

9	شكر وتقدير
11	مقدمة
15	الجزء الأول: بيئة البيع والشراء في العصر الرقمي
17	الفصل الأول: كثير من الاختيار
49	الفصل الثاني: الحلول الآتية الأربعة
77	الفصل الثالث: العناصر الأربعة للتسويق البسيط
103	الجزء الثاني: الاستراتيجية الأربعة للتقدم
105	الفصل الرابع: التعويض: بين الاستبدال والإدغام
151	الفصل الخامس: إعادة التعبئة: التجميع والتكامل
209	الفصل السادس: إعادة التوجيه تبسيط بعد العلامة التجارية بالنسبة للزبون
249	الفصل السابع: إعادة التعويض توريد مستمر بدون عيوب وسعر منافس
269	الجزء الثالث: السعي إلى التيسير
271	الفصل الثامن: التيسير في الظاهر والتعقيد في ما لا يُرى: دور تكنولوجيا المعلومات
289	الفصل التاسع: الارتقاء بالتسويق البسيط لتحويله إلى استراتيجية للمنتج وللأسم التجاري
353	الفصل العاشر: خلاصة القول: تحويل إزالة عناء الزبون إلى قيمة ملموسة لمصلحة حملة الأسهم: