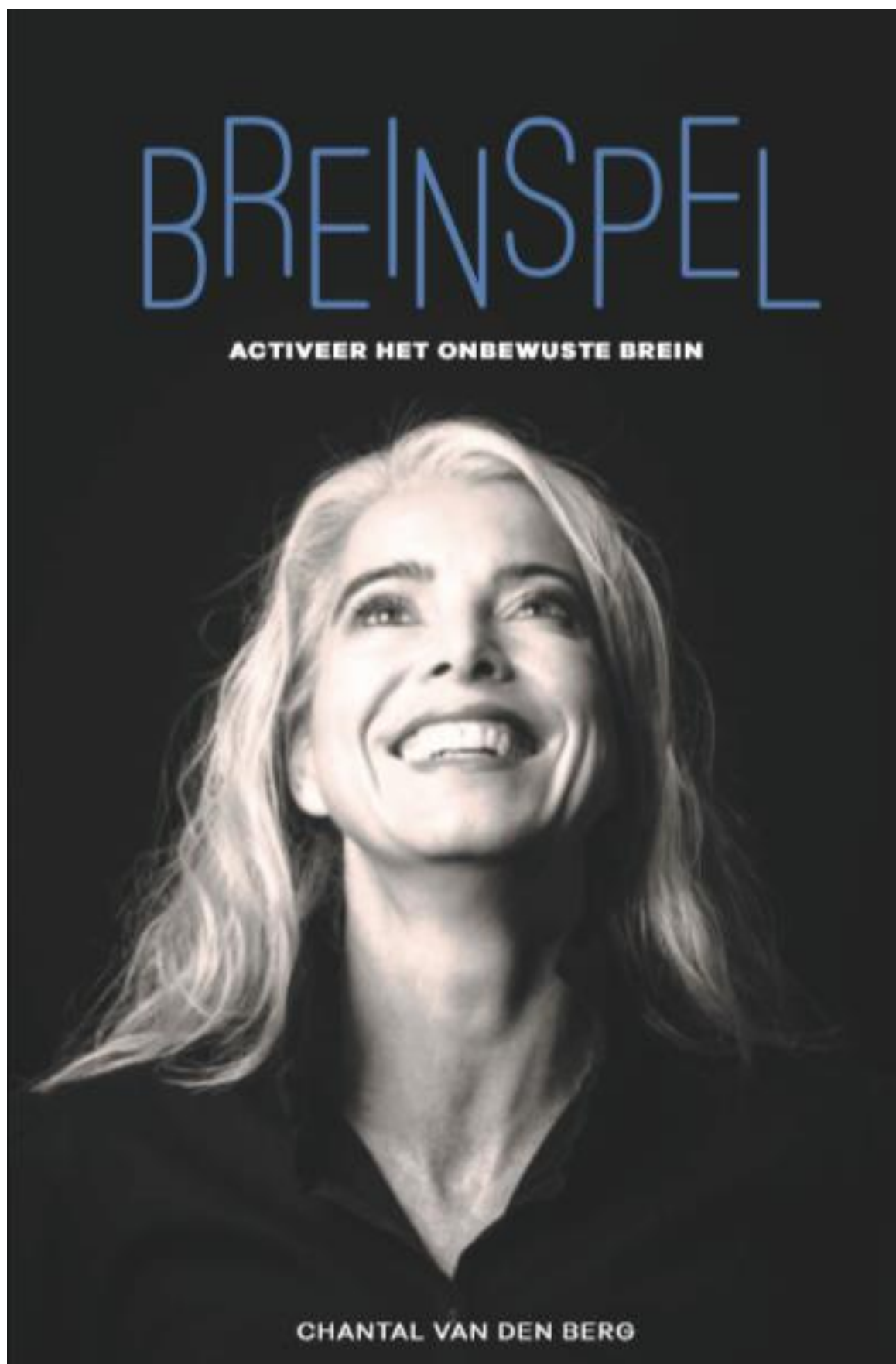


ONDERNEEM METEEN ACTIE: BESTEL [HIER](#) HET BOEK



DIT IS EEN PREVIEW VAN [BREINSPEL](#):
ACTIVEER HET ONBEWUSTE BREIN VAN NEUROMARKETINGEXPERT DRS. CHANTAL VAN DEN BERG.

