NEUROMARKETING Y NEUROECONOMÍA

Autor

Andrés Cisneros Enríquez

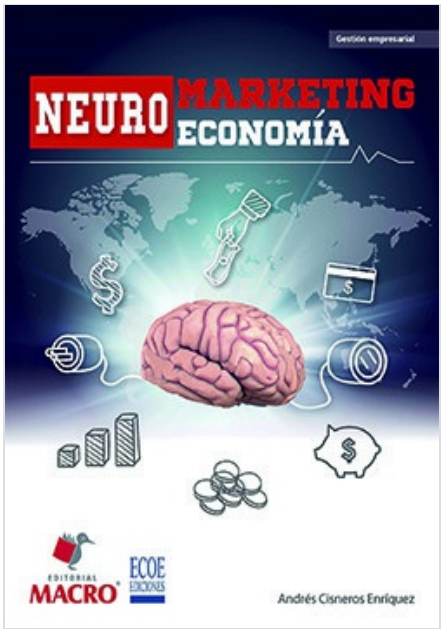
Sinopsis

Analiza al cliente desde sus motivaciones y gustos, y el entorno que lo rodea. Explica cómo influyen factores como el deseo, la ambición y el miedo en el momento de una compra y describe por qué el mercado, independientemente del sector que se analice, es afectado por las técnicas del neuromarketing. Asimismo, ilustra cómo este mercado es sensible a los cambios en envases, empaques, colores, campañas de impulso, pruebas en punto de venta y recordación, junto con casos de éxito de productos en diferentes sectores de la economía como el alimentario, el de bebidas, el automotriz y el de servicios.

AC

Sobre el autor

Andrés Cisneros Enríquez



Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24.8 x 17.5 x 0.9 cm

Número de páginas del contenido principal: 176 Páginas

ISBN13: 9786123042837

Palabras clave

Neuromarketing; Neuroeconomía; Producto; Servicio; Mercado

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen