

به نام خدا

۱۵۳۷ ۶۰۲۸

روندهای جدید در بازاریابی و کسب و کار

تفکر متفاوت، ایده‌های متفاوت، آینده‌ای متفاوت

پرفروش‌ترین کتاب سال ۱۴۱۶ از نگاه وال استریت ژورنال

نویسنده: روهیت بارگاو

مترجم: رضا اسدی، فرهاد محمدزاده

سرشناسه	بهار گاو، رویت Bhargava, Rohit
عنوان و نام پدیدآور	روندهای جدید در بازاریابی و کسب و کار: تفکر متفاوت، ایده‌های متفاوت، آینده‌ای متفاوت/ نویسنده رویت بار گاو؛ مترجم رضا اسدی، فرهاد محمدزاده.
مشخصات نشر	تهران: آینده پژوه، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۲۸۰ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۶۵-۴۸-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	پرفروشترین کتاب سال ۲۰۱۶ از نگاه والاستریت ژورنال.
یادداشت	predict the & Non obvious : how to think different, curate ideas : future, 2017.
موضوع	موضوع
موضوع	Creative ability in business:
موضوع	کسب و کار -- آینده‌نگری
موضوع	Business forecasting:
موضوع	آینده‌نگری اجتماعی
موضوع	Social prediction:
شناسه افزوده	اسدی، رضا - مترجم
شناسه افزوده	محمدزاده، فرهاد - مترجم
رده‌بندی کنگره	HD۵۳۶۹۶۰۳۹۶
رده‌بندی دیوینی	۱/۶۵۰
کتابشناسی ملی	۴۷۴۱۵۸۱

عنوان کتاب: روندهای جدید در بازاریابی و کسب و کار: تفکر متفاوت، ایده‌های متفاوت، آینده‌ای متفاوت

نویسنده: رویت بار گاو

مترجم: رضا اسدی و فرهاد محمدزاده

طراح جلد: مهران وطن دوست

ناشر: آینده پژوه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۶، ۵۰۰ جلد

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۷۲۶۵ - ۴۸ - ۲

کلیه حقوق این کتاب متعلق به انتشارات آینده پژوه است. هرگونه چاپ و تکثیر آن به صورت کاغذی یا الکترونیک بدون اجازه کتبی انتشارات ممنوع است. برای تهیه این کتاب با تلفن ۸۸۴۶۳۷۸۷ و ۰۹۱۲۵۳۸۷۸۴۷ تماس بگیرید.

پیشگفتار مترجم

بدون شک، زندگی در هزاره جدید، با تحولات برق‌آسا و پیشرفت‌های شگرف فناوری، به هیچ عنوان قابل مقایسه با زندگی نسل‌های پیشین ما نیست. این پیشرفت‌های نوین، با وجود باز کردن گره بسیاری از مشکلات، معضلات و مسائل نوینی را هم فرا روی ما انسان‌ها قرار داده است. به ما روندهای جدیدی که در زمان خود، انقلابی در عرصه ارتباطات اجتماعی و روابط انسانی محسوب می‌شدند، اما امروز خواب و خوراک و آرامش را از ما گرفته‌اند. این همان چالشی است که عصر جدید، نیازهای جدیدی را هم با خود به همراه داشته که فعالان عرصه کسب‌وکار و بازاریابان باید نسبت به این تحولات حساس بوده و این روندها را رصد کنند.

به عنوان نمونه، وقتی صحبت از جهش سریع فناوری و گسترش و گسترش ارتباطی همانند اینترنت، تلفن همراه و ... به میان می‌آید، به همان اندازه، احساس نیاز به فرار از این فناوری به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته شدت گرفته است که این موج در سال‌های آتی به کشورهای در حال توسعه نیز سرایت خواهد کرد. در کشورهای صنعتی، بازاریابان با استفاده از این روند جدید و درک این نیاز، محصولات و خدماتی

را برای برآورده‌سازی این نیاز و خواسته‌های مشتریان توسعه داده و موفق شده‌اند سودهای کلانی را به جیب بزنند.

از این رو، لزوم داشتن دیدگاهی جامع و کل‌نگر^۱ به پدیده‌های پیرامونی می‌تواند هم کسب و کار ما را رونق ببخشد و هم کیفیت و استانداردهای زندگی شخصی ما را بهبود دهد. در برخورد با پدیده‌های نوین، اغلب ما از ذوق و شغف ناشی از تجربه جدید، آسیب‌های احتمالی و زوایای پنهان این پدیده‌ها را نادیده می‌گیریم. بنابراین در مواجهه با هر صنعت یا شاخه کاری، شناخت کافی و علم به موضوع، گام مهمی در راستای مدیریت و بهره‌وری در آن حوزه به شمار می‌رود.

