



**WISSEN  
MACHT  
ERFOLG**

# Neuromarketing & Verkaufpsychologie

Werkzeuge & Techniken um  
Verkauf und Marketing zu  
optimieren

## Das nehmen Sie mit

Nehmen Sie Ihre hochwirksame Tool-Box aus Psychologie und Gehirnforschung mit, um Verkauf und Marketing zu optimieren. Sie erarbeiten Werkzeuge und Techniken, um in Zeiten digitaler Beschleunigung, Informations- und Angebotsüberflutung erfolgreicher im Verkauf zu werden und erweitern Ihr Repertoire an situations- und zielgruppengerechten Verkaufs- und Kommunikationstechniken. Nach dem Seminar steht Ihnen ein passwortgeschützter Zugang zu einem speziellen Internetportal mit Manuals, Checklists, Toolboxes und Best Practices offen.

## Ihr Programm im Überblick

### 1. Tag: Expectation economy

- Aktuelle Rahmenbedingungen erfolgreicher Verkaufspsychologie: Informations- und Angebotsüberflutung; Kommunikationstrends; „fluid world“ und Rahmenbedingungen der experience & expectation economy
- Wer sind meine potenziellen Neu-Kunden? Worin übertreffe ich meine Mitbewerber? Wie begeistere ich meine Kunden?

### Überzeugen mit System

- Überzeugen und Argumentieren mit System: Persuasionstechniken & Neuromarketing
- Wie muss man ein Angebot strukturieren, um die Botschaft schnell und verständlich zu kommunizieren?
- Beeinflussung des Entscheidungsverhaltens; Arten der Kaufentscheidungen; Judgment & Decision Making

### Kaufmotive & Emotionen

- Kaufmotive und der Einfluss von Emotionen auf das Kundenverhalten
- An Kundentypen angepasste Verhandlungstechniken und Verhandlungsstile; Persönlichkeitstheorien; Diversity-Management

### 2. Tag: Behandlung von Einwänden

- Behandlung von Kundeneinwänden; Abwehrmechanismen im Gespräch
- Kundenbedürfnisse erfassen: Methoden des aktiven Zuhörens; Arten des gefühlten Risikos
- Verkäufer: Produkte/Dienstleistungen oder Erlebnisse verkaufen?

### Profiling-Methoden

- Instant-Profiling: Durch gezielte Frage- und Beobachtungstechniken im Beratungsgespräch auf das Persönlichkeitsprofil des Kunden schließen
- Phasenmodelle des Verkaufsprozesses; Phasen der Entscheidungsfindung; Entscheidungslogiken

### B2B und B2C, on- und offline

- Unterschiede der Kaufentscheidungsprozesse im B2B und B2C
- Entdecken latenter Kunden-Wünsche durch Profiling-Methoden
- Gestaltung von physischen und digitalen Verkaufssituationen

## Zeiteinteilung:

- Erster Tag: 09:30–17:30 Uhr
- Zweiter Tag: 09:00–16:30 Uhr

## Interessant für

- Key Account und Sales Manager
- Produktmanager und Marketingverantwortliche
- Unternehmer und Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Sales und Markenführung
- Alle in Marketing & Sales tätige Personen, die nach neuen Möglichkeiten der Steigerung ihrer Verkaufserfolge suchen

## Referent\*in



**Univ.-Lekt. Mag. Dr. Josef Sawetz**

Kommunikations- und Marketingpsychologe an der Universität Wien

## Termine & Optionen

DATUM	DAUER	ORT	FORMAT	PREIS
23.05.2024-24.05.2024	2 Tage	Virtual Classroom	Online	€ 1.150,-
23.05.2024-24.05.2024	2 Tage	Wien	Präsenz	€ 1.150,-
16.12.2024-17.12.2024	2 Tage	Virtual Classroom	Online	€ 1.150,-
16.12.2024-17.12.2024	2 Tage	Wien	Präsenz	€ 1.150,-

## Beratung & Buchung



**ARS Bildungsberatung**

+43 1 713 80 24-71 [✉ bildungsmanagement@ars.at](mailto:bildungsmanagement@ars.at)