



Institut für limbische Kommunikation  
und Strategie



## Marktforschung mit Neuro-Perspektive



**Der Gedanke etwas zu wollen, kommt erst, nachdem das limbische System schon längst entschieden hat, was getan werden soll!**

**Die Quintessenz ist, dass dieses System die letzte Entscheidung darüber hat, ob wir etwas tun oder nicht.«**

DR. DR. GERHARD ROTH



Liebe Geschäftspartnerinnen und -partner

Hat Marktforschung in Zeiten von Big Data und Analytics noch eine Berechtigung? Absolut! Denn Befragungen liefern nicht nur Antworten zum »Was« sondern auch zum »Warum«.

90 bis 95 Prozent unserer Entscheidungen basieren auf unbewussten neurologischen Emotionsverarbeitungsvorgängen im limbischen System des Gehirns. Die Segmentierung der Marktforschungsdaten mit LimbiCODE® ist deshalb relevant, um auf Basis neurowissenschaftlicher Erkenntnisse zu untersuchen, ob bei der Zielgruppe »Wanting« ausgelöst wird und ob neuronale Widersprüche dazu führen, dass Ideen und Konzepte nicht in die Käuferwägung kommen.

In diesem Sinne freuen wir uns bereits jetzt auf Ihre Fragestellungen.

*Herzliche Grüße*

*Ursula Kaspar*

Inhaberin

Institut für limbische Kommunikation und Strategie



## UNSERE ZIELE

Das **Institut für limbische Kommunikation und Strategie** bietet Ihnen in Zusammenarbeit mit einem Netzwerk von internationalen Partnern hervorragende Full Service Online Marktforschungs- und Beratungsleistungen; damit Sie mittels verbessertem Konsumentenverständnis Ihre hohen Marketing- und Performance-Ziele noch besser erreichen.

Da Werte und Motive von Konsumentinnen und Konsumenten mehrheitlich auf unbewussten neurologischen Emotionsverarbeitungs- und Entscheidungsvorgängen basieren, tragen wir diesem Umstand beim Forschungsdesign Rechnung. Wir setzen implizite Befragungstools ein, wo Kunden ihre Entscheidungen nur unzulänglich beschreiben können und ergänzen Marktforschungs-Know-how mit umfassendem limbischen Wissen.



## UNSERE SERVICES UND LEISTUNGEN



### Marktforschung

Unsere langjährige Forschungserfahrung umfasst alle Bereiche der quantitativen Online-Marktforschung, insbesondere in den Themenbereichen:

- Kundensegmentierung
- Usage & Attitude-Studien
- Konzept- und Produkttests
- Ideen-Screening/Pitchstudien
- Online In Home Use- und Degustations-Tests
- Werbemitteltests
- Brand-Positionierungs-/Tracking-Studien
- Pricing-Forschung
- Testimonial-Tests
- PR-Studien
- Kundenzufriedenheitsstudien

### Implizite Forschungstools

- Blickverlaufsaufzeichnungen
- Reaktionszeitbasierte Messmethoden
- Segmentierung auf Basis LimbiCODE®

