

۲۵۱۲۸۹۷

بازاریابی مالی

راهبردهای توسعه بازار در دنیای سرمایه‌گذاری

راهنمای مدیران برای تسخیر بازارهای جدید

نویسنده: مجید عبدالحمیدی

نشر چالش

سرشناسه	عبدالحمیدی، مجید، ۱۳۶۶ - Abdolhamidi, Majid
عنوان و نام پدیدآور	بازاریابی مالی: راهبردهای توسعه بازار در دنیای سرمایه‌گذاری: راهنمای مدیران برای تسخیر بازارهای جدید: راهبردهای کسب و کار (بورس، بانک و بیمه) // نویسنده مجید عبدالحمیدی.
مشخصات نشر	تهران: جالش، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	۲۰۵ ص.: مصور.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۷۵-۶۲-۴
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	خدمات مالی - بازاریابی - بازاریابی اینترنتی
موضوع	Financial services industry- Marketing-Internet marketing
موضوع	برندسازی (بازاریابی) - جنبه‌های اجتماعی - بازاریابی الکترونیکی
موضوع	Branding (Marketing)- Social aspects- Electronic commerce
رده‌بندی کنگره	HG۷۳/۶/ف۲
رده‌بندی دیویی	۳۳۲/۱۰۶۸۸



بازاریابی مالی

نویسنده: مهندس مجید عبدالحمیدی

اجرای طرح جلد: حسین آقازاده
چاپ و صحافی: نور حکمت
امور فنی و صفحه‌آرایی: نشر جالش
چاپ اول: تابستان ۱۴۰۳

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۷۵-۶۲-۴

نشر جالش: تهران، خیابان انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ وحید نظری، شماره ۱۰۰
فروشگاه جالش: تهران، خیابان انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ وحید نظری، شماره ۱۰۲
تلفن: ۶۶۴۱۴۶۱۰
تلفن: ۶۶۴۱۷۴۱۵

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ تومان

کتاب حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است. هر گونه تکثیر و تولید مجدد آن
کلاً و جزاً به صورت چاپی، گسی، اسکنار الکترونیک این اثر بدون اجازه گسی ناشر
ممنوع و موجب پیگرد قانونی است.

فهرست

۸.....	پیشگفتار.....
۹.....	مقدمه.....
۱۱.....	فصل اول: مقدمه‌ای بر دنیای بازاریابی.....
۱۳.....	۱-۱ تعریف و اهمیت بازاریابی.....
۱۸.....	۲-۱ تاریخچه مختصر بازاریابی.....
۲۱.....	فصل دوم: اصول طلایی بازاریابی.....
۲۳.....	۱-۲ تقسیم‌بندی بازار (Market Segmentation).....
۲۹.....	۲-۲ هدف‌گذاری بازار (Market Targeting).....
۳۳.....	فصل سوم: تحلیل رفتار مصرف‌کننده و تحقیقات بازار.....
۳۵.....	۱-۳ مطالعه رفتار مصرف‌کننده.....
۴۰.....	۲-۳ روش‌های تحقیقات بازار.....
۴۲.....	۳-۳ تحلیل بازار در ایران.....
۴۵.....	۴-۳ تحلیل SWOT در بازارهای مالی ایران.....
۵۳.....	فصل چهارم: قدرت برند و طراحی لوگو.....
۵۵.....	۱-۴ تعریف برند و اهمیت آن.....
۶۰.....	۲-۴ عناصر کلیدی در برندینگ.....
۶۴.....	۳-۴ طراحی لوگو: اصول و نکات مهم.....

