



## Warum wirkt das Firmen-Medikament tatsächlich? Es hat die einzigartige 4-fach-Wirkungskombination.



Bitte investieren Sie 5-10 Minuten Ihrer Zeit, um diese Info zu lesen.

**Sie erfahren hier, wie Sie von dem Firmen-Medikament profitieren!**

Zudem ist diese Info auch für andere Kommunikationsaktivitäten wertvoll!

## Warum wirkt das Firmen-Medikament tatsächlich? Es hat die einzigartige 4-fach-Wirkungskombination!



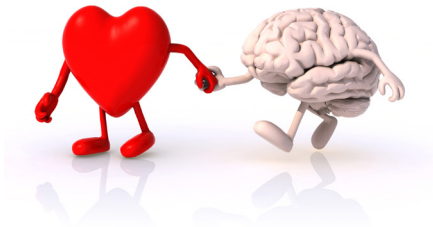
### Wirkungsfaktor 1: Hohe Aufmerksamkeit!

Aufmerksamkeit ist heute die wichtigste Kommunikationswährung!  
Denn aufgrund der zunehmenden Informationsflut verweigert Ihr umworbener Kunde unbewusst alle Signale und Botschaften, die für ihn bzw. sein Unterbewusstsein nicht als neu, überraschend, anders und – insbesondere zur Erreichung seiner persönlichen Ziele – nicht als interessant, relevant oder wichtig eingestuft werden können » **Folge: Die Wirkung Ihres Werbebudgets verpufft!**

Wissenschaftler haben festgestellt und belegt:  
Aufmerksamkeit wird durch das Zusammenwirken von Wahrnehmung durch Sinnesreize und durch Erinnerung (Erfahrungen und Erwartungen) erzeugt. Der Schlüssel für erfolgreiche Kommunikation liegt daher in der Verbindung von Neuem und Vertrautem sowie im emotionalen Erlebniswert für den Kunden und den Signalen für seine Zielerreichung.

Das bedeutet: Ihre Kommunikation sollte ...

- (a) die Emotionen und
- (b) Ziele Ihrer potenziellen Kunden ansprechen sowie
- (c) bekannte, vertraute Elemente besitzen und
- (d) gleichzeitig auch Neues beinhalten.



Auf der Basis dieser Erkenntnisse aus der Hirnforschung habe ich 2005 das „Firmen-Medikament“ entwickelt. Es enthält alle wichtigen Elemente für Ihren Kommunikationserfolg ...

- (a) **die Ansprache der Emotionen**  
erfolgt über verschiedene Sinnesreize (die fühlbare Verpackung, das Design, das Rascheln des Blisters beim Herausdrücken der Traubenzucker-Drops und über deren leckeren Geschmack ...)
- (b) **die Ansprache der persönlichen Ziele des Empfängers**  
erfolgt über Ihr Produkt, das Sie mit Ihrem individuellen Firmen-Medikament kommunizieren, sowie über visuelle und verbale Signale der Verpackung (» siehe auch Wirkungsfaktor 3)
- (c) **bekannte, vertraute Elemente**  
Medikamente und Vitamine sowie die Formulierungen aus der „Medizin-Welt“ kennt jeder!  
(» siehe auch Wirkungsfaktor 2)
- (d) **neue, überraschende Elemente**  
sind: Die Kombination aus Medikament und Ihrem Produkt bzw. Ihrer Lösung sowie die Übergabe eines „Medikaments“ in einer für den Empfänger völlig unerwarteten Situation (z.B. durch Ihre Kundenberater, auf einer Messe, einem Seminar, mit einem Mailing usw.)

Durch das Zusammenwirken dieser o.g. Elemente entsteht eine Irritation bzw. Erregung des Gehirns, die zu **höherer Aufmerksamkeit** führt (» siehe auch Wirkungsfaktor 4).

## Warum wirkt das Firmen-Medikament tatsächlich? Es hat die einzigartige 4-fach-Wirkungskombination!



### Wirkungsfaktor 2: Unbewusstes Erfahrungswissen!

Medikamente sind meist **die Lösung** für Gesundheits-Probleme. Das hat unser Gehirn im Laufe unseres Lebens „gelernt“. Dieses positive, in unserem Unterbewusstsein fest verankerte Signal überträgt sich beim Einsatz Ihres Firmen-Medikaments automatisch – und für den potenziellen Kunden völlig unbewusst – auf Ihr Produkt, Ihre Lösung und Ihre Marke, das bzw. die Sie mit Ihrem individuellen Firmen-Medikament kommunizieren (» Weitere Infos in der PDF „Erkenntnisse aus der Hirnforschung“, die wir Ihnen gern per E-Mail zusenden).

### Wirkungsfaktor 3: Zielgerichtete Kommunikation!

Das Firmen-Medikament ist kein Give-away, sondern ein Kommunikationsmittel! Es bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Botschaft auf sympathische und überraschende Weise zielgerichtet zu kommunizieren und zu Ihren potenziellen Kunden zu transportieren, z.B.



- ... für Produkte und Dienstleistungen, die Ihrer Zielgruppe „be-greifbar“ gemacht werden sollen,
- ... für Produkte, die einen konkreten Engpass oder ein Problem Ihrer Zielgruppe lösen,
- ... für Lösungen, die hohe Wirkung bzw. einen hohen Nutzen für Ihre Zielgruppe haben,
- ... für (neue) Produkte, auf die Sie potenzielle Kunden aufmerksam machen möchten ... u.v.a.

