

اتاق فکر مدیریت (۳)

بازار یابی

تالیف:

دکتر حسینعلی بهرام زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

ویراستار:

حسن نعمتی فاروجی

سرشناسه : بهرامزاده، حسینعلی، ۱۳۳۹-
 عنوان و نام پدید آور : بازاریابی / تألیف حسینعلی بهرامزاده، ویراستار حسن نعمتی فاروجی
 مشخصات نشر : حسینعلی بهرامزاده.
 مشخصات ظاهری : ۱۴۰ ص، مصور.
 فروست : اتفاق فکر مدیریت: ۳.
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۰۴-۶۵۴۰-۰۰:
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 موضوع : بازاریابی - مدیریت
 موضوع : بازاریابی
 شناسه افزوده : حسینعلی بهرامزاده
 رده بندی کنگره : HF ۵۴۱۵/۱۳/ ب۲ ۱۳۸۹:
 رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۱-۱:
 شماره کتابشناسی ملی: ۲۱۹۸۱۱۰

حق چاپ محفوظ می باشد

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۵۳۸۸۰۴۹۲ - ۰۵۸۵۶۲۳۱۳۱۱

عنوان : اتفاق فکر مدیریت (۳) بازار یابی
 تألیف : دکتر حسینعلی بهرام زاده
 ناشر : مؤلف
 چاپ اول : ۱۳۸۹:
 مدیریت چاپ و لیتوگرافی: نقش (شهرام خفانی)
 شمارگان : ۲۰۰۰ نسخه
 قیمت : ۵۸۰۰۰ تومان
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۰۴-۶۵۴۰-۰۰:

مقدمه

امروزه بسیاری از مفاهیم، تئوریها و کلاً ادبیات مدیریت بر محور ((مشتري)) بازنگري و بازنویسی شده اند. جملات و عباراتی مانند: مشتري خداست، مشتري پادشاه است، مشتري تاج سر ماست و غيره ديگر يک شعار نيست، بلکه مشتري، محور فعاليت های سازمان ها قرار گرفته است، بطوریکه بيانیه ماموريت سازمان های مدرن بر محور مشتري تعريف می شود.

((هنر بازار ياب امروز، ((فروش يخچال به اسکيمو)) نيست، بلکه اسکيمو را

به عنوان يک مشتري شيفته و راضی، هميشه در کنار خود داشتن است.))

توليد انبوه و بازاریابی انبوه، مربوط به عصر صنعتی و دوره ای بود که به دليل خصوصيات اين عصر، انبوه سازی مزيت رقابتي می آفريند. ولی با ورود به عصر فرا صنعتی همراه با نگرش جديد خود يعنی انبوه زدایی مزيت رقابت سازمانها در کل مدیریت تک به تک، نهفته است.

هشدار به مديران در اینجا اهميت فوق العاده ای دارد که (محيط تغيير کرده است اما مدل بازار يابی همچنان ثابت مانده است).

بازار يابی ديروز تنها در اندیشه يافتن مشتري بود و بازار يابی

امروز ((دانش و هنر يافتن و نگهداری از مشتريان)) است.

کتاب حاضر بازاریابی، رمز و راز چگونگی ايجاد مشتريان تمام عمر را با خوانندگان در ميان می گذارد و چگونگی حرکت از ارتباط يک طرفه با مشتري را به گفتگوی دو طرفه با مشتري نشان می دهد.

تابستان ۱۳۸۹ خورشیدی

دکتر حسينعلی بهرام زاده

تقدیم

به همسر

و فرزندانم

بازاریابی همه چیز است

و

همه چیز بازاریابی است