

«Neuromarketing – Wie viel digital können analoge Hirne überhaupt verarbeiten?»

Donnerstag, 21. April 2022, bei «Aroma», Zürich Oerlikon

Referent	Dr. Hans-Georg Häusel, München Neuromarketing-Vordenker und Entwickler des Limbic® Modells. Autor des Buches «Brain View – Warum Kunden kaufen». Dieses Buch wurde zu einem der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten gewählt.
Ort	Aroma-Studio , Binzmühlestrasse 170, 8050 Zürich, Eingang West Lageplan und Zufahrt unter www.asw.ch/lageplan-aroma
Datum, Zeit	Donnerstag, 21. April 2022 , ab 8.30 – ca. 16.30 Uhr inklusive Lunch 13.00 – 14.00 Uhr, ab 16.30 Uhr Apéro
Kosten	Für Aktiv-Mitglieder und geladene Gäste kostenlos Andere: CHF 450.00 pro Person, inkl. Lunch und Apéro
Zielgruppe	Agenturinhaber*innen, Berater*innen, strategische Planer*innen
Anmeldung	Bis spätestens am 14. April 2022 über unsere Website asw.ch Menüpunkt «Agenda»
Anmerkung	Durch deine Teilnahme erteilst du uns die Einwilligung zu Foto- und Filmaufnahmen deiner Person sowie deren Veröffentlichung in unseren Online- und Offline-Medien. Falls lieber nicht: bitte vor Ort direkt beim Fotografen/VJ melden.

Wissensziele

Kaufentscheide fallen weitgehend unbewusst aufgrund emotionaler Programme und Mechanismen, die sich im Lauf der Evolution entwickelt haben. Wir erfahren:

- Wie Kaufentscheide im Gehirn wirklich fallen
- Wie Emotionen und Kaufmotive ausgelöst werden
- Wie Werbung im Gehirn wirkt
- Erfolgsstrategien im digitalen Marketing

Kurz: Die unbewussten «Kaufknöpfe» kennen und gekonnt bedienen.

Programm

ab 08.30h	Eintreffen, Kaffee und Gipfeli
09.00h	Begrüssung und Einführung
09.10 – 10.15h	Referent Dr. Hans-Georg Häusel <ul style="list-style-type: none">■ Neuromarketing – was ist das?■ Wie Kaufentscheide im Gehirn wirklich fallen
10.15 – 10.45h	Pause
10.45 – 11.45h	<ul style="list-style-type: none">■ Emotionen und Kaufmotive aus Sicht der Hirnforschung■ Cues & Codes – die Macht der kleinen Signale
11.45 – 12.00h	Pause
12.00 – 12.50 h	■ Multisensorik im Gehirn und wie Werbung wirkt
13.00 – 14.00h	Lunch in der Dachkantine
14.00 – 15.00h	<ul style="list-style-type: none">■ Erfolgsstrategien im digitalen Marketing■ Limbic-Types – was Kunden unterscheidet
15.00 – 15.30h	Pause
15.30 – ca. 16.30h	<ul style="list-style-type: none">■ Wie man Zielgruppen erkennt und begeistert■ Wie man in «alten Gehirnen» starke Marken aufbaut
ab 16.30h	Austausch auf der Dachterrasse, Apéro mit leckeren Snacks und einem Tässchen Bier – oder so.