

УДК 339.1
ББК 65.290-2
Г59

Годин, С.

Г59 Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся! / Сет Годин ; пер. с англ. В. Подейко. — 4-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 176 с.

ISBN 978-5-91657-574-3

Вам не придется тратить огромные деньги на рекламу, если ваше предложение клиентам будет уникальным, а ваш маркетинг — вирусным. Все, что отличается от большинства, привлекает внимание и выделяет вас среди остальных. Ведь даже нетипичная расцветка может спровоцировать небывалый интерес — представьте, к примеру, фиолетовую корову среди обычных черных, белых и бурых. Будьте уверены: выделиться можно всегда, нужно только подумать, чего в вашей отрасли еще никто не делал.

Если вы собственник компании или занимаетесь маркетингом — эта книга для вас.

УДК 339.1
ББК 65.290-2

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

© Seth Godin, 2002

© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-574-3

Оглавление

Предисловие	10
Фиолетовая корова	14
Сколько нужно «Р»?	14
Новое «Р» — это Purple Cow, или Фиолетовая корова	15
Дерзкие предположения	17
До, во время и после	17
Величайшая идея нарезанного хлеба	18
Вы заметили революцию?	18
Почему вам нужна Фиолетовая корова	21
Смерть телевизионно-промышленного комплекса	27
До и после	32
VW Beetle — Фиолетовая корова	33
Что работает?	34
Почему меня так раздражает The Wall Street Journal	35
Осведомленность — это не главное	38
Воля и путь, который нужно пройти	38
Пример: вам навверх?	39
Пример: что должен делать Tide?	41
Проникновение на рынок	42
Идеи, которые распространяются и побеждают	46
Большое непонимание	47
Кто слушает?	49
Сплошной обман	52
Кого это волнует?	53

Не все покупатели одинаковы	55
Закон больших чисел	56
Пример: Чип Конли	58
Проблема с Коровой	59
Следуйте за лидером	66
Пример: стул Aeron	68
Прогнозы, доходы и Фиолетовая корова	69
Пример: самая лучшая пекарня в мире	73
Анализ эффективности на массовом рынке	74
Пример: Logitech	75
Кто побеждает в мире Фиолетовой коровы	76
Пример: новый сорт киви	77
Преимущества Фиолетовой коровы	78
Пример: итальянский мясник	81
Антоним слова «выдающийся»	81
Жемчужина в бутылке	82
Парадокс пародии	84
Семьдесят два альбома группы Pearl Jam	86
Пример: Curad	87
Просто ничего не делайте	88
Пример: почтовая служба США	89
В поисках <i>отаку</i>	91
Пример: как компания Dutch Boy перевернула весь лакокрасочный бизнес	93
Пример: Krispy Kreme	94
Процесс и план	96
Сила слогана	97
Пример: Häagen-Dazs в Бронксвиле	99
Продавайте то, что покупают (и о чем говорят)	100
Проблема с компромиссом	101
Пример: Motorola и Nokia	103
Магический цикл Фиолетовой коровы	104
Что сегодня означает выражение «заниматься маркетингом»?	106

«Мы больше не занимаемся маркетингом, теперь мы — дизайнеры»	108
Что знает Говард?	109
Нужно ли быть возмутительным и скандальным, чтобы стать выдающимся?	113
Пример: McDonald's во Франции	114
А если это целая фабрика?	114
Проблема дешевого продукта	117
Что должны делать в Hallmark.com?	119
Фиолетовая корова ищет работу	121
Пример: Трейси, специалист по печати и рекламе	123
Пример: Робин Уотерс добивается своего	124
Пример: такой популярный, что туда больше никто не ходит	125
Обязательно ли «вкладывать душу»?	128
Реальные факты	131
«Мозговой штурм»	135
Соль — совсем не скучный продукт, или Еще восемь способов заставить работать Фиолетовую корову	153
Что сказал бы Оруэлл?	155
Об авторе	156