

Оглавление

Часть I.

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В МАРКЕТИНГ 5.0	11
---	----

Часть II.

ВЫЗОВЫ, СТОЯЩИЕ ПЕРЕД МАРКЕТОЛОГАМИ В ЦИФРОВОМ МИРЕ

Глава 2. РАЗРЫВ ПОКОЛЕНИЙ.....	31
Глава 3. ПОЛЯРИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА ПО УРОВНЮ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ	52
ГЛАВА 4. ЦИФРОВОЙ РАЗРЫВ	73

Часть III.

НОВЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ УСИЛЕННОГО ТЕХНОЛОГИЯМИ МАРКЕТИНГА

Глава 5. ГОТОВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ К ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	99
Глава 6. ТЕХНОЛОГИИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ	123
Глава 7. КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ.....	147

Часть IV.

НОВЫЕ ТАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Глава 8. УПРАВЛЯЕМЫЙ ДАННЫМИ МАРКЕТИНГ	175
Глава 9. ПРЕДИКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ	193
Глава 10. КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ	212
Глава 11. ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ	229
Глава 12. AGILE-МАРКЕТИНГ.....	245

Об авторах	263
Благодарности	265
Примечания	266
Алфавитный указатель	267