

## Seminartermine:

<b>Hannover</b>	06.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Hamburg</b>	11.09.2012, 17-19 Uhr
	12.09.2012, 9:30-11:30 Uhr
<b>Berlin</b>	12.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Zürich</b>	13.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Köln</b>	18.09.2012, 9:30-11:30 Uhr
<b>Düsseldorf</b>	18.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Frankfurt</b>	19.09.2012, 9:30-11:30 Uhr
	19.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Wien</b>	20.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Stuttgart</b>	25.09.2012, 17-19 Uhr
<b>München</b>	26.09.2012, 9:30-11:30 Uhr
	26.09.2012, 17-19 Uhr
<b>Bremen</b>	08.10.2012, 17-19 Uhr
<b>Bozen</b>	10.10.2012, 17-19 Uhr
<b>Nürnberg</b>	11.10.2012, 17-19 Uhr

Die Vorträge dauern etwa 90 Minuten, danach gibt es eine halbe Stunde für Fragen und Diskussionen. Für Ihr leibliches Wohl wird natürlich gesorgt.

Die Teilnahme ist kostenlos. Die Teilnehmerzahl ist auf 30 Gäste limitiert, um einen produktiven Gedankenaustausch zu ermöglichen. **Melden Sie sich deshalb bitte frühzeitig an** – entweder mit dem Faxformular oder über unsere Internetseite [www.ka-brandresearch.com](http://www.ka-brandresearch.com). Hier finden Sie auch weitere Seminarinformationen und Anfahrtsbeschreibungen der jeweiligen Veranstaltungsorte zum Download.

**K&A BrandResearch®**



**Einladung:** K&A BrandSeminar 2012 **Die Psychologie des Kaufens!**

K&A BrandSeminar 2012

Das Seminarthema ist hochaktuell: Reizüberflutung stellt eine immer größere Herausforderung für erfolgreiche Markenführung dar. Wie kann man unter diesen Vorzeichen seine Marke ins Bewusstsein der Zielgruppe bringen – und vor allem salient halten?

**Dabei sein!**

Dieses Jahr machen wir **in 13 Städten Station** und zeigen hier jeweils 30 Gästen Insights aus der aktuellen Forschung und interessante neue Lösungsansätze. Die wichtigsten Themen sind:

- Wie organisiert das Gehirn Entscheidungen? • Was unterscheidet Shopper Insights von Consumer Insights? • Welche Chancen bietet das BrandExperience-Konzept?
- Wie kann psychologische Forschung helfen, das zukünftige Verhalten besser zu erklären?
- Neue EEG-Messverfahren zur Wirkungsoptimierung von Marketingmaßnahmen •

K&A BrandResearch®

**Die Psychologie  
des Kaufens!**