

بسم الله الرحمن الرحيم

توسعه بازار تجارت و کسب و کار

راهنمای آسان و گام به گام برای تبدیل شدن به برند در کسب و کار

نویسنده

دونالد میلر

ترجمه

سعید جوی زاده | علیرضا احمدیان



نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

سرشناسه	میلر، دونالد، ۱۹۷۱-م. Miller, 1971-Donald-
عنوان و نام پدیدآور	توسعه بازار تجارت و کسب و کار (راهنمای آسان و گام به گام برای تبدیل شدن به برند در کسب و کار)/نویسنده دونالد میلر ؛ ترجمه علیرضا احمدیان، سعید جوی زاده.
مشخصات نشر	تهران: آکادمیک، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۵۸ ص.
شابک	978-622-7609-57-8
وضعیت فهرست نویسی	فیا
عنوان دیگر	ساده سازی با بازاریابی: راهنمای گام به گام استوری برند برای تمام کسب و کارها.
موضوع	برندسازی (بازاریابی) Branding (Marketing) (گهی های تبلیغاتی -- کالاهای مارک دار Brand name products — Advertising
شناسه افزوده	احمدیان، علیرضا، ۱۳۶۴ - مترجم
شناسه افزوده	جوی زاده، سعید، ۱۳۵۷ - مترجم
رده بندی کنگره	۱۲۵۵/۵۴۱۵HF
رده بندی دیویی	۸۰۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۸۵۴۶۴۰۶



نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

توسعه بازار تجارت و کسب و کار

نویسنده	دونالد میلر
مترجمین	سعید جوی زاده علیرضا احمدیان
انتشارات	آکادمیک
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۰۹-۵۷-۸
چاپخانه و صحافی	دانشگاه خوارزمی
نوبت چاپ	اول / ۱۴۰۰
شمارگان	۵۰۰ نسخه
قیمت	۹۰,۰۰۰ تومان

خیابان سهروردی شمالی، خ هویزه غربی، خ یوسفی، پلاک ۷ طبقه دوم



Academicpress



۰۲۱-۲۸۴۲۹۴۸۴



Academicpress.ir



Academicpub1@gmail.com



فهرست مطالب

۴.....	مقدمه
۷.....	قسمت اول: سه مرحله ارتباط
۷.....	۱: برنامه بازاریابی که هرگز بیستاد نخواهید شد
۱۱.....	۲: مراحل واقعی یک رابطه
۲۳.....	۳: مقدمه‌ای بر بازاریابی ساخته شده از چک لیست ساده
۳۱.....	قسمت دوم: FUNNEL فروش ساده خود را برای بازاریابی ایجاد کنید
۳۲.....	۴: یک خط خود را ایجاد کنید
۴۵.....	۵: یک وب سایت WIREFRAMED که کار می‌کند
۹۹.....	۶: ژنراتور هدایت کننده
۱۱۷.....	۷: قدرت ایمیل
۱۲۰.....	۸: کمپین‌های ایمیل پرستاری
۱۳۷.....	۹: کمپین‌های فروش ایمیل
۱۴۲.....	۱۰: نحوه اجرای FUNNEL فروش ساده بازاریابی ساخته شده

مقدمه

بازاریابی باید آسان باشد و باید کار کند.

این که آیا شما یک تجارت کوچک یا یک تجارت بزرگ را اداره می‌کنید، ساده‌ترین و بهترین برنامه بازاریابی با یک قیف فروش شروع می‌شود.

مهم نیست چه چیزی می‌فروشید، اگر از کلمات برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنید، یک قیف فروش کار می‌کند.

قیف فروش پایه و اساس یک برنامه بازاریابی دیجیتال خوب است. هنگامی که یک قیف فروش ایجاد می‌کنید، تبلیغات شما می‌تواند قیف فروش شما را پشتیبانی کند.

در حالی که بازاریابی بیش از یک برنامه دیجیتالی وجود دارد، به استراتژی دیجیتالی شما، از جمله وب سایت شما، تولید کننده پسرnx و کمپین ایمیل، پایه و اساس سایر وسیقه‌های شما خواهد بود.

اما، مهمتر از همه، شما به یک قیف فروش نیاز دارید - و این کتاب به شما آموزش ایجاد یک قیف را می‌دهد.

قیف فروش راهی برای جذب و تبدیل سرnxها است.

هر کارآفرین، صاحب مشاغل و بازاریاب باید بداند که قیف فروش چگونه کار می‌کند. این که آیا خودتان قیف فروش ایجاد می‌کنید یا شخص دیگری آن را برای شما ایجاد می‌کند، چک لیست موجود در این کتاب هر آنچه را که برای ساختن قیف فروش لازم است بدانید، بیان می‌کند. هر فصل از این کتاب نکات و راهکارهایی برای ایجاد صحیح هر قطعه به شما ارائه می‌دهد.

در **com.MarketingMadeSimple** می‌توانید یک فریم کاغذی رایگان را بارگیری کنید که به همراه این کتاب، مقدار زیادی از وقت و درد روحی شما را نجات می‌دهد.