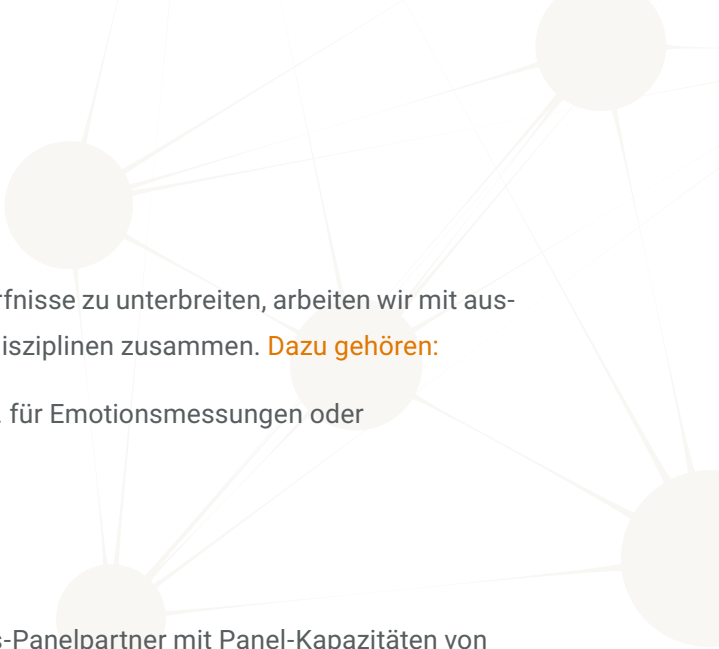
### Limbik-Beratung

Mit Erkenntnissen aus über 10 Jahren Forschungsarbeit beraten wir Sie auf Basis neurowissenschaftlicher Ansätze im Zusammenhang mit unserem Segmentierungs- und Beratungsansatz LimbiCODE®.

- Positionierung von Marke und Kategorie
- Evaluation neuronaler Widersprüchlichkeiten/ Optimierungspotential bei Marke und Kommunikation
- Workshops für Agenturen und Marketers
- Vorträge und Key Notes für Kunden und Mitarbeiter



## PARTNER-NETZWERK



Um Ihnen **das beste Angebot** für Ihre spezifischen Bedürfnisse zu unterbreiten, arbeiten wir mit ausgewählten Partnern aus unterschiedlichen Forschungsdisziplinen zusammen. **Dazu gehören:**

- Anbieter spezifischer impliziter Forschungstools, u.a. für Emotionsmessungen oder Blickverlaufsaufzeichnungen
- Tool-Anbieter für unsere SPEED-Surveys
- Programmier- und Auswertungspartner
- und verschiedene qualitätszertifizierte Online Access-Partnern mit Panel-Kapazitäten von über 100'000 Schweizerinnen und Schweizern sowie befragungswilligen Probanden in vielen internationalen Märkten

## LIMBICODE® IN KÜRZE

Oft zeigen Marketing- oder Werbemaßnahmen nicht die gewünschte Wirkung. Aus Sicht der Neurowissenschaften ist das nicht überraschend, denn oft besteht die angesprochene Zielgruppe aus Menschen mit komplett unterschiedlichen Persönlichkeitsprofilen.

Handlungen werden jedoch durch Emotionen ausgelöst, welche im limbischen System bei der (unbewussten) Decodierung von Sinnesreizen entstehen. Nur jene Wahrnehmungen, welche das Belohnungssystem aktivieren, als Bedrohung wahrgenommen werden oder neu und unbekannt sind, gelangen auf die Ebene des Bewusstseins, wo sie Handlungen auslösen.

Was jemand als Belohnung und was als Bedrohung empfindet, hängt vom individuellen Motiv- und Wertesystem sowie Erfahrungen, Bildung und Prägungen ab. Marketing- und Werbemaßnahmen müssen deshalb auf die Persönlichkeitsprofile der Kernzielgruppe zugeschnitten sein, um das Belohnungssystem zu aktivieren.

Die Methodik LimbiCODE® ist ein psychografisches Segmentierungsmodell, welches Menschen mit ähnlichen Persönlichkeitsprofilen auf Basis 21 skalierten Abfrageitems in Gruppen zusammenfasst, was die gezielte Ansprache des Belohnungssystems ermöglicht und dadurch die Wirkung sowie die Effizienz von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen deutlich steigert.

INSTITUT FÜR LIMBISCHE KOMMUNIKATION UND STRATEGIE GMBH

Hottingerstrasse 12

8032 Zürich

Tel. +41 79 378 41 02

[www.iflk.ch](http://www.iflk.ch)

[ukaspar@iflk.ch](mailto:ukaspar@iflk.ch)