

Оглавление

Введение	6
Глава 1. Великие бренды создаются внутри компании	28
Глава 2. Великие бренды избегают продажи товаров	62
Глава 3. Великие бренды игнорируют тренды	94
Глава 4. Великие бренды не гоняются за покупателями	130
Глава 5. Великие бренды упорно работают над мелочами	166
Глава 6. Великие бренды берут на себя обязательства и выполняют их	204
Глава 7. Великие бренды не должны «отдавать долг»	240
Глава 8. Бренд как бизнес	272
Об авторе	287