در **StoryBrand**، ما به بیش از ده هزار شرکت کوچک، متوسط و بزرگ کمک کرده ایم که قیف‌های فروش را ایجاد کنند. تقریباً همه آنها با پر کردن این تکه‌های کاغذ شروع کردند.

هنگامی که قاب سیم کاغذی خود را بارگیری می‌کنید، دو نمونه قاب فرعی نیز دریافت خواهید کرد که به شما کمک می‌کند بفهمید به کجا می‌روید.

این کتاب درباره سهولت اجرای یک استراتژی بازاریابی است. ما می‌توانیم در مورد بازاریابی در تمام طول روز صحبت کنیم، اما شما فقط با کارهایی که انجام می‌دهید درآمد کسب خواهید کرد. اکثر برنامه‌های بازاریابی در قصد یا فلسفه ارتباط شکست نمی‌خورند، در اجرا شکست می‌خورند. مردم به سادگی آن را انجام نمی‌دهند.

سال گذشته، نویسنده همکار من، دکتر جی جی پترسون، پایان نامه دکتری خود را در زمینه چارچوب پیام StoryBrand ارائه داد. در پایان نامه JJ از این ایده دفاع کرد که این چارچوب برای هر نوع تجارت، بزرگ یا کوچک، B۲B یا C۲B کار می‌کند. با این حال، JJ دریافت که موفقیت در چارچوب به یک ضرورت مهم بستگی دارد: اعدام. این کتاب همه چیز درباره اعدام است. وجود دارد تا به شما در انجام کار کمک کند.

اگر پیام واضحی دارید و قیف فروش ندارید، تجارت شما رشد نخواهد کرد. بازدیدکنندگان شما تصور می‌کنند که نمی‌توانید مشکل آنها را حل کنید و در جستجوی کسی که بتواند آنها را ترک می‌کنند.

پول خود را در بازاریابی که کار نمی‌کند هدر ندهید

اگر هنوز هزینه‌ای را برای بازاریابی شروع نکرده اید، این کتاب اگر نه میلیون‌ها دلار صرفه جویی کنید. و اگر برای بازاریابی پول خرج کرده اید، این کتاب جلوی این هدر رفت را می‌گیرد. در طول سالهایی که ما StoryBrand را اداره می‌کنیم، با بسیاری از آژانس‌های بازاریابی ملاقات کرده ایم که لوگوهای جدید، طرح‌های رنگی و دستورالعمل‌های نام تجاری را به شما می‌فروشند و به دنبال آن تبلیغات فیس بوک و صفحات فرود لغزنده به شما می‌فروشند. بدون قیف فروش، اکثر این موارد کار نمی‌کنند.

JJ و من صدها راهنمای بازاریابی دارای مجوز StoryBrand را آموزش داده ایم و در آن زمان ده‌ها ایده بازاریابی را آزمایش کرده ایم. با این حال، ما همچنان به قیف فروش قدیمی و مطمئن باز می‌گردیم.

چک لیست موجود در این کتاب نتیجه می‌گیرد.

اگر شما کارآفرین، صاحب مشاغل هستید یا در بخش بازاریابی یک سازمان بزرگ مشغول به کار هستید، این کتاب به عنوان یک طرح قابل فهم برای شما عمل می‌کند.

اگر مسئول بازاریابی شرکت خود هستید، این دفترچه بازی جدید خود را در نظر بگیرید. و اگر شرکتی را اداره می‌کنید، این کتاب را به تیم بازاریابی خود تحویل دهید و از آنها بخواهید دقیقاً آنچه در این چک لیست وجود دارد ایجاد کنند.

پرداخت برای بازاریابی که کار نمی‌کند اشتباه است

این اشتباه است که یک شرکت بازاریابی از شما پول بگیرد و از سرمایه شما بازگردد. این یک بی‌عدالتی است که شما، شخصاً، وقت خود را صرف تلاشی می‌کنید که بهای کار شما را پرداخت نمی‌کند. وقت شما برای این کار بسیار ارزشمند است.

اگر این کتاب را می‌خوانید و به کمک احتیاج دارید، از com.MarketingMadeSimple دیدن کنید، جایی که می‌توانید یک راهنمای معتبر StoryBrand برای ایجاد قیف فروش خود برای شما پیدا کنید. حتی اگر یک راهنما استخدام کنید، این کتاب برای نشان دادن آنچه راهنما انجام می‌دهد مهم خواهد بود. بعد از اینکه کاملاً متوجه شدید که برنامه بازاریابی شما باید چگونه باشد، می‌توانید جهت و بازخورد ارزشمندی در ایجاد برنامه بازاریابی خود ارائه دهید.

بازاریابی نباید پیچیده باشد. آنچه را که در این کتاب بیان کرده ایم انجام دهید و به بازاریابی خود اطمینان داشته باشید، مأموریت خود را افزایش دهید و با مشتریان ارتباط برقرار کنید. بیایید شروع کنیم.