



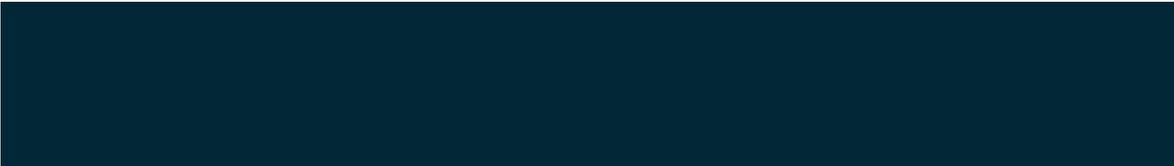
## MIT DEM **WOHN-PROFIL** IHRER KUNDEN AUF ERFOLGSKURS

**Spezial:**  
Einrichten  
und Wohnen

### **Für unsere Partner aus der Möbelbranche:**

Neue **AnthroProfil®**  
Verkaufsförderungs-/Beratungs-Aktion  
schafft **erhöhte Nachfrage für Möbel.**

Das „Wohn-Profil“ bietet Ihnen und Ihren Mitarbeitern  
neue Möglichkeiten in der Fachberatung.  
Das „Wohn-Profil“ hilft,  
**erfolgreicher zu beraten und zu verkaufen.**



## KUNDENBINDUNG PAR EXCELLENCE

Seit Jahren sind die von dem beratenden Anthropologen und renommierten Trainer Rudolf Vogl entwickelten Seminar-Programme inkl. der Buchserie erfolgreich bei den Handels-Partnern in der Möbelbranche eingeführt.

Ein **praxisorientiertes Trainings-Programm**, das von Händlern und Mitarbeitern gleichermaßen mit großem Engagement verfolgt wird.

Keine kurzfristige oder oberflächliche Aktion, sondern eine tiefgründige und wertvolle Trainingseinheit. Denn hinter allem steckt eine wissenschaftlich fundierte Verhaltenslehre, die es allen Teilnehmern ermöglicht, genau zu erkennen, mit welchen Persönlichkeiten er es im täglichen Leben zu tun hat. Im Privaten, aber natürlich vor allem bei der Arbeit.

Wer seine Kunden richtig einschätzt und entsprechend ihrer Persönlichkeit indivi-

duell behandelt und berät, der wird erfolgreich beim Kunden sein und auf Dauer eine langfristige, ehrliche Kundenbindung erreichen. Dass dieser Erfolg nicht nur einseitig zu sehen ist, zeigen neutrale Kundenbefragungen.

**Die neue Verkaufsförderungs-/Beratungs-Aktion:**

**„Entdecken Sie Ihr Wohn-Profil“** - Speziell für Einrichten und Wohnen - baut auf dieser Seminar- und Trainingsreihe auf.

Sie ist die Basis für langfristige und zuverlässige Kundenbindung.

Sie haben jetzt die Chance, auf Erfolgskurs zu gehen. Denn unsere VKF-Aktion „Entdecken Sie Ihr Wohn-Profil“ richtet sich an Ihre Kundschaft und neue Interessenten. Ihre Kunden können dabei etwas über ihre Persönlichkeit erfahren. Und Sie können davon profitieren. Durch die

Übereinstimmung von Kundenwunsch und Ihrem Angebot. Der Kunde weiß, was er will und Sie wissen, was er braucht.

**Welchen wissenschaftlichen Hintergrund hat die „Wohn-Profil-Analyse“?**

## DIE PERSÖNLICHKEITS-STRUKTUR ALS AUSGANGSPUNKT

Langjährige Erfahrungen aus wissenschaftlichen Forschungsarbeiten haben ergeben, dass sich alles Verhalten des Menschen – damit auch sein Konsumverhalten – aus der jeweils individuellen Ausprägung seiner Persönlichkeit ableitet.

