Neher Newsletter August 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrter Geschäftsfreund,

je öfter wir einer Marke positiv begegnen, desto mehr Einfluss hat sie auf uns.
Sie vermittelt mehr Vertrauen und Sicherheit und wird emotional positiv bewertet.

Mehr hierzu finden Sie in unserem monatlichen Newsletter. Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre wie immer interessante und erfolgbringende Informationen.

Ihr Neher Team

Inhalt

Produktion / Technik

- Aufgleitdichtung 12 48 70

Marketing / Vertrieb

- Neher Flyer "Wespe"
- Neher Poster "Wespe"

Organisation / Schulung

- In den Tiefen des Unterbewußtseins: Warum kaufen Kunden?

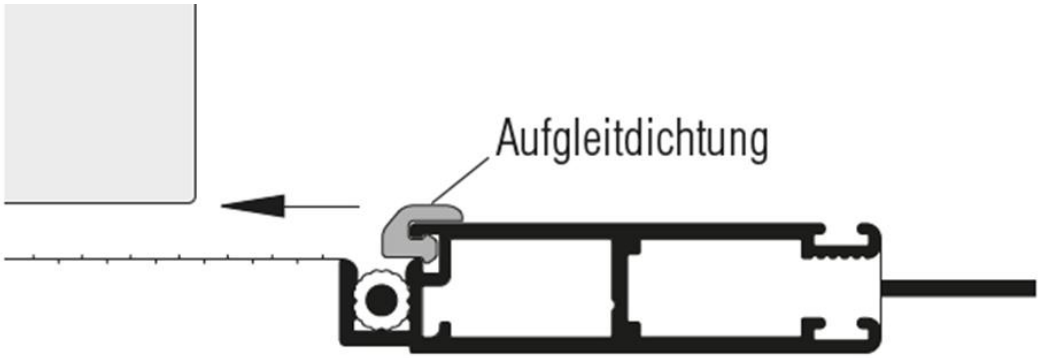
Allgemeines

- Baufortschritte - neues Neher Logistikzentrum
- Cartoon

Aufgleitdichtung 12 48 70

Kantige Profile und flächenbündige Konstruktionen im Türen- und Fensterbau kommen immer häufiger vor. Daher ist es möglich, dass die innere Kante eines Schiebeflügels am Blendrahmen der Tür anstößt und über das Profil schleift.

Für solche Fälle bietet Neher für ST3-Schiebeflügel optional eine Aufgleitdichtung in einer Länge von 80mm an, die in Griffnähe angebracht wird, und ein Anstoßen oder Schleifen verhindert.



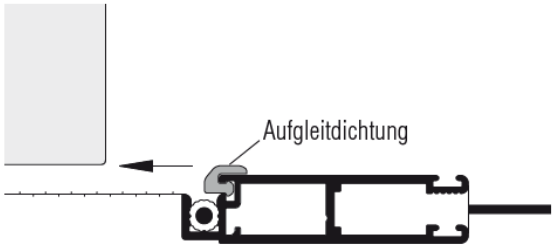
Die Aufgleitdichtung ist unter „Zusatzaussstattungen ST3 im Kapitel „Schiebeanlagen“ des Neher Katalogs zu finden.

