

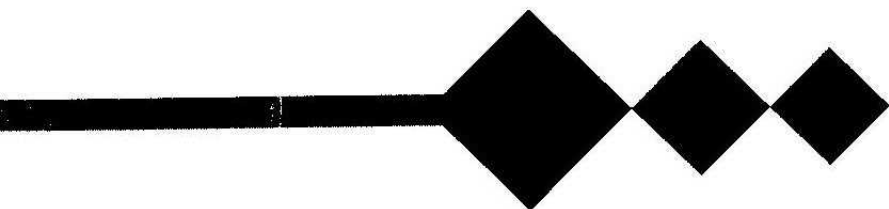
عرضه

راهنمای یک بازاریاب محصول

۵۰ سؤال کلیدی و درس برای عرضه موفقیت آمیز

نویسنده:

یاسمین توریچی



مدرسنامه

طراحی، یاسمین

Turayhi, Yasmeen

عنوان و نام پدیدآور

عنوان: راهنمای یک بازاریاب محصول: ۵۰ سوال کلیدی و درس برای عرضه موفقیت آمیز/ نویسنده یاسمین توریحی؛ پارسا کریمزاده، معصومه شعبان، مهسا کریمزاده؛ ویراستار صدیقه ابراهیمی؛ [برای] مجموعه اهل سخن.

تهران: ایزد راد، ۱۴۰۲.

۱۱۰ ص.: جدول: ۱۴/۵/۲۱ م.م.

۸۸۰۰۰۰ ریال: ۲۲۰۰-۵۵۵۱-۶۲۲-۹۷۸

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

فبا:

وضعیت فهرست نویسی

یادداشت

عنوان دیگر

۲, successful launch:

عنوان اصلی: ۵۰:

The Launch: A Product Marketers Guide: ۵۰:

۲۰۲۱, key questions & lessons for a successful launch

موضوع

بازاریابی

Marketing

بازاریابی -- مدیریت

Marketing -- Management

خلاقیت در کسب و کار

Creative ability in business

موفقیت در کسب و کار

Success in business

شناسه افزوده

کریمزاده، پارسا، ۱۳۴۹، مترجم

شناسه افزوده

شعبان، معصومه، ۱۳۵۲، مترجم

شناسه افزوده

کریمزاده، مهسا، ۱۳۷۶، مترجم

شناسه افزوده

مجموعه اهل سخن

HF۵۴۱۵/۱۳:

رده بندی کنگره

۶۵۸/۸۰۲

رده بندی دیویی

۹۲۶۶۶

شماره کتابشناسی ملی

فبا:

اطلاعات رکورد کتابشناسی

نام کتاب: عرضه

مؤلف: یاسمین توریحی

مترجمان: پارسا کریم زاده، معصومه شعبان، مهسا کریم زاده

ناشر: اهل سخن

ویراستار: صدیقه ابراهیمی

صفحه آرا: ملیحه سمرقندی

طراح جلد: پارسا کریمزاده

نوبت چاپ: چاپ اول/ ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۵۵۱-۲۲-۰

مبلغ سرمایه گذاری: ۱۰۷ هزار تومان

تهران- میدان انقلاب- خیابان کارگر شمالی- کوچه فروزانفر- پلاک ۲- واحد ۵

تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۶۴۸۱۶-۶۶۴۸۱۴۲۳



انتشارات اهل سخن

۱۵	تغییر چشم‌انداز رفتار مشتری
۱۷	نحوه استفاده از این کتاب
۱۹	فصل اول
۲۹	فصل دوم
۴۹	فصل سوم
۷۱	فصل چهارم
۹۸	نتیجه
۱۰۳	منابع اضافی
۱۰۵	ضمیمه
۱۰۹	قدردانی

