

الحمد لله

این است بازاریابی

(از مجموعه کتاب های خلاصه)

www.ketab.ir

ست گادین

مترجم:

علی ذکایی آشتیانی

سرشناس : گودین، ست، ۱۹۶۰-م.

۱۹۶۰ Godin, Seth

عنوان و نام پدیدآور: این است بازاریابی / ست گادین؛ مترجم علی
ذکایی آشتیانی.

مشخصات نشر: تهران: آدینه، ۱۴۰۳.

مشخصات ظاهری: ۵۶ص؛ ۹/۵: ۱۰اس.م.

فروست: از مجموعه کتاب‌های خلاصه.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۴۵۸-۰۳-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: [2018], This is marketing.

موضوع: بازاریابی

Marketing

شناسه افزوده: ذکایی آشتیانی، علی، ۱۳۸۲-، مترجم.

رده‌بندی کنگره: HF۵۴۱۵

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی: ۹۶۶۹۹۸۴

این است بازاریابی

(از مجموعه کتاب‌های خلاصه)

مؤلف: ست گادین

مترجم: علی ذکایی آشتیانی

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۳

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۴۵۸-۰۳-۸

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۱۰-۹۰-۸

تلفن مرکز پخش: ۸۶۰۳۱۴۶۹ و ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از کتاب برای چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از چاپ دیجیتال، فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست

صفحه	عنوان
۷	مقدمه
۹	درباره است گادین
۱۱	فصل ۱ - نه انب، نه هرزنامه، نه شرم آور
۱۳	فصل ۲ - بازاریابی ان اد می گیرند ببینند
۱۵	فصل ۳ - بازاریابی افراد ار طریق داستان ها، ارتباطات و تجربه تغییر می دهد
۱۷	فصل ۴ - کوچک ترین بازار قابل درام
۱۹	فصل ۵ - به دنبال «بهتر»
۲۱	فصل ۶ - فراتر از کالاهای معمولی
۲۳	فصل ۷ - بوم رؤیاها و آرزوها
۲۵	فصل ۸ - بیشتر از چه کسی: به دنبال کوچک ترین بازار قابل دوام باشید
۲۷	فصل ۹ - افرادی مانند ما کارهایی مانند این انجام می دهند

۲۹	فصل ۱۰ - اعتماد و تنش، موجب حرکت روبه جلو می شود
۳۱	فصل ۱۱ - وضعیت، سلطه و وابستگی
۳۳	فصل ۱۲ - یک طرح تجاری بهتر
۳۵	فصل ۱۳ - نشانه شناسی، نمادها و گویش عامیانه
۳۷	فصل ۱۴ - با افراد مختلف، متفاوت رفتار کنید
۳۹	فصل ۱۵ - رسیدن به افراد مناسب
۴۱	فصل ۱۶ - قسمت یک داستان است
۴۳	فصل ۱۷ - اجازه ر خارق العاده بودن در یک چرخه فضیلت
۴۵	فصل ۱۸ - اعتماد به اندازه توجه کمیاب است
۴۷	فصل ۱۹ - قیف
۴۹	فصل ۲۰ - سازماندهی و رهبری یک قبیله
۵۱	فصل ۲۱ - مطالعات موردی
۵۳	فصل ۲۲ - بازاریابی کار می کند و حالا نوبت شماست
۵۵	فصل ۲۳ - بازاریابی برای مهم ترین افراد

مقدمه

بازاریابی تغییر کرده است؛ پس شما نیز باید تغییر کنید. شمال واقعی بازاریابی تغییر جهت داده است؛ با این حال، شما می‌توانید از این کتاب به عنوان یک قطب‌نما برای یافتن آن استفاده کنید. یاد بگیرید چگونه ایده‌های خود را پخش کنید. کشف کنید چگونه تأثیری را که به دنبالش هستید، ایجاد کنید. شاهد این باشید که چگونه فرهنگ را بهبود ببخشید.

مهم‌تر از همه، یاد بگیرید ببینید تا بتوانید دیده شوید. البته، این یک نقشه راه قابل مشاهده و یا یک فرآیند ساده گام‌به‌گام نیست. با این حال، این یک روش بازگشتی است که با گذشت زمان آسان‌تر و مؤثرتر می‌شود. این کتاب براساس یک سمینار صدروزه است که در آن هزاران بازاریاب جمع شدند و از آن‌ها خواسته شد تا سفر خود را به اشتراک بگذارند. بازاریابی یکی از بلندترین خواسته‌های ماست. این یک سفر هیجان‌انگیز ایجاد تغییر مثبت است. پس با ابزارهای ارائه شده در این کتاب برای سواری آماده شوید.

در این است بازاریابی، ست گادین به‌طور مکرر دو سؤال

1. recursive method

را تأکید می‌کند: «برای چه کسی است؟» و «چه مشکلی را حل می‌کند؟» پرسیدن این سؤالات به شما قدرت ظریفی می‌دهد. به‌عنوان یک بازاریاب، شما تصمیم می‌گیرید که به چه کسی خدمت کنید و چه داستانی بگویید. به‌جای این‌که بازاریابی محور باشید، بازارمحور باشید. این باعث می‌شود بیشتر در مورد آرزوها و امیدهای مشتریان خود فکر کنید تا در مورد قیمت‌گذاری‌های جدید خود. اشتباهاتی را که بیشتر بازاریابان انجام می‌دهند، پیدا کنید؛ مانند فکر کردن به آن‌که مشتریان تصمیمات منطقی می‌گیرند یا باور به این‌که هر ما باید آن‌ها هستند، مانند آن‌ها می‌دانند و مانند آن‌ها می‌خواهند.

بازاریابی به‌دنبال بیشتر است؛ بیشتر سهم بازار، بیشتر مشتریان، بیشتر کار. این امر با بهتر شدن هدایت می‌شود؛ خدمات بهتر، جامعه بهتر، منابع بهتر. این یک فرهنگ، وضعیت، وابستگی و «افرادی مانند ما» ایجاد می‌کند. مهم‌تر از همه، بازاریابی باعث ایجاد تغییر می‌شود. در مورد تغییر فرهنگ و تغییر دنیا است. ما همه بازاریاب هستیم و می‌توانیم تغییر بیشتری از آنچه که تصور می‌کنیم، ایجاد کنیم. بنابراین، ما باید بازاریابی را برای چیزهایی که به آن‌ها افتخار می‌کنیم، انجام دهیم.

دربارهٔ ست گادین

ست گادین، نویسنده و بازاریاب آمریکایی است. همچنین به عنوان «کارآفرین نهایی در عصر اطلاعات» شناخته می‌شود. او بیش از نوزده کتاب پرفروش بین‌المللی نوشته است که به بیش از ۳۵ زبان ترجمه شده‌اند و نحوهٔ تفکر مردم دربارهٔ بازاریابی و کار را تغییر داده‌اند. این استاد بازاریابی همچنین یک مدیر اجرایی سابق دات‌کام است. او یک کارآفرین و بلاگر است که در مورد بازاریابی ایده‌ها در عصر دیجیتال فکر می‌کند. جدیدترین علاقه‌مندی او به «قبایلی که رهبری می‌کنیم» است که همچنین به عنوان یک فصل در این کتاب آمده است. ست بنیان‌گذار و مدیرعامل سابق Squidoo.com بوده است. علاوه بر این، وبلاگ او محبوب‌ترین وبلاگ بازاریابی در جهان است.