

I.III: กลยุทธ์ (Strategy)	67
กลยุทธ์ STP	73
กลยุทธ์ Mass Customization	88
กลยุทธ์การตลาดน่านน้ำสีคราม (Blue Ocean)	89
กลยุทธ์การตลาดท้องถิ่น (Localized Marketing)	91
กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Branding)	92
กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)	103
กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC)	118
กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	134
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	136
I.IV: แผนดำเนินการ (Action Plan)	143
I.V: การประเมินผล (Evaluation)	159
ส่วนที่ II: การปฏิบัติ (Implementation)	167
II.I: การลงมือทำ (Do)	169
II.II: การตรวจสอบ (Check) และการดำเนินการ (Act)	177
II.III: นักการตลาดและบทสรุป	183