BREINSPEL

Veel mensen zijn nieuwsgierig naar de manier waarop ze het onbewuste brein kunnen inzetten om mensen keuzes te laten maken en in actie te laten komen. Bijvoorbeeld hoe je je aanbod zo waardevol kunt verpakken dat de prijs geen bezwaar vormt of de wijze waarop mensen jou direct betrouwbaar gaan vinden zodat kopen vanzelf gaat. Maar ook manieren waardoor je medewerkers en collega's uit hun stoel rennen om jou vooruit te helpen.

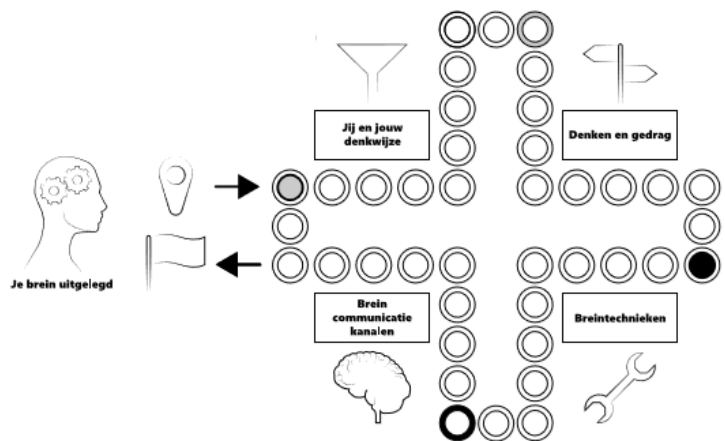
Stel je eens voor dat je vooraf al kan voorspellen hoe een gesprek gaat verlopen? Als je precies weet wat je kan doen zodat iemand doet wat je gevraagd hebt? Of als je extra succesvol wordt in het overtuigen van anderen? Wat zou dat voor jou betekenen?

Breinspel laat je zien hoe je het onbewuste brein activeert en hoe je dit direct zelf in de praktijk kunt brengen. Met technieken die je elke dag bij je hebt, gratis én doeltreffend zijn.

Dit boek van Neuromarketingexpert drs. Chantal van den Berg is opgebouwd als een spel. Want elke beslissing is het resultaat van een spel tussen diverse breinen. Jouw brein en het brein van anderen.

HOE SPEEL JE BREINSPEL?

Je speelt het spel als volgt: je hebt een doel en je wil graag zo snel mogelijk naar de finish. Onderweg kom je van alles tegen, want je hebt te maken met andere partijen en de onzekerheid van de dobbelsteen. Maar ook de mogelijkheid om je winkansen te vergroten door strategische en tactische elementen in te zetten. Je speelt het spel via de keuzes die je maakt op de verschillende onderdelen en bereikt de finish met de acties die je onderneemt.



WAT BREINSPEL JE OPLEVERT:

Het gebruiken van de vertaling van deze breinkennis moet uiteraard iets opleveren. Daarom geef ik je de resultaten die ik ermee hebt bereikt bij de bedrijven waar ik Neuromarketing mocht toepassen of bedrijven die ik heb geadviseerd. Om je te laten zien wat jij ook kan bereiken een aantal voorbeelden:

- Toename in productiviteit. Zo kan je met 1 simpele aanpassing in je woordkeuze een 60% stijging creëren in het nakomen van afspraken door medewerkers.
- Vermindering van benodigde liquiditeitspositie. Je klanten 20% sneller te laten betalen door de communicatie in het facturenproces net even anders te doen.
- Nieuwe klanten waar je per saldo minder marketingbudget tegenover hoeft te zetten. In mijn geval een 40% stijging in conversie met hetzelfde budget.
- Het besparen van kosten. Door een kleine aanpassing in de werkwijze kon ik 120.000 euro besparen.
- Groei van human capital. Dat wil zeggen dat medewerkers en managers meer tevreden met elkaar zullen zijn en er dus minder conflicten zullen optreden. Minder geforceerde ontslagen of verbetertrajecten.



JE BREIN UITGELEGD -
WAAROM NEUROMARKETING INTERESSANT IS VOOR JOU

Neuromarketing is het onbewuste brein activeren met als resultaat dat mensen een keuze maken en in actie komen.

Al ons gedrag is een uitwerking van de beslissingen in het brein. Niet alleen onze oeroude patronen in onze hersenen sturen ons gedrag, maar de wijze waarop wij zelf denken over onze angsten en pijnen heeft gevolgen voor manier waarop we ons gedragen.

Onze instincten zijn daar de oorzaak van. Zij spelen samen met onze hersenverbindingen en hormonen de cruciale factoren die voor een groot deel verantwoordelijk zijn voor onze houding, onze voorkeuren en ons gedrag.

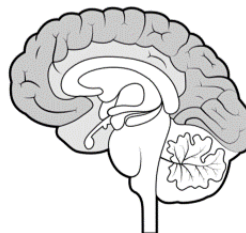
Hoe ziet jouw brein eruit?

Je brein bestaat uit twee delen:
je Onbewuste Gevoelsbrein en
je Bewuste Verstandsbrein.

Onbewuste Gevoelsbrein



Bewuste Verstandsbrein



Onbewuste Gevoelsbrein

Dit brein is razendsnel en staat altijd aan om jou te laten overleven. Dat doet ze door middel van triggers die bestaan uit de primaire instincten van de mensen: Vluchten Vechten, Voeden of Voortplanten. Het zijn automatische processen, je neemt iets waar en er ontstaat een gevoel op basis van de prikkels die op je afkomen. Het zijn vaardigheden die vanzelf gaan of aangeleerd zijn zonder dat het ze je energie kosten zoals bijvoorbeeld afkeer tonen bij het zien van een afschrikwekkend beeld.

Het Onbewuste Gevoelsbrein wordt actief door het actieprikkels aan te bieden die het haar makkelijker maken. De primaire actieprikkels zijn woorden, gebeurtenissen, herinneringen, herhaling, contrast, consistentie, volgorde en eenvoud.

Bewuste Verstandsbrein

Ze denkt, verwerkt rationele data en deelt die met het Onbewuste Gevoelsbrein. Denk aan plannen en organiseren, herinneringen opslaan, taal formuleren, muziek horen en natuur zien. Elke activiteit uit je Bewuste Verstandsbrein vereist je aandacht en het gaat mis in de uitwerking als je afgeleid wordt. In het boek leg ik je precies uit hoe dat zit.

Welke brein is leidend?

Wij denken vaak dat ons Bewuste Verstandsbrein de leiding heeft. Dat brein is het systeem dat nodig is om alles op een rij te krijgen en de daadwerkelijke actie in gang te zetten, maar het zijn de processen uit je Onbewuste Gevoelsbrein die voor 95% je keuzes en beslissingen bepalen.



JIJ EN JE DENKWIJZE –
HOE WIJ MENSEN ANDERS KUNNEN DENKEN EN DOEN

Vanaf eind jaren 80 is er veel onderzoek gedaan naar het verschil tussen mannelijke en vrouwelijke hersenen en hoe die functioneren. Mannenhersenen zijn namelijk gericht op geluiden die met beweging te maken hebben vanuit hun oorspronkelijke jagersfunctie, terwijl vrouwenhersenen als oorspronkelijke nestbewaaksters gericht zijn op geluiden die gerelateerd zijn aan het zorgen voor anderen.

Een andere manier om naar de hersenen te kijken is hoe iemand zijn of haar hersenen inzet op het gebied van het gebruik van de functies van de hersenen.

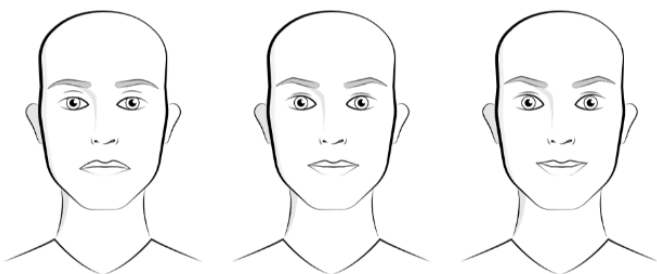
De linkerkant van je brein heeft een dominante rol bij analytische processen, terwijl de creatieve processen voornamelijk in de rechterhersenhalft plaatsvinden. In onze dagelijkse maatschappij wordt met name de linkerhersenhalft goed ontwikkeld tijdens de schoolperiode.

Toch zie je dat iedere persoon een voorkeur heeft voor de ene of andere hersenhalft en daar kan je zelf weer gebruik van maken hoe je die persoon het beste kan benaderen.

