

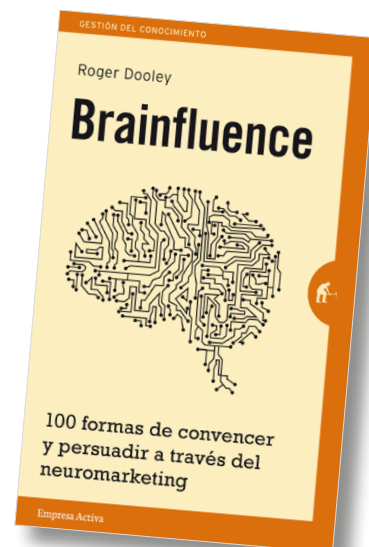
100 formas de convencer y persuadir a través del neuromarketing

A todos nos gusta pensar que nuestras decisiones son el resultado de un proceso deliberativo consciente, sin embargo los investigadores desvelan frecuentemente nuevas formas en que nuestro subconsciente impulsa nuestras elecciones. De acuerdo con la neurociencia, el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizaje ocurre 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%.

Brainfluence analiza cómo funciona el cerebro de los consumidores para alcanzar mejores resultados con menos dinero utilizando las técnicas del neuromarketing. De esta manera, las empresas conseguirán mejorar tanto sus campañas de marketing como sus productos.

A través de 100 breves consejos, imprescindibles para cualquier experto en marketing o en comunicación, podrá aprender cómo colocar sus productos, cómo fijar precios, lograr fidelidad a una marca y mucho más. Cada capítulo del libro está pensado para describir los descubrimientos de los estudios que muestran cómo funciona nuestro cerebro y ofrecer una o más maneras de aplicar directamente ese conocimiento a situaciones de marketing del mundo real. No es necesario leer el libro desde el principio hasta el final. Aunque las ideas están agrupadas por categorías, cada tema es independiente.

Brainfluence es un libro de lectura imprescindible, cargado de ideas inteligentes apoyadas con estudios científicos, para persuadir e influir sobre los demás, dirigido tanto a los profesionales del marketing como a todos los consumidores que tienen la inquietud de conocer los secretos y técnicas que utilizan los primeros para condicionar nuestras decisiones.



© Brian Dooley

Roger Dooley

Es el creador del blog *Neuro-marketing*, el más popular en temas de la aplicación de las neurociencias en acciones de marketing, publicidad y ventas. Es presidente de Dooley Direct LLC, una consultora que brinda asesoramiento para la aplicación de las técnicas de neuromarketing tanto a pequeñas como grandes empresas. Brinda asimismo conferencias en todo tipo de organizaciones y es un experto en marketing digital.

BRAINFLUENCE

Roger Dooley

Sello: Empresa activa

P.V.P.: 18,50€ • 384 páginas

Lanzamiento: marzo de 2015