

مدیر سبز تقدیم می کند

کتابخانه موفقیت برایان تریسی

بازاریابی

برایان تریسی

ترجمه
ژان بقوسیان
بنفشه عطرسائی

ترجیسی، برایان، ۱۹۴۴ - هـ.	ترجمه
Tracy, Brian	عنوان و نام پدیدآور: بازار یابی / برایان تریسی: ترجمه ژان بقوسیان، بنفشه عطرسائی.
عنوان و نام پدیدآور: بازار یابی / برایان تریسی: ترجمه ژان بقوسیان، بنفشه عطرسائی.	مشخصات نشر
قلم برقی، ۱۳۹۲.	مشخصات ظاهری
۱۱۰ ص: تصویر (بخشی رنگی).	شابک
۷۰۰۰ ریال: ۹-۷-۹۱۸۰۰-۶۰۰-۹۷۸	وضعیت فهرست نویسی
فیبا	یادداشت
عنوان اصلی: Marketing، ۲۰۱۴.	یادداشت
بالای عنوان: کتابخانه موفقیت برایان تریسی.	یادداشت
عنوان دیگر: بازار یابی: کتابخانه موفقیت برایان تریسی.	عنوان دیگر
کتابخانه موفقیت برایان تریسی	عنوان دیگر
بازاریابی: کتابخانه موفقیت برایان تریسی.	موضوع
بازاریابی	شناسه افزوده
بقوسیان، ژان، ۱۳۵۵ - مترجم	شناسه افزوده
عطرسائی، بنفشه، ۱۳۴۲ - مترجم	رده بندی کنگره
HF۵۴۱۵/۲۴۰۳۱۳۹۳	رده بندی دیویی
۶۵۸/۸	شماره کتابشناسی ملی
۳۳۹۳۸۶۹	

انتشارات برقی

ناشر:

بازاریابی - کتابخانه موفقیت برایان تریسی

عنوان کتاب:

شرکت مدیر سبز

برنامه ریز و اجرا:

ژان بقوسیان، بنفشه عطرسائی

ترجمه:

آذر جوزی

ویراستار:

آذر جوزی، ژان بقوسیان

صفحه‌آرایی و طراحی جلد:

۱۳۹۳ اول

نوبت چاپ:

۲۰۰۰ نسخه

شمارگان:

ISBN: 978-600-91800-9-7

شابک: ۹-۷-۹۱۸۰۰-۶۰۰-۹۷۸

۷۰۰۰ تومان

قیمت:

۸۸۴۹۲۳۹۷-۸۸۴۷۲۹۳۱-۸۸۳۰۸۷۳۲

تلفن مرکز پخش:

www.modiresabz.com

پایگاه اینترنتی / ایمیل:

info@modiresabz.com



تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

۶	مقدمه
۹	۱. هدف کسب و کار
۱۳	۲. چهار روش بازاریابی موفق
۱۷	۳. سه سوال کلیدی در بازاریابی
۲۱	۴. تحقیقات بازار و شناخت بازار
۲۷	۵. بازاریابی مشتری محور
۳۱	۶. دلیل خرید مردم
۳۷	۷. تحلیل رقابتی
۴۳	۸. کسب مزیت رقابتی
۴۷	۹. آمیخته بازاریابی
۵۳	۱۰. استراتژی های جایزه سازی
۵۷	۱۱. چهار اصل استراتژی بازاریابی
۶۳	۱۲. انتخاب میدان نبرد
۶۷	۱۳. اصول نظامی استراتژی بازاریابی
۷۳	۱۴. تاکتیک های منحرف و منصرف کردن از بازاریابی
۷۷	۱۵. استراتژی «اولین و بیشترین»
۸۱	۱۶. استفاده از استراتژی «ضربه غافلگیرانه»
۸۵	۱۷. تسلط بر بازار تخصصی
۸۹	۱۸. استراتژی های خلاق برای رشد بازاریابی
۹۳	۱۹. استفاده از سایر روش های فروش
۹۹	۲۰. مفهوم سبد منابع
۱۰۳	۲۱. چهار روش برای تحول کسب و کار
۱۰۹	خلاصه و نتیجه

دلیل اصلی موفقیت یا شکست کسب و کار، موفقیت یا شکست در تلاش‌های بازاریابی است. بر اساس نظر دان و برداسرین، ۴۱ درصد شکست‌ها در کسب و کار به کاهش یا عدم اثربخشی عملیات بازاریابی و فروش بستگی دارد. در اقتصاد پویا و رقابتی ما، بازاریابی فعالیت اصلی هر شرکت موفق است. در هر کسب و کاری که باشید، در حقیقت در «کسب و کار بازاریابی» هستید. در این کتاب قدرتمند و کاربردی بازاریابی، ۲۱ ایده کلیدی و ایده‌های فرعی بسیاری را می‌آموزید یا مرور می‌کنید که می‌توانید برای بهبود نتایج بازاریابی استراتژیک خود آن‌ها را بلافاصله به کار گیرید.

بازاریابی استراتژیک هنر و علم تشخیص خواسته‌ها و نیازهای واقعی مشتریان فعلی و مشتریان آینده و سپس خلق و ایجاد محصولات و خدماتی است که نیازهای خاص مشتریان مذکور را تامین کند.

هدف بازاریابی استراتژیک این است که شما را قادر سازد تعداد بیشتری از

محصولات و خدمات خود را با قیمت‌های بالاتر و در حوزه‌های جغرافیایی وسیع‌تر بفروشید و به ثبات، قدرت و رهبری در بازار دست یابید.

قانون شماره ۱

نقطه شروع بازاریابی موفق این است که بدانید همیشه حق با مشتری است. آن‌ها بر اساس دلایل خود خرید می‌کنند، نه دلایل شما. مشتریان خودخواه، پرتوقع، ظالم، بی‌وفا و دمدمی مزاج هستند. اما بر اساس نیازها، خواسته‌ها، آرزوها و روش تفکرشان، همیشه حق با آن‌ها است.

هرگاه مشتریان احساس کنند در جایی دیگر خدمات بهتری دریافت می‌کنند، تامین‌کننده‌شان را عوض می‌کنند.

توانایی شما در تشخیص نیازهای واقعی آن‌ها و تامین خواسته‌ها و نیازهایشان، تعیین‌کننده موفقیت در دست‌یابی است.

بازاریابی شامل مجموعه‌ای از مهارت‌ها است که می‌توان با تکرار همیشگی ایده‌ها و مفاهیم خاص در ذهن و پرسیدن سؤالات مهم آموخت. اگر زمانی را به تفکر و یافتن پاسخ سؤالاتی که در این کتاب طرح شده اختصاص دهید، مهارت‌های بازاریابی خود را به طرز چشمگیری ارتقا می‌دهید.

مهم‌ترین بخش این کتاب کاری است که پس از مطالعه آن انجام می‌دهید. کارهای خاصی که انجام می‌دهید و سرعت انجام آن‌ها، نشان‌دهنده ارزش این کتاب برای شما است.

وقتی درباره کاری که به بهبود بازاریابی شما کمک می‌کند می‌خوانید یا می‌اندیشید، فوراً اقدام کنید. تعلل نکنید. احساس فوریت ایجاد کرده و جهت اقدام را مشخص کنید. این کار ویژگی مهم همه مدیران بزرگ است.