

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
یادداشت ناشر	۸
یادداشت مترجم	۱۰
پیشگفتار ناشر اصلی کتاب	۱۲
پیشگفتار	۱۴
بخش ۱: بازاریابی راز و رمزی ندارد.	۲۱
مقدمه: خرد کردن جعبه سیاه	۲۳
فصل ۱: چرا باید بازاریابی کرد؟ برای پول ساختن	۳۱
فصل ۲: بدون راهبرد، به هیچ کجا نمی رسید.	۴۹
فصل ۳: بازاریابی علم است.	۶۱
بخش ۲: چکونه بیشترین اجناس را بقروشید و بیشترین پول را بسازید.	۸۱
فصل ۴: موقعیت گذاری، یک خیابان دوطرفه است.	۸۳
فصل ۵: بیل کلینتون و پرنسیس دای برای فروش اجناس خود چه باید می کردند؟	۱۰۹
فصل ۶: جری زانیفلد درباره بازاریابی چه درس هایی می تواند به شما بدهد؟	۱۲۹
فصل ۷: جایی ماهیگیری کنید که ماهی وجود داشته باشد.	۱۴۷
فصل ۸: از اندیشیدن درباره آینده، دست بر ندارید.	۱۶۵
بخش ۳: با کدام نیروی انسانی؟	۱۸۱
فصل ۹: به جای شمردن افراد، نتایج را بشمارید.	۱۸۳
فصل ۱۰: من مؤسسات تبلیغاتی را دوست دارم و بعضی از آنها نین، مرا دوست دارند.	۲۰۷
نتیجه گیری: بازاریابی سنتی در حال مرگ نیست، مرده است!	۲۲۹