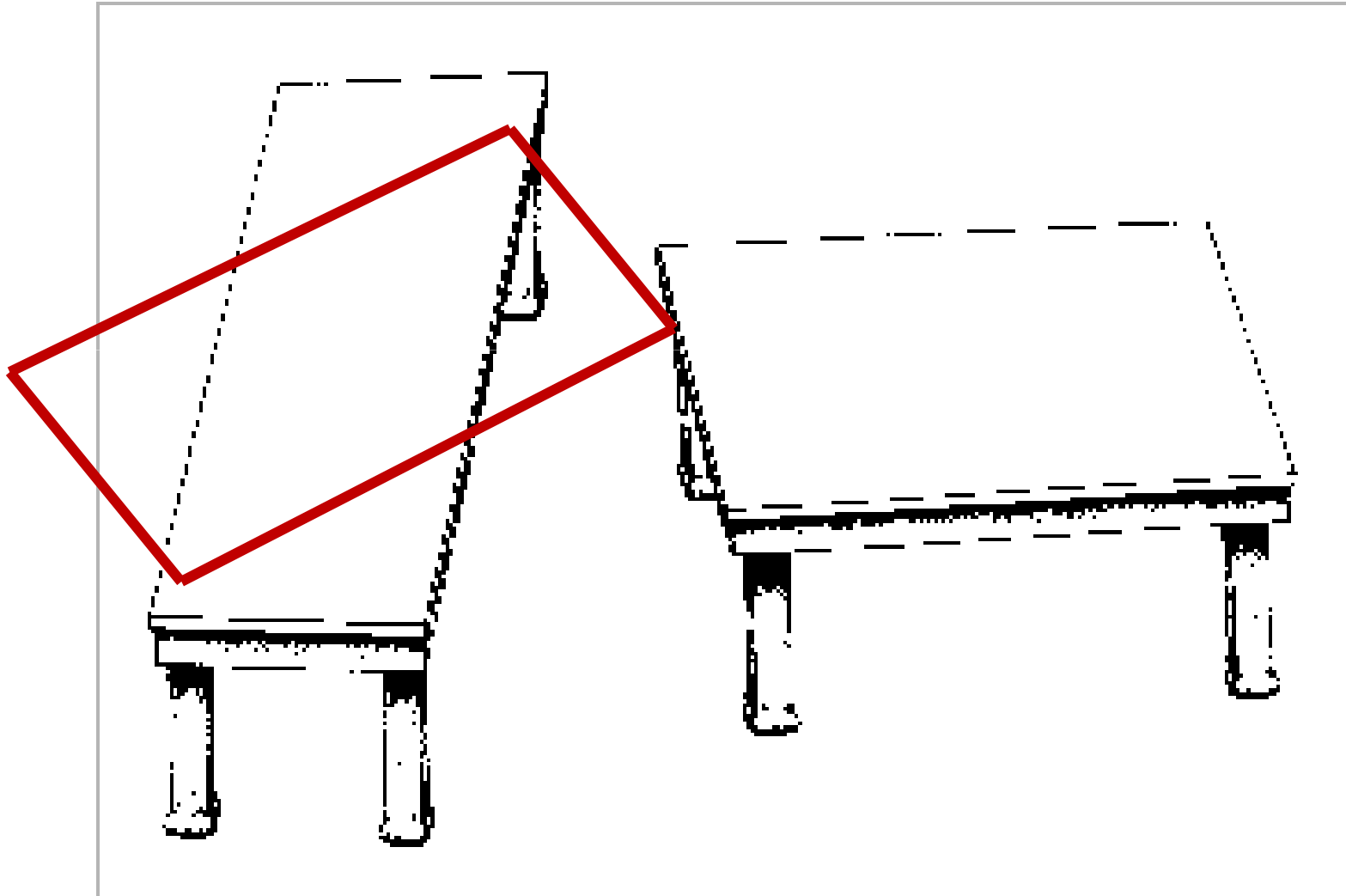
INTUITION