در این کتاب، آقای "روهیت بارگاوا"^۲ تلاش کرده است تا روندهای جدید را در عرصه کسب و کار مورد بررسی قرار دهد. "روهیت بارگاوا" استاد بازاریابی دانشگاه جورج تاون آمریکا و مدیرعامل شرکت مشاوره بازاریابی IMG^۳، به عنوان نویسنده برگزیده نیویورک تایمز، پنج کتاب پرفروش را در حوزه بازاریابی و آینده‌پژوهی به بازار عرضه کرده است. او مدت هفت سال به عنوان معاون ارشد در آژانس تبلیغاتی اگیلوی^۴ مشغول به کار بود و پس از جدا شدن از این مجموعه، شرکت خود، IMG را تاسیس کرد که در حال حاضر مشتریان بسیاری را از سراسر دنیا تحت پوشش خود دارد. او در سال ۲۰۱۶، کارگاه‌های آموزشی و سخنرانی‌های بسیاری را در بیش از ۳۲ کشور دنیا برگزار کرده است.

روندهای جدید کسب و کار در این کتاب، در پنج حوزه مشخصه شامل فرهنگ-رفتار مصرف‌کننده، بازاریابی-رسانه‌های اجتماعی، طراحی-تجاری-آموزش-رسانه و اقتصاد-کارآفرینی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. در هر حوزه، سه روند به زعم من، زیرپوستی و زیرآستانه‌ای^۵ که کمتر مورد توجه افراد قرار می‌گیرد، معرفی

^۱ Holistic View

^۲ Rohit Bhargava

^۳ Influential Marketing Group

^۴ Ogilvy: Ogilvy & Mather is a New York City-based advertising, marketing and public relations agency

^۵ Subliminal

شده است. در مورد هر روند به تفصیل مثال‌ها و نمونه‌های مرتبطی مطرح شده است تا خواننده ارتباط بهتری با موضوع پیدا کرده و راحت‌تر بتواند روند را تحلیل کند. تاکنون، به اقتضای فضای کاری و علاقه، کتاب‌های مختلفی را در حیطه بازاریابی و مدیریت، مطالعه و بررسی کرده‌ام، اما به عقیده من، این کتاب یکی از کاربردی‌ترین کتاب‌هایی است که در حوزه کسب‌وکار با آن برخورد داشته‌ام. این کتاب در ماه دسامبر سال ۲۰۱۶ به بازار عرضه شده و پس از مدت کوتاهی به پرفروش‌ترین کتاب تبدیل شد. استفاده از زبانی ساده و روان، مثال‌های ملموس و موثق در کنار دانستن تجربه مثال‌زدنی "روहित بارگوا" این کتاب را به عنوان یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌های سال ۲۰۱۷ از نگاه وال استریت ژورنال^۲ بر سر زبان‌ها انداخت. ذهن خلاق روहित بارگوا به طرز هوشمندانه رویدادهای روزمره اطراف ما را با نگاهی آینده‌نگر بررسی کرده و آنها را در قالب فرصت‌های پیشرفت برای استفاده کارآفرینان، بازاریابان، مدیران و افراد مستعدی که به دنبال پیشرفت و ترقی در زندگی شخصی خود هستند، ارائه کرده است.

برای استفاده بهینه از این کتاب، مردم می‌دانند نکاتی را اشاره کنم. در بخش مربوط به روندها، همچنان که قبلاً هم اشاره شد، مثال‌ها و مصادیق متنوع و متفاوتی برای درک بهتر مطالب ارائه شده است، اما توصیه من به شما این است که روندها را با نگاهی موشکافانه، شخصی‌سازی کرده و بکوشید این نکات را بر اساس شرایط و محیط کسب‌وکار خود بومی‌سازی کنید. بهتر است نقش و تاثیر این روندها را با یک دیدگاه سیستمی در زندگی شخصی خود ردیابی و پیاده‌سازی کنید.

در بخش مربوط به روندها، در هر فصل، مطالب به تفصیل درج و به ظهور روند، مصادیق، اهمیت آن و نحوه کاربری و استفاده از روند، طبقه‌بندی شده است.

