



"If it does not sell, it is not creative." David Oigly



"If it does not sell, it is not NeuroMerchandising." Bert Ohnemüller

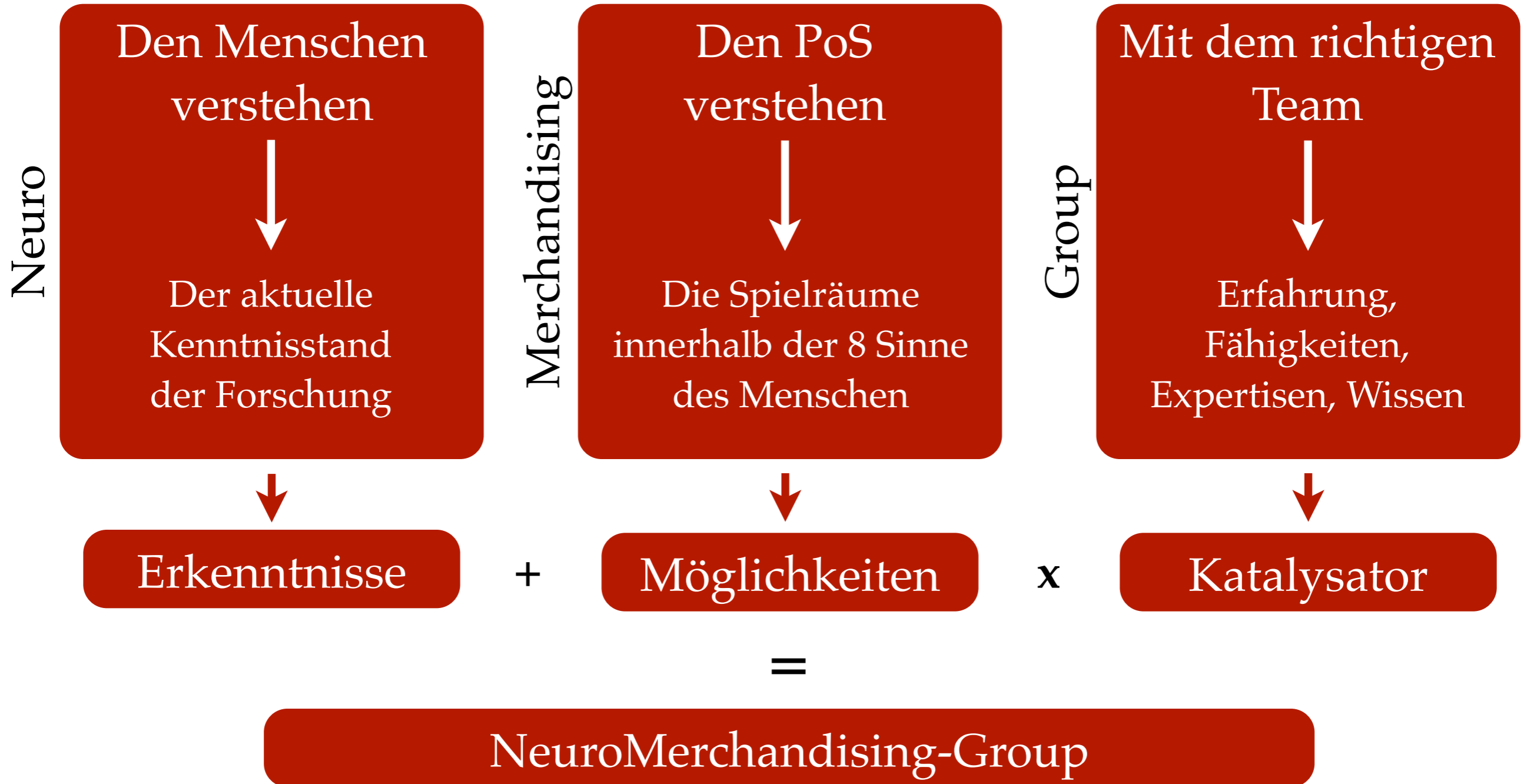
We call it „decade of quality“



# NeuroMerchandising-Group



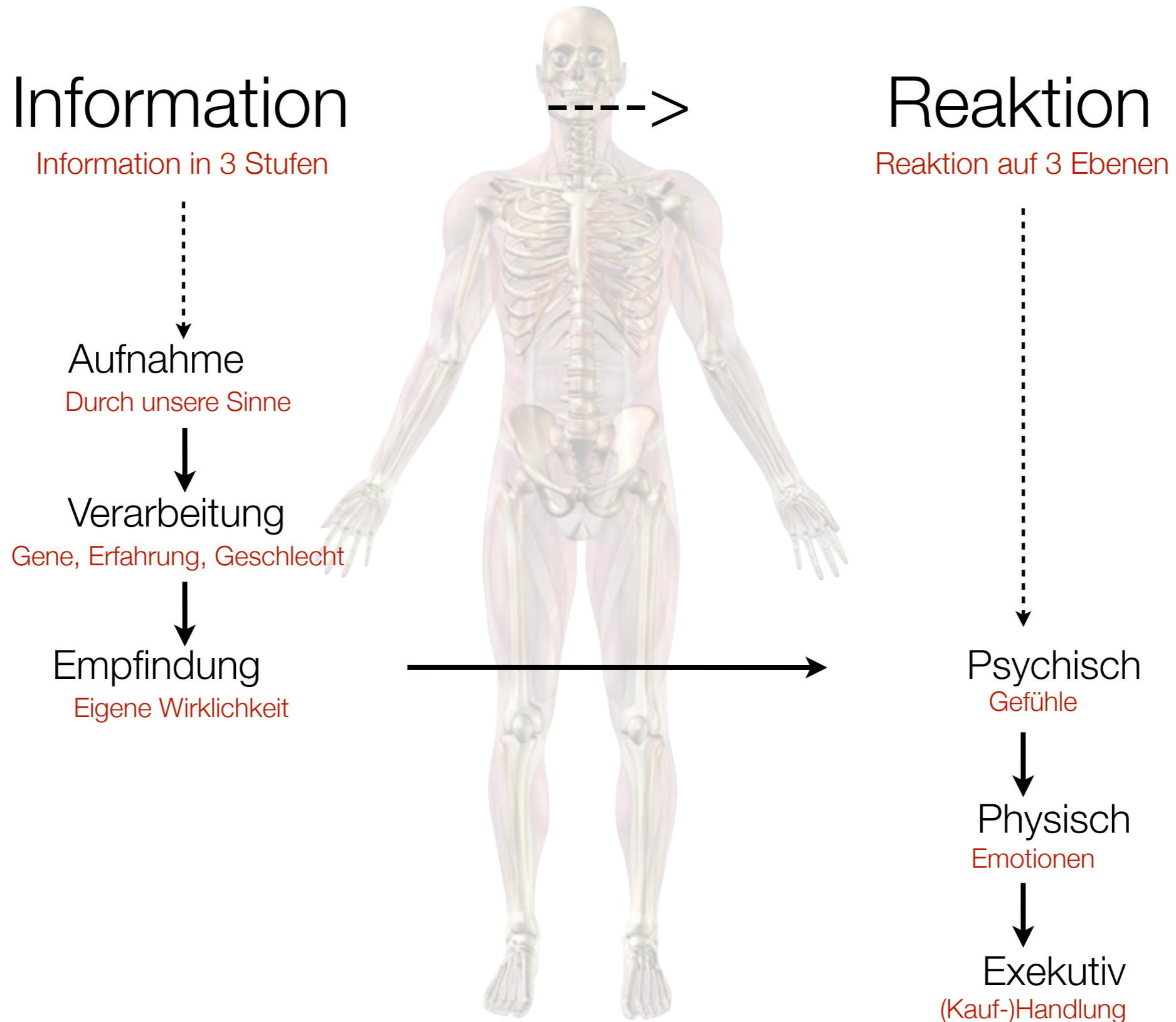
