

Sadržaj

- Najpre pročitajte ovo! 11**
Ako novac koji trošite na marketing ne doprinosi razvoju vašeg poslovanja i ne pomaže vam da se još više obogatite, onda imate marketing koji je ... pušagija.
- Zašto je vaš marketing pušagija? 17**
Prestanite da bacate novčanice od hiljadu dinara kroz prozor i da predstavljate njihovo trošenje kao marketing.
- Ništa se ne događa sve dok se proizvod ne proda! 41**
Svaka firma kojoj je prodaja proizvoda poslednji korak u marketinškom procesu ima marketinšku kampanju okrenutu naglavačke.
- Krenite od nule! 71**
Dođavola s vašim konkurentima i njihovom taktikom... Dobro razmislite o svemu i krenite od nule.
- Izložite javnosti sebe ili svoju firmu 85**
Prestanite da igrate na sigurno i rizičnim potezima počnite da postizete bolje rezultate.
- Nema igranja samo na jednu kartu 97**
Ko kaže da sinergija ne pali? Praktične prednosti integrisanog marketinga.
- Ekstremni marketing na delu 113**
Najnovija dostignuća sinergije i razvoj integrisanog plana kojim ćete osigurati da za svaki dinar potrošen na marketing zaradite više od jednog dinara.

Pripremi, nišani, pali! 133
Zašto je to uvek belje od Pripremi, pali, nišani! ... Kako testirati, sprovesti u delo i nadzirati svoj marketing?

Uberite voće sa niskih grana! 147
Zašto ne morate da potošite čitavo bogatstvo kako biste povećali prodaju i zaradu.

Ne vraćajte se u kancelariju ... još! 159
Počnite s programom ekstremnog marketinga tako što ćete zaustaviti sve vidove svog dosadašnjeg marketinškog pristupa i doznati koliko se svaki od njih novčano isplati.

Zaključak: Srećno! 167
Sastavni delovi jednog stvarnog plana.