

آویناش مالش / ویم بیمانس

بهبود همکاری

بازاریابی و فروش

راهنمای گام به گام

ترجمه محمد نظریان

مهدی علی رحیمی

بهناز دانشمند



فهرست

- ۷..... مقدمه مترجمان
- ۱۱..... چکیده
- ۱۳..... پیشگفتار
- ۱۵..... مقدمه
- ۱۵.. علت اهمیت وجه مشترک بین بازاریابی و فروش و وظیفه ما برای محقق شدن آن
- ۲۵..... ۱. همکاری در جهت ایجاد ارزش برای مشتریان
- ۲۵..... شرکت‌های صنعتی باید برای موفقیت مشتریان خود همکاری کنند
- ۳۱..... فروش و بازاریابی در بردارنده دانش مشتری بوده...
- ۳۷..... تحول نقش: از استقلال به سوی وابستگی
- ۴۵..... وابستگی متقابل بازاریابی - فروش:
- ۴۵..... اصلی مهم در ارزش برتر مشتری
- ۵۶..... وابستگی متقابل بازاریابی - فروش و رقابت
- ۶۰..... وجه مشترک بازاریابی و فروش در بحران
- ۷۴..... موضوعات اصلی و نگاهی به آنچه در ادامه کتاب خواهیم داشت
- ۷۹..... ۲. بازاریابی و فروش همیشه همراه با هم عمل نمی‌کنند
- ۷۹..... وجه مشترک بازاریابی - فروش اصلی مهم در موفقیت راهبردی است
- ۸۰..... حکایت نخست: پایه و اساس ویران
- ۸۸..... حکایت دوم: انتقال راهبرد توافق شده
- ۹۸..... حکایت سوم: عدم وجود تعهد پس از عرضه
- ۱۰۴..... مؤلفه‌های یک راهبرد بازاریابی بهینه

۳. نگاهی دقیق‌تر به جنبه پنهان وجه مشترک ۱۱۳

- گستره وسیعی از مشکلات ۱۱۳
- مورد اول: خرده‌فرهنگ‌های سازمانی متفاوت ۱۲۴
- مورد دوم: پیشینه‌های فردی متفاوت ۱۲۸
- مورد سوم: ساختار سازمانی کمتر از حد مطلوب ۱۳۴
- مورد چهارم: فقدان تعاملات و فعالیت‌های مشترک ۱۳۹
- مورد پنجم: سیستم‌ها و فرایندهای هم‌تراز نشده ۱۴۳
- پیکربندی وجه مشترک به‌عنوان دلیل زیربنایی ۱۴۹

۴. برطرف نمودن اختلاف بین فروش و بازاریابی ۱۵۹

- از مشکلات به‌سوی راه‌حل‌ها ۱۵۹
- راه‌حل‌های موجود در سطح کارکردی: تشکیل گروه ۱۶۲
- راه‌حل‌های موجود در سطح وجه مشترک: بردن مسابقه ۱۷۳
- راه‌حل‌های موجود در سطح شرکت: ۱۸۵

۵. ارزیابی وجه مشترک بازاریابی - فروش خود ۱۹۷

- فرایندی سه مرحله‌ای برای ارزیابی وجه مشترک ۱۹۷
- روش استفاده از جعبه ابزار تری‌سی ارزیابی بازاریابی - فروش ۲۰۱
- مرحله ۱: شناسایی جریانات بنیادی در وجه مشترک ۲۰۳
- مرحله ۲: در دست گرفتن نبض وجه مشترک ۲۱۱
- مرحله ۳: ارزیابی نتایج وجه مشترک ۲۱۷
- طراحی یک برنامه برای بهبود ۲۲۲

۶. چالش‌های پیش روی وجه مشترک بازاریابی - فروش شما ۲۳۱

- نتیجه‌گیری تفکرات ۲۵۱
- پیوست ۲۵۵
- گرد هم‌آیی بازاریابی - فروش ۲۵۵
- درباره نویسندگان ۲۶۵

مقدمه مترجمان

کسب و کار نشأت گرفته از بازاریابی برای افزایش فروش در بلندمدت است. در حالی که بازاریابی و فروش در کسب و کار مرتبط هستند، آنها یکسان نیستند. آنها هر دو نقش مهمی در موفقیت اکثر کسب و کارها دارند و به عنوان یک صاحب کسب و کار مهم است که بدانیم چگونه آنها با هم کار می‌کنند.

بازاریابی همه چیز در مورد آوردن افراد به فروشگاه شما، به وب سایت شما و یا گرفتن آنها را بر روی تلفن است. این رشته شامل جذب توجه مشتریان خود و گرفتن آنها به عمل است. بازاریابی در مورد رسیدن به یک مخاطب هدف و تبلیغ برند یا محصولات خود است. بازاریابی در واقع هیچ محصولی را به فروش نمی‌گذارد، اما این روند را آغاز می‌کند. این فرآیند شامل ارسال پیام تجارت شما به عموم است.

فرآیند فروش شامل بستن معامله پس از بازاریابی روند آغاز می‌شود. با بسیاری از شرکت‌ها، این بخشی از این فرآیند شامل یک کارمند فروش بسیار آموزش دیده می‌شود. کارکنان فروش ممکن است با مشتریانی که در خانه هستند یا با تلفن تماس بگیرند کار می‌کنند. اگر شما با یک کسب و کار آنلاین در ارتباط هستید، این فرآیند همچنین می‌تواند خودکار باشد. فرآیند فروش شامل گرفتن مشتری برای پرداختن به پول خود در برابر یک محصول یا خدمات است.

به عنوان یک صاحب کسب و کار، ضروری است که تلاش‌های بازاریابی و فروش خود را در همان صفحه دریافت کنید. اگر شما دارای ادارات جداگانه ای هستید که بازاریابی و فروش را پوشش می‌دهند، هر بخش باید با یکدیگر برای بهترین نتایج کار کند. کارکنان فروش باید بدانند