






สารบัญ

	หน้า
 การตลาดคู่มือ: เรื่องน่ารู้ด้านการตลาด	1
* ลูกค้ำสำคัญที่สุด	3
* การวางแผนการตลาดฉบับกระเป่า	7
* วิสัยทัศน์การตลาด	11
* แบรินด์นั้นสำคัญไฉน	15
* Emotional Marketing	19
* การตลาดบริการ...เรื่องธรรมดาที่ไม่ธรรมดา	23
* กีบดักทางการตลาด (1)	27
* กีบดักทางการตลาด (2)	31
* ระวัง ลด...แลก...แจก...แถม	35
* Guerilla Marketing	39
* ไวรัสการตลาด	43
 การตลาดคู่ธุรกิจ: หนทางแห่งความสำเร็จและมั่งใจูกค้ำ	47
* ตั้งต้น ตั้งตัว	49
* ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ	53
* การเตรียมพร้อมทางการตลาด	57
* ควรคิดเชิงการตลาดมากกว่าการขาย	61
* การนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด คิดง่าย-ทำยาก	65
* การวิเคราะห์สินค้า: เรื่องสำคัญที่ไม่อาจมองข้าม	69
* การสร้างแบรนต์ของผู้ประกอบการรายย่อย	73

 การตลาดคู่กาย: เรื่องราวการตลาดรอบตัว	77
* การตลาดกับการเมือง	79
* การวางแผนการตลาดรายวัน	83
* การให้บริการ: จุดอ่อนหรือจุดแข็งของผู้ประกอบการไทย	87
* ใฝ่รู้สู่ความสำเร็จ	91
* Gulf Food Exhibition: ตัวอย่างของมืออาชีพ	95
* ห้องแดนกิมจิ: ความสำคัญของศูนย์ต้อนรับลูกค้า	99
* ถึงเวลาเรียนปริญญาโททางการตลาดแล้วหรือยัง?	103
 การตลาดคู่สังคม: การตลาดเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	107
* การตลาดพอเพียง: ทางรอดในยุคเศรษฐกิจฝืดเคือง	109
* การตลาดอย่างมีคุณธรรม	115
* OTOP แบบญี่ปุ่น: พอเพียง ยั่งยืน	117
 แนวโน้มการตลาดประเทศไทย	121
* ฝ่าคลื่นวิกฤตเศรษฐกิจไทย	123
* ก้าวทันการตลาดยุค AEC	129