

DAS PROGRAMM :

Ab 8.30h

Empfang mit kleinem Frühstück

9.30h – 10.00h

Begrüßung: Dr. Harald Henzler, Haufe Mediengruppe / Einführung Consumer Empathy: Dr. Hans-Georg Häusel, Gruppe Nymphenburg Consult AG

CONSUMER EMPATHY 1: INTUITIVE KUNDENKOMMUNIKATION UND BEHAVIORAL BRANDING

10.00h – 11.00h

Prof. Dr. Joachim Bauer: Spiegelneuronen – Warum ich fühle, was Du fühlst

11.00h – 12.00h

Manfred Bräunl, BMW Group: Sticht ins Auge. Trifft ins Herz. Behavioral Branding der Marke BMW

12.00h – 13.30h

Lunch

CONSUMER EMPATHY 2: PERSÖNLICHKEITSUNTERSCHIEDE UND TARGETING

13.00h – 14.00h

Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth: Persönlichkeitsunterschiede aus Sicht des Gehirns

14.00h – 14.45h

Thom Barath, Gruppe Nymphenburg Consult AG / Martin Schniedermeier, Nielsen: Die Limbic® Types – Neuropsychologische Zielgruppen-Segmentierung in der Praxis

14.45h – 15.30h

Dr. Hanne Seelmann-Holzmann: The Asian Brain – Warum man kulturelle und neuronale Unterschiede im internationalen Marketing beachten muss

15.30h – 16.00h

Kaffeepause

CONSUMER EMPATHY 3: EVOLUTION ODER REVOLUTION?

16.00h – 17.00h

Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein: Die Rolle der Hirnforschung in der modernen Konsumentenforschung

17.00h – 17.15h

Zusammenfassung: Dr. Harald Henzler, Dr. Hans-Georg Häusel