Шифр

38
Б24



Барден Ф.

Взлом маркетинга : наука о том, почему мы покупаем / Фил Барден ; [науч. ред. В. Шульпин] ; пер. с англ. Инны Антипкиной. - 6-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 295 с. : ил. - Доп. тит. л. англ. - ISBN 978-5-00117-969-6.

В этой книге потребительское поведение анализируется с помощью современной науки о принятии решений. Автор рассказывает о причинах совершения покупок на примере брендов и услуг, рассказывает, что происходит в сознании покупателя, когда он принимает решения, и как вы можете использовать современные научные исследования в своем маркетинге.

Для кого эта книга: Это книга для маркетологов, которые хотят лучше понять потребителей, и для потребителей, которые хотят знать, как их решениями манипулируют.

Об авторе: Маркетер с 25-летним стажем, работал в Unilever, T-Mobile и других крупных компаниях.