## Оглавление

| введение6   |
|---|
| Глава 1. Великие бренды создаются внутри компании 28                  |
| Глава 2. Великие бренды избегают продажи товаров 62                   |
| Глава З. Великие бренды игнорируют тренды 94                          |
| Глава 4. Великие бренды не гоняются за покупателями                   |
| Глава 5. Великие бренды упорно работают над мелочами 166              |
| Глава 6. Великие бренды берут на себя обязательства<br>и выполняют их |
| Глава 7. Великие бренды не должны «отдавать долг» 240                 |
| Глава 8. Бренд как бизнес   |
| Об авторе   |