



DI Jürgen Wieser
Coach für Neurokommunikation

SUMMARY

VMÖ
LIMBISCH PRÄSENTIEREN
Wien • 22.2.2018



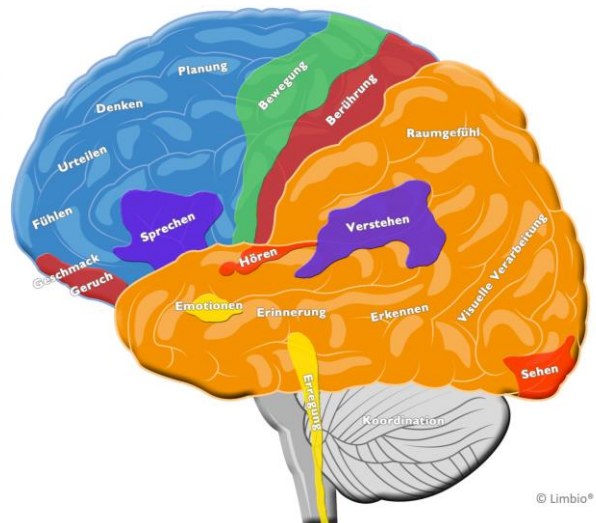
UNSER GEHIRN



Mit Hilfe der Messung neuronaler Muster ist es heute möglich, spezifische Fragestellungen der Wirtschaft wie z.B. Informationsverarbeitung, Preisstrategien oder Präsentationstechniken zu beantworten. Dabei werden im „Gehirnscanner“ die für die neuronale Verarbeitung relevanten Gehirnbereiche untersucht. Der wichtigste Fokus liegt hierbei auf den emotions- und handlungsrelevanten Gehirnarealen.

Das limbische System

Das limbische System ist ständig damit beschäftigt Dinge zu beurteilen, zu archivieren und wieder hervorzuholen. Diese Zusammenhänge sind im Bereich der Wissens- und Informationsvermittlung entscheidend. Die ganze Sache hat jedoch einen entscheidenden Haken: Von all diesen Vorgängen bekommen wir fast gar nichts mit! Ohne das limbische System könnten wir keine Entscheidung treffen. In diesem Gehirnbereich werden intensiv Emotionen verarbeitet.

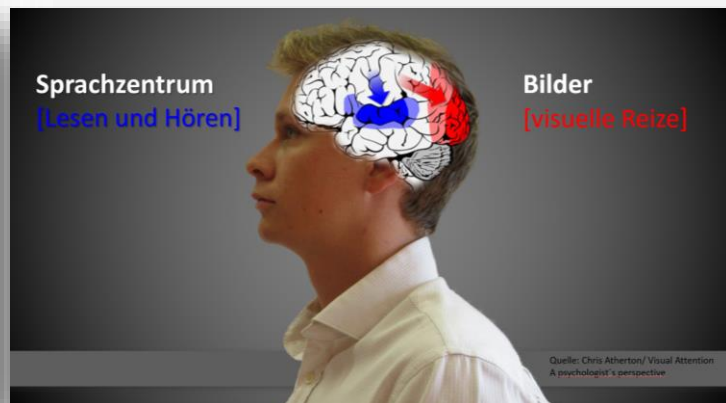


© Limbio® Business OG

AMYGDALA



Die „Amygdala“, auch Mandelkern genannt, sitzt tief in unserem Gehirn und bewertet Informationen und Reize. Innerhalb weniger Millisekunden entscheidet dieser Gehirnbereich ob uns zum Beispiel eine Person sympathisch ist oder nicht, ob die Person vertrauenswürdig ist oder nicht. Warum wissen Sie heute noch, was Sie am 11. September 2001 gemacht haben als die Twin Towers in New York zerstört wurden? Die Amygdala markiert Ereignisse und schiebt sie in den Langzeitspeicher.



Wie wissen nun Neuropsychologen, welcher Teil im Gehirn aktiv ist? Dafür nutzen sie den sogenannten BOLD-Effekt, welcher sich die magnetische Eigenschaft des Blutfarbstoffs Hämoglobin zu Nutze macht. Bei Betrachtung z.B. eines inspirierenden Bildes kommt es im Gehirn der Testpersonen zu einer erhöhten neuronalen Aktivität, die zu mehr Sauerstoffverbrauch in der betreffenden Hirnregion führt. Durch mehrmalige Messwiederholungen werden diese Effekte und somit die Hirnaktivität sichtbar gemacht.