## Die Formel des Erfolgs



# Der Faktor Mensch



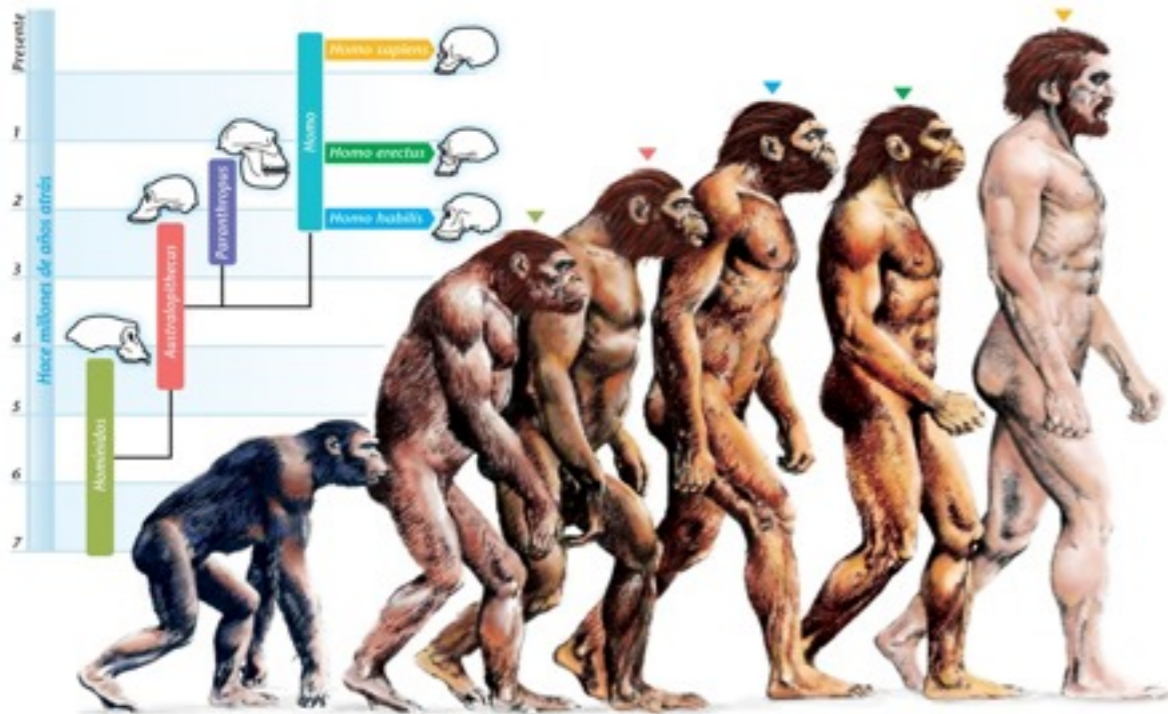
## Verkaufen beginnt mit verstehen



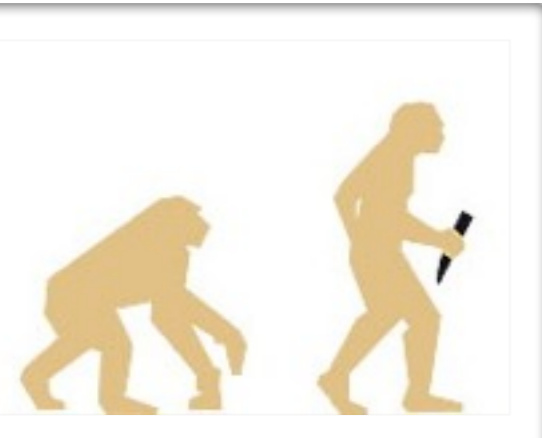


# Das archaische Verständnis

## Eine