

تعریف درست مارکتینگ



بازاریابی چیست؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

بازاریابی چیست؟ می توان گفت که بازار یابی از بایدهای یک کسب و کار موفق است. با یک سیستم بازاریابی حرفه ای، نگاه مشتری به شما، نگاه رشد است و بدون [انواع بازاریابی](#)، کسب و کار شما دچار مرگ تدریجی خواهد شد. با [اقیانوس آبی](#) همراه باشید تا همه چیز درباره مفهوم بازاریابی، نگاه های اشتباه به بازاریابی و اینکه بازاریابی چیست و چه نیست به طور کامل آشنا شوید. تا زمانی که ندانید بازاریابی چیست و اهمیت آن را درک نکنید، در کسب و کارتان موفق نخواهید بود.

فیلیپ کاتلر، پدر بازاریابی مدرن می گوید: "در زمان رکود بازار دو دسته از کسب و کارها نابود می شوند: آن هایی که سیستم بازاریابی و فروش درستی ندارند و آن هایی که به برندسازی توجهی نکردند."

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

قبل از اینکه به تعریف بازاریابی و اینکه بازاریابی چیست بپردازیم، شاید برایتان جالب باشد که ترجمه اشتباه marketing در زبان فارسی و درک اشتباه مدیران از آن مشکلات زیادی ایجاد می‌کند. اگر ترجمه مارکتینگ را در ذهن خود به درستی درک کنید، جزو اولین کسانی خواهید بود که در صنعت خودتان با نگاه بازاریابی مدیریت بازار را انجام می‌دهید. این می‌تواند یک برگ برنده بزرگ و کارساز برای کسب و کار شما باشد.

تعریف بازاریابی

در مورد اینکه بازاریابی چیست میتوان این تعاریف کلی را ارائه کرد:

1. بازاریابی به تمام فعالیت هایی اطلاق می شود که یک شرکت برای تبلیغ و فروش محصولات یا خدماتش به مصرف کنندگان انجام می دهد.
2. بازاریابی از «آمیخته بازاریابی» استفاده می‌کند که به چهار P (محصول، قیمت، مکان و تبلیغ) نیز معروف است.
3. بازاریابی در هسته خود به دنبال دریافت یک محصول یا خدمات، شناسایی مشتریان ایده آل خود و جلب توجه مشتریان به محصول یا خدمات موجود است.
4. هر کسب و کار برای برقراری **ارتباط با مشتری** و آگاه کردن آن ها از ویژگی های محصول یا خدمت خود استراتژی اختصاصی را در پیش می گیرد که به آن بازاریابی **Marketing** می گویند.
5. مارکتینگ برای، رساندن **شعار تبلیغاتی** جذب و جلب نظر مشتری به یک محصول یا خدمت در بازار هدف است که شرکت‌ها از روش‌های خلاقانه و یا قبلا بکار گرفته شده برای مواجه شدن با رقبا و حضور در عرصه بازار خود را آماده می‌نمایند.

تعاریف بازاریابی از زبان کاتلر، پدر بازاریابی

فیلیپ کاتلر [Philip Kotler](#) در پاسخ به این سوال که بازاریابی چیست می‌گوید: “بازاریابی دانش و هنر کشف ارزش، خلق و ارائه آن است تا همزمان با تامین نیازهای بازار هدف به سود برسیم. مارکتینگ نیازها و خواسته های تامین نشده را تشخیص می دهد، بازار آن نیاز را تعریف کرده، حجم و سود بالقوه این بازار را اندازه گیری می کند، آن بخش بازار را که سود بهتری دارد مشخص می کند و در نهایت محصولات و خدمات مناسب را طراحی و ترویج می کند.”

تعریف بازاریابی از نگاه انجمن بازاریابی آمریکا

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

از نظر (AMA) American Marketing Association تعریف بازاریابی این است: **بازاریابی** عبارت است از مجموعه‌ای از روش‌ها و فرآیندها در جهت برقراری ارتباط و انتقال وسیع پیشنهادات ارزشمند به مشتریان کالا و خدمات، ذینفعان و جامعه مدنظر.

