
Spis treści

Odsłonięcie umysłu klienta:	11
czyż są metafory głębokie	
Rozdział 1	
Głębia myślenia	21
<i>Jak przezwyciężyć własny deficyt głębi w myśleniu – krótki poradnik</i>	
Rozdział 2	
Podstawy metafory głębokiej	45
<i>Jakie korzyści przynosi menedżerom odkrycie podobieństw między klientami</i>	
Rozdział 3	
Równowaga	59
<i>Jak sprawiedliwość, harmonia i współgranie elementów wpływają na sposób myślenia klientów</i>	
Rozdział 4	
Transformacja	73
<i>Jak zmiany treści i okoliczności wpływają na sposób myślenia konsumentów</i>	
Rozdział 5	
Podróż	89
<i>Jak konfrontacja z przeszłością, teraźniejszością i przyszłością wpływa na sposób myślenia klientów</i>	
Rozdział 6	
Pojemnik	105
<i>Jak pojęcia przynależności, wykluczenia i innych granic wpływają na sposób myślenia konsumentów</i>	
Rozdział 7	
Więź	123
<i>Jak potrzeba relacji ze sobą i z innymi wpływa na sposób myślenia klientów</i>	

10 *Metafora w marketingu*

Rozdział 8

Zasoby 141

Jak akt nabycia i jego konsekwencje wpływają na sposób myślenia klientów

Rozdział 9

Kontrola 159

Jak poczucie władzy, zagrożenia i dobrobytu wpływa na sposób myślenia klientów

Rozdział 10

Metafora głęboka w praktyce 175

Strategia twórczych poszukiwań

Przypisy 197

Podziękowania 207

Indeks 209