

بازاریابی تلفنی

Tele Marketing

گردآورنده و مؤلف

رامین نظری

سرشناسه: نظری، رامین، ۱۳۴۷ -

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی تلفنی = Tele marketing / گردآورنده و مؤلف رامین نظری.

مشخصات نشر: تهران: سیمیا هنر، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۵۶ ص: نمودار.

شابک: ۱۲۰۰۰ ریال / ۲-۱۲-۷۶۱۳-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: بازاریابی تلفنی

موضوع: Telemarketing

موضوع: بازاریابی تلفنی -- ایران

موضوع: Telemarketing -- I

رده بندی کنگ: ۱۳۹۶ ب۲ ۶ن / ۱۲۶۵ / HF۵۴۱۵

رده بندی یویی: ۶۵ / ۸۱

شماره کتابشناسی ملی: ۴۰۸۱۵۷۰



نام کتاب: بازاریابی تلفنی Tele Marketing

گردآورنده و مؤلف: رامین نظری

ناشر: نشر سیمیا هنر

طراح: نسرين السادات آقايان

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۲-۱۲-۷۶۱۳-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

۸	سخن مؤلف
۱۱	فصل اول: اصول و مبانی تبلیغات از دیدگاه قرآن
۱۹	فصل دوم: بازاریابی تلفنی Tele Marketing
۲۱	نکات، مهم در بازاریابی
۲۶	توصیه‌های قبل از مذاکره
۳۰	توصیه‌های در حین مذاکره
۳۴	توصیه‌های بعد از مذاکره
۳۶	سوالات احتمالی مشتری
۳۹	فصل سوم: جمع‌آوری اطلاعات Database
۴۰	محورهای جمع‌آوری اولیه
۴۱	شش فاکتور اصلی در تهیه گزارش
۴۳	تجزیه و تحلیل اطلاعات مکتسبه
۴۷	طرح بازاریابی در یک نگاه

سخن مؤلف

در هر چند کوتاه در پهنه تجارت در خواهیم یافت که روش های علمی فراوانی در خصوص بازار و بازاریابی وجود دارد که برای نیل به آنها می بایست دوره های آکادمیک و تخصصی دراز مدتی را طی نمود.

در این زمینه کتب متعدد حجیب را می توان در کتابفروشی های تخصصی و عمومی یافت، که با مطالعه هر کدام از آنها "بوهی" در مطالب و موضوعات مرتبط و غیر مرتبط به دانش ما افزوده می شود، ولی برای دستیابی به روش های عملی و اجرایی هر کدام از اصول ثبت شده در آنها، باید وارد بازار کار شد و آن را تجربه کرد و یا از استاد این علم آموخت.

با توجه به معضل روز افزون بیکاری در سطح جامعه و رویکرد کارآفرینی، می توان مبانی تجارت را برای علاقه مندان و جویندگان مشاغل از قبیل بازاریابی و بازاریابی به روشی ساده و کاربردی و در چند صفحه به صورت خلاصه توضیح داد، زیرا برای بسیاری از جهات "فرصت تحصیلات عالی" وجود ندارد و هر چه سریع تر باید جذب بازار کار شوند و یا صاحبان کسب و کار سرمایه باید نیازهای بخش فروش خود را در اسرع وقت مرتفع نمایند.

پس برآن شدیم تا با نیت ایجاد زمینه های اشتغال و ارائه متون عملی و اجرایی، این کتابچه را در ابعاد جیبی با حداقل توضیحات به منظور ایجاد قابلیت همراه داشتن آن در همه جا تهیه نماییم، تا بازاریاب های تازه کار بتوانند بدون فوت وقت و در کوتاهترین زمان خود را با مقدمات و مبانی این هنر آشنا کرده و وارد بازار کار شوند.

هرچند این مکتوب به صورت کاربردی تنظیم شده و بازاریاب ها در هر سطحی، می توانند برای جلوگیری از نسیان و هماهنگی و جمع بندی محفوظات ذهنی خود آن را همراه داشته و در موارد خاص و در صورت لزوم به آن رجوع نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که این مختصر فقط جهت آگاهی علاقه مندان بوده و به منظور ورود به سطوح حرفه ای بازاریابی، می بایست دوره های تخصصی، و دانشگاهی سپری شود.

با تقدیم احترام رامین نظری