

Spis treści

O autorze	7
Start	9
Zaczynamy	16
 CZĘŚĆ PIERWSZA	
POMYSŁOWOŚĆ: NARODZINY GENIUSZA MARKETINGU	
Ścieżka 1. Złożoność	
Zrozumienie niepewnych rynków	27
Ścieżka 2. Oczekiwania	
Kreujemy jutro, pracując dzisiaj	52
Ścieżka 3. Geniusz	
Marketing to inteligencja i wyobraźnia	77
 CZĘŚĆ DRUGA	
MYŚLENIE: UMYŚŁ GENIUSZA MARKETINGU	
Ścieżka 4. Strategia	
Projektowanie działalności rynkowej „z zewnątrz”	99
Ścieżka 5. Marki	
Znajdź pomysł na miarę swoich możliwości	121
Ścieżka 6. Klienci	
Docieranie do inteligentnych klientów	144
Ścieżka 7. Innowacja	
Myślenie nowatorskie	166
 CZĘŚĆ TRZECIA	
KONKURENCJA: METODY GENIUSZA MARKETINGU	
Ścieżka 8. Propozycje	
Firma widziana oczami klientów	195
Ścieżka 9. Doznania	
Postaw się na miejscu klienta	215

Ścieżka 10. Powiązania	
Prowadzenie firmy, gdy warunki dyktuje klient	235
Ścieżka 11. Relacje	
Z kim chciałbyś się spotkać w cztery oczy?	257

CZĘŚĆ CZWARTA

PRZYWÓDZTWO: WPŁYW GENIUSZA MARKETINGU

Ścieżka 12. Działanie	
Przedstawienie prawdziwej wartości marketingu	277
Ścieżka 13. Marketerzy	
Już czas, aby marketerzy stali się głównymi aktorami	307
Ścieżka 14. Przywództwo	
Dlaczego marketerzy są lepszym materiałem na prezesów?	329
Ścieżka 15. Rodzaje przyszłości	
Jaka będzie przyszłość?	349

CZĘŚĆ PIĄTA

GENIUSZ: STAWANIE SIĘ GENIUSZEM MARKETINGU

Laboratorium geniuszu	376
Katalizatory geniuszu	384
Inspiracje geniuszu	391

Podziękowania	403
----------------------------	-----

Indeks	404
---------------------	-----