

Spis treści

Przedmowa 9

- 1** Branding nieustannie ewoluuje 11
- 2** Niektórym firmom się udaje 19
- 3** Rozbicie marki 55
- 4** Od brandingu 2D do brandingu 5D 87
- 5** Stymulacja, wzmocnienie i budowanie więzi
— kształtowanie marki zmysłowej 129
- 6** Badania zmysłowe 173
- 7** Religia marki — wnioski 205
- 8** Branding — ujęcie holistyczne 241

Projekt badawczy 263

Kilka słów od badacza 267

Podziękowania 271

Skorowidz 275

O autorze 285