

همه چیز درباره بازاریابی محصول

OGHYANOOSEABI.COM



اقيانوس آبی
آثار زندگی، حرفه‌های یک پرونده ...

بازاریابی محصولات چگونه صورت می پذیرد؟ تیم تحریریه اقیانوس آبی

بازاریابی محصولات به منظور جذب مشتری صورت می پذیرد و دارای مراحل مختلفی است. زمانی که یک تولید کننده بخواهد محصولات خود را به فروش برساند، نیازمند معرفی آن به بازار است. **بازاریابی** برای معرفی محصول به بازار نیازمند درک کافی از بازار، شناخت نیازهای بازار، شناخت مشتری، پیدا کردن راه حل های مناسب جهت ارتباط با مشتری و ... است. پس زمانی که محصول

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

توليد و به بازار آورده مي شود، مسيري را تا رسيدن به دست مشتري طي مي کند که بدان **بازاريابي محصولات** مي گويند.

در اين مطلب از **شرکت اقيانوس آبي** به بررسي اهميت و مراحل بازيابي محصولات مي پردازيم.

اهميت بازيابي محصولات

امروزه بازار رقابت بسيار داغ است. تمامي شرکت هايي که محصولات يکسان توليد مي کنند، به فکر ربودن بازار براي خويش هستند. به همين دليل بازيابي محصولات **Product marketing** از اهميت بسيار زيادي برخوردار است. اگر مي خواهيد در کسب و کار خود موفق شويد بايد يک تيم توانمند را براي بخش بازيابي محصولات استخدام کنيد.

بازاريابي محصولات تا زماني ادامه خواهد يافت که توليد کننده از آگاهي مشتريان هدف اطمينان کامل حاصل کرده باشد. پس از آنکه اين مورد محقق شد و مشتريان بالقوه جذب خريد محصول شدند، مرحله بعد يعني نيازها و بازخوردهاي مشتريان نسبت به **چرخه عمر محصول** هم بايد به دقت ثبت و ضبط گردد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.



1. تحقیقات مربوط به محصول

شاید تصور کنید که این مرحله همان بخش از بازاریابی است که بازاریاب به دنبال شناسایی نیازهای مشتری است. اما همانگونه که در قسمت قبلی بیان شد، بازاریابی محصولات به دنبال تبلیغ برای محصول است و با سایر بخش‌ها کاری ندارد.

به همین دلیل از همان ابتدا که محصول تولید شد، با تیم تولید کننده همکاری می‌کند و به صورت آزمایشی در بخش مشخصی از بازار آن را عرضه می‌کند، تا با خواسته‌ها و سلیقه مشتری آشنا شود. بازاریاب برای اینکه به یک نتیجه دقیق برسد ممکن است این کار را چند ماه ادامه دهد.

بیشتر بخوانید: [انواع بازاریابی چیست؟](#)

2. داستان مربوط به محصول

معمولا همه ما داستان‌های کوتاه و جذاب را دوست داریم. شما به عنوان یک بازاریاب باید بتوانید یک داستان جذاب اما کوتاه را در رابطه با محصول جدید برای مخاطبان خود تعریف کنید.

داستان باید در مورد افرادی باشد که مشکل خاصی دارند و نیازمند محصولی هستند که به کمک آن بتوانند مشکل خود را حل کنند. در نهایت محصول خود را به عنوان حلال مشکل معرفی کنید و کارایی آن را به صورت کامل توضیح دهید.

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

4. طراحی نقشه جهت راه اندازی محصول

یکی از اصلی ترین و ضروری ترین مراحل در **بازاریابی محصولات شما**، خصوصا بخش **تبلیغات** مربوط به محصول، طراحی یک طرح و نقشه راه است. زمانی که تیم یک نقشه کلی داشته باشد که مسیر را برای آن ها توضیح داده باشد، و هرکسی تکلیف خود را بداند قطعا موفقیت حاصل خواهد شد.

5. جلسه قبل از عرضه محصول

در این مرحله دیگر تمامی مراحل مربوط به تولید محصول، شناسایی بازار هدف، شناسایی مشتری و ... صورت پذیرفته است. بنابراین دیگر باید از محصول رونمایی شود و آماده عرضه به بازار گردد. در بازاریابی محصول جدید قبل از آنکه به بازار عرضه گردد، بهتر است که یک جلسه تشکیل شود و از آن در مقابل تمامی افرادی که به نحوی در طراحی، تولید و بازاریابی آن همکاری داشتند رونمایی گردد.

