
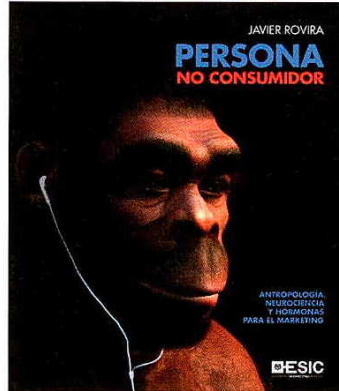


Tirada: <b>6000</b>	<b>RETAILACTUAL</b>	Superficie: <b>173 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>27.74%</b>	Página: <b>14</b>	 <b>1/1</b>
Difusión: <b>6000</b>					
Audiencia: <b>21000</b>	<b>Nacional</b>	<b>Bimensual</b>			
Ref: <b>9712531</b>	<b>Alimentación</b>	<b>1<sup>a</sup> Edición</b>	<b>01/10/2017</b>		



## Persona No consumidor

¿Cuántas veces lo que el cliente quiere es conversar, contar sus problemas, sentir que le cuidan, sonreír o reír con la marca, ser comprendido...? Eso no es ser un consumidor, es propio de una persona. El autor de este volumen se pregunta si quizá debiéramos dejar de pensar en marketing de producto, de servicios, de experiencias, de canales... o cualquiera de todas las acepciones que puedan ocurrirse entre las innumerables que nos llegan todos los años y pensar sólo en marketing para, por, con, de... persona. Dejar atrás tanto reporte, hoja de cálculo, presentación, reunión..., y salir al mercado para hablar con nuestros clientes, nuestros consumidores, no como tales, sino como lo que son: seres humanos como nosotros. En este libro se propone hacer una revisión imprescindible del comportamiento del consumidor, incorporando, en la necesaria evolución de los modelos, lo que las técnicas y las nuevas disciplinas nos van mostrando.

**Javier Rovira**

**Esic Editorial**

Avda. de Valdenigrales, s/n

28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

Tel 914 524 133

[www.esic.edu/editorial](http://www.esic.edu/editorial)