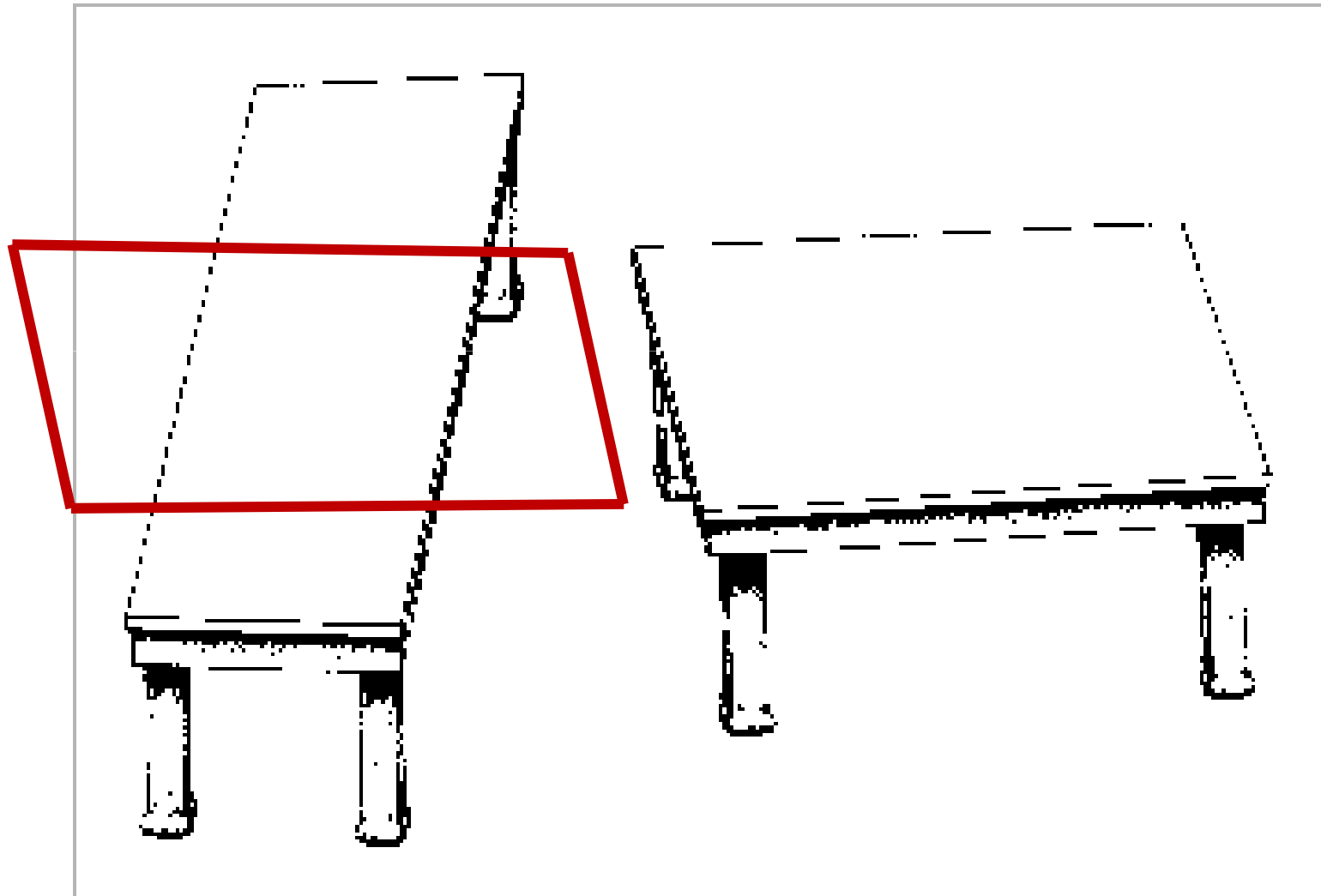


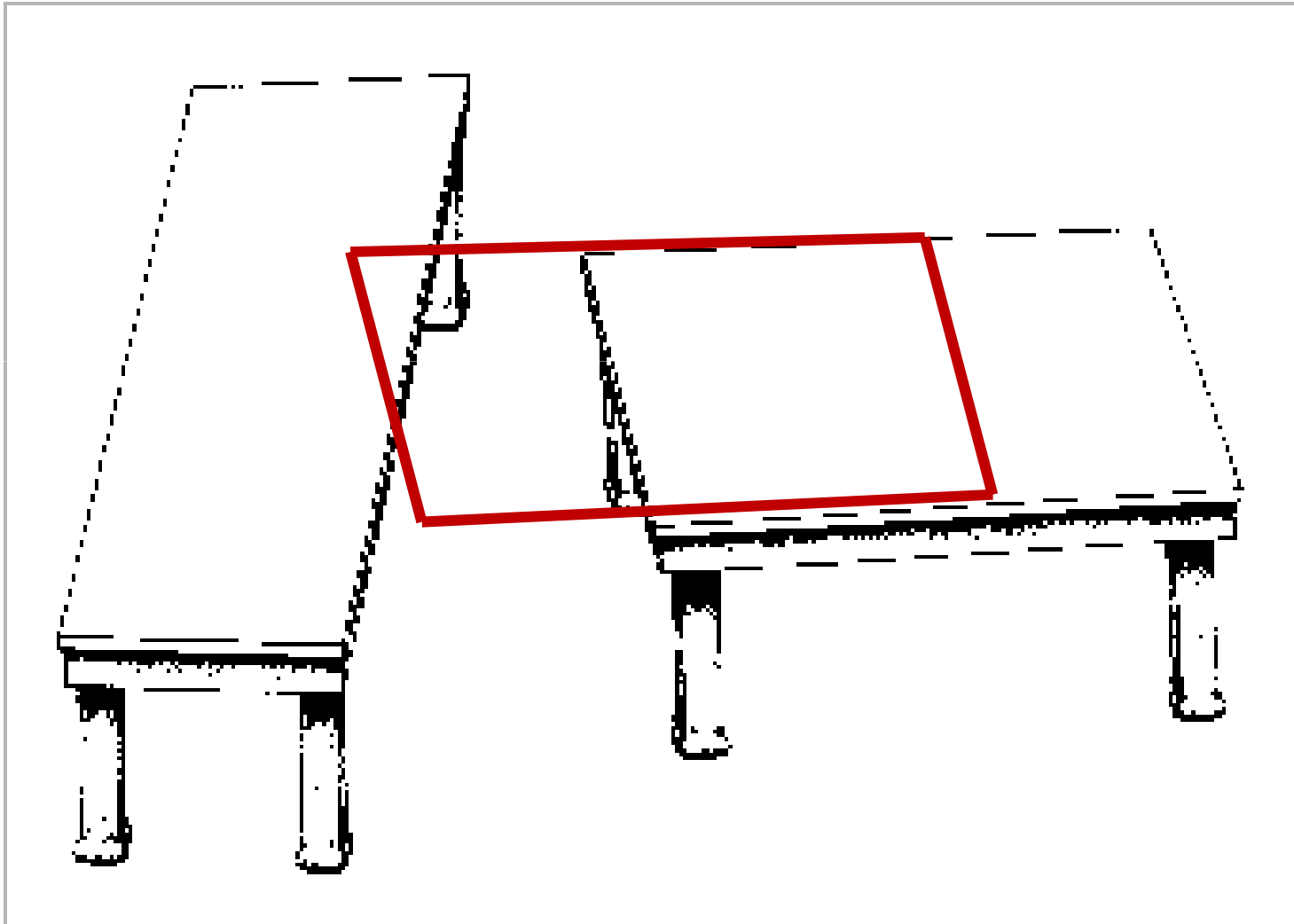
