

فرایندهای بازاریابی استراتژیک

چگونه ساختارهای بازاریابی خود را برای دستیابی به نتایج اثربخش فعال سازیم

ویرایش ۲۰۱۳

تألیف گروه نویسندگان

برگردان و ویرایش:

عبداله نعامی | همد مهدی اشرفیان رهقی

عنوان و نام پدیدآور : فرایندهای بازاریابی: چگونه ساختارهای بازاریابی خود را برای دستیابی به نتایج اثربخش فعال سازیم/ تألیف گروه نویسندگان [شرکت مودرانندی؛ برگردان و ویرایش محمدمهدی اشرفیان رهقی، عبدالله نعمانی.

مشخصات نشر : تهران: آریانقش، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری : ۱۰۹ ص.

شابک : 978-600-8904-07-6

وضعیت فهرست نویسی : فیا

عنوان دیگر : چگونه ساختارهای بازاریابی خود را برای دستیابی به نتایج اثربخش فعال سازیم.

موضوع : بازاریابی

موضوع : Marketing

موضوع : بازاریابی اینترنتی

موضوع : Internet marketing

موضوع : مشتری‌شناسی -- مدیریت

موضوع : Customer relations -- Management

شناسه افزوده : اشرفیان رهقی، محمدمهدی، ۱۳۶۱ -، مترجم

شناسه افزوده : نعمانی، عبدالله، ۱۳۲۰ -، مترجم

شناسه افزوده : شرکت مودرانندی

شناسه افزوده : Moudranandi Inc

رده بندی کنگره : HF ۴۱۵۴ ۱۳۹۶

رده بندی دیویی : ۸/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی : ۴۹۳۷۱۷۳

تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۷۷۲۸۹
www.arianaghsh20.ir

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی
خیابان وحید نظری، پلاک ۱۵۰، واحد ۱۵



فرایندهای بازاریابی استراتژیک

چگونه ساختارهای بازاریابی خود را برای دستیابی به نتایج اثربخش فعال سازیم

ویرایش ۲۰۱۳

تألیف: گروه نویسندگان

مترجمان: عبدالله نعمانی، محمدمهدی اشرفیان رهقی

چاپ: چاپ اول - ۱۳۹۶

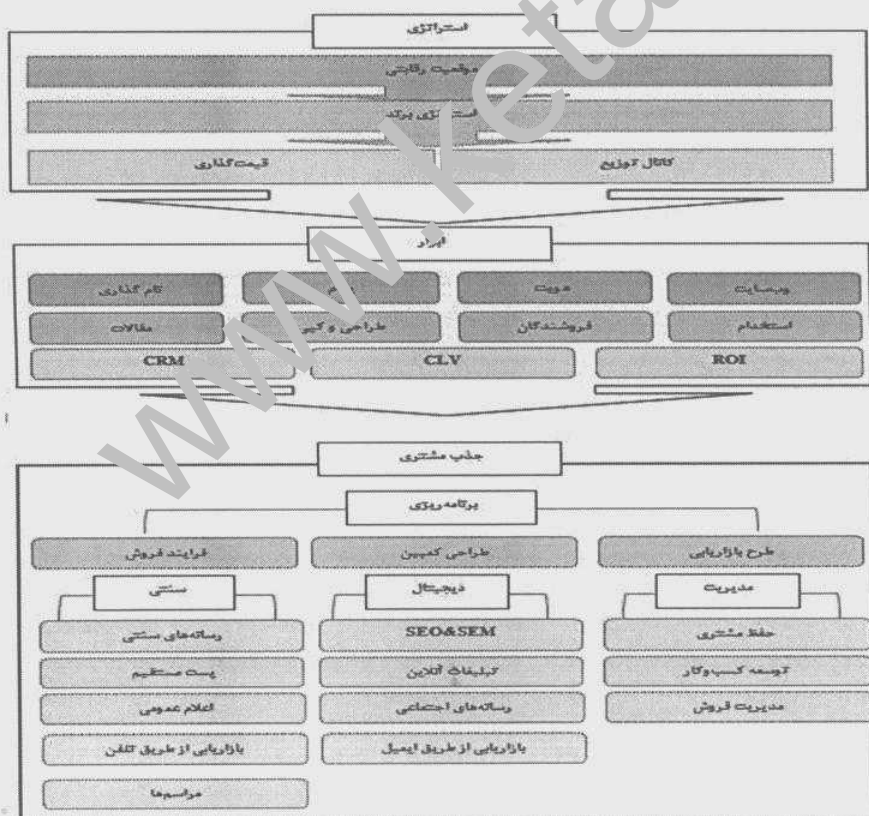
شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۰۴-۰۷-۶

مقدمه:

شکرانه خداوند بزرگ و توانا که من و مجموعه همکاران محترم من را قادر ساخت تا ترجمه کتاب ارزشمند فرایند بازاریابی استراتژیک تکمیل و پس از روان سازی مباحث در اختیار خوانندگان محترم قرار دهیم. کتاب حاضر که در سال ۲۰۱۳ میلادی توسط تیمی از صاحب نظران و اندیشمندان کمپانی Moderandi Lnc در سه بخش تدارک گردیده است؛ حاوی نکات آموزشی مهم و کاربردی برای دانشجویان، اساتید، پژوهشگران و صاحبان کسب و کارهای حرفه ای در حوزه مباحث مدیریت استراتژیک و بازاریابی است. تفکیک فرایندهای بازاریابی استراتژیک به سه بخش اصلی شامل استراتژی، ابزار و فعالیت های جذب مشتری و سپس تشریح ریک از این سه بخش به همراه الزامات و مفروضات آن از جمله نکات متمایز کننده این کتاب است. این کتاب یک منبع آموزشی در حوزه بازاریابی پیشرفته است که می تواند در مقاطع تحصیلات تکمیل مورد استفاده قرار گیرد. همچنین نکات کاربردی و عملیاتی مفیدی را برای کسب و کارهای حرفه ای فراهم می آورد.



صفحه	عنوان
۱	بخش نخست: استراتژی
۲	موقعیت رقابتی
۶	استراتژی برند
۹	قیمت گذاری
۱۲	شبکه توزیع
۱۷	بخش دوم: ابزارها
۱۸	نام گذاری
۲۲	پیام ها
۲۴	هویت شرکت
۲۶	وب سایت
۲۹	ابزار و ادبیات فروش
۳۱	کپی رایت و طراحی
۳۴	انتخاب فروشندگان
۳۷	استخدام
۴۱	مدیریت ارتباط با مشتری
۴۵	چرخه ارزش مشتری
۴۸	بازگشت سرمایه
۵۳	بخش سوم: جذب مشتری
	برنامه ریزی
۵۵	فرایند فروش
۵۸	طراحی کمپین
۶۶	بودجه و طرح بازاریابی
	فرایندهای سنتی
۶۶	رسانه های سنتی
۶۹	پست مستقیم
۷۲	اعلام عمومی
۷۵	بازاریابی تلفنی

۷۸	مراسم و وقایع
	دیجیتال
۸۱	موتورهای جستجو
۸۴	تبلیغات آنلاین
۸۷	شبکه های توزیع
۹۱	بازاریابی از طریق ایمیل
	مدیریت
۹۴	حفظ مشتری
۹۷	توسعه کسب و کار
۱۰۰	مدیریت فروش