



BRAINFLUENCE

Roger Dooley

Traducción de María Isabel Merino

Empresa Activa. Barcelona, 2015

384 páginas

Precio: **18,50 €**; e-book, **5,99 €**

La neurociencia advierte –señala Roger Dooley, creador del blog Neuromarketing– de que el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizajes ocurren antes de que seamos conscientes de ellos, pero sin embargo los grandes esfuerzos del marketing siguen concentrados en los mensajes racionales que apelan al 5% restante. En este libro Dooley explica cómo funciona el cerebro y cómo se puede llegar a influir en cómo pensamos. Y lo hace a través de cien consejos. Desde apelar a los cinco sentidos a saber que el papel tiene más peso que lo digital. Desde añadir niños en la publicidad a recompensar la fidelidad. Y desde recordar que la respuesta al cliente hace que cambie de opinión a saber que las primeras impresiones sí cuentan.