Bei einem „normalen“ Medikament erfährt man sofort, was es bewirkt (z.B. „XY befreit von Kopf-, Hals-Gliederschmerzen und löst bei Schnupfen die Blockade in der Nase ...“ oder „XY kombiniert seine Wirkstoffe so ideal, dass es 15 Minuten schneller wirkt.“). Passt die versprochene Wirkung des Medikaments zu unseren Zielen (z.B. ... wirkt schneller), dann kaufen wir es. Wir setzen uns vor der Einnahme intensiv damit auseinander, lesen die Angaben auf der Verpackung und (meistens) auch die Packungsbeilage.

So ist das auch bei Ihrem individuellen Firmen-Medikament. Die außergewöhnliche, emotionale Ansprache eines potenziellen Kunden, seine persönlichen Ziele und seine Neugier (» siehe auch Wirkungsfaktor 1) unterstützen hier insbesondere, dass sich der Empfänger mit diesem Werbemittel ebenfalls intensiver auseinandersetzt – im Vergleich zu netten Give-aways und Werbeartikeln, die nur mit Ihrem Logo bedruckt sind.

Das bedeutet für Sie ...

**Mit einem individuellen Firmen-Medikament kommt nicht nur Ihr Logo und Ihr Firmenname bzw. Ihre Marke, sondern insbesondere auch Ihre Botschaft zielgerichtet beim Empfänger an!**

Je besser Sie mit Ihrem Firmen-Medikament erlebbar und begreifbar machen, welches Ziel der Empfänger (Ihr potenzieller Kunde) mit Ihrem Produkt erreichen kann, desto eher ist er auch bereit, es zu kaufen. Die hierfür zu vermittelnden Signale werden über Ihren Text (Produktbeschreibung, Wirkung bzw. Nutzen und Mehrwert) sowie das Design Ihrer Verpackung (Bilder, Farben, Schriften und Typografie) transportiert.

Zudem machen Sie den Empfänger Ihres Firmen-Medikaments mit Ihrer Botschaft vielleicht auch auf ein Problem und dessen Folgen aufmerksam, das bzw. die ihm bisher noch gar nicht bewusst war(en). Dadurch steigern Sie Ihre Chancen erheblich, dass er sich für Ihre Lösung entscheidet.

## Warum wirkt das Firmen-Medikament tatsächlich? Es hat die einzigartige 4-fach-Wirkungskombination!



### Wirkungsfaktor 4: Nachhaltige Erinnerung!

Wie gut wir lernen, wird von unseren Emotionen bestimmt. Wir erinnern uns besser an Ereignisse, die uns glücklich oder traurig stimmen. Zudem lernen wir auch besser, wenn wir aufmerksam sind! Hirnforschungs-Studien haben u.a. bestätigt, dass die Ansprache der Emotionen über mehrere Sinne sowohl die Markenbekanntheit als auch die nachhaltige Erinnerungswirkung signifikant steigert.

Das bedeutet ...

**Emotionen spielen bei unseren (Kauf-)Entscheidungen nicht eine, sondern die entscheidende Rolle!**



Oder anders ausgedrückt ...

**Alles was keine Emotionen auslöst, ist für unser Gehirn wertlos!** <sup>(1)</sup>

Je mehr Sinne Sie mit einem Werbemittel gleichzeitig ansprechen und ihren potenziellen Kunden damit „berühren“, desto intensiver können Sie Ihr Produkt bzw. Ihre Lösung für ihn erlebbar machen. Der Tastsinn bzw. der haptische Impuls spielt dabei eine besonders wichtige Rolle. Er gibt uns ein Gefühl von Wahrheit, d.h. alles, was wir berühren können, ist real und wahr. Das ist besonders wichtig für Produkte und Leistungen, die wir nicht sehen und ausprobieren können, wie z.B. Finanzprodukte, Software-Lösungen, Unternehmensberatung, Steuerberatung und viele andere Dienstleistungen.

Ihr Vorteil bei Einsatz eines individuellen Firmen-Medikaments ...

**Mit dem Firmen-Medikament kommunizieren Sie Ihre Lösung für ein Problem des Empfängers bzw. zur Erreichung eines bestimmten Ziels auf emotionale und überraschende Art und Weise. Sie machen Ihr Produkt bzw. Ihre Lösung schnell und einfach „be-greifbar“ und verankern Ihre Marke „merk-würdig“ im Kopf Ihres potenziellen Kunden. Mit einem Firmen-Medikament geht Ihre Botschaft erst in den Bauch und dann in den Kopf. Daher wird er sich bei konkretem Bedarf zu einem späteren Zeitpunkt auch eher an Sie und Ihr Produkt erinnern.**

Da der Bedarf eines Kunden und Ihr Angebot zeitlich nur in den seltensten Fällen aufeinandertreffen, ist **insbesondere die Erinnerungswirkung von ganz entscheidender Bedeutung** für den späteren Zeitpunkt des Bedarfs. Sie basiert auf den o.g. Wirkungsfaktoren. Je besser diese zusammenwirken, desto mehr Kunden ziehen Sie an und desto höher ist Ihr (Kommunikations-) Erfolg.

**Ihre Marke**  
in Verbindung mit  
Ihrer Lösung!

Die Kombination dieser vier o.g. Wirkungsfaktoren unterscheidet das „Denkanstoss-Firmen-Medikament“ deshalb gravierend von netten Give-aways und erklärt auch die hohe Wirkung dieses Werbemittels, die viele begeisterte Kunden bestätigen!



### Zusatznutzen

Unser Traubenzucker schmeckt fruchtig und lecker. Deshalb wird er immer gern gegessen. Traubenzucker ist u.a. ein schneller, kurzfristiger Energielieferant bei absinkendem Blutzuckerspiegel (z.B. im Auto, bei Meetings am Arbeitsplatz, in der Freizeit, beim Sport etc.)