6. مشارکت تمامی افراد جامعه در بازاریابی محصول جدید

زمانی که در رابطه با محصولی بازاریابی صورت می گیرد، حتما در بازار و در بین مشتریان هیاهوی زیادی ایجاد خواهد شد، بنابراین بهتر است که تیم بازاریابی حواس خود را جمع نظرات دیگران کند. این مورد تاثیر به سزایی در بهبود کیفیت محصول و نحوه عرضه آن به بازار خواهد گذاشت.

بیشتر بخوانید: [با روش های بازاریابی بیشتر آشنا شوید.](#)

7. نظارت تيم بازاریابی بر نحوه تولید محصول

این مرحله نیز جزء مهم ترین مراحل مرتبط با تولید و ارائه محصول می باشد. تيم بازاریابی و فروش محصولات شما باید قبل از تولید محصول، حين تولید و پس از تولید محصول با تيم تولید همکاری داشته باشد. هدف شما تولید یک محصول مطلوب است، بنابراین نظارت تيم بازاریابی بر نحوه تولید محصول الزامی می باشد.

اگر برای بازاریابی محصولات خود به مشاوره و کمک یک تيم متخصص نیاز دارید، فرم زیر را پر کنید:

نام و نام خانوادگی

شماره موبایل

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب کنید.

بازاریابی برندینگ سیستم سازی ترسیم چارت سازمانی بهبود فروش تبلیغات
 دیجیتال مارکتینگ مدیریت منابع انسانی ارتباط با مشتری و CRM استراتژی قیمت گذاری

ثبت درخواست

نحوه اجرای بازاریابی محصولات

بازاریابی محصولات باید با روش های صحیح اجرا شود و تفاوت زیادی با کمپین های تبلیغاتی ساده دارد. نحوه تبلیغات در این نوع بازاریابی باید تغییر کند. اجرای بازاریابی محصولات به شرح زیر است:

- **تحقیق و توسعه محصول:** در این روش باید تحقیقات لازم در زمینه فروش، مشتریان بالقوه و جذب مشتری های جدید، نظرات دیگران در رابطه با افزایش کیفیت محصول و ... انجام گیرد. پس از آن بازاریاب محصول باید تمام تلاش خود را در زمینه توسعه محصول و افزایش مشتری انجام دهد.
- **راه اندازی و عرضه گسترده محصول:** پس از تحقیقات لازم بازاریاب باید یک نقشه راه تنظیم کند که به کمک آن، تمامی جوانب از افزایش کیفیت محصول گرفته تا جذب مشتریان بالقوه و ... را در نظر بگیرد. در صورتی که امکان افزایش تولید باشد، نسبت به آن اقدامات لازم صورت گیرد و پس از تعیین بازارهای هدف به عرضه آن بپردازد.
- **بهینه سازی محصول:** یکی از دلایل ماندگاری یک مشتری و افزایش مشتریان جدید. تلاش در جهت بهینه سازی محصول و تولید محصولات با کیفیت بیشتر می باشد.

اجرای بازاریابی محصولات



۱. تحقیق و توسعه محصول
۲. راه اندازی و عرضه گسترده محصول
۳. بهینه سازی محصول

افراد تاثیرگذار در اجرای بازاریابی محصولات

بازاریابی محصولات جدید باید با کمک افراد مختلف صورت گیرد. جهت بازاریابی محصول افراد مختلفی باید با یکدیگر همکاری کنند تا محصولی با کیفیت بالا تولید و به دست مصرف کننده برسد. همانگونه که قبلا بیان شد بازاریابی محصول از مرحله تولید تا رسیدن به دست مشتری نقش دارد. در ادامه به معرفی سمت های مختلف از مرحله تولید تا رسیدن محصول به دست مشتری را مورد بررسی قرار می دهیم:

کارشناس تحقیقات بازار

بازاریابی و فروش محصولات با نظرسنجی، طرح پرسش نامه و در نهایت تعیین قیمت محصول آغاز می گردد. این وظیفه بر عهده کارشناس تحقیقات بازار می باشد. کارشناس تحقیقات با استفاده از رویکرد علمی و فنی به گردآوری و تحلیل داده های مطلوب و مورد نظر تیم بازاریابی می پردازد. او تحقیقات خود را به کمک علوم رایانه ای انجام می دهد و به مدل سازی داده ها با کمک علوم رایانه و اطلاعات ذهنی جمع آوری شده می پردازد. همچنین اقدامات حیاتی در رابطه با محصول نیز از جمله وظایف کارشناس تحقیقات بازار می باشد.