Der auditive Cortex und die umliegenden Bereiche im Gehirn verarbeiten Sprache – sowohl geschriebene als auch gesprochene. Wenn in einer Präsentation Folien mit viel Text (z.B. in Aufzählungsform) eingesetzt werden, dann werden diese beiden Wege der Informationsverarbeitung besonders schlecht genutzt: Der Zuhörer muss den Text auf der Folie lesen und zeitgleich dem Vortragenden zuhören. Das führt zu einer Überlastung der Sprachzentren im Gehirn, während der visuelle Cortex (Sehrinde) eher wenig zu tun hat.

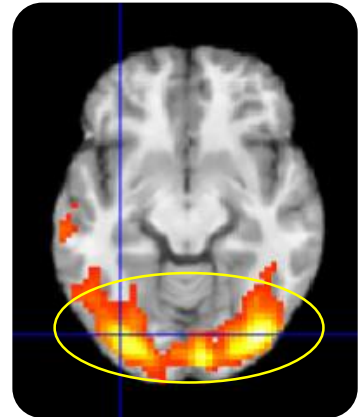
Befunde aus Hirnscanuntersuchungen

Visuelles hat Vorrang!

Über 90% der Präsentationen im DACH-Raum gelten heute als langweilig. Der Hauptgrund dafür liegt meist in der Nichtbeachtung der menschlichen Informationsverarbeitung. Eine der größten Schwachstellen ist die mangelnde Verbildlichung der Inhalte. Es werden meist zu viele nicht relevante Daten gezeigt. Die Folge ist, dass die Zuhörer oder Gesprächspartner ermüden. Es kommt zur sogenannten „kognitiven Überlastung“.

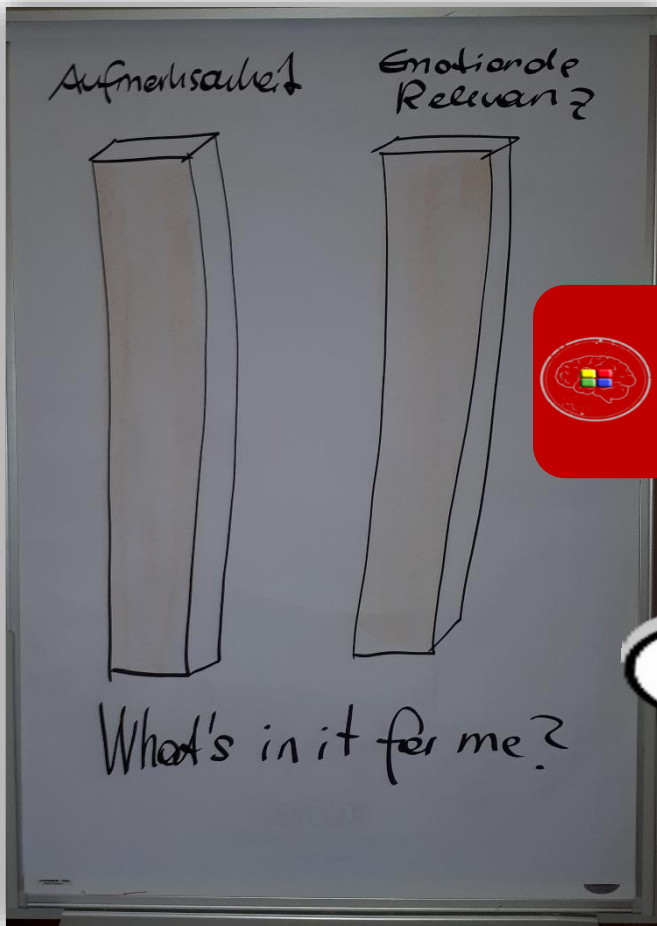
Limbische Empfehlungen

- 🎯 Bereiten Sie Ihre Präsentationen auf einem Blatt Papier vor und starten Sie nicht mit dem Erstellen von PP-Folien.
- 🎯 Überlegen Sie sich eine spannende Abfolge. Verraten Sie nicht gleich alles zu Beginn. Sie brauchen eine Dramaturgie mit Spannung.
- 🎯 Vermeiden Sie die klassischen Aufzählungspunkte/Bulletpoints bei Texten. Reduzieren Sie auf max. 4 Punkte, denn mehr kann das Gehirn schlecht aufnehmen und synchron verarbeiten. Die 7 +/-2 Regel ist veraltet und stammt aus den 1950-Jahren. Sie galt damals nur bei voller Konzentration.
- 🎯 Unser Gehirn verarbeitet Informationen am besten in Kategorien. Teilen Sie Ihre Inhalte daher in „Häppchen“ auf und wechseln Sie von groß zu klein, vom Überblick zum Detail.



