



## BRIDGE BOOKLIST '22

### DR. JENES BARBARA

EGYETEMI DOCENS, NEUMANN JÁNOS EGYETEM,  
STRATÉGIAI IGAZGATÓ, CO&CO DESIGNCOMMUNICATION



“

*Ki ne szeretné a márkáját minél erősebbé tenni, a célcsoportját minél jobban megismerni és a bevételeit a hatékony marketingnek köszönhetően minél erőteljesebben növelni? Byron Sharp azt állítja, ez lehetséges, csak éppen nem úgy, ahogyan azt a hagyományos marketing tankönyvekből megtanultuk. A tényalapú marketing (evidence-based marketing) módszerével cáfolja a márkák növekedésével kapcsolatos korábbi berögződéseket. Nincs szó a love brandek mítoszáról, a hűségprogramok kényszerű építéséről, kiemeli viszont a vásárlói bázis növelésének lehetőségeit és a megkülönböztetés fontosságát.*

”

50 ÜZLETI KÖNYV,  
HA SZÁMÍT, MIT HAGYSZ HÁTRA