

LE BUGIE DEL MARKETING Come le aziende orientano i nostri consumi

Prezzo: **Regular Price**
16,90 € **Special Price**
16,06 €

Codice	9788820367671
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	5 feb 2016
Reparto	LIBRI
Autore	AA.VV.
Editore	Hoepli

Descrizione

I brand vi hanno lavato il cervello? Avete mai ceduto alle pressanti richieste di vostro figlio, che vuole giocattoli costosi o proprio quella marca di cereali per la colazione? Avete comprato un libro solo perché compariva nella classifica dei bestseller? Vi siete mai soffermati ad ammirare il nuovo idolo delle ragazzine? Avete mai dormito abbracciati all'iPhone sotto le coperte? Avete cliccato "Mi piace" su una pagina di Facebook, sottoscritto una carta fedeltà o infilato in borsa una bottiglietta di disinfettante per le mani? Se la risposta è sì... allora i brand vi hanno lavato il cervello. Il visionario del marketing Martin Lindstrom lo sa bene, perché da più di vent'anni combatte in prima linea nelle guerre del branding. E ora ha deciso di puntare i riflettori sui suoi colleghi per rivelare tutti i trucchi e le trappole psicologiche con cui il marketing e i pubblicitari nascondono la verità, ci manipolano la mente e ci persuadono nel fare acquisti. Attingendo alle sue esperienze in alcune delle aziende più grandi e ricche del mondo, e sulla base di ricerche innovative che ha condotto appositamente per questo libro, Lindstrom svela alcuni segreti del marketing: nuove scoperte che evidenziano come la pubblicità si rivolga intenzionalmente a bambini sempre più piccoli o come certe aziende alterano le formule dei loro prodotti per far sì che generino dipendenza fisica; i risultati di uno studio, condotto con la risonanza magnetica, che ha svelato a cosa pensiamo davvero quando vediamo un certo messaggio pubblicitario; come il marketing e i commercianti sfruttano il panico, alimentando nell'opinione pubblica la paura di epidemie globali, disastri naturali e contaminazione degli alimenti; le ricerche delle neuroscienze che dimostrano quanto siamo dipendenti dai nostri iPhone e Blackberry (e la scioccante verità che affrancarci dall'assuefazione ai telefoni cellulari può essere più difficile che liberarci dalla droga o dall'alcol); come le aziende raccolgono di nascosto le tracce che lasciamo nel mondo digitale, per setacciare i dettagli più intimi della nostra vita privata; e poi usano quelle informazioni per mostrarci offerte "tarate al millimetro" sui nostri profili psicologici. Prendendo le mosse dalle conclusioni del classico bestseller I persuasori occulti di Vance Packard, scritto oltre cinquant'anni fa, questa inchiesta incendiaria ci presenta i persuasori occulti del ventunesimo secolo e ci spiega perché sono più insidiosi e diffusi che mai. Lettura irrinunciabile per il consumatore informato di oggi, Le bugie del marketing ci insegna a difenderci dai giganti globali che cospirano per strapparci i nostri sudati guadagni.

Indice testuale

Prefazione di Morgan Spurlock. Buy, buy, Baby - Seminare il panico - Non riesco a lasciarti - Compralo e lei sarà tua - Sotto pressione - Quanti bei ricordi! - La scala reale del marketing - La speranza in bottiglia - Ti seguiremo come un'ombra.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

