

شماره یک پر فروش ترین های آمازون

تدوین طرح بازاریابی در یک صفحه

ویژه شرکت های کوچک و متوسط کارآفرین

مشتریان جدید جذب کنید، درآمد بیشتری به دست آورده و معروف شوید

آلن ایب

مترجمان:

دکتر حمیدرضا سعیدنیا

دانشیار مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

دکتر سجاد اکبری گنجه

پژوهشگر حوزه بازاریابی

سرشناسه

: دیب، آلن

Dib, Allan

عنوان و نام پدیدآور

: تدوین طرح بازاریابی در یک صفحه : مشتریان جدید جذب کنید، درآمد بیشتری به دست آورده و معروف شوید/ آلن دیب : مترجمان حمیدرضا سعیدنیا، سجاد اکبری گنجه.

مشخصات نشر

: تهران: دانشگاه کارآفرین، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری

: ۲۷۱ص.

شابک

: ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۸۹۱۰-۷

وضعیت فهرست نویسی

: فیبا

: عنوان اصلی: The 1-page marketing plan: get new customers, make

more money, and stand out from the crowd.

عنوان دیگر

: مشتریان جدید جذب کنید، درآمد بیشتری به دست آورده و معروف شوید.

عنوان دیگر

: برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای.

موضوع

: بازاریابی

موضوع

: Marketing

شناسه افزوده

: اکبری گنجه، سجاد، ۱۳۶۰، مترجم

شناسه افزوده

: سعیدنیا، حمیدرضا، ۱۳۳۹، مترجم

رده بندی کنگره

: HF۵۰۱۸

رده بندی دیویی

: ۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی

: ۰۱۱۱۹۶۹



سازمان اسناد و کتابخانه ملی

تدوین طرح بازاریابی در یک صفحه

مترجمان: دکتر حمیدرضا سعیدنیا - دکتر سجاد اکبری گنجه

چاپ: اول - ۱۳۹۹

ناشر: دانشگاه کارآفرین

قیمت: ۵۵,۰۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

صفحه آرا: عارفه داودی

ویراستار: نرگس سقازاده

تلفن انتشارات: ۰۲۱۸۸۴۵۵۲۴۶ - ۰۹۱۰۷۵۵۶۷۰۵

سفرارش اینترنتی کتاب: www.enun.ir

پیشگفتار

پرفسور فیلیپ کاتلر در عبارتی که به سرود مذهبی در بازاریابی معروف شده است، وظیفه مدیر بازاریابی در یک کسب‌وکار را «خلق ارزش، ایجاد ارتباطات اثربخش و تحویل ارزش برتر از رقبا به بازار (های) هدف به شکلی سودآور» تعریف می‌کند. در این راستا و برای به‌کارگیری استراتژی‌های مؤثر، داشتن برنامه بازاریابی ضروری است. برنامه‌ای که بتواند بازار (های) هدف را به‌خوبی مشخص، پیام جذابی را خلق و درنهایت گزاره ارزش متمایز را به مشتریان ارائه دهد.

آقای آل دیب به شکلی بسیار حرفه‌ای و کاربردی در کتاب برنامه بازاریابی در یک صفحه برای کسب‌وکارها، کوچک و متوسط کارآفرین با ارائه جعبه‌ابزاری از تکنیک‌های بازاریابی، راهکارهای رشد سریع و پاسخگویی به نیازهای در حال تغییر بازار را ارائه نموده است. او این برنامه را به یک سفر تجربه‌آمده که در مرحله قبل از سفر، انتخاب بازار(های) هدف، خلق پیام، رسیدن به مشتریان احتمالی - در مرحله طول سفر به جذب و پرورش سرنخ‌های فروش و در مرحله بعد از سفر به موضوعاتی چون افزایش ارزش طول عمر مشتری و تحریک ارجاعات می‌پردازد.

امیدواریم از خواندن این کتاب که مجموعه‌ای از ایده‌های ناب و زیبا هستند، لذت ببرید و از آن‌ها در کسب‌وکار خود استفاده کنید. به یاد داشته باشید که دانستن و عمل نکردن مانند ندانستن است.

دکتر - محسن - رضا سعیدنیا

دکتر سجاد اکبری گنجه

فهرست مطالب

۱۳	مقدمه
۳۹	اقدام نخست: مرحله قبل از سفر
۴۵	فصل اول: بازار هدف خود را انتخاب کنید
۵۹	فصل دوم: پیام خود را خلق کنید
۹۷	فصل سوم: دستیابی به مشتریان احتمالی با استفاده از رسانه های تبلیغاتی
۱۱۹	اقدام دوم: مرحله در طول سفر
۱۲۵	فصل چهارم: جذب مشتریان
۱۳۵	فصل پنجم: پرورش سرنخ ها
۱۵۹	فصل ششم: تبدیل فروش
۱۸۳	اقدام سوم: مرحله بعد از سفر
۱۸۹	فصل هفتم: ارائه تجربه در سطح جهانی
۲۱۷	فصل هشتم: افزایش ارزش طول عمر مشتری
۲۴۲	فصل نهم: هماهنگی و تحریک ارجاعات
۲۵۵	نتیجه گیری
۲۶۷	درباره نویسنده