Als laatste heeft je brein een focus op invloed, actie, besluiten of denken. Deze elementen: sekse, functie en focus vormen samen je Breintype. Een handig hulpmiddel om te weten hoe jij denkt zodat je dat in je voordeel kan gebruiken.

Breinspel biedt je de mogelijkheid om zelf te ontdekken hoe jouw Breintype is opgebouwd. Via een online test die je krijgt als **bonus** bij het boek. Maar het boek biedt je ook de mogelijkheid om zelf in te schatten welk Breintype de ander heeft. Zo kan je je communicatie afstemmen op de ander waarmee je het Onbewuste Gevoelsbrein gemak biedt en het Bewuste Verstandsbrein geen extra energie laat verspillen.

Een van die kenmerken van een Breintype kun je aflezen aan de grootte van de ogen, namelijk de mate van introversie of extraversie. Deze tekening geeft een indicatie van de mate waarin iemand introvert en extravert is.



De meest linkse persoon wordt als introvert gezien en de persoon meest rechts als extravert. De ogen zijn daar een goede indicatie voor, kijk maar naar de grootte. Maar let ook op de stand van de wenkbrauwen die van horizontaal naar gebogen gaat.

In het boek krijg je nog vier andere manieren hoe je iemands Breintype op een simpele wijze kunt achterhalen.

Het meest geweldige is dat je na het bepalen van iemands Breintype ook kan inschatten:

- hoe de ander denkt waardoor jij daar direct bij aan kan sluiten
- waar iemand van houdt en jij het perfecte uitgangspunt hebt voor elk soort gesprek
- wat ze motiveert waardoor jij dus precies de juiste argumenten tevoorschijn haalt
- hoe iemand keuzes maakt zodat jij meteen kan scoren
- op welke manier jij de ander kan beïnvloeden zonder dat ze het vervelend vinden
- hoe je zo met ze communiceert zodat ze de door jou gewenste actie gaan ondernemen



DENKEN EN GEDRAG -
WAT IS ER NODIG OM MENSEN IN ACTIE TE LATEN KOMEN

Je brein heeft altijd één belang en dat is overleven. Vandaar dat het erg gebaad is bij oplossingen die elk pijntje dat het brein voelt, kunnen oplossen. De beste manier om de pijn van iemand, of dat nu je klant, je collega, manager of medewerker is, naar boven te halen is te kijken naar de pijn zelf en de oorzaken van die pijn. Vragen stellen is de ideale manier om de pijn boven water te halen.

Maar hoe kun je je onderscheiden van je concurrenten op het gebied van pijn? Die simpele techniek vergeten veel mensen vaak te gebruiken, maar in het derde hoofdstuk van Breinspel leg ik je haarfijn uit hoe je dat voor elkaar krijgt. Wanneer je vervolgens nog gebruik maakt van bewuste en onbewuste indicatoren die bij de pijn horen, spreek je direct het Onbewuste Gevoelsbrein aan.

Gelukkig is er ook een keerzijde van pijn, namelijk als je iemand kan laten zien wat het Perspectief en Plezier zijn. Deze gaan over de resultaten en de voordelen waarnaar je gesprekspartners op zoek zijn.

Het gedrag van iemand is altijd het resultaat van een motief met bijbehorende gevoel en reden. Die hebben op hun beurt weer een basismotivator. Er zijn 16 basismotivatoren die in Breinspel aan bod komen waar iemand in meer of mindere mate aan wil werken.

Een voorbeeld: iemand kan op een bepaald moment sociaal contact als motivator hebben. Het bijbehorend gevoel is plezier maken en moet daarvoor in gezelschap van anderen zijn. Het gedrag waaraan je dat kan herkennen is dat iemand veel met anderen omgaat, gezelligheid en plezier belangrijk vindt. Het kan zijn dat door bepaalde periodes in het werk deze motivator uit balans is. Mocht je dit opmerken als leidinggevende, dan zou je deze persoon bijvoorbeeld aan het einde van de week een vrijdagmiddagborrel kunnen laten organiseren. Hiermee komt de motivator weer in balans.

Zonder vertrouwen is er geen actie.

Vertrouwen is een belangrijk en fragiel punt dat bij elke beslissing betrokken is. Als je iemand iets wil laten doen is dat hij of zij vertrouwen heeft in zichzelf om een keuze te maken, vertrouwen heeft in jou en je oplossing en vertrouwen heeft in een goede uitkomst.