در فصل هجدهم موضوع تمرکز و ذهن‌آگاهی مطرح شده و تکنیک‌هایی همچون مراقبه و یوگا برای رسیدن به این مهم مطرح گردیده است. بسیار خوب، این بدان معنی نیست که تنها راه رسیدن به آرامش، یوگا و مراقبه است. شما با دعا کردن،

^۱ WINNER of the 2017 Axiom Business Silver Medal in Business Theory

^۲ The Wall Street Journal bestseller Non-Obvious

ذکر گفتن و عبادت هم می‌توانید به آرامش و ذهن‌آگاهی^۱ برسید. این همان نگاه بومی است که من به آن اشاره کردم.

در فصلی دیگر راجع به غریبه‌های دوست‌داشتنی صحبت شده است. استفاده از لفظ غریبه در اینجا به معنای افراد ناآشنا به حوزه کاری است. برای مدیران بازاریابی و تبلیغات می‌تواند جذاب باشد که تا چه حد در امور جاری خود به حاشیه‌ها توجه کرده‌اند؛ حاشیه‌هایی که به عقیده نویسندگان در برخی موارد بسیار بیشتر از متن می‌توانند اثرگذار باشند. چقدر در کمپین‌های تبلیغاتی به کودکان کار، افراد مبتلا به اوتیسم، سندرم داون، سالمندان، جانبازان، معلولان ذهنی و ... توجه کرده‌ایم؟

در همین راستاف همین الگو را در زندگی شخصی هم باید مد نظر قرار دهیم. در برخورد با یک کودک مبتلا به سرطان یا یک فرد سندرم داون چه عکس‌العملی از خود نشان می‌دهیم؟ نگاه تحقیرآمیز؟ طرد؟ و یا استقبال با لبخند؟ کدامیک؟

مقصود از ذکر این موارد، برخوردی از یک نگاه جامع، کاربردی و در عین حال شخصی و بومی به روندهای در حال رخ‌شدن، برای استفاده بهینه از آنهاست. غایت و آرمان نهایی علم بازاریابی، ساختن جهان با لب^۲ "جایی بهتر برای زندگی کردن" است و با ورود و تزریق برخی از این ایده‌ها در فضای کسب و کار و زندگی می‌توان جهان را جایی بهتر برای زندگی ساخت؛ نه فقط جایی برای زنده بودن.....

جذابیت موضوع و نیاز به کتاب‌هایی از این دست در فضای کسب و کار، من را مصمم کرد تا به کمک همکار عزیزم آقای محمدزاده این کتاب را ترجمه کرده و در اختیار علاقه‌مندان قرار دهیم. همین‌جا از تمامی اساتید، محققان، دانشجویان و خوانندگان این کتاب، صمیمانه تقاضا دارم تا با انتقادات و پیشنهادات سازنده خود ما را در محکم‌تر قدم برداشتن در راه اعتلا و توسعه کشور یاری کنند.

رضا اسدی

پاییز ۱۳۹۶

^۱ Mindfulness

فهرست

پیشگفتار ۵/

بخش اول : هنر ایده پردازی در دوره روندهای جدید/ ۹

مقدمه/ ۱۱

فصل ۱: چرا پیش بینی روندها اغلب بی فایده است؟/ ۱۲

فصل ۲: پنج عادت کلیدی کاشفان روند / ۳۱

فصل ۳: روش انبار کاه: چگونه با بررسی روندها به ایده های جدید برسیم؟/ ۵۳

بخش دوم: روندهای جدید در بخش فرهنگ و رفتار مصرف کننده/ ۸۱

فصل ۴: عصر سیطره زنان در عرصه کسب و کار/ ۸۳

فصل ۵: فردگرایی/ ۹۳

فصل ۶: فرار از تکنولوژی/ ۱۰۵

بخش سوم: روندهای جدید در بخش بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی/۱۱۵