Visuelle
Verarbeitung
Visueller Cortex



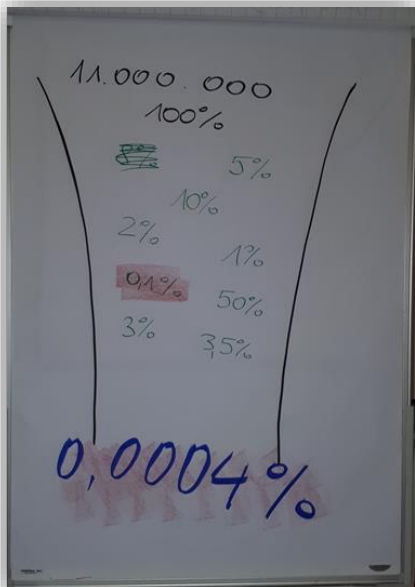


Vergessen Sie nie!
 „What's in it for me?“



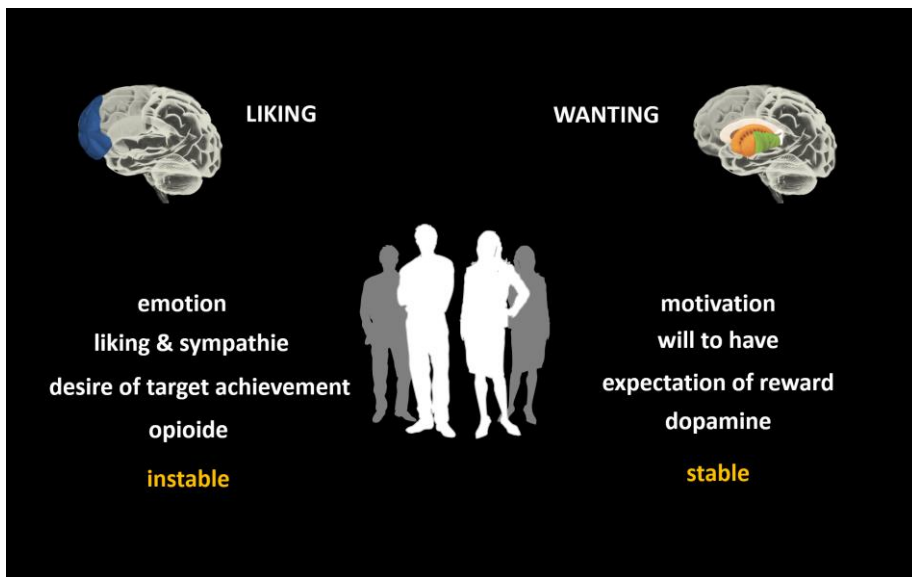
Autopilot

Von den 11 Millionen Bits, die das Gehirn über die Sinne pro Sekunde aufnimmt, finden lediglich 40 bits den Weg zum Bewusstsein. Dies entspricht einem Tropfen auf 13 Litern Wasser. Der gewaltige Rest wird von unserem Unbewussten aufgefangen, das vor allem im limbischen System angesiedelt ist. Dieser mächtige Autopilot registriert, speichert und bewertet riesige Informationsmengen, ohne dass wir es überhaupt bemerken. Es sortiert Informationen, blitzschnell in „wichtig“ und „unwichtig“.



Von allen Sinnen verarbeitet das Auge mit weit über 10 Millionen bits pro Sekunde die größte Informationsmenge.

Das Gewinnspiel hat Herr Robert Sobotka mit der besten Schätzung (0,1%) gewonnen.

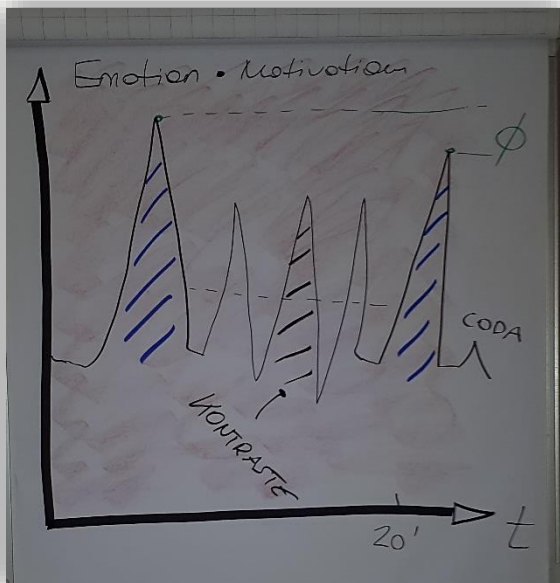


LIKING & WANTING

Was wir lange nicht gewusst haben ...

