

اصول بازاریابی

معرفی 10 اصل بازاریابی

تیم تحریریه اقیانوس آبی

به قوانین و قواعدی که هر فردی در زمینه **بازاریابی** بدان نیازمند است اصول بازاریابی می گویند. شما جهت برقراری ارتباط با مشتری نیازمند یادگیری نحوه برقراری این ارتباط هستید. نحوه ارتباط با مشتری، فن بیان، مدیریت فروش و ... همگی را باید بر اساس اصول مشخصی انجام دهید که به آنها اصول بازاریابی می گویند.

تمامی اصول اولیه بازاریابی در **کتاب 600 صفحه ای اصول بازاریابی کاتلر** بیان شده است که در ادامه به بررسی آنها می پردازیم. البته بسیاری از مثال های ذکر شده در کتاب در ایران کاربرد ندارد و یا درک آن

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

برای همگان امکان پذیر نیست. در ادامه این مطلب از [اَقیانوس آبی](#) چند اصل بازاریابی ذکر شده در کتاب کاتلر را که در ایران هم کاربرد دارد مورد بررسی قرار می دهیم.

اصول بازاریابی چیست؟ معرفی 10 اصل بازاریابی

عده ای شاید تصور کنند که تنها عواملی که منجر به جذب مشتری می شود کیفیت و قیمت محصول می باشد، اما این یک تصور کاملا اشتباه است، چرا که کیفیت و قیمت زمانی اهمیت پیدا می کند که مشتری برای خرید محصول پیدا شده باشد. شما پس از آنکه محصول خود را تولید کردید، باید به دنبال افرادی باشید که محصولاتان را به آنها معرفی کرده و جهت خرید محصول خود ترغیب کنید. این یعنی بازاریابی!



در ادامه با 10 تا از اصول فروش و بازاریابی آشنا می شوید:

1. تشخیص پیشنهاد به عنوان محصول یا خدمت

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

اصول بازاریابی فقط برای تولید محصول نیست، بلکه ممکن است برای ارائه یک خدمت نیز مورد استفاده قرار گیرد. تشخیص پیشنهاد جزء اصول اولیه بازاریابی می باشد. شما باید به خوبی این دو را از هم تشخیص دهید. برای مثال خدمات تعمیر موبایل را در نظر بگیرید.

موبایل محصول شرکتی دیگر است، اما پس از مدتی استفاده امکان ایجاد مشکل برای آن وجود دارد. در این صورت برای تعمیر باید به مغازه های تعمیر موبایل مراجعه کنیم نه شرکت تولید کننده. پس **انواع بازاریابی** همیشه شامل تولیدکنندگان نیست، بلکه خدمات را هم شامل می شود.

2. انجام تحقیقات لازم در بازار

بازاریابی بدون تحقیق قابل اجرا نیست. زمانی که شما قصد تولید محصول یا ارائه خدمتی را دارید بدون شک باید به دنبال بازار هدف بگردید. پس از پیدا کردن بازار باید با مشتریان خویش آشنا شوید. موارد متعددی در یافتن مشتری هدف تاثیر گذار است از جمله: سن، جنس، نژاد، وضعیت تاهل، شغل و ...

تمامی این موارد به شما می گوید که مشتریان کیست. مرحله تحقیقات بسیار مهم و حساس است و سنگ بنای بازاریابی می باشد، به همین دلیل متخصصان بازاریابی هزینه های بسیاری صرف بخش تحقیقات می کنند.

بیشتر بخوانید: **تحقیقات بازاریابی** چگونه انجام می شود؟

3. مشخص کردن بازار هدف

اصول بازاریابی بر پایه تحقیقات صحیح استوار است. شما باید بازار هدف خود را پس از انجام تحقیقات لازم مشخص کنید. این مرحله به مرحله تحقیقات بستگی دارد.

یعنی شما پس از آنکه جنس، سن، شغل و ... را به درستی مشخص نمودید باید بخشی را که از مشتریان آن مطمئن هستید جهت فروش محصول خود انتخاب کنید. قطعا محصول را نمی توان به همه فروخت و یا همه نیازمند محصول شما نیستند. پس باید مشتری واقعی را پیدا کنید.

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

اگر برای مشخص کردن بازار هدف خود به کمک نیاز دارید و از تحقیقات خود مطمئن نیستید، میتوانیم به شما کمک کنیم. برای رزرو مشاوره بازاریابی فرم زیر را تکمیل کنید:

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب کنید.

بازاریابی برندینگ سیستم سازی سیستم فروش تبلیغات منابع انسانی ارتباط

با مشتری استراتژی قیمت گذاری

نام و نام خانوادگی

ایمیل

شماره تماس

ثبت درخواست

4. رفتار مصرف کننده را بشناسید.

