



BIOstrukturální prodej

...získejte náskok před konkurencí

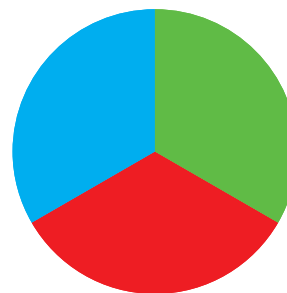
Doba je rychlá, neustále se zvyšuje tlak na rychlá rozhodnutí, okamžité výsledky a rychlá řešení, což často vede k tomu, že současné prodejní a marketingové "nástroje" se stávají příliš složitými, časově náročnými, a proto v praxi stále méně využitelnými.

Ukazuje se, že bez zapojení koncového článku (člověka) jsou málo efektivní. BIOstrukturální metoda prodeje a marketingu využívá instinktů člověka, přirozeného stylu chování člověka. Vychází z minulosti a z historického vývoje struktury osobnosti. BIOstrukturální metodou lze jednoduše "oslovit" kupní signály dle BIOstrukturální osobnosti a určit, jak zákazníka přimět ke koupi. Běžné dělení cílových skupin dle věku, příjmu, atp. k ovlivnění nákupního rozhodnutí již nestačí. Jde

o metodu jednoduchou, rychlou, vysoce účinnou a ihned použitelnou v praxi - žádné teorie, okamžitý přínos.

BIOstrukturální marketing je marketing z pohledu nového výzkumu mozku.

Podle známého amerického vědeckého mozku Dr. Paula D. MacLeana, Bethesda USA, není náš mozek vnímán jako jednotný, ale má tři hlavní oblasti, které ovlivňují naše chování a jednání.



Rozlišuje se:

- Instinktivní oblast kmenového mozku
- Emocionální rozsah mezimozku
- Racionální oblast velkého mozku

Většina lidí proto vnímá stejný podnět jiným způsobem, což se projevuje např. při vnímání značek, produktů, marketingových sloganů, atp.

To, co někdo vnímá jako signál k nákupu, může být pro jiného neutrální a pro dalšího člověka naopak „odpuující“.

Proto je také obtížné zasáhnout většinu spotřebitelů jedním „signálem“ (sloganem, uspořádáním prodejny, obchodním přístupem prodávající, ...)

Rychle, jednoduše, prakticky 3 biostruktury

Metoda BIOstrukturální analýzy STRUCTOGRAM® poskytuje nový marketingový nástroj, který je cíleně a vědomě orientován na signály 3 osobnostních struktur lidí.

Tím se otevírají nové možnosti pro vytvoření prodejního prostředí tak, aby každý kupující (potenciální klient) dostal takový signál, který jej bude motivovat ke koupi.

STRUCTOGRAM® s sebou přináší nejen ověřené studie výzkumu mozku, a tedy lidského chování, ale také nejmodernější poznatky z oblasti motivace, kupních signálů a leadershipu.

Proto metoda STRUCTOGRAM® s využitím prvků BIOstrukturální analýzy patří k nejefektivnějším „nástrojům“ úspěšných firem a jejich obchodníků. Prokazatelně zvyšuje úspěšnost obchodních jednání.

Pro své manažery, obchodníky a marketéry tento program využívají významné společnosti po celém světě, např.:

Opel, Nestlé, Rewe, BP, Volkswagen, Linde, Raiffeisenbank, ABB, Siemens, Tchibo, Microsoft, Coca Cola, Bayer Schering Pharma, Allianz Versicherung, Modrá pyramida, stavební spořitelna, EATON Elektrotechnika, aj.

PRO PŘÍPRAVU NÁVRHU, JAK VE VAŠÍ FIRMĚ VYUŽÍT BIOSTRUKTURÁLNÍ ANALÝZY PRO ZVÝŠENÍ PRODEJE, MOTIVACE LIDÍ A EFEKTIVNĚJŠÍ MARKETINGOVOU KAMPAŇ, KONTAKTUJTE:

Ing. Gabriela Spurná
Senior konzultant
Pražská manažerská akademie, s.r.o.
Křížkova 180/28, 186 00 Praha 8
Tel.: +420 267 915 553
E-mail: gabriela.spurna@pma.cz
www.pma.cz