Spielanleitung namens Evolution

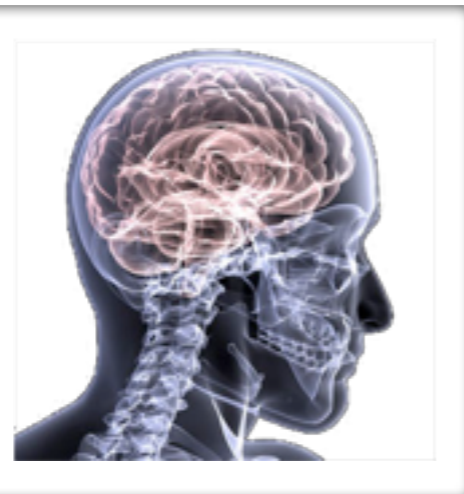


70 % der Menschen leiden jährlich an Rückenschmerzen

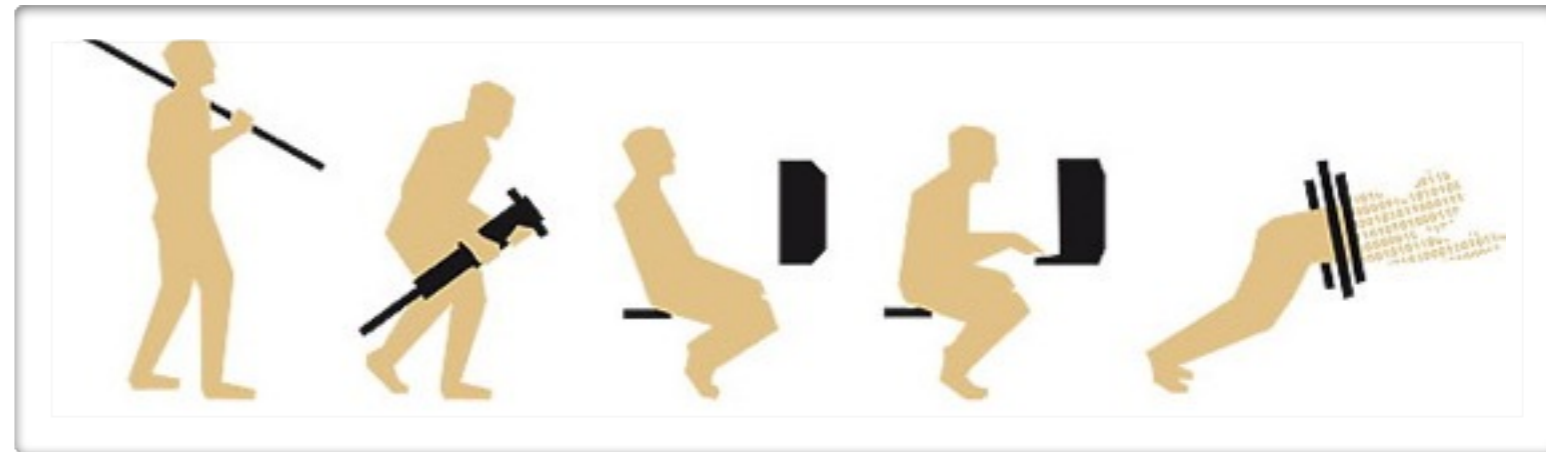


primitive society

hunters and collectors



last update of our brain



