

SADRŽAJ:

Uvod: Trenutna pozicija marketinga	9
Poglavlje broj 1. Vaša kompanija nije dovoljno usredsređena na tržište i okrenuta kupcima	17
Poglavlje broj 2. Vaša kompanija ne prepoznaje u potpunosti svoju ciljnu grupu	31
Poglavlje broj 3. Vaša kompanija ne poznaje dovoljno svoje konkurente i ne prati njihov rad	43
Poglavlje broj 4. Vaša kompanija ne upravlja dobro odnosima sa svim zainteresovanim stranama	51
Poglavlje broj 5. Vaša kompanija nije vešta u iznalaženju novih prilika	59
Poglavlje broj 6. Proces marketinškog planiranja vaše kompanije nije adekvatan i primeren uslovima	69
Poglavlje broj 7. Politike proizvoda i usluga vaše kompanije nisu dovoljno pooštrene	75
Poglavlje broj 8. Vaša umeća kreiranja identiteta robne marke i marketing komunikacije nisu delotvorna	81
Poglavlje broj 9. Vaša firma nije dovoljno dobro organizovana da bi sprovela efikasan i efektivan marketing ...	93
Poglavlje broj 10. Vaša kompanija ne primenjuje dostignuća savremene tehnologije	113
Epilog: Deset zapovesti efektivnog marketinga	125
O autoru	127