

# BREINSPEL

ACTIVEER HET ONBEWUSTE BREIN



CHANTAL VAN DEN BERG

# BREINSP<sup>D</sup>EL

**ACTIVEER HET ONBEWUSTE BREIN**

CHANTAL VAN DEN BERG

Eerste druk, november 2018

Coverontwerp: Sander Ras, [www.noorderbrand.nl](http://www.noorderbrand.nl)

Foto's omslag: Eddie Mol, [www.eddiemol.nl](http://www.eddiemol.nl)

Tekeningen: Luke Looijen, [www.anglure.nl](http://www.anglure.nl)

Vormgeving: Paul van Dijk, [www.vandijkontwerpt.nl](http://www.vandijkontwerpt.nl)

Redactie: Maria Genova, [mariagenova.nl](http://mariagenova.nl)

Uitgever: Venhuizen Publishing

Druk: [pumbo.nl](http://pumbo.nl)

© Copyright 2018, drs. Chantal van den Berg

[www.sprekerchantal.nl](http://www.sprekerchantal.nl)

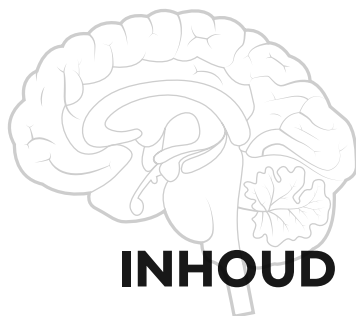
[linkedin.com/chantalvandenbergh](https://linkedin.com/chantalvandenbergh)

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm, digitale bestanden of op welke ander wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijk toestemming van de uitgever.

All rights reserved. Any unauthorized reprint or use of this material is prohibited. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system without express written permission from the author / publisher.

ISBN 978 90 829557 0 5

NUR 801



De geboorte van de fascinatie voor Neuromarketing en het brein	11
<hr/>	
Wat is Breinspel	16
<hr/>	
Een Breinspel uit de praktijk: aandacht houden	19
<hr/>	
HOOFDSTUK 1	
<b>JE BREIN UITGELEGD</b>	<b>24</b>
Waarom Neuromarketing interessant is voor jou	
<hr/>	
HOOFDSTUK 2	
<b>JIJ EN JE DENKWIJZE</b>	<b>51</b>
Hoe wij mensen anders kunnen denken en doen	
<hr/>	
HOOFDSTUK 3	
<b>DENKEN EN GEDRAG</b>	<b>68</b>
Wat is er nodig om mensen in actie te laten komen	
<hr/>	
HOOFDSTUK 4	
<b>ACHT BREINTECHNIEKEN</b>	<b>90</b>
De verbinding leggen om te overtuigen via het brein	
<hr/>	
Goeie peer	92
Geven en terugkrijgen	97

Naam en Faam	101
Zij dus jij ook	104
Consequent vasthouden	109
Verlangen en verleiden	116
Emotionele voordelen	122
Geldkwestietechnieken	125

---

## HOOFDSTUK 5

### **BREINCOMMUNICATIEKANALEN** **130**

De zes manieren om direct te communiceren met het onbewuste brein

Emoties: herkennen, reageren en toepassen	134
Mindset: visualisatie, affirmaties & meditatie	140
Lichaam: handen, voeten, stem en houding gebruiken	144
Ogen en Gezicht: de contactmakers	163
Woorden: de kracht van woorden gebruiken	171
Vragen, zinnen en Suggesties : subtiel sturen	174

---

## HOOFDSTUK 6

### **15 BREINSPELLEN IN DE PRAKTIJK** **187**

Via het onbewuste brein het spel naar je hand zetten

<b>A</b> 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	188
• Breinspelsituatie 1: De Juiste Klik Maken	189
• Breinspelsituatie 2: Winnende Pitches	195
• Breinspelsituatie 3: Voordelen Presenteren	201
<b>B</b> De slimme technieken waarmee jij het brein in de Já-stand zet	208
• Breinspelsituatie 4: Helpende Triggers	208
• Breinspelsituatie 5: Aandacht Houden	214
• Breinspelsituatie 6: Follow-up-stiltes	219

<b>C</b>	Hoe je problemen die je buikpijn bezorgen zo snel mogelijk oplost zonder de relatie te verstoren	224
	• Breinspelsituatie 7: Tijdrekken	224
	• Breinspelsituatie 8: Dwarssluggers Overwinnen	229
	• Breinspelsituatie 9: Positief Veranderen	234
<b>D</b>	De wijze waarop mensen jou hun vertrouwen geven en ze gaan doen wat jij wil	238
	• Breinspelsituatie 10: Vertrouwen Krijgen	238
	• Breinspelsituatie 11: Constructief Onderhandelen	244
	• Breinspelsituatie 12: Deals Maken	249
<b>E</b>	Manieren waardoor medewerkers en klanten hun bezwaren laten varen en jij het spel naar jouw hand zet.	256
	• Breinspelsituatie 13: Zero Commitment	256
	• Breinspelsituatie 14: Wegvloeiende Bezwaren	262
	• Breinspelsituatie 15: Prijsproblemen Oplossen	266
<hr/>		
	De ultieme BONUSTip en hoe verder?	272
<hr/>		
	Over de Auteur	276
<hr/>		
	Een woord van dankbaarheid	278
<hr/>		
	Bronnen	280



