

OBSAH

Prolog — 7

Časopis Strategie 1996–2001

1. Umění 30 vteřin — 12
2. O reklamních pravidlech — 13
3. Dobrá rada nad zlato — 14
4. Umění rozhodnout — 15
5. Take it easy — 16
6. Platit, nebo neplatit? — 17
7. Odliš se, nebo zahyneš! — 19
8. O penězích — 20
9. Děkujeme, odejděme! — 21
10. Efektivní reklama — 22
11. O „českosti“ v reklamě — 23
12. O výzkumech
a o číslech — 24
13. O líbivosti — 25
14. Ceci n'est pas une pipe — 26
15. Life is a pitch — 27
16. O firemní vizi — 28
17. (Z)rada pro reklamu — 29
18. Jako v Německu — 30
19. Značky v novém
tisíciletí — 31
20. O tiskové reklamě — 32
21. O partnerství — 33
22. Přidaná hodnota — 34
23. Past na myši — 35
24. O žábách a strategii — 36
25. Změna znamená vývoj — 37
26. Zvoní agenturám hrana? — 38
27. Marketing a estetika — 39
28. Značky jako aktiva
firem — 40
29. Kudy z nudy — 41
30. Máme smysl pro humor? — 43
31. Český pavilon v Cannes — 44
32. O skupinách — 45
33. Poslední kvartál — 46
34. O budoucnosti — 47
35. O penězích (už zase) — 48
36. O důvěře — 49
37. Brand management — 50
38. Síla jednoduchosti — 51
39. Velká myšlenka... — 52
40. O lidech a lídrech — 53
41. Nuda — 54
42. Naivita? — 55
43. O konfliktu — 56
44. O cílových skupinách — 57
45. Kazí reklama vkus? — 58
46. Umění vizualizace — 59
47. Co lidé opravdu kupují? — 60
48. Nalej do toho své srdce — 62
49. O inovaci — 63
50. Out of the box — 64
51. Svoboda být svůj — 65
52. Bez ostychu — 66
53. Jak se vypořádat s dobrým
nápadem — 68

Marketing & Media 2002–2020

54. Proč toho všeho vlastně už nenecháte, Josefe? — 72
 55. O děláních chyb — 73
 56. O reklamních mýtech — 74
 57. O dobré reklamě — 76
 58. Employer branding — 77
 59. Big Idea — 78
 60. Náš mozek to ví nejlépe — 80
 61. Je reklama opravdu tím magickým proutkem, jak se tváří? — 82
 62. Opravdu ovlivňuje vnímání značky prodeje, nebo je to spíše naopak? — 84
 63. Managing expectations — 86
 64. Nový marketing — 87
 65. Fronta na hadry — 89
 66. Česká reklama v Cannes — 91
 67. Pravdivost reklamy — 93
 68. Role reklamy: přesvědčit, nebo pobavit? — 95
 69. Innovate or die! — 97
 70. Strach z létání — 98
 71. O co go? — 100
 72. To sell is human — 101
 73. Logic or magic? — 103
 74. Mentoringová horečka — 104
 75. Marketing v době nouze — 106
 76. Digitální bublina — 108
 77. Digitální testosteron — 110
 78. Zoom is king and the king is dead — 112
 79. Spektákl, který neexistuje, ale mohl by (o Contagious) — 114
 80. Zajímavá doba — 116
 81. Proč potřebujeme úřad pro kontrolu AI algoritmů? — 118
 82. Tak nám to ten „digitál“ pěkně zamíchal — 120
 83. Potřebujeme ten brand purpose vůbec? — 122
 84. Účinnost sama ještě nestačí — 124
 85. Slabost vůle — 126
 86. Větší logo — 128
 87. Umění úspor — 130
 88. No risk, no gain — 132
 89. Udělejme tečku za nudou — 133
 90. Nový normál — 135
 91. Today advertising is everything and everything is advertising — 138
 92. Proč dělám Contagious? — 140
- › **Doslov** — 142