

بازاریابی

www.ketab.ir

برایان تریسی

محمد کسمایی نژاد

سرشناسه	: تریسی، برایان، ۱۹۴۴ - م. Tracy, Brian
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی/برایان تریسی؛ محمد کسمایی نژاد؛ ویراستار فائزه بهگونیا.
مشخصات نشر	: تهران: ارمغان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۴ ص.
شابک	: 978-622-6821-61-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Marketing, 2014.
موضوع	: بازاریابی. Marketing.
شناسه افزوده	: کسمایی نژاد، محمد، ۱۳۶۸-، مترجم
رده بندی کنگره	: ۵۴۱۵HF
رده بندی دیویی	: ۸/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۵۲۶۳۰



انتشارات ارشاد

www.2533333.ir

بازاریابی

نویسنده: برایان تریسی
مترجم: محمد کسمایی آزاد
ویراستار: فائزه بهگونیا
ناظر فنی چاپ: وحید بهگونیا
نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۱
شمارگان: ۱۰۰ نسخه

این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است

حق چاپ برای ناشر محفوظ است v.behgonia_eng@yahoo.com

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۲۱-۶۱-۲-۲ *** ISBN: 978-622-6821-61-2

دفتر مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، کوچه مهر، شماره ۱

همراه: ۰۹۳۵-۴۰۶۶۶۶۶ تلفکس: ۰۶۶۹۶۹۵۷۹

فروشگاه: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، چهارراه وحید نظری، شماره ۲۷۲

همراه: ۰۹۱۲-۲۵۳۳۳۳۳ تلفکس: ۰۶۴۴۹۲۷۵۴ تلفن: ۰۶۴۴۸۰۲۱۶

قیمت: ۶۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۹	فصل اول: هدف یک کسب و کار
۱۳	فصل دوم: چهار رویکرد مرتبط با بازاریابی موفق
۱۹	فصل سوم: سه سؤال کلیدی در بازاریابی
۲۳	فصل چهارم: تحقیقات بازار و هوش بازار
۲۹	فصل پنجم: بازاریابی مشتری محور
۳۳	فصل ششم: چرا مردم می‌خرند
۳۹	فصل هفتم: تحلیل رقابتی
۴۳	فصل هشتم: دستیابی به مزیت رقابتی
۴۹	فصل نهم: ترکیب بازاریابی
۵۷	فصل دهم: استراتژی‌های موقعیتیابی
۶۱	فصل یازدهم: چهار اصل استراتژی بازاریابی
۶۷	فصل دوازدهم: انتخاب میدان نبرد
۷۱	فصل سیزدهم: اصول نظامی استراتژی بازاریابی
۷۷	فصل چهاردهم: تاکتیک‌های بازاریابی انحرافی و دلسرانی
۸۳	فصل پانزدهم: استراتژی «اولین با بیشترین» را تمرین کنید
	فصل شانزدهم: از استراتژی «ضربه از جایی که فکرش
۸۷	را هم نمی‌کنند» استفاده کنید
۹۳	فصل هفدهم: بر بازار طاقچه تسلط داشته باشید
۹۷	فصل هجدهم: بازاریابی خلاق، استراتژی‌های رشد
۱۰۱	فصل نوزدهم: روش‌های دیگر فروش را به کار بگیرید
۱۰۷	فصل بیستم: مفهوم مجموعه منابع
۱۱۱	فصل بیست و یکم: چهارروش برای تغییر کسب و کارتان

مقدمه

دلیل اصلی موفقیت یا شکست یک کسب و کار با موفقیت یا شکست تلاش در بازاریابی تعیین می‌شود. با توجه به دان و برد استریت ۴۸ درصد از تمام شکست‌های کسب و کار را می‌توان به کاهش سرعت یا ناکارآمدی در حوزه بازاریابی و فروش نسبت داد. در اقتصاد پویا و رقابتی ما، بازاریابی کارکرد اصلی هر شرکت موفق است. مهم نیست که در چه تجارتی هستید، در "کسب و کار بازاریابی" هستید.

در این کتاب قدرتمند و کاربردی در زمینه بازاریابی، بیست و یک ایده کلیدی و بسیاری از «ایده‌های فرعی» را یاد می‌گیرید که می‌توانید از آنها برای بهبود نتایج بازاریابی استراتژیک خود استفاده کنید.

بازاریابی استراتژیک، هنر و علم تعیین این موضوع است که مشتریان فعلی و آتی شما چه می‌خواهند و به چه چیز نیاز دارند و سپس به آنها کمک کنید تا محصولات و خدمات شما را به گونه‌ای که نیازهای خاص مشتری را بیان می‌کنند، تعیین کنند.

هدف از نشانه‌گذاری کاهش قیمت این است که شما را قادر سازد محصولات خود را با قیمت‌های بالاتری بفروشید و به ثبات و استحکام بازار دست یابید.