

Spis treści

O autorze	5
Wstęp	7
Fałszywe założenia	11
Do odważnych świat należy	21
Tworzenie, a nie dostosowywanie	31
Uwaga na badania	39
Za dużo analityki, za mało pomysłów	49
Bądź autentyczny	55
...żeby się wyróżnić	63
Żywa marka	73
Komunikat, który komunikuje	83
Zarządzanie narzędziami czy doświadczeniem klienta?	91
Budowanie relacji z odbiorcami	103
Pułapka jednostronnego spojrzenia	111
Problematyczne marki międzynarodowe	121

4 (R)ewolucja marki. Jak tworzyć marki i zarządzać nimi w XXI wieku

Dokąd idziemy? 129

Inspirujące przykłady 135

Wywiady z autorytetami ze świata marki 149

Literatura 175