۴-۴ نمونه‌های موفق برندینگ و طراحی لوگو در ایران..... ۷۰

فصل پنجم: هنر تولید محتوا و بازاریابی محتوایی..... ۷۹

۱-۵ اهمیت تولید محتوا در بازاریابی..... ۸۱

۲-۵ اصول و تکنیک‌های تولید محتوای با کیفیت..... ۸۴

۳-۵ استراتژی‌های بازاریابی محتوایی..... ۹۰

۴-۵ نمونه‌های موفق تولید محتوا در ایران..... ۹۵

۵-۵ مدل بازاریابی ارجاعی (Referral Marketing)..... ۱۰۰

فصل ششم: مژگشایی سئو و بهینه‌سازی موتورهای جستجو..... ۱۰۵

۱-۶ تعریف و اهمیت سئو..... ۱۰۷

۲-۶ اصول و تکنیک‌های سئو..... ۱۱۲

۳-۶ بهینه‌سازی داخلی (On-page SEO) و خارجی (Off-page SEO)..... ۱۱۶

۴-۶ روش‌های موفقیت در سئو در ایران..... ۱۲۱

فصل هفتم: فروش موفق: تکنیک‌ها و استراتژی‌ها..... ۱۲۹

۱-۷ اصول و مفاهیم پایه‌ای فروش..... ۱۳۱

۲-۷ تفاوت بازاریابی و فروش..... ۱۳۷

۳-۷ تکنیک‌ها و استراتژی‌های فروش مؤثر..... ۱۴۲

۴-۷ نکات کلیدی فروش در بازار ایران..... ۱۴۸

۵-۷ تکنیک‌های قیمت‌گذاری برای افزایش فروش..... ۱۵۳

۶-۷ شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) در مارکتینگ و فروش..... ۱۵۸

فصل هشتم: انقلاب بازاریابی دیجیتال.....	۱۶۵
۸-۱ نقش و اهمیت بازاریابی دیجیتال.....	۱۶۷
۸-۲ ابزارهای اصلی بازاریابی دیجیتال.....	۱۷۳
۸-۳ روش‌های موفقیت در بازاریابی دیجیتال در ایران.....	۱۸۰
فصل نهم: بازاریابی در ایران: فرصت‌ها و چالش‌ها.....	۱۸۵
۹-۱ ویژگی‌های خاص بازار ایران.....	۱۸۷
۹-۲ تأثیر فرهنگ و اجتماع بر بازاریابی در ایران.....	۱۹۲
۹-۳ قوانین و مقررات بازاریابی در ایران و جهان.....	۱۹۷
پیوست‌ها.....	۲۰۵

www.ketab.ir

پیشگفتار

در دنیای امروز، تغییرات سریع فناوری و تحولات گسترده در رفتار مصرف‌کنندگان، بازارها را به محیطی پیچیده و چالش‌برانگیز تبدیل کرده است. این تحولات، نیازمند رویکردهای نوین و استراتژی‌های مؤثر در بازاریابی و توسعه بازار هستند تا شرکت‌ها بتوانند در این محیط رقابتی به موفقیت دست یابند. بازارهای مالی و سرمایه نیز به‌عنوان یکی از ارکان اساسی تأمین منابع مالی و افزایش ارزش کسب‌وکارها، نقشی بی‌بدیل ایفا می‌کنند.

کتاب «بازاریابی مالی» با هدف ارائه راهکارهای جامع و کاربردی برای موفقیت در این دو حوزه تدوین شده است. در این کتاب، به‌ویژه بازار ایران با تمام ویژگی‌ها و چالش‌های خاص آن مورد بررسی قرار گرفته و استراتژی‌های منحصر به فردی برای توسعه بازار و جذب سرمایه در این بازار ارائه شده است.

امیدوارم این کتاب بتواند راهنمایی ارزشمند برای مدیران عامل، مدیران بازاریابی و تمامی علاقه‌مندان به حوزه بازاریابی و بازارهای مالی باشد. با مطالعه دقیق و بهره‌گیری از مطالب و تجربیات ارائه‌شده، می‌توانید گام‌های مؤثری در مسیر موفقیت کسب‌وکار خود بردارید. از شما خواننده گرامی دعوت می‌کنم تا این سفر پرماجر در دنیای بازاریابی و بازارهای مالی ایران را با ما همراه شوید و از نکات و آموزه‌های آن بهره‌مند گردید.

