

Sessie: Verhoog omzet met neuromarketing

15-03-2017 21:57



[ST&T's Neuromarketeer Tim Zuidgeest](#): "Heeft u ooit goed gekeken naar de website van Coolblue? Ziet u wat er ontbreekt? Er staat geen euroteken bij de prijs." Volgens neurowetenschappers doet het euroteken pijn in de hersenen. Door geen euroteken te vermelden, verzacht het bedrijf de pijn. We denken als mens rationele wezens te zijn, maar dan zijn we niet. We kiezen iets en verantwoorden achteraf voor ons zelf waarom we iets gekozen hebben. Kiezen doen we het grootste deel van de dag onbewust. Maak daar gebruik van in je marketing. Ook in de DHZ-branche kun je elementen uit de psychologie, zoals een vloerwissel, op de winkelvloer toepassen en zo je omzet verbeteren.

Meer tips en tops lees je in de eerstvolgende editie van MIX.

Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook [GfK's Berry van Oosterhout](#), [fonQ's Joost Wels](#), [Bart van de Ven van Truetalk](#) en [Jan van Setten](#).

Marc Nelissen