

## مصاحبه بازاریابی

۵۰ پاسخ به سخت ترین سوالاتی که بهم مصاحبه شوندگان و بهم مصاحبه کنندگان با آن ها مواجه می شوند

لونیس لین

مترجمان

کیارش عباس زاده

سیده اسماعیلی

ملکا دلیران



|                     |                                                                                   |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | لین، لونیس سی.<br>Lin, Lewis C                                                    |
| عنوان و نام پدیدآور | مصاحبه بازاریابی/ لونیس لین؛ مترجمان کیارش عباسزاده، سپیده اسماعیلی، ملیکا دلیران |
| مشخصات نشر          | تهران: ویان، ۱۳۹۹                                                                 |
| مشخصات ظاهری        | ۲۹۶ ص. : مصور (رنگی)، جنول                                                        |
| شابک                | ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۷۰-۵-۳ ریال ۶۸۰۰۰                                                      |
| وضعیت فهرست نویسی   | فیپا                                                                              |
| یادداشت             | عنوان اصلی: The Marketing Interview: ۵۰ Answers to the Toughest Questions, c۲۰۱۹  |
| موضوع               | مصاحبه استخدامی                                                                   |
| موضوع               | Employment interviewing                                                           |
| موضوع               | کاریابی                                                                           |
| موضوع               | Job hunting                                                                       |
| شناسه افزوده        | عباسزاده، کیارش، ۱۳۶۵ -                                                           |
| شناسه افزوده        | اسماعیلی، سپیده، ۱۳۷۱ -                                                           |
| شناسه افزوده        | دلیران، ملیکا، ۱۳۷۸ -                                                             |
| رده بندی کنگره      | HF۵۵۴۹/۵                                                                          |
| رده بندی دیویی      | ۶۵۸/۳۱۱۲۴                                                                         |
| شماره کتابشناسی ملی | ۷۵۰۸۲۱۸                                                                           |
| وضعیت رکورد         | فیپا                                                                              |

|                 |                                                |
|-----------------|------------------------------------------------|
| عنوان کتاب:     | مصاحبه بازاریابی                               |
| مؤلف:           | لونیس لین                                      |
| مترجمان:        | کیارش عباسزاده - سپیده اسماعیلی - ملیکا دلیران |
| ناشر:           | ویان                                           |
| ویراستار:       | مرضیه حضرتی                                    |
| طراح جلد:       | حسن ابراهیمی                                   |
| نوبت چاپ:       | اول                                            |
| شمارگان:        | ۳۱۰ نسخه                                       |
| شابک:           | ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۷۰-۵-۳                              |
| قیمت:           | ۶۸۰۰۰ تومان                                    |
| پست الکترونیکی: | viaanbook@gmail.com                            |

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

شماره تماس: ۷۷۸۳۹۹۱۲ - ۰۹۱۲۰۶۲۷۴۶۸

Vianbook.ir

## فهرست مطالب

|    |                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------|
| ۱  | مقدمه                                                                   |
| ۲  | چگونه می‌توان از این کتاب بیشترین بهره را برد                           |
| ۶  | فصل اول: مصاحبه بازاریابی                                               |
| ۱۱ | فصل دوم: خلق بیانیه جایگاه‌یابی                                         |
| ۱۲ | مصاحبه‌کننده به دنبال چیست؟                                             |
| ۱۲ | نحوه آشنایی با سؤالات                                                   |
| ۱۶ | سؤال تمرینی                                                             |
| ۱۶ | پاسخ                                                                    |
| ۲۰ | فصل سوم: توسعه کمپین‌های بازاریابی                                      |
| ۲۰ | مصاحبه‌کننده به دنبال چیست؟                                             |
| ۲۴ | اهداف                                                                   |
| ۲۴ | هدف تجارتي                                                              |
| ۲۷ | اهداف بازاریابی                                                         |
| ۳۳ | استراتژی (تقسیم‌بندی، هدف‌گذاری و جایگاه‌یابی)                          |
| ۳۳ | تقسیم‌بندی                                                              |
| ۳۷ | هدف‌گذاری                                                               |
| ۳۷ | جایگاه‌یابی                                                             |
| ۴۶ | سؤالات تمرینی                                                           |
| ۴۷ | پاسخ‌ها                                                                 |
| ۴۷ | از چه راهکارهای تبلیغاتی برای یک کمپین هانی نات چیریوس استفاده می‌کنید؟ |
| ۵۵ | یک کمپین خوب اجتماعی برای نیوانا ایجاد کنید                             |
| ۶۲ | چگونه گوگل ادوردز را به بازار عرضه می‌کنید؟                             |