فصل ۷: وفاداری انفعالی/۱۱۷

فصل ۸: شهرت‌طلبان مجازی/۱۲۷

فصل ۹: نقص‌های دوست‌داشتنی/۱۳۷

بخش چهارم: روندهای جدید در بخش آموزش و رسانه/۱۴۵

فصل ۱۰: گذشته محبوب/۱۴۷

فصل ۱۱: شیرجه عمیق/۱۵۹

فصل ۱۲: بازگشت نسخه‌های فیزیکی/۱۶۷

بخش پنجم: روندهای جدید در بخش طراحی و فناوری/۱۷۷

فصل ۱۳: فناوری نامشروع/۱۷۹

فصل ۱۴: رنسانس روباتیک/۱۹۰

فصل ۱۵: داده‌های هوشمند/۲۰۵

بخش ششم: روندهای جدید در بخش اتصالات و کارآفرینی/۲۱۷

فصل ۱۶: کارآفرینی خلاق/۲۱۹

فصل ۱۷: غریبه‌های دوست‌داشتنی/۲۳۳

فصل ۱۸: آگاهی و تمرکز، کلید موفقیت/۲۴۷

بخش هفتم: راهنمای کاربرد روندها/۲۵۹

فصل ۱۹: تفکر متقاطع/۲۶۱

فصل ۲۰: هفت منبع جادویی برای کشف روندهای جدید/۲۷۳

فصل ۲۱: ضدروندها، روی دیگر سکه/۲۷۷

پیشگفتار

آنجا در این کتاب فرا خواهید گرفت.

عصر یک روز جمعه در اکتبر سال گذشته، با خودم فکر می‌کردم که چرا باید این کتاب را بنویسم؟

بعد از اینکه به مدت چهار سال، سالانه روزهای جدید کسب‌وکار را در فضای مجازی به صورت دیجیتال منتشر کردم، سال ۲۰۱۸ تصمیم گرفتم تا پنجمین نسخه این روندها را به صورت یک کتاب کامل منتشر کنم. این اولین سالی بود که کتاب روندهای جدید به صورت نسخه چاپی منتشر شد. به رعیت جای خود را میان خوانندگان و صاحبان صنایع در سراسر جهان باز کرد.

در این سال، به جای انتشار تحقیقات به صورت مجزا و کاملاً تئوریک، بسیاری از فرآیندها و پژوهش‌هایی را که من و گروهم به طور اختصاصی در کارگاه‌های آموزشی به اشتراک گذاشته بودیم را نیز به مطالب کتاب اضافه کردم. در این کتاب سعی کردیم که الگوها و روندهایی را که سایرین در شناسایی و کشف آنها غفلت کرده‌اند را نیز مطرح کنیم.

یک روز تعطیل، برای دیدن یک انیمیشن به مدرسه پسرم دعوت شده بودم. نشسته روی چمن فضای باز، بی‌صبرانه منتظر شروع انیمیشن "راتاتوی" ^۱ بودم. یک داستان کلاسیک که زندگی یک موش به نام "رمی" را در خیابان‌های پاریس به تصویر کشیده بود که علاقه و اشتیاق عجیب و غریبی به آشپزی داشت.

اگرچه، کمتر کسی ممکن است از حضور یک موش در آشپزخانه رضایت داشته باشد، اما صبور و استاد قدیمی او در راهنمایی شاگردش و شعار همیشگی او که "هرکسی می‌تواند یک آشپز ماهر شود" همیشه آویزه گوشش بود و رمی را در این مسیر مصمم‌تری کرد. این یعنی کارهایی را که اغلب مردم تصور می‌کنند فقط از عهده گروه خادمان افراد رومی‌آید و تخصص قابل توجهی لازم دارد، برای همه قابل‌دستیابی است. همه کسانی که شور و اشتیاق رسیدن به هدف و کنجکاوی برای دانستن را توأمان دارند.

این فکر و خیال همیشه ذهن مرا درگیر کرده بود که روزی بتوانم به عنوان یک معلم و یا استاد، روشن‌گر راه بسیاری از افراد باشم. این مسأله به‌ویژه در مورد روندهای آینده، مرا بیشتر از پیش مصمم می‌کرد.

آینده جدید و جذاب است. از ابتدا همین بوده و ناامید هم همین خواهد ماند. آینده جایی است که ثروت ساخته می‌شود و زندگی‌ها و فرهنگ‌ها شکل می‌گیرد. آینده امری حتمی و ناگزیر است. البته پیش‌بینی و پیشگویی آینده به نظر قدری غیرممکن می‌رسد. اما حتماً تعجب خواهید کرد اگر بگویم آینده نه تنها قابل پیش‌بینی است بلکه حتی خود شما هم می‌توانید پیش‌بینی آن را یاد بگیرید.

