

Martin Lindstrom è il massimo esperto mondiale di neuromarketing e brand building

Di origini danesi, nel 2009 ha conquistato la copertina di TIME, citato come uno tra i 100 uomini più influenti al mondo.

Nel 2015 Thinkers50 ha inserito Lindstrom al 18° posto nella speciale classifica dei più influenti pensatori di management al mondo.

Da anni lavora negli Stati Uniti e tra i suoi clienti si contano alcuni tra i maggiori brand internazionali: American Express, Microsoft, McDonald's, Coca Cola, P&G, Red Bull e Nestlé.

Ideatore del neuromarketing, spesso è definito come vero e proprio futurista soprattutto per le sue abilità nella predizione delle tendenze di mercato, Lindstrom è stato un autentico precursore, primo in assoluto ad aver condotto studi approfonditi sui comportamenti e sulla psicologia nei processi d'acquisto.

Una storia la sua, così come le sue teorie e strategie, non convenzionale fin dalle origini. A 12 anni fonda la sua prima agenzia pubblicitaria e l'anno successivo costruisce, nel giardino di famiglia, la propria Legoland, attirando l'interesse degli avvocati della stessa casa produttrice di giocattoli, incontro che in seguito porterà ad un lungo e produttivo rapporto di test e collaborazione con la LEGO Group stessa.

Il suo approccio, fuori dagli schemi e all'avanguardia, si focalizza sulla comprensione dei desideri più profondi dei consumatori. Non una mera elaborazione teorica, ma studi che contribuiscono alla creazione di prodotti e brand dal successo assicurato.

Editorialista per Time Magazine e Harvard Business Review, i suoi articoli sono stati pubblicati dai più prestigiosi quotidiani e magazine quali: New York Times, Washington Post, Newsweek e The Economist.

Lindstrom è autore di numerosi libri best-seller, tradotti in più di 50 lingue e diffusi in oltre 70 paesi di tutto il mondo. Tra questi: "Buyology" (titolo italiano NeuroMarketing), votato "Scelta dell'anno" da USA Today e "BRANDsense", definito dal Wall Street Journal come uno dei cinque migliori libri di marketing mai pubblicati.

Cose che non sapevi su Martin Lindstrom:

- Quando aveva 11 anni ha costruito un letto completamente fatto di mattoncini LEGO e ci ha dormito ogni notte.
- Ha iniziato a lavorare per LEGO quando aveva 12 anni.
- Negli ultimi 10 anni, per i suoi studi, ha vissuto o visitato più di 2.200 case private in circa 77 stati: dalla Siberia all'Islanda, passando per Venezuela, Nigeria e Colombia.

- Ha scritto più di 1.000 articoli sul Branding, pubblicati in oltre 100 nazioni.
- Ha presentato strategie di Branding a oltre 7 milioni di persone, in più di 60 paesi.
- Nel 2012 è stato selezionato come “Marketer of the Decade” dall’Asian Counsel of Marketers.
- Viaggia oltre 1 milione di miglia all’anno.