

۱۳۸۴/۹/۱۳

اصول بازاریابی و فروش

ارجاء و گردآوری

محسن باطنی



انتشارات ریواس

سرشناسه: باطنی، محسن
عنوان و نام پدیدآور: اصول بازاریابی و فروش
نویسنده: محسن باطنی
مشخصات نشر: تهران: ریواس، ۱۳۹۴
مشخصات ظاهری: ۱۷۶ ص
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۲۰-۹۷-۴



نام کتاب: اصول بازاریابی و فروش
نویسنده: محسن باطنی
انتشارات: ریواس
سال و نوبت چاپ: ۱۴۰۱
صفحه آرای: سمیه شایسته
طراح: سپیده صاحب قلم
ویراستار علمی: سیدحسین رجاء
لیتوگرافی: رایپید گرافیک
چاپ: خاتم

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۲۰-۹۷-۴

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

دفتر مرکزی: انقلاب کارگر شمالی تقاطع بلوار کشاورز بن بست گیتی

پلاک ۲ طبقه ۲ واحد ۴

تلفن: ۰۹۳۸۵۱۹۴۳۶۸ - ۶۶۹۱۵۹۱۸

سایت اینترنتی: www.ofoghedoor.com ، info@ofoghedoor.com

فهرست مطالب

۷	پیش گفتار
۹	فصل ۱: مقدمه
۱۱	دقیقاً چه می‌خواهد
۱۳	از جایگاه کنونی شما، معیاری که در نظر دارید
۱۵	راه خود را در این مسیر پیکار خم بیابید
۱۷	فصل ۲: از کجا باید شروع کرد
۱۹	تعریف شرایط کنونی کسب و کار خود
۲۳	رزیابی نقاط قوت، مهارت‌ها و منابع
۲۵	فصل ۳: آغاز بازاریابی و فروش - شناخت محیط بازار و رقبا
۲۷	شناخت محیط بازار و رقبا بوسیله تحقیق و بررسی
۲۹	ارزش‌یابی طرح کسب و کار رقبا
۳۳	یادگیری از دیگر افراد در محیط بازار
۳۹	فصل ۴: شناخت مشتری هدف
۴۵	شناخت مشتری هدف
۵۳	آگاهی از این که مردم چه کالاهایی می‌خرند

فصل ۵: ایجاد پایه‌های استوار.....	۵۹
تصمیم‌گیری در مورد موقعیت مناسب بازار.....	۶۱
صراحت و وضوح در مورد محصول در حال فروش.....	۶۷
شفاف‌سازی پیشنهاد فروش منحصر به فرد.....	۷۱
ایجاد و اطلاع‌رسانی یک هویت برند.....	۷۷
ایجاد و توسعه‌ی یک شعار برای کسب و کار.....	۸۳
خودباوری.....	۸۷

فصل ۶: تعیین قیمت.....	۹۱
مطالبه‌ی تجد ارزش یا دارید.....	۹۳
افزایش قیمت‌ها در رخت مقتضی.....	۹۹

فصل ۷: فروش خدمات.....	۱۰۳
برقراری تماس تلفنی سرد.....	۱۰۵
قرار ملاقات.....	۱۱۱
ایجاد تفاهم فوری.....	۱۱۵
هنر و قدرت شنیدن.....	۱۱۹
پی بردن به دغدغه‌ی مشتریان آینده با مطرح کردن پرسش.....	۱۲۵
طراحی یک پیشنهاد برنده.....	۱۳۳
پیگیری.....	۱۳۹

فصل ۸: مسائل ساده‌ای که تفاوت‌های بزرگی به بار می‌آورند.....	۱۴۳
تسهیل خرید مردم.....	۱۴۵
راضی نگاه داشتن مشتری.....	۱۴۹
رسیدگی مثبت به شکایات.....	۱۵۳

انگیزش گروه ۱۵۹

فصل ۹: تحقق برنامه ۱۶۳

تنظیم برنامه ۱۶۵

حفظ آگاهی و درس گرفتن از تجربیات ۱۶۹

ماندن در مسیر درست ۱۷۳

www.ketab.ir

پیش گفتار

دلیل نگارش این کتاب

آیا تا به حال فرصت این را داشته‌اید که در مورد جایگاه فعلی کسب و کار خود فکر کنید؟ اگر در حال حاضر در آن چشم اندازی که ترسیم کرده‌اید قرار ندارید، پس شکاف بین این دو نقطه وجود دارد. نقطه‌ی حال و نقطه‌ی مطلوب. پس باید نمودار را به طور دقیق مشخص کنید. شکاف بین نقطه‌ی کنونی و مطلوب در کسب و کارها گوناگون متفاوت است. بگذارید در همین شروع کار به شما بگویم همراه داشتن یک دفترچه یا تقویم روزانه و یادداشت مسایل و شاید شکاف‌هایی که به آن برمی‌خورید می‌تواند بسیار سودمند باشد. به این موارد دقت کنید:

◀ فعالیتهای شخصی (زمان و تمرکز)

◀ کیفیت کالاها و خدمات

◀ موقعیت مکانی

◀ تعداد فروشگاهها

◀ مشتریان هدف

◀ تعداد مشتریان

◀ برنامه‌ها و روش‌ها

◀ فعالیتهای بازاریابی

◀ گروه کارکنان

◀ دانش و اطلاعات

◀ مهارت‌ها

زمانی که به طور واضح و روشن از شکاف‌ها و فاصله‌های موجود تصویری - آن هم با رزولوشن بالا - به دست آوردید، آن وقت می‌توانید از آنها برای تنظیم اهداف و مقاصد مناسب به همراه طرحی برای دستیابی به آینده استفاده کنید. شاید با نشناختن این قبیل شکاف‌ها، خیلی راحت به دام ورشکستگی بیاقتید و از این شاخه به آن شاخه بپرید و یا حاشا! به چیز دیگری منحرف شود.

حالا که می‌دانستیم پس بیاید و با خودتان صادق باشید. شاید لازم نباشد در یک رخدادهای بحرانی راه حلی داشته باشید. راه حل بعداً خودش می‌آید. (به معجزه ایمان دارید؟) تنها کاری که باید بکنید این است که فقط بر روی کاری که می‌یست مورد توجه قرار گیرد تمرکز کنید. ممکن است حتی درست ندانید چه اقداماتی باید انجام دهید، اما ناگهان از جایی که هستید به جایگاهی که می‌خواهید برسید. با خواندن این کتاب می‌توانید دقیقاً برنامه‌ی بازاریابی مناسبی برای خود را خلق کنید. اصلاً این کتاب برای تمامی صاحبان مشاغل را انواع کوچک و بزرگ و متوسط با افراد حرفه‌ای و مستقل که اندیشه‌ی موفقیت در بازاریابی محصولات و خدمات خود دارند، نوشته شده است.

امیدوارم این کتاب بتواند به درآمدزایی با برنامه‌ی بازار بازاریابی شما کمک کند و از خواندن آن لذت ببرید.

محسن باطنی