Diese wird durch das individuell unterschiedliche Zusammenspiel drei Gehirnteile bestimmt: **Stammhirn**, **Zwischenhirn** und **Großhirn** beeinflussen uns unterschiedlich stark.

Das **Stammhirn**, der älteste Hirnteil des Menschen, hat unsere Urinstinkte und sinnliche Erlebnisfähigkeit gespeichert. Hier sind unsere unbewussten Vorstellungen vom Wohnen angesiedelt: Der Wunsch nach dem warmen und weichen Umhülltsein, der Nestwärme und Gemütlichkeit, bestimmen diesen „Wohn-Geschmack“.

Das **Zwischenhirn** ist der Bereich der raschen, impulsiven Reaktion – entstanden in den frühen Lebensformen des Menschen als Jäger und Sammler, als eine klare soziale Rangordnung und das Streben nach eigener Stärke entscheidend war. Die Wohnansprüche des Zwischenhirns zeigen sich in einer

standesgemäßen Einrichtung, mit der man repräsentieren kann und bestimmen so den etwas anderen „Wohn-Geschmack“.

Im **Großhirn** ist das Planen, Denken und Organisieren angesiedelt, der Wunsch nach Individualität. Das Großhirn sucht in der Wohnung einen Schutzwall, ein Schneckengehäuse für das sensible Ich. Wichtig ist ein durchdachtes Konzept für eine zweckmäßige, auf die eigenen Bedürfnisse abgestimmte Raumnutzung.

Diese drei Faktoren sind bei allen Menschen unterschiedlich ausgeprägt. Die „Wohn-Profil-Analyse“ gibt die individuelle Ausprägung an und erklärt, was man deshalb beim Einrichten ganz besonders beachten sollte.

Unter dem Titel „Entdecken Sie Ihr Wohn-Profil“ erhält der Teilnehmer/Kunde/ Interessent eine Analyse seines „Wohn-Profiles“, das für ihn durchaus von Bedeutung ist. Eine „Geschmacks-Beschreibung“ mit Empfehlungen gibt ihm nämlich sichere Hinweise für seine Kaufentscheidung.

Das stößt nicht nur auf ein hohes Interesse und Motivation, sondern führt zu einer

hohen – langfristig wirksamen – Identifikations-Bereitschaft mit dem Mitgeteilten: man fühlt sich um wertvolle Erkenntnisse über sich selbst bereichert.

Diese Identifikations-Bereitschaft wird durch entsprechende Textgestaltung der Auswertungsbriefe auch auf Ihre Produkte und Dienstleistungen übertragen. Man weiß jetzt, warum man bei Ihnen „kauft“!

## SIE UND IHRE MITARBEITER – VOM START AN QUALIFIZIERT!

Seminare und Workshops bilden die theoretische Basis für den praktischen Erfolg in der Umsetzung.

Sie ermitteln alle Ihre eigene Persönlichkeits-Struktur und lernen Verhaltensweisen kennen, die Ihnen Erfolg bringen.

Diese „Selbstkenntnis“ ist Grundlage der „Menschenkenntnis“. Und Sie lernen, auf die Wünsche, Erwartungen und Motive anderer Menschen entsprechend individuell richtig einzugehen.

Beratungs- und Verkaufserfolg hat vor allem drei Ursachen und deshalb auch drei Voraussetzungen, die in den Trainings und Workshops geschaffen werden:

### 1. Ursache:

**Die Stimmigkeit von Persönlichkeit und Methode.** Voraussetzung dafür ist die Selbstkenntnis

### 2. Ursache:

**Das Eingehen auf die Eigenart des Kunden, soweit es zur Authentizität des Beraters/Verkäufers „passt“.** Voraussetzung dafür ist die Menschenkenntnis

### 3. Ursache:

**Eine spezifische Produktkenntnis** Voraussetzung dafür ist eine Produktkenntnis, die sich nicht nur auf Produkte beschränkt, sondern das Produkt mit den individuellen Motiven und Bedürfnissen des Kunden in Beziehung setzt.

