

سالاری، سمانه، ۱۳۶۹-

خلقی نو در بازاریابی نویسنده سمانه سالاری؛ ویراستار فائزه قوچی.

تهران: نسل نو اندیش، ۱۴۰۰.

۷۲ ص.

۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۷۳۶-۶

فیپا

بازاریابی

Marketing

بازاریابی — داستان

Marketing — Fiction

۵۴۱۵ HF

۶۵۸/۸

۸۳۷۲۹۹۴

فیپا

www.ketab.ir

خلقی نو در بازاریابی

نویسنده: سمانه سالاری

ویراستار: فائزه قوچی

بازخوان نهایی: اشکان حسین زاده

صفحه آرا: افسانه حسن بیگی

طراح جلد: شقایق افرند

ناشر: نسل نو اندیش

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۷۳۶-۶

ISBN: 978-622-220-736-6

کتابهای مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نو اندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه نسل نو اندیش: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷ - ۹

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com



NasleNowAndish

انتشارات نسل نو اندیش

فهرست

۹.....	مقدمه.....
۱۱.....	فصل اول: توضیح یک مفهوم.....
۱۳.....	یک سیاهچاله عمیق.....
۱۴.....	تعریف.....
۱۵.....	اجزای یک بازار.....
۱۶.....	ارائه کننده.....
۱۷.....	مقتاضی.....
۱۷.....	روابط.....
۱۹.....	فصل دوم: من یک بازاریاب.....
۲۱.....	یک داستان کوتاه.....
۲۳.....	ماهیت.....
۲۶.....	نتیجه گیری.....
۲۷.....	شروع سخت.....
۲۷.....	محصول من.....
۳۲.....	مشتری من.....
۳۹.....	نتیجه گیری.....
۴۱.....	فروش من.....
۴۲.....	ادامه داستان.....
۴۹.....	مسیر لذت بخش.....
۵۱.....	پایان شیرین.....

بازاریابی در دنیای امروز که هر لحظه مدرن‌تر و پیچیده‌تر می‌شود، یکی از ساده‌ترین ارکان بازار و اقتصاد است و این شاهراه ارتباطی بین مصرف‌کننده و تولیدکننده در دنیایی پر از رموز و راز، یک مسیر مستقیم و ساده است.

شاید جملات قبلی کمی تأمل‌برانگیزتر باشند. وقتی به حقیقت درونشان بیندیشیم، دنیا پیچیده است. اما یکی از اصلی‌ترین مهارت‌های رایج در این دنیای پیچیده را می‌توان به سادگی آموخت.

تمام این‌ها تصویری هستند از آنچه در طی این سال‌ها از بازاریابی برای من شکل گرفته‌اند. بازاریابی نه یک هنر است و نه یک مهارت، در واقع در ریشه‌ای‌ترین شکل خود، یک نوع غریزهٔ درونی است به شکلی ساده‌تر این‌طور می‌توان بیان کرد که بازاریابی ترکیبی از روایت داستان و ارائهٔ آنچه داریم است و این دو مهارت به نوعی در ذات ما انسان‌ها نهفته‌اند.

در طی سال‌ها فعالیت من در بازاریابی، این چیزی است که من از بازاریابی فهمیده‌ام: ارائهٔ محصول به جذاب‌ترین شکل ممکن برای افرادی که بیشترین شانس علاقه به محصول را دارند. به همین سادگی می‌توان یکی از پول‌سازترین و مهم‌ترین مهارت‌های بازار امروز را تعریف کرد و آن را فهمید.

اما هرچقدر هم که یک مهارت تعریف و مفهومی ساده داشته باشد، روایت نکات مهم و کاربردی آن خالی از لطف نیست. به همین دلیل، من مشغول نوشتن

این کتاب شدم تا به نوعی داستان دست‌وپنجه نرم کردن خودم در این کارزار را به رشته تحریر درآورم، جدا از اینکه همیشه بازاریابی بخش مهمی از هر کاری را که من انجام داده‌ام تشکیل داده و بالطبع بخش بزرگی از تخصص من معطوف به آن است. خود موضوع بازاریابی و پرداختن به آن و صحبت کردن درباره آن یکی از جذاب‌ترین مباحث برای من بوده و هست.

از این رو، سعی کردم تا با نوشتن این کتاب هم به یکی از علایق خود بپردازم و هم بتوانم هرچند اندک تصویری واحد از مفهوم بازاریابی ارائه دهم. چرا که معتقدم تصویر فعلی آن در کشور، در شأن این علم پیشرو نیست.