

Оглавление

Предисловие	9
Введение. Момент истины	11
1. Осознать бессознательное. Почему мы покупаем не думая	19
2. Чтение мыслей (потребителей). Откровения бессознательного	47
3. Клиент в положении. Влияние обстановки и окружения	70
4. Что вы делаете? Изучаем поведение потребителей	88
5. «Неправильный» клиент. Вопросы под вопросом	114
6. «Правильные» ответы. Вопросы, которые стоит задавать	155
7. Глас народа. Фокусы фокус-групп	171
8. Мы ждем перемен. Влияние инноваций на судьбу	199
9. Быстрее, выше, сильнее! За пределами маркетингового исследования	214
Послесловие	234
Благодарности	238