



نسل چهارم بازاریابی
مخبر از بازاریابی سنتی به
بازاریابی دیجیتال

نویسندگان:

فیلیپ کاتلر، هراموان کارتاجایا و ابراهیم سعیدین

مترجمین:

مسعود یگانه، محمدحسین صیادیان

انتشارات میدانچی

زمستان ۱۳۹۶

۱۶۰۴۴۵۹

سرشناسه : فیلیپ کاتلر، ۱۹۳۱.

Philip Kotler

عنوان و نام پندآور : نسل چهارم بازاریابی گذر از بازاریابی سنتی به بازاریابی دیجیتال / نویسنده فیلیپ کاتلر، هراموان کارتاجایا و ایوان ستیوان، مترجمین مسعود یگانه، حسین صیادیان.

مشخصات نشر : تهران، انتشارات میدانچی، ۱۳۹۶.

شابک : ۲۵۰۰۰۰ ریال: ۱-۱۶-۷۸۱۴-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

پادداشت : عنوان اصلی: Search of good medicine:

strategies to engage hospital marketing

healthcare consumers, ۲۰۱۴.

موضوع : بازاریابی

رده بندی کنگره : ۱۳۹۶ ۷۹۴/۵ ۸۸۹۶۵/۵

رده بندی دیویی : ۳۶۲/۱۱۰۶۸۸

شماره کتابشناسی ملی : ۳۹۰۱۶۵۸



نسل چهارم بازاریابی گذر از بازاریابی سنتی به بازاریابی دیجیتال

نویسندگان:

فیلیپ کاتلر، هراموان کارتاجایا و ایوان ستیوان
مترجمین: مسعود یگانه، محمدحسین صیادیان

مدیر تولید: حسین کریمی

مدیر اجرایی: نازنین ابراهیمی

طراح جلد و صفحه: غلی: آتلیه انتشارات میدانچی

حروفچینی صفحه: رای: انتشارات میدانچی

هماهنگی: حسین: چاپخانه

قطع: رقعی

نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بهاه: ۲۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۱-۱۶-۷۸۱۴-۶۰۰-۹۷۸

دفتر مرکزی: تهران، سپهرودی شمالی،

خیابان خرمشهر، پلاک ۲۹، واحد ۷

پایگاه اینترنتی

WWW.DRMEIDANCHI.IR

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

هرگونه کپی برداری و درج مطالب این کتاب در منابع دیگر منوط به
اجازه کتبی ناشر بوده و طبق قوانین حمایتی وزارت فرهنگ و
ارشاد اسلامی، متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

تلفن: ۵۰ ۵۱۵۱ ۸۸

از مراکز پخش کتاب و کتابفروشی های تهران و شهرستان ها خواهشمندیم جهت دریافت امتیاز پخش
کتاب های انتشارات میدانچی فقط با تلفن ۸۸۵۱۵۱۵۰ تماس حاصل نمایند.

فهرست مطالب

۵	بیش گفتار مترجمین کتاب
۷	مقدمه
۱۵	انتقال قدرت به مشتریان متصل
۲۵	بارادوکس های بازاریابی برای مشتریان متصل
۳۵	خرده فروشان های اثرگذار دنیای دیجیتال
۴۷	نسل چهارم بازاریابی در اقتصاد دیجیتال
۵۷	مسیر جدید حرکت مشتری
۶۹	شاخص های به روز رسانی بازاریابی
۸۹	الگوهای اصلی صنعت و فروش ها
۱۰۳	بازاریابی انسان محور برای نابینا
۱۱۳	بازاریابی محتوا برای افزایش "جنگل" در مورد برند
۱۲۹	بازاریابی از طریق کانال های همه گیر برای ایجاد تعهد و خرید
۱۴۱	بازاریابی تعاملی برای وابستگی برند
۱۵۷	سخن آخر

مقدمه

مقدمه ای از دکتر محمد علی محبی / مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی:

کتاب بازاریابی ۴ که اندیشمند بزرگ حوزه بازاریابی، فیلیپ کاتلر، به همراه دو اندیشمند دیگر، هراماون کارتاجایا و ایوان تیوان، رشته و به اهالی علم و اندیشه و مدیران و متخصصان عرصه کسب و کار ارائه نموده‌اند، و آقایان دکتر مسعود یگانه و مهندس محمدحسین صیادیان زحمت ترجمه آنرا پذیرفته‌اند، بیانگ دیدگاهی نو و آینده‌نگرانه به مقوله بازاریابی و نهایتاً کسب و کارهای گوناگون است.

عصر دیجیتال همه ابعاد زندگی بشر را متاثر کرده، که کسب و کار، از جمله مهم‌ترین آنها است. از ابعاد مهم این دیجیتالیزه شدن همه امور کسب و کار، بازاریابی دیجیتال است که سالهاست در دنیا آغاز شده و با نرخ رشد بالایی در حال گسترش است و این موضوع یعنی تغییر ماهیت و روش بازاریابی، بدلائیل مختلف بویژه توسعه اینترنت و فناوری اطلاعات و سایر فناوری‌های مرتبط بروز کرده است.

کاتلر و سایر نویسندگان در این کتاب به روندها و رویدادها نگاه نو داشته و از آن‌ها تفسیر جالب توجه ارائه کرده‌اند که به اثرگذاری بیشتر علم و حرفه بازاریابی در توسعه کسب و کارهای نو و تحول در کسب و کارهای سنتی منجر می‌گردد. ازجمله ویژگی‌های مهم این کتاب آمیخته کردن مباحث عصر دیجیتال، با مباحث شناخته شده بازاریابی است که به

نوعی چالش‌های امروز و آینده بازاریابی را با توجه به توسعه فناوری بویژه فناوری دیجیتال و فناوری اطلاعات برای نسل امروز و آینده تبیین می‌کند.

سازگاری همه حوزه‌های مدیریت کسب و کار از جمله بازاریابی، با تغییر و تحولات محیط بویژه انتظارات و توقعات مشتریان و پیشرفت سریع علوم و فناوری، نه یک انتخاب بلکه یک الزام و ضرورت برای موفقیت و اثربخشی هرچه بیشتر است. توسعه وسائل ارتباطی و گسترش فرهنگ نوین ارتباطات مابین انسان‌ها و جوامع در سرتاسر دنیا، موجبات شکل‌گیری الگوهای متفاوت و نوین ذهنی و رفتاری در زندگی انسان‌ها شده و زندگی همه افراد را در همه سنین و شرایط متأثر ساخته است. البته و بدون تردید پیشرفت‌های فناوری و الگوهای نو، موجبات درک سریع‌تر و بهتر نیازها، دیدگاه‌ها، توقعات مشتریان و سایر ذی‌نفعان شده. سازمان‌های فعال در حوزه کسب و کار را برای خلق محصولات و کسب و کارهای نو، سازش‌های بسیار متفاوت از گذشته بطور شگفت‌انگیز کمک می‌کند.

امیدوارم که این کتب ارزشمند برای اساتید و دانشجویان حوزه مدیریت و مدیران ارشد و میانی و کارشناسان، بنگاه‌های گوناگون اقتصادی در عرصه رقابت و کسب موفقیت به نحوی موثر و مفید کمک کنند و بهر هنگام باشد.

www.koboo.ir