

بسم الله الرحمن الرحيم

غدا و بنفش

برجسته باشید، کسب و کار خود را متحول سازید

ست گودین

مترجم:

محمود ابراهیم خانی

سرشناسه: گودین، ست، ۱۹۶۰-م.
Godin, Seth, ۱۹۶۰-

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: ۹۳-۲-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸: ۲۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

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 مادیستم توسط موسسه فرهنگی کساگوش در سال ۱۳۸۶ و سپس توسط مترجمان و ناشران متفاوت ترجمه و منتشر شده است.

عنوان دیگر: گاو بنفش.

موضوع بازار با:

موضوع: Marketing.

شناسه افزوده: ابراهیم‌خانی، محمود، ۱۳۵۰- مترجم

شناسه افزوده: Ebrahimkhan, Mahmoud

رده بندی کنگره: ۵۴۱۵

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: اول - ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۳-۲-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸

تلفن مرکز پخش: ۳۳۱۲۶۵۴۱ 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 تاکیدهای رک
۱۲	بلیغات در گذشت زمان
۱۳	ستگاه برش نان
۱۳	به نقلا توجه کنید؟
۱۶	چرا به نظر من نادر است
۲۲	پایان 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 آزار می دهد
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	ایده هایی که گسترش می یابند، پیروزند
۴۲	سوء تفاهم بزرگ
۴۴	چه کسی گوش می دهد؟

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

۸۶	مطالعه موردی: "داچ بوی" چطور تجارت رنگ را تکان داد
۸۸	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 جادوی گاو بنفش
۱۰۱	امروزه فرشته شدن یعنی چه
۱۰۳	فروشنده بودن کافی است اکنون طراح هستیم
۱۰۴	هووارد چه می داند!
۱۰۷	برای برجسته بودن باید بیدارگر باشی؟
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
۱۳۳	نمک دیگر کسل کننده نیست