

GIANPIERO LUGLI

Neuroshopping

Come
e perché
acquistiamo



APGEO

Come e perché decidiamo di acquistare un determinato prodotto? Quale ruolo hanno le valutazioni razionali e quanto incidono le emozioni? Come percepiamo i prezzi? Come rispondiamo alle promozioni, alle scelte di packaging, alla disposizione della merce nel punto vendita?

Le recenti scoperte delle neuroscienze consentono di affrontare queste domande da una prospettiva inedita: tecniche quali la risonanza magnetica funzionale permettono di guardare, letteralmente, "dentro la testa" del consumatore, seguendo le diverse fasi del processo di acquisto attraverso l'attivazione delle singole aree cerebrali coinvolte. In questo volume l'autore illustra i risultati finora raggiunti dalla ricerca in quest'ambito e presenta gli esiti di alcuni esperimenti originali. Ne derivano preziose indicazioni sia per lo studio del comportamento del consumatore, sia per la determinazione di scelte di marketing più efficaci e una migliore gestione dei punti vendita.

Giampiero Lugli è attualmente Preside della Facoltà di Economia dell'Università di Parma. L'autore ha sempre focalizzato la sua attività didattica e di ricerca sui temi del Marketing Distributivo e del Trade Marketing. Questo nuovo testo, che applica i costrutti della Psicologia e delle Neuroscienze al Marketing Distributivo, completa la specializzazione dell'autore offrendo a studenti e manager una nuova prospettiva di analisi e gestione del comportamento di acquisto. Coniugare ricerca e didattica è sempre stata la via seguita dall'autore e dalla Scuola di Marketing dell'Università di Parma per offrire agli studenti contenuti di frontiera, in linea con le competenze richieste dalle imprese industriali e commerciali.

ISBN: 978-88-503-3014-0

€ 19,00