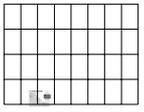


<h1>LA RIOJA</h1>	Tirada: 24.987	Sección: Contraportada	
	Difusión: 21.919 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 60	
La Rioja General	Audiencia: 92.000 (E.G.M)	Ocupación (%): 6%	Imagen: Si
Diaria	13/06/2004	Valor (Ptas.): 20.096 Valor (Euros): 120,78 Página: 96	

La mente del mercado

Título: Cómo piensan los consumidores

Autor: Gerald Zaltman

Edita: Empresa Activa

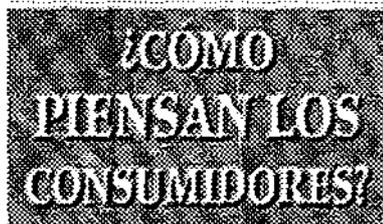
Teléfono: 93 237 55 64

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- no profundizan lo suficiente para ayudar a los consumidores a descubrir y expresar lo que realmente quieren.

El mercado no es un juego de azar. El éxito o fracaso de un producto depende de la capacidad de descubrir lo que los consumidores realmente quieren y expresan.

*Lo que nuestros clientes no pueden decirnos
y nuestros competidores no saben*



GERALD ZALTMAN

EMPRESA ACTIVA / NEESAN PUBLISHING