

Najnowsza książka Grzegorza Kosson to **zbiór 100 brand impulsów, przemyśleń**, a każdy z nich to rezultat bycia tu i teraz oraz obserwowania otaczającego świata. To efekt oczu i uszu szeroko otwartych.

Te inspiracje i myśli, brand impulsy, mogą pracować na Twój sukces. Możesz je czerpać ze sztuki, kultury, filozofii, historii, literatury, przyrody, podróży, spotkań czy też osobistych doświadczeń.

Brand impulse® pokaże Ci, jak odkrywać to, co jest głęboko ukryte. Jak z przypadkowości i chaosu wydobyć sens oraz wykorzystać to dla marki? Jak odnaleźć talent marki, to, co w niej najprawdziwsze i najlepsze dla świata?

Jednak, aby to zrobić, musisz samodzielnie myśleć, mieć własne zdanie i uważnie obserwować. Często podążać tam, gdzie nikt inny się nie zapuszcza i zatrzymywać, gdy wszyscy biegną. **Wtedy przyjdzie natchnienie, bo taka jest siła obserwacji.**



Grzegorz Kosson

Strateg i pisarz. Zawodowo zajmuje się tworzeniem marek. Pracuje z markami komercyjnymi, markami miejsc i regionów oraz państw. Zdobywca nagród Kreatura i Effie. Wierzy, że marki mogą zmieniać świat na lepsze. Autor pierwszej polskiej książki o storytellingu *Podaj Dalej, czyli jak stworzyć porywającą opowieść dla marki*.

Urodzony i zakochany w Warszawie, w której śledzi znaki historii. Szuka nieodkrytych symboli, powiązań między tym, co kiedyś i teraz. Poświęcił im książkę *Warstwy, czyli obrazy miasta* oraz *Gruzy, czyli obrazy zwycięstwa*. Baczny obserwator rzeczywistości.

Spis treści

1. Słowa tworzą rzeczywistość, słowa tworzą marki
2. Wszystko ma swoją przyczynę
3. Myślę o moim mieście: Warszawie
4. Bóg też jest designerem
5. Potęga archetypów
6. Lekcja z Christchurch – miasta zniszczonego przez trzęsienie ziemi
7. Nie lubię sterylnych wnętrz
8. Piękna jak drzewo
9. Multidyscyplinarność
10. Architektura tworzy wielkie marki
11. Kryzysy są twórcze
12. W poszukiwaniu straconego sensu
13. Prawda to działanie
14. Charakter narodowy w markach
15. Prawda w rytuałach
16. Brand Storytelling
17. Cud w Kanie
18. Rabi
19. Korporacyjna jaskinia Platona
20. Stan ducha nomadów
21. Dzieło otwarte
22. Ateny. Rzym. Jerozolima
23. Telefon od czytelniczki „Złam Konwencję”
24. Krew, śmierć i łzy
25. Marka zaczyna się tam, gdzie kończy się logo
26. Leopold Kronenberg, czyli cegła po cegle
27. Pusta przestrzeń na Placu Defilad
28. Wiadomość od Stephena Kinga o 5 rano
29. Dzień Wszystkich Świętych
30. Najbardziej zapracowany naród w Europie
31. Przyyyy-jeż-dżaj-cie i ku-puj-cie
32. By zmienić swój umysł, zacznij naukę nowego języka
33. Słowa to energia
34. Dulwich Picture Gallery
35. Minuta, na którą pracujemy kilka lat
36. Osie widokowe marki
37. Czarny katafalk Vitkaca
38. Głębia i warstwy
39. Kraków zaczyna mi się podobać
40. Lamed i lew
41. W życiu nie widziałem grupy docelowej
42. Siła zieleni
43. Libeskind
44. Dlaczego Warszawa nie kojarzy się z 1989 rokiem?
45. Herzblut
46. Stulecie niepodległości
47. Zwycięstwo nad samym sobą
48. Mistyka codzienności, symbolika dat

49. Święci to marki kościoła katolickiego
50. Aleksander. W Muzeum Pragi
51. Rynek sensów
52. Czynniki miłości
53. Doskonałość jest niehumanitarna
54. Lagerfeld chodzi w czerni
55. Wenecja i twarz Warszawy
56. 19 października to prawdziwy 11 listopada
57. O 5 rano czas zatrzymuje się
58. Jakie jest Twoje słowo?
59. Prawda luksusu
60. Kraków i Warszawa
61. Zdobyć jeden szczerzy uśmiech
62. Oddany załodze
63. Najstarsza marka świata
64. Nie lubię zwrotu „ambasador marki”
65. Książka jest mistyczna, gdy...
66. Żal
67. Ludzie nie chcą być zajebięci
68. Cztery Pałace Kultury
69. Tworząc markę, dajesz życie
70. Wiarygodność marki
71. Lenczewska
72. Piękno tenisa
73. Pogarda i pokora
74. TAK – NIE – TAK
75. Trudności i granice
76. Tajemnica życia w sadzeniu drzew
77. Spójrz (na)prawdę
78. Spice Girls
79. Trzy poziomy dystansu
80. Sławne budynki to funkcje i symbole
81. Drugie wrażenie też jest ważne
82. Dyskurs pozycjonowania
83. Ograniczenia są twórcze?
84. Rower znaczy życie
85. Design thinking wśród ptaków
86. W małym odbija się wielkie
87. Fasada storytellingu
88. Ziemia i krew
89. Wyzwanie dla Elona Muska
90. 22 punkty getta
91. Po słowie do kłębka
92. Cementarz marek
93. Tajemnica sukcesu
94. Czego boimy się w odbudowie Warszawy?
95. Brand totalitaryzm
96. Brand Impulse
97. Przestrzeń
98. Przejść próbę czasu

99. Ślad
100. Credo.