

Pressemitteilung

Ident.-Nr.: mic-028-08092009

Die Zeit ist reif für Innovationen

Neuss/München, 08.09.2009: Um das Belohnungssystem im Gehirn der Kunden zu aktivieren gibt es viele Möglichkeiten. Fakt ist: Ohne unser Gehirn sind wir machtlos. Die Limbic® Types zeigen als bewährtes neurowissenschaftliches Zielgruppenmodell auf, welche Motive, Wünsche und Emotionen im Kopf der Konsumenten existieren und wie diese mit dem real gezeigten (Kauf-) Verhalten zusammenhängen. Sie beziehen die Persönlichkeitsschwerpunkte und Emotionssysteme, die unbewusst das Konsumverhalten der Menschen steuern, mit ein und machen somit jede Marketingmaßnahme noch erfolgreicher.

Seit über 30 Jahren begleitet die Gruppe Nymphenburg Consult AG in München führende internationale Markenartikel-Hersteller und Handelsunternehmen von der Produkt-Positionierung bis zur POS-Umsetzung. Viele Markenartikel-Hersteller, Handelskonzerne und Banken arbeiten bereits mit den Limbic® Types. Das strategische Zielgruppenmodell der Limbic® Types ist fester Bestandteil in deren täglichen Marketingpraxis. Doch die Zielgruppe zu kennen, gehirngerecht zu segmentieren und anzusprechen ist die eine Sache. Zu wissen, wo ich diese finde und wer aus meinem Kundenbestand welcher Zielgruppe angehört, ist die andere. Im Rahmen einer exklusiven Partnerschaft zwischen der Gruppe Nymphenburg und der microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH werden die Limbic® Types nun erstmalig adressgenau in der gesamten Bundesrepublik Deutschland verortet. Das aus dieser Symbiose resultierende Produkt, die MOSAIC Limbic® Types, steht ab Oktober 2009 zur Verfügung und wird erstmalig auf dem Deutschen Versandhandelskongress von 29.09. bis 01.10.2009 in Wiesbaden durch die Firma microm, Halle 5, Stand 503/504, vorgestellt.

Die microgeographische Übersetzung macht die Limbic® Types für das Marketing operativ greifbar und kann z.B. auf Kundenbestände übertragen werden. Zusätzlich eröffnet sich die Möglichkeit, einen Einblick darüber zu gewinnen, wo genau sich die jeweiligen Zielgruppen räumlich befinden. Dieses Wissen ist ganz besonders für die kommunikative und promotionelle Anwendung und für die POS-Planung von Einzelhandels-Geschäften von größtem Nutzen.

Die MOSAIC Limbic® Types weisen Wahrscheinlichkeiten aus, mit der ein Haushalt zu einem konkreten Limbic® Type gezählt werden kann. Von den feinträumigen Ebenen ausgehend können selbstverständlich auch die Verteilungen in größeren Einheiten analysiert und räumliche Fragestellungen beantwortet werden.

Durch die Nutzung der MOSAIC Limbic® Types eröffnen sich neben den klassischen Anwendungen wie Produktpositionierung und Kommunikationsberatung vielfältige neue Wege wie Direktmarketing (z. B. Mailing, Telemarketing), Bestandskundenmanagement, Außenwerbung, Standortplanung und Filialnetzbewertung.

Zeichen: 2.806 (inkl. Leerzeichen)

Die Anbieter:

microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

microm ist einer der führenden Zielgruppenspezialisten für Consumer-Marketing im deutschsprachigen Raum. Die Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten liegen auf Kunden- und Marktstrukturanalysen sowie der Optimierung von (Dialog-) Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, Standortbewertungen und Customer-Lifecycle-Prozessen. Dabei stehen die ganzheitliche Betreuung und ein an individuellen Problemstellungen orientierter Beratungsansatz im Vordergrund. microm ist ein Unternehmen der Creditreform-Gruppe mit Hauptsitz in Neuss und Niederlassungen in Zürich und Wien.

Gruppe Nymphenburg Consult AG

Seit über 30 Jahren begleitet die Gruppe Nymphenburg Consult AG in München führende internationale Markenartikel-Hersteller und Handelsunternehmen von der Produkt-Positionierung bis zur POS-Umsetzung. Das umfassende Know-how der Gruppe Nymphenburg eröffnet viele innovative Chancen, Kaufimpulse entlang der Wertschöpfungskette zu verstärken und so einen rechenbaren Mehrwert für Hersteller, Handel und Konsument zu schaffen.

Basis der Beratungsarbeit ist das einzigartige Wissen über das Konsumenten- und Shopper-Verhalten. Die Gruppe Nymphenburg gehört heute zu den weltweit führenden Spezialisten in der Marketing-orientierten Hirnforschung. Darüber hinaus erfüllt die Gruppe Nymphenburg seit langem eine Pionier- und Vordenkerrolle in der psychologischen POS-Forschung.

Ihre Ansprechpartner:

Thom Barath, t.barath@nymphenburg.de

Oliver Jörns, o.joerns@microm-online.de