Neuromarketing

Lernbereich: Online Marketing Business
Kursdauer: 4 Wochen (Vollzeit), 8 Wochen (Teilzeit)
Relevanz: Fruchtbare Marketingstrategien dank neuster Erkenntnisse aus Hirnforschung und Psychologie.

Zielgruppe:

Dieser Kurs richtet sich an Quereinsteiger*innen ins Marketing und Menschen, die Vorkenntnisse aus vorherigen Abschlüssen im Marketingbereich wieder auffrischen wollen. Es können sich ebenso Selbstständige sowie Fach- und Führungskräfte von Wirtschaftsunternehmen, Start-ups oder NGOs weiterbilden, die mit Marketing, Vertrieb und Brand Management zu tun haben.

schneller Kursstart | individuelles Angebot | fachspezifische Tools | praktische Vertiefung | mit Zertifikat

Sofortberatung:
0800 – 376 55 37
Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

Kurzbeschreibung:

In diesem Kurs ergründest du die wahren Kaufmotive der Konsumentinnen und Konsumenten mit Hilfe von Erkenntnissen aus der Hirnforschung und der Psychologie. Du lernst dieses Wissen erfolgreich für die Erstellung und Optimierung von Werbekampagnen zu nutzen und musst dich fortan nicht mehr auf Spekulationen über das Konsum- und Kaufverhalten verlassen.

Berufliche Perspektiven:

Fürs Marketing nutzbar gemachte Erkenntnisse aus den Neurowissenschaften und der Psychologie machen aus dir eine begehrte Fachkraft in Marketing-, Sales- und Produkt-entwicklungsabteilungen von Unternehmen, Start-ups, Werbeagenturen und NGOs.

Kursinhalte:

Grundbedürfnisse und psychologische Grundprinzipien	• Marketingmythen und neueste Erkenntnisse • Grundbedürfnisse des Menschen • psychologische Grundprinzipien im Marketing • Neuromarketing • Neuromarketing und klassische Marktforschung
Kaufmotive und Entscheidungsfindung	• Beeinflussung der Kaufmotive • Emotionen und Kaufentscheidungen • Kaufentscheidungen und Farben bzw. Formen • Gehirntypen • Änderungen des Kaufverhaltens im Alter
Konsumentscheidungen und Einflussgrößen	• Marken und die emotionale Bewertung im Gehirn • Kommunikation • unbewusste Reize und Signale • Strategien am Ort des Verkaufs • Rolle von Emotionen im B2B-Marketing
Von der Markenbildung bis ins Regal	• Erkenntnisse des Neuromarketings in der Praxis • Case Study: Warum wirken Sportwagen attraktiver als Kleinwagen? • Case Study: Wie unterscheiden sich Coca-Cola und Pepsi in ihrer Wahrnehmung? • Case Study: Wie kann der Kult um Apple erklärt werden? • Chancen und Risiken für das Neuromarketing in Zukunft

Kontakt

TELEFON
Kostenlose Hotline
0800 37 655 37

E-MAIL & WEB
contact@learning-digital.de
www.learning-digital.de

ADRESSE
Learning Digital GmbH
Innere Hallerstraße 8a,
90419 Nürnberg

AMTSGERICHT
Nürnberg: HRB 38242
Geschäftsführer: Lin Müller