

Świat reklamy każe nam wierzyć, że szczęście jest po prostu mnożeniem przyjemności.
John Powell

Wiele rzeczy małych stało się wielkimi, tylko dzięki odpowiedniej reklamie.
Mark Twain

Kłamstwo zwizualizowane nazywamy reklamą.
Andrzej Majewski

Fikcje są rzeczywistością, przecież płacimy za nie.
Stanisław Jerzy Lec

Formuła sztuki nowoczesnej stała się bardzo prosta: prowokacja plus reklama.
Giorgio di Chirico

Kiepska to prawda, która nie może dojść do ludzkiej świadomości bez reklamy.
Stefan Kisielewski

Celem marketingu jest stworzenie i utrzymanie klienta.
Theodore Levitt

Działaj, jakby każda osoba, którą spotykasz miała na szyi napis 'Spraw, bym poczuł się ważny'.
Nie tylko odniesiesz sukces w sprzedaży, ale także w życiu.
Mary Kay Ash

Nie potrzebujesz bardziej kreatywnych rozwiązań, potrzebujesz bardziej kreatywnych pytań.
Andy Green

Prowadzenie biznesu bez reklamy jest jak puszczanie oka do dziewczyny po ciemku.
Nikt, poza nami nie wie, co robimy.
Stuart Henderson

W fabryce wytwarzamy kosmetyki, w sklepie sprzedajemy marzenia.
Charles Revson, prezes firmy Revlon

Nie należy mylić prawdy z opinią większości.
Jean Cocteau

Konsumenci nie wierzą w istnienie istotnych różnic pomiędzy poszczególnymi produktami więc firma musi budować więź emocjonalną ze swoimi klientami poprzez specyficzne doświadczenie Starbucks.
Scott Bedbury, wiceprezes działu marketingu Starbucks (producent kawy)

Firmy chcą zrozumieć swoje marki a powinny próbować zrozumieć swoich klientów i do nich dopasowywać swoje marki.
Susan Fournier

Nie możemy już dłużej myśleć o sobie jak o badaczach rynku, ludziach reklamy, strategach marketingowych itp. - musimy zacząć myśleć o sobie jak o dostawcach satysfakcji naszych klientów, ich adwokatach, świadomych całości procesu powstawania wartości.
J.D. Beckham

My nie sprzedajemy produktu, sprzedajemy styl życia. Diesel to koncepcja wszystkiego. To sposób życia, sposób ubierania się, sposób robienia czegoś.
Renzo Rosso, właściciel Diesel Jeans

Musimy używać reklamy on-line jako narzędzia dla poprawienia życia ludzi.
Jan Leth, wiceprezes Global Digital Creative for Ogilvy & Mather

Konsumenci są jak karaluchy, spryskujesz ich, spryskujesz - a oni natychmiast się uodparniają.
David Lubars, Omnicom Group

Marka to magazyn zaufania, który nabiera coraz większego znaczenia w miarę mnożenia możliwości dokonywania wyboru. Ludzie chcą upraszczać sobie życie.
Niall FitzGerald, przewodniczący rady nadzorczej firmy Unilever

Marketing wytwarza hiper-rzeczywistość. Jego sukces tkwi w zdolności tworzenia kopii lub symulacji, która jest bardziej atrakcyjna niż rzeczywistość i dlatego ją zastępuje.
Jeremy Rifkin "Wiek dostępu"

Potrzeby klientów to ruchomy cel. Gdy tylko ułożysz tę łamigłówkę, musisz od nowa zabrać się do dzieła.
Robert B. Tucker, "Zarządzanie z przyszłością"