Da die Themen-Bereiche „Design“, „Einrichtung“ und „Wohnen“ sehr komplexe Kenntnisse von Produkt und Dienstleistung voraussetzen, kommt eine weitere Voraussetzung dazu: **die Kommunikations-Kenntnis!** Einrichten, Wohnen und der passende Bodenbelag sind jeweils so vielfältig, dass

von erfolgreichen Beratern und Verkäufern noch mehr gefordert wird:

Aus der Vielzahl der Produkte und Dienstleistungen, die es im Markt gibt, gerade diejenigen auszuwählen, zu kommunizieren und anzuwenden, die genau auf die jeweilige Persönlichkeit und die individuellen Bedürfnisse des Kunden passen und ihm nicht gegen seine Natur beraten.

## EROBERN SIE DAS VERTRAUEN IHRER KUNDEN!

Durch die Aktion „Entdecken Sie Ihr Wohn-Profil“ fühlen sich die Kunden bei Ihnen gut aufgehoben. Sie spüren individuelle Betreuung. Sie gewinnen Vertrauen.

Das interessante und Überraschende dabei ist, dass bei dieser Aktion von relativ neutralen Fragen ganz konkret auf den Kunden und sein Verhalten im Bereich Wohnen und Einrichten geschlossen werden kann. Das heißt, den Persönlichkeits-Strukturen lassen sich ganz genau „Wohn-Profile“ zuordnen.

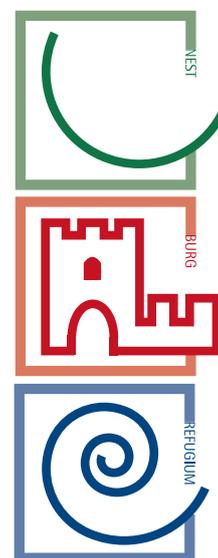
Dadurch werden ganz individuelle Vorhaben der Wohngestaltung und Einrichtung mit Ihnen als qualifiziertem „Wohn-Profil-Fachberater“ realisiert.

Ganz gleich, welche Wohn-Kombination Sie in Ihrem „Unternehmen“ anbieten oder einsetzen, Sie erreichen jetzt eine höhere Akzeptanz beim Kunden. Der Kunde wird jetzt ganzheitlich betreut.

Seine individuelle Persönlichkeits-Struktur findet Berücksichtigung und die damit verbundenen Vorlieben seines Verhaltens. Insgesamt werden sieben Wohn-Profile

unterschieden. Sie ermöglichen individuelle Kundenbetreuung.

-  **Profil 1:** \_\_\_\_\_  
reines Nest-Profil
-  **Profil 2:** \_\_\_\_\_  
reines Burg-Profil
-  **Profil 3:** \_\_\_\_\_  
reines Refugium-Profil
-  **Profil 4:** \_\_\_\_\_  
Burg-Refugium-Profil
-  **Profil 5:** \_\_\_\_\_  
Nest-Refugium-Profil
-  **Profil 6:** \_\_\_\_\_  
Nest-Burg-Profil
-  **Profil 7:** \_\_\_\_\_  
Nest-Burg-Refugium-Profil



*Klar, dass sich das Wohn-Profil auch auf Kaufentscheidungen bei Ihnen auswirkt  
Jede Persönlichkeit, jedes Wohn-Profil tendiert zu bestimmten Angeboten, erwartet eine ganz bestimmte Beratung.*

## EIN AKTIONS-IMPULS – DREIFACHER PROFIT

# 1

**Sie und Ihre Mitarbeiter erweitern Ihre Beratungs-Kompetenz und werden motivierter**

Unser Impuls mit dem „Wohn-Profil“ ist ein anhaltend erfolgreiches Verkaufsförderungs- und Trainings-Programm.

