

Người tiêu dùng học By Philip Graves

Tại sao nghiên cứu thị trường không thể hiệu nghiệm? Philip Graves một trong những chuyên gia hàng đầu thế giới về hành vi người tiêu dùng cho biết tại sao những kết quả có được từ nghiên cứu thị trường hoàn toàn không đáng tin cậy. Dù là nhà điều hành công ty muốn tìm cách xác định chiến lược kinh doanh hay muốn tìm hiểu nhu cầu của khách hàng thì việc tin rằng rằng những câu trả lời đối với các câu hỏi thăm dò hay thảo luận trong một nhóm thảo luận tập trung có thể đưa ra những ý tưởng mới và lấy đó làm nguồn thông tin để ra quyết định sẽ là nguyên nhân dẫn tới thất bại của sản phẩm thảm họa chiến lược và những đồng tiền bị hoang phí. Người tiêu dùng học vạch ra những ví dụ đắt giá nhất của lối tư duy bị khái niệm nghiên cứu thị trường điều khiển và khiến người ta bỏ qua lý trí kinh nghiệm và bằng chứng - từ New Coke tới General Motors tới Mattel hay Nhà mái vòm Thiên niên kỷ - cùng lúc đó cho thấy nhiều công ty đã thành công bằng cách phớt lờ kết quả nghiên cứu thị trường như Baileys và Dr Who, Cuốn sách này cũng giới thiệu cho doanh nghiệp những công cụ cần thiết nếu muốn tìm hiểu người tiêu dùng của mình. Người tiêu dùng học

