

SPIS TREŚCI

WSTĘP

Marketing 6.0: Przyszłość jest immersyjna.....	9
---	----------

dr inż. Jacek Kotarbiński

CZĘŚĆ I

Wprowadzenie do marketingu 6.0.....	15
--	-----------

1. Nadejście ery marketingu 6.0	
Od marketingu wielokanałowego przez omnikanałowy do metamarketingu.....	17
2. Pojawienie się tubylców cyfrowo-fizycznych	
Młode pokolenie Z i pokolenie Alfa wkraczają w dorosłość.....	39
3. Nieuchronność marketingu immersyjnego	
Pięć mikrotrendów prowadzących do metamarketingu.....	55
4. Przyszłość tworzenia doświadczeń konsumenckich	
Fuzja elementów fizycznych i cyfrowych dla uzyskania pełnej immersji.....	73

CZĘŚĆ II

	Czynniki technologiczne i środowiskowe.....	95
5.	Zrozumienie czynników technologicznych	
	Pięć podstawowych technologii napędzających metamarketing.....	97
6.	Budowanie rzeczywistości poszerzonej (XR)	
	Immersyjne doświadczenie w prawdziwym życiu.....	119
7.	Wykorzystanie metaświatów	
	Przyszła forma platform mediów społecznościowych.....	141

CZĘŚĆ III

	Doświadczenie w marketingu 6.0.....	165
8.	Marketing multisensoryczny	
	Immersyjne doświadczenia zaspokajające pięć zmysłów.....	167
9.	Marketing przestrzenny	
	Naturalne interakcje człowieka z maszyną.....	191
10.	Marketing w metaświecie	
	Jak rozbudzić zainteresowanie nowej generacji.....	213
	Podziękowania.....	236