

Thomas Sonnberger



Das
Geheimnis
des
**Marketing-
Finders**

*Genuss-
Marketing*

www.thomassonnberger.at

Literaturliste:

A.Einstein, Wikipedia

B.Mandelbrot, E.Schrödinger Wikipedia

J.Habermas, Theorie des kommunikativen Handelns

E.Kandel, Biologie des Geistes, Suhrkamp

D.Kahnemann, Spiegel.de, Wikipedia

M.Planck, R.Clausius, Vimana Wikipedia

Thomas Sonnberger, Jus in einer Stunde verstehen, Jus Coaching, BoD

Thomas Sonnberger, Selbstorganisation zum Sportprofi, BoD

Thomas Sonnberger, Das geheime Leben der Pferde

Thomas Sonnberger, Selbstorganisierende Rhetorik

Thomas Sonnberger, Mathe in einer Stunde verstehen, Konzentrieren wie ein Weltmeister, BoD

Thomas Sonnberger, Rock 'n' Garden, Der Magische Garten, BoD

Thomas Sonnberger, Das geheime Leben der Bienen

Thomas Sonnberger, Das geheime Leben der Flüsse, Biber

Thomas Sonnberger, Der Vereins-Coach, BoD

Thomas Sonnberger, Das geheime Leben der Hunde, Wölfe

Thomas Sonnberger, Der Magische Koch, BoD

Thomas Sonnberger, Selbstorganisierendes Schlanksein

Thomas Sonnberger, Superraum Wohn(t)raum, Die Magische Wohnung, BoD

Inhaltsverzeichnis

Selbstorganisierendes, resilientes Marketing

Darwin und die Digitalisierung

Magie: Vieldeutigkeit, Seele

Kapitel 1: Neurophysik

Kunden wollen Seele, ob wir wollen oder nicht

Du kannst das: Musik und Verkauf

Du kannst das: Im Bereich Recht

Charismatische Marketingformel

Selbstorganisation und Marketing

Eine Sprache in einer Woche lernen

Vertrauen kann man nicht drucken

Es gibt 2 Welten

Das Geheimnis des Zeitfinders

Gipfelerlebnisse belohnen!

Training, Bewusstsein

Auch Lieferanten wollen ein emotionales Erlebnis

Social Media Kampagne

Emotion.Macht.Spiel

Stimulanz: Auslöser, Spiel, Reiz

Dominanz: Investor, Steuerperson, Jäger

Balance: Zusammenspiel, Zeiterfüllung, Ernte

„Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne

Checkliste

Feedback, um Chaos zu reduzieren

Schamhaftigkeit, Ehre verändern uns

Was wir vom Clown lernen können

Story tells, emotion sells

Kostenlos mit den Leuten auf Social Media
Plattformen reden

Was sind die Fehler, die blinden Flecken?

Emotionen

Was bleibt? Emotionen

Kraft und Ausdauer checken

Gipfelerlebnis rechnen

Das Gehirn macht aus Psychologie: Biologie

Erleuchtung (Durchblick) oder Lichtmatsch

Kann ich ein Bild lieben?

Du sollst dich präsentieren

Eliteformel statt Chaos

Verhandlungsfallen, Löcher

Resilienz

Wie erkennt man einen Coach?

3 große Anstrengungen
Die 3 K der Gedächtnisweltmeister
Musik

Kairos

„Der Sternekoch, der Deinen Namen trägt...“

Lieben Sie Kubst?

Kapitel 2: Neurophysik

So schmeckt das Paradies

Drei Schritte zum Magischen Koch

1. Schritt Stimulanz: Gewürze
2. Schritt Dominanz: Authentizität
3. Schritt Balance: Die magische Orchestrierung

Das Geheimnis der Küchenzauberer

Koch mich ein! Die Liebesmahlzeit

Suppe: Jeder ist ein Magischer Koch

Suppenzauber

Zauberhafte Menüs

Gastrosophen

Die bunten Farben der Früchte und Gewürze

Können wir Tika-Taka lieben?

EQ: Emotionsquotient: Gehirnsprache ist
Symbolsprache

Selbstorganisierendes, resilientes Marketing

Mach was, wussten schon die alten Griechen. Bereits Platon wanderte mit Akademos im Hain, denn Bewegung bewirkt Rhythmus und schaffte so das Fundament des Denkens.

Eine Theorie, die in die Betriebswirtschaft, Schule, Universität, insbesondere in das Marketing, passt ist: „Survival of the fittest“ von Darwin.

Die Modefirma Chanel war in Schwierigkeiten, bis Karl Lagerfeld kam, den Kern von Chanel erkannte, jedes Jahr neu modifizierte, präsentierte und inszenierte. Er konnte seine Kreationen an das Label anpassen, der Kern blieb.

Zuvor hatte man probiert die Marke neu zu erfinden. das kann man auch machen, das kostet, aber in der Natur genügt genug.

Dadurch verbesserte Karl der Große enorm den geschäftlichen Erfolg für Chanel.

Auch der Fink in der freien Natur erfindet sich nicht neu, sondern er verändert seinen Schnabel, da sich das Futterangebot verändert.

Er verändert sein Federkleid, seinen Gesang, da sich die Umwelt verändert hat, aber im Kern bleibt ein Fink ein Fink.

Wir kleiden uns auch anders, wenn wir in die Oper gehen; vielleicht reden wir auch anders, als im Gasthaus, da wir vor

einem neuen Publikum stehen.

Van Gogh hat nur ein Bild mit einem Spiralmuster gemalt, viele andere Bilder sind daraus entstanden. und viele andere Maler sind am Stil leicht erkennbar.

Auch ein BMW ist von der Ferne leicht erkennbar.

Darwinfinken unterscheiden sich im Wesentlichen durch die Form und Größe ihres Schnabels sowie durch ihre unterschiedlichen Lebens-, spezielle Ernährungsweisen. Auch ihre Gesänge sind unterschiedlich.

Beispiele wie sich die Finken der Umwelt anpassen, also, selbstorganisierendes Marketing betreiben, und warum „genug“ in der Natur genügt.

- Dickschnabel-Darwinfink
- Kaktusgrundfink
- Baumfinken
- Mangrovedarwinfink
- Papageischnabel-Darwinfink
- Zwergdarwinfink
- Kleinschnabel-Darwinfink
- Spechtdarwinfink
- Laubsänger-Darwinfink
- Waldsänger-Darwinfink
- Genovesagrundfink
- Españolagrundfink
- Mittel-, Klein-, Großgrundfink
- Opuntiengrundfink
- Kaktusgrundfink
- Vampirgrundfink
- Spitzschnabel-Grundfink - eventuell Ausnahme
- Kokosinsel-Darwinfink
- Dickschnabel-Darwinfink

Darwin vermutete, dass die ersten Finken auf den Galapagos Inseln Körnerfresser waren.

Je nach Schnabel gibt es

- Pflanzenfresser
- Kakteenbewohner
- Insektenfresser

Was hält uns im Marketing noch auf?

Egal, ob wir via Bungee-jumping 192 Meter oder einen Meter von einer Brücke springen, so das Team um Surjo Soekadar von der Klinik für Psychotherapie in der Charité, die Spannung bleibt gleich.

Das Gehirn lernt immer, selbstorganisierend.

