Op zoek naar de koopknop

06-05-2013 02:00

‘Het probleem van marktonderzoek is dat mensen niet denken wat ze voelen, niet zeggen wat ze denken en niet doen wat te zeggen’. Met deze uitspraak van de in 1999 overleden marketeer David Ogilvy introduceerde Martin de Munnik zijn presentatie over neuromarketing. “Slechts 5% van de beslissingen die mensen maken, maken ze bewust. De rest gebeurt door het onderbewustzijn.”

Marc Nelissen