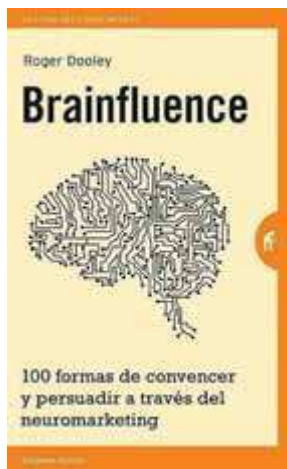


# Cent consells per entendre el nostre cervell

Al cervell li agraden les llistes. És una forma de presentar la informació suposadament més efectiva per a les nostres neurones, per això no és d'estranyar que un llibre sobre el neuomàrqueting s'inclini per classificar. *Cent formes de convèncer i persuadir a través del neuomàrqueting* és el subtítol del llibre *Brainfluence* de Roger Dooley, conegut editor d'un blog sobre el tema. El llibre recull els darrers avenços en aquest camp i que apunten que el 95% dels nostres pensaments, emocions i aprenentatges són previs a ser-ne conscients. En canvi el màrqueting tradicional continua concentrat a enviar missatges a l'altre 5% del nostre cervell.

Els cent consells que recull el llibre estan adreçats als professionals interes-



**BRAINFLUENCE**  
**Roger Dooley**  
EMPRESA ACTIVA  
18,50€

sats a saber com funciona el cervell en temes com l'elecció de productes, la fixació de preus o la fidelització a una marca.

El lector agraeix el to amè sobretot quan descriu els avenços científics. Dooley explica, per exemple, que el cervell ens traïx en els concursos: és molt receptiu a la grandària del premi i menys a la probabilitat de guanyar-lo.