Durch diese Aktion werden Ihre Mitarbeiter und Kunden aufeinander eingestimmt, d.h. es entsteht Stimmigkeit zwischen Kundenwunsch und der Erfüllung dieses Wunsches durch das authentische Auftreten Ihrer Mitarbeiter.

Ihre Mitarbeiter spüren diese Stimmigkeit und begreifen diese Zusammenhänge zwischen den – wissenschaftlich – neuen Erkenntnissen (Inhalte der Seminare und Workshops) und den Inhalten der Aktion „Wohn-Profile“.

Sie finden die Trainings-Inhalte in der Praxis bestätigt und werden dadurch motivierter.

# 2

**Ihre Kunden werden aktiviert und nachhaltiger zufrieden gestellt.**

Auch Ihre Kunden spüren diese Stimmigkeit. Sie finden sich durch ihr individuelles „Wohn-Profil“ in ihrer Persönlichkeit bestätigt.

Sie finden bei Ihnen genau die Möbel/ Einrichtungsvorschläge und Dienstleistungen vor, die sie sich auch wünschen und genau zu ihnen passen.

Sie fühlen sich persönlicher und professioneller beraten. Sie kommen häufiger zu Ihnen und empfehlen Sie überzeugend weiter.

**„Erfolg ist der beste Beweis!“**

# 3

**Ihr geschäftlicher Erfolg wird langfristig gesichert und durch Weiterempfehlungen kontinuierlich gesteigert.**

Der VKF- und Trainings-Impuls ist eine kurzfristige Aktion, die langfristig den Geschäfts-Erfolg sichert und steigert. Durch:

### **Individuelle Kundenbetreuung**

weil sie die gesamte Persönlichkeits- und Motiv-Struktur des Kunden berücksichtigt.

### **Persönliches Vertrauen**

weil die Kunden – meist – erstmalig Verlässlichkeit in Angebot und Beratung erleben.

### **Engere Kundenbindung**

weil sie mit Ihren Kunden eine „einheitliche“ Sprache sprechen. Und damit letztendlich auch durch:

### **Höhere Kundenzufriedenheit**

## DER BESONDERE ZUSATZ-NUTZEN:

Da das „Wohn-Profil“ Ihrer Kunden sehr stabil ist, baut sich dadurch auch eine intelligente Kundendatei (Datenbank) auf. Diese wird zur perfekten Basis all Ihrer Aktivitäten.

Wenn Sie jeden Kunden „persönlich“ kennen, können Sie jede Ihrer Marketing-

Entscheidungen (Emails, Newsletter, Aktions-Briefe, persönl. Ansprachen, etc.) mit ganz individualisierten Inhalten und Aussagen darauf abstimmen.

Verkaufsförderungs- und Kundenbindungs-Programme

Zielgruppen-Selektion nach „Persönlichkeit“

Keine Streuverluste, keine Flops

Aufbau einer intelligenten Kundendatei (Datenbank)



---

## UNSERE UNTERSTÜTZUNG

Wir stellen Ihnen für die Aktion die wichtigsten Werbemittel zur Verfügung:

Aktionsbox mit  
Analyse-Fragebogen

für die Umsetzung der „Wohn-Profile“ mit den Kunden Ihres Unternehmens.

Sie lernen die einzelnen „Wohn-Profile“ gezielt auf Ihre Kunden anzuwenden. Es werden bestehende „Auswahlvarianten“ individualisiert.

### Z.B. (Auszug der Themenliste):

- „Welche Farben, Formen und Material-Anmutungen werden von den einzelnen Wohn-Profilen bevorzugt?“
- „Wer bevorzugt welche Einrichtung beim Wohnen?“
- „Welche Einrichtungskombination ist die „Stimmigste“?“
- „Welche Accessoires sind „passend“?“
- „Worauf sollte bei Angebot und Beratung des Möbel-Designs und der Einrichtung geachtet werden?“

So qualifizieren Sie sich zum  
„AnthroProfil® Wohn-Profil-Fachberater“

Aktionsposter A1

Plattform im Internet für die „freie“ Eingabe von Interessenten mit späterer Hinführung zu Ihnen.