1.10€

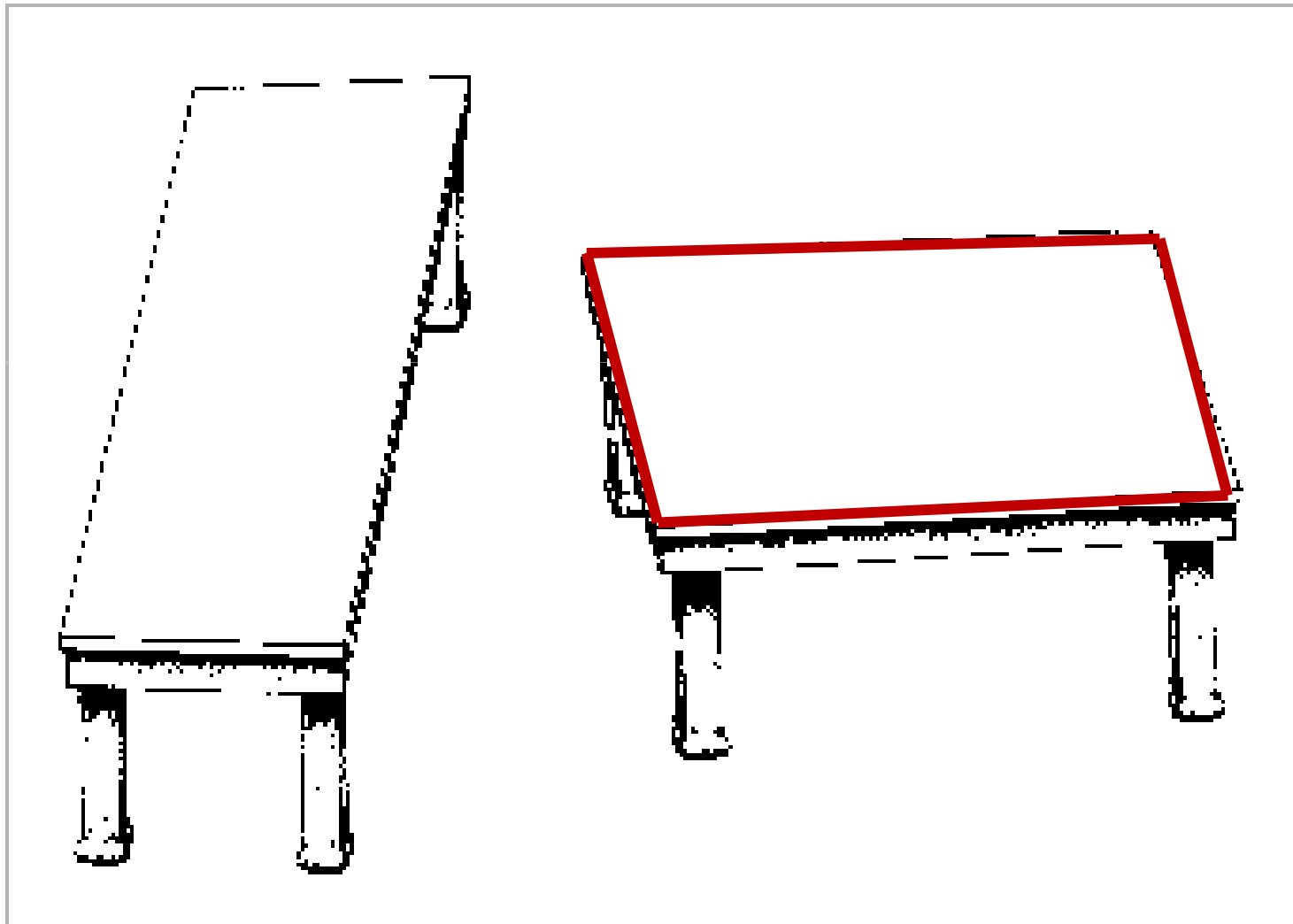
**Schläger: 1€ mehr als Ball
Was kostet der Ball?**







