

สารบัญ

บทนำ | 1

บทที่ 1

การเดินทางของการตลาด : จากยุคโบราณสู่อีลกอริทึม | 7

บทที่ 2

กระบวนการค้นหาคำ | 22

บทที่ 3

กำหนดพันธกิจใหม่ให้การตลาด | 32

บทที่ 4

ภาวะอันยุ่งยากของข้อมูล | 45

บทที่ 5

ปัญญาประดิษฐ์ : ตัวขับเคลื่อนที่แท้จริงของการตลาดควอนตัม | 65

บทที่ 6

ปีกแห่งเทคโนโลยี | 79

บทที่ 7

ปลดล็อกบล็อกเชน | 97

บทที่ 8

ศาสตร์ต่างๆ เบื้องหลังการตลาด | 106

บทที่ 9

สารพัดสัมผัส | 117

บทที่ 10

เมื่อความซื่อสัตย์ภักดีแปรเปลี่ยน | 130

บทที่ 11

โฆษณา (แบบที่เรารู้จัก) ตายแล้ว! | 143

บทที่ 12

เราไม่ใช่ผู้บริโภค เราเป็นมนุษย์ | 153

บทที่ 13

การทำการตลาดกับธุรกิจและจักรกล | 163

บทที่ 14

พลังของความร่วมมือ | 172

บทที่ 15

เป้าหมายคือสิ่งจำเป็น | 184

บทที่ 16

จริยธรรมและกรรมของแบรนด์ | 193

บทที่ 17

การตลาดฝ่าวิกฤติ | 203

บทที่ 18

ซีเอ็มโอควอนตัม | 214

คำขอบคุณ | 226

เชิงอรรถ | 228

เกี่ยวกับผู้เขียน | 244