Шифр

15
В17



Ван Прает Д.

Бессознательный брендинг : использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии / Дуглас Ван Прает ; [пер. с англ. Ю. Гольдберга]. - Москва : Азбука Бизнес : Азбука-Аттикус, 2019. - 320 с. - Парал. тит. л. англ. - ISBN 978-5-389-14322-7.

Какие процессы в мозгу заставляют нас выбирать конкретный продукт из ряда подобных? Почему одна реклама становится эффективной во всем мире, а другая, не менее масштабная, не работает? Современные исследования эволюции мозга и открытия нейробиологов позволили изменить традиционный для маркетинга подход, основанный на статистическом изучении потребностей и предпочтений покупателей. Инновационная методика, изложенная в книге, позволяет выявлять и учитывать подсознательные процессы, лежащие в основе наших поступков и задействованные в процессе принятия решений. Возможность заглянуть в подсознание потребителей открывает перед маркетингом новые гигантские перспективы.