

بازاریابی و تبلیغات حرفه ای به شیوه

امرسان

مختصرین راهنمای جامع تبلیغات و بازاریابی برای یک کسب و کار موفق

نوشته:

رضا یادگاری

مربی کارآفرینی ایرانی و

دبیر بنیاد سخنرانان حرفه ای ایران

مهندس سلطان حسین فتاحی

بنیانگذار گروه صنعتی امرسان

سرشناسه: فتاحی، سلطان حسین، ۱۳۳۶ -

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی و تبلیغات حرفه‌ای به شیوه امرسان: نخستین راهنمای جامع تبلیغات و بازاریابی برای یک کسب و کار موفق / تألیف سلطان حسین فتاحی، رضا یادگاری.

مشخصات نشر: تهران: کارآفرینان بزرگ، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۲۰ ص: ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۲۵-۷۵-۲

موضوع: بازاریابی — ایران

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: تبلیغات — ایران

Marketing — Iran

موضوع: موفقیت در کسب و کار — ایران

Propaganda — Iran

شناسه افزوده: یادگاری، رضا، ۱۳۵۷ -

Success in business — Iran

شناسه افزوده: شرکت صنایع امرسان

Yadegari, Reza

کتابه بندی کنگره: ۱۳۹۵ ۲ الف ۹۱۲/۱۵ HF۵۴۱۵

ردیف بندی: ۶۵۸/۸۰۰۵۵

شماره نابشناس ملی: ۴۳۶۴۱۷۹

آدرس انتشارات کارآفرینان بزرگ:

تهران صندوق پستی ۱۵۸۶-۱۳۴۴۵

www.karafarinanebozorg.com مرکز بزرگ



عنوان: بازاریابی و تبلیغات حرفه‌ای به شیوه امرسان

نویسنده: رضا یادگاری - مهندس سلطان حسین فتاحی

مشاور پژوهشی: مهندس لیدا وهابی

مشاور اجرایی: علی حیدری نظامی فرد

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

نظارت چاپ: گروه هنری عقیق

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۲۵-۷۵-۲

این کتاب تحت پوشش قانون حمایت از مولفان و مصنفان ایران قرار دارد و کلیه حقوق مادی و معنوی آن به نام انتشارات کارآفرینان بزرگ به ثبت رسیده است.

تولید و تکثیر این اثر به هر شکلی (چاپ، کپی، انتشار الکترونیکی و ...) بدون اجازه کتبی مولف مجاز نمی‌باشد و متخلفین به موجب بند ۱۰ ماده ۲ قانون حمایت از مولفان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست

- ۱۰ - مقدمه ناشر
- ۱۱ - مشتریان شما چه کسانی هستند؟
- ۱۱ - مشتری خوب
- ۱۲ - مشتری بد
- ۱۴ - سایر مشتریان
- ۱۵ - کشف دلیل خرید مشتریان
- ۱۶ - شناخت نیازها
- ۱۶ - شناخت انگیزه ها
- ۱۷ - مشتریان شما را چگونه انتخاب می کنند؟
- ۱۸ - ادراک واقعیت بیرونی
- ۱۸ - پنج گام تا تصمیم گیری
- ۱۹ - چشم انداز آینده
- ۲۱ - مشتریان تجاری
- ۲۱ - نیازهای ثانویه
- ۲۲ - تصمیم گیری رسمی
- ۲۳ - نیروهایی که باید روی آنها حساب کنید
- ۲۴ - ترکیب عوامل بازاریابی
- ۲۵ - تعیین ویژگی های محصول یا خدمت
- ۲۶ - استفاده از تبلیغات برای خود

- ۲۷ - شناخت نقطه نظرات مشتریان
- ۲۷ - برگزاری نمایشگاه
- ۲۸ - تعیین اهداف تبلیغاتی
- ۲۸ - بودجه تبلیغاتی
- ۲۹ - تعیین پیام تبلیغاتی
- ۳۰ - انتخاب رسانه مناسب
- ۳۱ - میزان تکرار تبلیغ
- ۳۱ - استفاده از اینترنت در بازاریابی
- ۳۲ - ایجاد فرصت‌های برای معرفی
- ۳۳ - بازگشت سرمایه
- ۳۳ - فروش و فروشنده‌ی
- ۳۴ - تفاوت بین فروش و بازاریابی
- ۳۴ - شیوه فروش اختصاصی
- ۳۶ - نمایندگی فروش
- ۳۷ - ارزیابی نتایج
- ۳۸ - قیمت گذاری
- ۳۸ - توجه به بازار کسب و کار
- ۳۸ - تولید متناسب با ظرفیتها
- ۳۹ - نظر مشتریان
- ۳۹ - عرضه تدریجی کالا
- ۳۹ - اجتناب از قیمت گذاری خیلی پایین
- ۴۰ - توزیع و مکان سنجی
- ۴۰ - انتخاب مکان
- ۴۱ - انتخاب کانال توزیعی مناسب
- ۴۳ - مشاغل خانگی
- ۴۴ - نگاهی به مسائل قانونی بازاریابی

