

چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های بازاریابی

مؤلف:

پرویز درگی

مدرس دانشکده مشاوره و محقق بازاریابی

ویراستاران:

احمد آخوندی - محسن جاویده



سرشناسه	: درگی، پرویز، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارتهای بازاریابی / مؤلف پرویز درگی؛ ویراستاران احمد آخوندی، محسن جماوید مؤید.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص.، ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک	: 978-600-6982-03-8
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
شناسه افوده	: آخوندی، احمد، ۱۳۴۱ -، ویراستار
شماره افزودن	: جماوید مؤید، محسن، ۱۳۶۱ -، ویراستار
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ج ۹ د ۴۴ / HF۵۴۱۵
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۲۲۱۸۲



تلفن: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) / فکس: ۶۶۴۳۲۰۶۱ (۰۲۱)

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۲ / تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۴۵ / ۱۳۴۴۵ تلفن: ۴-۰۲۱-۶۶۴۰۲۸۴۰۱ / فکس: ۰۲۱-۶۶۴۰۲۸۴۰۵

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵،

مجمع کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۸۲۵۱ و ۰۲۱-۶۶۴۰۸۲۷۱

قیمت: ۱۰/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

- ۱۱ پیشگفتار
-
- فصل اول: نگرشها و دانشهای بازاریابی
- گفتار اول:
- ۲۱ آموزه‌های یک ریاضیدان برای بازاریابی
- گفتار دوم:
- ۲۷ آینده‌ی بازاریابی در سال ۲۰۲۰
- گفتار سوم:
- ۳۱ سه رکن سازمانهای بازاریابی در سال ۲۰۲۰
- گفتار چهارم:
- روشی جدید برای افزایش کارایی بازاریابی؛ فورد، تویتا، آل‌مارت
- ۳۷ آینده باشید
- گفتار پنجم:
- ۴۱ بازاریابی با طعم احساس و پست مدرنیسم
- گفتار ششم:
- ۴۷ دیجیتال‌یسم و نقش آن در بازاریابی حسی- تجربی
- گفتار هفتم:
- ۵۳ ایده‌های بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها

گفتار هشتم:

۶۱ درسهای بازاریابی از ارتش

گفتار نهم:

۶۹ آموزه‌های هنر جنگ: هنر بازاریابی حسی - تجربی

گفتار دهم:

۷۵ بازاریابی و اقتصاد اقناع

گفتار یازدهم:

۷۹ نسل هزاره و بازاریابی برای نسله

گفتار دوازدهم:

۸۵ چگونگی نه مسئول جدید خود را وارد بازار کنیم؟

گفتار سیزدهم:

۸۵ همیشه اولین‌ها یادمانند

گفتار چهاردهم:

۹۳ بازاریابی رو به درون

گفتار پانزدهم:

۹۹ عصر بازاریابی چابک

گفتار شانزدهم:

۱۰۳ عادات نامناسب در بازاریابی و فروش

گفتار هفدهم:

۱۱۱ اهمیت سه اصل در کسب و کار بازاریابی و فروش

گفتار هجدهم:

۱۱۳ هفت مهارت پایه برای آنها که می‌خواهند بازاریاب خوبی باشند

فصل دوم: انواع بازاریابی

گفتار نوزدهم:

۱۱۹ نانومارکتینگ

گفتار بیستم:

۱۲۳ بازاریابی کاغذی در برابر دیجیتالیم

گفتار بیست و یکم:

۱۲۷ بازاریابی اجازه‌ای نقطه‌ی مقابل بازاریابی وقفه‌انداز

گفتار بیست و دوم:

۱۳۳ بازاریابی تجربه‌آفرین

گفتار بیست و سوم:

۱۳۷ بازاریابی قبیله‌ای: قبیله‌های مدرن

گفتار بیست و چهارم:

۱۴۵ بازاریابی وی‌سی

گفتار بیست و پنجم:

۱۴۹ بازاریابی ورزشی

گفتار بیست و ششم:

۱۵۳ بازاریابی با طعم فیلم

گفتار بیست و هفتم:

۱۵۹ بازاریابی سیاسی

گفتار بیست و هشتم:

..... مروری بر قدرت بازاریابی سیاسی در فیلم: پرویدادهای شیلی:

۱۶۷ پینوشه و آینده)

گفتار بیست و نهم:

۱۷۱ بازاریابی گردشگری

گفتار سی‌ام:

۱۷۵ ۱۰ فرمان بازاریابی گردشگری

فصل سوم: تبلیغات

گفتار سی و یکم:

۱۸۵ مروری بر انواع روشهای تبلیغات

گفتار سی و دوم:

