

Emotionale Beweggründe beim Einkauf

Limbic® Types im Nielsen Homescan Panel

Neueste Erkenntnisse aus der Hirnforschung, Neurochemie, Genetik und der Psychologie bilden die Grundlage für die Spezifizierung der Limbic® Types. Zielgruppen lassen sich somit anhand von Motiven, Werten und Wünschen abbilden. Die Limbic® Types lassen sich im Nielsen Homescan Panel identifizieren, ihre Einkaufspräferenzen kann man so nach Produktgruppen, Marken und Einkaufsstätten analysieren.



Die Integration der Limbic® Types in das Nielsen Homescan Panel ermöglicht es, Zielgruppen noch spezifischer anzusprechen und detaillierte Profilierungen durchzuführen.

Zielgruppentargeting mit Hirn

Die Gruppe Nymphenburg hat auf Grundlage des modernen Multi-Science-Ansatzes drei wesentliche Emotionssysteme herausgearbeitet, die für die menschliche Individualität bestimmend sind:

- Balance (Sicherheit, Stabilität, Fürsorge)
- Dominanz (Durchsetzung, Macht, Status)
- Stimulanz (Neugier, Erlebnis, Spaß)

Nach den Limbic® Types fassen wir die Konsumenten in Gruppen zusammen, die sich von ihrer emotionalen und wertorientierten Einstellung ähneln.

Ihre Fragen

- Welche Konsumenten sind sich in ihrer emotionalen und wertorientierten Einstellung ähnlich?
- Wie treffen die Limbic® Types ihre Verkaufsentscheidungen?

- Welche Verkaufsstätten, Produkte oder Marken präferieren die einzelnen Typen?
- Wie kann ich die neuropsychologische Persönlichkeit der Konsumenten gezielt ansprechen?

Ihr Nutzen

Die Limbic® Types im Nielsen Homescan Panel rücken die Verbraucher und ihre Motiv- und Persönlichkeitssysteme in den Mittelpunkt. Sie erhalten so einen völlig neuen Zugang zur Zielgruppen-segmentierung und optimale Entscheidungshilfen für Ihr Marketing.

15.000 Homescan Haushalte als auch die in den Haushalten lebenden Personen werden nach den Limbic® Types segmentiert. Diese Einteilung ist für alle deutschen Haushalte und Personen repräsentativ.

Ob Hersteller oder Handel - so optimieren Sie Ihre Zielgruppenansprache in den Bereichen Klassik, Media und Dialog.

Ihre Vorteile durch Limbic® Types im Nielsen Homescan Panel

- Zielgruppenselektion auf Basis neuropsychologischer Attribute
- Potentialanalysen
- Wettbewerbsanalysen
- Brand Management
- Markenpositionierung und Potentiale
- Strategische Marketingplanung
- Optimierung der Zielgruppenansprache im Bereich Klassik, Media und Dialog