Nach Ihrer Anmeldung an der Aktion und rechtzeitig vor dem Aktionsstart nehmen Sie und Ihre Mitarbeiter an den Basis-Seminaren/Workshops und an den weiteren Wohn-Profil-Seminaren des Instituts teil.

So werden Sie optimal qualifiziert. Gleichzeitig erhalten Sie einen genauen „Fahrplan“

---

## UND SO SETZEN SIE ALLES RICHTIG EIN:

Viel Erfolg.

Nach Anmeldung bzw. Bestellung erhalten Sie Ihr komplettes Aktionspaket.

Sie stellen die Aktionsbox auf und bestücken Sie mit den Analysebögen. Vergessen Sie nicht, diese jeweils mit Ihrem Unternehmens-Stempel bzw. einer (Händler-Nr.) zu versehen. Sie bringen das oder die Aktionsposter an. (Dies kann aber auch alles von und durch Sie organisiert werden.)

Ihre Kunden geben den Analysebogen bei Ihnen direkt ab, oder füllen ihn direkt auf der Internetseite aus:

**[www.wohn-profil.de](http://www.wohn-profil.de)**

Er gibt dann Ihre „Händler-Nr.“ ein und ist Ihnen dadurch zugeordnet.

Unmittelbar nach der Eingabe der Antworten erhält der Kunde sein persönliches „Wohn-Profil“, indem wir ihn mit seinem Ergebnis vertraut machen.

Dies wird an seine eMail-Adresse gesendet. Er kann es sich als pdf eigenständig ausdrucken, oder auch – bei Eingabe durch Sie – direkt bei Ihnen. (Sie erhalten ebenfalls eine Info über sein „Profil“.)

Der Kunde fühlt sich verstanden und findet sich entsprechend seines „Wohn-Profiles“ bei Ihnen wieder.

Stimmigkeit führt zum Beratungs- und Verkaufserfolg!

Machen Sie mit!

*Profitieren Sie von den „Wohn-Profilen“ Ihrer Kunden und gewinnen Sie ein unvergessliches Erlebnis!*



## Institut für angewandte Anthropologie

Der beratende Anthropologe Rudolf Vogl, ist Inhaber und Geschäftsführer des Instituts.



Das Konzept der „Wohn-Profile“ basiert auf der Grundlage der wissenschaftlichen Arbeiten des amerikanischen Mediziners und Psychologen William H. Sheldon, des amerikanischen Hirnforschers Prof. Dr. med. Paul D. MacLean („triune brain“), des französischen Verhaltensbiologen Prof. Dr. Henri Laborit, des deutsch-

amerikanischen Bio-Klimatologen Dr. Manfred Curry und des deutschen Anthropologen Rolf W. Schirm (Biostruktur-Analyse).

Aus dem interdisziplinären Zusammenwirken all dieser wissenschaftlichen Arbeiten und über 30 Jahre Erfahrung im praktischen Umgang, stellt er nun diese Erkenntnisse der gesamten Möbel- und Einrichtungsbranche und damit allen Fachhandels-Partnern zur Verfügung.

Ein ganzheitliches Konzept, das dem Menschen den Platz einräumt, den er verdient: den wichtigsten.

**Rudolf Vogl**  
**Institut für Angewandte Anthropologie**

Kinzigstr. 5  
D-36381 Schlüchtern  
Telefon: (+49) 66 61 / 60 825 60  
Fax: (+49) 66 61 / 60 825 61  
Email: [info@anthroprofil.de](mailto:info@anthroprofil.de)  
Internet: [www.anthroprofil.de](http://www.anthroprofil.de)

**Für die Wohn-Profile:**  
[www.wohn-profil.de](http://www.wohn-profil.de)