





# **TAG DER STEIRISCHEN KFZ-WIRTSCHAFT**

**Die emotionale und erfolgfördernde  
Rolle der Unternehmer in  
temporeichen Marktveränderungen**

**Günther Panhölzl**



**„Wer hat Lust  
auf uns“?!**





**Wer mehr will, muss  
emotional mehr bieten**





# Leitgedanke Führungskraft

**99 % entscheiden alles –  
das unbewusste Emotionale  
ist die letzte Instanz bei  
Entscheidungen!**





# Leitgedanke Mitarbeiter

**Wer auf 1 % setzt,  
schwächt seinen  
Lebensverlauf enorm**





Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth, 65, leitet das Institut für Hirnforschung an der Universität Bremen und das Hanse-Wissenschaftskolleg in Delmenhorst. Er hat über 200 Fachartikel im Bereich der Neurobiologie und Neurophilosophie veröffentlicht. Bekannt wurde er durch seine drei bei Suhrkamp erschienenen Bücher „Das Gehirn und seine Wirklichkeit“, „Fühlen, Denken, Handeln“ und „Aus Sicht des Gehirns“. Auch in seinem aktuellen Buch „Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten“ (vgl. Service-Kasten S. 39) geht es um neue Erkenntnisse und Schlussfolgerungen aus der Hirnforschung.

Kontakt: [Gerhard.roth@uni-bremen.de](mailto:Gerhard.roth@uni-bremen.de)



- **Wirken Sie anziehend auf Ihr Umfeld?**
- **Ist die Firma beim Kunden emotional „IN“?**







- **Wirkt die Firma auf die Zielgruppe emotional „IN“?**
- **Preis, Persönlichkeit & Perspektiven nach innen und außen**





- **Mein Selbstbild – ehrlich und erfrischend anders**
- **Der Kunde muss das Positive der Firma bei jedem Kontakt spüren**





- **Das positive Image einer Firma ist ein gelebter Team-Zustand**
- **Der emotionale „3P-Mix“ zieht Kunden magnetisch und verführerisch an**





**Bin ICH bereit  
für die Erfüllung der  
emotionalen Vorstellungen  
unserer Kunden und sie zu  
überbieten?**





# Leitgedanke Führungskraft

**Der Weg ins Gehirn des  
Kunden führt über sein  
Unbewusstsein**





# Leitgedanke Mitarbeiter

**Bin ich bereit, im  
Unbewussten des Kunden  
täglich positiv  
vor Anker zu gehen?**





- **Wie die Konkurrenz oder wirklich anders?**
- **Nicht der Kunde blockiert die Kauflust, sondern Firmen fördern die Kaufunlust**





➤ **Wer die aktuellen und zukünftigen emotionalen Vorstellungen des Kunden nicht kennt, verzichtet auf vorprogrammierte Umsätze**







- **Die Entscheidung:  
Kauflustverhalten oder  
Kaufunlustverhalten**
- **Geben Sie den Weg zum  
Kauflust-Kapitän im  
Gehirn des Kunden frei**





# ➤ Unser emotionales „Kunden-Kauflust“- Fit-Training





**„Warum SIE  
und nicht die  
ANDEREN“?!“**





# „Firmenkonzepte & Strategien am Puls des Marktes, der Kunden und des Internets“





# Leitgedanke

---

**Differenzierung heißt:  
Ein stärkenorientiertes  
Firmenkonzept wirkt von  
innen nach außen!**





# Leitgedanke

---

**Strategie heißt: „Teure  
Irrfahrten zu den  
Firmenerfolgen bereits am  
Start vermeiden!“**





- **Differenzierungs-Stärken & -Schwächen erkennen und als Herzstück im Firmenkonzept einbetten!**
- **Die „Stärkung Ihrer Differenzierung“ ist das Fundament für eine anziehende „Erlebniswelt“**





**„Unsere  
Firmenphilosophie =  
Differenzierung  
à la carte“**

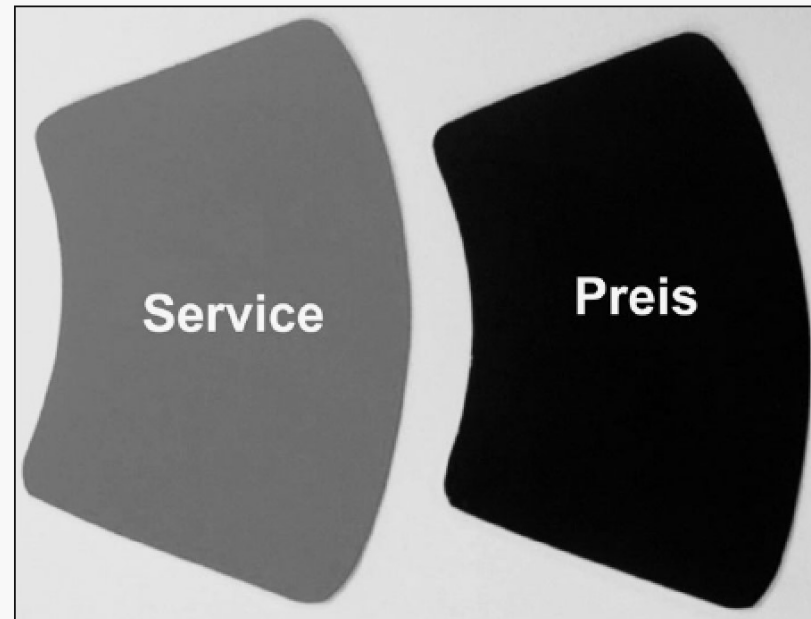






**So einzigartig wie wir  
sind, wirken wir auch!**







# Leitgedanke

---

**Die Firma wirkt am  
Markt, wie das  
TEAM es will!**





➤ **„Haben wollen oder  
nüchterner Kauf!?“**





- **Die 6 Magneten der Firmenphilosophie kann man nicht lernen, umsetzen auf die eigene Firma und dann abhaken! – Man muss sie leben!**





