# *Obsah*


*Předmluva k českému vydání* 7

*Přehled zákonů vysvětlovaných v této knize* 9

*Na knize se podíleli* 11

*Předmluva* 13

*Poděkování* 18

**1** Marketing založený na důkazech 21

**2** Jak roste obchodní značka 36

**3** Jak zvětšit zákaznickou základnu 48

**4** Na kterých zákaznících záleží nejvíc? 59

**5** Naši kupující jsou různí 76

**6** S kým ve skutečnosti soutěžíte? 94

**7** Honba za nadšeným zákazníkem 109

**8** Diferenciace a význačnost 132

**9** Jak marketing skutečně funguje 154

**10** Skutečný dopad cenových akcí 172

**11** Proč věrnostní programy nefungují 188

**12** Mentální a fyzická dostupnost 197

**13** Slovo na závěr 230

*Bibliografie* 233