

www.ketab.ir

ناگفته‌های بازاریابی و فروش

مؤلفان: دکتر احمد روستا (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)،
علیرضا اخوان (مدرس دانشگاه)، بهرام روحانی (مدرس دانشگاه)

ناگفته‌های بازاریابی و فروش



بهارسبز

مؤلفان: دکتر احمد روستا (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)،

علیرضا اخوان (مدرس دانشگاه)، بهرام روحانی (مدرس دانشگاه)

ویراستار: تحریریه بهارسبز

طراحی داخلی کتاب: استودیوزاغ - یاسر عزآباد

طراح جلد: کارگاه گرافیک آسار

لیتوگرافی: فرانقش

چاپ و صحافی: کیمیا

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۰

نوبت چاپ: دوم، زمستان ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۹۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۲۹-۷۸-۶

حق چاپ محفوظ است.

تهران، خیابان انقلاب،
خیابان ۱۲ فروردین، کوچه
بهشت‌آیین، پلاک ۱۰
تلفن: ۳-۲۲۶۲۹۰۱
کدپستی: ۱۳۱۴۹۶۳۹۹۳
پست الکترونیک:
info@baharesabz.ir
@baharesabzpub

سرشناسه: روستا، احمد، ۱۳۲۷ -

Rosta, Ahmad

عنوان و نام پدیدآور: ناگفته‌های بازاریابی و فروش / مؤلفان احمد روستا، علیرضا اخوان، بهرام روحانی؛ ویراستار تحریریه بهارسبز.

مشخصات نشر: تهران: بهارسبز، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۱۲۶ ص.؛ ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۲۹-۷۸-۶؛ ۲۹۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: چاپ قبلی: قوزان، ۱۳۹۷.

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۲۰ - ۱۲۶.

موضوع: بازاریابی -- ایران -- مدیریت

موضوع: Marketing -- Iran -- Management

موضوع: بازاریابی -- ایران -- راهنمایی شغلی

موضوع: Marketing -- Iran -- Vocational guidance

موضوع: فروشندگی -- ایران

Selling -- Iran

موضوع: موفقیت در کسب و کار-- ایران

Success in business -- Iran

شناسه افزوده: روحانی، بهرام، ۱۳۶۵ -

شناسه افزوده: اخوان، علیرضا، ۱۳۶۵ -

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۲

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۵۴۹۳۹

۷	مقدمه مؤلفان
۹	بخش اول هفت نکته کلیدی استراتژی رقابتی
۱۷	بخش دوم هفت نکته کلیدی استراتژی محصول - بازار
۲۴	بخش سوم هفت نکته کلیدی تحقیقات بازاریابی
۲۷	بخش چهارم هفت نکته کلیدی رفتار مصرف کننده
۳۳	بخش پنجم هفت نکته کلیدی بخش بندی بازار
۴۲	بخش ششم هفت نکته کلیدی بازار هدف
۴۶	بخش هفتم هفت نکته کلیدی فروش و فروشندگی
۵۲	بخش هشتم هفت نکته کلیدی توسعه استراتژی های جایگاه سازی محصول
۵۷	بخش نهم هفت نکته کلیدی برندسازی (شماره سازی)
۶۶	بخش دهم هفت نکته کلیدی بسته بندی
۷۱	بخش یازدهم هفت نکته کلیدی کیفیت محصول
۷۷	بخش دوازدهم هفت نکته کلیدی قیمت گذاری
۸۴	بخش سیزدهم هفت نکته کلیدی توزیع
۹۰	بخش چهاردهم هفت نکته کلیدی تبلیغات
۹۷	بخش پانزدهم هفت نکته کلیدی بازاریابی خدمات
۱۰۲	بخش شانزدهم هفت نکته کلیدی بازاریابی اینترنتی
۱۰۸	بخش هفدهم هفت نکته کلیدی بازاریابی و فروش در شرایط رکود
۱۱۵	بخش هجدهم هفت نکته کلیدی بازاریابی بین المللی
۱۲۰	منابع