## DE GEBOORTE VAN DE FASCINATIE VOOR NEUROMARKETING EN HET BREIN

Toen ik in 2007 voor het eerst met Neuromarketing kennismaakte via een artikel van de New York Times, verbaasde ik me dat ik deze methode niet eerder had ontdekt. Ik werkte immers al tien jaar in commerciële functies waar het vinden van nieuwe klanten en ze tevreden houden centraal stond. Vanaf dat moment wilde ik alles weten van die wonderlijke 1,5 kilo aan hersenen in ons lichaam.

Allerlei soorten vragen over ons brein kwamen voorbij waar ik een antwoord op wilde weten:

- In welke mate bepaalt het ons gedrag
- Wat er nodig is om het te prikkelen
- Kan ik er mee communiceren
- Op welke situaties kan ik het allemaal toepassen
- Helpt het mij om iets te bereiken wat ik graag zou willen
- Waarmee kan ik ze sturen
- Kan ik bij anderen stimuleren om iets te gaan doen

Ik kwam tot de ontdekking dat ik neuromarketing op veel meer terreinen kon inzetten dan alleen in het vinden en binden van klanten.

### **Neuromarketing is veel meer dan marketing**

Tot nu toe had ik Neuromarketing alleen toegepast vanuit een onderzoeksachtergrond om naamsbekendheid te krijgen en om te verkopen via marketingacties. Ik wilde veel verder gaan dan alleen hoe ik het kon

inzetten om meer mensen een dienst te laten afnemen. Als eerste ging ik met mijn ontdekking nog veel dieper de marketing en sales in. Vanuit de persoonlijke benadering ontdekken wat ik met breintechnieken zou kunnen. Zoals verkoopgesprekken voeren, onderhandelen, offertes laten uitblinken ten opzichte van mijn concurrenten, callcenter medewerkers laten zien wat zij ermee kunnen doen in telefoongesprekken en deze technieken gebruiken op evenementen.

Daarna volgde management en leiderschap. Daar had ik inmiddels diverse trainingen in gehad, maar niet eerder iets geleerd of gehoord over de kennis en toepassing via Neuromarketing. Dus gebruikte ik het in mijn leiderschap, om mijn teamleden op een fijnere manier aan te sturen, ze te laten ontwikkelen, maar ook ze door veranderingen heen te loodsen die niet voor iedereen positief uit zouden vallen.

Ik gebruikte het in het omgaan met andere mensen. Mensen die je iets niet gunnen, bij narcistische directeuren, collega's die je liever zien vertrekken omdat ze je zien als concurrent. Ook moest ik elk jaar diverse plannen maken. Zo werd het mijn doel hoe ik afdelingsplannen en budgetten goedgekeurd kon krijgen zonder te hoeven schrappen of al te veel vragen van de directie.

### **Nieuwe ontdekkingen delen**

Na zeven jaren voornamelijk in bedrijven bezig te zijn geweest met het testen en toepassen van Neuromarketing op alle drie de gebieden begon ik vanaf 2013 met het geven van presentaties aan anderen. Steeds met als onderwerp hoe mensen zelf Neuromarketingtechnieken konden gaan toepassen om hun doel te bereiken. Het eerste onderwerp was hoe mensen 20% meer kans op een baan konden krijgen. In die tijd een hot onderwerp vanwege de crisis waarmee ik werklozen meer kansen kon bieden bij hun sollicitaties. Niet in de laatste plaats omdat ik zelf op zoek was naar een nieuwe baan na een reorganisatie. In die tijd zat niemand op een dure marketingmanager te wachten. Want welke mensen worden als eerstes op de 'to-go-lijst' gezet wanneer het in een bedrijf niet goed gaat... precies marketing. Dus met mij zaten veel mensen uit



het vakgebied te azen op elke baan die vrijkwam. Zou Neuromarketing ook in dit proces voor mij resultaten kunnen opleveren?

Ik ging het toepassen in mijn sollicitatiebrieven en -gesprekken. En binnen no time had ik twee aanbiedingen in mijn achterzak. Zo kon ik concluderen dat ook op dit terrein sneller succes te behalen is. Ik merkte steeds dat mensen verbaasd waren hoe ons brein te sturen is.

Hoe gemakkelijk ze het zelf konden toepassen en dit nog niet eerder hadden gehoord. Hun positieve reacties hebben me geïnspireerd om steeds nieuwe elementen te testen om die weer te kunnen delen.

