

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



روان شناسی تبلیغات

بازاریابی و فروش

(فرهام)

خرید و فروش کتاب بدون هولوگرام غیرقانونی
و غیر شرعی است و پی گرد قانونی دارد.

سرشناسه: مقدسین، رسول، ۱۳۶۰.

عنوان و نام پدیدآور: روان‌شناسی تبلیغات: بازاریابی و فروش / رسول مقدسین (فرهام).

مشخصات نشر: اصفهان: رسول مقدسین، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م. (رقعی).

ت.ایک: ۶۰۰۰ ریال، 978-600-04-4499-0

پهرس نویسی بر اساس اطلاعات فیپا.

داشت: کتابنامه.

موضوع: بازاریابی - جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع: آگهی‌ها - تبلیغات - جنبه‌های روان‌شناسی

رده‌بندی کنفر: HF ۵۸۲۲/م۷۰۱۱۰۵ رده‌بندی دیویی: ۶۵۹/۱۰۱۹

شماره کتابشناسی ملی: ۱۳۸۱۷

♦ نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۵ ♦ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

♦ صحافی: بابک ♦ قیمت: ۶۰۰۰ تومان

♦ کلیه حقوق چاپ © این اثر محفوظ و متعلق به مؤلف است و هرگونه تکثیر و نقل کتبی (جزیی یا کلی) یا انتشار الکترونیکی آن غیر شرعی و غیر قانونی است و منوط به اجازه کتبی از صاحب اثر می‌باشد. بدیهی است با متخلفین طبق قوانین نشر برخورد خواهد شد.

♦ تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۳۶۸۱۵۵۴۵

www.ravannew.persainblog.ir

فهرست مطالب

صفحه

شماره

پیشگفتار ۸

(بخش اول)

فصل اول: قدرت اقتصاد

- ۱۱ قدرت و امنیت اقتصادی چگونه مهیا می شود؟
۱۵ چه چیز امنیت سرمایه گذاری را به خطر می اندازد؟
۱۷ چگونه ایجاد شغل کنیم؟

فصل دوم: نوآوری

- ۱۹ نوآوری به چه معنا است؟
۲۰ چگونه و با چه شرایطی نوآوری شکل می گیرد؟
۲۳ هدف نوآوری چیست؟
۲۵ ابزار نوآوری چیست؟
۲۶ تفاوت نوآوری با خلاقیت
۲۷ چگونه می توان نظر دیگران را به ایده های جدید جلب کرد؟

فصل سوم: راز موفقیت اهل

- ۲۸..... راز موفقیت شرکت اهل و استیو جابز چه بود؟
 ۲۹..... کسب موفقیت مالی در تولید و فروش یک محصول از دیدگاه اهل چیست؟
 ۳۳..... ویژگی ذهنی نوآوران و انسان‌های خلاق.....
 ۳۴..... نظر استیو جابز در مورد کارآفرین‌های موفق.....

فصل چهارم: علاقه و نقش آن در زندگی

- ۳۸..... نقش علاقه و انگیزه در انتخاب شغل و زندگی انسان.....
 ۴۳..... انتخاب شغل ساز از علاقه، انگیزه و توانمندی اشخاص است.....

فصل پنجم: فقر و ثروت

- ۴۵..... انتخاب شغل آینده.....
 ۴۶..... آثار فقر و بیکاری در زندگی انسان.....
 ۴۷..... پیامدهای روانی فقر و تنگدستی.....
 ۴۸..... پول قدرت است.....
 ۵۰..... حرص و طمع مانع پیشرفت مداوم.....

(بخش دوم)

فصل اول: تبلیغات

- ۵۳..... تبلیغات چیست؟
 ۵۴..... هدف از تبلیغات چیست؟
 ۵۴..... تبلیغات بر عقیده و رفتار مردم تأثیر می‌گذارد.....
 ۵۵..... چه زمانی تبلیغات بیشترین تأثیر را دارد؟
 ۵۷..... مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عامل موفقیت در کسب و کار چیست؟

- ۵۷..... چگونه توجه مخاطب را جلب کنیم؟
 ۶۰..... راهکارهایی برای اینکه چگونه موثرترین تبلیغات را ارائه دهیم؟

فصل دوم: بازاریابی

- ۷۷..... معنا و مفهوم بازاریابی
 ۷۸..... هدف از بازاریابی چیست؟
 ۷۹..... تفاوت بازاریابی با تبلیغات
 ۸۰..... اهداف بازاریابی
 ۸۱..... عوامل اثر دهنده بازاریابی خوب

فصل سوم: فروش

- ۸۴..... فروش
 ۸۵..... نقش فروشنده در تجارت خدمات
 ۸۶..... شروع از هیچ و رسیدن به همه چیز
 ۸۸..... رمز پیروزی در فروش محصولات
 ۸۸..... مانع اصلی در فروش محصولات چیست؟
 راهکارهایی برای این که چگونه مشتری بهتری جذب کنیم و به فروش بیشتر دست یابیم؟
 ۹۴.....

- ۱۲۴..... فهرست منابع و مآخذ

پیشگفتار

در دنیای تجارت این حواله مطرح است که چرا بعضی از کالاها و خدمات از اعتبار و فروش خیلی برخوردارند و با گذشت سالها همچنان در نظر مردم با ارزش هستند و چرا بسیاری از کالاها و خدمات با تبلیغات و بازاریابی وسیع و پرهزینه، از گردونه رقابت خارج می‌شوند و مردم آنها را فراموش کرده و اهمیت چندانی برای آنها قایل نمی‌شوند و حتی بعضی از این کالاها و خدمات که قیمت مناسبی هم دارند، به فروش خوبی نمی‌رسند. به راستی دلیل واقعی آن چیست؟ هدف از رشتن این کتاب پاسخ گویی به همین مسئله است.

این کتاب با بیان نکات مهم، شما را در پیمودن مسیر دشوار و پر پیچ و خم کسب و کار یاری خواهد داد و موجب افزایش تجربه و دانش شما و همچنین ارائه خدمات بهتر به مشتری و رسیدن به بهره‌وری بیشتر و تأثیرگذاری بهتر بر مخاطب در عرصه‌ی کسب و کار خواهد شد.

کسب دانش و مهارت به افراد کمک می‌کند تا عملکرد بهتری داشته باشند و بتوانند با اعمال سیاست‌های درست و راه‌گشا از رقبای خود نیز پیشی بگیرند و از همه مهم‌تر به خوبی از وقت، سرمایه و عمر ارزشمند خود استفاده کنند و با کسب تجربه‌ی بیشتر و عملکرد خوب خود از اشتباهات بسیار و شکست‌ها و ضررهای احتمالی در آینده در امان بمانند.

این امر به افراد کمک می‌کند که در مراحل اولیه‌ی استخدام، مدیران و کارکنان آرا را حربی تحت‌تأثیر قرار دهند و آنان را مجذوب دانش و مهارت خود کنند زیرا افراد با کسب دانش و مهارت بیشتر در کارشان، اعتبار بیشتری میان همکاران و رقبای خود به دست می‌آورند.

(فرهام)

خوانندگان محترم می‌توانند نظر و پیشنهاد خود را به ریلاگ نویسنده ارسال نمایند.

www.ravannew.persianblog.ir