

## SUGERENCIAS

### «Valor absoluto»

*Emanuel Rosen, Itamar Simonson*

*Edita: Empresa Activa*

*352 páginas; 18 euros*

El consumidor ha cambiado su forma de tomar decisiones de compra. El marketing tiene que cambiar o será ineficiente. El valor absoluto es la suma de variables que considera el consumidor en el momento de optar por una compra. Yendo en contra de la sabiduría convencional del marketing, *Valor absoluto* nos muestra qué es lo que realmente influye en la decisión de compra de los consumidores y nos provee de un nuevo marco para desarrollar nuestras estrategias de negocios.

La forma en la que la gente compra ha cambiado profundamente, pero la forma en que se promociona el producto no lo ha hecho. La mayoría cree que aún puede dirigir la percepción de los consumidores con trucos y publicidad. En este libro, los autores nos muestran por qué están perdiendo relevancia esas técnicas. *Valor absoluto* da respuesta a las preguntas más importantes acerca de cómo influir en los consumidores en esta nueva era. Los viejos conceptos de marketing han cambiado y se necesitan nuevas estrategias de comunicación. Lleno de casos de estudio reales y múltiples investigaciones, este libro provee información esencial sobre el futuro del marketing.

