

Stručný obsah

ČÁST 01 Prolog	13
Čemu jsem se o marketingu naučil od skupiny Sex Pistols	15
ČÁST 02 Příprava scény	17
01 Od tiskařského lisu k internetu	19
02 Od nedostatku k nadbytku	29
03 Od transakčního přístupu k zapojování zákazníků	37
ČÁST 03 Vytváření účinné marketingové strategie	53
04 Od přínosů k problémům	55
05 Od výrobků k zážitkům	73
06 Od jedinečných prodejních argumentů ke způsobům zapojení zákazníků	93
ČÁST 04 Předávání sdělení	113
07 Od sdělení ke konverzacím	115
08 Od image k pověsti	131
09 Od kontroly ke sdílení	145
ČÁST 05 Závěr	161
10 Nejde o vás, jde o zákazníky	163