



انتشارات ادیبان روز

مدیریت بازاریابی دیجیتال و تحول از طریق نوآوری

چگونه می‌توان در دنیای دیجیتالی سازی پیروز شد
و یک تجارت پایدار ایجاد کرد

مؤلفین:

فیلیپ کاتلر، مارک الیور اوپرسنیک، کوزوه تاکاوکا

مترجمین:

دکتر حسین علی سلطانی

دکتر سید محمد موسوی جد

www.ketab.ir

مشخصات کتاب

سرشناسه: کاتلر، فیلیپ / Kotler, Philip

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت بازاریابی دیجیتال و تحول از طریق نوآوری؛ چگونه می‌توان در دنیای دیجیتالی سازی پیروز شد و یک تجارت پایدار ایجاد کرد / مولفین فیلیپ کاتلر، مارک الیوراوپرسینگ، کوزوه تاکاوکا؛ مترجمین حسین علی سلطانی، سید محمد موسوی جد.

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۱۳۸ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲۰۰-۹

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

موضوع: بازاریابی / Marketing

موضوع: digital marketing management and

transformation by innovation ۲۰۲۰

رده‌بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۳۶۵

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۱۴۴

شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۲۵۶۴۶

دست اندرکاران

صفحه‌آرا: گلنوش صلاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰۰ جلد

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب‌های مدیریت، بازاریابی، کسب‌وکار و تبلیغات



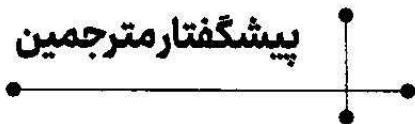
کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

پیشگفتار مترجمین



دهه اخیر شاهد توسعه سریع در فناوری اطلاعات و کاربرد آن بوده است. این به تغییر روش نگرش ما به جهان و همچنین روش انجام کسب و کارها، کمک شایانی کرده است. کسب و کار و تجارت هر دو با موج فناوری اطلاعات در بهبود بازده، بهره‌وری و خط مبنا، همراه شده‌اند. بهبود بهره‌وری، تولید سریع و دقیق در حجم زیاد را تسهیل کرده است. زیرساخت فناوری همچون رسانه‌های اجتماعی، انجمن‌ها، وبلاگ‌ها و شبکه‌های مجازی متداول‌ترین زیرساختار می‌باشند، ولی پورتال‌های دانش نقش مهمی در مدیریت دانش استراتژیک بازی می‌کنند. مردم از طریق این پورتال‌ها می‌توانند به دانش دسترسی داشته، دانش را خلق و سازمان‌دهی کرده و از آن استفاده کنند. سازمان‌ها همچنین می‌توانند دانش دسترسی به شرکا و مشتریان کسب و کار خود را بسط دهند، حتی اگر زمینه‌های ویژه محدود شوند. این کار می‌تواند نقش مهمی در توسعه محصولات مشارکتی، ارائه خدمات و اجرای پروژه بازی کند. فناوری می‌تواند باعث ارتقاء فرهنگ دانش از طریق تغییر عادات کارفرمایان در زمینه ارتباطات، مشارکت، اشتراک اطلاعات، یادگیری و تصمیم‌گیری شود.

نوآوری یک مفهوم چندبعدی است، که شامل جنبه‌های سازمانی و رویه‌ای یک شرکت با هدف بهبود عملکرد از نظر بهره‌وری تولید و / یا کاهش هزینه‌های تولید می‌باشد. پذیرش نوآوری، تمایل شرکت به تغییر را، از طریق یک رویکرد، با هدف به

دست آوردن یک مزیت رقابتی ناشی از بهره‌برداری از ایده‌های جدید و فناوری‌های جدید، اندازه‌گیری می‌کند. اتخاذ راه‌حل‌های فناوری برای توسعه فوایندها و محصولات جدید، عادات و روش‌های سودمند موجب رشد ظرفیت نوآوری شرکت‌ها می‌شود و آن‌ها را قادر می‌سازد تا نیازهای بازارهایی که به‌طور مداوم در حال تغییر هستند را برآورده کنند. در حقیقت، تحول دیجیتال (DT)^۱ انتشار اطلاعات و روش‌های سودمند را با استفاده از کلان داده‌ها (BD)^۲ تسهیل می‌کند.

با توضیحات در مباحث پیشین لازمه شناخت فنون مدیریت دیجیتال و نوآوری مستدل شد. اما نکته مکتوم که در سایر کُتب به آن پرداخته نشده است اهمیت کاربست مدیریت دیجیتال و تحول نوآوری در هر مرحله از تجارت و هریک از مراحل چرخه دیجیتال می‌باشد. با این تفاسیر، افزایش دادن مهارت مدیریت دیجیتال و نوآوری لازمه کسانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، می‌باشد.

نویسندگان حاذق در این کتاب هلیپ کاتلر پدر بازاریابی نوین، مارک الیور اوپرسنیک و کوزو تاکاوکا با وسواس علمی به تعریف نظری مفاهیم مدیریت دیجیتال و نوآوری در هر مرحله از شیوه‌های پیاده‌سازی آن همراه با مطالعه‌های موردی واقعی پرداخته‌اند که از سه بخش تشکیل شده است که به روندهای مربوطه می‌پردازد و پیامدهای بازاریابی به آن مرتبط است.

بخش اول: دیجیتالی سازی و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

بخش دوم: تحول از طریق نوآوری

بخش سوم: مسئولیت اجتماعی شرکت و بازاریابی نسل ۴٫۰

این کتاب قویاً برای هر شخص یا شرکتی تمایل دارد با استفاده از بازاریابی دیجیتال، تحول و نوآوری ایجاد کند توصیه می‌شود. امیدواریم کتاب پیش رو برای مدیران ارشد بنگاه‌های اقتصادی به عنوان کاربران دانش، اساتید و همکاران دانشگاه و دانشجویان و

دانش‌پژوهان عزیز به‌ویژه دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری رشته‌های مدیریت بازرگانی، اقتصاد، فناوری اطلاعات و رشته‌های مختلف مفید واقع شود. امید است این اثر مورد توجه خوانندگان محترم قرار گیرد. به‌هرحال مشتاقانه آماده دریافت نظرها و پیشنهادهای تمامی خوانندگان محترم از طریق پست الکترونیک هستیم.

دکتر حسین علی سلطانی^۱

دکتر سید محمد موسوی جد

بهار ۱۴۰۰

www.ketab.ir