civilized society

industrialized society

Information and knowledge society

6 Mio years

1 Mio years

200.000 years

10.000 years

200 years

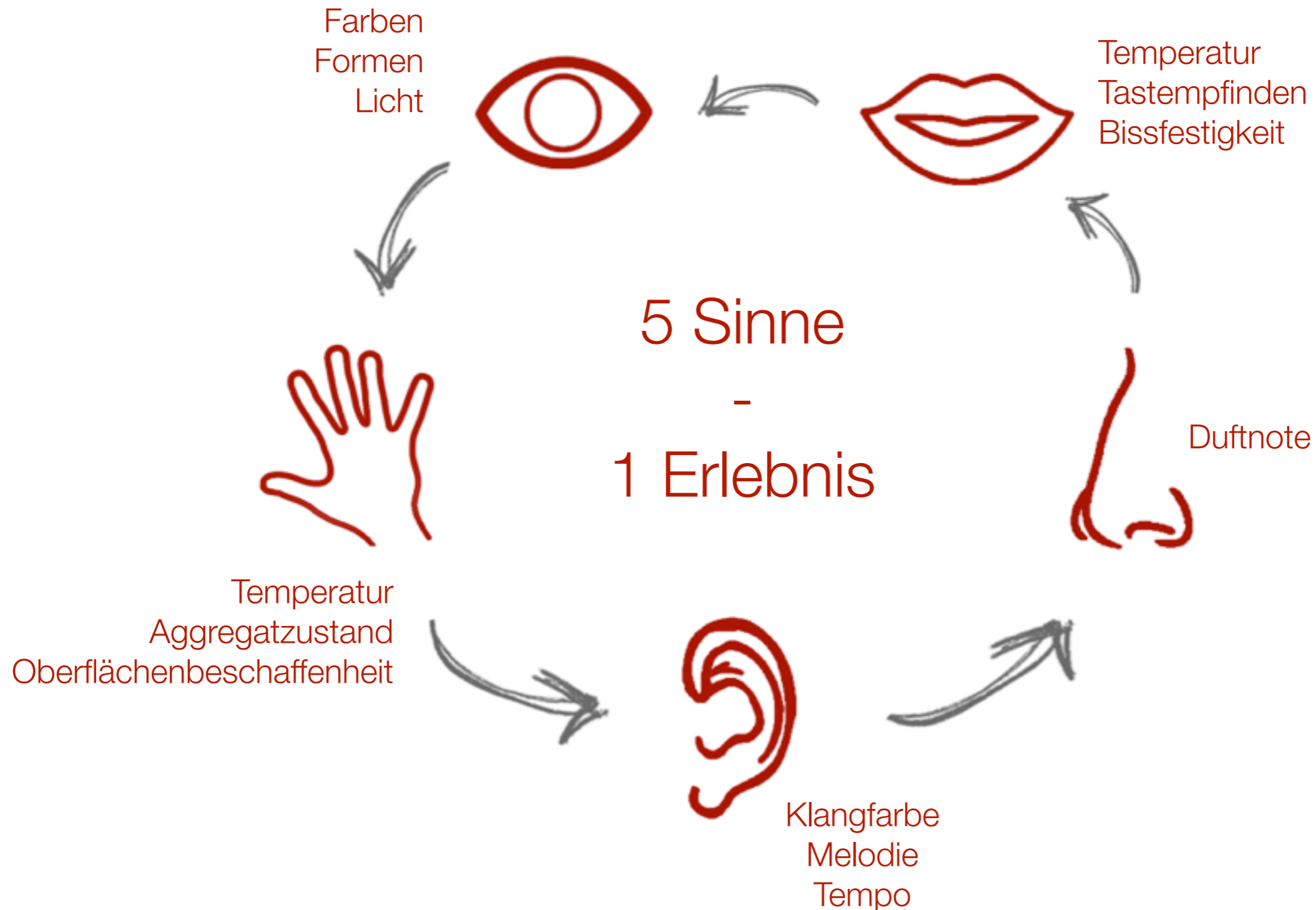
today



# Das NeuroMarketing-Tool



## Vom Check-Up bis