

۱۳۹۹.۱۴



اصول و مبانی

بازاریابی و پخش مویرگی

چر تهران

تألیف:

امیر همایون کاشانی کیا



بازاریابی و پخش مویرگی در تهران

نویسنده: امیرهمایون کاشانی کیا

ویراستار/ مدیر تدوین: حمیده حجتی

طراحی جلد/ مدیر اجرایی: مهندس پیمان اخوان توکلی

حامی و سرمایه‌گذار فرهنگی (sms): ۰۹۱۹۵۵۳۹۳۷۲

مدیریت فروش و توزیع: ۶۶۱۷۷۲۸۰

نشانی دفتر مرکزی: انقلاب، کارگر شمالی، کوی رستم، پلاک ۸، طبقه ۳



www.secretco.ir

www.booknaa.ir

- سازمان: کاشانی کیا، امیرهمایون
- عنوان و نام دیدار: بازاریابی و پخش مویرگی در تهران / تالیف امیرهمایون کاشانی کیا
- مشخصات نشر: تهران، کاوس، ۱۳۹۳
- مشخصات ظاهری: ۱۱ ص ۱۴۰/۵۲۱ س.م
- شابک (ISBN): ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۲۸۰-۱-۷
- وضعیت فهرست نویسی: فیبا
- موضوع: بازاریابی - ایران - تهران - نمونه پژوهشی
- موضوع: توزیع کالا - ایران - تهران - نمونه پژوهشی
- رده بندی کنگره: ۵۴۱۵/۱۲HF الف ۹۷۹۴
- رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۰۹۵۵۱۲۲
- شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۶۰۱۵۶
- شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
- نوبت چاپ: اسفندماه ۱۳۹۴
- قیمت: ۱۲۰,۰۰۰ ریال

فهرست

۱	پیشگفتار
۳	بخش اول: اصول و مبانی پخش مویرگی
۵	مثلت برتری
۸	تعلق سامانی مشتریان
۱۰	ارزش سلطان تهران
۱۲	اولویت پخش
۱۳	اعتباردهی
۱۶	اعتبارسنجی
۲۱	مثلت اعتبار
۲۲	انواع کالاها
۲۳	انبار کالا
۲۴	ساعات پخش
۲۶	چگونگی همکاری با مارک‌ها
۲۹	ارزش مناطق پرت و دورافتاده
۳۰	ساعت کار پخش
۳۲	شب عید
۳۴	اصول دریافت چک مشتری طرف تجاری
۳۶	تعادل
۳۹	کالاهایی که مشتری‌ها از آنها متنفرند

- ۴۰ هزینه‌های پخش چقدر است
- ۴۲ نفوذ در بازار
- ۴۵ روش‌های مکمل
- ۴۵ قیمت مصرف‌کننده
- ۴۸ انواع پخش‌های موفق
- ۵۲ در ریبین‌های مدار بسته
- ۵۵ سیستم حسابداری
- ۵۸ چه نوع وسیله‌ای برای پخش مویرگی مناسب است؟
- ۶۱ طرز رفتار پخش‌کنندگان با مشتری‌ها
- ۶۳ انواع کلاهبرداری
- ۶۹ انواع حساب‌های سوخته
- ۷۲ چگونه در زمان کوتاه به ثروت افغانی دست پیدا کنیم؟
- ۷۵ اساس سرمایه‌گذاری در پخش مویرگی چگونه باید باشد؟
- ۸۰ نفوذ در بازار انحصاری
- ۸۵ بخش دوم: بازاریابی
- ۸۷ قدم‌های شروع سفارش پخش مویرگی
- ۸۹ چگونه تیم بازاریابی کنترل می‌گردد
- ۹۲ چالشی به نام ریزش نیرو و استخدام ویزیتور
- ۹۴ پاچال

۹۴	تابوی قیمت
۹۶	آیا هدف ما جلب رضایت مشتری است؟
۹۸	طمع عامل اصلی فساد بازاریاب‌های حضوری (یا ویزیتورها)
۱۰۱	نحوه و روش استخدام ویزیتورها
۱۰۳	۶ گام تماس تلفنی
۱۰۵	۴ گام ویزیت حضوری

پیشگفتار

هدف از نگارش این کتاب، احساس من در خلاء این نوشته و مطالب در ارتباط با پخش مویرگی و وضعیت پخشها در ایران بالاخص تبران است و سعی کرده ام علاوه بر بیان مطالب مخصوص به بازار تهران و ایران بیشتر به نکاتی اشاره کنم که در کتابهای تخصصی و آکادمیک اشاره نشده است و یا به درستی بیان نشده است. پر واضح است که این کتاب حاصل و نتیجه تجربیات و سوابق من طی سالهای منمادی در پخش مویرگی بوده و می باشد.

هیچگاه نباید فراموش کرد که علوم اجتماعی و اتلاقیات هر جامعه ای بر روند کار در زمینه اقتصادر خرد و کلان بسیار مؤثر است و شاید نتوان کورکورانه همان فرمولهای سایر کشورها را در یک بازار با خواص فرهنگی، مذهبی و صنعتی خاص خودش اعمال نمود.

واضح و مبرهن است که دغدغه اصلی من از نگارش این
سفرنامه عدم از بین رفتن تجربیات خود به طی سالیان متمادی
برده و می باشد.

www.ketab.ir