

สารบัญ

กลยุทธ์การตลาดแบบเดิมไม่เพียงพออีกต่อไป	11
กลยุทธ์ตัว P ตัวใหม่	12
ข้อเท็จจริงที่ต้องขอเน้นย้ำ	13
ช่วงก่อน ระหว่าง และหลังยุคการโฆษณา	15
สิ่งที่ดีที่สูญดับตั้งแต่ขนมปังชนิดแผ่นถือกำเนิดขึ้น	16
คุณสังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลงไหม	16
ทำไมคุณจึงต้องการวิวสีม่วง	20
จุดสิ้นสุดของกลุ่มอุตสาหกรรมโทรทัศน์	27
ก่อนและหลัง	33
ลองดูรถเต่าเป็นตัวอย่าง	34
อะไรล่ะที่ได้ผล	36
ทำไมหนังสือพิมพ์เดอะ วอลล์สตรีท เจอร์นัล ถึงทำให้ผมหยุดหวัดหนัก	37
ประเด็นไม่ได้อยู่ที่ว่ามีคนรู้จักไหม	40
•ความพยายามกับวิธีการ	41

กรณีศึกษา : วิธีเอาชนะคู่แข่งของบริษัทลิฟต์	42
กรณีศึกษา : จะเพิ่มยอดขายผซกฟอกอย่างไรดี	44
เจาะตลาด	46
แนวคิดที่แพร่กระจาย	
คือแนวคิดที่ประสบความสำเร็จ	50
เรื่องที่นักการตลาดเข้าใจผิดอย่างใหญ่หลวง	53
ใครล่ะที่สนใจจะฟัง	55
โกง	58
ใครสนล่ะ	60
ลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน	63
กฎว่าด้วยจำนวนมาก	65
กรณีศึกษา : วิธีทำให้โรงแรมธรรมดาโดดเด่น	68
ปัญหาของกลยุทธ์วิวิสีม่ว	70
บินตามจำฝูง	78
กรณีศึกษา : เก้าอี้แอร์อน	81
การคาดการณ์ตลาด ผลกำไร และวิวิสีม่ว	83
กรณีศึกษา : คนทำขนมปังที่เก่งที่สุดในโลก	88
นักการตลาดแบบครอบครัววาลเกเลียการวัดผล	90

กรณีศึกษา : บริษัทโลจิสติก	92
ใครเป็นฝ่ายชนะในโลกของวัวสีม่วง	93
กรณีศึกษา : ผลทิวแบบใหม่	95
ประโยชน์ของการเป็นวัวสีม่วง	97
กรณีศึกษา : คนขายเนื้อชาวอิตาลีเลียน	101
วอลล์สตรีตกับวัวสีม่วง	102
สิ่งที่ตรงกันข้ามกับ “ความโดดเด่น”	103
กรณีศึกษา : ผมสวยด้วยสารสกัดจากไข่มุก	104
ความย้อนแย้งของการล้อเลียน	107
72 อัลบั้มเพลงของวงเพิร์ลแจม	109
กรณีศึกษา : ปลาสเตอร์ปิดแผลคูราด	111
อยู่เฉย ๆ บ้าง อย่าสักแต่จะทำอย่างเดียว	112
กรณีศึกษา : บริการไปรษณีย์ของสหรัฐอเมริกา	114
ตามหาไอตาคู	116
กรณีศึกษา : บริษัทดัตช์บอย	
พลิกโฉมธุรกิจสีทาบ้านได้อย่างไร	119
กรณีศึกษา : โดนัทของคริสปีครีม	121
ไปให้สุดทาง	123

อิทธิพลของสโลแกน	125
กรณีศึกษา : ร้านฮาเกิน-ดาส ในย่านบรองชวิลล์	127
ขายในสิ่งที่คนต้องการซื้อ (และพูดถึง!)	129
ปัญหาของการทำอะไรสิ่ง ๆ กลาง ๆ	132
กรณีศึกษา : บริษัทโมโตโรล่าและโนเกีย	134
วัฏจักรอันน่ามหัศจรรย์ของกลยุทธ์วิวิธมูว	135
นักการตลาดทุกวันนี้ต้องเป็นอย่างไร	138
ไม่ใช่แค่นักการตลาด ตอนนี้เราต้องเป็นนักออกแบบด้วย	141
สิ่งที่โฮเวิร์ดรู้	143
ต้องแปลกประหลาดไหมถึงจะโดดเด่น	148
กรณีศึกษา : ร้านแมคโดนัลด์ในฝรั่งเศส	150
แต่จะทำอย่างไรกับโรมานติลัะ	151
ปัญหาของการตั้งราคาถูก	154
กรณีศึกษา : เว็บไซต์ Hallmark.com ควรทำอย่างไร	156
เมื่อวิวิธมูวมองหาวาน	159
กรณีศึกษา : เทรซันักประชาสัมพันธ์	161

กรณีศึกษา : โรบิน วอเตอร์ส เข้าใจมันดี	163
กรณีศึกษา : ที่นั่นเป็นที่นิยมมาก จนไม่มีใครไปอีกแล้ว	165
ความหลงใหลคือหัวใจหลักหรือเปล่า	169
ความจริง	173
ระดมสมอง	178
เกลือไม่ได้น่าเบื่อ พบอีกแปดวิธี ที่จะทำให้กลยุทธ์วิวัฒนาการใช้ได้ผล	199
ประวัติผู้เขียน	203