

۱۵۷۱۱۵۵
۱۴۰۲/۱/۱

بازاریابی

برایان تریسی

صبا حقیقی

www.ketab.ir



انتشارات یوسا

Tracy, Brian

تریسی، برایان
بازاریابی / برایان تریسی
۱۱۲ ص.

Marketing

بازاریابی
ب ۴/۱۵/۴۵ HF
۶۵۸/۸
۳۶۰۴۹۱۷

سرشناسنامه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات ظاهری
عنوان اصلی
موضوع
رده‌بندی کنگره
رده‌بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی



انتشارات لیوسا

■ نوبت چاپ: هفتم ۱۴۰۲
■ تیراژ: ۲۰۰ نسخه
■ چاپ: ثمین
■ صحافی: ثمین
■ قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان

■ نام کتاب: بازاریابی
■ نویسنده: برایان تریسی
■ مترجم: صبا حقیقی
■ ویراستار: حمیده رستمی
■ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۴۰-۰۲۹-۰



۶۶۴۶۶۵۹ - ۶۶۹۶۳۰۳۵



۳۰۰۰۲۴۰۰۴۲



www.nashreliusa.com



instagram.com/dorsaliusa

۶۶۴۶۴۵۷۷



www.dorsabook.ir



liusa@nashreliusa.com



telegram.me/dorsaliusa



خیابان انقلاب، بین خیابان وصال و قدس (جنب سینما سپیده)، کوچه اسکو،
پلاک ۱۲، طبقه همکف.
(کدپستی: ۱۴۱۷۸-۱۳۸۷۳)

فهرست مطالب

۷	 مقدمه
۱۰	 فصل یک: هدف کسب و کار
۱۴	 فصل دو: چهار روش برای بازاریابی موفق
۱۹	 فصل سه: سه پرسش اساسی در بازاریابی
۲۳	 فصل چهار: تحقیقات بازار و هوش بازار
۲۹	 فصل پنج: بازاریابی مشتری محور
۳۳	 فصل شش: چرا افراد خرید می کنند
۳۹	 فصل هفت: تحلیل رقابتی
۴۵	 فصل هشت: دستیابی به مزیت رقابتی
۵۰	 فصل نه: ترکیب بازاریابی
۵۷	 فصل ده: راهبردهای موقعیتیابی
۶۱	 فصل یازده: چهار اصل راهبرد بازاریابی
۶۷	 فصل دوازده: انتخاب میدان جنگ
۷۱	 فصل سیزده: اصول نظامی راهبرد بازاریابی
۷۷	 فصل چهارده: فنون انحراف و انصراف بازاریابی
۸۲	 فصل پانزده: راهبرد «اول از همه و بیشتر از همه» را به کار ببرید
۸۶	 فصل شانزده: از راهبرد «در جایی که نیستند»
۹۱	 فصل هفده: بر موقعیت بازار مسلط شوید
۹۴	 فصل هجده: راهبردهای توسعه‌ی بازاریابی خلاق

فصل نوزده: از روش های دیگر برای فروش استفاده کنید.....	۹۷
فصل بیست: مفهوم دسته بندی منابع.....	۱۰۲
فصل بیست و یک: چهار روش برای تغییر کسب و کارتان.....	۱۰۵
خلاصه و نتیجه.....	۱۱۱

مقدمه

میزان موفقیت یا شکست در بازاریابی تعیین‌کننده‌ی میزان موفقیت یا شکست در عرصه‌ی کسب‌وکار است. طبق گفته‌ی شرکت دان و برداستریت،^۱ عامل اصلی عدم موفقیت و شکست در چهل و هشت درصد از کسب‌وکارها، کندی یا ناکارآمدی در حوزه‌ی بازاریابی و فروش است. در اقتصاد رقابتی و پیویا، بازاریابی کار اصلی هر کسب‌وکار موفق است. بدون توجه به نوع کسب‌وکارتان، شما «بازاریاب» هستید.

در این کتاب کاربردی و مفید، شما بیست و یک ایده‌ی اساسی و بسیاری از روش‌های مهم و مؤثر را که می‌توانید از آنها برای بهبود نتایج بازاریابی راهبردی خود استفاده کنید، خواهید آموخت. بازاریابی راهبردی هنر و دانشی است که می‌توانید از طریق آن تعیین کنید مشتریان فعلی و آینده‌ی شما واقعاً چه می‌خواهند و به چه چیزهایی نیاز دارند — یعنی محصولات و خدماتی که توانایی خرید و استفاده از آن را دارند — سپس از طریق طراحی و توسعه‌ی محصولات و خدمات به مشتریان خود کمک کنید تا با برآورده شدن نیازهایشان، احساس رضایت داشته باشند.