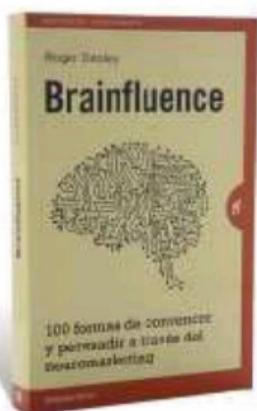


# ESTRATEGIA

## EL CEREBRO DEL CONSUMIDOR

Según investigaciones de la neurociencia, el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizaje ocurre antes de que seamos conscientes de ellos. Sin embargo, los grandes esfuerzos del marketing se siguen concentrando en los mensajes racionales que apelan al 5%. **Roger Dooley** analiza en este libro cómo funciona el cerebro de los consumidores para alcanzar mejores resultados con menos dinero utilizando las técnicas del neuromarketing. Para ello, ofrece consejos sobre cómo colocar productos, fijar precios, fidelizar...



***Brainfluence. 100 formas de convencer y persuadir a través del neuromarketing.***  
**Roger Dooley**  
**Empresa Activa**  
**Precio: 18,50€**