### **Hoe en waarom ik dit boek heb geschreven**

Het afgelopen jaar kreeg ik na elke presentatie steeds weer dezelfde vraag. ‘Chantal, heb jij een boek? Ik zou graag nog veel meer lezen over dit onderwerp. Ik wil graag de technieken op een rij hebben. Ik ben enthousiast, ik wil nog meer leren. Heb jij dat voor mij?’

Altijd moest ik nee verkopen of doorverwijzen naar andere boeken waarvan ik vond dat ze niet de totale lading dekten. En dat is ook precies de reden dat ik dit boek voor je heb samengesteld. Op basis van de vragen die de mensen me stelden na een lezing, masterclass, keynote, inspiration hour of teambuildingsessie. Mensen met allemaal verschillende achtergronden, functies of interesses.

Maar altijd waren ze geïnteresseerd in het antwoord een van de volgende vragen:

- Hoe kan ik Neuromarketing praktisch toepassen in mijn bedrijf
- Hoe kan ik voorspellen hoe een gesprek zal verlopen
- Wat kan ik doen zodat iemand zonder problemen meegaat in mijn standpunt
- Hoe kan ik succesvoller zijn in ondernemen en overtuigen van anderen door Neuromarketing
- Hoe zet ik mezelf zo krachtig neer dat ik het meeste eruit haal

Dit boek is het resultaat van jarenlang studeren, testen en toepassen van de technieken die te maken hebben met hoe je andere mensen in actie kan laten komen via de natuurlijke werking van ons onbewuste brein.

## **Automatische reacties**

Stel je eens voor dat anderen automatisch gaan doen wat jij wil. Zou je durven geloven dat het kan? Zonder dat het met de verkeerde intentie is en de ander het als winst voor zichzelf ziet?

Wat zou dat voor jou betekenen, zou je hetzelfde euforische gevoel als ik ervaren toen het mij voor de eerste keer lukte?

De fantastisch simpele technieken die ik beschrijf zijn namelijk gratis (heel fijn), je hebt ze elke dag bij je en ze zijn simpel maar o zo effectief. En misschien zijn ze soms ook een beetje mysterieus of onconventioneel. Dat je het bijna niet gelooft dat het zo werkt. Omdat je ze al deed, maar niet wist van het effect. Of dat je voor je gevoel juist iets raars doet. Zie het dan als mooi experiment om te kijken of het iets voor je zou kunnen zijn. En pak alleen datgene eruit wat bij jou past.

Oh ja, en misschien wel het meest interessante voor velen: de ander ziet niet dat jij ze toepast. Dat heeft twee voordelen. Eén; het is dus heel veilig voor jou om ze te testen, want je kunt niks fout doen. Alleen ervaren wat het met jou en de ander doet en daar weer op reageren. Twee: de technieken uit dit boek komen altijd direct aan in het juiste deel van het brein dat zorgt voor het in actie komen. Je weet dus dat je goed zit. Mijn enige advies is om het te doseren, want een overkill kan het brein van de ander niet aan.

## **Wat maakt dit boek nu anders?**

Er zijn genoeg goede boeken geschreven over hoe je klanten kunt krijgen, marketing doet, tijd bespaart, leiding geeft of sneller je doel bereikt. Die heb ik ook gelezen in de afgelopen jaren. Maar ik miste twee dingen. Het eerste is: hoe vertaal ik dit naar mijn eigen situatie? Wat als ik nu morgen zelf het direct wil toepassen in mijn gesprekken? Zonder dat ik er eerst over na moet denken, zelf uit moet zoeken hoe ik het moet doen? Of iemand in moet huren om het voor me te bedenken?

De boeken die ik las waar wel die praktijk in zat, heb ik dan ook het meeste gebruikt.

Wat me opviel was dat het boeken waren die zich meestal concentreerden op één onderwerp en er geen combinatie met andere vakgebieden

werd gemaakt. En net die combinatie, daar was ik naar op zoek. En als tweede punt miste ik direct toepasbare voorbeelden en simpele uitleg. Mijn uitdaging is om jou als lezer zoveel mogelijk op een simpele manier de toepassing van Neuromarketing als zijnde **het activeren van het onbewuste brein zodat mensen keuzes maken en in actie komen** uit te leggen zonder je extra ballast te geven. En het allerbelangrijkste: de praktijk aan je doorgeven. Kies de techniek die bij jou past en verbaas je over het resultaat.

### **Bonus**

Bij dit boek horen een aantal extra's en bonussen. Dit symbool geeft aan dat je op [breinspel.nl/bonus](http://breinspel.nl/bonus) de extra tips of bonus vindt.



Ik wens je veel leesplezier, vooral ook veel mooie momenten bij het toepassen van de technieken en natuurlijk de allerbeste resultaten. Het is je van harte gegund!

drs. Chantal van den Berg

*Chantal*