

راهنماهای تبلیغات و بازاریابی (۶۶)

بازار راه رشد شما

۸ راه برنده شدن

نویسنده:
فیلیپ ویتسون
کاتلر

مترجمان:
دکتر احمد روستا
علی صالحی



ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

بازار، راه رشد شما

مؤلفان: فیلیپ و میلتن کاتلر
مترجمان: محمد روستا و علی صالحی

خوشنویس: بهار خدشند خورشید و ماه

محمد کیانی

طراحی جلد و صفحه: شرکت سیت

مدیر اجرایی: فیروزه باوری

ویراستار: آریتا جمشیداداول



صفحه آرایی: محمد سید علی

لیتوگرافی: طیف

چاپ و صحافی: طیف

ناشر: سیت

چاپ نخست: پاییز ۱۳۹۳

۲۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-600-5253-64-1

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۶۴-۱

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com

بها: ۱۰۰۰۰ تومان

سرشناسه	م. پ. فیلیپ، ۱۹۳۱ - م.
عنوان و نام پدیدآور	Kotler Philip بازار: رشد، اما: موفقیت / نویسندگان فیلیپ و میلتن کاتلر؛ مترجمان احمد، روی، علی صالحی.
مشخصات نشر	تهران :
مشخصات ظاهری	۲۲۰ ص. : مص. جدول، نمودار.
فروست	راهکارهای تبلیغات و بازاریابی :
شابک	۹۷۸۰۰۰۵۲۵۳۰۶۴-۱ :
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا :
یادداشت	عنوان اصلی: Market your way to grow & 8 ways to win. c2013.
عنوان دیگر	مسیر خود را به سوی رشد بازار کنید: است مسیر موفقیت.
موضوع	بازاریابی :
موضوع	مشتری شناسی -- مدیریت :
موضوع	بازاریابی ارتباطی :
شناسه‌ی افزوده	کاتلر، میلتن :
شناسه‌ی افزوده	Kotler, Milton :
شناسه‌ی افزوده	روستا، احمد، ۱۳۲۷ - مترجم :
شناسه‌ی افزوده	صالحی، علی، ۱۳۵۳ - مترجم :
رده‌بندی کنگره	الف ۱۳۹۳ م ۵۲/ک ۱۵/۴۵ HF۵۴۱۵ :
رده‌بندی دیویی	۶۵۸/۸۱۲ :
شماره کتابشناسی ملی	۳۵۲۶۳۷۵ :

سخن ناشر

رمز موفقیت در زمان رکود چیست؟

در زمانی که بازارها در سخت و دشوار قرار می گیرند و بی ثباتی و رکود دامنگیر همه ی بخش ها می شود چه باید کرد؟ مسلم است که کسب و کارها به کساد ادامه دهند و نمی توانند منتظر معجزه باشند. اما در این شرایط چه ریتیک می پیش روی شرکت هاست؟ در چنین شرایطی دو گزینه وجود دارد؛ کاهش هزینه ها یا روی آوردن به استراتژی های جدید برای افزایش درآمدها.

در این کتاب، فیلیپ کاتلر، استاد کم نظیر بازاریابی جهان و بزرگ ترین متفکر استراتژی های بازاریابی، هشت راهکار را برای خروج دوران رکود، به دست آوردن سهم بازار بیشتر و رسیدن به رشد و توسعه داده است. توسعه ی سهم بازار، توسعه ی مشتریان، توسعه ی یک برند قوی و راه های محصولات و خدمات، استفاده از بازارهای جهانی و... روش هایی هستند که به طور کامل و دقیق شرح داده شده اند.

از سوی دیگر، مدیران تجاری موفق در شرایطی که بازار دچار رکود می شود در حال بازسازی و نوسازی دیدگاه های خود برای خروج از بحران هستند؛ از این نظر، این کتاب نه تنها روش های نوینی را برای صاحبان کسب و کاری که به دنبال تغییر و رشد هستند، ارائه می دهد، بلکه دیدگاهی جدید از مدیریت

استراتژیک بازاریابی را معرفی می‌کند.
امید است که در شرایط رکود و بحران اقتصادی فعلی چاپ این کتاب
بتواند به عنوان چراغ راه مدیران نخبه و موفق و صاحب بصیرت کشور جهت
ایجاد تغییرات استراتژیک باشد و راهنمایی مناسب برای برون‌رفت از وضعیت
رکود و دستیابی به رشد و توسعه‌ی اقتصادی کارآفرینان ایرانی.

شاهین ترکمن

پاییز ۱۳۹۳

www.ketab.ir