- ۴۴ - نام شرکت
- ۴۵ - نشان تجاری
- ۴۵ - ثبت سایت اینترنتی
- ۴۵ - قانون حق امتیاز تولید
- ۴۷ - ثبت نشان تجاری
- ۴۸ - حق امتیاز انحصاری چاپ و نشر
- ۴۸ - شرط قرارداد
- ۴۹ - مشخصات کالاها
- ۵۰ - ردیت قوانین تجارت عادلانه
- ۵۰ - شناخت قوانین و اصول برنامه ریزی
- ۵۲ - اجتناب از اشتباهات رایج
- ۵۴ - تقسیم بندی برنامه
- ۵۵ - خلاصه برنامه
- ۵۶ - تعیین اهداف بلند مدت
- ۵۷ - تحلیل وضعیت
- ۵۸ - به تغییرات دقت نمایید
- ۵۹ - استفاده از روش سازمان یافته
- ۵۹ - جدول تجزیه و تحلیل رقبا
- ۶۰ - اهداف بلند مدت در بازاریابی
- ۶۲ - اولویت بندی عوامل تاثیر گذار
- ۶۳ - مدیریت بازاریابی
- ۶۴ - برآورد هزینه ها و درآمدها
- ۶۶ - پیش بینی تجمعی
- ۶۶ - پیش بینی بر اساس شاخص ها
- ۶۶ - پیش بینی انعطاف پذیر
- ۶۷ - پیش بینی زمانی

- ۶۸ - ارزیابی عملکرد
- ۶۹ - طراحی آگهی های تبلیغاتی چاپی
- ۷۰ - تشریح محتویات آگهی های چاپی
- ۷۲ - مراحل طراحی
- ۷۳ - تهیه بروشور
- ۷۵ - سه کاربرد اصلی بروشور
- ۷۵ - نقاط قوت و ضعف
- ۷۶ - جذابیت و قدرت ترغیب
- ۷۶ - قرار دادن تمام اجزاء در کنار هم
- ۷۷ - محل آگهی تبلیغاتی
- ۷۷ - آیا توان منی تبلیغ را باید
- ۷۸ - یافتن مکان های آشنای قریب برای تبلیغ
- ۷۹ - اندازه تبلیغ
- ۸۰ - آزمایش و اصلاح تبلیغ
- ۸۱ - تجزیه و تحلیل رایگان تبلیغات
- ۸۲ - توجه به نمونه های بارز
- ۸۲ - تابلوها و پوسترها
- ۸۳ - تابلوی شما چه می گوید
- ۸۴ - تابلونویسی
- ۸۴ - متن تابلو
- ۸۴ - استفاده از عنوانی چشمگیر
- ۸۵ - خلاقیت داشته باشید
- ۸۷ - پرچم ها، بنرها و سایبان ها
- ۸۷ - مشتریان خود را میخکوب کنید
- ۸۸ - چترها و سایبان ها
- ۸۸ - پوسترها و اندازه آنها

- ۸۹ - قالب بندی تبلیغات محیطی
- ۹۰ - تبلیغ بر روی تی شرت
- ۹۱ - کیف خرید
- ۹۲ - رعایت اصول تبلیغات محیطی
- ۹۳ - روابط عمومی تبلیغ شفاهی
- ۹۴ - ابزار روابط عمومی
- ۹۴ - تبلیغات خوب
- ۹۵ - بازنقش مناسب
- ۹۵ - پیام تبلیغاتی - مسموعاتی
- ۹۹ - فیلم های یدئوی
- ۹۹ - مصاحبه تلویزیونی
- ۱۰۱ - تبلیغ شفاهی
- ۱۰۲ - انجام اعمال خوب
- ۱۰۲ - تبلیغات جالب
- ۱۰۳ - شناخت و ارتباط با تصمیم گیرندگان
- ۱۰۳ - نظارت بر اینترنت
- ۱۰۵ - طراحی وب سایت تجاری
- ۱۰۷ - محتویات وب سایت
- ۱۱۱ - طراحی جذاب
- ۱۱۲ - کاربرد تلفن همراه
- ۱۱۲ - بودجه مورد نیاز

به نام خدا

انتشارات کارآفرینان بزرگ، نخستین و تنها ناشر کتابهای زندگینامه کارآفرینان بزرگ ایرانی، سالهاست که در دنیای زیبای کارآفرینی تحقیق و پژوهش می‌ماید.

بیا: الگوهای کارآفرین، برای ترغیب جوانان به کسب و کار مستقل و همچنین راهنمایی، برای افرادی که قصد دارند در حوزه کارآفرینی پیشرفت نمایند، منجر به تولد، پرافتخارترین مجموعه کتابهای زندگینامه و تحلیل زندگی بزرگترین کارآفرینان ایرانی شود. بوط این انتشارات گردید.

استقبال ایرانیان، راسر زهان از کتابهای انتشارات کارآفرینان بزرگ، تیم پژوهشی این انتشارات را تحسین نمود تا در تمام حوزه هایی که می‌تواند در پیشرفت شغلی، زندگی، آسوده، حتی روابط بین افراد موثر باشد، کتابهای مفیدی را منتشر نموده و در اختیار دستاران این انتشارات قرار دهد.

کتاب "بازاریابی و تبلیغات حرفه‌ای به شیوه امرسان" به عنوان نخستین راهنمای جامع تبلیغات و بازاریابی برای یک کسب و کار موفق، یک شاهکار بی‌نظیر و نتیجه تجربیات مهندس سلطان حسینی فتاحی، بنیانگذار گروه صنعتی امرسان و رضایادگاری، مربی کارآفرینی ایرانی و بیانگذار تاریخ شفاهی زندگی کارآفرینان ایرانی می‌باشد که به جرات می‌توان گفت که این کتاب، یک راهنمای ارزشمند و پر محتوا برای تمام کسب و کارهایی است که قصد دارند مسیر موفقیت را تجربه نمایند.

این کتاب را بخوانید، قوانین و راهنمایی‌های آن را به کار ببرید و طعم و لذت پیروزی را بچشید.

موفقیت حق شماست

مehشید سنایی فرد

مدیر انتشارات کارآفرینان بزرگ