

Inhaltsverzeichnis

GRUNDLAGEN

Einleitung „From Spaces To Places“	8
Das „drei-einige Gehirn“.....	14
Das Structogram®	20
Biostrukturanalyse – was ist das?.....	24

PEOPLE

Bin ich in der richtigen Abteilung?.....	32
Wussten Sie schon...?!	
Diese eine Stelle	39
Wie tickt Ihr Chef?.....	40
Wussten Sie schon...?!	
Mentale Vorbereitung	43
Geschichten, nicht nur rund ums Wohnen.....	44
Die Entwicklung des Wohnens	52

Das Wohnen und das Wohlbefinden	56
Falsches Wohnen und die Auswirkungen	60
Richtiges Wohnen beginnt im Kopf	66

STRATEGIE

Die Transformation von Handel und Kunde	72
Die 4 Geheimnisse wie Wohnbilder begeistern	74
Wie kommt das Signal in den Kopf?	76
Wie schnell und warum kaufen wir ein Produkt?	80

TRAINING

5 Signale die den Kaufimpuls auslösen – oder auch nicht!	86
Gibt es das ideale Produkt?	94
Schritt für Schritt: Das Erstellen des optimalen Wohnbildes mit dem Triogram®	96

Optimale, schwache und fehlende Signalwirkung	102
Zusammenfassung der Allgemeinen Produktsignale.....	104
Wussten Sie schon...?!	
Flirt-Signale	107
Beschleuniger und Bremsen des Kaufimpulses	108
Das Beschriftungskonzept der Wohnbilder/Kojen	112
Das genetische Wörterbuch („BIO-Talk“)	114

UMSETZUNG

Ermitteln Sie die „BIO-G“-Zielgruppe für Ihr Möbelhaus	120
Die Customer Journey wird zum Erlebnis	126
Der 6-Punkte-Leitfaden: Wie Sie Wohnbilder gestalten, die begeistern!	134
Wie Ihr Unternehmen zur Marke wird	136
Wussten Sie schon...?!	
Babyblicke.....	139
Beispiele roter, grüner und blauer Wohnbilder.....	140

ANHANG

Informationen über Kurse	146
Über den Autor und Trainer Markus Neumann / Internet-Links	152
Bildquellennachweis	154