- چگونه هالوس را به بازار عرضه می کنید؟ ..... ۶۶
- فصل چهارم: قیمت گذاری ..... ۷۲
- مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ ..... ۷۲
- تغییر قیمت یک محصول موجود ..... ۷۳
- تعیین قیمت یک محصول جدید ..... ۷۴
- سؤالات تمرینی ..... ۷۷
- پاسخ ها ..... ۷۷
- آیا هیدن ولی باید قیمت سس رنج خود را افزایش دهد؟ ..... ۷۷
- آیا باید قیمت پرینگلز را افزایش دهید؟ ..... ۷۹
- آیا ای تی اند تی باید سیاست بازگشت جدیدی را برای خریداران جدید تلفن همراه اعمال کند؟ ..... ۸۷
- آیا بست بای باید ضمانت بازگشت کالا خود را از ۱۵ به ۹۰ روز تغییر دهد؟ ..... ۸۹
- فصل پنجم: کاهش فروش ..... ۹۵
- مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ ..... ۹۵
- نحوه آشنایی با سؤالات ..... ۹۶
- سؤالات تمرینی ..... ۹۷
- پاسخ ها ..... ۹۸
- به عنوان مدیر برند شرکت زغال چوب کینگزفورد، چگونه می توانید میزان فروش را در یک بازار کوچک افزایش دهید؟ ..... ۹۸
- فروش خمیردندان کلگیت ثابت است، اما سهم بازار کاهش یافته است. دلیل این اتفاق چیست و چگونه آن را بهبود می بخشید؟ ..... ۱۱۲
- فصل ششم: راه اندازی تولید یک محصول جدید ..... ۱۱۹
- مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ ..... ۱۱۹
- نحوه آشنایی با سؤالات ..... ۱۲۰

|                                                                                                            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| چگونه شرکت باید وارد بازار جدید شود؟.....                                                                  | ۱۲۰ |
| چگونه شرکت باید محصول جدیدی را عرضه کند؟.....                                                              | ۱۲۱ |
| آیا باید از یک نام تجاری موجود برای نام گذاری کالای جدید استفاده شود؟.....                                 | ۱۲۱ |
| سؤالات تمرینی.....                                                                                         | ۱۲۳ |
| پاسخ ها.....                                                                                               | ۱۲۳ |
| آیا ناپک باید تجارت کفش رسمی را شروع کند؟.....                                                             | ۱۲۳ |
| آیا جنرال میلز برای برند جدید ماست منجمد خود باید از نام تجاری یوپلیت یا پیلز بری استفاده کند؟.....        | ۱۳۱ |
| آیا مایکروسافت باید از برند ویندوز برای ساعت جدید خود استفاده کند؟.....                                    | ۱۳۶ |
| چگونه نوشیدنی قابلمدی را در ایالات متحده به بازار عرضه می کنید؟.....                                       | ۱۳۸ |
| فصل هفتم: دفاع در مقابل رقابت.....                                                                         | ۱۴۳ |
| مصاحبه کننده به دنبال چیست؟.....                                                                           | ۱۴۳ |
| چگونه به این سؤال پردازیم؟.....                                                                            | ۱۴۳ |
| سؤال تمرینی.....                                                                                           | ۱۴۵ |
| به عنوان مدیر شرکت لکه بر "آکسی کلین"، در مقابل "تاید" یک محصول لکه بری جدید، چه واکنشی نشان می دهید؟..... | ۱۴۵ |
| فصل هشتم: رقابت با برند خصوصی.....                                                                         | ۱۵۲ |
| مصاحبه کننده به دنبال چیست؟.....                                                                           | ۱۵۳ |
| چگونه به این سؤال پردازیم؟.....                                                                            | ۱۵۴ |
| چگونه برند "آونو" با لوسیون بدن جدید شرکت کاستکو رقابت کند؟.....                                           | ۱۵۶ |
| فصل نهم: نقد تلاش ها برای بازاریابی.....                                                                   | ۱۵۸ |
| مصاحبه کننده به دنبال چیست؟.....                                                                           | ۱۵۸ |
| چگونه به این سؤال پردازیم؟.....                                                                            | ۱۵۸ |
| سؤال تمرینی.....                                                                                           | ۱۵۹ |

