

Recenzja wydawnicza

Książka *Jezus mistrzem marketingu* autorstwa Pawła Piotrowskiego podejmuje próbę połączenia duchowych nauk Jezusa Chrystusa ze współczesnymi teoriami i praktykami marketingowymi, stanowiąc interesujące i nowatorskie przedsięwzięcie interdyscyplinarne. Nie jest to jednak książka naukowa i do takiego jej miana nie pretenduje Autor. Przedstawia w niej swój punkt widzenia i patrzenia na Jezusa Chrystusa jako mistrza marketingu. Śmiało można powiedzieć, że książka wypełnia pewną lukę na rynku wydawniczym i jest swego rodzaju dopełnieniem tego, co na temat marketingu religijnego czy w ogóle marketingu pisali np. Bruno Bellardini w książce *Jezus, i biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, wydanej w Polsce w 2008 roku, i Andrzej Draguła w zbiorze esejów *Kościół na rynku. Eseje pastoralne* z roku 2021.

Piotrowski, jako teolog z wykształcenia i marketingowiec z doświadczenia, poszukuje odpowiedzi na pytanie dotyczące możliwości zastosowania ewangelicznych zasad, szczególnie tych, dotyczących głoszenia Słowa Bożego oraz działalności Jezusa, we współczesnych strategiach marketingowych. Próbuje pokazać czytelnikowi, w jaki sposób zasady zawarte w Jego naukach mogą stanowić inspirację czy też fundament skutecznych działań marketingowych w XXI wieku. Wykazuje, że wartość zasad, które Jezus głosił, i Jego działalności nie ogranicza się wyłącznie do kontekstu religijnego, lecz może również być cennym źródłem inspiracji w obszarze marketingu. Autor odnosi się do takich fundamentalnych wartości jak autentyczność, zaufanie, budowanie relacji oraz wspólnoty, które w sposób bezpośredni mogą być zaadaptowane do współczesnych praktyk marketingowych. Książka zawiera wiele praktycznych wskazówek, które mogą zainteresować zarówno profesjonalistów z branży marketingowej, jak i osoby poszukujące nowatorskich rozwiązań w budowaniu pozytywnego wizerunku firmy. Choć odniesienia do współczesnych wyzwań marketingowych, takich jak globalizacja, rozwój technologii czy złożoność rynku, są zrozumiałe, Piotrowski uznaje potrzebę dostosowania biblijnych zasad do współczesnych realiów biznesowych.

Warto podkreślić, że Piotrowski stara się, w miarę możliwości, wypracować konkretne narzędzia i strategie marketingowe oparte na duchowych zasadach, które mogą być wykorzystywane przez organizacje, pragnące promować takie wartości, jak zaufanie, tożsamość czy autentyczność. Choć pewne z tych koncepcji mogą wymagać dalszego rozwoju i studiów na gruncie specyficznych branż, to z pewnością mogą wnieść cenny wkład do współczesnych rozważań nad teologią i marketingiem.

Argumentacja przedstawiona przez Piotrowskiego jest logiczna, solidnie osadzona zarówno w kontekście teologicznym, jak i marketingowym. Autor skutecznie łączy przykłady biblijne z nowoczesnymi technikami marketingowymi, dostarczając czytelnikowi pełnego obrazu tego, jak zasady głoszone przez Jezusa mogą znaleźć zastosowanie w dzisiejszym świecie biznesu. Piotrowski odnosi się do podstawowych pojęć marketingowych, takich jak segmentacja rynku, budowanie marki, lojalność klientów czy zrównoważony rozwój, podkreślając, że te zasady mogą być skutecznie wzbogacone o przesłanie Jezusa, szczególnie w kontekście budowania relacji z klientem, transparentności oraz odpowiedzialności społecznej firm.

Warto zauważyć, że Piotrowski, mimo ambitnych założeń, zmaga się z wyzwaniem pełnego przełożenia działalności Jezusa i zasad ewangelicznych na współczesny kontekst marketingowy. Choć przykłady z życia Jezusa, takie jak tworzenie więzi z odbiorcą czy otwartość na potrzeby innych, stanowią cenne fundamenty dla nowoczesnych strategii marketingowych, Autor przyznaje, że pewne elementy nauk Jezusa, takie jak np. miłość bliźniego, mogą być trudniejsze do zaadoptowania w kontekście współczesnego biznesu, gdzie głównym celem pozostaje osiągnięcie zysku. Tym, co może stanowić o pewnej innowacyjności tej książki, jest fakt, że Autor w pełni uznaje potrzebę refleksji nad tym, jak etyczne i duchowe zasady mogą współistnieć z mechanizmami rynku. Praca wykazuje głęboką znajomość zarówno teologii, jak i współczesnych teorii marketingowych, co sprawia, że argumentacja jest spójna i przekonująca.

Jezus mistrzem marketingu to książka, która wnosi nową jakość do dyskursu na temat marketingu, prezentując ciekawe i oryginalne podejście do zagadnienia poprzez połączenie zasad duchowych i biznesowych. Jej autor w sposób przemyślany przedstawia tezę o możliwości zastosowania ewangelicznych zasad w praktykach marketingowych, jednocześnie dostrzegając wyzwania związane z ich implementacją w kontekście współczesnych realiów rynkowych. Książka będzie wartościową lekturą dla osób poszukujących interdyscyplinarnego podejścia do marketingu, które łączy wartości duchowe z nowoczesnymi technikami biznesowymi.

Mimo pewnych trudności w pełnym przełożeniu zasad biblijnych na praktyki marketingowe, Piotrowski wykazuje ogromną dozę innowacyjności w swojej pracy, otwierając nowe perspektywy w obszarze etyki biznesu. Książka ta stanowi cenny wkład w badania nad zrównoważonym rozwojem, odpowiedzialnością społeczną w marketingu oraz refleksją nad rolą wartości duchowych we współczesnym świecie biznesu.

Ks. prof. ucz. dr hab. Krzysztof Stepniak

Dyrektor Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW
Przewodniczący Rady Dyscypliny Naukowej Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach
Kierownik Katedry Komunikacji Religijnej, Marketingu i Reklamy UKSW