

Referent Brocke verband Neuromarketing, Vertrieb und Hirnforschung auf Einladung von BVMW und Piepenbrock

Ausgabe
06/2016

Thema
Druck erzeugt Gegendruck

Druck erzeugt Gegendruck

(Osnabrück, 26.04.2016) Karsten Brocke begeisterte 160 Gäste mit seinem Vortrag „Aktivieren Sie Ihre Kunden!“ Auf Einladung des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft Osnabrück (BVMW) rief seine erfrischende Präsentation zum Umdenken in der Kundenansprache auf. Er verband dabei Elemente des Neuromarketings, Vertriebs und der Hirnforschung miteinander.

Das Service Center des Gebäudedienstleisters Piepenbrock bot einer Netzwerkveranstaltung des BVMW eine Heimat. Referent Karsten Brocke hatte 160 Gäste angelockt, die den Piepenbrock-Vortragsraum bis auf den letzten Platz ausfüllten. Nach Begrüßungsworten von Christian Göwecke, Leiter des BVMW-Kreisverbands Osnabrück, Grafschaft Bentheim und Emsland, Arnulf Piepenbrock, geschäftsführender Gesellschafter gleichnamiger Unternehmensgruppe, und Hartmut Voigt, Piepenbrock Regionalgeschäftsführer Nord, trat der bekannte Referent in Aktion. Seine Kernbotschaft: „Menschen kaufen Werte, keine Preise“. Deshalb schilderte er im Folgenden anschaulich, wie man „Menschen menschlich aktiviert“. Um seine Thesen mit persönlichen Erfahrungen anzureichern, beteiligte Brocke das Publikum, indem es zum Beispiel aufstehen und die rechte Hand gegen die linke drücken sollte – wie zum Gebet vor der Brust gegeneinander gehalten. „Druck erzeugt Gegendruck“, kommentierte der Vortragende. „Bleibt also am besten entspannt!“

Immer wieder band Karsten Brocke Erkenntnisse aus der Hirnforschung in seine Ausführungen ein und stellte Bezüge zu Verkaufssituationen her. Anhand von Erkenntnissen aus der funktionellen Magnetresonanztomographie lieferte er wertvolle Einblicke in das Denken und Handeln des Menschen. Da die Systeme im Gehirn seit etwa 100 000 Jahren gleich funktionierten, gehe es im Vertrieb vornehmlich um Emotionen. So würden unbewusste Wahlprozesse mit einer Rate von elf Millionen Bits pro Sekunde im Gehirn ablaufen, während die bewussten lediglich 40 Bits pro Sekunde beanspruchten. „Das Gehirn ist aufs Sparen programmiert und alles, was das Leben erleichtert, kauft es gerne“, führte er aus. Die Botschaften des Verkäufers sollten daher von den Schlagworten Prägnanz, Substanz, Relevanz und Indolenz geprägt

Ihr Ansprechpartner:

Markus Forytta
Referent Unternehmenskommunikation

**Piepenbrock Unternehmensgruppe
GmbH + Co. KG**
Hannoversche Straße 91–95
49084 Osnabrück
Telefon: +49 541 5841-480
Fax: +49 541 5841-489
Mobil: +49 177 9400-480
E-Mail: kommunikation@piepenbrock.de

sein. Verkäufer sollten laut Brocke zum Kaufanreger avancieren und Veränderungen als Chancen begreifen, um langfristig erfolgreich zu werden. Der Schlüssel läge im Aktivieren des Menschen: „Es geht darum, die eigenen Interessen zu den Zielen des Gegenübers zu machen. Oder um die Frage: Wie kann ich seinen Mehrwert mehrer?“ Sein Fazit lautete: „Bewährtes wahren und Neues wagen! Mit dem richtigen Satz machen Sie einen Satz. Denn stimmt der Mensch, stimmt die Welt.“

Christian Göwecke zeigte sich von der Präsentation beeindruckt: „Was mich besonders gefesselt hat: Dass er Themen der Gehirnforschung benutzt, aktiv einbindet und immer den Menschen im Fokus hat.“ Auch Hartmut Voigt zog als Co-Gastgeber ein positives Fazit: „Wir haben es heute geschafft, unseren Gästen viele neue Perspektiven und Handlungsimpulse mit auf den Weg zu geben. Für mich war es eine rundum gelungene Veranstaltung!“

Über Piepenbrock

Die Piepenbrock Unternehmensgruppe ist ein seit 1913 inhabergeführtes Familienunternehmen – heute in der vierten Generation. Piepenbrock entlastet seine Kunden durch ein breites Dienstleistungsspektrum, beispielsweise in den Geschäftsbereichen Facility Management, Gebäudereinigung, Sicherheit und Instandhaltung. Die Tochterunternehmen LoeschPack und Hastamat sind im Verpackungsmaschinenbau, Planol in der Chemieproduktion erfolgreich. Mit rund 800 Standorten und 70 Niederlassungen sowie 27 000 Mitarbeitern ist das Unternehmen ein zuverlässiger Partner. Piepenbrock steht für nachhaltiges Handeln und übernimmt Verantwortung – ökonomisch, ökologisch und sozial. Das zeigt die Unternehmensgruppe beispielsweise mit ihrem Umweltprogramm „Piepenbrock goes green“ und seiner engen Zusammenarbeit mit dem Kinderhilfswerk Plan International Deutschland e. V.

Erfahren Sie mehr über Piepenbrock:

www.piepenbrock.de

Oder besuchen Sie uns in den Sozialen Medien

www.piepenbrock.de/socialmedia

Ausgabe
06/2016

Thema
Druck erzeugt Gegendruck

Ihr Ansprechpartner:

Markus Forytta
Referent Unternehmenskommunikation

**Piepenbrock Unternehmensgruppe
GmbH + Co. KG**
Hannoversche Straße 91–95
49084 Osnabrück
Telefon: +49 541 5841-480
Fax: +49 541 5841-489
Mobil: +49 177 9400-480
E-Mail: kommunikation@piepenbrock.de

Bildunterschriften

06_pb_bvmw_brock_kunden_aktivieren_1.jpg: Luden zum BVMW-Vortrag ins Piepenbrock Service Center: Hartmut Voigt (Piepenbrock), Christian Göwecke, Michael Woltering (beide BVMW Osnabrück), Carsten Brocke und Arnulf Piepenbrock (v. l., Bild: Piepenbrock).

06_pb_bvmw_brock_kunden_aktivieren_2.jpg: Karsten Brocke erklärte anschaulich, wie man „Kunden aktiviert“. (Bild: Piepenbrock)

06_pb_bvmw_brock_kunden_aktivieren_3.jpg: 160 Gäste waren dem Ruf des BVMW und von Piepenbrock gefolgt. (Bild: Piepenbrock)

Keywords

bvmw, neuromarketing, vertrieb, hirnforschung, brocke, karsten, verkauf, piepenbrock

Ausgabe
06/2016

Thema
Druck erzeugt Gegendruck

Ihr Ansprechpartner:

Markus Forytta
Referent Unternehmenskommunikation

**Piepenbrock Unternehmensgruppe
GmbH + Co. KG**
Hannoversche Straße 91–95
49084 Osnabrück
Telefon: +49 541 5841-480
Fax: +49 541 5841-489
Mobil: +49 177 9400-480
E-Mail: kommunikation@piepenbrock.de