

بسم الله الرحمن الرحيم

گاو بنفش

برجسته باشید تا کسب و کار خود را متحول سازید

ست گودین

مترجم:

محمود ابراهیم خانی

سرشناسه : گودین، ست، ۱۹۶۰-م.

-۱۹۶۰. Godin, Seth

عنوان و نام پدیدآور : گاو بنفش : برجسته باشید تا کسب و کار خود را متحول سازید/ ست گودین؛ مترجم محمود ابراهیم‌خانی.

مشخصات نشر : تهران: آدینه، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری : ۱۴۴ ص.

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۱۰-۹۲-۲ : ۲۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Purple cow: transform your business by being remarkable, ۲۰۰۳.

یادداشت: کتاب حاضر نخستین بار با عنوان "گاو ارغوانی" با ترجمه گروه مهندسين مشاور ماديستم توسط موسسه فرهنگي کساكاوش در سال ۱۳۸۶ و سپس توسط مترجمان و ناشران متفاوت ترجمه و منتشر شده است.

عنوان ديگر : گاو ارغوانی.

موضوع : بازاریابی

Marketing موضوع :

شناسه افزوده : ابراهیم‌خانی، محمود، ۱۳۵۰-، مترجم

شناسه افزوده: Ebrahimkhan, Mahmoud

رده بندی کنگره : HF۵۳۱۵

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸

گاو بنفش

برجسته باشید تا کسب و کار خود را متحول سازید

نویسنده: ست گودین

مترجم: محمود ابراهیم‌خانی

صفحه‌آرا: داود مرادی

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: چهارم - ۱۴۰۳

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۱۰-۹۲-۲

تلفن مرکز پخش: ۸۶۰۳۱۴۶۹ و ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از کتاب و همچنین چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

۹	پی ها کافی نیستند
۱۰	پی جدید
۱۱	کلمات صریح و تاکیده‌های رک
۱۲	تبلیغات در گذشت زمان
۱۳	دستگاه برش نان
۱۳	به انقلاب توجه کردید؟
۱۶	چرا به گاو بنفش نیاز دارید
۲۲	بایان مجتمع صنعتی تلویزیون
۲۶	قبل و بعد
۲۷	اتومبیل فولکس را در نظر بگیرید
۲۹	چه چیز کارا است؟
۳۰	چرا وال استریت ژورنال این قدر آزارم می‌دهد
۳۲	قضیه آگاهی هدف نیست
۳۳	اراده و مسیر
۳۴	مطالعه موردی: شرکت اوتیس
۳۶	مطالعه موردی: تایید چه کاری باید انجام دهد
۳۷	ورود
۴۰	ایده‌هایی که گسترش می‌یابند، پیروزند
۴۲	سوء تفاهم بزرگ
۴۴	چه کسی گوش می‌دهد؟

۴۶	تقلب
۴۷	چه کسی توجه می‌کند؟
۴۹	همه مشتریان یکسان نیستند
۵۰	قانون اعداد بزرگ
۵۲	مطالعه موردی: چیپ کانلی
۵۳	مسئله داشتن با گاو
۵۸	پیرو رهبر باشید
۶۰	مطالعه موردی: صندلی چرخدار اداری
۶۲	برآوردها، منافع و گاو بنفش
۶۵	مطالعه موردی: بهترین نان‌های دنیا
۶۶	غالب بازاریابان باید بسنجند
۶۷	مطالعه موردی: شرکت لاجیک
۶۸	چه کسی در دنیای گاو برنده است
۶۹	مطالعه موردی: نوع جدید کیوی
۷۰	منافع گاو بودن
۷۲	مطالعه موردی: قصاب ایتالیایی
۷۳	وال استریت و گاو بنفش
۷۴	نقطه مقابل "برجسته"
۷۵	مرواریدهای بطری شامپو
۷۷	قیاس ضد و نقیض
۷۹	هفتاد و دو آلبوم "پرل جم"
۸۱	مطالعه موردی: شرکت کیوراد
۸۲	اینجا بنشین، فقط کاری نکن
۸۳	مطالعه موردی: خدمات پستی ایالات متحده
۸۴	به دنبال اوتاکو

۱۸۶	مطالعه موردی: "داچ بوی" چطور تجارت رنگ را تکان داد
۱۸۸	مطالعه موردی: "کریسپی کریم"
۹۰	فرآیند و طرح
۹۲	قدرت یک شعار
۹۴	مطالعه موردی: "هاگان - داز" در برونکسویل
۹۵	آنچه مردم خریدارند و درموردش صحبت می کنند را بفروشید
۹۷	مشکل سازش
۹۸	مطالعه موردی: موتورولا و نوکیا
۹۹	چرخه جادویی گاو بنفش
۱۰۱	امروزه فروشنده بودن یعنی چه
۱۰۳	فروشنده بودن کافی است، اکنون طراح هستیم
۱۰۴	هووارد چه می داند؟
۱۰۷	برای برجسته بودن باید بیدادگر باشیم؟
۱۰۸	مطالعه موردی: مک دونالد فرانسه
۱۰۹	اما درمورد کارخانه چطور؟
۱۱۱	مسئله ارزانی
۱۱۳	مطالعه موردی: شرکت "هال مارک دات کام" چه کند؟
۱۱۵	وقتی که گاو بنفش به دنبال شغل است
۱۱۷	مطالعه موردی: "تریسی" ناشر
۱۱۸	مطالعه موردی: "روبین واترز" مطلب را گرفت
۱۱۹	مطالعه موردی: چقدر محبوب، دیگر کسی آنجا نمی رود
۱۲۲	درباره اشتیاق و علاقه شدید است؟
۱۲۴	واقعیات عینی
۱۲۷	طوفان های فکری
۱۴۳	نمک دیگر کسل کننده نیست