

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
-------	------

پیشگفتار.....	۱۱
پیشگفتار مترجمان.....	۱۳

بخش اول: مقدمه‌ای بر بازاریابی نسل ششم

فصل اول: استقبال از بازاریابی نسل ششم.....	۱۷
از بازاریابی چندکاناله به بازاریابی همه‌جانبه تا فرابازاریابی.....	۱۷
ظهور بازاریابی فراگیر نسل ششم.....	۲۱
فرابازاریابی به عنوان مرحله بعدی بازاریابی همه‌جانبه.....	۲۴
بخش‌های سازنده بازاریابی نسل ششم.....	۲۸
لایه توانمندساز.....	۳۰
لایه محیطی.....	۳۲
لایه تجربی.....	۳۳
خلاصه: از بازاریابی چندکاناله به بازاریابی همه‌جانبه تا فرابازاریابی.....	۳۵
پرسش‌های تأملی.....	۳۶

فصل دوم: ظهور بومیان فیجیتال.....	۳۷
نسل جوان زد و نسل رو به جوان آلفا.....	۳۷
پذیرش بومیان فیجیتال.....	۳۸
بومیان فیجیتال زودتر مراحل زندگی را طی می‌کنند.....	۴۲
ویژگی‌های بومیان فیجیتال.....	۴۴
انتخاب تصمیم و نگرش عمل‌گرا.....	۴۵
اصالت و ارتباط با برندها.....	۴۶
ابراز وجود فردی و شخصیت دیجیتال.....	۴۷

خلاصه: نسل جوان زد و آلفا که زودتر مراحل زندگی را طی می کنند..... ۴۹
پرسش های تأملی ۴۹

فصل سوم: ضرورت بازاریابی فراگیر..... ۵۱
پنج روند خرد منجر به فرابازاریابی ۵۱
محتوای ویدئویی در قالب کوتاه ۵۳
رسانه های اجتماعی جامعه محور ۵۵
تجارت الکترونیک تعاملی ۵۷
هوش مصنوعی زبان محور ۶۰
دستگاه های پوشیدنی فراگیر ۶۲
خلاصه: پنج روند خرد منجر به فرابازاریابی ۶۴
پرسش های تأملی ۶۵

فصل چهارم: آینده تجربه مشتری ۶۷
ادغام فضای فیزیکی و دیجیتال برای فراگیری کامل ۶۷
آینده فراگیر است ۷۰
آینده نیز ترکیبی است ۷۳
عدم وجود استراتژی مناسب برای همه ۷۶
سناریوی ۱: حضور انسان تراکنش ها را تسهیل می کند ۷۷
سناریوی ۲: تعامل انسانی شکاف اعتماد را پُر می کند ۷۹
سناریوی ۳: روابط انسانی، محصول را بهبود می بخشد ۸۰
سناریوی ۴: تجربه انسانی نوعی محصول است ۸۲
خلاصه: ترکیب فیزیکی و دیجیتال برای فراگیری کامل ۸۴
پرسش های تأملی ۸۴

بخش دوم: توانمندساز و محیط نسل ششم بازاریابی

فصل پنجم: درک توانمندسازی های فناوری ۸۷
پنج فناوری بنیادین جهت تقویت فرابازاریابی ۸۷
اینترنت اشیا برای جمع آوری داده ها ۸۹
هوش مصنوعی برای پردازش داده ها ۹۲

محاسبات فضایی برای مدل سازی تجربه	۹۵
واقعیت افزوده و واقعیت مجازی به عنوان رابط	۹۷
بلاک چین برای زیر ساخت	۱۰۱
خلاصه: پنج فناوری بنیادی جهت تقویت فرابازاریابی	۱۰۴
پرسش های تأملی	۱۰۵
فصل ششم: ساختن واقعیت های گسترده : تجربه فراگیر در زندگی واقعی	۱۰۷
بازآفرینی مکان سوم	۱۰۹
معاملات یکپارچه	۱۱۳
پیشنهادات زمینه ای	۱۱۴
تعاملات متقابل	۱۱۶
اکتشافات افزوده	۱۱۷
پیش و پس از تجربه	۱۱۹
طراحی مکان های سوم فراگیر	۱۲۰
شواهد فیزیکی	۱۲۲
فرآیند	۱۲۲
افراد	۱۲۳
خلاصه: تجربه فراگیر در زندگی واقعی	۱۲۵
پرسش های تأملی	۱۲۵
فصل هفتم: بهره مندی از متاورس: شکل آینده سکوهای رسانه های اجتماعی	۱۲۷
متاورس چیست؟	۱۲۹
اجزای ضروری یک متاورس	۱۳۴
دارایی های مجازی	۱۳۵
آواتارها	۱۳۷
تجربه کاربر	۱۳۹
اقتصاد تولیدکنندگان محتوا	۱۴۰
حاکمیت	۱۴۲
آینده متاورس چیست؟	۱۴۵
خلاصه: شکل آینده سکوهای رسانه های اجتماعی	۱۴۷
پرسش های تأملی	۱۴۷

بخش سوم: تجربه بازارهای ۶

فصل هشتم: بازارهای چندحسی: ارائه تجربیات فراگیر برای حواس پنج گانه.....	۱۵۱
درگیرسازی حواس پنج گانه.....	۱۵۲
بینایی.....	۱۵۶
شنوایی.....	۱۵۸
بویایی.....	۱۶۱
لامسه.....	۱۶۳
چشایی.....	۱۶۵
ایجاد تجربیات چندحسی.....	۱۶۸
مرحله اول: تعیین اهداف کلیدی.....	۱۶۹
مرحله دوم: شناسایی نقاط تماس چندحسی.....	۱۶۹
مرحله سوم: ارائه تجربیات چندحسی.....	۱۷۰
خلاصه: ارائه تجربیات فراگیر برای حواس پنج گانه.....	۱۷۱
پرسش های تأملی.....	۱۷۲

فصل نهم: بازارهای فضایی: تعاملات طبیعی انسان و ماشین.....	۱۷۳
مفهوم بازارهای فضایی.....	۱۷۷
بازارهای مجاورتی.....	۱۷۸
بازارهای مفهومی.....	۱۸۰
بازارهای افزوده.....	۱۸۲
پیاده سازی بازارهای فضایی.....	۱۸۴
درک نقاط درد مشتری.....	۱۸۵
شناسایی فرصت های بازارهای فضایی.....	۱۸۷
پیاده سازی تجربیات فضایی.....	۱۸۸
خلاصه.....	۱۹۰
پرسش های تأملی.....	۱۹۰

فصل دهم: بازارهای متاورس: آزمایش با تعامل نسل آینده.....	۱۹۱
درک انگیزه های مشتری در متاورس.....	۱۹۴
متاورس به عنوان یک تفریح سرگرم کننده.....	۱۹۵

۱۹۶.....	متاورس به عنوان فضایی برای اتصال
۱۹۷.....	متاورس برای خرید راحت
۱۹۹.....	متاورس برای سود مالی
۲۰۰.....	طراحی نحوه مشارکت در متاورس
۲۰۱.....	راه اندازی مجموعه برنندگان
۲۰۲.....	توسعه تبلیغات تجربی
۲۰۴.....	ایجاد تجارت آنلاین به آفلاین
۲۰۵.....	اجرای یک برنامه وفاداری بازی وار
۲۰۷.....	انتخاب مناسب ترین مسیر پیاده سازی
۲۰۹.....	خلاصه: آزمایش با تعامل نسل بعدی
۲۱۰.....	پرسش های تأملی