7. Aufgleitdichtung

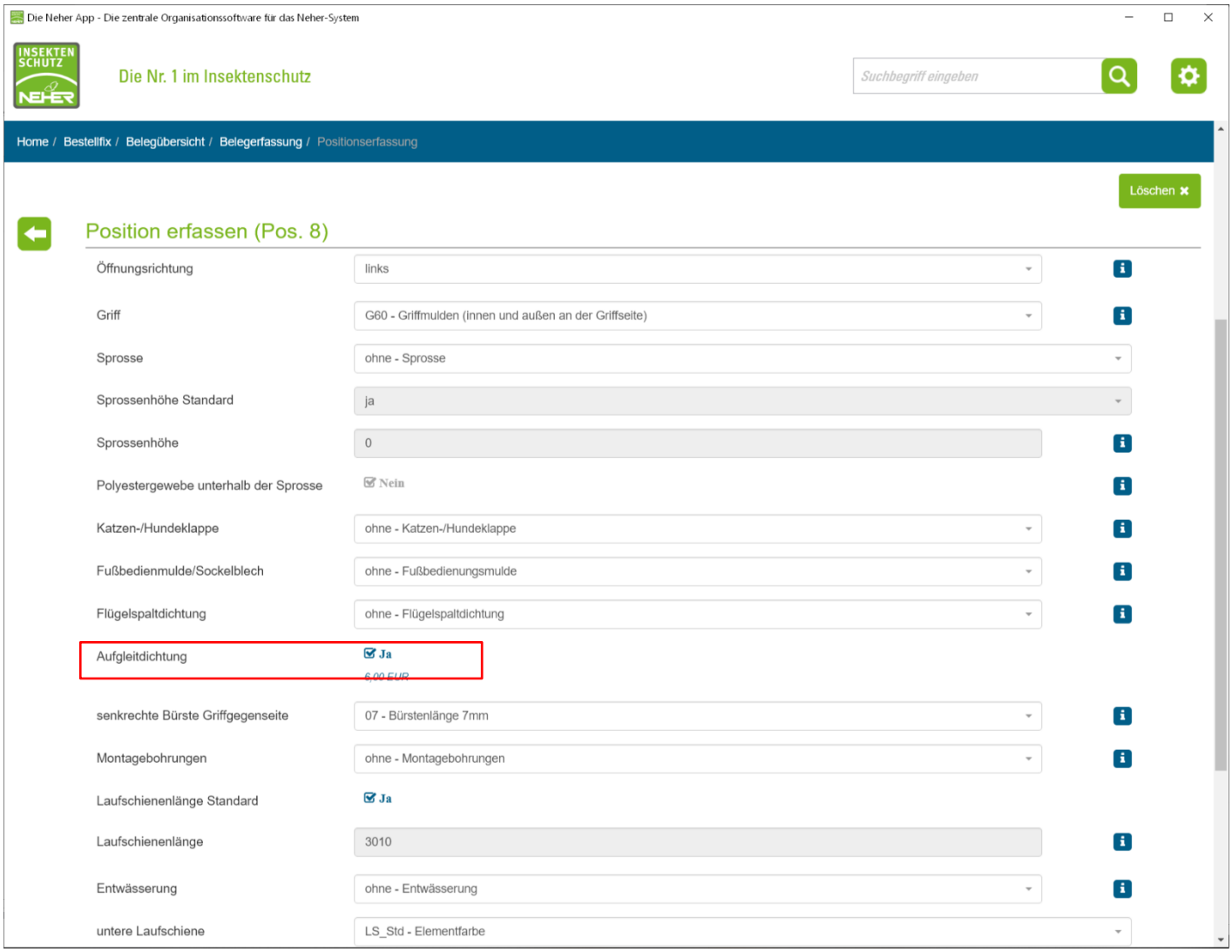
Bei rechtwinkeligen Blendrahmen besteht die Gefahr, dass beim Öffnen die innere Kante des Schiebeflügels gegen die Ecke des Blendrahmens anstößt.

Damit es hierbei zu keinen Beschädigungen am Blendrahmen kommt, kann der Schiebeflügel mit einer Aufgleitdichtung ausgestattet werden.

Die Aufgleitdichtung hat eine Länge von 80 mm und ist ca. auf Griffhöhe montiert.



