

۱۳۹۴ ۲۰



بازاریابی چریکی برای مشاوران

تاکتیک‌های موفقیت آمیز برای بدست آوردن مشتریان سودآور

نویسندگان: جی کنراد لویسمون - مایکل دابلیو مک‌لارین

مترجمان:

دکتر سهراب دل انگیزان

عضو هیئت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه

حسین علی سلطانی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد باغ ملک

سودابه نوری

مدرس کانون زبان ایران

سرشناسه	: لوینسون، جی کنراد، ۱۹۳۳ - م. Levinson, Jay Conrad
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی چریکی برای مشاوران [کتاب]/ نویسندگان جی کنراد لوینسون، مایکل دابلینو مکالین؛ مترجمان سهراب دل انگیزان، حسین علی سلطانی، سودابه نوری.
مشخصات نشر	: تهران: نور علم، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۴۱۶ ص.: مصور.
شابک	: 978-600-169-475-2
یادداشت	: عنوان اصلی: Guerrilla marketing for consultants : breakthrough tactics for winning profitable clients, c2005
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۴۰۵] - ۴۱۶.
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: مشاوران بازاریابی
موضوع	: مشاغل -- بازاریابی
موضوع	: مشاوران کسب و کار
شناسه افزوده	: مکالافلین، مایکل دبلینو، ۱۹۵۵ - م.
شناسه افزوده	: McLaughlin, Michael W.
شناسه افزوده	: دل انگیزان، سهراب، ۱۳۴۷ -، مترجم
شناسه افزوده	: سلطانی، حسین علی، ۱۳۵۹ -، مترجم
شناسه افزوده	: نوری، سودابه، ۱۳۶۰ -، مترجم
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/ل۹۵۲
رده بندی دیویی	: ۶۵۷.۸

نشر نورعلم: تهران- انقلاب- خ ۱۲ فروردین- پلاک ۲۹۰- تلفن: ۶۶۴۰۵۸۸۰ و ۶۶۹۵۷۰۲۱
فروشگاه: خ ۱۲ فروردین- پلاک ۲۹۰- کتاب چریکه و نورعلم - ۰۹۱۲۲۰۷۹۸۴۹ - ۶۶۱۷۴۹۱۰
پخش: قلم سینا -انقلاب -۱۲ فروردین- ساختمان ۲۸۶ واحد ۴ تلفن ۶۶۹۵۷۰۲۱ و ۶۶۹۵۷۱۲۰

عنوان کتاب: بازاریابی چریکی برای مشاوران
تألیف: جی کنراد لوینسون - مایکل دابلینو مکالین
ترجمه: دکتر سهراب دل انگیزان، حسین علی سلطانی، سودابه نوری.
ناشر: نور علم
شمارگان: ۱۰۰۰ جلد
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۴۷۵-۲
نوبت چاپ: اول ۱۴۰۱
چاپ و صحافی: سورنا
قیمت: ۱۵۰۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با
۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

سخن ناشر

تحول و تعالی هر جامعه در گرو تولید و نشر دانش و کاربرست آن در امور جامعه است. رسیدن به این هدف جز با دستیابی به مرزهای دانش و تلاش برای توسعه و بسط این مرزها در عرصه‌های مختلف علوم قابل حصول نخواهد بود. و این امر از مهمترین اهداف و رسالت‌های مراکز علمی و پژوهشی، همچون دانشگاه‌ها است. در این راستا انجام امور تحقیقاتی و پژوهشی و توسعه دانش زیربنایی، سبب احیاء محیط جامعه برای فراهم آوردن بسترهای لازم به منظور تولید سرمایه انسانی در آن خواهد شد. در این بین، کتاب از مهمترین ابزارها برای ایجاد این سازه زیر بنایی یعنی احیاء بستر دانش در جامعه خواهد بود.

مدیریت نشر نیز در راستای مأموریت و رسالت‌های خود در حوزه تولید علم و دانش و نیز انتقال و آموزش آن، چاپ و انتشار کتب تخصصی و عرضه آن به جامعه علمی کشور را مورد اهتمام قرار داده است.

کتاب حاضر که از کتاب‌های معتبر «بازاریابی پارتیزانی» در جهان است، به قلم مشهورترین صاحب‌نظران حوزه بازاریابی پارتیزانی «لوپسسون» و «مککلین» به رشته تحریر در آمده است. مطالب این کتاب مشتمل بر بیست فصل می‌باشد و مطالعه آن به دانشجویان کارشناسی، کارشناسی‌ارشد و دکتری رشته‌های مرتبط با مدیریت، بازاریابی، اقتصاد و نیز سایر علاقمندان در حوزه‌های بین رشته‌ای می‌تواند مفید باشد.

در خاتمه شایسته است از تلاش علمی و دقت نظر مولفین این اثر تشکر و قدردانی نموده و از درگاه ایزد منان برایشان توفیق تلاش در عرصه علم و دانش داشته باشیم.

فهرست

فصل اول: چرا مشاوران به بازاریابی پارتیزانی نیاز دارند؟.....	۱۷
فصل دوم: بازاریابی پارتیزانی برای مشاوران چیست؟.....	۲۹
فصل سوم: سیزده راز بازاریابی پارتیزانی.....	۴۵
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یک طرح بازاریابی.....	۶۹
فصل پنجم: نقشه‌ی بازاریابی پارتیزانی.....	۹۳
فصل ششم: فراتر از وب سایت.....	۱۱۱
فصل هفتم: نقش (حضور) خود را در وب با یک مجله پر رنگ تر کنید.....	۱۳۵
فصل هشتم: تحلیل گران.....	۱۵۳
فصل نهم: زمانی که تبلیغات به صرفه است.....	۱۷۵
فصل دهم: این گونه بنویسید.....	۱۹۵
فصل یازدهم: پنج گام به سوی یک سخنرانی موفق.....	۲۱۱
فصل دوازدهم: انتشار کتاب.....	۲۳۳
فصل سیزدهم: تحقیق پیمایشی (بررسی میدانی) نشان می دهد.....	۲۵۷
فصل چهاردهم: قدرت بازگرداندن.....	۲۷۱
فصل پانزدهم: همه پروژه‌ها یکسان ایجاد نمی شوند.....	۲۸۳
فصل شانزدهم: "یک طرح برای من بفرستید".....	۳۰۱
فصل هفدهم: قیمت درست است.....	۳۲۷
فصل هجدهم: اثر رقابتی پارتیزان‌ها.....	۳۵۱