Cien formas de persuadir a través del neuromarketing

Según la neurociencia, el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizaje ocurre antes de que seamos conscientes de ello, sin embargo los grandes esfuerzos del marketing se siguen concentrando en los mensajes racionales que apelan al 5%. Este libro explica cómo funciona el cerebro y cómo su funcionamiento influye en nuestras acciones y pensamientos.

«Brainfluence» **Roger Dooley Empresa Activa 18.50€**