Sie kann auch in Bestellfix als Zusatzausstattung angewählt werden



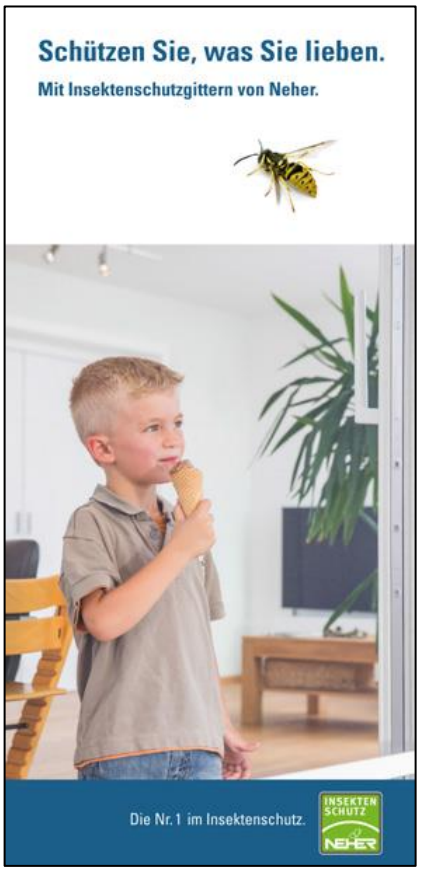
Neher Flyer „Wespe“

Wir sind mittendrin in der Saison und pünktlich zum Beginn des Monats August bekommen wir auch mehr und mehr Besuch unserer vielbeschäftigten Bienen und Wespen.

Möchten auch Sie Ihr Marketing entsprechend auf diese Wespen- und Bienenzeit einstellen, dann hilft Ihnen der saisonal abgestimmte Neher Aktionsflyer Wespe, Ihre Planung reibungslos in die Tat umzusetzen.
Da die Stechmücken nun weitere Mitstreiter erhalten, stimmt das Neher Prospekt Ihre Kunden und Interessenten jetzt schon auf die möglichen Gegenmaßnahmen ein.

Das Kind mit dem Eis wird auch Ihrer Kundschaft auf emotionaler Ebene Sicherheit, Wohlgefühl und Geborgenheit vermitteln, von der sachlichen Perspektive aber kurz und informativ Ihr Neher Insektenschutzprogramm vorstellen.

Der Flyer in der Größe 100mm x 210mm kann mit der Artikelnummer 42 23 11.03 in neutraler Form bestellt werden.



Schützen Sie, was Sie lieben.
Mit Insektenschutzgittern von Neher.
Gut zu wissen, dass man sich schützen kann.
Wie schön, wenn man Licht und Luft bei geöffnetem Fenster oder einer offenen Balkontür genießen kann! Dabei muss man allerdings auch mit ungebetenen Gästen rechnen, zum Beispiel mit Bienen oder Wespen, deren Stiche gerade für Kinder sehr unangenehm sein können. Gegen diese Plagegeister hilft am besten ein Insektenschutzgitter von Neher. Mit den maßgefertigten Insektenschutz-Lösungen von Neher verbessern Sie Ihre Lebensqualität und machen Schluß mit der lästigen Insektenjagd. Nachts können Sie unbesorgt das Fenster offen lassen. Die frische, kühle Luft lässt Sie besser schlafen und Sie wachen erholt wieder auf.
Unser mehrfach ausgezeichnetes und patentiertes Transpatec-Gewebe besticht durch maximalen Licht- und Luftdurchlass. Wir zeigen Ihnen gerne die Vorteile dieses Hightech-Produkts.
Insektenschutz von Neher – die richtige Entscheidung.
Seit über 40 Jahren werden bei Neher umweltfreundliche, hochwertige Insektenschutzgitter entwickelt. Als Neher-Fachpartner bieten wir Ihnen millimetergenaue, maßgefertigte Rahmen für Ihre Fenster und Türen an, damit kein einziges Insekt eindringen kann.
Insektenschutz ist Vertrauenssache. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir beraten Sie unverbindlich und individuell.
reddot design award winner 2011
Transpatec
Die Nr. 1 im Insektenschutz.
Die Nr. 1 im Insektenschutz.