برخلاف سایر آینده‌پژوهان، من هرگز بر یک آینده بلندمدت بعید و مبهم تمرکز نکرده‌ام، بلکه همواره تحقیقات من در مورد آینده نزدیک و محتمل بوده است. شاید کمی عجیب به نظر برسد اما این به‌نوعی سرعت بخشیدن به زمان حال است یا به

قول عشق فیلم‌ها، فیلم را با دور تند تماشا کردن است! مهم‌ترین راز برای پیشگویی آینده، درک و فهم زمان حال است.

باور قلبی من این است که هرکسی توانایی پیشگویی آینده را خواهد داشت؛ به شرطی که هنر مشاهده دقیق رویدادهای زمان حال را یاد گرفته و از تجربیات درس بگیرد.

در کنار ارائه یک رویکرد قدم به قدم برای یادگیری پیش‌بینی آینده (بخش یک کتاب ۱۵ روند^۱ جدید برای سال ۲۰۱۷ ذکر شده است که می‌تواند فضای کسب‌وکار را در ر تغییر و تحول اساسی کند. اگر به‌تازگی به جمع خوانندگان سری کتاب‌های من پیوسته‌اید، ممکن است فکر کنید که تاریخ مصرف این ایده‌ها و روندها فقط ۱۲ ماه است و بعد از آن، دیگر این ایده‌ها قابل استفاده نمی‌باشد.

اما نکته مهمی که اکثر خوانندگان پروپاقرص کتاب‌های من، به آن اذعان دارند این است که بینش لازم برای درک روندهای کنونی بدون شناخت روندهای قبلی و بررسی سیر تکامل آنها قابل دستیابی نیست و روندهای جدید، مکمل روندهای قدیمی هستند.

تحقیقات ما نشان داده است که برای فراگیر شدن برخی روندها در یک زمینه خاص چندین سال زمان لازم است. بسیاری از شاخص‌ترین روندهایی که جهان حاضر را دستخوش تغییرات چشمگیر کرده‌اند، مقوله‌هایی بودند که ما آنها را به عنوان یک ایده، سه سال قبل شناسایی کرده و در مورد آن نوشته بودیم.

به عنوان مثال، روندهایی همچون خلق محتوا^۲ در فعالیتهای بازاریابی را ما سال ۲۰۱۱ پیش‌بینی کرده بودیم یا نقش کلیدی زن‌ها به عنوان مدیران سازمان‌ها در سال ۲۰۱۳ عنوان شده بود. هر کدام از این روندها، زمانی که برای اولین بار به بیرون درز کرد، نقل همه محافل بود اما اکنون دیگر چندان جذاب و حائز اهمیت به نظر

1. Trend

2. Content creation

نمی‌رسد. این روندها در ابتدا کمتر مورد توجه مخاطبان قرار گرفتند، اما رفته‌رفته و بعد از مرور زمان کاملاً جای خود را باز کرده و در برخی موارد نقش اساسی را در کسب و کار خود ایفا کردند. این موضوعات بیش از همیشه مطرح شده و اهمیت آنها مورد بررسی قرار گرفته است، اما دیگر کسی به چشم یک روند شگفت‌انگیز به آنها نگاه نمی‌کند.

برای اینکه اهمیت روندها و ایده‌های گذشته را در شناخت و پیش‌بینی روندهای آتی مطرح کردیم، سال گذشته پنج روند قبلی را یعنی از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ به ایده‌های جدید که در کتاب عنوان شده بود اضافه کردم و با بازخورد بی‌نهایت مثبت خوانندگان مواجه شدم. از این رو در این کتاب هم این رویه تکرار شده است و من تمامی روندها و ایده‌های سالین گذشته را در انتهای کتاب اضافه کرده‌ام.

خوانندگان با یادآوری هر روندی که قبلاً پیش‌بینی شده بود به یک مرور ذهنی از ایده تا عمل در ذهن خود می‌پردازند که این موضوع به درک و پیش‌بینی روندهای جدید کمک می‌کند.

به‌علاوه در این نسخه جدید رتبه‌بندی هفتاد و یک روندهای گذشته به صورت خلاصه ذکر شده است تا خواننده با نگاه ویژه‌ای به مطالعه آنها بپردازد. در انتها، امیدوارم مطالعه این کتاب و این روندها، بینش تازه‌ای به خوانندگان داده و پنجره‌ای را رو به آینده قابل پیش‌بینی و در دسترس برای آنها باز کند.

قبلاً از اینکه این کتاب را برای خواندن انتخاب کردید متشکرم.