



Jan-Oliver Hess

Ein langer Weg, von Rechtswissenschaften, bis zu BrainBranded Communication® - in den Kopf des Konsumenten. Als Speaker, Dozent, Berater (Marketing und Brand Management | Brand Planning - Brand Design - Brand Communication), Coach und Autor begleitet Jan-Oliver Hess namhafte Unternehmen, Start-ups und ambitionierte Persönlichkeiten auf ihrem Weg in die Herzen und Köpfe der Kunden. In seinen Vorträgen, Seminaren und Workshops geht Jan-Oliver Heß der Haupt-Frage nach: „Was bewegt Menschen im Innersten wirklich?“. Diese Frage nach relevanter und wirksamer (Markt-) Kommunikation beantwortet er mit Hilfe wissenschaftlicher Erkenntnisse aus Hirnforschung, Psychologie und Wirtschaftswissenschaften sowie tiefen Einblicken hinter den Vorhang der Creative Industries. Er versteht sich dabei immer auch als strategischer Brückenbauer zwischen Theorie und Praxis, um seinen Kunden umsetzbare Einsichten für mehr berufliche Wirksamkeit zu vermitteln – from Insights to Impact. Dabei folgt er ganz ungeniert – aber niemals unreflektiert – dem Motto: Juristen dürfen alles, außer operieren..

„Wer Menschen bewegen will, muss wissen, was sie bewegt.“

Themen

› BrainBranded Communication - (Marketing-) Kommunikation aus Sicht des Kunden (-Gehirns)

- Wie funktionieren Ihre Kunden? - Alles, was Sinn, Wert und Bedeutung hat, entsteht allein in unserem Kopf
- Wie werden Sie für Ihre Kunden relevant? - Wer Menschen bewegen will, muss wissen, was sie bewegt
- Mind the Gap: Die Brücke zwischen Theorie und Praxis schlagen

› Vergriffen. Versprochen. Verdacht?! - Irrwege unserer Entscheidungsfindung

- Denk- & Entscheidungsfehler erkennen und nutzen: In Produktgestaltung, Preisfindung, User-Experience, Kommunikation & Botschaften-Design
- Suchen Sie im Unbewussten und den Emotionen Ihrer Kunden einen starken Verbündeten
- Es geht um „Wanting“ nicht um „Liking“!

› Modern Selling... mit Köpfchen

- Erfolgreich Verkaufen im Zeitalter der Sekunden-Kommunikation
- Den Kampf um die Aufmerksamkeit und Zeit Ihres Kunden gewinnen Sie nur durch eines: Relevanz!
- Das 1x1 der modernen Kundenansprache

› Wie die Welt in unsere Köpfe kommt

- Die Wirklichkeit ist nur ein Konstrukt unseres Gehirns und damit einzigartig – ca. 7,63 Milliarden Mal
- Alles entsteht in unserem Kopf – die Welt, die Marken und auch wir selbst
- Keine Angst vor Change, Disruption und Digitalisierung

Referenzen & Presse

Referenzen/Erfahrungen

(Agenturen:) Achtung! GmbH | (Bildung:) CYP Association | (Energie:) Energy BKW AG | (Entertainment:) CinemaxX Entertainment GmbH & Co. KG | (Chemie:) Evonik International AG (Plexiglas®) | (Nahrungsmittel:) Ferrero Deutschland GmbH (Kinder®) | (Konsumgüter:) Henkel AG & Co. KGaA (Schwarzkopf Professional®) | Beiersdorf AG (Eucerin®, Hansaplast®, Nivea®, Tesa®) | (Pflege:) Biofrontera Pharma GmbH (belixos®) | (Politik:) Senat der Freien und Hansestadt Hamburg | Europäisches Parlament | (Schreibwaren:) Edding AG (edding®) | (Sport:) HSV Fussball AG (Telekommunikation:) Swisscom AG | (Transport:) Deutsche Bahn AG | Sixt Leasing (Schweiz) AG | Sixt Mobility Consulting (Schweiz) AG | (Vertrieb:) Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG | Truscon GmbH

„Wenn es um BrandAnalysis, BrandPlanning und um BrandDesign geht, können wir die Agentur Nordjungs mit Jan-Oliver Hess wärmstens weiterempfehlen. Das sichtbare Ergebnis liegt vor: das neue Logo von CYP. (...)Der neue Brand von CYP widerspiegelt die Neupositionierung von CYP und verhilft uns intern wie auch extern zu einem „Next Level!“

Simone Jeker, Marketing & Communication CYP

„Es ist zentral, dass unsere Kunden das neue Gesicht, den Nutzen und die USPs von CYP kennen – nur so gibt es ihnen Klarheit und Transparenz gegenüber CYP. Jan-Oliver Hess und die Agentur Nordjungs garantierten uns ein wirkungsvolles Rebranding, angefangen bei unserer Positionierung, basierend auf einem wissenschaftlichen, analytisch und strukturierten Ansatz, wodurch der Markenpersönlichkeit von CYP auf den Grund gegangen wurde. Mit dem intensiven Brandingprozess hat uns Jan den entscheidenden Grundstein gelegt, einen wert- und gehaltvollen Brand CYP für die Zukunft aufzubauen.“

Thomas Fahrni, CEO CYP

Honorare / Reisekosten / Sprachen

- Impulsvortrag** Honorargruppe E
- Tagessatz** Auf Anfrage
- Reisekosten** Zürich
- Vortragssprachen**

Live-Booking



Medien & Empfehlung