Sie haben die freie Wahl. Und wir die passende Lösung.
Dieser Flyer will Ihnen eine erste Übersicht über die große Vielfalt des Neher-Systems bieten. Einen noch besseren Eindruck von der Funktion unserer Produkte erhalten Sie auf dem Video-Kanal von Neher. Dort sehen Sie in zahlreichen kleinen Geschichten, wie bequem und sicher das Leben mit Insektenschutz sein kann.
Einfach QR-Code scannen oder anklicken, um zum Neher-Kanal zu kommen.
Spannrahmen
Bei über 150 Varianten finden wir auch eine Lösung für Ihr Fenster. Sie können den Rahmen mit wenigen Handgriffen ein- und aushängen.
Rollos
Rollos sind universell einsetzbar an Türen oder Wand- und Dachfenstern. Sie entscheiden flexibel, ob Sie den Insektenschutz gerade brauchen oder nicht.
Drehtüren
Die Drehtür können Sie bequem in eine Richtung öffnen. Durch viele Zusatzausstattungen lässt sie sich perfekt an Ihre Bedürfnisse anpassen.
Pendeltüren
Die Pendeltür können Sie in beide Richtungen öffnen, auch wenn Sie gerade keine Hand frei haben. Hinter Ihnen schließt die Pendeltür selbständig und leise.
Plissees
Das schwellenfreie Plissee sieht nicht nur elegant aus, es ist auch kinderleicht zu bedienen.
Schiebeanlagen
Eine stabile Neher-Schiebeanlage können Sie mit nur einem Finger zur Seite schieben. Konstruiert für große Öffnungen, kann die Anlage auch mehrere Flügel haben.
Elektrorollos
Unser ausgezeichnetes und patentiertes Elektrorollo verwöhnt Sie auf Knopfdruck mit höchstem Bedienkomfort.
Lichtschachtabdeckungen
Neher hat verschiedene Lichtschachtabdeckungen im Programm – sie schützen Ihren Kellerschacht vor Laub, Spinnen und Mäusen. Als regensichere Variante auch vor Niederschlagswasser.
Robustec
Die Nr. 1 im Insektenschutz.

Neher Poster „Wespe“

Und damit Sie passend zu Ihrer Flyer-Aktion auch das entsprechende Poster präsentieren können, bieten wir Ihnen auch das Poster „Wespe“, Art.-Nr. 42 23 11.05, in der Größe 594 x 841mm, an.

In den Tiefen des Unterbewusstseins: Warum kaufen Kunden?

Die neuesten Erkenntnisse aus der Hirnforschung zeigen, dass die Vermarktung von Produkten beeinflussbar wird. Menschliche Gehirnaktivitäten werden schon länger gemessen, ein Teil des limbischen Systems ist verantwortlich für unser Belohnsystem. Das bedeutet: Wird diese Belohnung aktiviert, sind wir motiviert, diese Handlung wieder zu tun.

Wie kommen vor diesem Hintergrund nun Kaufentscheidungen zustande?
Übersetzt bedeutet dies auch: **Wenn ich ein Produkt sehe, das ich gerne haben möchte, wird mein Belohnungssystem aktiviert.** Zufriedenheit erfolgt, wenn wir das Produkt gekauft haben. Aber da gibt es einen Haken! Der Preis – und das ist der Schmerz, etwas dafür zahlen zu müssen (Verlust).

Dieser Wettbewerb zwischen der Freude, etwas zu bekommen, und dem Schmerz, etwas bezahlen zu müssen, erfolgt bei jeder Kaufentscheidung. Das Belohnungssystem treibt uns ständig an, irgendetwas zu wollen oder Dinge zu tun, die von uns ganz subjektiv als positiv und erfolgreich erlebt werden.

Übertragen wir das auf den Bereich Marketing und Verkauf!

Bestimmte Marken verbinden wir mit besonderen Erinnerungen, z.B. an unsere Jugend oder an besondere Erlebnisse. Diese Erinnerung kommt in dem Moment wieder in unser Gehirn, wenn wir dieses Produkt mit dem bekannten Logo sehen.
Das Belohnungssystem im limbischen System wird sofort aktiviert, auch wenn wir das Produkt nicht kaufen.