Daarom geeft Breinspel je dé formule van vertrouwen: VONK. Een ontspannen en goed gevoel met de juiste kennis zorgen dat de juiste vonk overslaat. Per onderdeel geef ik je simpele en praktische manieren hoe jij de formule invult en de VONK laat overslaan.



ACHT BREINTECHNIKEN - DE VERBINDING LEGGEN OM TE OVERTUIGEN VIA HET BREIN

BREIN KEUZE PROCES

Positieve indruk

Vermijden van
onzekerheid en pijn

Motiveren

Tevreden terugkijken

Je brein doorloopt een aantal fases wanneer het keuzes maakt.

De eerste fase is de fase waarbij je een positieve indruk wil krijgen met jou en je bedrijf. Dat is de basis van de relatie die je met elkaar aangaat.

Het vermijden van onzekerheid en pijn is van belang bij het maken van een keuze. Technieken die de ander het vertrouwen geven de keuze te kunnen maken zitten in deze fase.

Zonder motivatie is er geen actie, daarom wil je laten zien wat je verliest als je geen keuze maakt.

En als laatste willen we tevreden terug kunnen kijken op het resultaat van onze keuze.

Welke technieken zijn er waardoor mensen in actie komen?

Wij mensen hebben automatische gedragspatronen die onbewust in een uitvoeringsstand gaan zodra er een prikkel is. De voorkeuren in ons brein zijn al 100.000 jaar hetzelfde en sinds de vorige eeuwen niet anders geworden. De prikkels van destijds werken nog steeds.

Per onderdeel van het Breinkeuzeproces zijn er steeds twee hoofdtechnieken met daaronder minimaal vier toepassingen. Een aantal voorbeelden:

Spiegelneuronen aan het werk

Wanneer we iemand tegenkomen die enthousiast is, zal dat ons eigen enthousiasme prikkelen. Als we interesse tonen, dan krijgen we hetzelfde terug. Het zijn de spiegelneuronen in onze brein die hiervoor verantwoordelijk zijn. Je zet de werking van de spiegelneuronen in bij je pitch, je plan, voorstel, maar ook om een bezwaar weg te nemen, een respons te krijgen of om medewerkers aan je bedrijf te binden.

Positieve ervaring cadeau

Ken je het principe van geven en terugkrijgen? Daar is het positieve ervaring cadeau uitermate geschikt voor. Je zet het in bij een acquisitieproces, als eerste kennismaking of bij een bestaande klant, maar ook je eigen overleg of een gesprek met een collega. Welke positieve ervaring kun jij meegeven?

Zetje

Een zetje betekent dat je het gewenste gedrag aantrekkelijk maakt om te doen en mensen licht stuurt. Stel je eens voor dat je volgende maand op dezelfde stoel in dezelfde kamer op dezelfde dag een gesprek hebt met dezelfde persoon, alles is hetzelfde behalve dan dat jullie probleem is opgelost. Wat betekent dat voor jou? Dat is precies het resultaat van de werking van het zetje.



BREINCOMMUNICATIEKANALEN - ZES MANIEREN OM DIRECT TE COMMUNICEREN MET HET ONBEWUSTE GEVOELSBREIN

Op het moment dat we een gevoel van gevaar ervaren, in welke vorm dan ook, fysiek of emotioneel, reageer je communicatief op een van de drie manieren in de volgorde bevriezen, vluchten en vechten. Dus hoe we vroeger reageerden op een beer, reageren we nu nog steeds onbewust hetzelfde op een dominante baas of collega die ineens voor je staat. Maar het betekent ook dat bijvoorbeeld je potentiële klant een van deze reacties kan vertonen op wat jij doet of met je lichaam overbrengt. Daarom wil je zorgen dat je het juiste communicatiekanaal kan gebruiken.

Een van die breincommunicatiekanalen heeft alles te maken met emoties. In elk contact dat we hebben, kunnen we te maken krijgen met emoties. Denk maar aan het compliment dat je krijgt of de reactie die iemand oproept die voordringt. In dit deel van het boek ga je emoties zien, herkennen en leren wat ze in het beslissingsproces betekenen.

Wist je dat als we met iemand in contact zijn we altijd in eerste instantie naar het rechteroog kijken en dan naar het linkeroog?