www.ketab.ir



«دانشته‌های شناخته‌شده، مجهولات شناخته‌شده و مجهولات شناخته‌نشده در مورد مخاطب هدف شما چیست؟ مشتریان شما چگونه ارتباط برقرار می‌کنند و چگونه وعده ارزش منحصربه‌فرد و متمایز خود را ایجاد می‌کنید؟ یاسمین توریچی با استفاده از تجربه گسترده و سال‌ها مصاحبه با رهبران موفق بازاریابی محصول، به این سؤالات و چندین سؤال دیگر دربارهٔ عرضه محصول اشاره می‌کند. در عرضه: راهنمای بازاریاب محصول، شما سفری هیجان‌انگیز را آغاز می‌کنید که در آن نقاط کور مختلفی برای استراتژی شما به بازار آشکار می‌شود. این کتاب یک چک‌لیست روشنگر و راهنمای تفکر برانگیز است که هر بازاریاب محصول باید آن را به‌عنوان طرح اولیه هر خدمات یا عرضه موفق محصول اتخاذ کند.»

—فرانسیسکو برام، رئیس بازاریابی جهانی محصول Uber

«اگر در یک شرکت نرم‌افزاری درگیر «رفتن به بازار» هستید، از بازاریابی محصول گرفته تا موفقیت مشتری و فروش، این کتاب را حتماً باید بخوانید. از راهنمایی تاکتیکی در مورد قیمت‌گذاری و بسته‌بندی گرفته تا افکار در مورد چگونگی ایجاد اعتماد با مشتریان، یاسمین بسیاری از چالش‌برانگیزترین جنبه‌های عرضه موفق محصولات را لمس می‌کند و این کار را هم با اقتدار و هم با همدلی انجام می‌دهد. چه در کار خود آماتور باشید و چه یک متخصص باتجربه، ایده‌های جدیدی را که می‌توانید برای کمک به ارتقای کسب‌وکار خود به سطح بعدی بلافاصله شروع کنید، کنار می‌گذارید.»

—پریانکا سرینواسان، مدیر بازاریابی، Qualia، رئیس کیفی سابق GTM و بازاریاب

محصول Gainsight

«اگر می‌خواهید به‌طور یکپارچه یک استراتژی ورود به بازار را اجرا کنید و از چرخیدن چرخ‌ها برای تناسب با بازار محصول خودداری کنید، این کتاب برای شما مناسب است. یاسمین توریچی نویسنده‌ای روشن، خوش‌بین و عالی است. استراتژی‌های او به‌خوبی تحقیق شده و مؤثر هستند. ساختن یک تجارت جهانی موفق فقط حل یک مشکل

نیست، بلکه درک مشتری و اجرای محصول است. با بینش‌های کلیدی در عرضه: راهنمای بازاریاب محصول، بیاموزید که چگونه با حل نقاط ضعف واقعی برای مخاطبان هدف خود، محصول خود را به بازار عرضه کنید.»

- لیلای رز گلچهره، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل شرکت Relyance AI

«پیشینه بازاریابی محصول یاسمین با شرکت‌های در حال رشد سریع در این راهنمای متفکرانه می‌درخشد. از همه قابل توجه‌تر، تعهد شدید او به تحقیقات جامع و بیرونی است. ارائه ویژگی‌های محصول با بالاترین صورت حساب آسان است، اما یاسمین به بازاریابان محصول تازه‌کار و کهنه‌کار یادآوری می‌کند که مشتریان را در اولویت قرار دهند.»

- آنا روزنمن، معاون ارشد بازاریابی محصول Salesforce

«شما می‌توانید محصولی را با فانتزی‌ترین رنگ‌ها و سوت‌ها بسازید، اما بدون GTM قوی و کامل، از بین می‌رود. یاسمین نگاهی عمیق و آسان به مؤلفه‌های لازم برای اطمینان از موفقیت ارائه می‌کند و خواننده را در سؤالات کلیدی و نکاتی که باید در نظر بگیرد، راهنمایی می‌کند. تمرکز او بر روی مشتری به کلی باعث می‌شود این یک مطالعه عالی برای هر کسی است باشد با محصول مرتبط است و می‌خواهد در GTM عمیق‌تر شود.»