# Magnet Nr. 1

---

**Mehr Wert für  
den Kunden  
erkennbar machen!**





## **Magnet Nr. 2**

---

**Orientierungshilfe für  
den Kunden –  
Was zeichnet uns aus?**





# Magnet Nr. 3

---

**Klare Nutzen-/  
Zielgruppendifinition  
erzeugt eine Sogwirkung  
im Firmenumfeld**







# Magnet Nr. 4

---

# Die Einzigartigkeit des Teams





# Magnet Nr. 5

---

**Wer Herausragendes  
anbietet, wird an  
seinen Taten gemessen**





# Magnet Nr. 6

---

**Die Zukunftsaussichten =  
Die Firmenphilosophie-  
Visionen**





- **„Botschaften leben vom Botschafter!“**
- **Meine Gedanken – meine Gefühle = der innere Kompass der Firmenphilosophie**





# „Marke & Image – Magneten im Dauereinsatz“





# **Der alles entscheidende Wettbewerbsfaktor im Mehr Wert-Zeitalter!**





# Leitgedanke

---

**Auf welchem  
„Image-Podest“  
wollen Sie mit Ihrer  
Firma stehen?**





➤ **Ihr Image ist der größte und wirkungsvollste Einflussfaktor bei Kaufentscheidungen! – Jede Schwächung wird mit Verlusten bezahlt.**





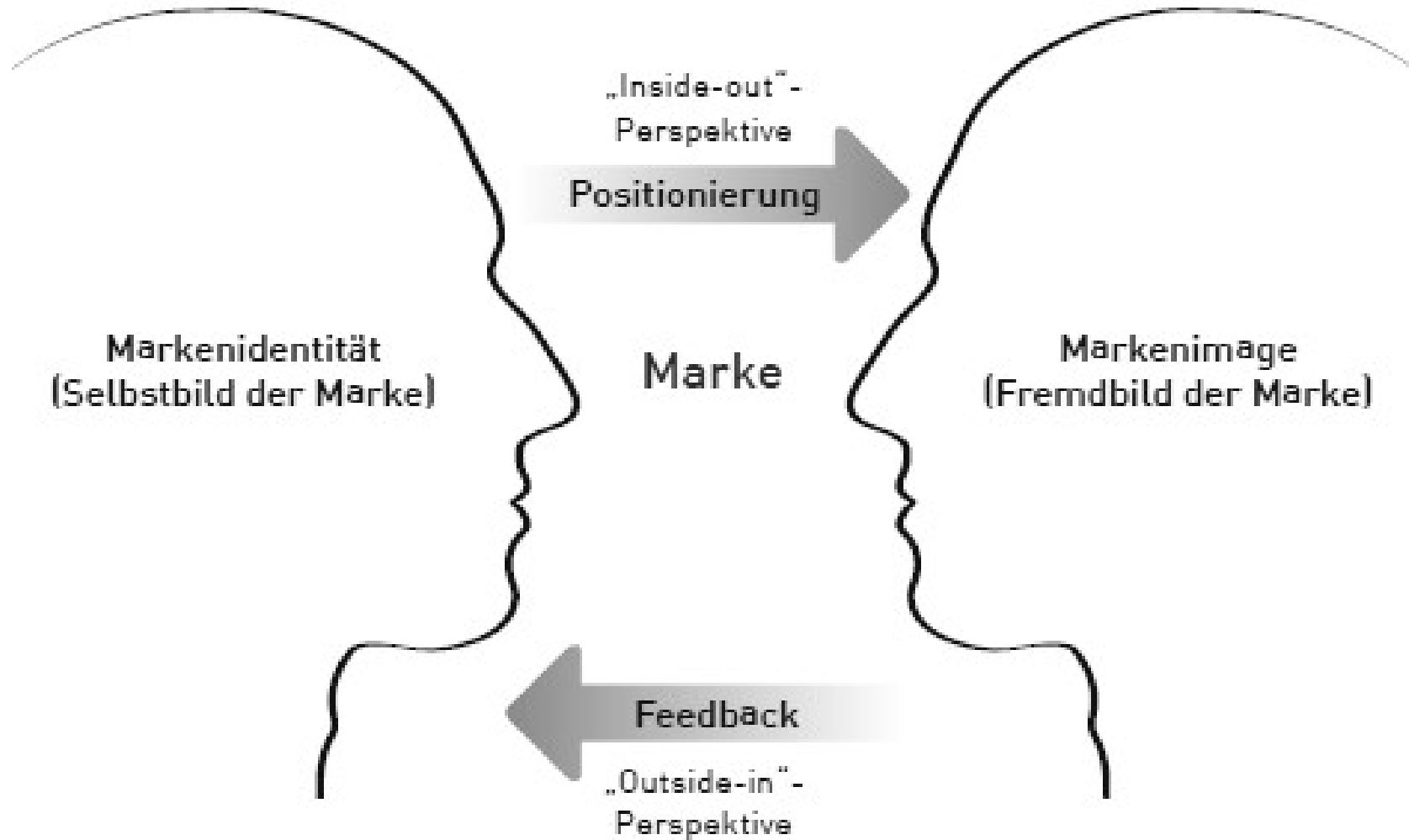


➤ **Image ist ein gelebter  
Zustand und das ist das  
Einzigste, was wirklich  
wirkt!**



Interne Zielgruppen

Externe Zielgruppen





**Emotional  
kann man alles  
verkaufen!**

**Danke und viel Erfolg  
beim Erreichen Ihrer Ziele!!!**

*Günther Panhölzl*