Auf der anderen Seite haben wir ein Schmerzgefühl, wenn wir das Produkt nicht kaufen. Diese rationale Entscheidung verursacht das Gefühl zu verzichten, und wir können uns auch über das gesparte Geld nicht freuen.

Je öfter wir einer Marke positiv begegnen, desto mehr Einfluss hat sie auf uns. Der Psychologe Ernst Pöppel ist überzeugt, dass die wirklich starken Marken unabhängig vom Produkt ähnlich im Gehirn präsent sind und identische Aktivierungsmuster zeigen. Wenn die Marken in einer sogenannten Topposition stehen, erfordern die starken Marken von unserem Gehirn weniger Aktivität als schwache Marken. Die starken Marken werden intuitiv erfasst. Sie vermitteln mehr Vertrauen und Sicherheit und werden emotional positiv bewertet.
Neben den Marken lassen sich Verbraucher auch von Sonderaktionen beeinflussen. Diese wirken wie Schlüsselreize und aktivieren wieder unser Belohnungssystem.

Es ist völlig gleichgültig, wie sehr wir versuchen rational einzukaufen – unsere Emotionen kaufen mit. Oft wird das Bewusstsein bei einer Kaufentscheidung überhaupt nicht eingeschaltet. Dadurch erfolgen Reaktionen auf der reinen Emotionsebene schneller.
Bewusstes Denken erfordert wesentlich mehr Energie als das Unterbewusstsein.

Also binden Sie alle Signale und Reize (Cues) so geschickt in Ihre Marke mit ein, dass sie alle Sinne Ihres Kunden ansprechen. Das ist neben Farbe und Material genauso der Geschmack oder ein Geräusch beim Öffnen. Wesentlich ist, ob die sinnlichen und emotionalen Erwartungen des Kunden an ein Produkt stimmen – nur dann kauft er.

Erkenntnisse

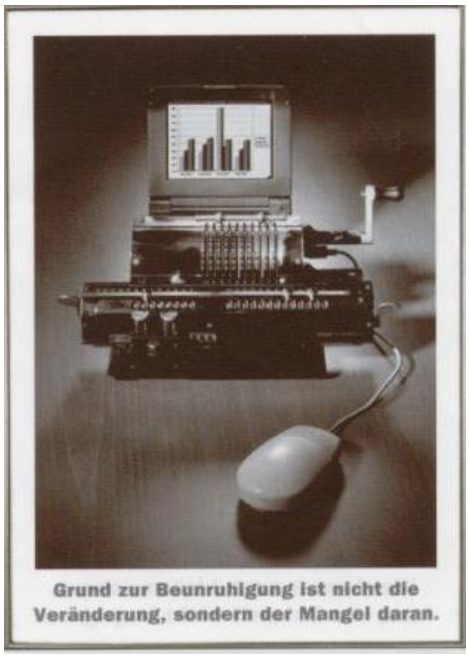
- **wir fällen 70–80% aller Entscheidungen unbewusst**
- **die meisten Reize oder Signale werden unbewusst verarbeitet – wir merken es nicht**
- **0,00004% aller Informationen der Außenwelt erreichen unser Bewusstsein**
- **wesentliche Entscheidungen erfolgen emotional. Für unser Gehirn sind Entscheidungen ohne emotionalen Anteil bedeutungslos.**

Baufortschritte – Neues Neher Logistikzentrum

Die Arbeiten an den Außenanlagen haben begonnen.
Außerdem wurde der Wasserturm, der die Sprinkleranlage mit Wasser versorgt, fertiggestellt.

Er hat eine Höhe von 18,65m,
einen Durchmesser von 8,40m
und ein Fassungsvermögen von 1.060m³

Cartoon


Grund zur Beunruhigung ist nicht die Veränderung, sondern der Mangel daran.