

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ «В
ПОИСКАХ
ОЧЕВИДНОГО. КАК
ИЗБАВИТЬСЯ ОТ
ХАОСА В
МАРКЕТИНГЕ И
БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ»**

Библиотека КнигиКратко
Краткое содержание «В
поисках очевидного. Как
избавиться от хаоса в
маркетинге и бизнес-стратегии»
Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27358806
APP;

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «В поисках очевидного. Как избавиться от хаоса в маркетинге и бизнес-стратегии». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Всемирно известный маркетолог, основатель и президент компании Trout & Partners, автор такой эпохальной концепции, как позиционирование, Джек Траут представляет свою новую книгу «В поисках очевидного», где он продолжает решать основную задачу маркетинга – поиск очевидных причин для покупки продукта именно вашей компании, а не компаний конкурентов.

Концепция позиционирования сегодня одна из самых распространенных маркетинговых теорий. Понятие «позиционирование» Траут позаимствовал из военной терминологии (буквально: «занять на поле битвы выигрышную позицию по отношению к врагу»). Любимыми книгами Траута являются работы Клаузевица и Сунь-цзы. Подробно о своей концепции он говорит в книге «Позиционирование. Битва за умы» (Positioning: The Battle for Your Mind). Этот труд, написанный Джеком Траутом в соавторстве с Элом Райсом, стал одной из ключевых точек в мировой эволюции маркетинга.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги

«В поисках очевидного»

Джек Траут

«Люди любят хитроумные идеи, но срабатывают идеи очевидные».

Джек Траут

Автор ключевой концепции маркетинга

Всемирно известный маркетолог, основатель и президент компании Trout & Partners, автор такой эпохальной концепции, как позиционирование, Джек Траут представляет свою знаменитую книгу «В поисках очевидного», где он продолжает решать основную задачу маркетинга – поиск очевидных причин для покупки продукта именно вашей компании, а не компаний конкурентов.

Концепция позиционирования сегодня одна из самых распространенных маркетинговых теорий. Понятие «позиционирование» **Траут** позаимствовал из военной терминологии (буквально: «занять на поле битвы выигрышную позицию по отношению к врагу»). Любимыми книгами **Траута** являются работы Клаузевица и Сунь-цзы (серия «Библиотека Генерального Директора. Вечная классика», тома I, V, VI, 2008 г.). В 2010 г. в серии «Библиотека Генерального Директора.

Школа Современного Бизнеса» вышла главная книга Джека Траута, в которой он подробно говорит о своей концепции, – «Позиционирование. Битва за умы» (Positioning: The Battle for Your Mind). Этот труд, написанный Джеком Траутом соавторстве с **Элом Райсом**, стал одной из ключевых точек в мировой эволюции маркетинга. Все упомянутые здесь работы Клаузевица, Сунь-цзы и Траута представлены в Библиотеке «Главная мысль. Книги в кратком изложении».

Биографическая справка

Джек Траут (Jack Trout) родился в 1935 г. Образование – экономическое, бакалавр. Начал свою карьеру в рекламном отделе компании General Electric. Из GE он перешел на позицию управляющего отделом рекламы компании Uniroyal. После Uniroyal он начал совместную работу с Элом Райсом (Al Ries) в рекламном агентстве, затем в компании по разработке маркетинговых стратегий. Вместе с Райсом Траут проработал более четверти века. После того как взгляды двух «гуру» маркетинга разошлись (Райс решил работать со своей дочерью, Траут же вмешивать в бизнес семью отказался), Траут создал агентство Trout & Partners. Сегодня эта компания со штаб-квартирой в Олд-Гринвич (штат Коннектикут, США) работает в десятках стран и консультирует крупнейшие компании в мире: Audi, MasterCard, Merrill Lynch, Xerox, AT&T, IBM, Hewlett-Packard, Procter & Gamble и многие другие.

Андерграф. «Очевидный Адамс»

По мнению **Джека Траута**, лучшая книга по маркетингу написана более 90 лет назад, в 1916 г. Ее автор – **Роберт Р. Андерграф**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.