

Spis treści

Wprowadzenie	7
1. Prawdziwy cel biznesu	9
2. Skuteczny marketing w czterech odsłonach	13
3. Trzy niezbędne pytania w marketingu	17
4. Wywiad rynkowy	21
5. Marketing zorientowany na klienta	26
6. Dlaczego ludzie kupują	30
7. Analiza konkurencji	36
8. Osiąganie przewagi konkurencyjnej	42
9. Marketing mix	47
10. Strategie pozycjonowania marki	53
11. Cztery filary strategii marketingowej	56
12. Wybór pola bitwy	61
13. Zasady sztuki wojennej w strategii marketingowej	65
14. Marketingowe taktyki zniechęcania i dywersji	71
15. Kto pierwszy i liczniejszy, ten lepszy	75
16. Strategia białych przestrzeni, czyli uderz tam, gdzie ich nie ma	78
17. Zdominuj niszę rynkową	82
18. Kreatywne strategie rozwoju rynku	85
19. Wykorzystaj inne formy sprzedaży	88
20. Koncepcja wiązki zasobów	93
21. Cztery drogi do zmian w twoim biznesie	96
Podsumowanie	101
O autorze	103