اصول بازاریابی در شناخت رفتار مصرف کننده و [انواع مشتریان](#) به شما کمک می کند. رفتار مصرف کننده از 5 مرحله تشکیل شده است که شامل:

1. ایجاد مشکل یا نیاز
 2. جستجو در بازار و به دست آوردن اطلاعات جهت حل مشکل
 3. مقایسه گزینه هایی که موجود هستند
 4. اقدام جهت خرید کردن
 5. ارزیابی بعد از خرید
- شما باید کاملا با اصول فروش و بازاریابی آشنایی داشته باشید تا بتوانید بر مشتری اثر بگذارید و او از بین تمامی گزینه های موجود شما را انتخاب کند. خصوصا مرحله سوم و پنجم در جذب و ترغیب مشتری جهت خرید بسیار مهم هستند، اگر این دو مرحله به درستی اجرا شوند می توانند سبب ماندگاری مشتری گردند.

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



مراحل رفتار مصرف کننده

۱. ایجاد مشکل یا نیاز
۲. جستجو در بازار برای کسب اطلاعات
۳. مقایسه گزینه های موجود
۴. اقدام جهت خرید
۵. ارزیابی بعد از خرید

©GHYANOOBEABI.COM

اَقیانوس آبی
آغاز زندگی، حرفه‌های یک برند...

5. تهیه برنامه بازاریابی

بازاریابی شامل دو مورد بسیار مهم است: طرح توجیهی و برنامه بازاریابی. **برنامه بازاریابی** سبب می شود که شما به تمامی مراحل کاری خود از جمله اهداف، محصول یا خدمتی که ارائه می دهید، شناسایی بازارهای هدف، منابع موثر در بازاریابی مانند پول و استعداد با دید بازتری بنگرید.

برنامه به شما کمک می کند که اگر مشکلی در هر یک از بخش ها بود سعی در رفع یا تقویت آن بخش نمایید. شناخت فرصت و تهدیدهای موجود بسیار مهم هستند. اگر برنامه بازاریابی داشته باشید قطعا می توانید فرصت ها را بشناسید و راهی برای مقابله با تهدیدهای رقبا پیدا کنید.

بیشتر بخوانید: تشخیص **نقاط قوت و فرصت های** کسب و کار

6. تعیین ps4.

این مرحله یک ترکیب بسیار جالب از منابع مهم بازاریابی می باشد که شامل 4 بخش مهم است. ممکن است که شما مجبور شوید به یک ماموریت مخفی بروید. شما باید از رقبا خود اطلاعاتی را جهت

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اَقیانوس آبی** سر بزنید.

يادگيري جمع آوري كنيد. البته جمع آوري اطلاعات به معني كپي برداري نيست، چرا كه كپي برداري كاملا مخالف با اصول و قوانين بازرگاني است. 4P بازرگاني يعني، product, price, promotion, place عبارتند از:

1. **خدمت يا محصول (product):** اين بخش يك توصيف صحيح از خدمت يا محصول شما ارائه مي دهد و ويژگي هاي آن را به خوبي بيان مي كند.
2. **مكان (place):** به مكاني كه محصول شما فروخته مي شود و يا خدمت شما ارائه مي گردد همچنين روش فروش و توزيع شما اشاره مي كند.
3. **قيمت گذاري (price):** اين بخش بسيار حساس و در عين حال مي تواند بسيار آزردهنده باشد، خصوصا اگر محصول شما مخصوص فصل خاصي از سال است و شما بخواهيد كه دوره هاي فروش را كمی طولاني كنيد.
4. **پروموشن (promotion):** اين بخش بيشتر براي كسب و كارهاي كوچك مفيد مي باشد و جهت ارسال سريع پيام به مخاطب يا مشتري است. تبليغات و كمپين هاي تبليغاتي جزوي از پروموشن هستند.



7. رسانه هاي اجتماعي و روابط عمومي

اصول بازرگاني با **ارتباط با مشتري** هاي بالقوه ميسر خواهد بود. ممكن است مواردی مانند نام تجاری شرکت، تصوير برند شرکت و نحوه ارتباط آن با مشتريانش در بخش روابط عمومي به خوبي مشهود باشد.

برای مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

انجمن بازاریابی آمریکا روابط عمومی را اینگونه تعریف می کند: روابط عمومی به نوع مدیریت اشاره دارد که می خواهد با کمک تبلیغات و سایر روش های غیر پرداختی بر عقاید و احساسات خریداران، مشتریان بالقوه و یا سهامداران اثر بگذارد.

