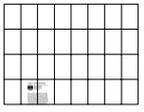
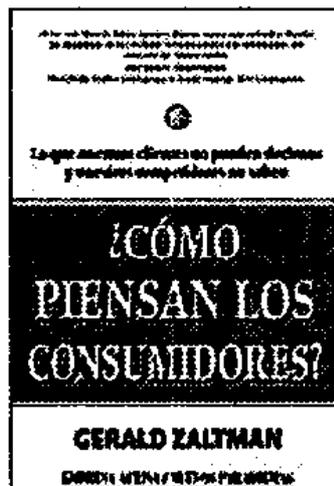


 <b>Murcia</b> <b>General</b> <b>Diaria</b>	Tirada: <b>53.276</b> Difusión: <b>46.272</b> <b>(O.J.D)</b> Audiencia: <b>161.952</b> <b>(E.G.M)</b> <b>13/06/2004</b>	Sección:                      - Espacio (Cm_2): <b>75</b> Ocupación (%): <b>7%</b> Valor (Ptas.): <b>41.228</b> Valor (Euros): <b>247,78</b> Página: <b>116</b>	 Imagen: <b>Si</b>



## 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».