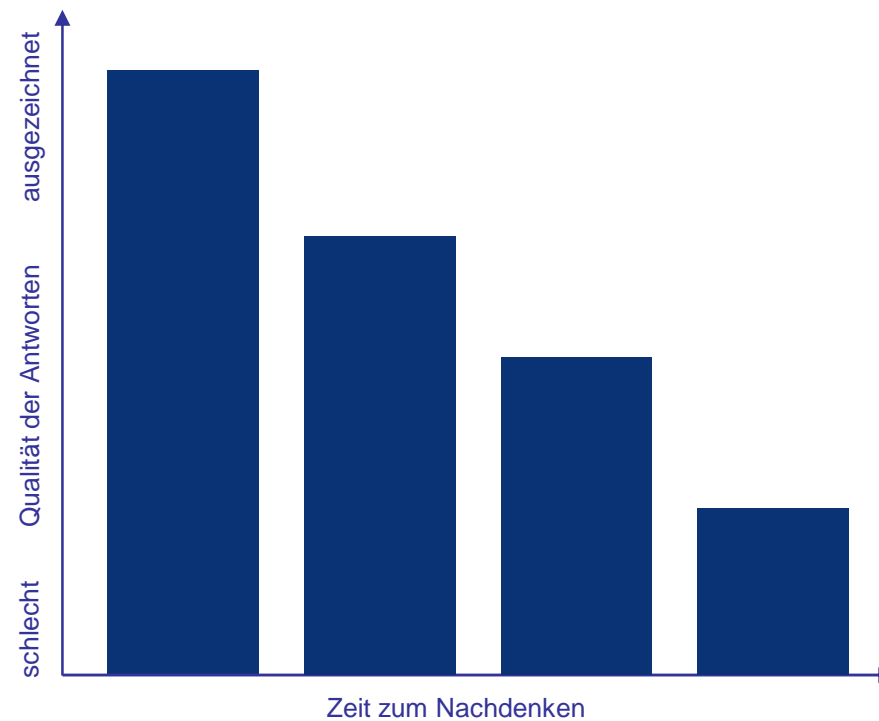






Der Hatsdun verbraucht wenig Sprit	Der Kaiwa verbraucht wenig Sprit
Der Hatsdun ist leicht zu bedienen	Der Kaiwa ist schwer zu bedienen
Der Hatsdun hat einen großen Kofferraum	Der Kaiwa hat einen großen Kofferraum
Der Hatsdun ist ganz neu	Der Kaiwa ist in vielen Farben zu bekommen
Der Hatsdun ist in vielen Farben zu bekommen	Der Kaiwa ist in vielen Farben zu bekommen
Der Service für den Hatsdun ist hervorragend	Der Kaiwa bietet viel Bewegungsfreiheit für die Füße
Der Hatsdun bietet wenig Bewegungsfreiheit für die Füße	Die Gänge beim Kaiwa gehen leicht
Die Gänge beim Hatsdun gehen schwer	Der Kaiwa hat keine Becherhalter
Der Hatsdun hat Becherhalter	Der Kaiwa hat kein Schiebedach
Der Hatsdun hat ein Schiebedach	Der Kaiwa ist ziemlich umweltfreundlich
Der Hatsdun ist relativ umweltfreundlich	Der Kaiwa hat eine schlechte Akustik
Der Hatsdun hat eine schlechte Akustik	Der Kaiwa ist alt

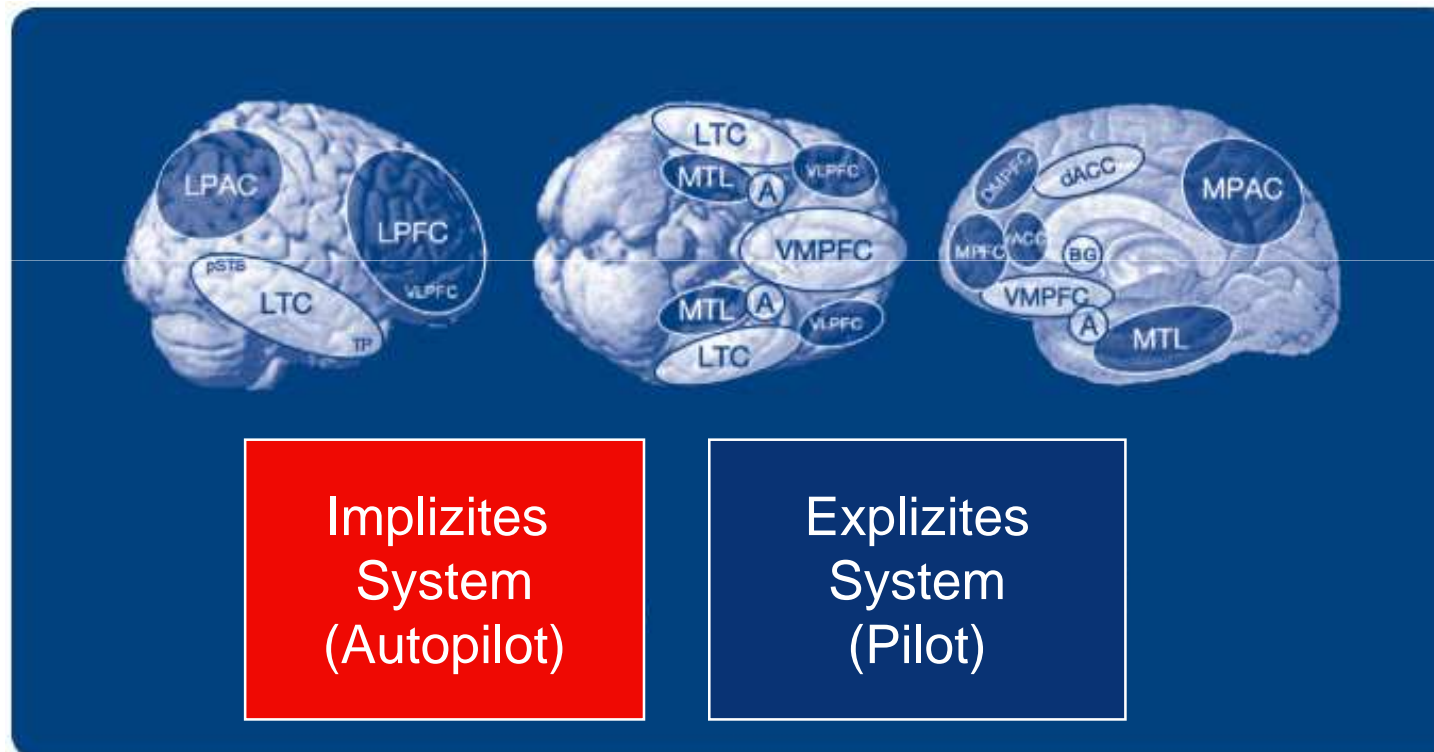
Dijksterhuis, et al. (2006). On Making the Right Choice. *Science*.



