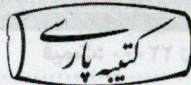


# گاو بنفش

## ست گادین

## افسانه درویشی

انتشارات



مقدمه ناشر: ..... ۱

۱. کالی نیوسنت ..... ۲

۲. جدید ..... ۳

۳. کلمات برجسته ..... ۴

۴. تبلیغات در طول زمان ..... ۵

۵. بهترین مورد پس از ساخت ..... ۶

۶. آیا متوجه انقلاب شده‌اید؟ ..... ۷

۷. چنانچه متوجه شده‌اید ..... ۸

۸. مرگ مجموعه‌های صنعتی - تلویزیون ..... ۹

۹. بررسی اتومبیل فولکس فورانه‌ای ..... ۱۰

۱۰. چه چیز موثر است؟ ..... ۱۱

۱۱. چرا «وال استریت ژورنال» این قدر مرا نگران می‌کند ..... ۱۲

۱۲. موضوع آگهی بودن نیست ..... ۱۳

۱۳. اراده و روش ..... ۱۴

۱۴. مطالعه‌ی موردی ..... ۱۵

۱۵. مطالعه‌ی موردی ..... ۱۶

۱۶. جمع‌آوری محصول ..... ۱۷

۱۷. ایده‌ها ..... ۱۸

۱۸. سوختفاده‌های بزرگ ..... ۱۹

۱۹. چه کسانی در حال ..... ۲۰

۲۰. نظریه ..... ۲۱

۲۱. چرا ..... ۲۲

۲۲. چه ..... ۲۳

۲۳. همی مشتریان ..... ۲۴

۲۴. قانون اعداد بزرگ ..... ۲۵

## فهرست

- مقدمه ناشر: ..... ۸
- Pها کافی نیستند ..... ۱۱
- P جدید ..... ۱۲
- کلمات برجسته ..... ۱۳
- تبلیغات در طول زمان ..... ۱۵
- بهترین مورد پس از ساخت دستگاه برش نان ..... ۱۶
- آیا متوجه انقلاب شده‌اید؟ ..... ۱۷
- چرا شما به گاو بنفش نیاز دارید؟ ..... ۲۱
- مرگ مجموعه‌ی صنعتی - تلویزیون ..... ۲۸
- بررسی اتومبیل فولکس قورباغه‌ای ..... ۳۵
- چه چیز موثر است؟ ..... ۳۷
- چرا «وال استریت ژورنال» این قدر مرا نگران می‌کند؟ ..... ۳۸
- موضوع آگاه بودن نیست ..... ۴۱
- اراده و روش ..... ۴۲
- مطالعه‌ی موردی: بالا رفتن؟ ..... ۴۳
- مطالعه‌ی موردی: تایید باید چه کار کند؟ ..... ۴۵
- جمع‌آوری محصول ..... ۴۶
- ایده‌هایی که گسترش می‌یابند، پیروزی ..... ۵۱
- سوء تفاهم‌های بزرگ ..... ۵۴
- چه کسانی در حال گوش دادن هستند ..... ۵۶
- تقلب ..... ۵۹
- چرا شما تقلب نمی‌کنید؟ ..... ۶۱
- چه کسی اهمیت می‌دهد؟ ..... ۶۱
- همه‌ی مشتریان یکسان و شبیه به هم نیستند ..... ۶۳
- قانون اعداد بزرگ ..... ۶۵

