

# SPIS TREŚCI

---

## CZĘŚĆ I

### Wprowadzenie

1. Witamy w marketingu 5.0: Technologia w służbie ludzkości ..... 11

## CZĘŚĆ II

### Wyzwania świata cyfrowego

2. Przepaść pokoleniowa: Marketing a pokolenia baby boomers, X, Y, Z i alfa ..... 29
3. Polaryzacja dobrobytu: Tworzenie społeczeństw inkluzyjnych i zrównoważonych ..... 47
4. Przepaść cyfrowa: Droga ku technologii osobistej, społecznościowej i doświadczeniowej ..... 67

## CZĘŚĆ III

### Nowe strategie dla wspomaganego technologicznie marketingu

5. Organizacja cyfrowa: Jedna strategia nie pasuje do wszystkiego ..... 89
6. Technologie zaawansowane: Pora na humanoidalne technologie ..... 109
7. Nowe doświadczenie konsumenckie: Maszyny zachowują zimną krew, ale ludzie mają gorące serca ..... 129

## **CZĘŚĆ IV**

### **Nowe taktyki wykorzystujące technologie marketingową**

|                                                                                                   |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>8. Marketing bazujący na danych: Budowanie ekosystemu danych dla lepszego targetingu .....</b> | <b>155</b> |
| <b>9. Marketing predykcyjny: Antycypacja popytu na rynku poprzez działania proaktywne .....</b>   | <b>171</b> |
| <b>10. Marketing kontekstowy: Tworzenie spersonalizowanego doświadczenia sensorycznego .....</b>  | <b>187</b> |
| <b>11. Marketing rozszerzony: Interakcje ludzkie wspierane technologicznie .....</b>              | <b>201</b> |
| <b>12. Marketing zwinny: Operacje na dużą skalę i w szybkim tempie .....</b>                      | <b>215</b> |
| <b>Podziękowania .....</b>                                                                        | <b>233</b> |
| <b>O autorach .....</b>                                                                           | <b>235</b> |