

“This is the best title of any marketing book. And the contents more than live up to the promise. It is a masterclass in learning to uncover the decisive distinctions and paradoxes in human behavior, which most businesses overlook.”

—RORY SUTHERLAND, Vice Chairman, Ogilvy UK;  
TEDGlobal speaker; and author of *Alchemy*

# WHAT TO ASK

How to  
Learn What  
Customers  
Need but Don't  
Tell You



ANDREA BELK OLSON

## خلاصه کتاب: چه پرسیم؟

آنچه در چکیده کتاب «چه پرسیم؟»، نوشته آندریا بلک اولسون» می‌آموزید

شرکت‌ها هر سال میلیون‌ها دلار برای شناخت خواسته‌های مشتریان و سرمایه‌گذاری بر اساس آن هزینه می‌کنند.

متأسفانه، عوامل زیادی از این روند جلوگیری می‌کنند که از آن جمله می‌توان به پابندی روسا به باورهای قدیمی، تمرکز کارکنان روی هزینه‌ها به‌جای مشتریان یا داده‌های بیش‌ازحد و گیج‌کننده اشاره کرد.

خوشبختانه، آندریا بلک اولسون، متخصص اقتصاد رفتاری، راهنمای روشنگری برای نفوذ به قلب مشتری ارائه کرده است.

مدیرسبز معتقد است که این کتاب روش تفکر انتقادی و تبدیل داده‌ها به بینش، تحلیل رفتارهای اثرگذار و طراحی راهکارهای پول‌ساز را به شما نشان می‌دهد.

[membership\_protected\_content]

audio]

mp3="https://dle.modiresabz.com/downloads/downloads/dm/۱۸۰.Whatt  
[oAsk.mp3"][/audio

[membership\_protected\_content/]