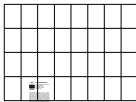
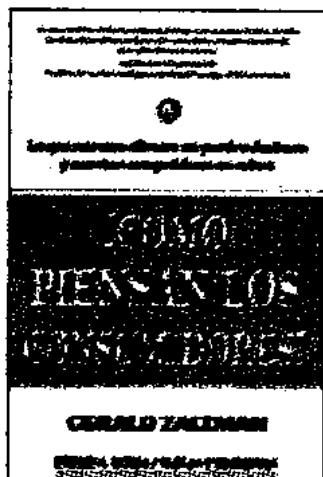


HOY	Tirada: 31.873	Sección: Contraportada	
	Difusión: 26.625 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 77	
Extremadura General	Audiencia: 193.000 (E.G.M)	Valor (Ptas.): 29.141	Valor (Euros): 175,14
Diaria	13/06/2004	Página: 88	Imagen: Si



La mente del mercado

Título: **Cómo piensan los consumidores**

Autor: **Gerald Zaltman**

Edita: **Empresa Activa**

Teléfono: **93 237 55 64**

Precio: **16 euros**

Pese a los cuantiosos recursos invertidos en investigación de mercado, casi un 80% de los nuevos productos fracasan. ¿Por qué? ¿Acaso los consumidores no saben lo que quieren? El autor llega a la conclusión de que las herramientas de las que abusa el marketing -encuestas, entrevistas y dinámicas de grupo- y sus planteamientos tradicionales no consiguen profundizar lo suficiente para ayudar a los consumidores a descubrir y expresar lo que realmente quieren. En este libro, Zaltman argumenta que un 95% de lo que pensamos se sitúa en el inconsciente, por lo que conocer los deseos de nuestros clientes nos exige que comprendamos la «mente del mercado».