

УДК 658.8.013
ББК 65.291.31
Т 65

Издано с разрешения McGraw-Hill Companies, Inc.

Траут Дж.

Т 65 Сила простоты. Руководство по созданию эффективных маркетинговых стратегий / Джек Траут и Стив Ривкин ; пер. с англ. Таиры Мамедовой — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — с. 208.

ISBN 978-5-91657-670-2

Бизнес на самом деле не очень-то сложен. Сложным его делают люди. Чтобы преодолеть сложность, необходима простота, утверждают Джек Траут и Стив Ривкин. Эта Книга о том, как выделить главное и сфокусироваться на этом.

Авторы призывают вспомнить о том, что мы когда-то так хорошо знали: простые решения очевидны и потому отлично работают; почаще включайте суперчувство — здравый смысл! Опираясь на примеры из лучшей мировой практики и интервью с известными управленцами, Траут и Ривкин показывают, как отказаться от корпоративного жаргона, бороться с «информационным смогом», выработать собственное видение и вернуть контроль над ключевыми элементами бизнеса.

УДК 658.8.013
ББК 65.291.31

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

All rights reserved
© The McGraw-Hill Companies, Inc. 1999
© Издание. Перевод. Оформление ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-670-2

Оглавление

Будущее создавать просто	9
Введение	11
Основы простоты	
Глава 1. Простота. Почему ее так боятся	15
Глава 2. Здравый смысл. Он может все упростить.	20
Глава 3. Сложный язык. Он может запудрить мозги.	26
Проблемы управления	
Глава 4. Информация. Если ее слишком много, вы рискуете запутаться	37
Глава 5. Консультанты. Источник всякой ерунды.	44
Глава 6. Конкуренты. Считайте их врагами	52
Глава 7. Стратегия. Главное — дифференцировать.	60
Глава 8. Ориентация на клиентов. Данность, а не отличие	68
Глава 9. Годовые бюджеты. Простой способ извлечь максимум из ваших денег	77
Глава 10. Цены. Как их правильно установить — простые принципы.	82
Вопросы лидерства	
Глава 11. Миссии компаний. Ненужная путаница — и больше ничего.	93
Глава 12. Лидерство. Главное — управлять переменами	99
Глава 13. Долгосрочное планирование. Искусство выдавать желаемое за действительное	107
Глава 14. Организация. Чем проще, тем лучше	113
Глава 15. Маркетинг. Превращение простых идей в стратегию	120
Глава 16. Новые идеи. Проще их позаимствовать	129

8 Сила простоты

Глава 17. Цели. Звучат хорошо, но пользы не приносят 137

Глава 18. Рост. Он может навредить вашему бизнесу 141

Человеческий фактор

Глава 19. Мотивация. Одних стараний недостаточно 151

Глава 20. Личностный рост. Новый наряд короля 156

Глава 21. Успех. Главное — найти коня,
который повезет вас вперед 166

Глава 22. Критики. Быть простым — это нелегко 172

В заключение

Глава 23. Простота. Живет и побеждает 177

Литература 185