Een ander communicatiekanaal zijn je handen. Je handen zijn de perfecte 'tools' om het gevoel van de ander af te lezen. Hiernaast zie je een voorbeeld. Enig idee wat deze houding betekent?

Deze houding laat zien dat iemand aan het luisteren is en een positief oordeel heeft. Handen kun je nog op veel meer manieren inzetten om het Onbewuste Gevoelsbrein aan te spreken. In het boek lees je er zeker 15!



Taal is een medium dat we maar al te graag als eerste gebruiken, maar heeft het minder prioriteit van je brein. Als taal toch je voorkeur heeft, gebruik het dan ten volle in je voordeel. Want het is cruciaal voor het eindresultaat hoe jij vragen stelt, hoe je je woorden en zinnen gebruikt en op welk moment.

Ben je nieuwsgierig geworden hoe jij een urgentie opwekt bij iemand? Of wil je er zeker van zijn dat je iemand jouw klant wordt als je een verkoopgesprek voert? Of ben je al tevreden als je de perfecte zin hebt om te reageren op een bezwaar of smoesje?

Dan is hoofdstuk 5 uit het boek perfect voor jou. Je vindt het dan vast leuk om te weten dat ik in de tekst hierboven precies woorden heb gebruikt om jouw brein te prikkelen.

Maar dat is niet alles.

Je krijgt ook **dé zes** vragen die je moet stellen als je snel wil ontdekken of iemand een potentiële klant voor je is. De antwoorden op deze vragen leiden je klant direct naar de motivatie om jouw klant te worden. En hoe fijn zou het voor je zijn als je een meer dan **acht** zinnen hebt die je kan gebruiken bij de meest voor de hand liggende smoesjes en bezwaren? Plus nog eens **zes extra** als iemand toch een ‘te goed’ antwoord op je eerste reactie geeft?

15 UITGEWERKTE BREINSPELSITUATIES VOOR ALLEDAAGSE PERIKELN.

Breinspel behandelt tot slot **15 spelsituaties**. Commerciële, leidinggevende en persoonlijke situaties uit de praktijk waarbij mensen de behoefte hebben aan meer controle en invloed.

De Breinspelsituaties waarvoor jij een kant-en-klare speltactiek krijgt, zijn onder te verdelen in onderstaande categorieën A t/m E:

- A. Hoe je een onvergetelijke indruk maakt en je aanbod of voorstel zo waardevol verpakt dat het geen bezwaar vormt om er akkoord mee te gaan**
 - 1. De juiste klik maken
 - 2. Winnende pitches met invloed en impact
 - 3. Voordelen presenteren
- B. De slimme technieken waarmee jij het brein in de JA-stand zet**
 - 4. Helpende triggers
 - 5. Aandacht houden
 - 6. Follow up stiltes bestrijden
- C. Hoe je problemen die je buikpijn bezorgen zo snel mogelijk oplost zonder de relatie te verstoren**
 - 7. Tijdrekken
 - 8. Dwarsliggers overwinnen
 - 9. Positief veranderen
- D. De wijze waarop mensen jou hun vertrouwen geven en ze gaan doen wat jij wil**
 - 10. Vertrouwen krijgen
 - 11. Constructief onderhandelen
 - 12. Deals maken
- E. Manieren waardoor medewerkers en klanten hun bezwaren laten varen en jij het spel naar jouw hand zet**
 - 13. Zero commitment
 - 14. Wegvloeiende bezwaren
 - 15. Prijsproblemen oplossen

In deze preview behandel ik een deel uit Breinspelsituatie 5. **Aandacht houden.**

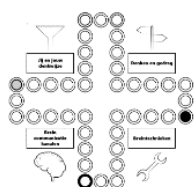
Breinspelvarianten:

Er zijn twee varianten op deze Breinspelsituatie. Dit zijn:

- 5.1 Hoe zorg ik dat mensen bij de les blijven zonder dat ze het gevoel hebben overspoeld te worden tijdens een koop- of beslissingsproces?
- 5.2 Wat kan ik doen om iets tussen iemands oren te krijgen en zorg ik voor blijvende aandacht?

Ik ga hieronder in op spelvariant 5.2 waarbij ik één van de vier spelonderdelen toelicht.

