

## DAFTAR ISI

*Kata pengantar* • ix

*Pendahuluan* • xv

- Mitos ke-1** Merek Hanyalah Satu Cara untuk Membebani Anda Lebih Banyak pada Produk yang Sama • 1
- Mitos ke-2** Sekali Hilang, Kepercayaan Tidak Akan Pernah Dapat Dibangun Kembali • 13
- Mitos ke-3** Merek yang Kuat Dapat Digunakan untuk Menopang Bisnis yang Buruk • 25
- Mitos ke-4** Teknologi Mengurangi Kekuatan Merek • 35
- Mitos ke-5** Branding Hanyalah Tentang Logo dan Iklan • 47
- Mitos ke-6** Merek Tidak Memiliki Nilai Finansial • 63
- Mitos ke-7** Diferensiasi Sudah Mati, Kekhasan itu Penting • 79
- Mitos ke-8** Pelanggan Selalu Benar • 97
- Mitos ke-9** Anda Membutuhkan Beberapa Dekade untuk Membangun Merek Global Sejati • 107
- Mitos ke-10** Merek "Dimiliki" oleh Departemen Pemasaran • 117
- Mitos ke-11** Tujuan Merek Hanyalah Nama Lain CSR • 127

- Mitos ke-12** Pelanggan Mencari Hubungan Personal dengan Merek Anda • 141
- Mitos ke-13** Branding Itu Subjektif, Semuanya Ringan dan Berseni Tanpa Ketelitian serta Sains • 153
- Mitos ke-14** Pada Jenis Bisnis Tertentu, Merek Tidak Benar-benar Penting • 175
- Mitos ke-15** Branding Tidak Berkaitan dengan Pengalaman Pelanggan • 187
- Mitos ke-16** Branding Adalah Semua Tentang Produk • 201
- Mitos ke-17** Menciptakan Nama Merek Itu Mudah • 213
- Mitos ke-18** Merek Hanyalah Barang Konsumsi • 227
- Mitos ke-19** Merek Hanyalah Apa yang Terjadi di Luar • 251
- Mitos ke-20** Tidak Ada yang Bernama Loyalitas Merek • 263

*Kesimpulan* • 277

*Profil Penulis* • 287