

بازاریابی و فروش

محمد علی حسینیان

انتشارات اساتید ایران

سرشناسه	: حسینیان، محمدعلی / گردآورنده
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی و فروش / گردآورنده محمدعلی حسینیان
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات اساتید ایران، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری	: ۱۷۴ ص.
شابک	: ۱۳۵۰۰۰ ریال ۸-۳۵-۶۳۸۶-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص {۱۷۶-۱۷۷}
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: فروشنده
موضوع	: مدیریت فروش
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۱ پ ۵۴۱۵/ HF
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۰۸۷۷۴۱

نام کتاب بازاریابی و فروش

گردآورنده محمد علی حسینیان

ناشر انتشارات اساتید ایران

تایپ و صفحه آرایی پروین حسینی زاده

چاپ اول زمستان ۱۳۹۱

شمارگان ۲۰۰۰ جلد

قیمت ۱۳۵۰۰ تومان

شابک ۸-۳۵-۶۳۸۶-۹۶۴-۹۷۸ ISBN978-964-6386-35-8

تلفن مرکز پخش و فروش ۹۱-۶۶۵۷۲۴۹۰

فهرست

دید نو به تبلیغات	۱۴
خصوصیات یک فرد موفق	۱۴
بررسی روشهای اندازه گیری رضایت مشتری	۱۶
بازاریابی تلفنی	۲۱
بازاریابی در یک کلام یعنی جلب رضایت مشتری	۳۱
بهترین معیارها برای مدیریت و افزایش کارایی بازاریابی	۴۴
تعریف معیار (metric)	۴۶
سه مفهوم برای انتخاب معیارهای بازاریابی	۴۷
۱۰ ویژگی یک کارشناس فروش حرفه‌ای	۵۲
توجه به مشتری، راز ماندگاری	۶۵
(قسمت اول)	۶۵
تفکر مشتری مدارانه	۶۶
منافع مشتری مداری	۶۸
تفاوتهای مشتریان امروزی	۶۹
آنچه مشتری می‌خواهد	۷۰
توجه به مشتری، راز ماندگاری	۷۳
(قسمت دوم)	۷۳
نفوذ در مشتری	۷۹

۹۰	 ساختار کارکنان فروش
۹۳	 تعیین حقوق مزایای کارکنان فروش
۹۴	 مهمترین وظایف مدیریت نیروی فروش
۹۵	 روش‌های استخدام نیروهای فروش
۹۶	 نظارت بر عملکرد نیروهای فروش
۹۶	 روش‌های نظارت و کنترل نیروهای فروش
۱۰۰	 نمایشگاه
۱۰۱	 انواع نمایشگاه
۱۰۲	 مدیریت غرفه‌ها
۱۰۴	 تعریف کالا
۱۰۴	 طبقه‌بندی کالا
۱۰۸	 تصمیم‌گیری در خصوص صفات کالا
۱۰۹	 علامت تجاری یا برند
۱۱۰	 بسته‌بندی
۱۱۱	 برچسب زنی
۱۱۱	 خط تولید محصول
۱۱۵	 عوامل محیطی و تاثیر آن بر قیمت گذاری
۱۱۵	 انواع بازار
۱۱۶	 شیوه‌های عمومی قیمت گذاری
۱۱۸	 روش‌های قیمت گذاری چند کالا
۱۲۰	 تخفیفات فروش

۱۲۱	انواع قیمت گذاری تبعیضی
۱۲۲	بازاریابی چیست
۱۲۴	تعیین اهداف
۱۲۵	روشن بودن و قابل اندازه گیری بودن اهداف
۱۲۵	اهداف عمومی بازاریابی
۱۲۶	نقش پایه ای اطلاعات
۱۲۶	شرایط فعلی و شرایط هدف
۱۲۸	آمیزه موفق بازاریابی
۱۲۹	ایجاد تمایز
۱۳۰	حضور نمایشگاهی
۱۳۰	استفاده از تبلیغات
۱۳۰	خرید آدرس ها
۱۳۱	فروش از طریق همه کانال ها
۱۳۲	نرم افزارها
۱۳۳	بازاریابی ارتباطات
۱۳۵	تعریف اهداف ارتباطی
۱۳۵	تعریف تصویر
۱۳۶	۱۱ فن بازاریابی
۱۴۱	فنون فروش
۱۴۴	مراحل کامل بازاریابی
۱۴۵	تفاوت ارباب رجوع با مشتری

۱۴۷	دلایل ریزش مشتریان
۱۴۸	تفاوت بازاریابی و فروش
۱۴۸	پیش‌بینی فروش به کمک منحنی عمر محصول
۱۴۹	عناصر شبکه توزیع
۱۴۹	وظایف کلی و خدمات کانالهای توزیع
۱۵۰	وظایف خاص عمده فروشان
۱۵۱	وظایف خاص خرده فروشان
۱۵۲	وظایف مدیر فروش مشتری‌گرا
۱۵۳	عوامل کمی و کیفی ارزیابی فروشندگان
۱۵۵	هفت اصل مهم روابط عمومی فروش
۱۵۵	تقسیم‌بندی فروشندگان
۱۵۷	هفت مورد از اعمالی که هر فروشنده باید حداقل انجام بدهد
۱۵۷	شش مورد از اعمالی که هر فروشنده حداقل نباید انجام بدهد
۱۵۸	مراحل هشت‌گانه روانشناسی خرید
۱۶۰	تعاریف ارتباط و روابط عمومی
۱۶۱	اجزا و عوامل ارتباطات در فرآیند فروش
۱۶۳	موانع ارتباطی
۱۶۳	انواع مختلف ارتباطات
۱۶۶	مراحل مهندسی فروش
۱۶۶	نه مورد از دغدغه‌های مشتری
۱۶۷	مزایا و معایب تجارت الکترونیک

۱۶۸	طراحی افزایش فروش
۱۷۰	فلسفه‌های مدیریت بازاریابی
۱۷۰	فلسفه تولید
۱۷۱	فلسفه کالا
۱۷۲	فلسفه فروش
۱۷۲	تصمیمات در مورد بودجه آگهی
۱۷۳	اعتماد سازی برای مشتری و اطمینان دادن به مشتری
۱۷۴	تئوری فروش گرا و بازارگرا