



کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

# ۱۰ گناه نابخشدنی دربازاریابی

## نشانه‌ها و راهکارها

فصلنامه

نشانه‌ها و راهکارها • فصلنامه تخصصی بازاریابی • شماره ۱۰۰ • زمستان ۱۳۹۶ • ۹۶۶۶ • ۹۶۶۶ • ۹۶۶۶

کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران  
کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران



## فهرست مطالب

- پیشگفتار مترجم ..... ۱۵
- سپاسگزاری ..... ۱۷
- مقدمه: وضعیت کنونی بازاریابی ..... ۱۹

### فصل اول: بازاریابی و مشتری‌مداری ناکارآمد

- بازاریابی ناکارآمد ..... ۲۷
- نشانه‌ها ..... ۲۷
- شناخت اندک از بخش‌های بازار ..... ۲۸
  - اولویت‌گذاری نامناسب بخش‌های بازار ..... ۲۹
  - نداشتن مدیر برای بخش‌های مختلف بازار ..... ۳۰
  - راهکارها ..... ۳۰
  - بکارگیری روش‌های بهتر بخش‌بندی بازار ..... ۳۰
  - اولویت‌بندی بخش‌های بازار ..... ۳۱
  - تربیت نیروی فروش متخصص ..... ۳۲

## بیشگفتار مترجم

بدون شک دانش بازاریابی عنصری کلیدی در پیشبرد هر کسب‌وکاری محسوب می‌شود. چه بسیار کسب‌وکارهایی که با وجود در اختیار داشتن ایده‌ی خلاق و فضای رقابتی بکر به ورطه‌ی نابودی کشیده شده‌اند و چه بسیار شرکت‌هایی که علی‌رغم بکارگیری مفاهیم بازاریابی به این ورطه دچار گشته‌اند.

فرآیند جهانی شدن، اقتصاد پیوسته در حال تغییر، تشدید فضای رقابتی، آگاهی روزافزون مصرف‌کننده، پیچیده‌تر شدن فضای رقابت و تلاش بی‌وقفه‌ی شرکت‌ها برای کسب سهم بیشتری از بازار، بخشی از عواملی است که نیاز به دانش بازاریابی را به مثابه رکنی حیاتی برای بقا و پیشرفت در محیط رقابتی کنونی ضروری می‌نماید.

بهره‌مندی از مزایای دانش بازاریابی مستلزم آن است که این دانش از ابزاری نظری به ابزاری کاربردی تبدیل شود و به عنوان مزیتی رقابتی در اختیار مدیران، مشاوران و فعالین حوزه‌ی کسب‌وکار قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از آن به مثابه قطب نما، کشتی طوفان زده‌ی شرکت را از میان امواج متلاطم فضای کسب‌وکار به سلامت به ساحل موفقیت برسانند.

پروفسور فیلیپ کاتلر استاد برجسته و نام‌آشنای بازاریابی پس از عرضه‌ی کتاب‌های ارزشمند مدیریت بازاریابی و اصول بازاریابی که نقش بسزایی در تعمیق و توسعه‌ی این دانش در جهان و به ویژه در کشور ما داشته است و با توجه به نیاز جامعه، اثری کم حجم اما به غایت جامع را تدوین و به بازار عرضه کرده است که برگردان این اثر به زبان فارسی را پیش رو دارید.

کاتلر معتقد است «هنر بازاریابی نه فروشندگی، که تولید محصولاتی است که به فروش نیاز نداشته باشند». وی به درستی در این اثر سعی کرده است به دور از مفاهیم نظری، محتوایی کاملاً کاربردی و در عین جامعیت، مختصر