Zwei Systeme im Gehirn




gelb	gelb	blau	blau	gelb
grün	grün	grün	rot	gelb
grün	weiß	gelb	blau	Rot
schwarz	rot	rot	gelb	blau
rot	blau	rot	grün	Rot

Zwei Systeme im Gehirn

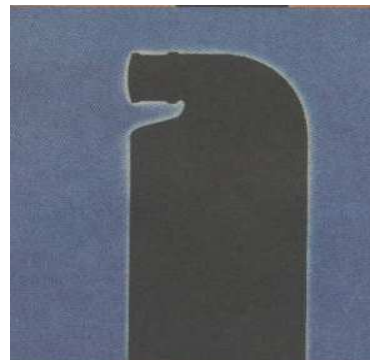
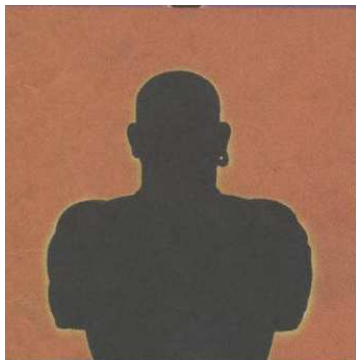
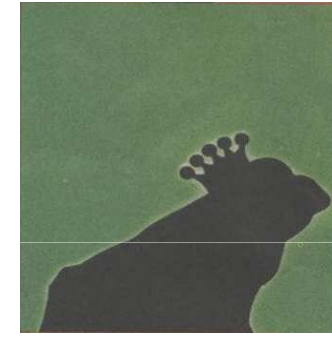




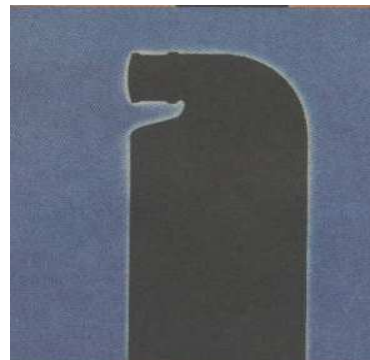
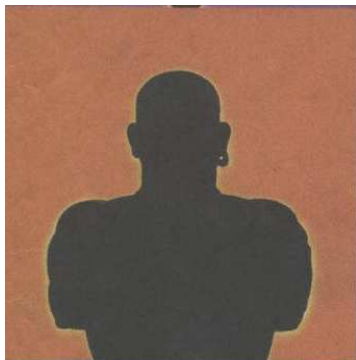
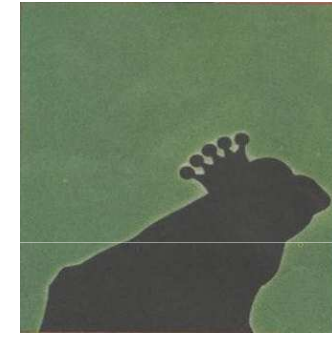
Kapazität Autopilot & Pilot

Input	Autopilot (Bits per Second)	Pilot (Bits per Second)
	10.000.000	40
	100.000	30
	1.000.000	5

