

မာတိကာ

စာရေးသူ၏ အမှာစာ

ကျေးဇူးတင်လွှာ

စာရေးသူ၏ ကိုယ်ရေးအကျဉ်း

- Customer တွေ အမြဲမှတ်မိဖို့ C.R.E.A.T.E.S ၁
- တချို့အရာတွေက ဘာကြောင့်ပိုကောင်းတယ်လို့ စိတ်ထဲတွေးကြတာလဲ ၁၁
- ကိုယ့်လက်နဲ့ ကိုယ့်စိတ်ကြိုက် ဖန်တီးရတာကို လူတွေ ဘာလို့ကြိုက်တာလဲ ၁၅
- ကျွန်တော်တို့က ကိုယ်မြင်ချင်တာပဲ မြင်နေတဲ့အခါ ဘယ်လိုကြော်ငြာကြမလဲ ၁၉
- ကိုယ်မှန်တယ်ဆိုတာ ဘယ်လောက်သေချာလဲ ၂၃
- တစ်ခုခုမှားသွားရင် ဘာလုပ်ကြမလဲ ၂၅
- ဒီစာကို မဖတ်မိဘူးဆိုရင် သိကြမှာမဟုတ်ဘူးနော် ၂၉
- ကိုယ့်ပစ္စည်းကို မဝယ်ဘူးလို့ဆုံးဖြတ်ထားတဲ့သူတွေကို ဘယ်လိုရောင်းကြမလဲ ၃၃
- အောင်မြင်ပြီးသားလူတွေ ဘာကြောင့် Brand တွေ မသုံးကြတော့တာလဲ ၃၇
- အကျင့်ပျက်အောင် ဘယ်လိုဖျက်မလဲ ၄၁
- Behavior Change Wheel ၄၅

- လူတွေရဲ့အမူအကျင့်တွေကို ဘယ်လိုပြောင်းလဲပစ်လို့ရနိုင်မလဲ ၅၁
- ကြော်ငြာခ မပေးနိုင်ရင် နည်းနည်းပဲရောင်း၊ ကြော်ငြာခ များများတတ်နိုင်ရင် များများရောင်းရမှာလား ၅၇
- ကိုယ့်ပစ္စည်းသုံးတာ အကျင့်ဖြစ်အောင် ဘာတွေလုပ်ဖို့လိုလဲ ၆၃
- ဆင်ကြီးတစ်ကောင်အကြောင်း မတွေးဘဲ နေကြည့်ရအောင်လား ၇၁
- ကြော်ငြာကောင်းတိုင်း ဈေးရောင်းရလား ၇၅
- လူတွေရဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်ချပုံလေးတွေ လေ့လာကြည့်ရအောင် ၈၁
- လူတွေ ဘယ်လိုအတုခိုးလဲ လေ့လာကြည့်ရအောင် ၈၇
- လူတွေ ဘယ်လိုဘက်လိုက်လဲ၊ ဈေးဘယ်လိုဝယ်တတ်ကြလဲ ၉၁
- လူတွေဈေးဝယ်ရင် ဘာလို့ဝယ်ကြတယ်ထင်သလဲ ၉၇
- ကျွန်တော်ပေးလေ့ရှိတဲ့ Marketing Brief ၁၀၃
- Neil Armstrong Effect ၊ သို့မဟုတ် Primacy Effect ၁၁၁
- Barnum Effect ၊ သို့မဟုတ် Forer Effect ၁၁၇
- MINDSPACE ၁၂၁
- စာတွေအများကြီး ဖတ်နေရတဲ့သူတွေအတွက် စာဘယ်လိုရေးမလဲ ၁၂၇
- Entrepreneurship is a Lonely Journey ၁၃၃
- သက်၊ ပြိုင်၊ ပိုင် ၁၃၇