

Opis

Marketing bez tajemnic to seria praktycznych poradników dających pogłębioną znajomość poszczególnych dziedzin marketingu. Autorzy - opierając się na rozwiązaniach sprawdzonych w praktyce - podają w każdej książce z serii zasady postępowania przy rozwiązywaniu konkretnych problemów dotyczących działania na rynku.

Seria jest adresowana do biznesmenów, menedżerów, kadry kierowniczej urzędów administracji państwowej i samorządowej, studentów wyższych uczelni wszystkich typów oraz słuchaczy różnych kursów i szkoleń doskonalących umiejętności kierownicze i menedżerskie.

Książka:

- wyjaśnia, dlaczego nazwy marketingowe są najważniejszym instrumentem branding i promocji;
- przedstawia ich funkcje, rodzaje, elementy i zastosowania;
- omawia działanie komunikacyjne i oddziaływanie perswazyjne nazw;
- pomaga odpowiedzieć na pytanie, jaką nazwę wybrać i jak to najlepiej zrobić;
- wylicza błędy i nieporozumienia z nazewniczej praktyki;
- radzi, jak nazwy badać, chronić i lansować.

Spis treści:

Wprowadzenie

Rozdział 1. Nazwy, nazwy, nazwy

Pospolite i własne

Teoria w pigułce

Słowa ludzi niosą

Nomen omen

Na początku było...

Pozdrowienia od Orwella

Ja mijam się z prawdą. Ty kłamiesz.

Show-business is name business

Rozdział 2. Nazwa = marka + promocja

Branding - to jest to!

Nazwa marketingowa

Identyfikator i organizator marki
Projektant i kreator wizerunku
Główny komunikat promocyjny
Sprzedawca!!!
Mała może więcej
Nazwa w systemie CI
Strategia dzięki nazwie
Nazwa a promocja
Czy nazwa jest konieczna?
Wino marki wino
Udana Pokusa Puszystej Kasi < BR > Firmowa enigma

Rozdział 3. Jak to działa?

Komunikacja poprzez nazwę
Co autor chciał przez to powiedzieć?
Pragmatyka
Metaforyka
Motywacja
Perswazja, czyli sedno!
Perswazja via nazwa
Perswazja via marka
Rozum, serce, zmysły, ego
Nazewnica AIDA
Manipulacja czy konwencja?

Rozdział 4. Do wyboru, do koloru

Typologia, czyli rodzaje
Klasyfikacja
Repertuarowe kontinuum
Pochwała metafory
Skuteczne, lecz niebezpieczne
Pola, strefy i sfery
Prosto z mostu!
Named in the USA
Hej, kliencie!...
Amerykanin w Warszawie
Ze sloganem do spółki

Rozdział 5. Język pod mikroskopem

Znak językowy
Architektura nazwy
Nazwa na czterech nogach
Znaczenia znaczenia
Co to ma znaczyć?!
Konotacje
Asocjacje
Emocje i stylizacje
Nie bez znaczenia!
Nazewnica płęć
Fleksja

Pan czy pani?
Litery
Symbolizm literowy
Abecadło
Pisownia
Głoski
Symbolizm fonetyczny
Eufonia
Sylaby
Konstrukcje

Rozdział 6. Nazwa na manowcach

No i co z tego?!

Klient jej Panem

Promocja jej przeznaczeniem

Marka jej celem

Komercja jej misją

Czym nazwa nie jest

Nadawcom nazw - ku pamięci!

Rezygnacja z nazwy

Zmarnowanie nazwy

Zapominanie o znaku towarowym

Zapominanie o domenie internetowej

Wybór niewłaściwego argumentu

Zapominanie o ...pamiętaniu

Zbyt duże oczekiwania

Niedocenywanie możliwości

Asekuranctwo i ciasna wyobraźnia

Wybór nazwy na końcu

Nadmierne rozciąganie

Pułapki, wypadki, błędy

Niekorzystne znaczenie lub przywoływanie niepomyślnych skojarzeń

Prowokowanie prześmiewczych zniekształceń

Konstrukcyjna sztampania i tandeta

Fonetyczna szpetota i niezamierzony efekt komiczny

Bezkrytyczne uleganie modom i stereotypom, pretensjonalizm i efekciarstwo

Treściowa ciasnota i dezorientacja

Obce? - Byle z rozwagą!

Nic z tego nie rozumiem!

Jak to wymówić? Jak to zapisać?

Gdzie umiar? Gdzie smak?

Efekty, a nie rodowód!

Nazwa kształtuje świadomość

Rozdział 7. Produkcja, badanie, logotyp

Skąd wziąć nazwę

Fabryka nazw

Atuty, czyli korzyści

Wszechstronna oferta

Sojusznicy

Klienci i koszty
Specyfikacja
Teraz Polska
Jak to się robi
Technologia
Komputer
Konkurs
Pułapka
Co Pan(i) sądzi o tej nazwie?
Badania jakościowe
Badania ilościowe
Logotyp
2 w 1!
Artyzm czy pożytek?
Litery i bajery

Rozdział 8. Pod ochroną prawa

Znak towarowy
Ustawy to podstawy!
Rejestracja = patent na nazwę
Badanie
Zdolność
Czystość
Klasy
Zgłoszenie
R i TM
Ad rem
Między firmą a znakiem
Podobieństwo czy imitacja?

Rozdział 9. Zastosowanie, promocja, wymiana

Zawsze i wszędzie
Instrukcja obsługi
Lansowanie i PR
Czy nazwa działa?
Pospolitość skrzeszy
Kiedy zmieniać

Słownik użytecznych terminów
Wybrane pozycje bibliograficzne