

Трайндл А.
Нейромаркетинг: Визуализация эмоций / Аридт Трайндл; Пер.
с нем. — М.: Альпина Паблшер, 2018. — 114 с.

Содержание

Предисловие.....	6
Благодарности.....	7
Часть I. Введение	9
Нейромаркетинг: познав нейроны — к миллионам.....	10
Часть II. Основные исследования в области нейромаркетинга	25
Глава 1. Нейромагнитное исследование 2002 г.....	26
Глава 2. Исследование воздействия запахов.....	39
Глава 3. Электроэнцефалографическое исследование цветовосприятия.....	44
Глава 4. Исследование периферийного восприятия 2006 г.....	51
Часть III. Прикладные исследования.....	61
Глава 1. Воздействие фоновых эмоций на ценовосприятие.....	62
Глава 2. Воздействие на покупателя в точке продажи с помощью эмоционального оформления ценников.....	66
Глава 3. Воздействие эмоциональных фотографий на покупательское поведение.....	70
Глава 4. Less is more — формула успеха в розничной торговле.....	77
Часть IV. Шесть розничных концепций для практиков	85
Глава 1. Специализированный обувной магазин.....	87
Глава 2. Магазин-попутчик (convenience store).....	91
Глава 3. Спортивный магазин формата Eventhaus.....	95
Глава 4. Специализированный дискаунтер галантереи.....	98
Глава 5. Хард-дискаунтер одежды.....	102
Глава 6. Гипермаркет электроники.....	106
Заключение.....	110
Список литературы	112