

۱۴۳۸۷۶۸

بیش



بازاریابی و فروش نرم افزار فروشگاهی

Store's Software
Sales & Marketing

مؤلف:

خدایار عبداللہی

سرشناسه: عبداللہی، خدایار، ۱۳۵۸.
عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی و فروش نرم افزار فروشگاه‌های/نویسنده خدایار عبداللہی.

مشخصات نشر: تهران: امیران، ۱۳۹۵

مشخصات ظاہری: ۱۲۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۴۲-۱ - ۱۹۹۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا.

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۱۸ - ۱۲۰

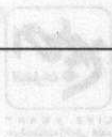
موضوع: فروشگاه‌ها و مغازه‌ها -- نرم افزار

موضوع: Stores, Retail -- Software

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ب۹ ۱۵/۴۲ HF ۵۴۲۹

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۰۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۲۸۹۸۲۲



فروشگاه اینترنتی

Software
Marketing

نام کتاب: بازاریابی و فروش نرم افزار، فروشگاه

مؤلف: خدایار عبداللہی

ناشر: انتشارات امیران

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۵

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۴۲-۱

طراحی جلد و صفحه آرایی: افشین امیری

قیمت کتاب: ۱۹۹۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، روبروی درب اصلی پارک ملت، ساختمان صورتی،

پلاک ۲۶۶۵ طبقه دوم، واحد ۱۷ تلفن‌های تماس: ۱۲۰۱۲۳۰۴ - ۲۲۰۱۶۱۴۱

پست الکترونیکی: amiranbooks@yahoo.com

فروشگاه اینترنتی: www.amiranbooks.com

ناشر از حمایت‌های مالی سایت کارآفرین کمک (ارائه‌کننده خدمات هوشمند مشاوره‌ای و آموزشی در

زمینه سرمایه‌گذاری و کارآفرینی) در چاپ و انتشار این کتاب تقدیر و تشکر می‌نماید.

برابر قانون حمایت از مولفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت‌های یا بخش‌هایی از این کتاب به هر صورت، منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هرگونه تکثیر و نسخه برداری کاغذی، الکترونیکی و کپی یا تصویربرداری از این کتاب به هر صورت و شکلی شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعاً و قانوناً حرام و قابل پیگرد قانونی است.



مقدمه مؤلف

عدم حضور مدیران حرفه ای بازاریابی و فروش سبب شده است تا نقش کمرنگی از آنها در ذهن شرکتهای نرم افزار فروشگاهی باقی بماند. در صورتی که اگر سیستم بازاریابی و فروش نرم افزار فروشگاهی با برنامه ریزی اصولی و مدیریت علمی مدیریت شود، شاهد تحولی بزرگ در صنعت نرم افزار فروشگاهی خواهیم بود.

فرآیند فروش در صنعت نرم افزار فروشگاهی چندان پیچیده نیست، مشروط بر آنکه استراتژیها، اهداف و مأموریت هر پروژه تهیه و تدوین شود و مدیران بازاریابی براساس آن برنامه اصولی و علمی را برای تعیین بازار هدف و مشتری هدف تدوین کنند.

بنابراین اگر بدون استراتژی و مدیریت بازاریابی و مهندسی فروش نرم افزار فروشگاهی تولید کنیم در فرآیند فروش دچار بحران خواهیم شد. چرا که هندسه فروش برای کسانی که به روش سنتی حرفه ای عمل می کنند، قبل از تولید ترسیم و طراحی نشده است.

