

Howard R. Moskowitz
& Alex Gofman.

Chiến lược Định vị Người tiêu dùng



Người dịch: Nguyễn Xuân Hồng



NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG

MỤC LỤC

Lời nói đầu	20
Về các tác giả.....	25
Lời cảm ơn.....	28
Lời giới thiệu.....	32

PHẦN 1 - KIẾM TIỀN

Chương 1:

Hewlett - Packard sang số.....	58
--------------------------------	----

Chương 2:

Phép tính cả phê của Maxwell	70
------------------------------------	----

Chương 3:

Chế biến món ngon: Những khám phá chính từ Vlasic và Prego	104
--	-----

Chương 4:

Làm thế nào để khiến mọi người cảm thấy hài lòng ngay cả khi họ phải trả thêm tiền.....	133
---	-----

Chương 5:	
Khám phá về các đối thủ nhiều hơn cả chính họ - một cách hợp pháp!	167

PHẦN 2 - TẠO DỰNG TƯƠNG LAI

Chương 6:	
Khối Rubik của việc cải tiến hàng điện tử tiêu dùng.....	196
Chương 7:	
Kết nối thiết kế lạnh và khoa học nóng	225

PHẦN 3 - BAY TỚI SAO KIM

Chương 8:	
Gene tư duy: Tư duy người tiêu dùng “trên giá hàng”	265
Chương 9:	
Biến tổng thống và truyền thông công cộng thành “sản phẩm”	311
Chương 10:	
RDE đánh bại Định luật Murphy và “bóc trần” thị trường chứng khoán	348
Chương 11:	
Công ty TNHH Asia Calling: Góc độ Trung Hoa.....	383
Chương 12:	
“Thế giới mới can trường!” của RDE	398
Hồi kết.....	405