

Internet World Academy  
Online-Seminar

<https://www.internetworld-academy.de/seminare/customer-centricity/>

## **Effektive Customer Centricity: Neuro-optimiert ausrichten**

mit Neuro- und Kommunikationsexperte Alfred Dietl

### **Effektives Know how für Ihren nachhaltigen Erfolg im Digitalen Marketing**

In der Allgegenwart von Informationen an jedem Ort, zu jeder Zeit, über alle Kanäle aktivieren nur noch die Botschaften und der Content die Aufmerksamkeit und das Engagement der Kunden, die mit der höchsten Relevanz und Convenience ausgestattet sind. Diese Herausforderung für die Kundenzentrierung spitzt sich im Potential der Digitalen Kommunikation durch die Verfügbarkeit von Daten, Automation/KI und mobiler Devices zu. Für den optimalen Erfolg in Werbung, Dialog und Commerce sollte der Content in einem perfekten Experience Management auch semantisch und didaktisch auf die Kunden abgestimmt sein.

Das Online-Seminar beleuchtet die neuronale Basis der Kundenzentrierung, die in der Kommunikation auf das Involvement der Customer Experience, aktivierend und modulierend einwirkt. Es zeigt auf, wie Sprache, Bilder und Geschichten auf semantischer Ebene in den Assoziativen Netzwerken arbeiten und wie kundenzentrierte Botschaften und Inhalte Engagement, Conversion und Loyalität der Kunden mit hoher Relevanz stimulieren. Hinweise und Beispiele für Neuro-optimierte Kundenzentrierung in der Digitalen Kommunikation bieten wertvollen Input und Tipps für die Praxis.

### **Programminhalte**

Grundlagen, Anwendung und praktische How to's

- -Digitale Kommunikation und die Frage der Relevanz in der Customer Journey
- Die „Information“: Botschaft und Involvement-Faktor am Touchpoint
- Neuronale Informationsverarbeitung in Werbung, Dialog und Commerce
- Die Bedeutung der Customer Centricity für die Customer Experience
- Empathie, Insights und Response in Dialog und Interaktion
- Sprache, Bilder und Geschichten: Codierungssysteme für das Neuronale Involvement
- Sensorische Stimulation und Methoden zur Modulation mentaler Prozesse
- Wie wirken sich Gender und Alter neuronal im Erleben und Verhalten aus?
- Pricing: Welche Rolle spielt der Preis für die Conversion im Commerce?
- Entwicklung und Nutzung neuronaler Markennetzwerke, was zählt?
- Profiling und Zielgruppenmodellierung für kundenzentrierten Content
- Für die Praxis: Optimierung von Engagement, Conversion und Loyalität
- Beispiele Digitale Kommunikation: Customer Centricity in Werbung, Dialog, Commerce

Das Online-Seminar „Wirksame Online-Werbung: Neuro-optimiert gestalten“ ergänzt die Inhalte dieses Online-Seminars zum Thema Resonanzraum Customer Experience und Wirkfaktoren Neuro-optimierter Online-Werbung.

Das Präsenz-Seminar „Digitale Kommunikation: Winning Takes der Neuro-Optimierung“ ergänzt die informativen Inhalte dieses Online-Seminars mit erlebnisorientierten Reflexionen zu Praxisbeispielen und Teilnehmerprojekten, einem kollaborativen Kreativ-Camp sowie der Beleuchtung und Beantwortung individueller Fragen im Kreis der Teilnehmer.

### **Zielgruppe**

Führungskräfte, Mitarbeiter aus Marketing und Sales sowie Angestellte, die Kundenkontakt haben.

## Referent

### Alfred Dietl

- Dipl.-Sozialpädagoge (FH), Jugend und Erwachsenenbildung
- 25 Jahre Erfahrung in Verkauf und Marketing klassisch und digital
- Leitende Funktionen in Unternehmen in den Bereichen Markt- und Kundenentwicklung
- Consultant, Trainer, Coach: Kommunizieren, Verkaufen, Führen
- Neurokommunikation, Kommunikationspsychologie, Positive Psychologie, Systemische Beratung

