

Achim Fringes – Redner, Autor, Unternehmensberater

„Nicht jeder Mensch ist Dein Kunde, aber jeder Kunde ist ein Mensch.“



neuromerchandising® definiert den Raum und Ort, in dem Menschen Entscheidungen treffen. Das beinhaltet nicht nur die Gründe, warum sie sich entscheiden etwas zu tun, sondern auch die Gründe, warum sie es nicht tun. Der Raum hat einen großen Einfluss darauf, wie Menschen Entscheidungen treffen. neuromerchandising® analysiert und gestaltet alles, was sich in diesem Raum befindet und auf die menschliche Wahrnehmung Einfluss hat – bewusst und unbewusst. Denn nur was dem Gehirn als plausibel erscheint, wird positiv wahrgenommen.

Achim Fringes hat den Begriff des neuromerchandising® geprägt. Er ist kein Theoretiker, sondern ein mitreißender Handelsmann der ersten Stunde. Wie kein anderer schlägt er Brücken zwischen der Wissenschaft, der Forschung und dem Point of Sale. Er ist eine Art „Menschenverstehender“, der in seinen energiegeladenen und charismatischen Vorträgen einen tiefen Einblick in die archaischen Entscheidungsprozesse des Menschen gewährt. Zugleich ist er Visionär und ein Mann der Tat am Point of Sale. Sein Weckruf gilt Handel und Industrie gleichermaßen. Denn für nachhaltigen Absatz und Erfolg haben diese nur eine Chance: Sie müssen ihre Kunden sowie deren Entscheidungs- und Kaufprozesse kennen – sie müssen die Menschen verstehen.

Vortragsthemen

- **Vom Kunden geliebt werden.** Was wir aus Hirnforschung und Evolutionsbiologie für mehr Umsatz und Ertrag lernen können.
- **Der E-Faktor.** Handeln ist die Begegnung von Menschen.
- **Leadership am Point of Sale und Shoppermarketing.** Verkaufen bedeutet verstehen.
- **Keine Angst vor neuem Handel(n).** Eine Anregung zu Mut für neues Denken.
- **Vom Point of Sales zum Point of Success.** Eine Einführung in das neuromerchandising®

Vortragssprache

Deutsch

Demos

- Achim Fringes über die Emotionalisierung von Verkaufsräumen:
<http://www.youtube.com/watch?v=3nbbpn7DMOg>
- WDR „Daheim und Unterwegs“, Sendung vom 04.11.2012, Achim Fringes über neuromerchandising®, Teil 1 und 2: <http://www.youtube.com/watch?v=WcpTLrU99Uc> (Teil 1),
<http://www.youtube.com/watch?v=Bm1v-ET2HL8> (Teil 2)

Vita

- Ausbildung zum Lebensmittel-Einzelhandelskaufmann
- Mehrere Jahre in unterschiedlichen Funktionen bei coop Dortmund, u.a. Hauptabteilungsleiter Food Plaza SB Warenhaus
- Außendienstmitarbeiter in einer Food Handelsagentur
- Internationaler Vertriebsleiter der Kanne Brottrunk, Bio-Lebensmittelindustrie
- Selbstständiger Händler von Leonardo Glaswaren (4 Filialen)
- Seit 2001 selbstständiger, international tätiger Unternehmensberater, Coach und freier Autor
- Lehraufträge an Universitäten und Hochschulen

Publikationen

- Brainshopping: Emotionalisierung im Handel.
Erschienen 2008, Books on Demand / Kindle Edition
- Brainshopping: Mit allen Sinnen Handeln
Erschienen 2012, Books on Demand / Kindle Edition

Das Unternehmen

Achim Fringes ist Gründer und Inhaber der neuromerchandising group, die ihren Sitz in Frankfurt am Main hat. Er hat den Begriff des neuromerchandising® geprägt und entwickelt mit einem Team aus Wissenschaftlern, PoS Experten, Handels-, Vertriebs- und Marketingspezialisten ganzheitliche Handelslösungen. Hierbei verbindet Achim Fringes Erkenntnisse aus Hirnforschung und Evolutionsbiologie mit den Realitäten und Notwendigkeiten des modernen Point of Sale. Mit über 30 Jahren Erfahrung ist die neuromerchandising group der führende Innovator, Berater, Prozessbegleiter und Umsetzer. Mit Freude und der Leidenschaft für emotionale Begegnungen.

Kontakt

Britta Schlömer, Agentur für Wortführer,

Hofheimer Innovationszentrum (HIZ), Feldstraße 1, 65719 Hofheim

Telefon: 06192 - 959 7364, Mobil 0170 – 2914667, Fax: 06192 - 200 2045,

eMail: britta.schloemer@wortfuehrer.net, www.wortfuehrer.net

Agentur für Wortführer. Stärkt Menschen mit Botschaften.