باتشکر

خدایار عبداللهی

بر اساس تعریف فیلیپ کاتلر، مدیریت بازاریابی عبارت است از فرآیند برنامه ریزی و اجرای پندار توزیع ایده، کالا و خدمات، به قصد انجام مبادلاتی که به تمامی اهداف انفرادی و سازمانی منجر شود. برخلاف استنباط سطحی رایج که مفهوم بازاریابی را ایجاد تقاضا برای محصول می داند، بازاریابی به طیف وسیعی از فعالیتهای اطلاق می شود که از تحقیقات بازاریابی، برنامه ریزی، اجرا و کنترل تقاضا تشکیل شده است. مدیر بازاریابی، در چارچوب برنامه بازاریابی، در مورد بازارهای هدف، تولید کالای جدید، قیمت گذاری، کانالهای توزیع کالا، ارتباطات، برندسازی و تبلیغات، فعالیتهای لازم برای رسیدن به اهداف، زمان را ساماندهی و هدایت می کند.

آیا در بازار نرم افزار فروشگاهی فرآیند بازاریابی و فروش طی یک چرخه منطقی شکل می گیرد و آیا حرکتها، تولید کننده نرم افزار به بازاریابی به عنوان یکی از ارکان اساسی می بینند؟

به رغم آنکه در سالیان اخیر مدیریت بازاریابی و مهندسی فروش در دانشگاهها و موسسات دولتی و خصوصی تدریس می شود، مدارک مدیریت کسب و کار حرفه ای صادر می شود، اما همچنان بازاریابی و مهندسی فروش در صنعت نرم افزار فروشگاهی با اهمیت تلقی نمی شود.

این مساله زمانی غم انگیز تر است که بدانیم صنعت نرم افزار فروشگاهی که تاثیر مستقیم بر مکانیزه کردن اصناف دارد، گاه خود را بی نیاز از مرسوم مدیریت بازاریابی می داند.

اگرچه در سالیان اخیر شرکتهای بزرگ نرم افزار فروشگاهی با تشکیل گروههای تحقیق و توسعه و مطالعات بازار و راه اندازی تیم بازاریابی و فروش سهم بیشتری در این ماجرا از خود بجا گذاشته اند، اما واقعیت آن است که بدنه میانی صنعت نرم افزار فروشگاهی که متشکل از شرکتهای بسیار کوچک است هیچ نسبتی با مدیریت بازاریابی ندارند و هنوز با تکیه بر شیوه های سنتی، نرم افزار را تولید و عرضه می کنند.

در این سالهای اخیر شاهد آنیم که تعدادی از شرکتهای نرم افزار فروشگاهی نرم افزار را تولید و سپس عرضه می کنند و منتظر می مانند تا مشتری سراغشان بیاید. در صورتی که بازاریابی و فروش به عنوان یک علم، هنر و مهارت، نیازمند استراتژی و برنامه ریزی است. واقعیت این است که سیستم مدیریت بازاریابی و فروش نقش تعیین کننده ای در بازار نرم افزار فروشگاهی ایران ندارد و حتی کسانی که در زمینه بازاریابی و فروش تحقیق و پژوهش می کنند، کمتر در این زمینه قلم زده اند.

پیشگفتار نویسنده.....	۴
مقدمه.....	۷

فصل اول

معرفی نرم افزار فروشگاهي.....	۱۰
۱-۱ تاریخچه صندوق فروشگاهي.....	۱۰
۲-۱ تعريف نرم افزار فروشگاهي.....	۱۱
۳-۱ الزام قانوني سبب نرم افزار فروشگاهي.....	۱۲
۴-۱ فروشگاهها از سنتي تا مدرن.....	۱۳
۵-۱ اندازه بازار نرم افزار سبب نرم افزار فروشگاهي ايران بتفكيك استانهاي کشور.....	۱۴
۱-۵-۱ تعريف اندازه بازار.....	۱۴
۲-۵-۱ چرا بايد اندازه بازار را محاسبه کرد؟.....	۱۴
۳-۵-۱ چرا كسب و کارهاي ايراني مي خورند؟.....	۱۵
۴-۵-۱ رابطه سهم بازار و اندازه بازار.....	۱۶
۵-۱-۶ جدول و نمودار اصناف کشور بررسي و محاليت.....	۱۷
۷-۵-۱ جدول اندازه بازار نرم افزار فروشگاهي.....	۲۰
۱-۷-۵-۱ اندازه بازار نرم افزار فروشگاهي كل.....	۲۰
۲-۷-۵-۱ اندازه بازار نرم افزار فروشگاهي بتفكيك هر استان.....	۲۰
۶-۱ موانع ورود و خروج از صنعت نرم افزار فروشگاهي.....	۲۲