در پایان، مراتب سپاس و قدردانی خود را از دوست و همکار عزیزم، جناب مهندس محمد ذاکر صالحی، ابراز می‌دارم که با راهنمایی‌ها و نظرات ارزشمند خود در بهبود این کتاب نقشی بسزا ایفا کرده‌اند.

با آرزوی موفقیت

مجید عبدالحمیدی

مقدمه

در دنیای امروز، بازاریابی و توسعه بازار به عنوان یکی از مهم ترین عوامل موفقیت کسب و کارها شناخته می شود. با پیشرفت فناوری و تغییرات سریع در رفتار مصرف کنندگان، شرکت ها نیازمند استراتژی های جدید و مؤثری هستند تا بتوانند در بازارهای پیچیده و رقابتی کنونی به خوبی عمل کنند. در این میان، بازارهای مالی و بازار سرمایه نقش حیاتی در تأمین منابع مالی و افزایش ارزش کسب و کارها ایفا می کنند. این کتاب با عنوان «بازاریابی مالی» به بررسی جامع و کاربردی این دو حوزه می پردازد و راهکارهایی برای موفقیت در هر دو بخش ارائه می دهد.

بازار ایران با ویژگی ها و چالش های خاص خود، نیازمند رویکردهای منحصربه فردی در بازاریابی و توسعه بازار است. این کتاب، به طور ویژه به تحلیل رفتار مصرف کننده و تحقیقات بازار در ایران می پردازد و اهمیت درک نیازها و ترجیحات مشتریان ایرانی را مورد بررسی قرار می دهد. همچنین، به بررسی فرصت ها و چالش های موجود در بازار سرمایه ایران و بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده و استراتژی های موفقیت در این بازارها ارائه می شود.

یکی از ویژگی های منحصربه فرد این کتاب، تمرکز بر بازار ایران و بررسی فرصت ها و چالش های موجود در این بازار است. در فصل های مختلف، به قدرت برند و طراحی لوگو، هنر تولید محتوا و بازاریابی محتوایی، رمزگشایی سئو و بهینه سازی موتورهای جستجو و تکنیک های فروش موفق پرداخته شده و همواره ارتباط این مباحث با شرایط ویژه بازار ایران مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، نقش حیاتی بازارهای مالی و بازار سرمایه در توسعه بازار و تأمین منابع مالی برای کسب و کارها نیز به تفصیل بررسی شده است. بازاریابی در بورس و بازار سرمایه ایران، یکی از محورهای اصلی این کتاب است. در این بخش ها، به استراتژی های

موفقیت در جذب سرمایه‌گذاران، ایجاد اعتماد و شفافیت در بازار سرمایه و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در بورس ایران پرداخته شده است. با توجه به شرایط اقتصادی و قوانین و مقررات خاص کشور، این کتاب راهکارهایی عملی و مبتنی بر تجربیات واقعی برای موفقیت در بازارهای مالی ایران ارائه می‌دهد.

هدف این کتاب، ارائه یک راهنمای جامع و کاربردی برای مدیران عامل، مدیران بازاریابی و تمامی علاقه‌مندان به حوزه بازاریابی و بازارهای مالی است تا با استفاده از مفاهیم و استراتژی‌های ارائه‌شده، بتوانند در مسیر موفقیت کسب‌وکار خود گام بردارند. امید است که این کتاب بتواند منبعی ارزشمند برای خوانندگان باشد و به آن‌ها در دستیابی به اهداف و آرمان‌هایشان کمک کند.

از شما خواننده عزیز دعوت می‌شود تا با دقت و توجه به مطالب ارائه‌شده، این سفر پرماجرا در دنیای بازاریابی و بازارهای مالی ایران را آغاز کنید و از نکات و تجربیات مطرح‌شده در این کتاب بهره‌مند شوید.