۱۹۱ آگیلوی؛ تبلیغات به سبک مدرن

گفتار سی و سوم:

۱۹۷ ۱۰ فرمان تبلیغات و فروش از اسطوره تبلیغات؛ ویلیام برنباخ

گفتار سی و چهارم:

۲۰۱ چگونه از آب کره بگیریم؟ آشنایی با تکنیکهای تبلیغات غیرمتعارف

گفتار سی و پنجم:

۲۰۷ تبلیغات غافلگیرانه (Ambush Advertising)

گفتار سی و هشتم:

۲۱۳ شش اصل پایه در تبلیغات بیلبوردی

گفتار سی و نهم:

۲۱۹ تبلیغات محیس و نور و تکنیک

گفتار سی و دهم:

۲۲۵ تبلیغات عصب پایه؛ نور دور

گفتار سی و یازدهم:

۲۳۱ چگونه در سه گام ساده یک کمپین تبلیغاتی موفق راه بیندازیم؟

گفتار سی و دهم:

۲۳۷ چگونه اثرگذاری تبلیغات خود را بسنجیم؛ شایه با مدل داگمار

۲۴۳ آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازار گستران اتی (T.M.P.A)

پیشگفتار

"چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های بازاریابی" - کتابی که پیش رو دارید - سومین کتاب از مجموعه کتاب‌های چهل گفتار است که تاکنون چاپ و منتشر شده است.

دو عنوان پیشین چهل گفتار بشرح زیر است:

۱) چهل گفتار پیرامون مدیریت و رهبری در کسب و کارها

۲) چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های فروش

دست کم دو عنوان دیگر نیز با همین عنوان اصلی "چهل گفتار" در دست تدوین و چاپ است که تقدیم اهالی بازاریابی خواهند شد؛ این دو عنوان عبارتند از:

۱) چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های شخصی در کارخانه

۲) چهل گفتار پیرامون مشتری‌نوازی در کسب و کار

مخاطب اصلی کتابهای چهل گفتار

"مدیران" اصلی‌ترین مخاطب کتابهای "چهل گفتار" هستند. در کتابهای پیشین نیز توضیح دادم که مدیران علاقه‌مندند بدانند تا سرعت کسب و کارشان را رونق بخشند. از این رو، تمایل دارند موضوعات با زبانی ساده، به دور

از حاشیه‌پردازی و واژه‌های فنی و پیچیده، به گونه‌ای مطرح شود که بتوانند اقدامات عملیاتی را با هدف جلوگیری از هزینه، افزایش درآمد و سودزایی، و پایداری کسب‌وکارها به راه اندازند.

برای دستیابی به این هدف، دو مانع عمده بر سر راه مدیران وجود دارد: الف) دانش بازاریابی روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شود. دلیل آن نیز مظریت بالای جذب و پذیرش رشته‌ی بازاریابی از سایر علوم و مطالعات جدید است.

ب) اشکالات اجرایی فراوان مدیران عملاً مجال مطالعه‌ی عمیق را از آنان دزدیده است.

چهل گفتار قرار است بر پایه‌ی دانش‌های تازه، موضوعات را بسرعت عرضه کند؛ با زبانی ساده، روان، به دور از حاشیه‌پردازی، و واژه‌های پیچیده و فنی از مسائل و موضوعاتی بگوید که توان مدیران را افزایش دهد؛ هم در قدرت پردازش در حل مسائل کسب‌وکارها، و هم در به راه‌اندازی فعالیت‌های اجرایی. پیش از این، مجرعه کتاب‌هایم را با عنوان "دل‌گفته‌ها و دل‌نوشته‌های معلم بازاریابی" به همین هدف منتشر کردم که در ۳ جلد چاپ و منتشر شد.

خشنودم از آنکه این فرصت مغتنم برایم حاصل شد تا به سهم خویش آغازگر موضوعات تازه‌ای در بازاریابی ایران باشم که دانستن آن برای مدیران یک ضرورت است، بویژه مدیرانی که در فضای رقابتی می‌کوشند کسب‌وکارهای خود را هدایت و رهبری کنند.

آنچه می‌خوانید، پیش از این در سایت شخصی‌ام قرار داشت که با نظری تازه، تقدیم تمامی علاقه‌مندان بویژه مدیران و دانشجویان بازاریابی می‌شود.

محتوای کتاب "چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های بازاریابی" تصور کنید می‌خواهید بازاریابی را بدون داشتن دانش و اطلاعات تازه،

هدایت و رهبری کنید! گو آنکه هنوز هم کسب و کارها را می‌توان بر پایه‌ی دانش بازاریابی سنتی پیش راند، اما هزینه‌های آن در قیاس با دستاوردهایی که نصیب بنگاههای اقتصادی می‌کند، سنگین است.

