

Spis treści

<i>Lista praw</i>	7
<i>Autorzy</i>	11
<i>Od wydawcy</i>	13
<i>Przedmowa</i>	15
<i>Podziękowania</i>	20
1 Marketing oparty na dowodach	23
2 Jak rosną marki	40
3 Jak powiększyć bazę klientów	53
4 Którzy nabywcy najbardziej się liczą	64
5 Nasi nabywcy są różnorodni	83
6 Z kim tak naprawdę konkurujesz	101
7 Gorące zaangażowanie klientów	117
8 Odróżniać się czy wyróżniać?	142
9 Jak naprawdę działa reklama	166
10 Co tak naprawdę dają promocje cenowe	187
11 Dlaczego programy lojalnościowe nie działają	207
12 Dostępność mentalna i fizyczna	217
13 Słowo końcowe	256
<i>Bibliografia</i>	260