

SPIS TREŚCI

Podziękowania	11
Jak powstała ta książka	13
Ta książka działa na zasadach otwartego źródła	15
Hermann Deininger – słowo wstępne	19
Wstęp	23

CZĘŚĆ I:

KAPITAŁ KONWERSACYJNY – DEFINICJA.....31

1. Co to jest kapitał konwersacyjny?.....	33
2. Osiem czynników kształtujących kapitał konwersacyjny...41	
Rytuały.....	43
Ekskluzywna oferta produktowa (EOP).....	44
Mity.....	45
Istotna osobliwość sensoryczna (IOS)	45
Ikony.....	46
Plemienność	46
Uznanie	47

3. Jak działa kapitał konwersacyjny	49
Cirque du Soleil – Cyrk Słońca.....	51
IKEA	60
Schwartz's – żydowskie delikatesy w Montrealu	67
4. Dlaczego kapitał konwersacyjny działa	73
Waluta w czasach hołdujących wysokiej istotności	77
<i>Rok 1984: symbol wysokiej istotności w komunikacji masowej</i> ...79	
5. Kapitał konwersacyjny to nie szum	85
W kapitale konwersacyjnym słowa znajdują pokrycie w czynach	88
6. Kapitał konwersacyjny i zaangażowana popularyzacja (apologia)	95
7. Kapitał konwersacyjny jest dla każdego	99

CZĘŚĆ II:

CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE KAPITAŁ

KONWERSACYJNY.....	107
8. Rytuały	109
9. Inicjacja.....	119
10. Ekskluzywna oferta produktowa (EOP).....	129
11. Nadspodziewaność.....	141
12. Mity	149
13. Istotna osobliwość sensoryczna (IOS).....	161
14. Ikony.....	173
Ludzie	176
Budynki.....	176
Ukształtowanie geograficzne.....	177
Przedmiot.....	178
Ikoniczne wzornictwo	178
Siła skojarzeń	180
15. Plemienność	185

16. Uznanie.....	195
17. Zgodność.....	201

CZĘŚĆ III:

WDRAŻANIE KAPITAŁU KONWERSACYJNEGO.....211

18. Jak zacząć?	213
1. Skompletuj odpowiedni zespół.....	215
2. Przeprowadź badanie na obecność i jakość kapitału konwersacyjnego	218
19. Opracowywanie rozwiązania.....	225
Pogłębianie wglądu.....	228
Ćwiczenie w sobie kreatywność.....	230
1. Niech wasza historia będzie prosta	230
2. Użyjcie czynników kształtujących kapitał konwersacyjny jako przewodnika.....	231
3. Mnóście odniesienia kulturowe.....	232
4. Zastanówcie się, gdzie na rynku możecie doprowadzić do największej zmiany (<i>discontinuity</i>)	234
5. Rzućcie wyzwanie status quo.....	234
6. Manipulujcie czasem	234
7. Wykorzystujcie czynniki kształtujące kapitał konwersacyjny, jak tylko się da	235
8. Korzystajcie z doświadczeń innych branż.....	235
9. Znajdźcie niezaspokojoną potrzebę	235
10. Kiedy macie wątpliwości – improwizujcie.....	236
20. Wdrożenie.....	239
Opakowanie.....	241
Tworzenie prototypu	243
Monitorowanie	244
Oficjalna premiera produktu	245
Udoskonalanie.....	246
21. Jeszcze tylko dwa pytania	251
Czy kapitał konwersacyjny sprawdza się pod względem ekonomicznym?	253

Czy kapitał konwersacyjny znajduje zastosowanie tylko w wypadku doświadczeń konsumenckich?	254
Słownik terminów	257
O autorach	263
Indeks	265