فصل دوم

استراتژي بازاریابی شرکت نرم افزار فروشگاهي.....	۲۴
۱-۲ تعريف بازاریابی.....	۲۴
۲-۲ انواع بازاریابی.....	۲۴
۳-۲ بهترين روش بازاریابی برای شرکت نرم افزار فروشگاهي.....	۲۵
۴-۲ برنامه بازاریابی شرکتهای نرم افزار فروشگاهي.....	۲۷
۱-۴-۲ فرآيند تهيه برنامه بازاریابی برای يك شرکت توليد كننده نرم افزار فروشگاهي.....	۲۷
۵-۲ توصيه های متخصصان بازاریابی به توليد كنندگان نرم افزار.....	۳۹

فصل سوم

رقابت در صنعت نرم افزار فروشگاهي.....	۴۲
۱-۳ سه نیروی رقابتي در بازار نرم افزار فروشگاهي.....	۴۲

- ۲-۳ چرا باید مشتری نرم افزار شمارا بخرد؟
- ۳-۳ مشکلات قبل و بعد از نصب نرم افزار فروشگاه
- ۱-۳-۳ سایت حسابدار یاب چیست؟
- ۲-۳-۳ تبلیغ شرکت های نرم افزار فروشگاه در حسابدار یاب
- ۴-۳ ده شرکت برتر نرم افزاری جهان
- ۱-۴-۳ معرفی شرکت آی بی ام
- ۲-۴-۳ معرفی شرکت سیج
- ۳-۴-۳ معرفی شرکت ایتوویت
- ۴-۴-۳ معرفی شرکت اوراگل
- ۵-۴-۳ شرکت Salesforce.com
- ۶-۴-۳ شرکت P۱۵

فصل چهارم

- فرآیند فروش نرم افزار ها، فروشگاه
- ۱-۴ فرآیند فروش نرم افزار فروشگاه (هکتر ۲۱ روزه فروش موفق)
- ۲-۴ پیشنهاداتی در جهت موفقیت فروش شرکت نرم افزار فروشگاه (۴۵ پیشنهاد)
- ۳-۴ تیم استقرار
- ۱-۳-۴ اهمیت تیم استقرار (پشتیبانی فیزیکی)

فصل پنجم

- آمارهایی در مورد تولید و فروش نرم افزار در جهان ایران
- ۱-۵ استفاده از تحلیل شخصیت Disc برای بازاریابی و فروش نرم افزار فروشگاه
- ۲-۵ چگونگی استفاده از بازی Pokemon Go برای بازاریابی
- ۳-۵ نکاتی در مورد انتخاب و خرید یک نرم افزار مناسب
- ۴-۵ نکات مهم در انتخاب نرم افزار داده ها
- ۵-۵ اپلیکیشن
- ۱-۵-۵ اپلیکیشن چیست؟
- ۲-۵-۵ تفاوت نرم افزارهای موبایل و اپلیکیشن موبایل در چیست؟
- ۳-۵-۵ نگاهی به تولید اپلیکیشن موبایل در کشور
- ۴-۵-۵ تولید ۷۰ هزار اپلیکیشن فارسی در ایران
- ۵-۵-۵ سالانه ۲۱۰ میلیارد اپلیکیشن موبایلی نصب می شود
- ۶-۵-۵ درآمد بازار جهانی اپلیکیشن ها دو برابر می شود
- ۷-۵-۵ ده اپلیکیشن اندرویدی پرطرفدار میان کاربران ایرانی