Muster-Erkennung



Muster-Erkennung



KONTRASTIERUNG

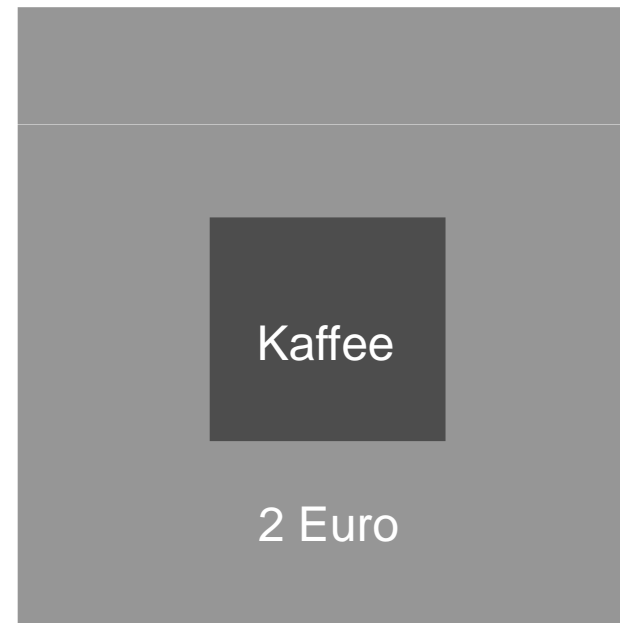
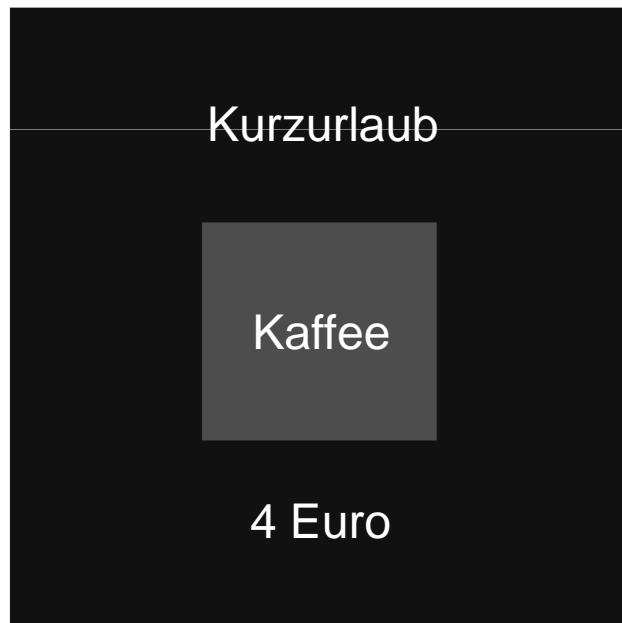
Du Darfst 1990

Du Darfst 2004

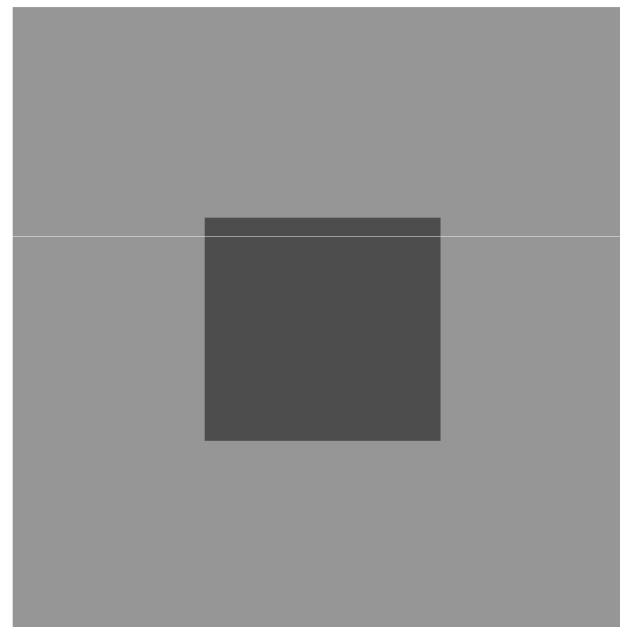
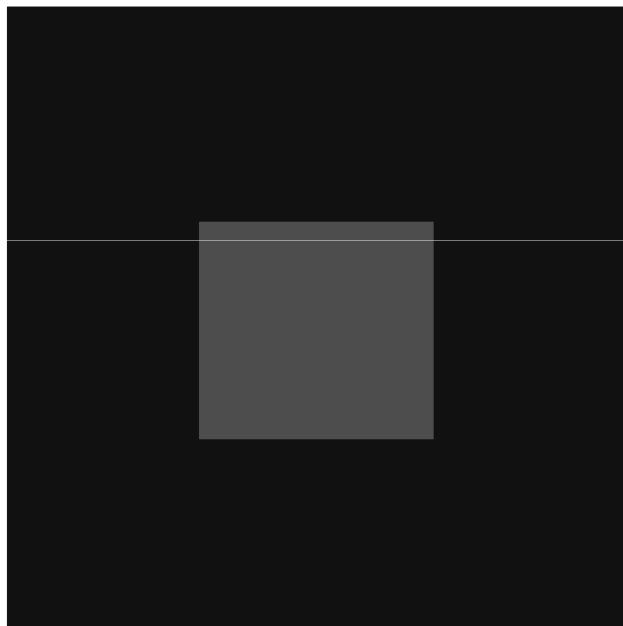
Du Darfst 2005

