

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