



Sticky marketing - jak zaujmout, získat a udržet si zákazníky

Kniha populárního britského marketingového konzultanta představuje nový soubor pravidel pro efektivní komunikaci ve světě, jehož podobu utvářejí inovace v oblasti moderních technologií. Dosavadní transakční marketingový model sledoval jasný cíl - přimět zákazníka k nákupu. Nový marketingový model neklade důraz na uzavírání obchodních transakcí, nýbrž na poskytování jedinečných zážitků, tj. na získání a udržení pozornosti a dlouhodobé angažovanosti zákazníků, na poskytování dlouhodobé hodnoty. Jedině touto cestou, cestou nasazení "ulpívajících" marketingových technik čili "sticky" marketingu, může firma překonat bariéry, které si dnešní zákazníci budují proti nevyžádaným formám komunikace. Motto současnosti tedy podle autora zní: "Neptejte se, co může marketing udělat pro vás. Ptejte se, co může marketing udělat pro vaše zákazníky." Překlad z angličtiny Hana Škapová.