

دل گفتمے ها و دل نوشته هاى

معلم بازارىابى

نويسنده:

پرويز درگى

مدرس دانشگاه - مشاور و محقق بازارىابى

ويراىستاران:

احمد آخوندى، محسن جاويد مؤيد



انتشارات بازارىابى

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور

درگی، پرویز، ۱۳۴۵ -

دل‌گفته‌ها و دل‌نوشته‌های معلم بازاریابی / نویسنده پرویز درگی؛
ویراستاران احمد آخوندی، محسن جاویدمؤید.

مشخصات نشر

تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری

۲۲۸ ص.

شابک

978-600-6982-25-0

وضعیت فهرست‌نویسی : فیفا

: چاپ قبلی: رسا، ۱۳۸۸.

یادداشت

موضوع

: بازاریابی

موضوع

: فروشندگان

موضوع

: بازاریابی -- مدیریت

شناسه افزوده

: آخوندی، احمد، ۱۳۴۱ -، ویراستار

شناسه افزوده

: جاویدمؤید، محسن، ۱۳۶۱ -، ویراستار

رده‌بندی کنگره

: ۱۳۹۳ د۸ / د۴۵۴۱۵ HF۵۴۱۵

رده‌بندی دیویی

: ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی

: ۳۷۴۸۸۸۸



تلفن: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) فاکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR

WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ دوم کتاب - اول ناشر ۱۳۹۳ / تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی (TMBA)

تهران: صندوق پستی: ۱۳۴۴۵ / ۱۳۴۵ تلفن: ۴ - ۶۶۴۰۲۸۴۰۱ (۰۲۱) فکس: ۶۶۴۰۲۸۴۰۵ (۰۲۱)

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵.

مجموع کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱ (۰۲۱) و ۶۶۴۰۸۲۷۱ (۰۲۱)

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

مقدمه ۹

فصل اول زندگی من: چگونه بازاریاب شدم ۱۳

از تحصیل تا بازاریابی: ۱۵ / زندگی حرفه‌ای من: ۳۱ / آموزگاران من در بازاریابی: ۴۰ / اهمیت روز افزون حضور در میدان: ۴۵ / مدیریت بازاریابی در ایران: ۴۸

فصل دوم مدیریت ۵۳

مدیریت چیست؟: ۵۵ / رهبری یعنی توانایی نفوذ کردن در دلها: ۵۷ / هدفگذاری: ۵۸ / اصلاحگر باشید: ۶۰ / برنامه‌ریز باشید: ۶۱ / سازمانده باشید: ۶۴ / سازمان یادگیرنده ایجاد کنید: ۶۶ / داشتن نگرش سیستمی: ۶۷ / پنج دشمن کار تیمی: ۶۸ / این شرکتها هستند که کشورها را توسعه یافته می‌کنند نه دولتها: ۷۰ / تأکیدی دیگر بر اهمیت و نقش مدیران ارشد در توفیق بنگاه اقتصادی: ۷۲ / حساسیت سهامداران و مدیران ارشد نسبت به بازدهی و کارایی فعالیتهای بازاریابی: ۷۵ / نحوه‌ی انتخاب مدیران ارشد چگونه باید باشد؟: ۷۷ / منظور از خانواده‌ی کاری، انتصاب بستگان در پستهای حساس سازمان نیست: ۷۹ / سفر به آینده: ۸۳ / توجه‌کننده‌ی درجه یک باشید: ۸۵ / عاشقانه کار کنیم: ۸۶ / درسی از یکی از بزرگان صنعت ایران: ۸۷ / راز شاد زیستن: ۸۸ / ایجاد و بسط شادی بهره‌ور در سازمان: ۹۰ / خوشبختی چیست؟: ۹۱ / نیمه‌ی دوم نیمه‌ی مربیان است: ۹۵ / قدرت یک زنجیر به اندازه‌ی قدرت ضعیف‌ترین حلقه آن است: ۹۷ / مدیریت زمان نشانه‌ای از تلاش برای توسعه یافتگی: ۹۸ / بدن حسابگر است، مواظب باشید بدهکار نشوید: ۱۰۰ / فرهنگ تشکر: ۱۰۱ / روند کسب و کار به چه سمتی می‌رود؟: ۱۰۲ / مدیریت بحران از مدیریت خود شروع می‌شود: ۱۰۳ / کوروش از منظر حکمرانی و مدیریت: ۱۰۴ / سخت‌ترین نوع مدیریت، مدیریت بر خود است: ۱۱۱

