

Spis treści

Słowo wstępne	13
Przedmowa	17
1 Teoria decyzji	
Zrozumienie przyczyn zachowań konsumentów	25
2 Chwila prawdy	
Odkodowanie decyzji zakupowych	65
3 Odkodowanie interfejsu	
Jak autopilot postrzega punkty styku	101
4 Optymalizacja ścieżki zakupowej	
Interfejs decyzyjny ma znaczenie	169
5 Cele	
Ważne czynniki decyzji zakupowych	213
6 Od pozycjonowania do punktów styku	
Wprowadzanie wartości w życie	267
7 Analizy przypadków	
Ferrero Duplo – sukces może być zaplanowany	329
Zwiększanie istotności marki w czasach pandemii COVID-19	329
Uwagi końcowe	349
Polecana lektura	351
O Autorze	367