

Wie man Menschen menschlich aktiviert



Karsten Brocke ist Referent des Marketing-Symposiums am 27. November an der Fachhochschule Salzburg. Er gilt als DER Speaker zum Thema Neuromarketing.

Karsten Brocke ist seit Jahren einer der gefragtesten Speaker und Verhaltens-Trainer im Themenfeld des beratenden Verkaufes, der Neukunden-Gewinnung und der Kaufpsychologie. Sein Schwerpunkt liegt in der AKTIVIERUNG von Menschen. Dazu nutzt Herr Karsten Brocke die konsequente Umsetzung der „Verhaltensökonomie“.



Karsten Brocke Bild: SN/MARK.SYMPOS.

Frage: Berichten Sie bitte kurz über das Thema, über das Sie am 27. November referieren werden.

Karsten Brocke: Mein Vortrag hat das Ziel, die Teilnehmer fitter zur modernen Vermarktung zu machen. Ziel ist es den Verkauf und die Beratung – insbesondere im Bereich des Neuromarketing – noch stärker mit Leben zu erfüllen, den Kaufprozess, die Kundenan-

sprachen, die Bestandskundenpflege und die Neukundengewinnung so darzustellen, dass die Teilnehmer besser verstehen wieso überhaupt ein Mensch kauft.

Frage: Welchen Schwerpunkt setzen Sie genau im modernen „Kaufprozess“?

Brocke: Ich werde erläutern wie so ein Kaufprozess in un-

serem Gehirn abläuft. Was wirklich passiert und wieso Menschen kaufen. Hier spielen viele Grundmotive in uns eine wesentliche Rolle. Die Bewusstwerdung dieser Prozesse ist sehr sinnstiftend und macht Mut diesen Prozess aktiv herbeizuführen.

Frage: Wie herbeiführen?

Brocke: Durch die Aktivierung von Menschen mit der Methodik der Beeinflussung ist es möglich Kaufprozesse anzustoßen und dafür zu sorgen, dass ein Mensch kauft – weil ER kaufen will. Das Besondere daran ist, dass er es selbst WILL und nicht manipuliert, sondern AKTIVIERT wird.

Frage: Bedeutet dies, dass der Mensch „manipulierbar“ ist?

Brocke: Ja klar. Die Werbung macht sich diese Methode gern zu nutze. Sie kaufen zum Beispiel ACTIMEL weil es wetterfest macht. Das war wohl

die Werbelüge des Jahres 2010, gekürt von Foodwatch.

Frage: Was halten Sie von den Methoden?

Brocke: NICHTS! Es ist aus meiner Sicht nicht in Ordnung Menschen zu verblenden und ihnen etwas vorzumachen – was sich dann in der Realität als Unsinn entpuppt.

Frage: Sie zeigen demnach auf in ihrem Vortrag wie es seriös und Menschenwürdig geht, dass Menschen zum Kauf so beeinflusst werden, dass SIE es wirklich wollen?

Brocke: Die Teilnehmer werden erkennen, was zu tun ist um menschenwürdig und erfolgreich einen Kaufprozess anzustoßen und dann die Käufer gern und ohne ein „schlechtes Gewissen“ kaufen können und werden.

■ **Anmeldung unter:** www.marketing-symposium.at