

Brainfluence

Autor: Roger Dooley

Editorial: Empresa Activa

De acuerdo con la neurociencia, el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizaje ocurren antes de que seamos conscientes de ello, sin embargo los grandes esfuerzos del marketing se siguen concentrando en los mensajes racionales que apelan al 5%. La obra nos explica cómo funciona el cerebro y nos muestra cómo su funcionamiento influye en nuestras acciones y también cómo se puede llegar a influir en cómo pensamos. A través de 100 breves consejos, imprescindibles para cualquier experto en marketing o en comunicación, cualquier empresa, grande o pequeña, podrá aprender cómo colocar sus productos, fijar precios y lograr fidelidad a una marca y mucho más.

Big Data para directivos

