

**Wie Emotionen die Kaufentscheidung steuern**

*Hirnforschung: Gehirn egal - Zahnarzt oder shoppen* - Ursache → \_\_\_\_\_

Ziel des Gehirns

\_\_\_\_\_ - Beweis → \_\_\_\_\_

Schlussfolgerung für Marketing

*Kunde:*

\_\_\_\_\_ - Erkenntnis → \_\_\_\_\_

Berücksichtigung

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Schlussfolgerung

\_\_\_\_\_

Ziel

\_\_\_\_\_

Gestaltung des Angebots

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Finden des Typs

\_\_\_\_\_