خوشبختانه بازاریابی در سالهای اخیر ظرفیت بالایی برای جذب و تیرش علوم و مطالعات تازه در خود ایجاد کرده و عملاً به رشته‌ای تناور تبدیل شده است. بدون اطلاع از این دانشهای تازه، کسب و کارها در مسیر سنتی طی طریق خواهند کرد.

چهل و چهارمین گام در ارتقای مهارتهای بازاریابی* گاه از دانشهای تازه می‌گویند که با مزایای دانشهای پیشین اما در قالبی جدید با رویکردی تازه از موضوعاتی بی‌ربط که مدیران برای پردازش مسأله نیاز دارند. این مطالب قرار است نگرشی تازه بر روی مدیر بگشاید تا در پرتو آن تصمیمی تازه بگیرد.

چهل و چهارمین گام در ارتقای مهارتهای بازاریابی حاوی سه فصل است:

(۱) نگرشها و دانشهای بازاریابی

(۲) انواع بازاریابی

(۳) تبلیغات.

و این سه فصل، افزون بر دانشهای تازه، همزمان نگاه اجرایی، عملیاتی، و مهارتی را مد نظر قرار داده است.

(۱) نگرشها و دانشهای بازاریابی

۱۸ متن در این فصل می‌خوانید. قرار است در این فصل نگرشها و دانشهای تازه‌ای بیاموزیم. این نگرشها و دانشها به گونه‌ای است که به مدیر هم قدرت پردازش می‌دهد، و هم راهکارهای عملی پیش پای او می‌نهد تا سریعاً دست به عمل بزند.

برای مثال، نخستین مطلب آموزه‌های یک ریاضیدان برای بازاریابی*

است. جورج پولیا، یک ریاضیدان برجسته‌ی جهانی است. او روش "حل مسأله" را می‌آموزد. می‌توانیم بر پایه‌ی دانش ریاضی او، مسأله‌های کسب‌وکاری را نیز حل کنیم؛ و این یعنی کاربرد ریاضیات در کسب‌وکارها و بازاریابی.

دوران ناگزیرند مسائل روزمره را حل و فصل کنند. اما بدون نگاه به آینده، روزمرگی‌ها آنان و کسب‌وکارشان را می‌بلعد. برای گریز از روزمرگی‌ها، داشتن چشم‌انداز به آینده‌ی بازاریابی یک ضرورت است. این ضرورت با دو متن پیش‌رو می‌شما قرار دارد:

الف) آینده‌ی بازاریابی در سال ۲۰۲۰

ب) سبک زندگی و سرمایه‌های بازاریابی در سال ۲۰۲۰

آیا دوست دارید به عنوان مدیر در آینده‌ی کسب‌وکارها بدرخشید؟ کافی است بدانید در سال ۲۰۲۰ چه تغییراتی پدید می‌آید تا خود را امروز برای آن تغییرات چالش‌برانگیز و پویان‌براننداز آماده سازید.

سایر موضوعاتی که در این متن آمده، قرار است نگرش شما را به عنوان یک مدیر تغییر دهد. برای مثال نسل وای (Y) مشخصاتی منحصر به فرد دارد. اگر شما بدانید، می‌تواند کالاها و محصولات خود را برای این نسل بازاریابی کنید. در غیر این صورت، بهترین کالاها و محصولاتتان را در انبارها قرار دهید تا خاک بخورد. گفته‌ی کنث بلانچارد، آنچه تولید کرده‌اید؛ یا محصولی که عرضه کرده‌اید، آشغال و "زباله" است؛ حتی اگر عالیترین کیفیت را داشته باشد. ان هم با قیمتی مطلوب!

دو سه متن نهایی این فصل، فراتر از نگرش‌ها و دانش‌های تازه است، با این توجه که همچنان "بازاریاب" در کنار یادگیری‌ها باید مهارت‌های تازه‌ای به دست آورد؛ نظیر هفت مهارت پایه که عبارتند از هوش نوشتاری، هوش کسب‌وکار، هوش تحلیل و توانایی تغییر داده‌ها و... برای اطلاعات بیشتر

به آخرین مطالب این فصل مراجعه کنید.

۲) انواع بازاریابی

آیا می‌دانید "نانومارکتینگ" چیست؟ اگر فکر می‌کنید فروش کالاها و محصولات که با استفاده از تکنولوژی نانو تولید شده، کاملاً در اشتباهید. درست است به صفحه‌ی ۱۱۹ کتاب مراجعه کنید تا دانش خود را در این باره تصحیح کنید.

