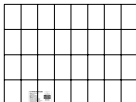


<h1>LA RIOJA</h1>	Tirada: <b>24.987</b>	Sección: <b>Contraportada</b>	
	Difusión: <b>21.919</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>60</b>	
La Rioja <b>General</b>	Audiencia: <b>92.000</b> (E.G.M)	Ocupación (%): <b>6%</b>	Imagen: <b>Si</b>
Diaria	<b>13/06/2004</b>	Valor (Ptas.): <b>20.096</b> Valor (Euros): 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

## 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 es el lugar donde se encuentran los deseos de los consumidores y la oferta de los productos. El marketing es el proceso de descubrir lo que los consumidores quieren y proporcionarles lo que necesitan.

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



**GERALD ZALTMAN**

EMPRESA ACTIVA / NEESAN PUBLISHING