

فهرست

یادداشت ناشر / ۱۱

یادداشت مترجم / ۱۳

سپاسگزاری / ۱۷

یک یادداشت مهم / ۱۹

فصل ۱: مقدمه / ۲۱

شما در معرض حمله‌اید / ۲۲

قدرت راهبرد دفاعی / ۲۳

چرا استراتژی دفاعی اهمیت دارد / ۲۵

استراتژی نامرئی / ۲۸

هنرهای تاریک استراتژی دفاعی / ۲۹

درباره پیامدهای ضمنی قانونی چه می‌توان گفت؟ / ۳۱

شیوه استفاده از این کتاب / ۳۲

فصل ۲: تهدید / ۳۵

یک ماجرای غم‌انگیز کسب‌وکار / ۳۶

زیر هجوم / ۳۸

موفقیت محصول جدید / ۴۰

اقتصاد دفاع / ۴۲

جای خالی انگیزش / ۴۸

دفاع در مقایسه با رشد / ۴۹

بهترین دفاع، بهترین دفاع است / ۵۲

فصل ۳: چالش مالی / ۵۵

همه چیز به پول برمی‌گردد / ۵۶

پرسش ۱: آنان چه می‌بینند / ۵۸

پرسش ۲: چگونه می‌توانیم اوضاع و شاخص‌های مالی آنها را به هم‌بریزیم؟ / ۵۹

کندکردن شتاب مالی / ۶۳

نخست درباره اعداد و ارقام فکر کنید / ۶۵

فصل ۴: دشمنان را بشناسید / ۶۷

با عناصر پایه‌ای آغاز کنید / ۶۸

درک چهارپی / ۷۳

منبع حجم فروش / ۷۵

درک انگیزش / ۷۸

به هر حال، چه کسی دارد به من حمله می‌کند؟ / ۸۲

سایر مؤلفه‌های اطلاعات / ۸۶

چالش اصلی / ۸۹

فصل ۵: اطلاعات رقابتی / ۹۱

چالش اصلی / ۹۲

به کجا بنگریم / ۹۳

مرزها و محدودیت‌های قانونی و اخلاقی / ۱۱۲

به‌کارگیری اطلاعات / ۱۱۵

سازمان دهی برای اطلاعات رقابتی / ۱۱۸

وظیفه‌ای که هرگز پایان نمی‌پذیرد / ۱۲۴

فصل ۶: پرسش کلیدی / ۱۲۷

دفاع کنیم یا نه؟ / ۱۳۰

دلایل دفاع کردن / ۱۳۱

دلایل دفاع نکردن / ۱۳۸

دلایل نادرست / ۱۴۶

بسیاری از شرکت‌ها خیلی دیر و خیلی کم دفاع می‌کنند / ۱۴۹

مراقب باشید و منتظر بمانید / ۱۶۳

پرسش‌های کلیدی / ۱۶۳

فصل ۷: طرح‌ریزی دفاع / ۱۶۵

سریع باشید / ۱۶۶

مکان خود را برگزینید / ۱۶۹

پنج گام اساسی / ۱۷۰

از عدم قطعیت استقبال کنید / ۱۷۵

انعطاف‌پذیر باشید / ۱۷۶

تیم را متحد و هم‌داستان کنید / ۱۷۷

اهداف درستی تعیین کنید / ۱۷۹

اجازه دهید که شاخص‌های مالی، پیرو باشند / ۱۸۱

تلاش نکنید که عالی و کامل باشید / ۱۸۲

خسارات وارده به کسب و کار موجود را محدود کنید / ۱۸۴

در جریان پاسخ رقابتی، خوب بیندیشید / ۱۸۵

روی عمل، متمرکز شوید / ۱۸۶

مجهز شوید / ۱۸۶

فصل ۸: متوقف کردن عرضه محصول / ۱۸۷

مانع عرضه محصول شوید / ۱۸۹

بهترین دفاع / ۲۰۶

فصل ۹: جلوگیری از توزیع / ۲۰۷

قدرت جلوگیری از توزیع / ۲۰۸

رویکردهای جلوگیری از توزیع / ۲۱۱

احتیاط کنید / ۲۲۷

فصل ۱۰: محدود کردن آگاهی از محصول / ۲۲۹

محصول جدیدی است؟ چه محصول جدیدی؟ / ۲۳۰

متوقف و محدود کنید / ۲۳۳

خبرهای مشابهی منتشر کنید / ۲۳۷

چالش را تشدید کنید / ۲۴۱

فصل ۱۱: جلوگیری از امتحان کردن محصول / ۲۴۳

اگر مانع امتحان کردن شوید، محصول را نابود خواهید کرد / ۲۴۵

راه‌های محدود ساختن امتحان کردن / ۲۴۸

نبرد اصلی / ۲۶۷

فصل ۱۲: با تکرار خرید مبارزه کنید / ۲۶۹

مانع تکرار خرید شوید / ۲۷۰

محصول مشابهی را معرفی کنید / ۲۷۷

از این موقعیت دوری کنید / ۲۸۵

فصل ۱۳: دفاع هرگز پایان نمی یابد / ۲۸۷

جلوگیری از حملات / ۲۸۸

شالوده‌ها را بنا کنید / ۲۹۸

دفاع کردن را هرگز متوقف نکنید / ۳۰۵

فصل ۱۴: استراتژی دفاعی برای نوآوران / ۳۰۷

برای دفاع، برنامه‌ریزی کنید / ۳۰۹

در برابر دفاع، دفاع کنید / ۳۱۲

استراتژی خود را با دقت برگزینید / ۳۱۹

پس از عرضه محصول: برای دفاع آماده شوید / ۳۲۵

فصل ۱۵: یک هشدار درباره قانون رقابت / ۳۲۷

واقعیت‌های عملی / ۳۲۹

رفتار قانونی / ۳۳۵

اقدامات مشکوک / ۳۳۷

برآمدن از پس عدم قطعیت قانونی / ۳۴۳

واژه نامه / ۳۴۵