

SPIS TREŚCI

<i>Przedmowa</i>	9
<i>Podziękowania</i>	11
CZĘŚĆ I POZNAJEMY MÓZG NA ZAKUPACH	
ROZDZIAŁ 1. Bilion dolarów, by przekonać mózg	15
ROZDZIAŁ 2. Technologia neuromarketingu	19
ROZDZIAŁ 3. Mózg Twojego klienta ma 100 tysięcy lat	27
ROZDZIAŁ 4. Podstawowe informacje o mózgu	41
ROZDZIAŁ 5. Pięć zmysłów a mózg na zakupach	49
ROZDZIAŁ 6. Mózg przedstawiciela wyżu demograficznego na zakupach	63
ROZDZIAŁ 7. Kobięcy mózg na zakupach	73
ROZDZIAŁ 8. Mózg matki na zakupach	87
ROZDZIAŁ 9. Mózg empatyczny na zakupach	101
CZĘŚĆ II ODWOŁUJEMY SIĘ DO MÓZGU NA ZAKUPACH	
ROZDZIAŁ 10. Mierniki i wskaźniki neuromarketingowe	111
ROZDZIAŁ 11. Podróż konsumenta	121
ROZDZIAŁ 12. Mózg na zakupach a marki	127
ROZDZIAŁ 13. Mózg na zakupach a produkty	141
ROZDZIAŁ 14. Mózg na zakupach a opakowanie	159
ROZDZIAŁ 15. Mózg na zakupach a alejka sklepowa	175
ROZDZIAŁ 16. Mózg na zakupach a reklama	197
ROZDZIAŁ 17. Mózg na zakupach a ekrany i media społecznościowe	221
ROZDZIAŁ 18. Wizja przyszłości	233
<i>Przypisy i bibliografia</i>	237
<i>Skorowidz</i>	245