Spelonderdelen:



Je hebt een emotionele trigger nodig die zorgt voor de juiste prikkel naar het brein. De wijze waarop je dat doet is als iemand zichzelf kan zien in de situatie of het zich kan verbeelden. Alsof het voor zijn of haar ogen afspeelt. Want dan is er een connectie, voelt iemand zich aangesproken en volgt er een trigger. Puur omdat het ineens zijn of haar verhaal is geworden. Hoe zorg je voor emotionele triggers in een e-mail of gesprek waardoor mensen volledige jouw verhaal willen horen?

Het gaat erom dat je de juiste zinnen gebruikt. Zo'n zin bedenken is niet makkelijk, gewoon omdat we het niet gewend zijn om zo te denken. Het voordeel van deze zinnen is dat je ze op elk moment kan gebruiken.

De mogelijkheden zijn:

- Bij het begin van je e-mail of gesprek: om mensen meteen mee te nemen
- Als je een plan presenteert of een project bespreekt: zo hou je de aandacht
- Wanneer je medewerkers over een besluit vertelt: ze zullen beter luisteren en meer open staan voor de inhoud
- Tijdens de presentatie van de offerte: daarmee overtuig je ze

Je zult verbaasd zijn hoe snel mensen zich aangetrokken gaan voelen door het gebruik van deze zinnen waarmee je direct de emotionele trigger aanzet in het brein. En ze volledige aandacht hebben en houden.

De vijf Emotionele-Trigger-Zinnen:

- 1: Ben jij wel eens in deze situatie geweest?
- 2: Ken je iemand die...?
- 3: Heb je jezelf wel eens gevraagd hoe...?
- 4: Ken je het verhaal van...?
- 5: Weet je nog toen je ...?

Praktijkvoorbeeld:

Stel je bent directeur van een technologiebedrijf en je zit in een MT-meeting samen met het management van R&D en Sales. Jullie werken samen aan een nieuw product, maar het is nog net niet af. De salesmanager staat te springen om het product te lanceren, maar de R&D-manager twijfelt nog. Niet alle geplande testen zijn gedaan.

Jij als directeur moet beslissen wat te doen. Je ervaring geeft aan dat je moet wachten, want het laatste wat je wil is een product in de markt brengen wat net niet aan de verwachtingen voldoet of later in grote aantallen moet worden teruggeroepen. Je wil de salesmanager ook niet demotiveren, want je weet hoe belangrijk eerste klanten zijn.

Om de R&D-manager wat extra tijd te geven en de salesmanager niet te ontmoedigen gebruikt de directeur een van de emotionele triggerzinnen.

Hij zei: “**Ken je het verhaal van** de oude en het jonge wolfje? Het oude en het jonge wolfje kwamen bij het weiland aan met schapen. Het jonge wolfje zei: Moet je eens opletten ouwe, zometeen pak ik er twee tegelijk. Het oude wolfje zegt: Laat maar eens zien dan. Het lukt het jonge wolfje om twee schapen tegelijk te pakken. Heel goed zei de oude wolf. Maar kom over twee weken nog maar een terug met mij dan zul je zien, dat ik ze allemaal heb gepakt...”

OVER DE AUTEUR



drs. Chantal van den Berg is expert op het gebied van Neuromarketing en Neurowetenschappen. Ze is een veelgevraagd spreker over dit onderwerp en adviseert het bedrijfsleven met praktische toepassingen op dit vakgebied. Daarnaast wordt ze regelmatig geraadpleegd als deskundige bij onderzoeken binnen hogescholen en universiteiten. Lees meer over haar op <https://www.breinspel.nl/over-chantal>

BESTEL NU HET BOEK

Ben je nieuwsgierig naar meer? Hoe jij het onbewuste brein kan inzetten om mensen keuzes te laten maken en in actie te laten komen?

