

目次

推薦序	II
審訂序	IV
原著序	X
前言篇 剖析變化	2
第 1 章 科技為主要的驅動力	5
第 2 章 主要的驅動力：政治法律、經濟和社會文化	21
第 3 章 市場是最終的驅動力	33
第一篇 行銷在轉變中？	50
第 4 章 以產品為中心的觀點：產品開發之連結	55
第 5 章 以顧客為中心的觀點：與數位顧客連結	75
第 6 章 以人為中心的觀點：在連結的世界做對以做好	91
第二篇 行銷在遷移中？	106
第 7 章 制定策略：從定位到確認	109
第 8 章 核心戰術：從差異化到系統性內化	123
第 9 章 價值指標：從品牌到個性	139

第三篇 行銷在開創中？	154
第 10 章 價值探索的行銷策略	157
第 11 章 價值承諾的行銷戰術	173
第 12 章 行銷有價值的品牌價值	195
後記 全球區域在地化的思維	210
第 13 章 亞洲的在地冠軍	213
第 14 章 亞洲區域企業：亞洲願景與在地行動	227
第 15 章 亞洲的多國籍企業：全球視野、區域策略、在地戰術	245