بازاریابی چیست از نگاه متخصصین مارکتینگ

- هدف بازاریابی، ایجاد فروش بیشتر است) [Peter Drucker](#). پیتر دراکر، بنیانگذار مدیریت مدرن)
- هدف بازاریابی، کسب سود و حفظ مشتریان فوق‌العاده است) Jeffery J. Fox. جفری فاکس، بنیانگذار و مشاور بازار یابی شرکت (fox)
- هدف مارکتینگ ایجاد و حفظ فروش بیشتر است) Tom Asacker. تام آساکر، نویسنده و مخترع شیوه‌ها و ایده‌های کاملاً جدید برای موفقیت بازار)
- بازاریابی چیست؟ حلقه واسط بین مشتریان، محصولات و برند است) Sam Decker. هم بنیانگذار و مدیر عامل ([deckermarketing](#))
- بازاریابی یعنی کمک به افراد در خرید محصول یا خدمت) Jason Falls. جیسون فالز نویسنده، سخنران و تأثیرگذار در فضای [دیجیتال مارکتینگ](#))
- بازاریابی پیام‌ها یا عملیاتی است که خود سبب ایجاد پیام‌ها و یا عملیاتی دیگر می‌شوند Jay Baer . (جی بائر، نویسنده، سخنران و مشاور بازاریابی)
- بازار یابی چیست؟ بازاریابی یعنی ارائه یک وعده بزرگ و ارائه چیزی بیش از آن Seth Godin . (کارآفرین و سخنران آمریکایی)
- مارکتینگ به معنای برآورده ساختن نیازها و خواسته‌های مصرف کننده است) Andrew Cohen. اندرو کوهن، متخصص بازار یابی جهانی محصولات دیجیتال در شرکت خدمات مالی ویزا)

برداشت‌های اشتباه در مورد بازاریابی

بازار یابی به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که یک شرکت برای ترویج خرید یا فروش یک محصول یا خدمات انجام می‌دهد. متخصصانی که در بخش بازاریابی و تبلیغات یک شرکت کار می‌کنند، به دنبال جلب توجه مخاطبان بالقوه کلیدی از طریق [انواع تبلیغات](#) هستند.

اکثر مدیران از مارکتینگ و اینکه بازاریابی چیست برداشت‌های اشتباه دارند. این موضوع باعث می‌شود آن را اشتباه انجام داده یا اصلاً انجام ندهند و به کسب و کار خود زیان‌های بسیاری وارد کنند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

برای این که شما جزء آن دسته از مدیران نباشید، پیشنهاد می کنیم حتما تعاریف و برداشت های اشتباه از بازاریابی را مطالعه کنید:

- بازاریابی یعنی تبلیغات سرگرم کننده یا فریب دهنده!
- بازاریابی چیست: تبلیغات تکراری و خسته کننده!
- فروشندگانی که می خواهند سریعاً کالایشان را بخریم از روش های بازار یابی استفاده می کنند. مثل تبلیغات تلویزیون که اگر در همان لحظه پیامک ارسال کنید تخفیف ویژه می گیرید.
- مارکتینگ یعنی ایمیل های تکراری و پیشنهادهای مکرر مثل ثبت نام دوره های زبان یا کاشت مو
- بازاریابی یعنی استفاده از افراد معروف برای تبلیغات یک برند خاص، مثل سس بیژن و امین حیایی
- انواع بازاریابی مثل **بازاریابی حضوری** یعنی ادعاهای دروغ درباره کیفیت محصول با هدف فروش بیشتر بازار یابی و فروش همیشه با هم هستند، مثل نوع برخورد ویزیتور ها برای جذب مشتری. (درست است که رابطه تنگاتنگی بین آن ها است، اما این دو مفهوم هایی متفاوت هستند.)
- مارکتینگ فقط برای کسب وکارهای بزرگ کاربرد دارد و آن هایی که کوچک یا تازه کار هستند به آن نیاز ندارند.
- بازاریابی چیست؟ تبلیغات سنتی. (روش های گوناگونی وجود دارد و تبلیغات سنتی تنها یکی از این راه ها است.)
- شناخت مشتری و نیازهای او کار سختی نیست، پس نیازی به بازاریابی نداریم. (اگر فکر می کنید که بدون **تحقیقات بازاریابی** مشتریان خود و نیازهای آنها را می شناسید، شما درگیر یک توهم هستید.)
- برای انواع بازاریابی باید هزینه زیادی پرداخت کنیم. (ضرورت بازار یابی صرف هزینه های کلان نیست، بلکه با برنامه ریزی و بودجه بندی می توانید **مدیریت هزینه** داشته باشید) .
- انواع مارکتینگ یعنی فعالیت در شبکه های اجتماعی که جدیت و رسمیت کسب و کار را زیر سوال می برد و کاربران همه کم سن و سال هستند.
- مارکتینگ باید سریعاً جواب بدهد. (صبری بسیار مهم است، نتایج روش های بازاریابی تدریجی ظاهر می شوند.)
- برای مشتریان وفادار دیگر نیازی به بازاریابی نیست. (شما همواره باید برای حفظ **مشتریان وفادار** خود تلاش کنید. چون ممکن است در اولین فرصت به سراغ کسب و کار بهتری بروند. پس رابطه خود را با آن ها حفظ کنید)
- اگر محصول خوب باشد، نیازی به مارکتینگ ندارد. (اشتباه ترین جمله همین است. ان هایی که نمیدانند بازاریابی چیست این جمله را می گویند. تنها کافی است به برندهایی مثل BMW و apple فکر کنید که همواره بازاریابی را در راس برنامه های خود دارند.)
- بهترین روش های بازاریابی، پایین آوردن قیمت است.
- بازاریابی چیست؟ جذب مشتریان جدید! (ارزشمندترین مشتریان شما **مشتریان فعلی** و دائمیتان هستند و باید به هر قیمتی برای حفظ آن ها تلاش کنید.)
- ابزارهای قدیمی مارکتینگ دیگر موثر نیستند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنید.

