



**Vordenker des Neuromarketings
Erfinder des Limbic® Modell**

Dr. Hans-Georg Häusel ist Vordenker des Neuromarketings und zählt international zu den führenden Experten in der Marketing-, Verkaufs- und Management-Hirnforschung.

2000 hat er seinen ersten Bestseller „Think Limbic – Die Macht des Unbewussten verstehen für Marketing, Management und Motivation“ veröffentlicht. Mit diesem Buch revolutionierte er das Marketing- und Managementdenken. Inzwischen hat er viele weitere Wirtschaftsbestseller zum Thema Hirnforschung und Verkaufen geschrieben. Sein Buch „Brain View – Warum Kunden kaufen“ wurde von einer internationalen Jury 2011 zu einem der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten gewählt.

Das von ihm entwickelte Limbic® Modell gilt heute als das beste Instrument zur Erkennung bewusster und unbewusster Lebens- und Kaufmotive sowie zu einer neuropsychologisch fundierten Zielgruppensegmentierung und Persönlichkeitsmessung. Er ist Mitglied im Vorstand der Gruppe Nymphenburg Consult AG, Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich und sitzt im Herausgeberbeirat der wissenschaftlichen Zeitschrift „NeuroPsychoEconomics“.

Häusel verändert das Denken im Verkauf und im Marketing. Als Hirnforscher mit langjähriger Beratungserfahrung zeigt er, wie Kaufentscheidungen im Gehirn des Kunden wirklich fallen: Weitgehend unbewusst und immer emotional. Seine Vorträge sind faszinierende und höchst unterhaltsame Reisen durch das Kundengehirn. Er enthüllt, wo die vielen kleinen unbewussten Kaufknöpfe sitzen, was Kunden unterscheidet und wie man Kunden verführen und für sich gewinnen kann. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Konsumgüter, um Handel, um Banken und Dienstleister oder um B2B-Technologieunternehmen handelt. Durch seinen verständlichen und humorvollen Vortragsstil begeistert er Zuhörer aller Unternehmenshierarchien und Bildungsstufen gleichermaßen.

Dr. Häusel ist deshalb auf vielen nationalen wie internationalen Veranstaltungen ein gefragter Keynote-Speaker. Vom Unternehmen Erfolg® wurde er mit dem Excellence Award als einer der besten Redner im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet.

Themen (Auswahl):

- Brain View – Warum Kunden kaufen
- Was Werbung, Marketing und Vertrieb von der modernen Hirnforschung lernen können
- Wie Finanz- und Anlageentscheidungen im Kundenhirn tatsächlich fallen
- Die unbewussten Seiten des Unternehmenserfolgs

Veröffentlichungen (Auswahl):

- Brain View: Warum Kunden kaufen, 2012
- Think Limbic! Die Macht des Unbewussten verstehen und nutzen für Motivation, Marketing, Management. 2005