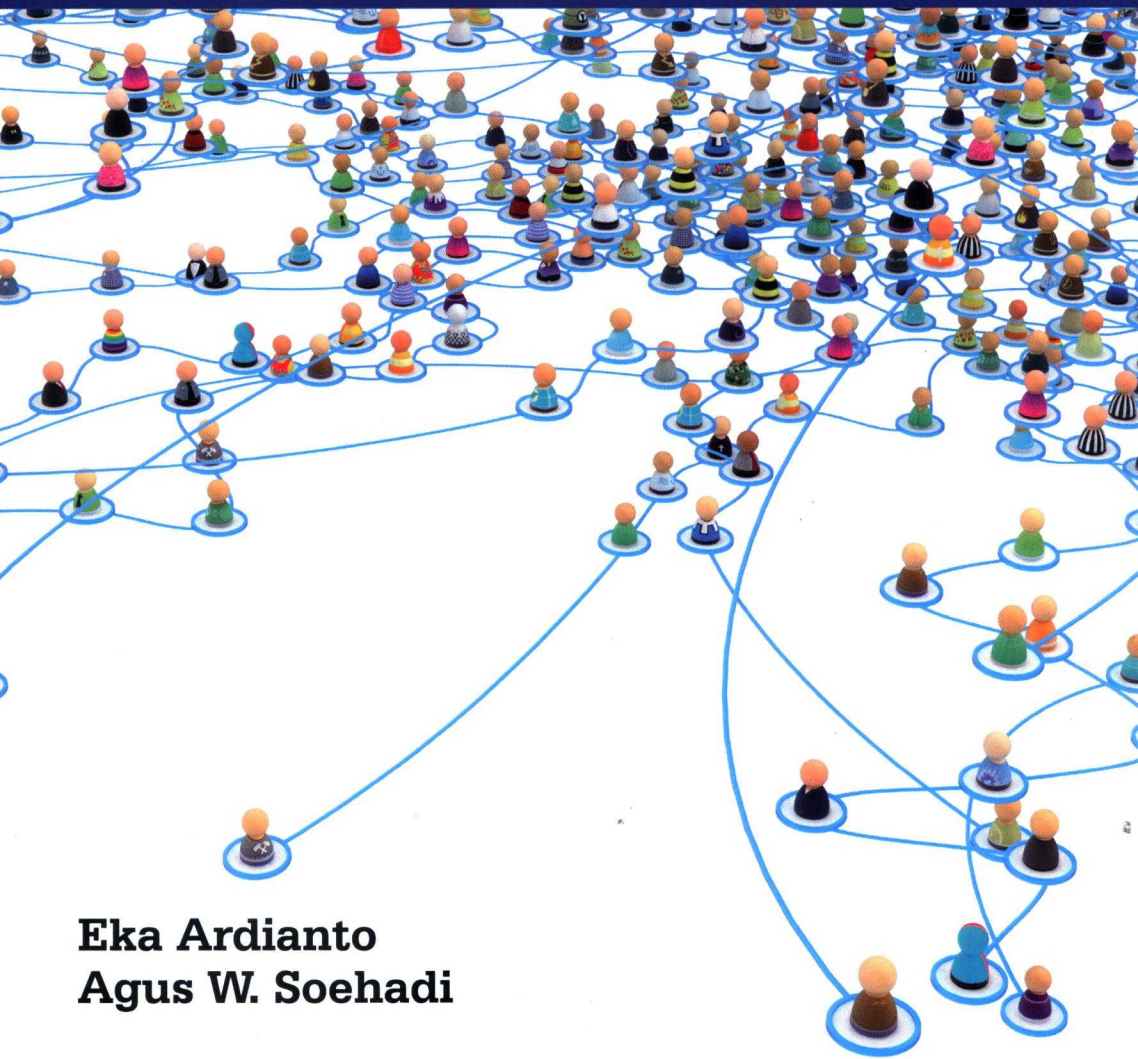




Eka Ardianto
Agus W. Soehadi

CONSUMUNITY MARKETING

Strategi Pemasaran Berbasis Komunitas
Co-creation, Interaksi, dan Kontribusi

Daftar Isi

SANWACANA.....	vi
PENDAHULUAN.....	ix
Evolusi dan Revolusi Konsep Pemasaran	
BAB 1	
Menyelami Komunitas	1
BAB 2	
Menggagas Konsumunitas	3
BAB 3	
Kontribusi bagi Perusahaan	17
BAB 4	
Kontribusi bagi Masyarakat.....	27
BAB 5	
Interaksi antar-Komunitas	41
BAB 6	
Komunitas Karyawan	51
BAB 7	
Kemitraan Komunitas dan Perusahaan	63
BAB 8	
Indonesian Consumunity Expo	77
BAB 9	
<i>Co-creation Value</i> : Produsen dan Komunitas	83
BAB 10	
Teori Konsumunitas.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	103