

OBSAH

O autorovi.....	4
Předmluva.....	8
Metoda v kostce.....	12
KDE?.....	16
Data ve vaší účtárně.....	17
Hierarchie dat.....	26
Kvalitativní a kvantitativní výzkum.....	27
Učiňte svá data neprůstřelnými.....	29
KDO?.....	32
Zákazníci generující marži.....	33
Jak hledat strategického spotřebitele?.....	34
Váš klient není vaším klientem.....	47
CO?.....	50
Dva benefity k použití.....	56
Funkční výhoda.....	58
Asociační výhoda.....	78
Cenotvorba.....	88
JAK?.....	96
Převedení strategií do kreativních řešení.....	98
Posuzování kreativní práce.....	106
Média.....	114
Výpočet finanční efektivity marketingu.....	119
Závěr.....	125