طراح محصول

همانگونه که از نام این مسئولیت بر می آید طراح محصول وظیفه طراحی ویژگی های ظاهری محصول را بر عهده دارد. ویژگی های ظاهری باید به گونه ای باشد که با ویژگی های باطنی محصول همخوانی داشته باشد. شکل ظاهری، بسته بندی و تعیین هزینه تولید از جمله وظایف طراح محصول می باشد.

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

مدیر محصول

مدیر فردی است که تمامی بخش‌های مربوط به بازاریابی را بر عهده دارد. سنجیدن نیاز بازار، هدایت استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی بازار و ایجاد هماهنگی مابین واحدها و تیم‌های مختلف از جمله وظایف مدیر محصول می‌باشد.

کی‌رایتر

زمانی که از تمامی مراحل فوق عبور کردیم به مرحله اسم‌گذاری و نگارش متن‌های تبلیغاتی می‌رسیم. نگارش ریز متن‌های تجارتي و یا متن‌های وبسایت از جمله وظایف کی‌رایتر می‌باشد. یک کی‌رایتر حرفه‌ای باید دارای مهارت‌های ارتباطی قوی کلامی و کتبی باشد.

مدیر بازاریابی

هدف بازاریابی مدیریت محصول، فهم بازار و مشتری می‌باشد. بازاریابی محصولات با کمک روش‌های بهره‌برداری مانند محصول، دانش بازار و سازماندهی فروش به اجرای صحیح و مطلوب هر یک از این فعالیت‌ها در رابطه با محصول می‌پردازد. وظایف یک مدیر بازاریابی بسیار وسیع است و تمامی جوانب مرتبط با بازاریابی را شامل می‌شود.



**دانلود شرح شغل‌های
مهم در سازمان**

کلیک کنید

©GHYANOOSEABI.COM

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

چند سوال مهم که در بازاریابی و فروش محصولات باید از خودتان پرسید:

چه عاملی سبب خاص بودن محصول شما می شود؟

شما باید تمامی جوانب را در نظر بگیرید. تمامی راهکارهایی که سبب افزایش کیفیت محصول شما می شود، همچنین عواملی که باعث می شود تبدیل به یک برند محبوب در میان سایر رقبا شوید را مد نظر قرار دهید. تمامی آن عوامل و راهکارها را عملی کنید.

چه عاملی باعث می شود محصول ما بهتر از محصول رقیب شود؟

اگر به دنبال برتری بر رقیب هستید خصوصا اینکه می خواهید در بازاریابی محصول جدیدتان به موفقیت برسید، باید تمامی پارامترهای لازم در رابطه با محصول خود را مد نظر قرار دهید. این پارامترها شامل افزایش کیفیت محصول، در نظر گرفتن قیمت مناسب و معرفی صحیح به مشتری می باشد.

آیا قابلیت های محصول شما متناسب با خواسته مخاطبان هدف است؟

وظیفه بازاریاب انجام تحقیقات لازم در بازار و به دست آوردن سلیقه مشتریان است. بنابراین شما باید محصولی را تولید کنید که مشتری دوست دارد. اگر شما بتوانید خواسته مشتری را اجرا کنید قطعا به برند محبوب مشتری تبدیل خواهید شد.

جمع بندی

بازاریابی محصولات جهت نشان دادن ارزش واقعی کسب و کارها بسیار ضروری است. با توجه به مطالبی که بیان شد، حتما تاکنون به اهمیت بازاریابی محصولات و نقش آن در پیشرفت کسب و کارها پی برده اید. در صورتی که به دنبال بهترین راهکار جهت بازاریابی و فروش محصولات خود هستید بهتر است روی بخش بازاریابی محصول تمرکز بیشتری داشته باشید، چرا که در نهایت این محصول شماست که به دست مشتری می رسد و ارزش و جایگاه شما را در بازار تعیین می کند.

اگر می خواهید بازاریابی را اصولی و درست یاد بگیرید، می توانید در [دوره بازاریابی و تبلیغات اقیانوس آبی](#) شرکت کنید:



 OGHYANOOSE ABI

مینی دوره بازاریابی و تبلیغات

در کمتر از یک ساعت هنر بازاریابی را یاد بگیرید!

همین الان بخرید!

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