LIKING („Gefallen“) und WANTING („Haben wollen“) werden in unterschiedlichen Hirnarealen neuronal verarbeitet. Werbung z.B. muss nicht unbedingt gefallen, um zu verkaufen. Neue Projektideen werden zunächst oft begeistert aufgenommen (LIKING hoch), aber kaum jemand unterstützt aktiv den Prozess (WANTING und damit Motivation fehlt). LIKING und WANTING werden in getrennten Hirn-Kreisläufen reguliert. Die WANTING-Komponente ist stabiler, weil sie mit dem Neuromodulator Dopamin in engem Zusammenhang steht.

DRAMATURGIE: Anfang, Ende & Kontraste

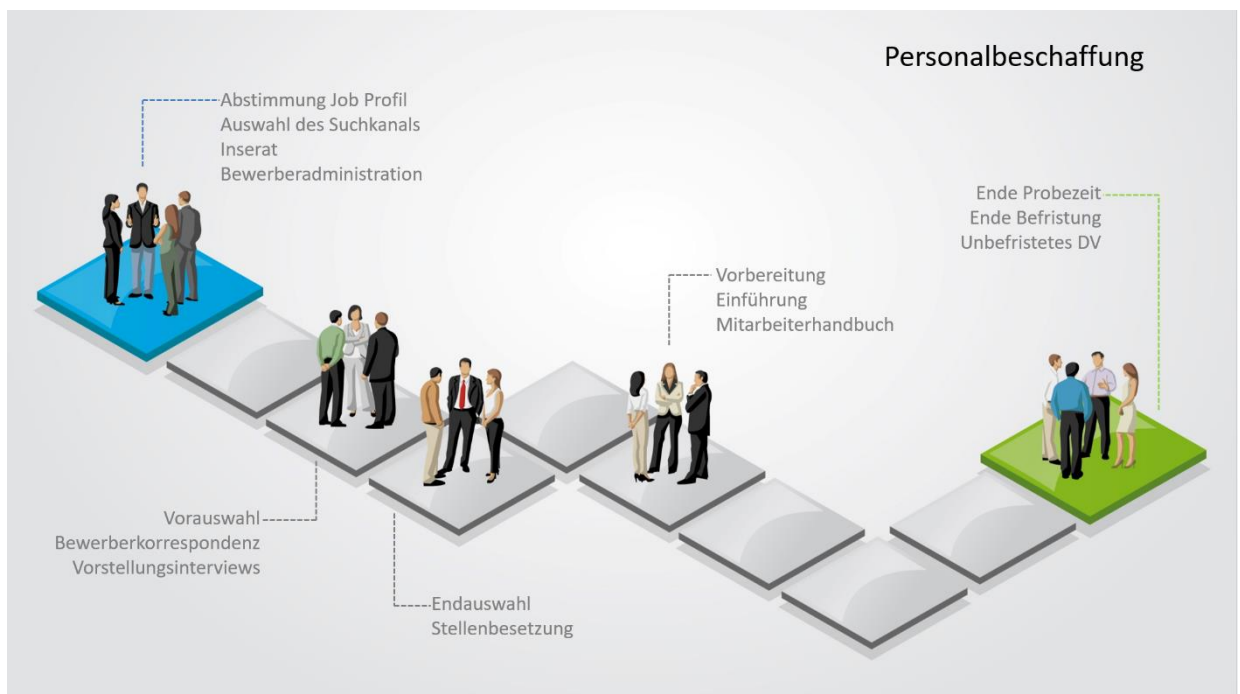
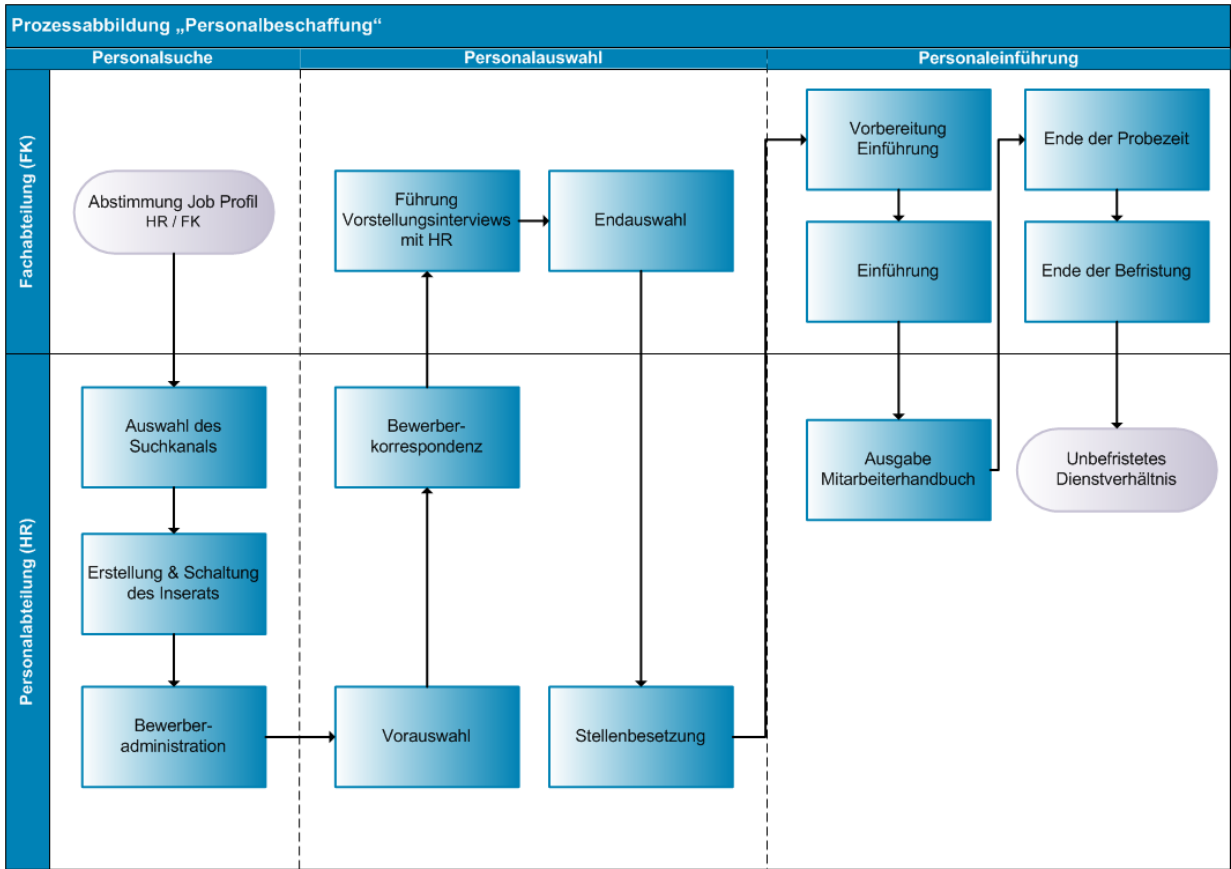


