

SPIIS TREŚCI

WSTĘP

Marketing 6.0: Przyszłość jest immersyjna.....9

dr inż. Jacek Kotarbiński

CZĘŚĆ I

Wprowadzenie do marketingu 6.0.....15

1. Nadejście ery marketingu 6.0

Od marketingu wielokanałowego przez omnikanałowy
do metamarketingu.....17

2. Pojawienie się tubylców cyfrowo-fizycznych

Młode pokolenie Z i pokolenie Alfa wkraczają w dorosłość.....39

3. Nieuchronność marketingu immersyjnego

Pięć mikrotrendów prowadzących do metamarketingu.....55

4. Przyszłość tworzenia doświadczeń konsumenckich

Fuzja elementów fizycznych i cyfrowych dla uzyskania
pełnej immersji.....73

CZĘŚĆ II

Czynniki technologiczne i środowiskowe.....95

5. Zrozumienie czynników technologicznych

Pięć podstawowych technologii napędzających metamarketing.....97

6. Budowanie rzeczywistości poszerzonej (XR)

Immersyjne doświadczenie w prawdziwym życiu.....119

7. Wykorzystanie metaświatów

Przyszła forma platform mediów społecznościowych.....141

CZĘŚĆ III

Doświadczenie w marketingu 6.0.....165

8. Marketing multisensoryczny

Immersyjne doświadczenia zaspokajające pięć zmysłów.....167

9. Marketing przestrzenny

Naturalne interakcje człowieka z maszyną.....191

10. Marketing w metaświecie

Jak rozbudzić zainteresowanie nowej generacji.....213

Podziękowania.....236