مقدمه مؤلفان

امروزه دگرگونی‌های بسیار زیاد همراه با گسترش رقابت در زمینه‌هایی متنوع، به‌ویژه در بازارها مشاهده می‌شود. واژه تغییر، واژه‌ای آشنا بوده که توأم با فرصت‌ها و تهدیدهایی برای جوامع مختلف است که گاهی عامل رشد و توسعه، و زمانی عامل نگرانی، تحیر، و اماندگی می‌شود. شرکت‌هایی که پویایی را هدف خود قرار داده‌اند، سازندگی و توسعه را در تغییر می‌یابند و گروهی که برکت را بدون حرکت می‌طلبند، از ایجاد هرگونه تغییر در وضع موجود نگران بوده و مقاومت شدیدی در برابر آن نشان می‌دهند تا روزی که مجبور به پذیرش آن گردند. استفاده درست از پیوند علم و عمل بازاریابی و فروش برای تمامی فعالان اقتصادی و ازجمله شرکت‌ها و علاقه‌مندان به کسب‌وکار و دادوستد موفق که درصدد هستند بدون تسلیم در برابر تغییر، حضوری آگاهانه و هوشمندانه در بازار داشته باشند، ضرورت دارد. آنها باید تلاش کنند تا با بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی، سهم بازار مناسبی برای خود به‌دست آورند و با تمرکز بر بازاریابی ارزشی، بازاریابی سازگار، بازاریابی پویا، و بازاریابی پاسخگو، با تحولات و شرایط روز منطبق گردند.

طی مطالعات انجام‌شده، به این نتیجه رسیدیم که جامعه امروز ایران، نیازمند منبعی جدید با استفاده درست از پیوند علم و عمل بازاریابی و فروش است؛

به همین دلیل تلاش کردیم تا با کتابی مختصر، مفید، علمی و کاربردی، در جستجوی راهکارهای مفید و مؤثر برای کاسب‌کاران و کسب‌وکارها باشیم. این کتاب، نتیجه سالها مطالعه، تجربه، و ارتباطات با انواع گروه‌های علمی و عملی در حوزه بازاریابی و فروش است که امیدواریم بتواند در شرایطی که همه به دنبال شیوه‌ها، ابزارها، و راهکارهای مطلوب برای بازاریابی و فروش اثربخش و ثمربخش هستند، مناسب باشد.

کتاب حاضر، حاوی هجده بخش بوده و برای هربخش، هفت راهکار نوین و بدیع ارائه شده است؛ همچنین برخی از نمونه‌های بازاریابی و فروش شرکت‌ها و سازمان‌ها نیز ارائه شده است تا مخاطبان محترم با کاربرد موضوعات، مفاهیم، نظریه‌ها، اصول و روش‌های حوزه بازاریابی و فروش آشنا شوند.

هرچند تلاش ما بر این بوده است که کتابی جامع درباره حوزه بازاریابی و فروش برای تمامی مخاطبان و علاقه‌مندان فراهم آوریم، اما مسلم می‌دانیم که این کتاب نمی‌تواند پاسخگوی هر نوع سلیقه و نیازی باشد. امید است با دریافت نظرها، پیشنهادها، و انتقادهای سازنده خوانندگان ارجمند، بستری ارزشمند در مسیر رفع و رجوع کاستی‌های احتمالی و نیز هرچه کاربردی‌تر کردن محتوای علمی این اثر، برای مؤلفان مهیا گردد. در انتها لازم می‌دانیم مراتب سپاس و نهایت امتنان خود را از انتشارات محترم بهارسبز و کلیه سرورانی که در روند تهیه و تألیف این اثر، ما را یاری رساندند ابراز داریم.

دکتر احمد روستا

علیرضا اخوان

بهرام روحانی