

SPIS TREŚCI

- 7• *Paco Underhill*. Przedmowa
- 11• Parę słów od Martina Lindstroma. Przedmowa do polskiego wydania
- 15• Wstęp
- 21• **Rozdział 1.** Uderzenie krwi do mózgu. Największe badania neuromarketingowe, jakie kiedykolwiek przeprowadzono
- 47• **Rozdział 2.** To musi być tutaj. Lokowanie produktu, *American Idol* i wielomilionowy błąd Forda
- 61• **Rozdział 3.** Wezmę to co ona. Neurony lustrzane w akcji
- 73• **Rozdział 4.** Nie widzę wyraźnie. Informacja podprogowa ma się świetnie
- 89• **Rozdział 5.** Wierzysz w magię? Rytuały, przesady i powody, dla których kupujemy
- 105• **Rozdział 6.** *I Say a Little Prayer*. Wiara, religia, marka
- 123• **Rozdział 7.** Czemu cię wybrałem? Potęga markerów somatycznych
- 133• **Rozdział 8.** Działanie na zmysły
- 153• **Rozdział 9.** Odpowiedź brzmi... Neuromarketing i przewidywanie przyszłości
- 163• **Rozdział 10.** Zostań ze mną na noc. Seks w reklamie
- 177• **Rozdział 11.** Wnioski. Nowy markowy świat
- 187• Aneks
- 191• Podziękowania
- 197• Bibliografia
- 201• Przypisy