

بازاریابی

۲۱ دیدگاه کلیدی برای بهبود بازاریابی

سرایان تریسی

نهدی قراچه‌داغی

نشر ذهن آویز

تهران، ۱۴۰۰

سرفشنامه:	تریسی، بریآن، ۱۹۹۴ - م.
عنوان و نام پدیدآور:	بازاریابی / بریآن تریسی؛ ترجمه مهدی قراچه‌داهی.
مشخصات نشر:	تهران: ذهن‌آویز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری:	۱۲۰ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک:	978-600-118-182-5
وضعیت فهرست‌نویسی:	لیبا
یادداشت:	عنوان اصلی: Marketing, 2014.
موضوع:	بازاریابی
شناسه افزودن:	قراچه‌داهی، مهدی، ۱۳۲۶ -، مترجم.
رده‌بندی کنگره:	ب ۱۳۹۳ / ۲ پ ۲ / HF ۵۴۱۵
رده‌بندی دیویی:	۶۵۸۸
شماره کتابشناسی ملی:	۳۶۶۱۳۵۶

این کتاب ترجمه‌ای است از:

MARKETING

بازاریابی

by

Brian Tracy

Published by AMA com. in USA., 2014

ویراستار: شهلا ارزنگ

طرح جلد: سوگل علمی

مدیر پیش‌تولید: پژمان آرایش

چاپ پنجم: تابستان ۱۴۰۰

شمار نسخه‌های این چاپ: ۴۰۰

حق چاپ برای نشر ذهن‌آویز محفوظ است

لینوگرافی: زاویه نور / چاپ: کاج / صحافی: پیکان

مدیر تولید: عماد نورنایی

مرکز پخش: انجمن گسترش فرهنگ و مطالعات

تلفن و دورنگار: ۷۷۳۵۴۱۰۵

آدرس اینترنتی: zehnavizpub.ir

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

فهرست

۱	مقدمه
۵	یک: هدف تجارت
۱۱	دو: چهار موضوع مهم در بازاریابی موفق
۱۷	سه: سه سؤال کلیدی در بازاریابی
۲۳	چهار: بررسی بازار و اطلاعات بازاری
۲۹	پنج: بازاریابی مشتری محور
۳۳	شش: چرا مردم خرید می‌کنند
۳۹	هفت: تحلیل رقابت
۴۵	هشت: دستیابی به امتیاز رقابتی

مقدمه

دلیل اصلی موفقیت یا شکست یک فعالیت تجاری باتوجه به موفقیت یا شکست فعالیتهای بازاریابی آن رقم می‌خورد. با استناد به دان و برداستریت، ۴۸ درصد ناکامیهای تجاری را باید در کم‌کاری و یا فقدان اثربخشی در حوزه بازاریابی و فروش جستجو نمود. در اقتصاد رقابتی پویای ما بازاریابی یکی از وظایف هسته‌ای هر مؤسسه موفق به شمار می‌آید. بدون توجه به اینکه تجارت شما در چه زمینه‌ای است، کار شما «تجارت بازاریابی» است.

در این کتاب مفید و قدرتمند درباره بازاریابی با ۲۱ دیدگاه کلیدی در زمینه بازاریابی آشنا می‌شوید. برای بهبود راهکارهای بازاریابی خود می‌توانید از توصیه‌های پیشنهاد شده در این کتاب استفاده نمایید.

بازاریابی راهبردی هنر و علم پی بردن به خواسته‌های واقعی مشتریان

و بازار امروز و آینده است. این کتاب به شما می‌آموزد چگونه کالاها و خدمات خود را بگونه‌ای تولید و ساختاربندی کنید که نیازهای مشتریان شما را برآورده سازد.

هدف بازاریابی راهبردی این است که به شما امکان دهد که مقادیر بیشتری از کالاهای خود را با قیمتی بالاتر بفروشید و قلمرو وسیع‌تری از بازار را مورد استفاده قرار دهید.

قانون شماره یک

نقطه آغازین بازاریابی موفق برای شما این است که به خاطر داشته باشید همیشه حق با مشتری است. آنها به دلایل خود و نه برای برآورده ساختن خواسته شما اقدام به خرید می‌کنند. مشتریان خودخواه هستند، متوقع‌اند، بی‌ترحمند، وفادار نیستند، اما همیشه حق با آنهاست. آنها با توجه به نیازها، خواسته‌ها، امیال، و اندیشه خود عمل می‌کنند. مشتریان به محض آنکه احساس کنند جای دیگری فروشنده بهتری وجود دارد، خرید از شما را متوقف می‌کنند و به سراغ فروشنده جدید می‌روند.

توانایی شما برای ظاهر شدن مطابق میل آنها و برآورده ساختن خواسته‌ها و نیازهای آنها تا حدود زیاد موفقیت شما در تجارتتان را رقم می‌زند.

بازاریابی مهارتی است که باید آن را بیاموزید. برای آموختن این مهارت باید پیوسته برخی از ایده‌ها و نظرات را مورد توجه قرار دهید و به‌طور منظم سؤالات حیاتی چندی را مطرح سازید. اگر وقت صرف کنید و

به سؤالات مطرح شده در این کتاب جواب بدهید، به مقدار زیاد بر مهارت‌های بازاریابی خود می‌افزایید.

مهمترین بخش این کتاب کاری است که بعداً انجام می‌دهید. اقدامی است که می‌کنید. مهم این است که این اقدامات را به چه سرعتی انجام می‌دهید. این ارزش کتاب حاضر را برای شما مشخص می‌کند.

وقتی شما درباره اقدامی می‌خوانید و یا به آن فکر می‌کنید که می‌تواند بازاریابی شما را بهتر کند، بلافاصله اقدام کنید. تأخیر جایز نیست. احساس اضطرار ایجاد کنید. اینها کیفیات ضروری، همه‌کسانی است که اقدام تجاری می‌کنند.