

Kund:innen können viel Bedeutungsvolles über ihre Haltung zu Marken, Produkten & Werbung erzählen - wenn Wirtschaftspsycholog:innen sie frei ausreden lassen!



Ansatz
Tiefenpsychologie

Marketing ist psychologisches Handwerk

Die Kunden in ihren psychologischen Eigenarten tiefgreifend und umfassend zu verstehen und anzusprechen, das ist der Grundgedanke von Marketing.

Tiefenpsychologie analysiert bewusste und unbewusste Wahrnehmungen und Beurteilungen der Kund:innen im Umgang mit Marken, Produkten & Werbung und kann Konsument:innenverhalten bzw. Entscheidungen entsprechend verlässlich und treffsicher voraussagen!

Vorgehen
Beschreibende Methodik

Akademisch ausgebildete und praktisch erfahrene Wirtschaftspsycholog:innen rekonstruieren beschreibend mit tiefenpsychologischen Moderations- und Analysetechniken die spezifischen Erlebensweisen der befragten Kund:innen.

Output
Umfassendes Verständnis

1. Ganzheitliches Verständnis der psychologischen Funktionsprinzipien
2. Zielgerichtete Aufdeckung der z. T. unbewussten Vorstellungsbilder, die im Zusammenhang mit dem Thema stehen
3. Analytische Klärung der bewussten & unbewussten Wahrnehmungsfaktoren und Motivationen, die Einfluss auf das Verständnis und die Beurteilung des untersuchten Zusammenhanges haben und Verhalten erklären
4. Umfassende Erkenntnis-Tiefe, da das von den Teilnehmern Gesagte auf das eigentlich Gemeinte übersetzt wird
5. Anschauliche, umsetzungsorientierte Erklärungen und Bereitstellung von konkreten Handlungsmustern
6. Psychologische, oft gegensätzliche Impulse im Erleben lassen sich in Form von Lebensbildern begreifen. Marken, Produkte und Werbung können diese Bilder für ihre Ansprüche aufgreifen und marketingstrategisch nutzen.

An der Business & Law School analysieren angehende Wirtschaftspsycholog:innen relevanten Fragestellungen aus der Praxis – wir freuen uns auf Sie!