- حسام توفیق، واحد تولید فیس بوک

«اولین قانون بازاریابی محصول این است که همیشه مشتری را در مرکز قرار دهید. قانون دوم باید این باشد که هرگز عرضه محصول را هدر ندهید. یاسمین در ابهام‌زدایی از همه عناصری که به یک استراتژی موفقیت‌آمیز ورود به بازار کمک می‌کند، کار فوق‌العاده‌ای انجام می‌دهد. از استراتژی موقعیت‌یابی و پیام‌رسانی گرفته تا رهبری و اعتماد، عرضه، راهنمای بازاریاب محصول برای هر کسی که درگیر در بازار است، یعنی همه، خواندنی است. این کتاب را بخوانید.»

- دیو استیر، معاون بازاریابی LogDNA

یاسمین توریحی در حال حاضر با ایجاد یک استراتژی ورود به بازار (GTM) که نقشه راه محصول آن‌ها را با استراتژی بازاریابی آن‌ها همسو می‌کند، به شرکت‌های رؤیایی برای رشد کمک می‌کند. او یک شیوه‌نامه به بازار ارائه می‌دهد که تیم‌ها می‌توانند بارها و بارها برای ارسال محصولات جدید، جمع‌آوری پول، ایجاد خرید و تبدیل مشتریان به طرفداران واقعی استفاده کنند. او با شرکت‌های مختلفی در سیلیکون ولی و سایر شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی کار کرده است و مؤسس یک شرکت مشاوره بازاریابی محصول به نام Modern Product است. تعدادی از مشتریان قبلی او عبارت‌اند از: Mode Analyt-ics، Adobe، SocialChorus، Life360، CryptoKitties و Republic.

یاسمین پیش از این در AdRoll، یک پلتفرم بازاریابی عملکردی پیشرو برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، رهبری بازاریابی جهانی محصول برای همه محصولات جدید بود. او اکنون در کارگاه‌های آموزشی در شرکت‌های بزرگ و کوچک و شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی تدریس می‌کند. او سردبیر The Product Launch، یک نشریه بازاریابی محصول در Medium است. مقالات بازاریابی محصول و بازاریابی او بیش از ۱۵۰۰۰ بار مشاهده شده است.

یاسمین همچنین مقالات بی‌شماری در مورد بازاریابی برای نشریه HackerNoon نوشته است. او یک برنامه آموزشی بوت کمپ بازاریابی محصول را برای مجمع عمومی ایجاد کرد و یک مربی بازاریابی برای مؤسسه بنیان‌گذاران است. در سال ۲۰۱۸، او بازاریابی محصول Debunked را نوشت که در نمودار شماره ۱ کسب‌وکار جدید آمازون به اوج خود رسید. او میزبان پادکست The Essential Go-To-Market است که توسط Sharebird، بزرگ‌ترین پلتفرم انجمن آنلاین برای بازاریابان محصول تولید شده است. او در هیئت‌مدیره TechWadi یک سازمان غیرانتفاعی ۵۰۱c۳ که به ایجاد



برنامه‌های فناوری در ایالات متحده و خاورمیانه بزرگ اختصاص دارد، خدمت می‌کند. او صدها ساعت را صرف آموزش کارآفرینان مشتاق و نمایش‌های جاده‌ای پیشرو در شتاب‌دهنده‌های مختلف در سراسر جهان در زمینه بازاریابی محصول، تجاری‌سازی و بازاریابی رشد کرده است. در سال ۲۰۱۶، او برنده جایزه مربی سال TechWadi شد. یاسمین در طول زندگی حرفه‌ای خود، سؤالات بی‌پایانی از بازاریابان و بنیان‌گذاران مشتاق محصول درمورد راهنمایی در خصوص فرایند ورود به بازار دریافت کرده است.

www.ketab.ir