|                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| در مورد کالای بسیار بدی که به خوبی به بازار عرضه شده است، صحبت کنید.....                                              | ۱۶۰ |
| چرا آی پاد یک کالای بسیار بد بازاریابی خوب به حساب می آید؟.....                                                       | ۱۶۳ |
| فصل دهم: نقد تبلیغات .....                                                                                            | ۱۶۵ |
| مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ .....                                                                                     | ۱۶۵ |
| چگونه به این سؤال پردازیم؟ .....                                                                                      | ۱۶۵ |
| شیوه MOB .....                                                                                                        | ۱۶۵ |
| چهارچوب ADPLAN .....                                                                                                  | ۱۶۷ |
| سوالات تمرینی .....                                                                                                   | ۱۶۹ |
| یک تبلیغ تأثیر گذار مثال بزنید .....                                                                                  | ۱۷۰ |
| یک تبلیغ بدون تأثیر گذاری مثال بزنید .....                                                                            | ۱۷۲ |
| این تبلیغ متنی را بررسی کنید. مشتریان هدف کدامند؟ از چه روشی استفاده می کنند؟ پیام کلیدی آن چیست؟ .....               | ۱۷۵ |
| یک محصول اینترنتی مؤثر در فیس بوک مثال بزنید .....                                                                    | ۱۸۱ |
| یک محصول اینترنتی مؤثر در پینترست مثال بزنید .....                                                                    | ۱۸۳ |
| یک محصول اینترنتی موفق در اینستاگرام مثال بزنید .....                                                                 | ۱۸۵ |
| وقتی در بین قفسه های فروشگاه می گردید، کدام محصول به شما چشمک می زند و شما را وسوسه می کند که آن را بخرید؟ چرا؟ ..... | ۱۸۷ |
| یک محصول وابسته بندی خلاقانه مثال بزنید .....                                                                         | ۱۹۰ |
| فصل یازدهم: مدیریت مشکلات بخش روابط عمومی .....                                                                       | ۱۹۲ |
| مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ .....                                                                                     | ۱۹۲ |
| چگونه به این سؤال پردازیم؟ .....                                                                                      | ۱۹۲ |
| سؤال تمرینی .....                                                                                                     | ۱۹۳ |
| پاسخ .....                                                                                                            | ۱۹۳ |
| فصل دوازدهم: استانداردهای بارش فکری .....                                                                             | ۱۹۵ |