فصل سوم بازاریابی ۱۱۳

بازاریابی یا امور بازار؛ ۱۱۵ / رابطه‌ی مارکتینگ با فرصت‌یابی؛ ۱۱۶ / بازارسازی؛ ۱۱۹ / بازاریاب‌شناسی؛ ۱۲۱ / بازارسنجی؛ ۱۲۲ / بازارگردی؛ ۱۲۴ / بازارداری؛ ۱۲۶ / بازارگردانی؛ ۱۲۷ / بازارگرایی؛ ۱۲۹ / بازارگرایی؛ ۱۳۰ / بازارکاهی؛ ۱۳۲ / پاسخگوی چالش‌های جهانی‌سازی باشید؛ ۱۳۴ / ارتباط بازاریابی و نوآوری؛ ۱۳۵ / تأثیر جنگ در کسب‌وکار؛ ۱۳۸ / رقابت باعث ارتقای کشور می‌شود، مزاحم آن نشویم؛ ۱۳۹ / در بازار رقابتی اگر هرکس فقط فکر خودش باشد، کشور توسعه یافته می‌شود؛ ۱۴۱ / اخلاق در کسب‌وکار؛ ۱۴۱ / به بازاریابی بیش از گذشته اهمیت دهیم؛ ۱۴۳ / قانون طلایی مشتری؛ ۱۴۵ / هم‌ترازی یکی از ویژگی‌های سازمان‌های عصر رقابت است؛ ۱۴۷ / ما خودمان هستیم که انتخاب می‌کنیم؛ ۱۴۹ / در موقع استخدام افراد به شور و شوق و علاقه‌ی آنان بیشتر از تجربه عملیشان اهمیت دهید؛ ۱۵۰ / استخدام حرفه‌ای (PEO) چیست؟؛ ۱۵۱ / من می‌خواهم جراح شوم چه باید بکنم؟؛ ۱۵۳ / نقش عقل و دل در توفیق انسان؛ ۱۵۵ / شانس یعنی کار و تلاش در سایه‌ی دانش درست؛ ۱۵۶ / سرپیری و معرکه‌گیری؛ ۱۵۸ / معجزه‌ی آسان‌گویی و آسان‌سازی مطالب علمی؛ ۱۵۹ / دوستانی که نمی‌دانند دوست ما هستند را دوست نداریم؛ ۱۶۶ / همیشه خودمان را میوه‌ی کال بدانیم؛ ۱۶۹ / شباهت خاطرات مدرسين؛ ۱۷۳ / اهمیت روز افزون روابط عمومی و ارتباطات دو طرفه نسبت به تبلیغات سستی؛ ۱۷۴ / نقش منشیا در ارتقای بازاریابی و فروش بنگاه‌های اقتصادی؛ ۱۷۸ / فروش خدمت (نظیر بیمه) سخت‌تر از فروش کالا؛ ۱۷۸

فهرست منابع ۲۰۱

آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی ۲۰۵

مقدمه

زندگی و حرفه‌ی من بازاریابی است و این کتاب تنها بخشی از زندگی و حرفه‌ی مرا ترسیم می‌کند که محور اصلی آن نیز مدیریت و بازاریابی است. بازاریابی یک شغل نیست، یک حرفه نیست، برای آنکه بازاریاب خوبی شوید، ضروری است با آن زندگی کنید، راه بروید، قدم بزنید، بخوابید، بخورید، تفریح کنید، کار کنید، همواره به فکر بازاریابی باشید در سفر و حضر.

من (پرویز درگی) این راه را نخست بی آنکه بدانم، پیمودم، بعدها کوشیدم با مطالعه‌ی کتاب و حضور بیشتر در بازار، با هوشمندی بیشتر این راه را طی کنم.

خشنودم از آنکه جسارت آن را داشتم تا باری دیگر بدون پیرایه، زندگی و تجربیات شخصی‌ام را تقدیم خوانندگان کنم. و علاقه‌مندان را در دانسته‌هایم سهیم و شریک سازم.

