

اسرار نام و نشان سازی

کلیدهای کاربردی در ساخت و مدیریت برند

خلیل جعفرپیشه



فهرست مطالب

۱۸ مقدمه
	فصل اول: درآمدی بر بازاریابی
۲۵ آغاز کلام
۲۶ بازاریابی چیست؟
۲۶ تفاوت بازاریابی با تبلیغات
۲۸ تفاوت بازاریابی با فروش
۲۹ چگونه بین بازاریابی و فروش یکپارچگی ایجاد کنیم؟
۳۰ بازاریابی صنعتی و تفاوت آن با بازاریابی مصرف کننده
۳۱ بازاریابی صنعتی
۳۱ بازاریابی مصرف کننده
۳۲ بینش بازاریابی
۳۴ بازاریابی چریکی بر پایه اصول و باورهای زیر استوار است
۳۵ نگرش و رفتار خود را اصلاح کنید
۳۶ چگونه بینش بازاریابی ایجاد کنیم؟
۳۸ افکار و نگرش‌های بازدارنده
۳۹ منشور بازاریابی
۴۰ تجزیه و تحلیل بازار از درون به بیرون
۴۱ به ارزش‌های مورد اعتقاد خود و جامعه احترام بگذارید و به آنها وفادار بمانید
۴۳ نیازها را شناسایی کنید
۴۴ گام اول: تجزیه و تحلیل مشتری
۴۵ گام دوم: شناخت فضای رقابت و موانع بازدارنده

آغاز کلام

گر به اقلیم عشق روی آری
همه آفاق گلستان بینی
هرچه داری اگر به عشق دهی
کافرم گر جوی زیان بینی
هاتف

«نام و نشان‌سازی» یک تلاش بازاریابی است؛ بنابراین شرط ورود به این کارزار و موفق بیرون آمدن از آن مسلح شدن به بینش بازاریابی و تفکر بازار است. بعضی صاحب‌نظران بازاریابی را علمی عملی و عملی علمی می‌دانند که اگر فرد قادر گردد میان این دو پیوند برقرار سازد، موفقیت خود را تضمین نموده است.

واقعیت این است که مأموریت بازاریابی در شناخت نیازها و سپس سعی در تبدیل «نیازها» به «آز» خلاصه می‌شود.

راز موفقیت هر کسب و کاری در این مسیر هماهنگ‌سازی میان تلاش‌های بازاریابی محصول و بازاریابی برند یا «نام و نشان» است. بازاریابی برند نیازها را به مخاطبان یادآوری می‌کند و بازاریابی محصول، نیاز را در آنها به آرمیدل می‌سازد.

به امید آنکه این کتاب بتواند به سهم خود در بالا رفتن همزمان دانش، بینش و مهارت صاحبان کسب و کار، دانشجویان و کلیه علاقه‌مندان حوزه بازاریابی و نام و نشان‌سازی مفید و مؤثر واقع شود.