

Índice

Nota do autor	11
Capítulo um	
Não são emails em massa, não é spam, não é algo vergonhoso.....	17
Capítulo dois	
Os profissionais de marketing aprendem a ver.....	25
Capítulo três	
O marketing muda as pessoas através de histórias, relações e experiências	29
Capítulo quatro	
O menor mercado viável.....	37
Capítulo cinco	
À procura de “melhor”	51
Capítulo seis	
Muito mais que uma mercadoria	70
Capítulo sete	
A tela dos sonhos e dos desejos	81

Capítulo oito	
Para quem é, uma vez mais: procurar o menor mercado viável	91
Capítulo nove	
As pessoas como nós fazem as coisas assim.....	101
Capítulo dez	
Confiança e tensão fazem avançar.....	112
Capítulo onze	
Estatuto, dominância e afiliação.....	120
Capítulo doze	
Um plano de negócios melhor.....	135
Capítulo treze	
Semiótica, símbolos e vernáculo	139
Capítulo catorze	
Trate pessoas diferentes de maneira diferente	149
Capítulo quinze	
Chegar às pessoas certas	156
Capítulo dezasseis	
O preço é uma história	168
Capítulo dezassete	
ermissão e notabilidade num círculo virtuoso.....	176
Capítulo dezoito	
A verdade é tão escassa como a atenção.....	185
Capítulo dezanove	
O funil	189

Capítulo vinte	
Organizar e liderar uma tribo.....	212
Capítulo vinte e um	
Alguns estudos de caso usando o método	220
Capítulo vinte e dois	
O marketing funciona e agora é a sua vez.....	225
Capítulo vinte e três	
Fazer marketing para a pessoa mais importante.....	227
Leituras recomendadas	233
Ficha de trabalho elementar de marketing	237
Agradecimentos	239
Índice Remissivo.....	241

Nota do autor

O marketing está em todo o lado. Desde as suas primeiras memórias até ao momento em que abriu este livro, foi bombardeado por marketing. Aprendeu a ler com cartazes na berma da estrada e gastou tempo e dinheiro influenciado por aquilo que os profissionais de marketing fizeram para o seduzir. O marketing, mais do que um lago ou uma floresta, é a paisagem das nossas vidas modernas.

Por estarmos sob os efeitos do marketing há tanto tempo, tomamo-lo como garantido. Da mesma forma que um peixe não percebe o que é a água, não conseguimos ver o que está realmente a acontecer e não percebemos as alterações que isso produz em nós.

Chegou a hora de fazer algo diferente com o marketing. De melhorar as coisas. De provocar uma mudança que gostaria de ver no mundo. Para fazer crescer o seu projeto, é claro, mas sobretudo para beneficiar as pessoas de quem gosta.

A resposta a praticamente qualquer pergunta relacionada com trabalho é mesmo a pergunta: “Quem pode ajudar?”.

Isto é marketing

- O marketing procura alcançar *mais*. Mais quota de mercado, mais clientes, mais trabalho.
- O marketing é impulsionado pelo conceito de melhor. Melhor serviço, melhor comunidade, melhores resultados.