

بازاریابی چریکی

(تبلیغات و فروش به سبک پارتیزان‌ها)



دکتر مهدی جبرائیلی

مهندس فرامرز کوثری

مهندس محسن جبرائیلی

سرشناسه	:	جبرائیلی، مهدی، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	:	بازاریابی چریکی (تبلیغات و فروش به سبک پارتیزان‌ها) / مهدی جبرائیلی، فرامرز کوثری، محسن جبرائیلی.
مشخصات نشر	:	گروگان: انتشارات نوروزی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۱۰۰ ص.
شابک	:	978-600-449-628-5
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	بازاریابی Marketing
شناسه افزوده	:	کوثری، فرامرز، ۱۳۴۳ -
شماره افزوده	:	جبرائیلی، محسن، ۱۳۶۸ -
رده بندی کنگره	:	HF۱۵۴۱۵۴۱۳۹۶۵۲ پ ج /
رده بندی یویی	:	۸/۶۵۸
شماره ثبت	:	۴۹۷۲۴۷۵

بازاریابی چریکی

تألیف: دکتر مهدی جبرائیلی - مدرس فرامرز کوثری - مهندس محسن جبرائیلی

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۶

مشخصات ظاهری: ۱۰۰ ص

قطع: رقعی

شمارگان: ۱۰۰

شماره شابک: ۵-۶۲۸-۴۴۹-۶۰۰-۹۷۸

چاپ و نشر: نوروزی-۰۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان



نشانی: گلستان، گروگان، خیابان شهید بهشتی، بازار رضا (ع). ۰۱۷-۳۲۲۴۲۲۵۸

دورنگار: ۰۱۷-۳۲۲۲۰۰۴۷ آدرس الکترونیکی: Entesharate.noruzi@gmail

سایت انتشارات: www.Entesharate-noruzi.com

مقدمه:

حتما در مورد جنگ‌های چریکی و نبردهای پارتیزانی چیزهایی شنیده اید. چریک‌ها تعداد اندکی جنگجو هستند با مهمات جنگی محدود و زمان اندک که باید با کمترین منابع و امکانات به جنگ ارتش‌های بزرگی بروند که انواع مهمات سنگین و نفرات رزمی آموزش دیده دارند. ارتش‌های بزرگ و مجهزی که قصد فتح سرزمین‌های بزرگ و اقامت طولانی در موقعیت‌های فتح شده را دارند.

اما چریک‌ها کلا هدفشان فرق می‌کند. آنها قصد ماندن طولانی ندارند. اگر سم داشته باشند، قوای کافی برای استقرار و کنترل اوضاع را در اختیار ندارند. آنها باید خیلی سریع وارد عمل شوند و به نقاط کلیدی مورد نظر خود هجوم برند و با کمترین تلفات بیشترین غنایم را بدست آورند و خیلی سریع خود را عقب بکشند و محو شوند.

بازاریابی چریکی هم چنین چیزی است. در بازاریابی چریکی شما یک محصول یا خدمت برای عرضه دارید اما پول کافی برای تبلیغ و جلب توجه مشتری ندارید. در این شیوه بازاریابی شما باید با تکیه بر قوه خلاقیت و ابتکار خود و با استفاده از امکانات در اختیار و تحلیل منابع در دسترس، بتوانید در زمانی محدود نظر مشتری را به سمت خود و محصولاتان جذب کنید و در بین صدها شرکت رقیب بزرگ و جافتاده با تبلیغات سنگین، ویژگی‌های برجسته محصول خود را به مشتری معرفی و او را طرفدار خود بسازید.

شاید در نگاه اول، بازاریابی چریکی، شیوه تبلیغات و عرضه کم‌هزینه‌ای بی پول و نوپا و تازه کار تصور شود اما وقتی بدانید که حتی شرکت‌های بزرگ هم بودجه و بخش‌های ویژه برای این نوع بازاریابی اختصاص داده اند، نظرتان حتما تغییر خواهد کرد.

این کتاب به زبان ساده و کاربردی این شیوه بازاریابی فوق العاده موثر که روز به روز محبوبیت و اثربخشی فوق العاده اش آشکار تر می شود را به شما معرفی می کند و روش های مختلف پیاده سازی و اجرای این مدل متفاوت عرضه و تبلیغ و جلب و جذب مشتری را به شما آموزش می دهد.

نکته جالب این کتاب، بهره گیری آن از تصاویری از تجربه های موفق است که در مجموع قوه تخیل شما برای خیال پردازی ها و طرح های ابتکاری جدید را گسترش می دهد.

با توجه به آنکه همه انسان ها در طول عمر خود به نوعی فروشندگی را تجربه می کنند، رزوه را محصول یا خدمت خود را با سریع ترین و کم هزینه ترین روش به مشتری ارائه می دهند و از آن جا که این شیوه بازاریابی تا حد زیادی به ذوق و استعداد افراد بستگی دارد، می توان با قاطعیت گفت که بازاریابی چرنکی رتبه اول است که همه باید آن را بلد باشند.

این کتاب تقدیم می شود به همه عزیزانی که برای محصولات و خدمات خود، امکانات تبلیغات و عرضه کمی دارند، اما به سرعت و پرسروصدا و هیجان انگیز وارد بازار می شوند و مشتری ها را مجبور می سازند، که شرکت ها و رقبای بزرگ حتی در خواب شب خود هم نمی بینند.

دکتر مهدی جرائلی

فهرست

- ۱۱..... اصول اساسی بازاریابی چریکی
- ۱۲..... نگاه راهبردی به بازاریابی چریکی
- ۳۰..... ویژگی‌های بازاریابی چریکی
- ۳۳..... اصول بازاریابی چریکی
- ۳۸..... چند پیشنهاد برای موفقیت در بازاریابی چریکی
- ۴۲..... بیست و یک موفقیت در بازاریابی چریکی
- ۵۸..... پیاده سازی یک طرح بازاریابی چریکی
- ۶۷..... نمونه‌هایی از بازاریابی چریکی