zur Umsetzung





# Der Wirkungsmechanismus

## Der Nutzen von NeuroMerchandising







# Qualitativ & Quantitativ

„So wie bisher..“ ist nicht genug!

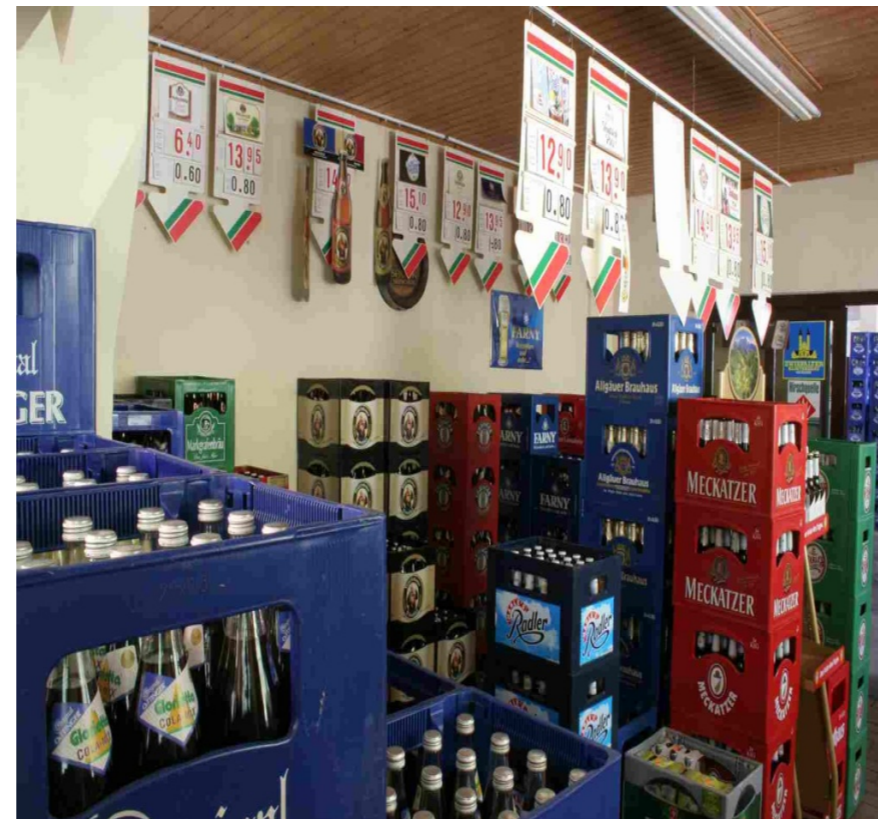
„Wer gut bleiben will, muss besser werden!“





