

Оглавление

Фиолетовая корова	10
Сколько нужно «Р»?	10
Новое «Р» — это Purple Cow, или Фиолетовая корова	11
Дерзкие предположения	12
До, во время и после	13
Величайшая идея нарезанного хлеба	14
Вы заметили революцию?	14
Почему вам нужна Фиолетовая корова	17
Смерть телевизионно-промышленного комплекса	23
До и после	28
VW Beetle — Фиолетовая корова	29
Что работает?	30
Почему меня так раздражает The Wall Street Journal	31
Осведомленность — это не главное	34
Воля и путь, который нужно пройти	34
Пример: вам наверх?	35
Пример: что должен делать Tide?	37
Проникновение на рынок	38
Идеи, которые распространяются и побеждают	42
Большое непонимание	43
Кто слушает?	45
Сплошной обман	48
Кого это волнует?	49

Не все покупатели одинаковы	51
Закон больших чисел	52
Пример: Чип Конли	54
Проблема с Коровой	55
Следуйте за лидером	62
Пример: стул Aeron	64
Прогнозы, доходы и Фиолетовая корова	65
Пример: самая лучшая пекарня в мире	69
Анализ эффективности на массовом рынке	70
Пример: Logitech	71
Кто побеждает в мире Фиолетовой коровы	72
Пример: новый сорт киви	73
Преимущества Фиолетовой коровы	74
Пример: итальянский мясник	77
Антоним слова «выдающийся»	77
Жемчужина в бутылке	78
Парадокс пародии	80
Семьдесят два альбома группы Pearl Jam	82
Пример: Curad	83
Просто ничего не делайте	84
Пример: почтовая служба США	85
В поисках <i>отaku</i>	87
Пример: как компания Dutch Boy перевернула весь лакокрасочный бизнес	89
Пример: Krispy Kreme	90
Процесс и план	92
Сила слогана	93
Пример: Häagen-Dazs в Бронксвиле	95
Продавайте то, что покупают (и о чем говорят)	96
Проблема с компромиссом	97
Пример: Motorola и Nokia	99
Магический цикл Фиолетовой коровы	100
Что сегодня означает выражение «заниматься маркетингом»?	102

«Мы больше не занимаемся маркетингом, теперь мы — дизайнеры»	104
Что знает Ховард?	105
Нужно ли быть выдающимся и скандальным, чтобы стать выдающимся?	109
Пример: McDonald's во Франции	110
А если это целая фабрика?	110
Проблема дешевого продукта	113
Что должны делать в Hallmark.com?	115
Фиолетовая корова ищет работу	117
Пример: Трейси, специалист по печати и рекламе	119
Пример: Робин Уотерс добивается своего	120
Пример: такой популярный, что туда больше никто не ходит	121
Обязательно ли «вкладывать душу»?	124
Реальные факты	127
«Мозговой штурм»	131
Соль — совсем не скучный продукт, или Еще восемь способов заставить работать Фиолетовую корову	149
Что сказал бы Оруэлл?	151
Об авторе	152