



Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch)

Hans-Georg Häusel

 **Download**

 **Online Lesen**

Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch)

Hans-Georg Häusel

 [Download Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung ...pdf](#)

 [Read Online Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung ...pdf](#)

Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch)

Hans-Georg Häusel

Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) Hans-Georg Häusel

Downloaden und kostenlos lesen Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) Hans-Georg Häusel

232 Seiten

Kurzbeschreibung

Sieger zeichnen sich durch eine Gemeinsamkeit aus - die absolute Passion für das Detail. Wer bei 1000 Kleinigkeiten besser ist, hat schließlich den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung. Besonders wichtig: Diese 1000 Kleinigkeiten werden vom Käufer oft nur unbewusst wahrgenommen. Sie ergeben im Kundenhirn ein Gesamtbild des Produkts oder einer Dienstleistung und sorgen dafür, dass er das Produkt gegenüber einem anderen vorzieht. Inhalte: Wie aus Sicht der Hirnforschung eine überzeugende Komposition der 1000 Kleinigkeiten entwickelt wird. Product Boosting: Wie Sie die inneren Werte von Produkten und Marken steigern. Service Boosting: der emotionale Weg zur Kundenbindung. Zahlreiche Erfolgsbeispiele aus Vertrieb, Service, Markenaufbau und Produktgestaltung. Neu in der 2. Auflage: So funktioniert Emotional Boosting im World Wide Web. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Dr. Hans-Georg Häusel (Dipl. Psychologe) zählt international zu den führenden Experten in der Marketing-, Verkaufs- und Management-Hirnforschung. Er ist Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich. Sein Buch „Brain View – Warum Kunden kaufen“ wurde von einer internationalen Jury zu einem der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten gewählt. Das von ihm entwickelte Limbic® Modell gilt heute als das weltweit beste Instrument zur Erkennung bewusster und unbewusster Lebens- und Kaufmotive sowie zu einer neuropsychologisch fundierten Marken- und Unternehmensentwicklung. Er berät viele namhafte Markenhersteller, Handelsunternehmen und Banken. Durch seinen faszinierenden Ansatz und seinen unterhaltsamen Vortragsstil ist Dr. Häusel auf vielen nationalen wie internationalen Veranstaltungen einer der gefragtesten Keynote-Speaker im deutschsprachigen Raum. Er wurde mit dem Excellence Award als einer der besten Redner ausgezeichnet. Mehr über Dr. Häusel erfahren Sie unter www.haeusel.com

Leseprobe. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten.

Warum nur Emotionen Wert und Werte schaffen Was Sie in diesem Kapitel erwartet: Alchimisten haben schon immer davon geträumt, aus Wasser Gold zu machen. Was damals unmöglich war, ist heute fast Realität. Durch Emotional Boosting wird z. B. der Wert von Wasser um das 75.000fache gesteigert. Wer in Verkauf und Marketing Erfolg haben will, verabschiedet sich vom Bild des bewussten und rationalen Kunden. Er drückt besser systematisch die unzähligen Kaufknöpfchen, die im Unbewussten des Kundengehirns vorhanden sind. Würden Sie liebe Leserin und lieber Leser für ein Produkt tausendmal mehr bezahlen, als es eigentlich wert ist? „Nie und nimmer“ werden Sie sagen - allein schon das Ansinnen, dass Sie so unvernünftig handeln könnten, stellt schon fast den Tatbestand einer Beleidigung dar. Schließlich, und das ist unser Selbstbild, sind wir doch rational und bewusst handelnde Akteure oder in unserem speziellen Fall: Konsumenten. Wir, so glauben wir, entscheiden bewusst und vernünftig. Mehr bezahlen als ein Produkt wert ist? Niemals! Doch lassen Sie sich überraschen: Werfen wir dazu einen Blick in die Welt des Alltagskonsums. Das sicherlich profanste Produkt, das man sich so denken kann, ist Wasser. Wenn man wie ich, im Münchner Süden wohnt, hat man das Glück, dass das Leitungswasser direkt aus den bayerischen Alpen kommt. 0,75 Liter dieses qualitativ guten Wassers kosten inklusive Abwassergebühr 0,12 Cent. Nun gehen Sie in den Supermarkt und kaufen eine 0,75-Liter-Flasche eines Markenwassers. Nach Abzug des Pfands für die Glas- oder PET-Flasche zahlen Sie dafür rund 80 Cent. Das Wasser, so versichern Lebensmittelchemiker, ist nicht besser und nicht gesünder als meines aus dem Wasserhahn. Für das normale Markenwasser haben Sie also bereits 650-mal soviel bezahlt als es wert ist. Warum? Weil offensichtlich ein Markenetikett genügt hat, in Ihrem Gehirn den Geldbeutel zu öffnen. Aber wir sind noch nicht am Ende unserer Reise. Jetzt gehen Sie abends nett essen und bestellen sich zum Wein ein Apollinaris, ein San Pellegrino oder ein Perrier. Auf der Rechnung finden Sie für dieses Wasser den Preis von 7 Euro. Von unserem Ausgangspunkt 0,12 Cent gerechnet, handelt es sich um eine Steigerung um den Faktor 6000! Warum haben Sie das bezahlt? Zum einen, weil es eine Premium-Marke war. Zum andern, weil das Wasser in einem edlen Umfeld von einem vornehmen Ober serviert wurde. Sie sind verblüfft - aber unsere Wasser-

Reise hat noch einen weiteren Höhepunkt. Nach diesem Essen gehen Sie mit Ihrem Partner oder Ihrer Partnerin in einen absoluten „In-Club“. Alles ist hier ganz stylish und die Geld-Elite Ihrer Stadt gibt sich in diesem Lokal regelmäßig ein Stelldichein. Auch hier bestellen Sie sich ein Wasser. Der Barkeeper fragt, ob Sie lieber ein Bling-Gold- oder ein Voss-Wasser haben wollen. Sie kennen keines von beiden. Der Barkeeper meint, Bling-Gold sei der große Renner und absolut „in“ und so bestellen Sie davon eine Flasche. Der Barkeeper bringt die Flasche an den Tisch und entfernt, wie bei einem Wein, die Metallkappe, um sie dann mit einem Korkenzieher zu öffnen. Er gießt Ihnen ein und lässt Sie dann mit der Flasche alleine. Sie staunen. Das matte Glas fühlt sich sanft und wertvoll an und der Schriftzug besteht aus aufgesetzten Swarovski-Kristallen. Sie trinken das Wasser voller Ehrfurcht. Aber wenn Sie ehrlich sind: Sie stellen keinen Unterschied zu einem normalen Wasser fest. Das einzige, was Sie feststellen, sind die neugierigen Blicke Ihrer Tischnachbarn.

Download and Read Online Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch)
Hans-Georg Häusel #XKBYTW1ILJA

Lesen Sie Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel für online ebook Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel Bücher online zu lesen. Online Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel ebook PDF herunterladen Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel Doc Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel Mobipocket Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung (Haufe Fachbuch) von Hans-Georg Häusel EPub