

فرمول کسب و کار

نویسنده: محمد جبار پور
۱۰ سالن ضیائیستانی

www.ketab.ir

سرشناسه : جبارپور، محمد، ۱۳۷۰ -
 عنوان و نام پدیدآور : فرمول کسب و کار/ نویسنده محمد جبارپور، احسان
 ضیاسیستانی.
 مشخصات نشر : کرج: پیدار، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۱۴۴ ص.: مصور.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۹-۴۴۳-۹
 وضعیت فهرست نویسی : فیفا
 موضوع : بازاریابی
 Marketing
 موضوع : بازاریابی
 موضوع : مدیریت
 Marketing - Management
 شناسه افزوده : ضیاسیستانی، احسان، ۱۳۶۳ -
 رده بندی کنگره : H۵۴۱۵ / ج۴۲۴ ۱۳۹۷
 رده بندی دیویی : ۸/۶۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۷۱۹۶۰

نویسنده: محمد جبارپور-احسان ضیاسیستانی

طراح جلد: محمد جبارپور

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۹-۴۴۳

ناشر: انتشارات پیدار

قیمت: ۱۴,۰۰۰ تومان

www.chiregi.ir

فرمول کسب و کار

فهرست

- فصل اول: خلق ارزش برای مشتری ۱۳
- نزدیک بینی بازاریابی ۱۶
- ضد بازاریابی ۱۹
- بازاریابی اجتماعی ۲۳
- مدیریت ارتباط گزینشی ۲۹
- ارزش عمر مشتری ۳۲
- فصل دوم: استراتژی بازاریابی ۳۹
- در مقابل موج لنگر بیندازید ۴۱
- طراحی پرتفولیو کسب و کار ۴۴

نفوذ در بازار ۴۷

راز موفقیت مک‌دونالد ۵۰

کنترل بازاریابی ۶۰

تثبیت موقعیت در بازار ۵۴

فصل سوم: محیط بازاریابی ۶۵

سطح‌های بازاریابی ۶۸

نسل‌های فرهنگ ساز ۷۲

محیط اقتصادی ۷۷

بازاریابی علت محرر ۸۲

فصل چهارم: مدیریت اطلاعات بازاریابی ۸۹

وب سایت فروشگاهی ۱۰۳

اپلیکیشن گوشی هوشمند ۱۰۵

اینستاگرام ۱۰۷

تلگرام ۱۰۹

تبلیغات فروشگاه ۱۱۳

پیشگفتار

نمی‌دانم به چه علت واژه مارکتینگ با بازاریابی ترجمه شده است، اما این را میدانم که اکثر مردم خیال می‌کنند بازاریابی یعنی ویزیتوری و جذب مشتری، اما حقیقت این است که برای سیستم ساری کسب و کار، علمی به نام مارکتینگ ایجاد شده است، این علم به تمام مباحث دخیل در یک کسب و کار می‌پردازد، از احساس نیاز یک محصول، نوع تهیه محصول، تحقیقات بازار و تأمین احتياجات اولیه گرفته تا فروش محصول و بازخورد پس از فروش، بنابراین مطالعه این کتاب تمام آنچه که یک کسب و کار بدان احتیاج دارد را تأمین می‌کند و مطمئناً اگر شخصی این کتاب را دقیق مطالعه کند و به فرامین آن عمل نماید، هرگز در کارش شکست نمی‌خورد. وقتی برای کارشناسی ارشد به رشته بازاریابی رفتم، اطرافیان متعجب بودند که چرا می‌خواهم بازاریاب شوم، زیرا آن‌ها هم به‌مانند سایر مردم همین اشتباه را می‌کردند که مارکتینگ به معنای ویزیتور است و این اشتباه در اثر یک ترجمه نه‌چندان صحیح ایجاد شده است. جالب اینجاست که کسی هم قدرت تغییر این نام را ندارد و تمام کتب

معروف همچون اصول بازاریابی یا مدیریت بازاریابی با همین عنوان به چاپ می‌رسند و شاید یکی از دلایلی که اکثر کارآفرینان و راه اندازان کسب‌وکار را از این علم غافل کرده است همین اشتباه ترجمه باشد.

ما این جسارت را به خرج دادیم و از نام فرمول کسب‌وکار به جای فرمول بازاریابی استفاده کردیم. هرچند که اصولی که در این کتاب می‌خوانید به عقیده فیلیپ کاتلر (پدر علم مارکتینگ) فراتر از کسب‌وکار است و می‌تواند در همه سازمان‌ها، تجاری و غیرتجاری نیز استفاده شود. حالا که شما نیز با مفهوم واقعی بازاریابی آشنا شدید، از این پس می‌توانیم از همین ترجمه نه‌چندان جذاب در این کتاب استفاده کنیم، به عنوان مثال اگر از واژه بازاریابان استفاده کردیم، بدانید که معنی آن ویزبورها نیستند، بلکه متخصصین بازار هستند که با علم کسب‌وکار سعی در افزایش فروش سازمان و افزایش بقای سازمان دارند.

توصیه می‌کنیم

تقریباً اکثر خوانندگان این کتاب ایرانی هستند و اکثر ایرانیان مسلمان‌اند، ما با فرهنگ ایرانی خود آخرین دین خداوند را پذیرفتیم، به آن امان داریم و باور داریم که با اجرای فرامین آن، عدالت جهانی برقرار می‌شود. در این کتاب به انسان کامل می‌کند، لذا توصیه می‌کنم در کنار این کتاب، یک کتاب در مورد فقه مکاسب مطالعه کنید تا هیچ موقع در کسب‌وکارتان حق کسی را پایمال نکنید و یک کسب‌وکار کاملاً اخلاقی داشته باشید، چرا که اینجانب علم اسلام را ندارم و نمی‌دانم چه قسمت‌هایی از این کتاب با اسلام مغایرت دارد.