Diese „limbische Formel“ gilt für Gespräche genauso wie für Events oder Präsentationen. Setzen Sie kurz nach dem Anfang ein emotionales Highlight und kurz vor dem Ende erneut. Unser Gehirn bildet eine Art „Durchschnittswert“ der Anfangs- und Endemotion für den Gesamteindruck. Dieser Mittelwert repräsentiert den emotionalen Wert des Erlebnisses. Dazwischen bringen Sie Kontraste, also Gegensätze, die unsere Zuhörer oder Gesprächspartner das Thema „spüren“ lassen. Dadurch entsteht eine „Dramaturgie“, die zu höherer Aufmerksamkeit und besserem Verstehen von Zusammenhängen führt. Ein weiterer positiver Effekt ist die langfristige Erinnerung an die ausgeführten Informationen.

PRAXISBEISPIEL: „Struktur bei Projektbeziehungen“



PRAXISBEISPIEL: „3D-Raum nutzen“



PRAXISBEISPIEL: „Aufforderung zur Handlung“



Eine deutsche Marktforscherin hatte die Aufgabe mit dieser Folie die Geschäftsführung eines Finanzunternehmens zu „bewegen“. Die Daten im linken Bereich sind als Kreisdiagramm mit der Prozentzahl dargestellt und zeigen die Werte der Jahre 2004 und 2015. Daraus wird ersichtlich, dass das Unternehmen einen dramatischen Verlust bei der Anzahl der Vertriebspartner zu verzeichnen hatte.

