
این است بازاریابی

به چشم نمی آید،
مگر چشم دیدن پیدا کنید

ست گادین

ترجمه‌ی

فاطمه علی پور تنگسیری



فهرست مطالب

۷	پیشگفتار مترجم	
۹	درباره‌ی نویسنده	
۱۱	مقدمه	
۱۷	پی بازار انبوه، هرزنامه و کارهای شرم‌آور نروید	فصل ۱
۲۵	بازاریاب‌ها یاد می‌گیرند که ببینند	فصل ۲
۲۹	بازاریابی افراد را با داستان، ارتباطات و تجربه تغییر می‌دهد ..	فصل ۳
۳۷	کوچک‌ترین بازار کارآمد	فصل ۴
۱۵	به دنبال «بهتر»	فصل ۵
۷۱	فراتر از کالا	فصل ۶
۸۳	بوم نقاشی رؤیاهای و آرزوها	فصل ۷
۹۵	تعداد بیشتر از چه کسانی	فصل ۸
	جست‌وجوی کوچک‌ترین بازار کارآمد	
۱۰۷	افرادی مانند ما کارهایی مانند این انجام می‌دهند	فصل ۹
۱۱۷	اعتماد و کشش حرکت رو به جلو ایجاد می‌کنند	فصل ۱۰
۱۲۵	جایگاه اجتماعی، سلطه و وابستگی	فصل ۱۱
۱۴۱	طرح کسب‌وکار بهتر	فصل ۱۲
۱۴۵	نشانه‌شناسی، نمادها و زبان بومی	فصل ۱۳
۱۵۷	با افراد متفاوت، متفاوت رفتار کنید	فصل ۱۴
۱۶۵	دستیابی به افراد درست	فصل ۱۵
۱۷۷	قیمت‌تان داستانی روایت می‌کند	فصل ۱۶
۱۸۵	اجازه و چشم‌گیز بودن در چرخه‌ای مطلوب	فصل ۱۷

۱۹۵	اعتماد به اندازه‌ی توجه کمیاب است	فصل ۱۸
۱۹۹	قیف	فصل ۱۹
۲۲۳	سازمان‌دهی و رهبری قبیله	فصل ۲۰
۲۳۱	نمونه‌هایی که از این روش استفاده می‌کنند	فصل ۲۱
۲۳۷	بازاریابی نتیجه‌بخش است و اکنون نوبت شماست	فصل ۲۲
۲۳۹	بازاریابی برای مهم‌ترین فرد	فصل ۲۳

پی بازار انبوه، هرزنامه و کارهای شرم آور نروید

بازاریابی تغییر کرده، ولی درک ما از کاری که باید در شرایط جدید انجام دهیم، پایه پای این تغییر زیاد نشده است. وقتی دودلیم، در و دیوار را پر از تبلیغات مان می کنیم. وقتی کسب و کارمان به بن بست می رسد، دست به حمله می زنیم و به جای گسترش بازار، از سهم بازار رقیب مان می دزدیم. وقتی زیر فشاریم، فکر می کنیم بازار خراب است و همه جا همین آتش است و همین کاسه.

بیشتر ما در جهانی با بازار انبوه بزرگ شدیم، جایی که تلویزیون و برنامه‌ی رادیویی پخش ۴۰ آهنگ برتر فرهنگ ما را شکل دادند. ما بازاریاب‌ها به دنبال تکرار حقه‌های دمه‌ای هستیم که دیگر به کار نمی آیند.

قطب‌نما سمت اعتماد را نشان می‌دهد

تقریباً هر سیصد هزار سال قطب شمال و جنوب جای‌شان را عوض می‌کنند. میدان‌های مغناطیسی زمین می‌چرخند.

در فرهنگ هم این اتفاق زیاد می‌افتد و به‌تازگی این اتفاق افتاد. شمال حقیقی، یعنی روشی که به بهترین شکل کار می‌کند، چرخیده است. به‌جای بازاریابی انبوه خودخواهانه، بازاریابی مؤثر اکنون بر همدلی و خدمت استوار است.

در این کتاب قرار است در کنار هم مجموعه‌ای از مشکلات ناشی از این تغییر را حل کنیم. اینکه چگونه ایده‌هایتان را به گوش شمار زیادی برسانید. چگونه تأثیر دلخواه‌تان را بگذارید. چگونه فرهنگ را بهبود ببخشید.

نقشه‌ی راه مشخصی وجود ندارد. مجموعه راهکارهای ساده‌ی گام‌به‌گامی وجود ندارد. ولی می‌توانم به شما قول قطب‌نمایی را بدهم که شمال حقیقی را نشان می‌دهد. روش تکرار شونده‌ای که هر چه بیشتر از آن استفاده کنید بهتر می‌شود. هر چه در این کتاب جلوتر می‌روید، برای به عقب برگشتن، دوباره فرض کردن و زیر سؤال بردن روش موجود تردید نکنید. می‌توانید اصلاح کنید، آزمایش کنید، اندازه بگیرید و تکرار کنید.

بازاریابی یکی از بزرگ‌ترین رسالت‌های ماست. برای تغییر آفرینی در جهت مثبت است. از اینکه در این سفر هستید هیجان‌زده‌ام و امیدوارم همه‌ی شما ابزاری را که نیاز دارید این‌جا پیدا کنید.

بازاریابی مبارزه، جنگ یا حتی مسابقه نیست

بازاریابی فعالیت سخاوتمندانه‌ی کمک به دیگری است تا مشکلی را حل کند. کمک به دیگران تا مشکل‌شان را حل کنند. فرصت تغییر فرهنگ در راستای بهتر شدن است. بازاریابی این نیست که محصولات یا خدمات‌تان را در بوق و کرنا کنید یا به زور چیزی را به کسی بقبولانید. بلکه، فرصتی برای خدمت کردن است.

اینترنت اولین رسانه‌ی جمعی است که برای جلب رضایت بازاریاب‌ها اختراع نشد. تلویزیون اختراع شد تا تبلیغات تلویزیونی داشته باشد و رادیو اختراع شد تا عرصه‌ی تبلیغات رادیویی به وجود بیاید.