

	Tirada: 13.573	Sección: -	
	Difusión: 5.052 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 459	
Nacional Franquicias	Audiencia: 17.682	Valor (Ptas.): 280.800	Valor (Euros): 1.687,64
Mensual	01/07/2004	Página: 84	Imagen: Si

Comprender la 'mente del mercado'

Las estadísticas reflejan que casi un 80% de los nuevos productos que salen al mercado fracasa. De ahí que el objetivo de esta obra sea cuestionar los conceptos utilizados en el 'marketing' actual para llegar hasta el consumidor final. Considerando que el 95% de lo que pensamos se sitúa en el subconsciente, el autor propone sacar a la luz los deseos de los clientes.

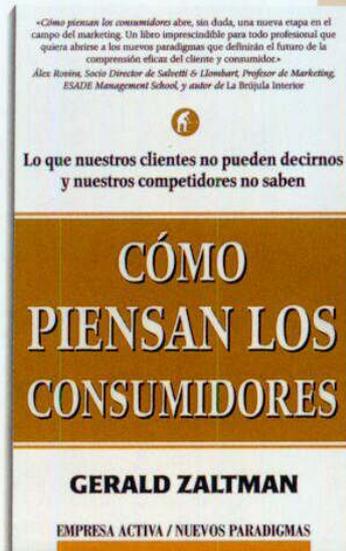
No cabe duda de que el mundo empresarial ha cambiado, pero los métodos para entender al consumidor no lo han hecho. Las compañías siguen confiando en unas técnicas de investigación conocidas aunque ineficaces, y en consecuencia se interpretan mal los actos y las ideas de la clientela. Los productos y las comunicaciones existentes para conectar con ella, no dan el fruto apetecido.

En este contexto, Gerald Zaltman, profesor de *Marketing* en la Harvard Business

School (Estados Unidos), ofrece una visión global sobre cómo funciona la mente del consumidor, el juego entre el subconsciente y el consciente, entre el cuerpo, el cerebro, la mente y la sociedad que están detrás de sus acciones. Todo ello, basándose en un estudio interdisciplinar, en el que se tienen en cuenta los avances más recientes en neurología, lingüística, antropología y psicología evolutiva.

El objetivo final es explotar la mina del subconsciente y así poder comprender lo que él llama "mente del mercado". □

Autor: Gerald Zaltman.
Título: *Cómo piensan los consumidores.*
Nº de páginas: 398.
Edita: Ediciones Urano.
Más información:
C/ Aribau, 142. 08036 Barcelona.
www.empresaactiva.com



Cualidades para alcanzar el éxito

Con excesiva frecuencia no se reconoce la importancia de establecer unos objetivos claros: o no se sabe cómo hacerlo o el miedo al fracaso impide que se marquen metas más ambiciosas. Por eso, reforzar la confianza en uno mismo, abordar todos los problemas y obstáculos con eficacia o superar las dificultades y responder a los desafíos son los pasos a seguir para alcanzar todos aquellos logros que se pretende conseguir.

La cualidad más importante para lograr el éxito auténtico y duradero radica en el hábito de actuar de acuerdo con unos objetivos claramente establecidos. Así lo cree el autor de este libro, Brian Tracy, quien proporciona al lector un método basado en más de 20 años de experiencia e investigación, para determinar y conquistar las metas personales y profesionales.

La clave está en concentrarse en todo aquello que realmente se quiere conseguir, puesto que muchas veces ocurre que al planificar el futuro se pone demasiada atención en lo que pretendemos evitar. Y esto tiene ciertas ventajas, pero no lleva a ninguna parte. Hay que centrarse en alcanzar las metas más importantes.

El propio escritor transmite una única idea para ayudar a tener más éxito: "Anote sus metas, haga planes para alcanzarlas, y trabaje sobre esos planes cada día, sin excepción". □

Autor: Brian Tracy.
Título: *Metas.*
Nº de páginas: 318.
Edita: Ediciones Urano.
Más información:
C/ Aribau, 142. 08036 Barcelona.
www.edicionesurano.com