Intern stand die Geschäftsführung schon seit Längerem in der Kritik, weil man den „Zug“ zur Neupositionierung längst verschlafen hatte. Ein neuer Marktauftritt mit einer neuen Werbekampagne war überfällig geworden.

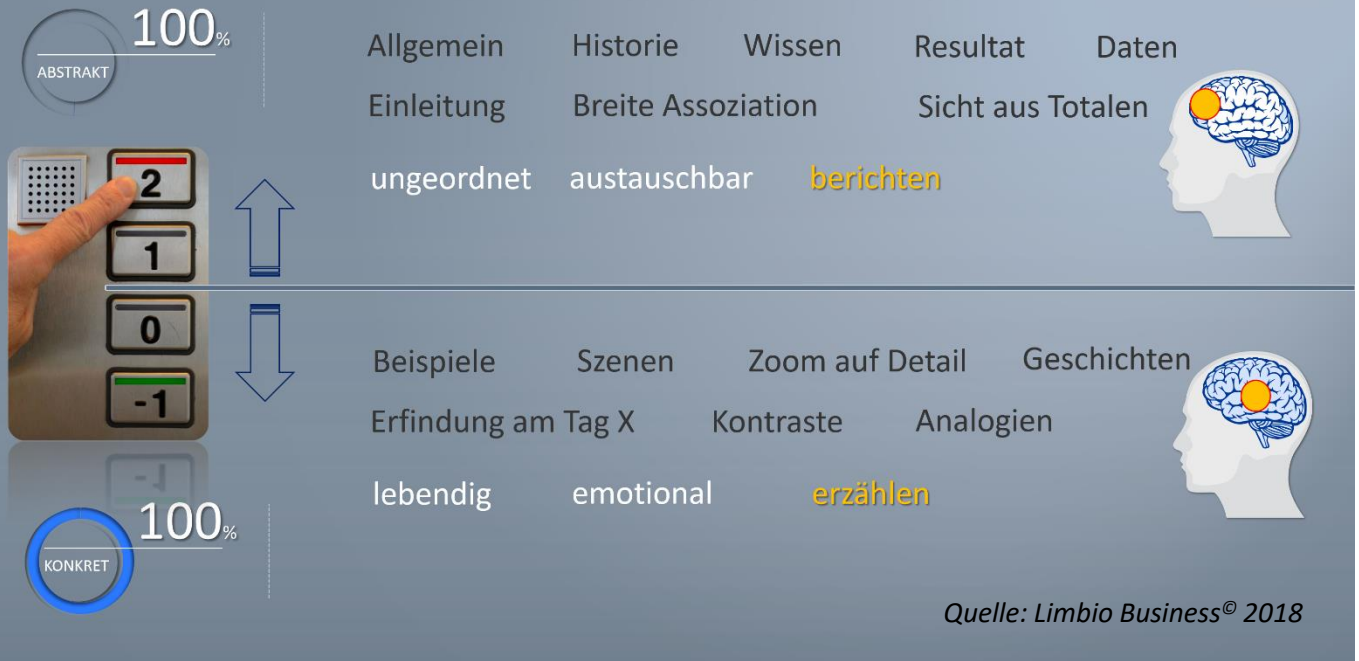
Die Leiterin der Abteilung Market Research setzte in ihren 2-stündigen Präsentationen in der Regel 135 bis 150 Folien ein. Nach dem Coaching durch Limbio Business wurde die Zahl der Folien auf insgesamt 35 gekürzt. Jede Folie hatte nun eine Kernaussage und wurde so gestaltet, dass sie auch visuell das Gesagte unterstützte. Die Marktforscherin verzichtete vollständig auf klassische Folien mit Aufzählungspunkten (Text-Bulletpoints).

Es wurde spannend. Denn jetzt ging es im rechten Teil der Folie ums „Eingemachte“. Die Marktforscherin wusste, dass das bloße Nennen der Zahlen zu wenig war, um wirklich Handlung auszulösen. Sie wurde mit ihrer Stimme leiser. Die Aufmerksamkeit im Raum erhöhte sich schlagartig, als sie folgenden Satz erwähnte: „Meine Herren, es sind zwar nur 2 Zahlen, doch die sollten uns bewegen...“. Danach war sie ganz still und betätigte nur den Button ihrer Fernbedienung. Die 48 blauen Männchen begannen nun sich zu „verabschieden“ und wurden weiß, bis sie schließlich bei Position 22 stehen blieben.