- ۱۹۵..... مصاحبه کننده به دنبال چیست؟
- ۱۹۵..... چگونه به این سؤال پردازیم؟
- ۱۹۶..... سؤالات تمرینی
- تصور می کنیم که شما مدیریت یک وبسایت تبلیغاتی را به عهده دارید. چه استانداردهایی را اعمال می کنید؟ ۱۹۶.....
- تصور می کنیم که شما مسئول ایجاد مشتریان بالفعل هستید. چه استانداردهایی را اعمال می کنید؟ ۱۹۸.....
- چه استانداردهایی را برای برقراری رابطه بین شرکت و مشتریان هدف، اعمال می کنید؟ ۱۹۹.....
- چه استانداردهایی را جهت سنجش سوددهی شرکت اعمال می کنید؟ ۲۰۰.....
- شما در حال بررسی پتانسیل عرضه کوپن های ۱۰ دلاری هستید. چه استانداردهایی را اعمال می کنید؟ ۲۰۱.....
- فصل سیزدهم: اجرای تحلیلی و تخمین ۲۰۲.....
- مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ ۲۰۲.....
- چگونه به این سؤال پردازیم؟ ۲۰۲.....
- روش تخمینی بالا به پایین: ۲۰۳.....
- روش تخمینی پایین به بالا: ۲۰۳.....
- سؤال تمرینی ۲۰۴.....
- فصل چهاردهم: اجرای تحلیلی - روش محاسباتی ROI (محاسبه بازگشت سرمایه) ۲۰۸.....
- مصاحبه کننده به دنبال چیست؟ ۲۰۸.....
- چگونه به این سؤال پردازیم؟ ۲۰۸.....
- بازگشت سرمایه ما، در کمپین بازاریابی به صورت ایمیل چه قدر است؟ ۲۱۱.....
- بازگشت سرمایه ما (ROI)، در کمپین "پرداخت با یک کلیک" چه قدر است؟ ۲۱۵.....
- شما این فرصت را دارید که داخل یک تاکسی نیویورک تبلیغ کنید. چه قدر باید پرداخت کنید؟ ۲۲۰.....

### به نام دانای حکیم

یکی از حوزه‌هایی که برخلاف ارزش و اهمیت آن، در ایران به اندازه کافی به آن توجه نشده، منابع انسانی و سرمایه‌های انسانی است. در بسیاری از شرکت‌ها به صورت سلیقه‌ای و غیرعلمی با افرادی که برای مصاحبه شغلی داوطلب شده‌اند، مصاحبه می‌شود. از طرفی داوطلبان در اغلب مشاغل نمی‌دانند چه سؤالاتی از آن‌ها پرسیده خواهد شد و چگونه باید به آن سؤالات طوری پاسخ دهند که در فرآیند جذب آن‌ها مؤثر باشد. رایج‌ترین و سخت‌ترین سؤالاتی که در مصاحبه‌های بازاریابی پرسیده می‌شود، در این کتاب پاسخ داده شده‌اند.

این کتاب درباره اشتباهات پرتکرار و مهمی که کارجویان بازاریابی در مصاحبه مرتکب می‌شوند، همین‌طور ویژگی‌هایی که مصاحبه‌کنندگان به دنبال آن می‌گردند و شیوه‌هایی که بتوانید موردپذیرش آن‌ها واقع شوید، دانش خوبی در اختیار شما قرار می‌دهد که در عمل نیز بسیار کاربردی است. مصاحبه بازاریابی در صنعت‌های مالی، فنی و تکنولوژیک، CPG و غیره، قابل استفاده خواهد بود. جالب است بدانید، نویسنده کتاب، پیش از این از دانشگاه استنفورد فارغ‌التحصیل شده، رئیس مدیریت محصول شرکت مایکروسافت بوده و قبل از آن نیز تجربه کار در شرکت گوگل را داشته است. امیدوارم این کتاب بتواند به شما کمک کند تا سریع‌تر پیشرفت کنید. دستاوردها، موفقیت‌ها و پیشنهادات خودتان و کاستی‌های ما را برایم به آدرس ایمیلی که در پایین صفحه درج شده، بفرستید.

با احترام فراوان

کیارش عباس‌زاده<sup>1</sup>

مدیر گروه شرکت‌های خانه کسب و کار