



Martin Lindstrom

Markenmanagement-Experte



CSA CELEBRITY SPEAKERS

Martin Lindstrom ist einer der weltweit führenden Experten im Branding. Seit der Formulierung seiner zehn bahnbrechenden Regeln zum Branding hat er vielfältigen Internationalen Organisationen mit Rat zum Aufbau erfolgreicher Marken zur Seite gestanden. Sein jüngstes Buch 'Buy.ology' untersucht, wie das Gehirn Marken interpretiert. Es basiert auf einer \$7 Mio.-Studie, die Daten von 2000 Testpersonen und diversen Branchen auswertet. Die globale Studie betrachtet ebenfalls regionale Unterschiede, bietet faszinierende neue Einsichten und macht Schluss mit vielen Fehlannahmen. Martin wurde vom TIME magazine zu einer der weltweit einflussreichsten Personen 2009 erklärt.

Ein Meister der Macht der Marken

Im Einzelnen

Bis 2001 war er weltweiter Chief Operating Officer für BTLookSmart. Er ist Gründer und CEO von ZIVO, des größten Internet-Lösungsanbieters Australiens/Asiens, und Mitbegründer von BBDO Interactive Europe - später in Framfab umbenannt - Europas größter Internet-Agentur. Er ist ebenfalls Mitglied bei mehreren internationalen Boards, u. a. Wotch, Hitwise und eKit.com. Martin veröffentlichte mehrere wegweisende Bücher, insbesondere 'Clicks, Bricks and Brands' und in jüngerer Zeit 'Brand Sense', das untersucht, wie unsere Kaufentscheidungen durch unsere 5 Sinne beeinflusst werden.

Seine Vorträge

Martin Lindstrom ist ein erfahrener, visionärer, mitreißender Redner. Seine bahnbrechenden Erkenntnisse auf dem Gebiet des On- und Offline-Branding geben allen Unternehmen die erforderlichen Techniken zum Aufbau von starken internationalen Marken an die Hand. Basierend auf seinem jüngsten Konzept, dem noch nicht erschlossenen Branding-Potenzial des Sensory Branding, erfahren Sie, wie die Markenbildung der nächsten Generation aussieht und lernen die erforderlichen Maßnahmen kennen, um eine solide sensorische Markenstrategie aufzubauen.

Sein Vortragstil

Seine Energie und geistige Dynamik sind ansteckend und anregend. Er bietet auch Consultancy-Packages, firmeninternes Training und 1-1-Consultancy.

Themen

ROI im Branding - Warum funktioniert meine Marke nicht?
B2B-Branding - Wachstum durch solides B2B-Branding
Branding in 1-2-3 Schritten ? Aufbau einer Marke von Null auf
Kontextuelles Branding: Wenn Marken Intelligenz entwickeln
Sensory Branding - das unerschlossene Branding-Potenzial
Branding in Asien - Verständnis des asiatischen Marktpotenzials

Sprachen

Er referiert auf Englisch und Dänisch.

Möchten Sie mehr erfahren?

Für ausführlichere Informationen rufen Sie uns bitte an oder schicken Sie uns eine E-Mail. Wie können Sie den Redner/die Rednerin buchen? Per Telefon oder E-Mail.



Video

Publikationen

2011

Brandwashed

2008

Buyology - Truth and Lies About Why We Buy (published in 36 languages on launch)

2005BRANDsense

2003BRANDchild

2001Clicks, Bricks & Brands

1999Brand Building on the Internet

1994Why Trade Marketing?