مطالعه موردی: چیپ کانلی ..... ۶۸

مشکل این گاو ..... ۶۹

دنباله‌رو رهبر ..... ۷۷

مطالعه موردی: صندلی اداری ..... ۸۰

طراحی، سوددهی و گاو بنفش ..... ۸۲

مطالعه موردی: بهترین ناوای دنیا ..... ۸۷

بازاریابان انبوه از محاسبه متفرند ..... ۸۸

مطالعه موردی: لاگیتک ..... ۹۰

چه کسی در دنیای این گاو برنده است ..... ۹۱

مطالعه موردی: نوع جدید کیوی ..... ۹۳

فواید گاو بنفش بودن ..... ۹۴

مطالعه موردی: قصاب ایتالیایی ..... ۹۸

وال استریت و گاو بنفش ..... ۹۹

مرواریدی درون بطری ..... ۱۰۱

تناقض تقلیدی ..... ۱۰۳

هفتاد و دو آلبوم «پرل جم» ..... ۱۰۵

مطالعه موردی: کوراد ..... ۱۰۷

همان‌جا بنشینید و کاری انجام ندهید ..... ۱۰۸

مطالعه موردی: خدمات پستی ایالات متحده ..... ۱۱۱

در جست‌وجوی اوتاکو ..... ۱۱۳

مطالعه موردی: چگونه شرکت «دوچ‌بوی» تجارت رنگ را کاملاً تغییر داد ..... ۱۱۶

مطالعه موردی: کریسپی کرم ..... ۱۱۷

قدرت شعار ..... ۱۲۲

مطالعه موردی: بستنی با نشان تجاری «هاگن‌داز» در «برونکس ویل» ..... ۱۲۳

آنچه را بفروشید که مردم می‌خرند ..... ۱۲۵

مشکل توافق و سازش ..... ۱۲۸

اصطلاحات پرکاربرد در کتاب

مطالعه موردی: شرکت‌های سازنده‌ی دستگاه تلفن همراه؛ موتورولا و نوکیا... ۱۳۰

چرخه‌ی سحرآمیز گاو بنفش ..... ۱۳۰

امروزه بازاریاب بودن چه معنایی دارد ..... ۱۳۴

بازاریابان دیگر نیستند؛ اکنون ما طراح هستیم ..... ۱۳۶

مطالعه موردی: مک‌دونالد فرانسوی ..... ۱۴۵

کارخانه چه می‌شود؟ ..... ۱۴۵

مشکل ارزان‌فروشی ..... ۱۴۸

مطالعه موردی: شرکت «هال‌مارک دات‌کام» باید چه کند؟ ..... ۱۵۰

وقتی گاو بنفش به‌دنبال شغل می‌گردد ..... ۱۵۳

مطالعه موردی: ترسی روزنامه‌نگار ..... ۱۵۶

مطالعه موردی: «رایین واترز» به این هدف رسید ..... ۱۵۶

آیا موضوع به شور و علاقه‌ی شدید بستگی دارد؟ ..... ۱۶۳

حقایق صحیح و اثبات شده ..... ۱۶۶

تراوش فکری ..... ۱۷۱

نمک دیگر کسل‌کننده نیست ..... ۱۹۴

هشت روش برای اینکه گاو بنفش را به کار بگیرید ..... ۱۹۴

اطلاعات بیشتر ..... ۱۹۹

در دنیایی که از اجناس، خدمات مشابه و اشخاصی که در پی کسب درآمد بیشتر هستند اشباع شده، باید به دنبال کشف تازه‌ای بود تا با نوآوری چشمان بازار را خیره کرد و جلب توجه نمود.

راه رسیدن به تجاری بی‌رقیب و پرسود، متفاوت بودن است همچون یک گاو بنفش.

ست گادین با نگاهی کارشناسانه به بررسی علل ضعف و پیشرفت شرکت‌های تجاری بزرگ جهان پرداخته و برای صاحبان صنعت و مشاغل افق جدیدی را آشکار می‌سازد.

- اگر در کارخانه خود با چالش‌های شدید مالی درگیر هستید،
- اگر در بازار صنعت خود از حضور اجناس مشابه کلافه شده‌اید،
- اگر در خلق یک محصول جدید بی‌انگیزه، بی‌ایده و یا سردگم هستید،
- اگر در موفقیت حرفه‌ای خود مشغوف و مطمئن هستید و احساس امنیت می‌کنید،
- اگر طراح یا کارمندی درصدد خلق یک نوآوری خیره‌کننده برای جلب رضایت کارفرمای خود هستید،
- یا حتی اگر صاحب یک فروشگاه، مغازه، دکه و یا دستفروشی بانگیزه هستید؛

پس یک جلد از این کتاب را خریداری کنید و پای درس ست گادین بنشینید.

به شما اطمینان می‌دهم پس از مطالعه‌ی این کتاب با تفکری اوتاکویی به دنبال عطسه‌کنندگانی خواهید رفت که برای تبلیغ گاو بنفشی که شما آفریده‌اید به در مغازه، فروشگاه، شرکت، کارخانه یا نمایندگی‌های فروش شما صف خواهند کشید.

## اصطلاحات پُر کاربرد در کتاب:

### گاو بنفش:

منظور خلق مورد تازه‌ای است که با هر آنچه در بازار است، تفاوت داشته باشد.

### عطسه‌کنندگان:

مشتریانی که از ایده‌های جدید استقبال می‌کنند و پس از استفاده، مانند کسی که عطسه می‌کند کالا و خدمات مذکور را به دیگران معرفی (یا منتقل) می‌کنند.

### ایده‌های ویروسی:

ایده‌هایی که مانند یک ویروس در جامعه شیوع پیدا می‌کنند و قشر کثیری از تولیدکنندگان از آن شیوه و یا خدمات الگوبرداری می‌کنند.

### تفکر اوتاکویی:

مشتریانی که به دنبال کشف موارد تازه و نو هستند و در بازار یا حیطه‌ی خدمات، از شیوه‌های نوین استفاده می‌کنند.

### بازاریابی اجازه‌ای:

روشی که در آن بازاریابان الکترونیکی، قبل از ارسال آگهی از مشتری خود اجازه می‌گیرند.