

## Medienmitteilung

### **Cognitive Biases und Behavioral Marketing – Farner Consulting und Coglode machen aus Theorie einfach anwendbare Praxis**

Zürich, 9. November 2020 – **Prinzipien aus der Verhaltensforschung werden heute vielerorts eingesetzt, ob intuitiv oder gezielt in der Kreation integrierter Marketingkampagnen. Exklusiv in der Schweiz bietet Farner mit der Coglode-Methode die Möglichkeit, theoretische Erkenntnisse des Behavioral Marketing und das Wissen um kognitive Verzerrungen einfach, systematisch und zielführend in der Marketingkommunikation anzuwenden. Die Coglode-Methode wurde bereits erfolgreich bei Unternehmen wie Spotify, Google, Apple, Facebook oder Barclays eingeführt.**

Täglich treffen wir mehr als 35'000 Entscheidungen. Darüber, was wir anziehen, essen, einkaufen, beachten oder ignorieren. Müsste jede Entscheidung bewusst durchdacht werden, wäre der Mensch komplett überfordert.

Die Lösung sind «Abkürzungen», schnelle, unbewusste Entscheidungswege, die sich häufig auf irrationale Verhaltenscodes stützen. Man greift zum Produkt, das für Sicherheit steht und ein gutes Gefühl vermittelt oder vertraut blind darauf, dass der Wert einer Sache weiter steigen wird, weil dies dem Trend der letzten Jahre entspricht.

Verhaltenspsychologie untersucht, wie unbewusst gefällte Entscheide zustande kommen. Dabei wurden bisher über 160 Wahrnehmungsverzerrungen (Cognitive Biases) gefunden, scheinbar unvernünftige Neigungen bei Wahrnehmung, Denken, Erinnern und Handeln. Von der Truthahn-Illusion über die Fortsetzung eines Trends oder dem Backfire-Effekt, wenn sich die eigene Überzeugung unter dem Einfluss widersprechender Fakten verfestigt statt korrigiert, bis zu Gender-Bias und Verlustaversion.

#### **Behavioral Marketing täglich anwenden**

Behavioral Marketing setzt diese Erkenntnisse aus der Verhaltenspsychologie ein, um Menschen bei der Entscheidungsfindung näher und persönlicher zu begleiten. In Zusammenarbeit mit dem auf Verhaltensökonomie und Verbraucherpsychologie spezialisierten britischen Unternehmen Coglode bietet Farner nun Workshops zur praktischen Umsetzung von Behavioral Marketing an.

Daniel Jörg, Member of the Management Board und Practice Head Marketing Communications bei Farner: «Farner arbeitet schon seit über zwei Jahren mit Erkenntnissen aus der Verhaltensforschung, um integrierte Marketingkampagnen zu designen. In jüngster Zeit haben wir beispielsweise bei den wirksamen Kampagnen für das Women's Wealth Management der UBS sowie für die Blutstammzellspende sehr erfolgreich auf Behavioral Insights gesetzt.»

Christoph Emch, Lead Digital Marketing Unit & Member of Senior Management bei Farner: «In der Zusammenarbeit mit unseren Kunden und deren Mitarbeitenden haben wir bemerkt, dass ihnen meistens die Mittel fehlen, um Behavioral Marketing in ihrem Tagesgeschäft anzuwenden. So bleibt Verhaltensforschung für sie etwas graue Theorie von Forschern und Professoren. Die von Coglode entwickelte Methode schliesst diese Lücke.»

In den halb- und ganztägigen Workshops wird praxisorientiert vermittelt, weshalb Verhaltensforschung relevant ist, wie sie fürs Marketing genutzt wird und wie Behavioral Marketing mit der Coglode-Toolbox im Unternehmen wirkungsvoll aber spielerisch leicht angewendet werden kann. Dabei stehen die Dimensionen Conversion, Preisgestaltung, Treue, Erlebnis, Branding und Product Development im Fokus sowie die Methoden, zu Lösungen für unterschiedliche Herausforderungen zu gelangen.

Farner hat fünf Trainer durch Coglode ausbilden und akkreditieren lassen. Sie sind Teil einer exklusiven Gruppe von weltweit 15 Trainern, welche die Methode bereits bei Kunden wie Spotify, Google, Apple, Facebook oder Barclays eingeführt haben. Christoph Emch: «Am Ende des Workshops ist jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer befähigt, Behavioral Marketing nicht nur zu verstehen, sondern im eigenen Unternehmen wirkungsvoll anzuwenden.»

Mehr Information auf <https://www.farner.ch/workshop-coglode>

#### **Kontakt**

Martin Reichlin, Agency Communications Manager  
Tel.: +41 44 266 67 67 | E-Mail: [martin.reichlin@farner.ch](mailto:martin.reichlin@farner.ch)

#### **Farner Consulting AG**

[Farner Consulting](https://www.farner.ch) ist die führende Agentur für Kommunikationsberatung in der Schweiz (Agentur-Ranking [www.bpra.ch](http://www.bpra.ch)). 1951 gegründet, ist die Agentur heute mit über 190 Mitarbeitenden an den Standorten Zürich, Bern, St. Gallen, Lausanne, Basel und Chiasso tätig. Mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot deckt sie sämtliche Aspekte der Kommunikation ab – von Public Relations, Public Affairs, Content Creation, Research & Analytics, Digital Marketing, Change bis zu Werbung und Events –, umgesetzt von interdisziplinären Kommunikationsberatern mit branchenspezifischer Expertise und dem nötigen Know-how. Farner gehört zu den Global Top 100 Agencies (The Holmes Report) und belegt seit vielen Jahren die führende Position im Ranking der Schweizer PR-Agenturen. Als erste Schweizer Agentur überhaupt erhielt Farner dreimal die europaweit wichtigste Auszeichnung für exzellente Kommunikation: «The Holmes Report» D-A-CH-Agentur des Jahres 2012, 2015 und 2018. International ist Farner Exclusive Affiliate von Edelman in der Schweiz und arbeitet mit weiteren internationalen Netzwerken zusammen.

#### **Coglode: Behavior-Pionier aus England**

Coglode wurde im Jahr 2018 von Jerome Ribot und Roxy Borowska gegründet. Gemeinsam entwickelten sie eine einfache und überzeugende Methode, um Erkenntnisse aus der Verhaltensforschung im Business-Alltag anzuwenden. Heute arbeiten bekannte Unternehmen wie Spotify, Apple, Google, Barclays, BBVA oder Facebook mit der Coglode-Methode. Im Februar 2020 führte Coglode einen ersten Workshop mit 18 Farner-Mitarbeitenden durch.