Du Darfst 2007

Mentales Modell = Frame

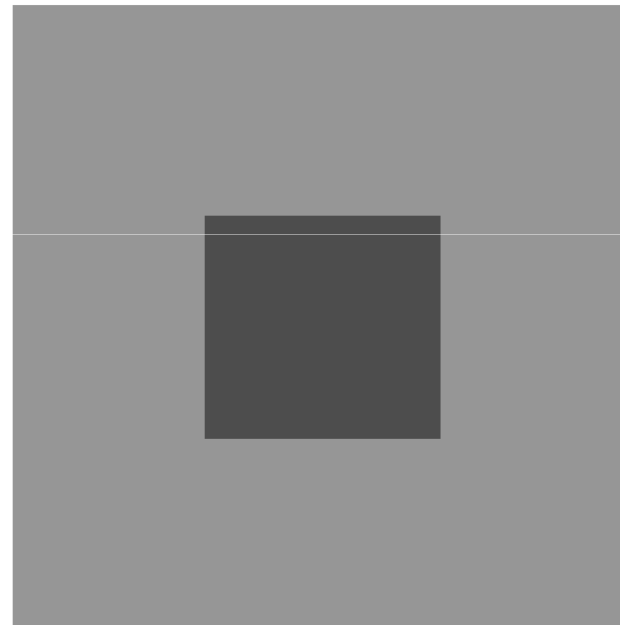
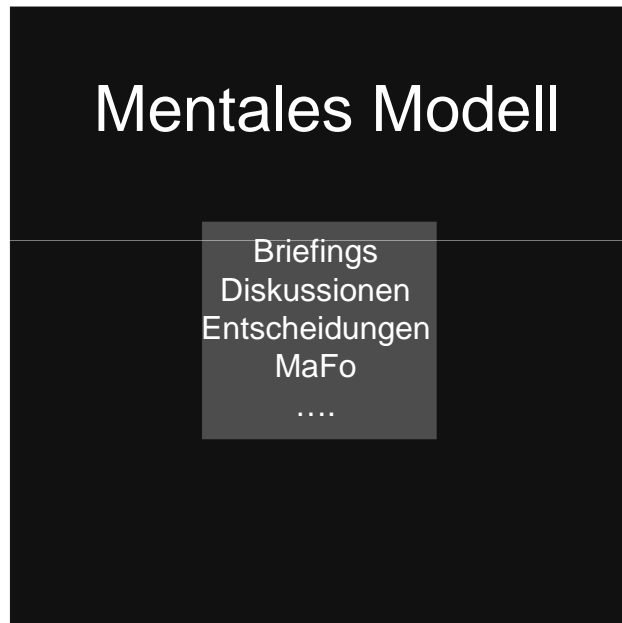


Figur – Hintergrund - Prinzip



Framing-Effekt

Mentales Modell = Frame



BELOHNUNG

Belohnungen

- Was wird gemessen?
- Auf welche Kennzahlen wird geachtet?
- Was steht in den Briefings?
- Wie ist der Gesamtprozess?
- Was sind die Erfolgsgeschichten?
- Was hat das Unternehmen erfolgreich gemacht?

INTUITION managen :

Potentiale freilegen

Für Neugierige



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit