

Vier tips om de klant niet in een hokje te plaatsen

04-09-2018 11:29



In zijn boek *The Choice Factory* combineert Richard Shotton gedragswetenschap en hapklare marketingideeën, met als doel: meer verkopen. In deze artikelreeks zoomen we telkens in op een bepaald type gedrag. De fundamental attribution error staat centraal in dit zesde en afsluitende deel. Denk jij dat je karakter je gedrag bepaalt? Fout. Je context doet dat.

Mathijs Schiffers