

POP - In-store komunikace v praxi

První česká ucelená publikace věnující se POP čili in-store komunikaci vychází ze zkušeností a poznatků českého i zahraničního trhu, přináší konkrétní příklady a cenné informace od zkušených odborníků aktivně působících v oboru. Věnuje se POP v kontextu marketingových komunikací, zabývá se výsledky testování efektivity POP, přináší analýzu spotřebitelského vnímání prostředků in-store komunikace, přibližuje minulost, současnost a budoucnost in-store marketingu, věnuje se roli designu v POP aktivitách a dalším tématům spjatých s oborem, který hraje stále významnější roli v komunikaci se zákazníky.