# Erfolg. Belegt.

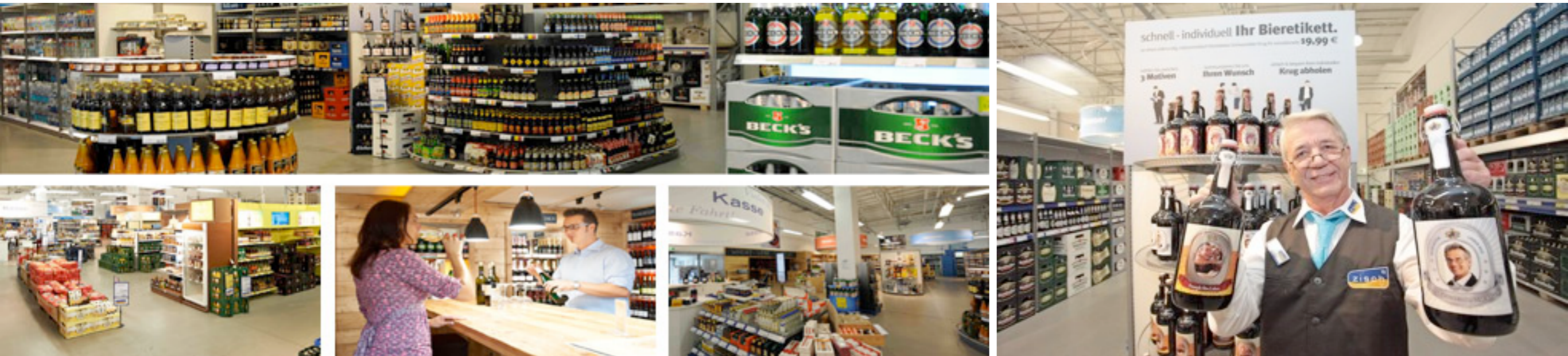
## NeuroMerchandising zahlt sich aus





# Erfolg. Belegt.

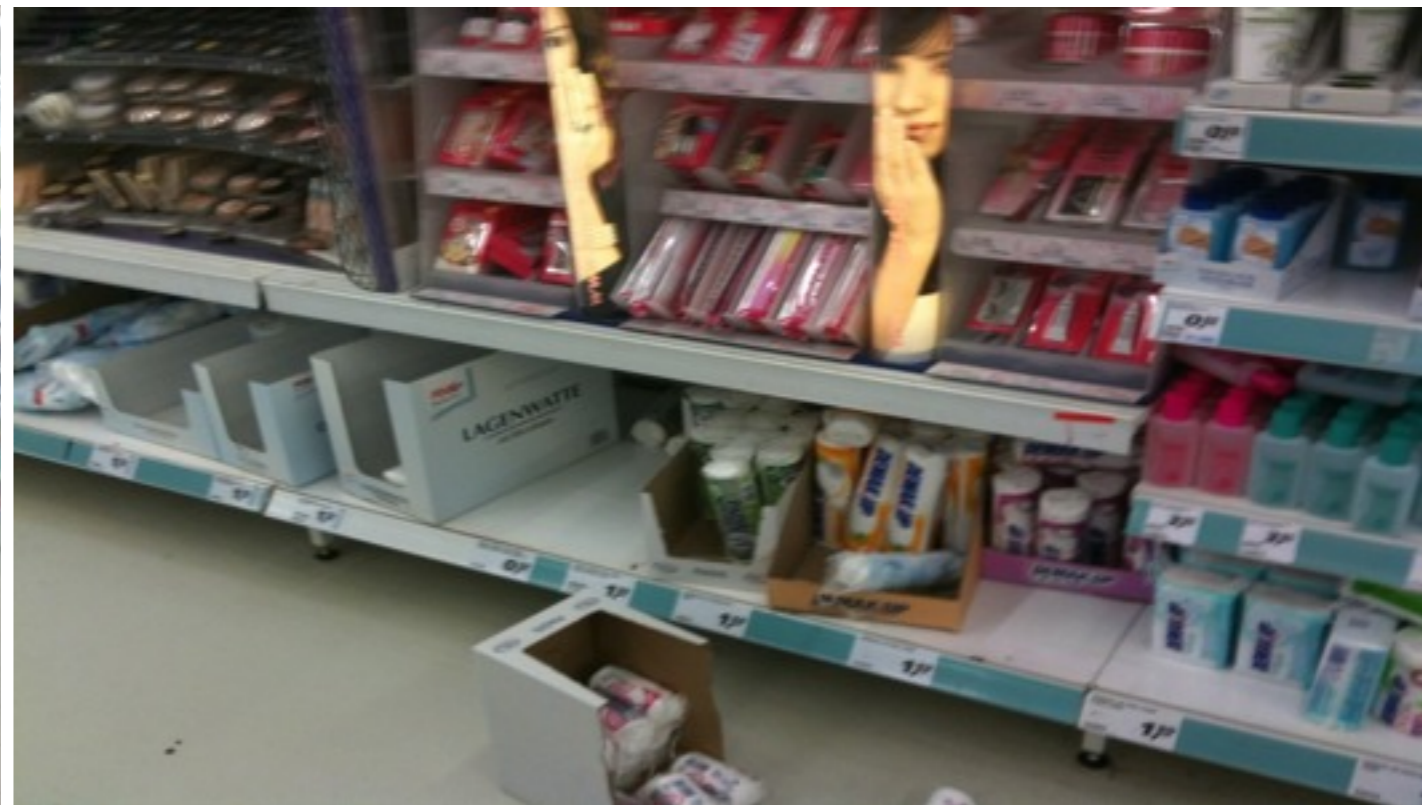
## NeuroMerchandising zahlt sich aus





# Erfolg. Belegt.

## NeuroMerchandising zahlt sich aus



**BDF ●●●●**  
**Beiersdorf**





