

بازاریابی استراتژیک - مفاهیم و موارد

مجموعه‌ای روز به

روز به
میکل بن‌دیکسن

مترجم: دکتر حمید حسینی حلقی فکر

www.ketab.ir

بازاریابی استراتژیک مفاهیم و موارد
نویسنده: راسل آبرات- مایکل بندیکسن مترجم: دکتر حسام خضرای حافظ فکر

سرشناسه: آبرات، راسل، ۱۹۵۲- م. Abratt, Russell. عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی استراتژیک: مفاهیم و موارد / نویسنده راسل آبرات، مایکل بندیکسن؛ مترجم حسام خضرای حافظ فکر .. مشخصات نشر: تهران: نشر هیرمند، ۱۴۰۰. مشخصات ظاهری: ۳۴۰ ص؛ ۲۱/۵x۱۴/۵ س.م. شابک: ۶-۷۷۷-۴۰۸-۹۶۴-۹۷۸. وضعیت فهرست نویسی: فیبا.. یادداشت: عنوان اصلی: Strategic Marketing: Concepts and cases, 2019. موضوع: برنامه‌ریزی راهبردی Strategic planning بازاریابی - مدیریت - نمونه پژوهی Case Studies - Management - Marketing .. شناسه افزوده: بندیکسن، مایکل، Bendixen, Michael .. شناسه افزوده: خضرای حافظ فکر، حسام، ۱۳۶۳- مترجم .. رده بندی کنگره: HD۳۰/۲۸ .. رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲ .. شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۵۸۷۱۷

چاپ اول: ۱۴۰۰
شماره چاپ: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۱۰۰۰ تومان
شابک: ۶-۷۷۷-۴۰۸-۹۶۴-۹۷۸
صفحه آرایشی: کارگاه نشر هیرمند
طراحی و گرافیک: هیرمند انتشارات
چاپ و صحافی: چاپ هیرمند
مدیر هنری: محمد خاکپور
همه‌ی حقوق برای ناشر محفوظ است.



پخش هیرمند: مجتمع تجاری بوستان، واحد ۷۲۳ اداری

تلفن: ۴۴۴۱۴۰۰۵



شهر کتاب بوستان: پونک، مرکز تجاری
بوستان، دور رینگ مرکزی

تلفن: ۴۴۴۹۸۳۴۵ www.bbookcity.com

تمام حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب، بدون اجازه‌ی مکتوب ناشر، قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی، از جمله چاپ، فتوکپی، آنتی، الکترونیک، فیلم و صدا نیست. این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست

پیشگفتار مترجم	۹
درباره‌ی مترجم	۱۱
درباره‌ی نویسندگان	۱۳
پیشگفتار کتاب	۱۵
فصل ۱: بازاریابی استراتژیک	۱۹
مورد: ایکس فینیتی شرکت مخابراتی کامکست	۲۹
مورد: خطوط هوایی اسپیریت	۴۳
فصل ۲: بخش‌بندی استراتژیک	۵۵
مورد: بحران هویت برگر کینگ: چه ماهیتی دارد؟	۶۳
مورد: فلوریدا بلو: بلوهای (آبی‌های) قانون مراقبت مقرون به صرفه	۸۱
فصل ۳: تجزیه و تحلیل و جایگاه‌یابی رقابتی	۹۹
مورد: صبحانه‌های تمام روز مکدونالد	۱۰۷
مورد: فدکس: چگونه می‌توان در رقابت پیروز بود	۱۳۷
فصل ۴: استراتژی‌های رشد	۱۵۱
مورد: توییتر	۱۵۹
مورد: باشگاه ورزشی کراسفیت سوفلا: دردهای رشد	۱۷۳

فصل ۵: برند شرکت و مدیریت داخلی برند	۱۸۹
مورد: کادیلک: نبرد برای بازپس‌گیری بازار اتومبیل‌های لوکس	۱۹۹
مورد: شرکت فناوری‌های اوبر: مدیریت پیامدهای #DeleteUber	۳۳۱
مورد: خدمات سوخت جهانی: پیشرو در بازاریابی داخلی	۲۵۱
مورد: خدمات بهداشتی و درمانی: افزایش گردش مالی و کاهش مشارکت ..	۲۶۵
فصل ۶: مدیریت شهرت شرکت‌ها	۲۸۳
مورد: شرکت لنار (شرکت ساخت‌وساز خانه و املاک در میامی فلوریدا)	۲۹۳
مورد: چیبوتل: با ارزش بودن فست‌فود تازه	۳۱۵

پیشگفتار مترجم

بازاریابی استراتژیک روشی است که یک شرکت یا سازمان با بهره‌گیری از نقاط قوت خود (چه نقاط قوت فعلی و چه بالقوه) برای ایجاد ارزش مداوم بهتر نسبت به رقبا سعی دارد تا خود را از رقبا متمایز کند، (از جمله اینکه بررسی کند، در کدام بازارها رقابت کنید و کجا بهتر یا به نفع شماست که رقابت کنید.) بازاریابی استراتژیک یا استراتژی بازاریابی، اصطلاحی است که ممکن است زیاد شنیده باشید، اما شاید آن را کاملاً درک نکنید. گاهی اوقات از کنار آن می‌گذرید چراکه این حوزه تنها مربوط به شرکت‌های بزرگ‌تر است، اما در واقع، تفکر بازاریابی استراتژیک باید زیربنای هر فعالیت بازاریابی باشد که یک کسب‌وکار کوچک یا متوسط (اس‌ام‌ای)^۱ انجام می‌دهد و دربرگیرنده‌ی کلیه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط اعم از بنگاه‌های صنعتی، خدماتی، بازرگانی و غیره است. درواقع بازاریابی استراتژیک نقشی اساسی را در موفقیت کسب‌وکار هر سازمان یا شرکتی ایفا می‌کند.

به بیان ساده، بازاریابی استراتژیک همان کاری است که مشاغل انجام می‌دهند که دربردارنده‌ی یک استراتژی بازاریابی هستند و مشخص هستند و راهنمای همه‌ی فعالیت‌ها است. ماهیت آن بلند مدت است و بستری است که کلیه‌ی تصمیمات بازاریابی بر اساس آن اتخاذ می‌شود.