در گذشته تنها شرکت های بزرگ بخش روابط عمومی داشتند، اما امروزه شرکت های کوچک نیز یک نفر را جهت تبلیغ در جاهای مختلف مانند شبکه های اجتماعی دارند تا به بازاریابی محصول بپردازد. روابط عمومی جهت **برندسازی** بسیار مهم می باشد. شما باید از بین هزاران شبکه اجتماعی که امروزه موجود است، آن هایی را انتخاب کنید که شما و تجارت شما را به خوبی معرفی کنند.

8. تعیین بودجه بازاریابی

اصول بازاریابی اینگونه نیست که شما فقط بخش مربوط به روابط عمومی و بازاریابی داشته باشید. تمامی موارد مرتبط با تبلیغ و معرفی محصول نیازمند هزینه می باشد، اما شما باید هزینه هایی را که لازم است انجام دهید اولویت بندی کنید. برای مثال : چه هزینه ای را چه زمانی باید انجام دهید؟ چه میزان پول را باید برای هر بخش اختصاص دهید؟

حتی مشاغلی هم که فصلی هستند باید برای تمامی سال برای بخش های مختلف بازاریابی مبلغی را اختصاص بدهند. البته مبالغی که در نظر گرفته می شود ممکن است تحت تاثیر عوامل مختلف دچار نوسان شوند. برای تعیین بودجه بازاریابی خود حتما با یک مشاور مشورت نمایید.

بیشتر بخوانید: نحوه تعیین **بودجه تبلیغات** چگونه است؟

9. عملکرد خود را اندازه گیری کنید.

این بخش به شما می گوید که باید میزان نرخ بازگشت سرمایه خود را بشناسید. تنها راه موفقیت در بازاریابی اندازه گیری، سنجش و نحوه **مدیریت عملکرد** شما در بازاریابی است. شاید شما فکر کنید همین که محصول شما به فروش رسید دیگر کار تمام است، اما این تنها بخشی از بازاریابی می باشد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اکیانوس آبی** سر بزنید.

شما باید کوچک ترین مورد مرتبط با کسب و کارتان حتی تماس های **بازاریابی تلفنی**، بازدیدها و پیامک ها را هم مورد ارزیابی قرار دهید. شما باید بتوانید اثراتی را که ابتکار عمل در کسب و کار شما داشته یا میزان اشتیاق مشتری در مورد محصول یا خدمتتان را مورد ارزیابی قرار دهید.

ممکن است افرادی که هم اکنون با شما در حال تعامل هستند در حال حاضر از شما خرید نکنند. تمرکز شما باید بر روی این افراد باشد. بدون داشتن اعداد و ارقام، تعیین **قیف فروش** امکان پذیر نیست. معیارهای اندازه گیری بازگشت سرمایه فراوان هستند شما باید معیاری را که با موقعیت شما سازگارتر است انتخاب نمایید.



10. ارزیابی رضایت و وفاداری مشتری

اصول بازاریابی بر تعامل و کسب رضایت مشتری پایدار است. دیگر مانند گذشته نیست که ارتباط بین تولیدکننده و مشتری یک سویه باشد. امروزه رسانه های اجتماعی این امکان را فراهم کرده اند تا مشتریان نیز بتوانند در مورد محصول تولیدی نظر بدهند و میزان رضایت خود را اعلام کنند.

امروزه مشتری دوست دارد که با شرکتی که محصول آن را خریداری می کند آشنا شود. در صورتی که مشتری شرکت و محصول را به خوبی بشناسد تبدیل به **مشتری وفادار** می شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اَقیانوس آبی** سر بزنید.

اصول بازاریابی اینترنتی

امروزه **دیجیتال مارکتینگ** در حال گسترش است. تمامی کسب و کارها در سراسر جهان در تلاش اند که با اصول بازاریابی اینترنتی به خوبی آشنا شوند. امروزه اکثر کسب و کارهای موفق از تبلیغ در اینترنت در جهت فروش محصول خود بهره می برند.

البته عجیب هم نیست چرا که اینترنت یک شبکه اتصال جهانی است و هر کسی در هر جایی از جهان می تواند محصول یا خدمت شرکت ها را مشاهده کند، و در صورتی که بدان نیازمند باشد و امکان خرید داشته باشد خرید انجام دهد. از آنجایی که تبلیغ صحیح و اصولی در اینترنت سبب جذب مشتری و پایداری مشتریان بالقوه می شود، لذا لازم است که با اصول بازاریابی اینترنتی آشنا شوید.



استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی

۱. استفاده از محتوای ویدیویی کوتاه
۲. طراحی وب سایت مخصوص
۳. سرمایه گذاری بر روی محتواهای دائمی
۴. کمک گرفتن از اینفلوئنسرها
۵. بهینه سازی سایت
۶. کمپین ایمیلی و رسانه های اجتماعی

©GHYANOOSEABI.COM

اقیانوس آبی
آغاز زندگی، حرفه‌ها، یک برند...

در ادامه تعدادی از مهم ترین استراتژی های بازاریابی اینترنتی را مورد بررسی قرار می دهیم:

۱. **استفاده از محتوای ویدیویی کوتاه**: از آنجایی که امکان بارگذاری ویدیوهای کوتاه در تمامی محیط های شبکه های اجتماعی وجود دارد، لذا استفاده از یک ویدیو کوتاه در جذب مخاطب بسیار موثر است.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقیانوس آبی** سر بزنید.

2. **طراحی وب سایت مخصوص:** طراحی یک وبسایت مخصوص تاثیر بسزایی در جذب مخاطب خواهد داشت. کاربر پسند بودن وب سایت را در نظر بگیرید نه علاقه شخصی خود را. طراحی وب سایت باید به گونه ای باشد که شخصیت برند شما را به صورت بسیار خوب و متمایز از سایر برندها نشان دهد.
3. **سرمایه گذاری بر روی محتواهای دائمی:** برای اینکه بازاریابی شما نتیجه بخش باشد حتما از تولید مستمر محتوا غافل نشوید. محتواها به صورت دائمی باقی می مانند. تحقیقات نشان داده است که بیش از 33 درصد از کسب و کارهای موفق بر روی محتواهای دائمی سرمایه گذاری کرده اند.
4. **کمک گرفتن از اینفلوئنسرها:** سعی کنید اینفلوئنسرهای مناسب با برند خود را بیابید. اینفلوئنسرها سبب ایجاد روابط قوی تر مابین تولید کننده و مخاطب می شود.

سایر اصول مهم در بازاریابی اینترنتی

- استفاده از محتواهای متنوع در کانال های مختلف
- بهینه سازی سایت در موتورهای جستجوگر
- نوشتن بیانیه مطبوعاتی به صورت آنلاین
- استفاده از بازاریابی به سبک کمپین ایمیلی
- ایجاد وبلاگ اختصاصی مخصوص برند خود
- استفاده از تبلیغات پرداخت
- راه اندازی مسابقه و **کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام**
- نشر ویدئوهای تولید شده در رابطه با برندها در رسانه های اجتماعی
- راه اندازی گروه فیس بوک
- تولید پادکست و ایجاد گفتگوی صوتی

اصول بازاریابی خدمات

اصول بازاریابی علاوه بر تولید محصول برای خدمات نیز کاربرد دارد. همانگونه که در قسمت های قبلی مقاله بیان شد، قرار نیست حتما محصولی تولید کنید و برای آن تبلیغ نمایید بلکه ارائه خدمات هم نیازمند تبلیغ و جذب مشتری می باشد، بنابراین باید با اصول بازاریابی خدمات آشنا شوید.

تمامی روش ها و تکنیک هایی که در این مقاله بیان شد هم برای تولید محصول و هم برای ارائه خدمت کاربرد دارند. **بازاریابی خدمات** با کالا متفاوت است، چون خدمات مبتنی بر رابطه و ارزش است نه یک شی عینی. مثل شرکت هایی مانند شرکت های تولیدکننده محتوا که محصولات آن ها یک کالا نیست، بلکه تولید نوشته در زمینه بازاریابی برای محصولات و خدمات سایر شرکت ها می باشد.

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

جمع بندي

قطعا براي انجام هر كاري خصوصا كارهايي كه مستقيم با خود مشتري سر و كار داريم نيازمنند يادگيري قوانين ارتباط با مشتري هستيم. عده اي هستند كه تنها عوامل جذب مشتري را كيفيت و قيمت محصول مي دانند، اما اينطور نيست. اهميت كيفيت و قيمت بعد از اهميت **ماركتينگ** است. مشتري اول بايد پيدا شود تا بعد بتواند از كيفيت و قيمت محصول شما آگاه شود. لازمه اين آگاهي با اصول بازاریابی است.

ميدواريم اين مطلب توانسته باشد به شما در درك اصول اوليه بازاریابی كمك كند. اگر در اين حيطه مشكل داريد به شما آموزش بازاریابی را پيشنهاد مي كنيم. ميني دوره بازاریابی قسمتي از دوره كامل بازاریابی و تبليغات است:

<https://oghyanooseabi.com/product/marketing-and-ads-minicourse/>