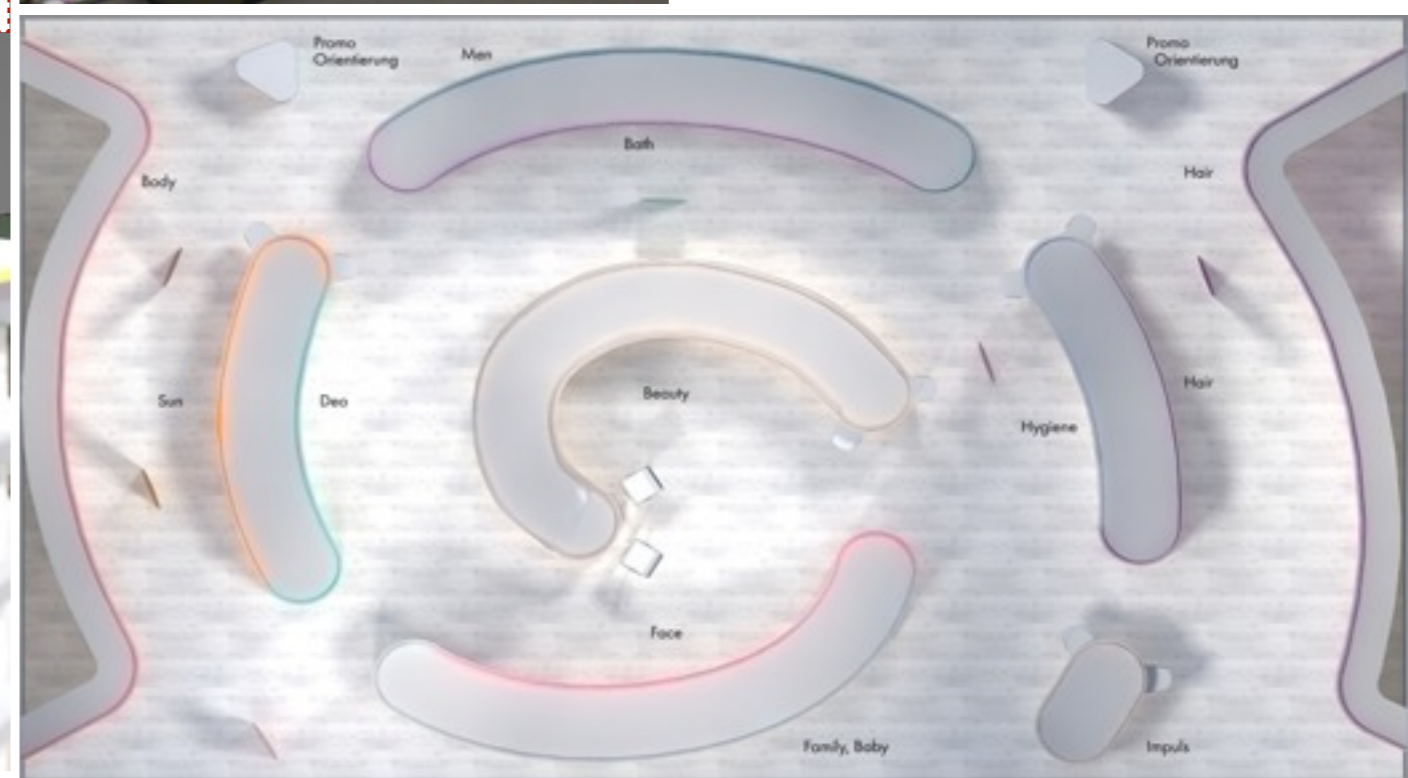
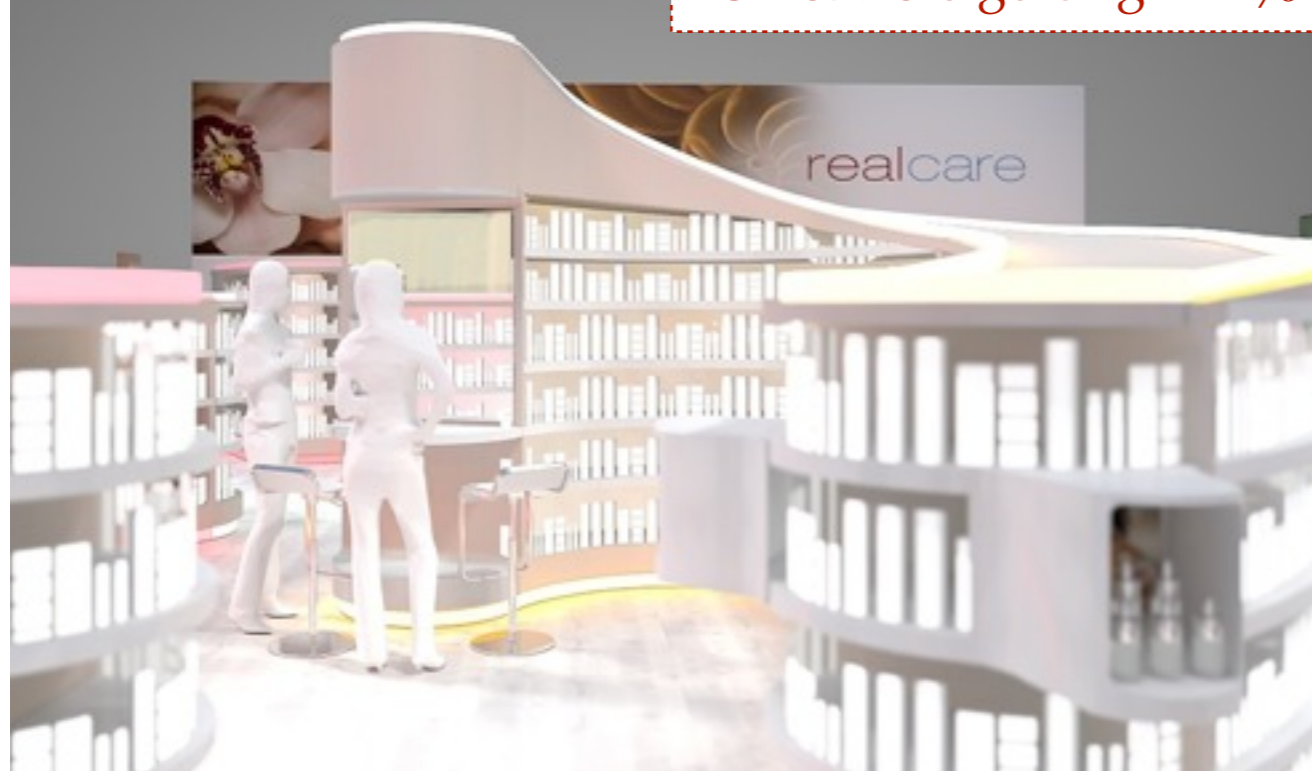
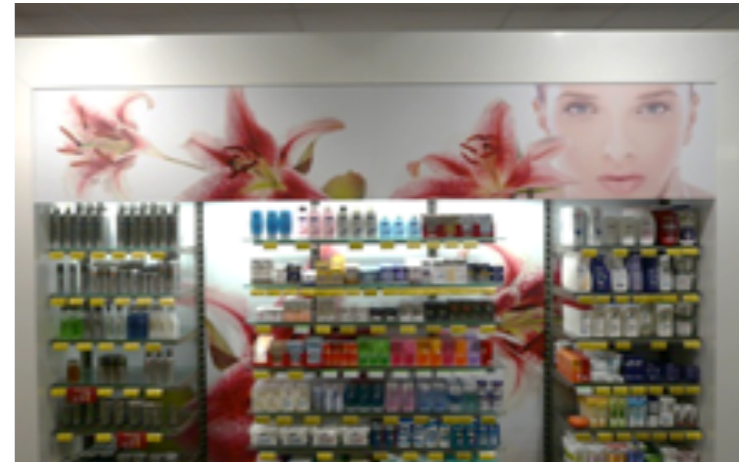
# Erfolg. Belegt.

## NeuroMerchandising zahlt sich aus



**BDF ●●●●●**  
**Beiersdorf**

Umsatzsteigerung: 44 %





# Erfolg. Belegt.

## NeuroMerchandising zahlt sich aus



Award: „Süßer Stern“





# Erfolg. Belegt.

NeuroMerchandising zahlt sich aus



Umsatzsteigerung: 100 %  
Ertragssteigerung: 150 %





*„Es gibt immer einen besseren Weg!“*





Handel ist immer die Begegnung von Menschen.

# Besuchen Sie uns!

neuromerchandisinggroup.com

