



Книга Олексія Філановського — не підручник з маркетингу і не посібник для вузьких фахівців в окремих галузях маркетингової діяльності. А слово «Головна» у її назві вказує передусім на те, що вона містить відповіді на найфундаментальніші питання, пов'язані з маркетингом — живим, мінливим і рухомим, наче ртуть. Важливо — мова тут іде про наші українські реалії, наші ринки, наших споживачів і наші культурні парадигми.

Книга буде цікавою й корисною підприємцям і державним службовцям, маркетологам і рекламистам, студентам і управлінцям, тим, хто збирається змінити професію, і тим, хто має намір змінити все навколо — починаючи з власної компанії.

Саме таке завдання поставив перед собою автор — й успішно його реалізував.

## ЗМІСТ

Від автора .....	3
Що таке маркетинг? Наближаємось до визначення...	5
Три переваги .....	13
Спроба дати визначення.....	25
Антипапа.....	29
Маркетинг і шахи .....	39
Маркетинг усьому голова, проте доктрину доведеється враховувати.....	45
«Хто ми? Куди прямуємо?» Ой, ні: «Де ми? Куди всі йдуть?» .....	55
Ескалація потреб .....	81
Різні ролі однієї людини, або Чому «соцдем» більше не спрацьовує.....	87
Чи варто ставати «lovemark», або Ставимо реальні завдання .....	95
Цінова політика: ліворуч підеш, праворуч підеш, прямо підеш, а більше нема куди йти!.....	113
Аналітична робота: болота і бегемоти .....	123
Піраміда: від основи до повідомлення — і назад...	155
Навіщо потрібні креативні агентства та як їх «готувати» .....	161
Значення набуто. Як повідомити про це споживачеві? .....	181
Онлайн: як зробити так, щоб новий світ не перетворився для вас на задзеркалля .....	217
Фантастичні маркетингологи та де вони мешкають....	255
Місце маркетингу у вашій компанії.....	285
Фінал. І знову про здоровий глузд .....	299