یک سوال مهم: آیا برندسازی و تبلیغات یعنی بازاریابی؟

برندسازی و تبلیغات دو زیر مجموعه جدانشدنی درباره بازاریابی هستند و به پیش برد صحیح اهداف آن کمک خواهند کرد. به طور کلی اهداف بازاریابی به دو دسته کلی تقسیم می‌شود: معرفی برند و **افزایش فروش**. زمانی که ما در حال تبلیغ یک محصول هستیم، پیام مورد استفاده برای تبلیغ به نوعی معرف برند است. به همین دلیل می‌توان گفت برندسازی و تبلیغات دو اصل جدانشدنی از بازار یابی هستند.

مزایای بازاریابی و فروش

بعد از تعاریف و اینکه بازاریابی چیست میرسیم به مزایای مارکتینگ. هنگامی که برند خود را ایجاد می‌کنید و در پی ایجاد یک **نیچ مارکت** برای فروش بیشتر هستید مزیت های بازاریابی آشکار خواهد شد. بدون تردید، هر کسب و کاری باید بداند بازار یابی چیست و آن را انجام دهد، زیرا نه تنها موجب افزایش آگاهی مردم از برند شما می‌شود، بلکه افزایش فروش و رشد کسب و کارتان را نیز به دنبال خواهد داشت. از مزیت های بازاریابی می‌توان به این موارد اشاره کرد:

1. اطلاع رسانی به مخاطب

با مارکتینگ درست شما مخاطبان خود را از وجود محصولی که می‌تواند مشکل آن‌ها را حل کند باخبر می‌کنید. همچنین هر اطلاع اضافی که مخاطبان شما درباره برند و محصول و خدماتتان می‌خواهند را می‌توانید با بازار یابی در اختیارشان بگذارید. به نظر شما اگر بازاریابی نکنید، مشتری بالقوه چطور می‌تواند از وجود محصول شما باخبر شود؟

2. شناخت مشتری با بازاریابی درست

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

در ابتدای چرخه عمر محصول، شما باید تحقیقات بازار یابی انجام داده و بازار خود را بر اساس رفتار مخاطب، جغرافیا و... تقسیم کنید. با این کار شما خدمات خود را مطابق با نیاز مشتریان فراهم و به بازار ارائه می کنید که باعث جلب نظر مشتری، فروش و **سودآوری کسب و کار** شما خواهد شد.

3. فروش بیشتر

شما با مارکتینگ به روش های مختلف، توجه مشتری را به خود جلب می کنید و زمانی که مرتبط با نیازهایش به او محصول و خدمات معرفی کنید، در نهایت به افزایش فروش کسب و کار شما می انجامد.

4. ایجاد رقابت در بازار

انجام روش های بازاریابی یعنی اعلام حضور در بازار. یعنی شما به همه اعلام می کنید که چه محصولات و خدماتی دارید. این کار سطح **بازار رقابت** را افزایش خواهد داد.

5. برندینگ

با مارکتینگ در رسانه های موثر، شهرت خوبی در بازار کسب می کنید و هنگامی که نام تجاری شما با استاندارد خاص خود عمل کند، موجب برندسازی و گسترش تجارتتان می شود.

حالا که با مفهوم و تعریف بازاریابی آشنا شدید و میدانید که بازاریابی چیست و چرا انقدر برای کسب و کارتان مفید است، بهتر است هر چه سریع تر شروع کنید: