

Дениз Ли Йон

# ЧТО ДЕЛАЮТ ВЕЛИКИЕ КОМПАНИИ

---

*или Как отделить  
лучшее от прочего*

ББК 65.80-59  
УДК 659.154  
Л55

## Д. Ли Йон

Л55 Что делают великие компании, или Как отделить лучшее от прочего. — СПб.: Питер, 2015. — 288 с.: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»).

ISBN 978-5-496-01350-5

Откройте для себя проверенные стратегии создания мощных брендов мирового класса! Заманчиво считать, что такие компании, как Apple, Nike и Zappos, достигли мировой известности и миллиардных оборотов благодаря исключительной прозорливости, «волшебной формуле успеха» или даже гениальности одного дальновидного лидера. Однако это не так — все эти компании применяли совершенно определенные технологии и принципы, преобразовавшие самые заурядные бренды в лидеров своей отрасли. Проще говоря — великий бренд можно создать.

В своей книге Дениз Ли Йон — известный маркетинговый аналитик и консультант — представляет свою неординарную точку зрения: учат инновационной стратегии «бренда как бизнеса», улучшающей идентичность бренда, помогающей повысить прибыли, усовершенствовать культуру компании и создать более прочные связи с акционерами.

- Рассматриваются 7 ключевых принципов, которые последовательно внедряли самые великие компании мира.
- Представлены кейсы, исследующие успехи и неудачи построения бренда компаний всех размеров, включая IBM, Burger King и других.
- Дается набор стратегий и инструментов, доступных для немедленного использования.

Книга рассчитана на директоров компаний, предпринимателей и менеджеров любого уровня, но также будет интересна всем, кто интересуется историей и становлением брендов.

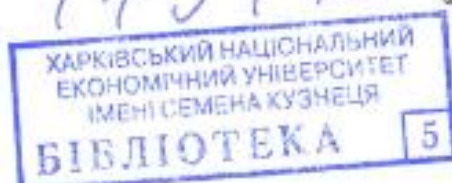
**12+** (В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ)

ББК 65.80-59  
УДК 659.154

Права на издание получены по соглашению с Jossey-Bass Inc. Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-1118611258 англ.  
ISBN 978-5-496-01350-5

© 2014 by Denise Lee Yohn, Inc.  
© Перевод на русский язык ООО Издательство «Питер», 2015  
© Издание на русском языке, оформление ООО Издательство «Питер», 2015



## Оглавление

Введение .....	6
Глава 1. Великие бренды создаются внутри компании .....	28
Глава 2. Великие бренды избегают продажи товаров .....	62
Глава 3. Великие бренды игнорируют тренды .....	94
Глава 4. Великие бренды не гоняются за покупателями .....	130
Глава 5. Великие бренды упорно работают над мелочами .....	166
Глава 6. Великие бренды берут на себя обязательства и выполняют их .....	204
Глава 7. Великие бренды не должны «отдавать долг» .....	240
Глава 8. Бренд как бизнес .....	272
Об авторе .....	287