

Seznam doporučené literatury s tematikou marketingu

(ve zcela náhodném pořadí)

Existují tisíce knih, které bych vám rád doporučil k přečtení, nicméně zde jsem se pokusil upozornit na knihy primárně zaměřené na marketing a především na takový druh marketingu, o němž pojednává tato kniha.

Geoff Moore: *Crossing the Chasm*

Chris Anderson: *Dlouhý chvost – Proč budoucnost byznysu spočívá v dlouhodobých prodeích a větší pestrosti nabídky* (Computer Press, 2010)

Claude Hopkins: *My Life in Advertising, Scientific Advertising*

David Ogilvy: *Ogilvy o reklamě* (Management Press, 2007)

Mark Bartholomew: *Adcreep*

Michael Schrage: *Who Do You Want Your Customers to Become?* (krátká moderní klasika)

Jackie Huba, Ben Mc Connel: *Creating Customer Evangelists: How Loyal Customers Become a Volunteer Salesforce*

David Meerman Scott: *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, a Viral Marketing to Reach Buyers Directly*

Zig Ziglar: *Secrets of Closing the Sale* (kniha pojednává jak o marketingu, tak o prodeji)

Jack Trout, Al Ries: *Positioning: The Battle for Your Mind*

Seth Godin: *Fialová kráva – Marketing konečně jinak!* (Fragment, 2010)

Seth Godin: *Tribes: We Need You to Lead Us*

Seth Godin: *Všichni marketéři jsou lháři* (Management Press, 2006) (ze všech mých knih pojednávajících o marketingu, je tato nejlepší)

Seth Godin: *Unleashing the Ideavirus: Stop Marketing AT People! Turn Your Ideas into Epidemics by Helping Your Customers Do the Marketing for You*

Herschell Gordon Lewis: *Direct Mail Copy That Sells* (jedna z mnoha jeho klasických knih o copywritingu)

Scott Bedbury, Stephen Fenichell: *A New Brand World: Eight Principles for Achieving Brand Leadership in the Twenty- First Century*

Douglas Atkin: *The Culting of Brands: Turn Your Customers into True Believers* (přehlížená perla)

Guy Kawasaki: *Selling the Dream* (jeho nejlepší kniha)

Steve Blank: *The Four Steps to the Epiphany* (startupová publikace se zásadními marketingovými informacemi)

Malcolm Gladwell: *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*

Bernadette Jiwa: *Marketing: A Love Story: How to Matter to Your Customers* (je vynikající a doporučuji všechny její knihy)

Max Barry: *Syrup* (nejlepší marketingový příběh, který byl kdy napsán)

Chris Anderson: *Free: The Future of a Radical Price*

Steve Krug: *Rocket Surgery Made Easy* (překvapující kniha o testování)

Jay Levinson a Seth Godin: *Guerilla marketing* (Computer Press, 2011)

Regis McKenna: *The Regis Touch*

Kevin Kelly: *New Rules for the New Economy*

Giff Constable: *Talking to Humans: Success Starts with Understanding Your Customers* (rozšířený blog, jak mluvit se zákazníky)

Tom Peters: *The Tom Peters Seminar: Crazy Times Call for Crazy Organizations*

Tom Peters: *The Pursuit of Wow! Every Person's Guide to Topsy-Turvy Times*

Simon Sinek: *Začněte s proč* (Jan Melvil, 2013)

Joseph Pine a James Gilmore: *The Experience Economy, Updated Edition*

Shawn Akinosie: *Meaningful Work*

Fred Reichheld: *The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer- Driven World*

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur: *Tvorba business modelů* (BizBooks, 2012)

Steve Pressfield: *Válka umění* (Jan Melvil, 2017) (o tom, proč byste mohli mít těžké časy, když děláte to, o čem víte, že bude fungovat)