

EASY-

NEUROMARKETING IM FINANZVERTRIEB



Finanzvertrieb ist heute ein psychologischer Prozess, der Verkäufer und Kunden gleichermaßen betrifft.



VERKAUF

Es war noch nie so leicht, Finanzprodukte zu verkaufen. In Anbetracht der andauernden Krise, in der die Finanzberater ihre Kunden kaum zum Handeln bewegen können, mag das eine provokante Aussage sein. Aber wenn man weiß, wie es geht, dann ist Verkauf ein Leichtes. Das zu-

Wirtschaft gebraucht wird. „Ich komme ursprünglich selbst aus dem Finanzgeschäft und weiß, was hier alles falsch läuft. Mit reinem Produktverkauf ist heute nichts mehr zu holen. Man muss in die Gehirne der Käufer eindringen“. Isak legt aber Wert darauf, ethisch korrekt zu handeln und lehnt Manipulatio-

erfolgreich umgesetzt hat und bietet nun dieses Wissen auch anderen Interessierten an.

RICHTIGES DENKEN FÜR VERKÄUFER UND KUNDEN

Für Isak ist es wichtig, in den Gehirnen der Verkäufer und Käufer bestimmte Botenstoffe erzeugen zu lassen. Dafür sieht er ein gezieltes Denken verantwortlich. Das Denken beim Verkäufer kann trainiert werden. Dieses wird in der Folge natürlich auch Auswirkungen auf die Kunden haben, aber das Gehirn des Kunden braucht schon früher Impulse, die vom Verkäufer in der Folge abzurufen sind. Dafür hat Isak nicht nur ein eigenes Trainingsprogramm entwickelt, sondern zeigt auch, welche Tools eingesetzt werden können.

Das Grundprinzip seines Programms hört sich einfach an und ist deshalb für jedermann nachvollziehbar. „Denken schafft immer Wirklichkeiten“, betont Isak. Diese Wirklichkeit herzustellen, braucht aber ein systematisches und vor allem methodisches Vorgehen. Die Methode verrät Isak in seinen Seminaren und Coachings. ◀



Wörter wie Anleihen oder Aktien verursachen heute negative Assoziationen



mindest verspricht eine Strategie, die im Neuromarketing den Schlüssel zu einem neuen Vertriebsweg sieht.

DAS GEHIRN ENTSCHIEDET

Kaufentscheidungen der Kunden fallen – na klar – im Kopf. Der Schlüssel ist also unser Gehirn. Bisher haben sich Motivations-, Kognitions-, Kommunikations- und vor allem Verkaufspsychologen um die Sache des richtigen Verkaufs gekümmert. „All diese psychologischen Schulen sind im Vertrieb wichtig. Alleine können sie aber gar nichts ausrichten. Außerdem fehlen wichtige Elemente, wie die Verhaltenspsychologie, die Lernpsychologie und vor allem die Neuropsychologie“, meint der Mentalpsychologe DDDr. Karl Isak, dessen mentalpsychologisches Buch zum Thema Schmerz (erschienen im Goldegg-Verlag) gerade Beachtung findet. Die Mentalpsychologie sieht Isak als Überbau – also als eine Art Metapsychologie, die auch in der

nen ab. Schließlich vertritt er die Grundsätze der „Positiven Psychologie“, die seiner Meinung nach in der Wirtschaft und insbesondere im Verkauf ohnehin zu kurz kommen. „Ein glücklicher Kunde ist ein ewiger Kunde. Ein glücklicher Mitarbeiter ist ein erfolgreicher Mitarbeiter.“

NEGATIVES VORWISSEN VERHINDERT KAUFENT- SCHEIDUNGEN

Für den Experten ist klar, warum heute der Verkauf so schwer fällt. „Alleine Wörter wie Anleihen oder Aktien lassen das Gehirn auf vorhandenes Vorwissen zurückgreifen – und dieses ist heute definitiv negativ besetzt. Wir müssen in der Kommunikation auf gegebene Prägungen Rücksicht nehmen, solche umprogrammieren oder Alternativen schaffen. Das kann jeder Verkäufer und dazu gibt es Trainingsprogramme.“ Isak beruft sich dabei auf Coachings, wo er diese Programme schon

INFOS

DDDr. Karl Isak
Institut für Mentalpsychologie
Trainings und Coachings

Tel. 04223 22890
kontakt@mentalpsychologie.com

www.mentalpsychologie.com