کتاب حاوی سه بخش است:

- چگونه بازاریاب شدم
- مدیریت
- بازاریابی

آنچه در این کتاب می‌خوانید حاصل سمینارها، کارگاه‌ها، سخنرانی‌ها، کلاس‌ها، و آموزش‌هایی است که اینجا و آنجای کشور برگزار شد. اینها دل‌گفته‌های من است.

بخشهایی دیگر از مطالب این کتاب، پیشتر در روزنامه‌ی اقتصادی سرمایه در قالب ستون روزنامه درج و منتشر شد. باقیمانده‌ی مطالب حاصل گفتگوهای مطبوعاتی و رادیویی است که ارباب جراید و رسانه، فضایی پدید آوردند تا دل‌گفته‌ها و دل‌نوشته‌ها تولید شوند.

بخش دوم این کتاب به نام «مدیریت» از آن رو مورد توجه قرار گرفت که فضای کسب‌وکاری مستلزم مدیریت کسب‌وکارها است، بدون آن چگونه می‌توان از بازاریابی سخن گفت؟

از هواپیمایی محترم جمهوری اسلامی بابت تأخیرها و خسارتهای فراوانی که به لحاظ مالی و سلامت خواب و بیداری بر من وارد کرده است، عمیقاً دل‌آزرده‌ام. تا پاسی از شب در فرودگاهها به انتظار پرواز بودم که تأخیرهای بدون برنامه بر من و سایر مسافریں تحمیل شد. ناگزیر شدم در این تأخیرها به جای حضور در منزل و در کنار خانواده، یا حضور در سر کلاس و برنامه‌های از پیش تعیین شده، تشهای فراوانی را به آرامش تبدیل سازم تا در پرتو آن در سالن فرودگاه کتابی بخوانم، پرونده‌های کاری را مطالعه کنم، یادداشتهای بازاریابی بنویسم، بدان امید که در شرایط سخت و دشوار نیز، از تهدیدها بتوان فرصت آفرید.

خدای بزرگ را شاکرم از آنکه یاران همراهم یعنی حاضران در سمینارها، کارگاهها، سخنرانیها، کلاسهای آموزشی یا عزیزی که پر لطف در ویلاگ، نقد و نظر می‌نویسند، آموزگاران بی‌ادعا و کم‌متنی هستند که از خردورزیها و تجارب خود مرا پرنصیب ساختند و می‌سازند.

روی سخن این کتاب با مدیران عامل، مدیران بازاریابی، مدیران سرپرستان و کارکنان فروش و تمامی علاقه‌مندانی است که می‌خواهند بدون دشواری واژه‌ها، با بازاریابی زندگی کنند، در سفر و حضر.

توالی مطالب مورد توجه بوده است اما عنوانها اندکی با محتوای مطالب متفاوت است. با وجود این، اصل و اساس، محتوای مطالب است. تکرارهایی

صورت گرفته است که تأکید فراوان من است نظیر عالم عامل عاشق باشید. اینها مدار و محور بازاریابی از دید من است.

جا دارد از همکایهای ارزنده یاران پرتوانم آقای احمد آخوندی و محسن جاوید مؤید، و سرکار خانم اعظم احمدی قدردانی شود که در مهیاسازی دل‌گفته‌ها و دل‌نوشته‌ها تلاشی درخور داشتند.

در پایان شایسته است یار دیگر درخواست کنم آرا و نظرات خود را به هر نحوی که علاقه‌مندید برایم ارسال کنید تا در چاپهای بعدی کتاب از آن استفاده شود:

بر روی وبلاگ شخصی: پرویز درگی

بر روی سایت شرکت TMBA: info@tmba.ir

بر روی مجله توسعه مهندسی بازار: info@marketingmag.ir

به نشانی شرکت TMBA: تهران - خیابان آزادی، جنب مترو آزادی،
خیابان شاهین، پلاک ۶، طبقه سوم،
شرکت توسعه مهندسی بازارگستران
آئی (TMBA)

با شماره فاکس شرکت TMBA: ۰۲۱)۶۶۰۲۸۴۰۵

با شماره تلفن شرکت TMBA: ۰۲۱)۶۶۰۲۸۴۰۱-۴

با شماره تلفن همراه شخصی‌ام: ۰۹۱۲۱۹۹۴۲۸۱

سبز باشید

پرویز درگی