

SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	7
ROZDZIAŁ I. EWOLUCJA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ.....	9
Istota komunikacji.....	9
Ewolucja marketingu.....	10
Komunikacja marketingowa 1.0.....	11
Komunikacja marketingowa 2.0.....	12
Komunikacja marketingowa 3.0.....	14
Komunikacja marketingowa 4.0.....	16
Komunikacja marketingowa 5.0.....	19
@ CASE STUDY – REAL TIME MARKETING.....	21
@ HIPERPERSONALIZACJA w wykonaniu NIKE.....	21
Komunikacja marketingowa 6.0.....	22
@ CASE STUDY – NIVEA mobilna bransoletka dla dziecka.....	24
ROZDZIAŁ II. KLIENT W CENTRUM DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH.....	25
Pojęcie i rola klienta w marketingu.....	25
Klient w świecie zdigitalizowanym.....	26
Potrzeby. Definicja i typologia.....	28
Identyfikowanie potrzeb klientów.....	29
Co motywuje klientów do zakupu?.....	30
@ CASE STUDY LEGO i analiza potrzeb klienta.....	32
Podróż konsumenta.....	33
Lejek zakupowy.....	35
Segmentacja marketingowa.....	37
@ CASE STUDY segmentacja klientów na przykładzie zachowań zakupowych klientów.....	39
Projektowanie persony.....	40
Mapa empatii.....	42
Trendy konsumenckie.....	43
ZADANIA.....	45
ROZDZIAŁ III. MIEJSCE KOMUNIKACJI W MARKETINGU MIX.....	47
Strategia marketingu mix.....	47

@ CASE STUDY: Strategia marketingu mix w firmie Starbucks	50
1P – produkt	54
Trzy poziomy produktu	55
Cykl życia produktu	57
Wpływ technologii na produkty	58
2P – Cena	60
Elastyczność cenowa popytu	60
CASE STUDY polityka cenowa firmy TIFFANY	63
3P – dystrybucja	64
CASE STUDY: Nowe technologie w branży kurierskiej	67
4P – promocja	68
Reklama	69
Wpływ technologii na reklamę	75
CASE STUDY #DobryWzór – kampania online dla	
DKMS zrealizowana przez agencję 1000ideas	76
Public Relations (PR)	80
@ CASE STUDY PEPSI KAMPANIA „LIFE FOR NOW”	82
CASE STUDY – MARTYNA WOJCIECHOWSKA &	
ŻYWIEC ZDRÓJ. Marketing szepcany i kryzys wizerunkowy	83
Promocja sprzedaży	85
Sprzedaż osobista	88
ZADANIA	89

ROZDZIAŁ IV. KOMUNIKACJA W MEDIACH

SPOŁECZNOŚCIOWYCH	91
Strategia w mediach społecznościowych	95
@ CASE STUDY COCA COLA „SHARE A COKE”	97
VIRALOWA KAMPANIA OLD SPICE	99
@ CASE STUDY – SCHWARZKOPF NA TIKTOKU	100
CASE STUDY BARBIEHEIMER	101
Content marketing	103
Content marketing a SEO	107
Influencer marketing	108
ZADANIA	109

ROZDZIAŁ 5. ROLA KOMUNIKACJI W RÓŻNYCH TYPAH

MARKETINGU	111
CASE STUDY „PAKA DLA BEZDOMNIAKA” Marketing społeczny	117
ZADANIA	119

ZAKOŃCZENIE.....	121
SPIS RYSUNKÓW.....	123
SPIS TABEL.....	125
BIBLIOGRAFIA	127
SPIS ŹRÓDEŁ INTERNETOWYCH.....	129