Es herrschte Ruhe im Raum. Dieser „Erase Icon-Effekt“ mit dem Kernsatz „Wir verlieren kontinuierlich Vertriebspartner“ hat mächtig beeindruckt. Die Marktforscherin hat mit kluger Dramaturgie, visuellen Slides und vor allem überzeugender, selbstbewusster Präsentation die Geschäftsführung zur Handlung gebracht. Ziel erreicht!

Fahrstuhl-Kommunikation

Von Abstrakt zu Konkret



Das Bild der „Fahrstuhl-Kommunikation“ wurde von Limbio Business auf Basis von Erkenntnissen eigener Hirnscans entwickelt. Die Praxis hat zudem gezeigt, dass die meisten Präsentationen viel zu viele abstrakte Inhalte transportieren. Für den Betrachter führen zu komplexe Daten rasch zu kognitiver Überlastung.

Gestalten Sie daher Ihre Präsentationen mit einem dramaturgischen Spannungsbogen, indem Sie immer wieder ein oder zwei Stockwerke tiefer gehen. Die unteren beiden Abschnitte stehen dabei repräsentativ für das Konkrete, das Lebendige und Emotionale. In dieser Erzählperspektive werden stärker die „limbischen Zentren“ des Zuhörergerhirns angeregt, die für Entscheidungsprozesse die größte Bedeutung haben.

Das kluge Wechselspiel von Ratio und Emotion sorgt in einer Präsentation für emotionale Relevanz.



Vergessen Sie nicht!

Eine Präsentation ist keine Dokumentation und hat immer ein Ziel.

IHRE MARKE IM HIRNSCANNER...

LIKING
ERZEUGEN SIE UNBEWUSSTES GEFALLEN?

WANTING
LÖST IHRE WERBUNG KAUF AUS?

HIRNSCAN SLOTS 2018

TV SPOTS | TEXTTE | CLAIMS | WORTWIRKUNG | PLAKATE | KEYVISUALS | HÖRFUNK SPOTS | JINGLES

NEU! 2018
Upgrade auf high end Magnetresonanztomograph Magnetom Prisma fit:
| höhere Auflösung |
| detailreichere Ergebnisse |
| höhere Produktivität |

	1. HALBJAHR		2. HALBJAHR
Februar	23./24.02.2018		September
März	30./31.03.2018		Oktober
April	27./28.04.2018		November
Mai	25./26.05.2018		Dezember
Juni	22./23.06.2018		14./15.12.2018

Reservieren Sie unverbindlich Ihren Hirnscan Slot! Bei Buchung einer Eigenstudie können Sie auch einen individuellen Termin vereinbaren.
Sandra Preiß | preiss@limbio-business.at | +43 (0) 676/ 60 31 399 oder DI Jürgen Wieser | wieser@limbio-business.at | +43 (0) 664/ 39 23 511

Oft richten sich Kommunikationsmittel nur an die Emotion des Menschen...der Hirnscanner beweist-das reicht nicht um zu verkaufen!

Fragen Sie nicht den Kunden - fragen Sie sein Gehirn!

TAG ONS
BEEINTRÄCHTIGUNG

RADIO SPOTS
AUFMERKSAMKEIT

LOGO RELAUNCH
SPRACHVERÄNDERUNG

Treten Sie mit uns in Kontakt!
Wir erstellen gemeinsam das optimale Testsetting für Ihre Fragestellungen!

TV SPOTS auch Pre-Tests mittels Storyboards oder Animatics möglich

Welche Spot- Sequenzen müssen optimiert werden?
Funktioniert die Dramaturgie?
Wird die Geschichte verstanden?
Löst der Spot Kaufhandlung aus?
Verkauft der Packshot?

PRINT

Belohnt das Key Visual?
Wird eine unbewusste Zielkomponente transportiert?
Welche Bestandteile fördern Wanting?
Wird die Aufmerksamkeitsschwelle überwunden?

MARKE

Welche unbewussten Assoziationen stellt das Gehirn zu meiner Marke her?
Welche visuellen Codes werden transportiert?
Unterstützt ein Testimonial die Markenwerte?
Was lösen Slogans/ Claims im Gehirn aus?

Der zentrale Impulsgeber des Handelns ist das Belohnungssystem!

NEURO SKILLS

IN 2 TAGEN ZUR LIMBISCHEN PRÄSENTATION!



