

# Kai-Markus Müller

Wie kann ein teurer Preis plötzlich günstig aussehen? Warum kaufen Menschen bei der Konkurrenz? Welche unterbewussten Mechanismen führen zur Kaufentscheidung? Wann spricht ein Produkt das Kundengehirn so an, dass der Kunde kauft? Themen wie diese transportiert Kai-Markus Müller mit Esprit und Überraschungseffekten von der Theorie in die Praxis. Der promovierte Neurowissenschaftler ist Unternehmer, international ausgewiesener Experte für Preispsychologie, sensorisches Marketing, Werbewirkung und Professor für Consumer Behavior. Zahlreiche Medien berichteten bereits über Prof. Müllers frappierende Erkenntnisse aus Preispsychologie und Neuromarketing - unter anderem Der Spiegel, FAZ, Süddeutsche Zeitung, RTL, SWR, Businessweek oder Forbes. Prof. Müller promovierte in der Neurophysiologie am US-Gesundheitsministerium, arbeitete als Unternehmensberater bei der führenden internationalen Beratungsgesellschaft für Preisstrategie und danach viele Jahre als Tech-Unternehmer....

„Du bist Dein Gehirn“

## Themen

### NeuroPricing

- Wie Kunden über Preise denken
- Auf der Suche nach dem Wohlfühlpreis
- Geiz ist geil?
- Warum Sie die Finger von dynamischen Preisen lassen sollten!

### Das kaufende Gehirn

- Das kaufende Gehirn und die fünf Sinne
- Neuromarketing - wie Werbung wirkt
- NeuroSmart Pricing

### Pharmamarketing und -strategie

- Dr. med. Unlo Gisch... wie Ärzte entscheiden
- Profitabler in regulierten Märkten - Psychologie und Strategie
- Nudge your patients to better health!

### Prof. Dr. Kai-Markus Müllers weitere Keynotes (Auszug)

- Die Psychologie digitaler Plattformen
- Konsumentenverhalten mit Hirnscans vorhersagen
- Employer Branding: Neueste Erkenntnisse der Hirnforschung
- Product Placement: Neueste Erkenntnisse der Hirnforschung
- Erfolgreich mit Sensory Branding
- Behavioral Economics - der Hype und die Anwendung
- Marketing und die Evolution des Gehirns

## Referenzen & Presse

„Einer der zentralen Sätze von Müller ist, dass die Menschen nicht das tun beziehungsweise kaufen würden, was sie sagen. Und dass sie nicht wüssten, was sie denken beziehungsweise fühlen.“ **Süddeutsche Zeitung**

„Sind viele Produkte zu billig? Ein schwäbischer Neurobiologe untersuchte die Hirnwellen von Konsumenten – und machte überraschende Entdeckungen.“ **Der Spiegel**

„Kai-Markus Müller: Das Gehirn sagt in einer halben Sekunde ja oder nein“ **ZDF heute**

### Auszug Firmenreferenzen

- Roche
- Coca-Cola
- Axel Springer
- PENNY
- IGEPa
- Bayer
- Europapark
- BHB - Handelsverband Heimwerken Bauen und Garten e.V.
- Hoteldirektorenverband HDV
- bad&heizung AG
- Lauer Fischer
- Ambiente - Messe Frankfurt
- u.v.m.

## Honorare / Reisekosten / Sprache

Impulsvortrag  
Tagessatz  
Reisekosten  
Vortragssprachen

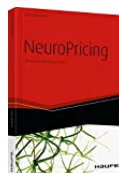
Honorargruppe E  
Honorargruppe E  
Aspach



## Live-Booking



## Medien & Empfehlung



**NeuroPricing:  
Wie Kunden  
über Preise  
denken (Haufe  
Fachbuch)**

Free Call aus dem jeweiligen  
Festnetz zu Ihren regionalen  
Ansprechpartner:



0800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11



00800 77 11 99 11