

## Hjernen er et overset salgsredskab

Hver gang vi skal købe en vare, starter en ubevidst proces i hjernen. Urinstinkter helt op til 450 millioner år gamle er med til at afgøre, om vi siger ja eller nej tak til for eksempel et nyt tv, og de handlinger, vi tror er rationelle, er det ofte ikke. En ny bog sætter nu fokus på de ubevidste mekanismer, noget som især sælgere kan få stor nytte af. Metoden hedder neurosalg, og den er så effektiv, at den skal bruges med omtanke.

– Marketing- og økonomiekspertter har i mange år været klar over, at det er vigtigt at vide noget om, hvad der sker i hjernen, når vi træffer beslutninger. Hvis de vil opnå det optimale med deres reklamer og prissætning, skal de kunne forstå kundernes måde at tænke på, og hvorfor ikke også udnytte det, når det gælder selve salget?

Sådan spørger forfatteren Jesper Wagner i forbindelse med udgivelsen af sin nye bog *NeuroSalg*. Bogen går et skridt videre end tidligere udgivelser i samme genre, for eksempel *Buyology* af Martin Lundstrøm, som udkom i 2008 og beskrev hjernens mekanismer i forbindelse med marketing. *NeuroSalg* viser, hvordan man som sælger kan bruge viden om hjernen til at skabe mere salg og gladere kunder, og den afslører en hel ny måde at tænke salgsarbejde på, fordi den går bag om de elementer, der styrer vores ubevidste valg i beslutningssituationer.

Ved hjælp af skannere har forskere set på, hvilke processer der går i gang i hjernen, når vi for eksempel skal købe et nyt tv, og resultaterne afslørede, at det at købe et tv sjældent er en rationel beslutning, men derimod styret af urgamle instinkter.

– Vores hjerne kan simpelthen ikke hitte rede i alle de faktorer, vi skal tage stilling til, når vi skal købe en så kompleks vare som et tv. Skærmopløsning, tilslutningsmuligheder, HD eller plasma, pris, farve, mærke og så videre – alt det forvirrer os, så i sidste ende beslutter vi os ud fra ganske enkle præferencer, der ofte ligger dybt gemt i vores ubevidsthed, fortæller forfatter Jesper Wagner.

### Det optimale for begge parter

*NeuroSalg* er først og fremmest skrevet for sælgere, så de kan gøre deres salgsarbejde mere målrettet og mere præcist hjælpe deres kunder nemmere frem til en optimalt køb. Bogen giver en række teknikker, sælgere kan bruge, men ikke kun med tanke på dem selv. *NeuroSalg* handler også om, at salgsmetoderne skal bruges med omtanke, for – som forfatteren påpeger – er der ingen, der i det lange løb er tjent med, at det kun er sælgeren, som får udbytte af en salgssituation. Begge parter skal tilfredsstilles på den bedst mulige måde.

– Nogle vil måske tænke, det er manipulation, når jeg i bogen afslører, hvordan du for eksempel kan bruge mørk chokolade til at gøre en kunde mere villig til at købe, men det handler i virkeligheden om at gøre en kunde glad for det køb, han eller hun foretager. Vi ved jo alle sammen, hvordan det føles, hvis vi køber et tv til 8.000 kroner og en måned efter fortryder, vi ikke valgte en større skærm, siger Jesper Wagner.

*Jesper Wagner stiller gerne op til interview. Kontakt på telefon 20635800 eller via e-mail til [jwa@tack.dk](mailto:jwa@tack.dk). Se også [www.neurosalg.dk](http://www.neurosalg.dk).*

Titel: NeuroSalg  
Forfatter: Jesper Wagner  
Pris: 249 kroner  
Forlag: Bergholm Media (i samarbejde med Skriveforlaget)  
ISBN: 978-87-992505-5-4  
Sideantal: 201 sider  
Udgivelsesdato: Maj 2009  
Kan købes hos: Alle landets boghandlere, [www.neurosalg.dk](http://www.neurosalg.dk) og [www.skriveforlaget.dk](http://www.skriveforlaget.dk)