Bestel dan meteen het totale boek via [deze link](#) of kijk op <https://www.breinspel.nl>

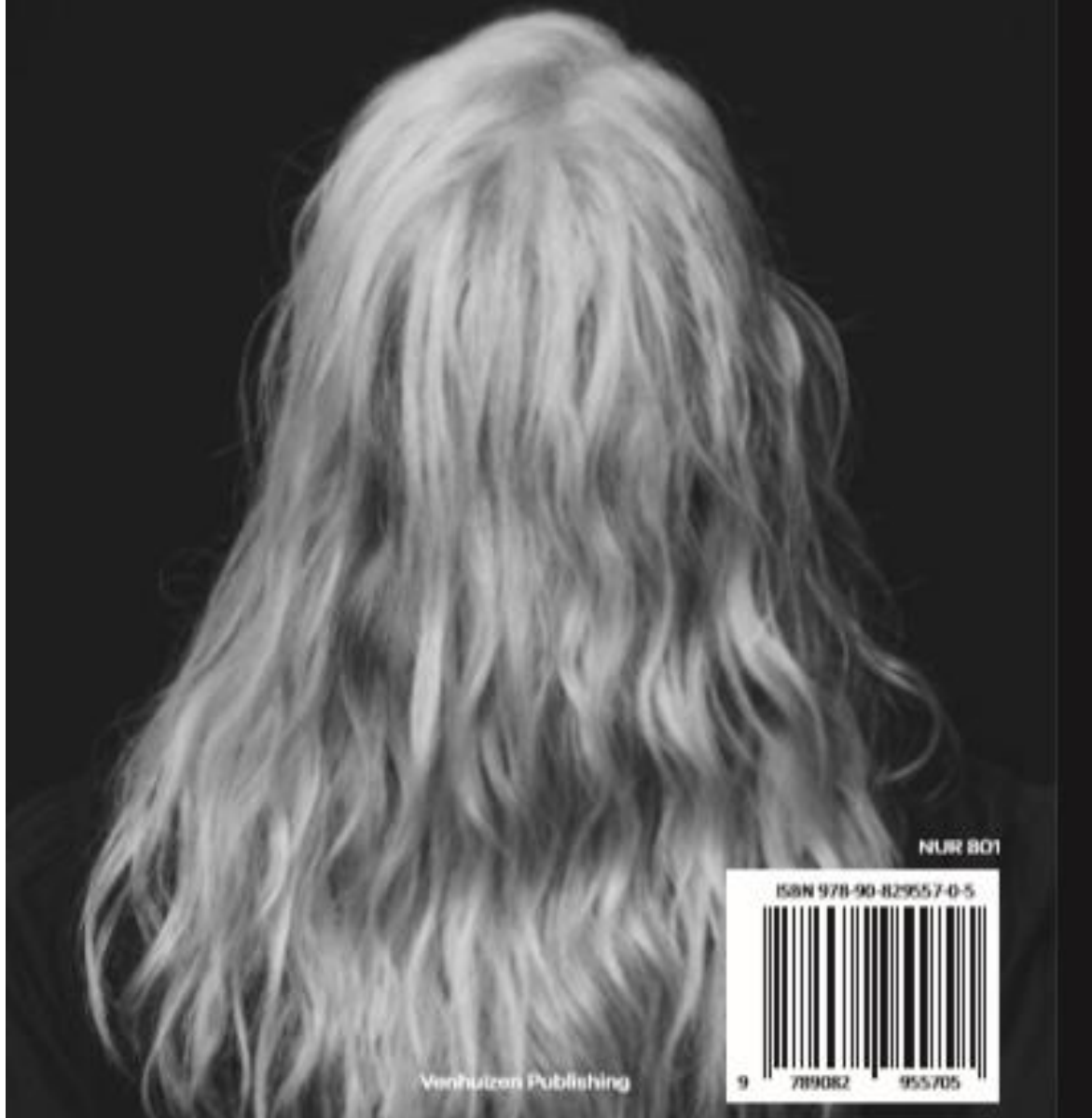
ONDERNEEM METEEN ACTIE: BESTEL [HIER](#) HET BOEK

**BREINSPEL ACTIVEERT HET ONBEWUSTE BREIN
WAARDOOR MENSEN KEUZES MAKEN EN IN ACTIE KOMEN**

Vijf dingen die Breinspel je zeker gaat brengen:

Hoe je vooraf kan voorspellen hoe een gesprek gaat verlopen
De échte praktijk om Neuromarketing toe te passen in je bedrijf
Wat je kan doen zodat je anderen vanzelf meekrijgt in je standpunt
Het jezelf zo krachtig neerzetten dat je er het meeste uit haalt
Hoe je extra succesvol wordt in het ondernemen door Neuromarketing

WWW.SPREKERCHANTAL.NL



NUR 801

ISBN 978-90-829557-0-5



9

789082

955705

Verhulzen Publishing