Шифр

15
Д81

Дули Р.

НейроМаркетинг = BrainFluence : как влиять на подсознание потребителя / Роджер Дули ; [пер. с англ. В. Рубинчик]. – [3-е изд.]. – Минск : Попурри, 2017. – 336 с. – BrainFluence. – ISBN 978-985-15-3148-2.

Согласно новейшим исследованиям в области человеческого мозга, 95% всех мыслей и эмоций проявляют себя еще до того, как мы их осознаем. Однако усилия маркетологов направлены в основном на рациональное сознание, а огромный пласт подсознательного игнорируется. Если вы хотите обогнать конкурентов, перестаньте продавать товары лишь 5 процентам ваших покупателей! Благодаря чудесам современной нейронауки стало возможным не только объяснить процессы мышления, но и успешно на них влиять. Когда вы поймете, как работает мозг ваших покупателей, то сможете получать гораздо лучшие результаты с меньшими затратами времени и сил. В этой книге вы узнаете, как приспособить нейронауку и поведенческие исследования к целям маркетинга и понять закономерности принятия решений покупателями.