

NEUROMARKETING

¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú?

Néstor Braidot

<http://www.librodeneuromarketing.com/>

Sello editorial: GESTIÓN 2000

Fecha de publicación: 27 octubre 2009

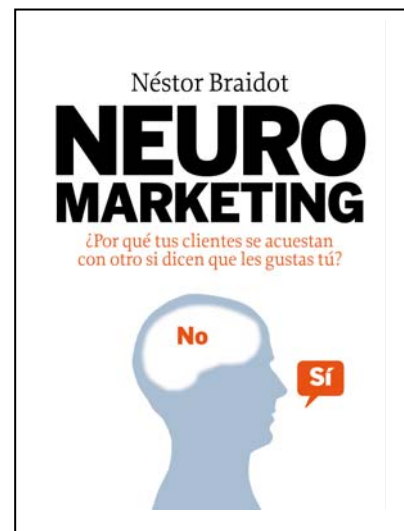
ISBN: 978-84-9875-044-7

Encuadernación: rústica

Medidas: 15 x 21,7cm

PVP: 17,95€

288 Págs.



¿Por qué sus clientes eligen a un competidor si han dicho que les gusta el producto que vende usted? ¿Cuáles son las verdaderas razones que determinan la conducta de compra? ¿Cuáles son los estímulos sensoriales que debe contener un producto para aumentar la satisfacción del cliente? ¿Cuál es la mejor estrategia con respecto al precio? ¿Cómo se puede seducir a los clientes para que permanezcan más tiempo en un punto de venta, aumenten su volumen de compras y regresen?

¿Qué estímulos debe contener un comercial para lograr un mayor grado de impacto? ¿Cuál debe ser el nivel de repetición en cada medio para que una campaña sea efectiva? ¿Cómo se pueden realizar acciones de targeting más efectivas?

Néstor Braidot ofrece en esta obra un conjunto de herramientas que permiten responder con un mayor grado de certeza muchas de las preguntas surgidas a los ejecutivos y los hombres de negocios durante décadas.

Mediante aplicaciones concretas, y con gran riqueza de información sobre investigaciones y casos, pone en evidencia que es el pensamiento no consciente, que él prefiere denominar "metaconsciente", el que mueve la mayor parte de las decisiones de compra.

Asimismo, y gracias al avance que se ha generado en las neurociencias, demuestra que empresas de todo tipo y tamaño pueden disponer de los métodos necesarios para explorar un mundo al que no habían podido acceder con las técnicas que se han utilizado hasta el presente.

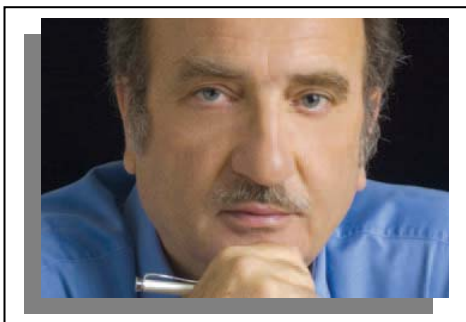
“¿Por qué elegimos Coca-Cola por encima de Pepsi? ¿Por qué tomamos la decisión de colocar un producto y no otro de forma instintiva en el carro de la compra? Néstor Braidot te lo cuenta en Neuromarketing, una guía imprescindible para navegar y triunfar entre las emociones de los consumidores”

Marc Cortés, socio-director de RocaSalvatella y profesor de Marketing de ESADE

“Por fin llega, de la mano de alguien tan renombrado en la materia como lo es Néstor Braidot, un libro en castellano sobre neuromarketing”

Javier Piedrahita, director del portal www.marketingdirecto.com

EL AUTOR



Conferenciante, catedrático, empresario, consultor y escritor, Néstor Braidot es pionero en la aplicación de las neurociencias a la actividad organizacional, el liderazgo, la educación y el aprendizaje.

Su trayectoria, caracterizada por un espíritu atento a la generación de nuevos conocimientos, tiene como base una sólida formación académica: es Doctor en Ciencias de la Administración, Máster en Economía, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público, Licenciado en Cooperativismo, Máster en Programación Neurolingüística y Trainer en Diseño Conductual.

Desde que publicó su primera obra, *Marketing Total*, se convirtió en un autor que ha formado a varias generaciones de empresarios y ejecutivos, y a partir de 2005, con la publicación de dos de sus grandes obras: *Neuromarketing*, *Neuroeconomía* y *Negocios y Venta Inteligente*, provocó un cambio de paradigma, caracterizado por la incorporación de las neurociencias al mundo de las organizaciones.

Actualmente trabaja como consultor, es catedrático en la Universidad de Salamanca, investigador y profesor invitado en varias universidades de Europa, Oceanía y América. Simultáneamente, colabora y desarrolla trabajos e investigaciones con institutos de avanzada en neurociencias.

ÍNDICE

1. Del marketing al neuromarketing: cómo llegar a la mente del mercado
2. Cómo descubrir las necesidades y deseos profundos de nuestros clientes
3. *Targeting* y posicionamiento. En el cerebro del cliente
4. Inteligencia de negocios. Cómo indagar la mente del mercado
5. El producto como construcción cerebral
6. El precio como construcción perceptual
7. Cómo crear vínculos con el cliente a través de los canales de marketing
8. De la comunicación a la neurocomunicación

Notas
Bibliografía consultada

WEBS DE INTERÉS

- <http://www.e-deusto.com>
- <http://www.librodeneuromarketing.com/index.html>
- www.nestorbraidot.com
- www.braindecision.com

Para más información contacte con:

Sira Coll

Resp. Comunicación
Deusto / Gestión2000 / Alienta / CEAC

Avda. Diagonal 662-664. 7ª planta,
Torre D.

08034 BARCELONA

T: +34 93 492 82 03

E: scoll@planeta.es

TT: @siracoll

W: www.e-deusto.com

www.gestion2000.com
Un sello de Grupo Planeta