SANDRA PREISS

IHRE TRAINER

DI JÜRGEN WIESER

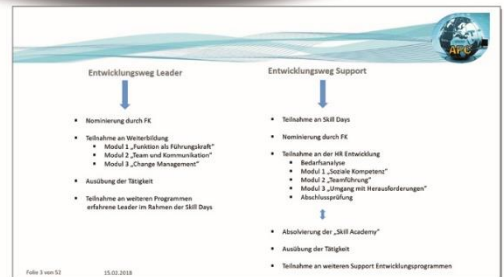
NEU!
INHOUSE-
WORKSHOP

Die Erkenntnisse der modernen Hirnforschung belegen, dass über 90% der betrieblichen Präsentationen nicht gehirngerecht sind. Falsch erstellte Powerpointfolien und fehlender dramaturgischer Aufbau führen häufig zu kognitiven Überlastungen. Teilnehmer werden müde und abgelenkt. Wichtige Überzeugungsarbeit geht dabei verloren.

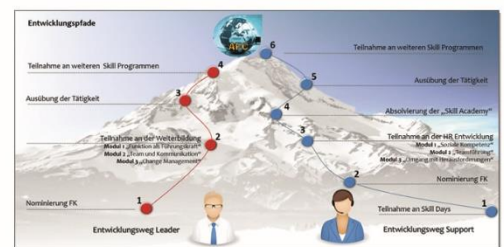


Thomas (52) ist Leiter des Qualitätsmanagements eines großen österreichischen Stahlbetriebes. Er berichtet von regelmäßigen firmeninternen Meetings, die wenig zielorientiert sind. Sitzungen mit 3 Stunden Dauer und 135 Powerpointfolien sind keine Seltenheit.

„Viele Teilnehmer blenden sich schon nach der 3. Folie aus, weil sie mit komplizierten Prozessgrafiken, langweiligen Excel-Tabellen und monotonen Vortragenden gelangweilt werden“, resümiert Thomas kritisch die Meetingkultur seines Unternehmens.



KLASSISCHE FOLIE VS. LIMBISCHE FOLIE



INHALTE

In diesem 2-tägigen „Limbischen Workshop“ bekommt Ihre Präsentation einen neuen spannenden Aufbau, inspirierende Bilderwelten und MOTIONPOINTS®. Ziel ist es, dass Sie besser und schneller überzeugen.

LIMBISCHE ÜBERSETZUNG

Ihre Präsentation erhält einen neuen „emotionalen Anstrich“.
Warum müssen Sie emotionale Relevanz erzeugen?

MOTIONPOINTS®

Wir trainieren „Fokussierung“ und „Weglassen“.
Warum brauchen Sie nur wenige Kernargumente?

DIE MAGISCHE 4

Menschen ticken „limbisch“.
Was wäre, wenn Sie sich im Umgang mit Menschen nur 4 Dinge merken müssten?

NEU!
INHOUSE-
WORKSHOP

Die beiden Workshop-Tage sind so konzipiert, dass neben der Bewusstseinsbildung für überzeugende Präsentationen auch Trainingszeiten [Das Neue gleich ausprobieren] für die TeilnehmerInnen fix eingeplant sind. Die Trainer erstellen am ersten Abend schon neue Folien, Grafiken und Bildimpressionen. Diese können am 2.Tag von den TeilnehmerInnen interaktiv eingesetzt werden.

TAG 1



9.00 – 12.00 Uhr

Basics der Hirnforschung
Was sind Emotionen?



13.00 – 15.00 Uhr

TeilnehmerInnen
präsentieren die aktuelle
Präsentation



15.00 – 19.00 Uhr

LIMBIO INTERN
Wichtige Folien und
Grafiken werden umgebaut
und gehirngerecht gestaltet

TAG 2



9.00 – 12.00 Uhr

Feinjustierung und
dramaturgischer
Spannungsbogen



13.00 – 15.00 Uhr

Die neue Präsentation
wird trainiert und startet
mit einem Wow-Effekt!



KOSTEN STATT € 4.200,- € 3.450,-

netto zzgl. 20% USt.

BUCHUNGEN

Sandra Preiß | preiss@limbio-business.at | +43 (0) 676/ 60 31 399 oder
DI Jürgen Wieser | wieser@limbio-business.at | +43 (0) 664/ 39 23 511



Unser Gehirn ...

... ist nicht dafür geschaffen,
große Datenmengen zu
verarbeiten.

... ist hervorragend dafür
geeignet, Relevanz zu
erzeugen.

... ist ein Organ zur
Problemlösung.