دوباره‌ی بازاریابی اجازه چه می‌دانید؟ در این فصل راجع به موضوعاتی نظیر بازاریابی، بازاریابی در مقابل بازاریابی وقفه‌انداز، بازاریابی ورزشی، بازاریابی ویروسی، بازاریابی سیاسی، و بازاریابی گردشگری می‌خوانید. گفتنی آنکه افزون بر این باره، راهکارهای پیشنهادی به تفکیک آمده است. گو آنکه در مرقع می‌توان از راهکاری که برای بازاریابی ورزشی سودمند است، بازاریابی گردشگری نیز سود برد. مهم درک جوهره‌ی راهکارها است که سدی بر پایه‌ی قدرت پردازش، می‌تواند انعطافهای لازم را خودشان اجرا کنند.

۳) تبلیغات

تبلیغات شکلی از ارتباط است. در این فصل، نخست نوع تبلیغات معرفی شده است تا مدیران در صورت لزوم، تصمیم بگیرند که کدام تبلیغ برای کالاها و محصولاتشان مناسبتر است. در بخش‌هایی همین فصل، با روشی آشنا می‌شویم که سنجش اثرگذاری تبلیغات را بر عهده دارد، یعنی روشی با مدل داگمار.

سایر مطالب این فصل، آشنایی با روشها و تکنیکهای غیرمتعارف تبلیغات است. می‌آموزیم چگونه شرکتهای بزرگ خارجی با این روش از تبلیغات می‌کوشند از آب کره بگیرند.

دانش بازاریابی و تبلیغات اکنون تا بدانجا ظرفیت جذب و پذیرش خود را افزون کرده که می‌تواند از دانش پزشکی بویژه عصب‌شناسی (نوروساینس)، برای پیشبرد فعالیت‌های خود استفاده کند. واژه‌هایی از این دست نظیر 'نورومارکتینگ' و 'نوروادورتایزینگ' و بهره‌برداری و کاربرد آن را در تبلیغات، در صفحات ۲۲۵ این فصل بخوانید.

شیوه‌ی **«العهی کتاب چهل گفتار پیرامون ارتقای مهارت‌های بازاریابی»** شما به عنوان «مدیر» یا «علاقه‌مند به موضوعات بازاریابی»، می‌توانید از هر کجای که بخواهید، کتاب را بخوانید. اما فصل‌بندی‌هایی که در این کتاب آمده، قرار است پیکره‌ی ساختارمند در اختیارتان قرار دهد تا به واسطه‌ی آن قدرت تصمیم‌گیری‌های خود را افزایش دهید.

امید آنکه در آینده‌ای نزدیک با اهتمام استادان و صاحب‌نظران بازاریابی در ایران، شاهد کتاب‌های متعددی (اعم از تألیف یا ترجمه) درباره‌ی هر یک از این موضوعات نظیر 'نورومارکتینگ'، 'نوروادورتایزینگ'، 'بازاریابی اجازه‌ای' و... باشیم تا مدیران با دانش ژرف به سراغ مسائل بازاریابی کسب‌وکارهایشان بروند. این کتاب آغازی است تا سرنخ‌های اصلی را تقدیم مدیران کند.

شایسته است از پشتیبانی همکارانم در خانواده‌ی TMBA، صمیمانه تشکر کنم؛ مرتضی امیرعباسی و محمدرضا حسن‌زاده جوانان زحمات ارزشمندی را در گردآوری این کتاب متحمل شدند.

همچنین تلاش‌های آقایان احمد آخوندی و محسن جباری‌سواد، در ویرایش این کتاب ستودنی است.

خواهشمندم از طرق زیر، خانواده‌ی ما را از نظرات خویش در اصلاحات چاپ بعدی یاری فرمایید:

- نشانی اینترنتی: Info@TMBA.ir
- سایت انتشارات بازاریابی: www.MarketingPublisher.ir
- نشانی اینترنتی: Info@MarketingPublisher.ir
- نشانی انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان آزادی (شرق به غرب)، بعد از
خوش شمالی، کوچه نمایندگی، پلاک ۱، واحد ۱۰
- با شماره ی تلفکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)
- با شماره ی تلفنهای: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱)
- با شماره ی فکس همراه شخصی ام: ۱۹۹۴۲۸۱-۰۹۱۲

گر بخواهید در این یک قدم عمر

نیک جویای حقایق باشید

و به چشم همه نیکان جهان

بس برازنده و لایق باشید

هدفی ناب بیابید و در راه وصال

عالم عامل عاشق باشید

سبز باشید

پرویز درگی