

50 praw marketingu Kotarbińskiego

Jacek Kotarbiński
rysunki Marcin Skoczek

Jacek Kotarbiński swoją nową książką udowadnia, że świat marketingu ma swojego Murphy'ego i własne prawa, o których można mówić rzeczowo, a przy tym lekko i z humorem. „50 praw marketingu Kotarbińskiego” to wyjątkowo praktyczna publikacja dedykowana przedsiębiorcom, właścicielom firm, zarządom, zespołom marketingu i każdemu, kto uważa, że marketing jest ważny w jego pracy. Jacek Kotarbiński zebrał w niej 30 lat swojego doświadczenia zawodowego w marketingu. W żartobliwej formie przedstawia nieformalne prawa rządzące działaniami marketingowymi. To zbiór bardzo konkretnych i cennych wskazówek dla przedsiębiorców małych, dużych i średnich oraz marketerów. Wszystkie inspirowane praktyką zawodową autora, wzbogacone anegdotami i przykładami z życia. Ostatnie trzy dekady to feeria zmian sposobów zarządzania firmami, wyzwań technologicznych, całkowitego przeobrażenia zachowań i priorytetów klienta. Dla wielu przedsiębiorców ten okres jest szokujący, ponieważ nigdy nie byli przygotowani do tak szalonego tempa zmian. Dziś proces zmiany jest kluczowym wyznacznikiem rozwoju każdej organizacji. Ta z kolei jest paliwem napędowym marketingu, który skupia w sobie wszystkie nitki informacji, a na ich podstawie może rozwijać firmę. Niestety, nadal na przeszkodzie przedsiębiorcom stoi typowa mentalność, która ogranicza myślenie o marketingu do narzędzi wspierających sprzedaż, reklamy czy najróżniejszych wymyślnych technik manipulacji i propagandy. (...)Chciałbym, by ta książka dostarczyła odrobiny inspiracji i refleksji każdemu, kto buduje i rozwija swoją firmę.

Ze wstępu autora