

راهبردهای

بازاریابی

خرده‌فروشی جهانی

رام کیشن

دکتر علی عطافر، حمید جمشیدی



فهرست مطالب

۱۹ پیشگفتار مترجمان
۲۱ پیشگفتار نویسنده

فصل ۱

مقدمه‌ای بر راهبردهای بازاریابی خرده‌فروشی

۲۴ مقدمه
۲۵ تعریف خرده‌فروشی
۲۵ تاریخچه
۳۶ گرایش‌های فعلی در خرده‌فروشی جهان
۳۸ نتیجه‌گیری
۳۸ پرسش‌های تمرینی

فصل ۲

سازمان خرده‌فروشی

۴۰ مقدمه
۴۰ تعریف سازمان خرده‌فروشی
۴۱ سازمان خرده‌فروشی
۴۴ چرا ساختارهای سازمانی مورد نیاز هستند؟
۴۴ قالب‌های سازمانی برای خرده‌فروشان مختلف
۴۷ رشد و توسعه‌ی سازمانی
۴۸ آینده‌ی ساختار سازمانی در سازمان‌های خرده‌فروشی
۴۸ نتیجه‌گیری
۴۸ پرسش‌های تمرینی

فصل ۳

بخش‌بندی، هدف‌گیری، جایگاه‌یابی و رفتار مصرف‌کننده

۵۰ مقدمه
۵۱ بخش‌بندی

فصل اول

مقدمه‌ای بر راهبردهای بازاریابی خرده‌فروشی

به سوی هدف

شرکت تارگت^۱ یک شرکت خرده‌فروشی آمریکایی است که در سال ۱۹۰۲ در مینیاپولیس^۲ واقع در مینه‌سوتا^۳ تأسیس شد و ابتدا به‌عنوان شرکت خشکبار دیتون^۴ شناخته می‌شد. در سال ۱۹۶۲ اولین فروشگاه تارگت در رزویل مینه‌سوتا افتتاح شد. در سال ۲۰۰۰ نام شرکت از دیتون هودسون به شرکت تارگت تغییر کرد. از لحاظ عایدات فروش، تارگت پس از وال‌مارت، هوم دیپوت^۵، کروگر^۶ و کاستکو، پنجمین خرده‌فروش بزرگ ایالات متحده است. شرکت در سال ۲۰۰۸ در رده‌ی سی‌ویکم ۵۰۰ شرکت فورچن قرار گرفت. تارگت منحصراً در ایالات متحده فعالیت خرده‌فروشی دارد و با کی‌مارت و وال‌مارت رقابت می‌کند.

با به‌کارگیری مفهومی که جان گیس^۷ ایجاد کرده بود و با افتتاح اولین فروشگاه ارزان تارگت در رزویل مینه‌سوتا در حومه‌ی شمالی سنت پاول^۸ در سال ۱۹۶۲، شرکت دیتون به فروش با تخفیف کالاهای خود اقدام کرد. نام تارگت (هدف) را مدیر تبلیغات دیتون یعنی استوارت ویدس پیشنهاد کرد و هدف این نامگذاری آن بود که مصرف‌کنندگان با هویت جدید این فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارزان، از فروشگاه‌های بزرگ سنتی فاصله بگیرند. در سال ۱۹۶۸ نشان تجاری خود را که به شکل یک کله‌ی گاو وحشی بود، به نشان مدرن‌تری تغییر داد و با ایجاد دو فروشگاه جدید در سنت لوئیس در میسوری، کسب‌وکار خود را توسعه داد. در آن سال فروشگاه‌های تارگت یک فاز انتقالی را تجربه می‌کردند.

در سال ۱۹۷۱ دیتون هودسون ۱۶ فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ آرلان را در کلرادو، لووا و لوکلاهاما خریداری کرد. در همان سال دو فروشگاه از مجموعه‌ی ذکر شده با نام فروشگاه‌های تارگت بازگشایی شدند و در سال ۱۹۷۲ سایر ۱۴ فروشگاه نیز با نام جدید شروع به فعالیت کردند و مجموع تعداد فروشگاه‌های شرکت به ۴۶ فروشگاه رسید. این باعث شد تا فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مرحله‌ی انتقالی مهم دیگری را تجربه کنند. برای اولین بار از زمان تأسیس و به دلیل

1. Target Corporation

2. Minneapolis

3. Minnesota

4. Dayton Dry Goods Company

5. Home depot

6. Kroger

7. John Geisse

8. Saint paul