

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Wstęp do polskiego wydania | 9 |
| Od autora | 13 |
| ROZDZIAŁ 1. Niemasowy, bez spamu, nieżenujący... .. | 21 |
| ROZDZIAŁ 2. Marketingowiec uczy się widzieć | 31 |
| ROZDZIAŁ 3. Marketing zmienia ludzi przez narrację, relacje i doświadczenia | 37 |
| ROZDZIAŁ 4. Najmniejszy opłacalny rynek | 47 |
| ROZDZIAŁ 5. W poszukiwaniu „lepszego” | 65 |
| ROZDZIAŁ 6. Więcej niż towary | 89 |
| ROZDZIAŁ 7. Kanwa marzeń i pragnień | 103 |
| ROZDZIAŁ 8. Jeszcze o tym, dla kogo: poszukiwanie najmniejszego opłacalnego rynku | 115 |
| ROZDZIAŁ 9. Ludzie tacy jak my robią takie rzeczy | 129 |
| ROZDZIAŁ 10. Zaufanie i napięcie wprawiają w ruch | 143 |
| ROZDZIAŁ 11. Status, dominacja i przynależność | 153 |
| ROZDZIAŁ 12. Lepszy biznesplan | 171 |

| | |
|--|-----|
| ROZDZIAŁ 13. Semiotyka, symbole i język | 175 |
| ROZDZIAŁ 14. Traktuj różnie różnych ludzi | 189 |
| ROZDZIAŁ 15. Docieranie do właściwych ludzi | 197 |
| ROZDZIAŁ 16. Cena jest narracją | 211 |
| ROZDZIAŁ 17. Przyzwolenie i niezwykłość w spirali sukcesu | 221 |
| ROZDZIAŁ 18. Zaufanie jest tak trudno dostępne jak uwaga | 233 |
| ROZDZIAŁ 19. Lejek | 237 |
| ROZDZIAŁ 20. Organizowanie i przywództwo w plemieniu | 265 |
| ROZDZIAŁ 21. Kilka analiz przypadków z wykorzystaniem metody | 275 |
| ROZDZIAŁ 22. Marketing działa, a teraz twój ruch | 281 |
| ROZDZIAŁ 23. Marketing skierowany do najważniejszej osoby | 283 |
| Lista lektur z marketingu | 291 |
| Prosty marketingowy arkusz roboczy | 295 |
| Podziękowania | 297 |
| O autorze | 299 |
| Inne dzieła Setha Godina | 301 |