



چگونه می‌توانید انبوهی از مشتریان را جذب کنید که محصول شما را بخرند، با شما همراه باشند و آن را به دیگران معرفی و توصیه کنند.

تألیف: دَن کندی ترجمه: دکتر امین اسداللهی - علیرضا حسامی



فیفا

میرشناسه: کندی، دن اس. ۱۹۵۴-م. Kennedy, Dan S. ۱۹۵۴.
وان و نام پدیدآور: بازاریابی مغناطیسی: چگونه می‌توانید انبوهی از مشتریان را
جذاب کنید. حاصل شما را بخرند، با شما همراه باشند و آن را به دیگران معرفی
و توصیه کنند.

مشخصات نشر: تهران: موسسه انتشاراتی دانش ماندگار عصر، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهر: ۹۸ ص:، ور، جدول، نمودار؛

شابک: ۸-۲۸-۸۶۰۸-۰۸-۰۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیفا

یادداشت: عنوان اصلی:

Magnetic marketing :how to attract a flood of new customers that pay, stay, and refer, 2018

موضوع: بازاریابی Marketing

موضوع: بازاریابی مستقیم Direct marketing

موضوع: بازاریابی اینترنتی Internet marketing

شناسه افزوده: اسداللهی، امین، ۱۳۵۹-، مترجم

شناسه افزوده: حسامی، علیرضا، ۱۳۴۹-، مترجم

رده‌بندی کنگره: hf۵۴۱۵

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی: ۵۹۸۸۹۹۴

شناسنامه

عنوان: بازار یابی مغناطیسی

مؤلف: دن کندی

مترجمان: دکتر امین اسداللهی، علیرضا حسامی

ناشر: موسسه دانش ماندگار عصر

طراح: میر صفوی

ویراستار: سیده هستی حسینی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶-۱-۲۸

نویسندگان: لیلی تابست ۱۳۹۱

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

دفتر انتشارات: تهران، خیابان مصلاب، خیابان خورازی، خیابان شهدای ژاندار مری، نرسیده به

خیابان دانشگاه، پلاک ۶۴

تلفن: ۶۶۹۷۳۱۷۵-۶

کدپستی: ۱۳۱۴۹۶۵۳۵۱

ایمیل و وبسایت: Info@mehrabanshoh.com MehrabanPub.com

فروشگاه اینترنتی: Ketabemehraban.com

تلفن فروشگاه نشر بازرگانی: ۶۶۹۵۳۴۷۵

کلیه حقوق و حق چاپ متن و عنوان کتاب که به ثبت رسیده است؛ مطابق با قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸ محفوظ و متعلق به مترجم می باشد. هرگونه برداشت غیر مجاز و کپی برداری به هر شکل (چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی) بدون اجازه ی کتبی از مترجم نهی شده و مجوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت. دانش ماندگار عصر

مقدمه حامی	۷
مقدمه	۹
پیشگفتار مترجمان	۱۹

بخش اول: اصول و مبانی بازاریابی مغناطیسی

۲۵	فصل اول: اگر تاکنون آنچه در مورد رشد کسب و کارتان به شما گفته اند اشتباه باشد، چطور؟
۴۵	فصل دوم: چرا بازاریابی شکست می خورد؟
۶۵	فصل سوم: چه اتفاقی می افتد اگر به جای دنبال کردن مشتریان، آن ها را جذب کنید؟
۷۵	فصل چهارم: جذب مشتری به جای دنبال کردن آن واقعاً چگونه است؟

بخش دوم: اصول بازاریابی مغناطیسی

فصل پنجم: مثلث بازاریابی مغناطیسی	۹۷
فصل ششم: ۱۰ قانون بنیاد	۱۲۱

بخش سوم: ساخت سیستم بازاریابی مغناطیسی

۱۴۳	فصل هفتم: سیستم مغناطیسی جذب
۱۵۷	فصل هشتم: سیستم مغناطیسی تبدیل مشتری علاقه مند به خریدار
۱۶۹	فصل نهم: سیستم حفظ و ابقای مشتریان موجود
۱۸۱	فصل دهم: به کارگیری سیستم بازاریابی مغناطیسی
۱۹۵	درباره نویسنده

مقدمه حامی

شاهین فاطمی و امیرکاظم نورمحمدی در نخستین سال‌های جوانی راه آیند را با اندیشه توسعه کسب و کاری خلاق ساختند و موفق شدند در سال ۱۳۷۰ کلیه تولید محصولات از چرم طبیعی را در تهران بزنند و اینگونه درسا متولد شد.

آن‌ها پس از سه دهه تلاش و تفکر خلاق، ریشه‌های درسا را با خلق برندهای رای سبک زندگی امروز محکم کردند تا بتوانند با پیوند دانش، بینش و هنر مأموریت خود را برای خلق سبک زندگی مدرن تهران به مقصد آینده جاودانه کنند. امروز برندهای درسا با نام‌های چرم درسا، خانه درسا، جواهرات درسا و کاف درسا در تهران فعالیت هستند.

درسا، قدم به قدم تا ساختن رویاهایش پیش رفته است و هر چه می‌گذرد رویایش برای خلق آینده بزرگ‌تر می‌شود. رویای امروز درسا ساختن تهران آینده ایده جهانی شدن است. جهانی شدن آن رویاهای همه فرزندان ایران قدمی به تحقق نزدیک می‌کند.

درسا، سال‌های زیادی است که سعی کرده در مسیر آموزش و ارتقای علم حمایت از رویدادها و آثار علمی و فرهنگی، قدم بردارد. چرا که درسا اعتقاد دارد بخشی از تکامل خودش در گرو جامعه است و برای جامعه زمینه‌ها باید باشد. رشد جامعه هم کمک کند و این راهی است که درسا برای مسئولیت اجتماعی خود پیش گرفته است.

DORSA

TEHRAN1370