



انواع بازاریابی: معرفی 22 نوع پرکاربرد در ایران تیم تحریریه اقیانوس آبی

زمانی که برخی از مدیران نام [بازاریابی](#) می شنوند به یاد تبلیغات به شیوه های تکراری، استفاده از سلبریتی ها برای معرفی محصول و یا هزینه های زیاد و هنگفت برای عرضه محصولات می افتند. این طرز تفکر باعث می شود تا مدیران به اینکه [بازاریابی چیست](#) اهمیتی ندهند. در صورتی که شما نیز از این دسته مدیران هستید و یا علاقه دارید تا انواع بازاریابی و مارکتینگ را به شیوه درست و هدفمند بیاموزید، تا انتهای این مقاله در مورد انواع بازاریابی با ما همراه باشید.

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

اهميت **marketing** آن جايي مشخص مي شود كه برندهاي بزرگ دنيا مثل تويوتا و بنز، براي انواع بازريايي خود هزينه هاي هنگفتي پرداخت مي كنند. ما نيز در شركت **اقيانوس آبي** يزد همواره سعي کرده ايم كه بازريايي را در راس كارها و آموزش هاي مديريتي خود قرار دهيم.



انواع بازريايي چيست؟

از انواع بازريايي با مثال كه در اين مقاله از آن ها صحبت مي كنيم عبارتند از:

1. بازريايي سنتي
2. بازريايي دهان به دهان
3. بازريايي تلفني
4. بازريايي سيار
5. بازريايي ديجيتال

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

6. بازاریابی محتوا
7. بازاریابی ویدئویی
8. بازاریابی از طریق رسانه های اجتماعی
9. بازاریابی موتورهای جستجو
10. تبلیغات آنلاین
11. تبلیغات ویروسی
12. بازاریابی مشارکتی
13. اینفلوئنسر مارکتینگ
14. ایمیل مارکتینگ
15. بازاریابی درونگرا
16. بازاریابی برونگرا
17. بازاریابی چریکی
18. بازاریابی سببی
19. B2B / B2C
20. B2I
21. بازاریابی ارتباطی
22. بازاریابی سبز

برای دریافت مقاله **انواع بازاریابی pdf** از باکس آبی انتهای مقاله استفاده کنید.

بازاریابی سنتی و انواع آن

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

بازاریابی سنتی به نوعی از انواع بازاریابی ها و تبلیغات اشاره دارد که بصورت آفلاین به مخاطبان می‌رسد. بسیاری از روش‌های آفلاین یا سنتی بازاریابی هنوز به تاریخ نپیوسته‌اند و استفاده از آن‌ها موثر است. شرکتها از کانال‌هایی مانند چاپ، پخش، بازاریابی تلفنی یا پست مستقیم برای جلب مخاطبان خود و گسترش دسترسی آنها استفاده می‌کنند. اجازه دهید نگاهی دقیق‌تر به انواع بازاریابی سنتی بیندازیم.

1. بازاریابی چاپ | مستقیم | پخش

چاپ قدیمی‌ترین شکل انواع بازاریابی سنتی است که شامل تبلیغات در روزنامه‌ها، خبرنامه‌ها، مجلات و ... جهت توزیع است. پیام مورد نظر کسب و کار روی کاغذ یا بنر چاپ شده و در فضاهایی که امکان بازدید مخاطب وجود دارد، قرار می‌گیرد.

انواع مارکتینگ مستقیم شامل آگهی‌ها، کارت پستال‌ها، بروشورها، نامه‌ها، کاتالوگ‌ها و ... است که مستقیماً برای مصرف‌کنندگان چاپ و ارسال می‌شود. این دسته شباهت بسیار زیادی با دسته چاپ دارد با این تفاوت که پیام بازار یابی به طور مستقیم به دست مخاطب می‌رسد.

بازاریابی پخش شامل تبلیغات رادیویی و تلویزیونی و همچنین فرم‌های تخصصی مانند تبلیغات سینمایی روی صفحه نمایش است.

2. بازاریابی دهان به دهان

از انواع بازاریابی که بسیار در افزایش فروش نیز موثر است بازاریابی دهان به دهان است؛ یعنی یکی از **مشتریان فعلی** تجربه مثبت خود را به مشتری دیگر انتقال می‌دهد، آن شخص مشتری شما می‌شود و او هم تجربه مثبت خود را به فرد دیگری انتقال می‌دهد و این زنجیره ادامه پیدا می‌کند. امروزه

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

بيشتر از اينترنت و ابزارهاي مرتبط با آن براي انتقال اين تجربه‌ها استفاده مي‌شود. اين نوع بازاریابی برای [بازاریابی خدماتی](#) بسيار موثر است.

3. بازاریابی تلفنی

يکي از انواع بازاریابی برای متقاعد کردن مصرف کنندگان برای خرید يک محصول يا خدمات بازاریابی تلفنی است. اين شکل از بازاریابی در عصر مدرن باعث بروز انقلابی در مسير ارسال پیام‌های فروش شد.

بيشتر بخوانيد: [راهکارهای موفقیت در بازاریابی تلفنی](#)

4. بازاریابی سیار

خیلی از مشتریان زمانی که از طریق تلفنی یا حضوری به آن‌ها پیشنهادی می‌دهید، ممکن است خریدی انجام ندهند، اما زمانی که محصول را همراه خودتان می‌برید، می‌تواند همان‌جا محصول تست کند. خیلی وقت‌ها بازاریابی سیار منجر به خریدشان می‌شود. اين روش برای [بازاریابی محصولات](#) جديد بسيار موثر است.

انواع بازاریابی اینترنتی (دیجیتال مارکتینگ)

بازاریابی آنلاین یا [digital marketing](#)، از انواع بازاریابی مبتنی بر فضای وب است که در آن با استفاده از کانال‌های موجود در فضای اینترنت، می‌توان به برندسازی، معرفی خدمات و فروش محصولات به مخاطبان پرداخت. دسترسی بالای افراد در سراسر جهان به فضای اینترنت و وابستگی

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

بیش از پیش افراد به استفاده روزانه از اینترنت، باعث ایجاد یک فضای بسیار ایده‌آل برای انجام فعالیت‌های آنلاین در زمینه مارکتینگ شده است.

با این حال بازار یابی در فضای دیجیتال کار ساده ای نیست و در مسیر استفاده از این روش با چالش‌ها و مشکلات بسیار زیادی روبرو خواهید شد. توجه داشته باشید که با وجود گستردگی کانال‌های مختلف برای انجام دیجیتال مارکتینگ، نمی‌توان بازاریابی اینترنتی را جایگزین آفلاین و سنتی کرد.

انواع بازاریابی اینترنتی عبارتند از:

- بازاریابی محتوا
- بازاریابی ویدئویی
- بازاریابی از طریق رسانه های اجتماعی
- بازاریابی موتورهای جستجو
- تبلیغات آنلاین

بازاریابی محتوایی

از موثرترین انواع بازاریابی در حوزه دیجیتال، بازاریابی محتوایی است که یک اصل ضروری برای بازاریابی وب سایت شما است. مردم بیشتر از آن که به دنبال این باشند که چیزی به آن‌ها بفروشید یا با تبلیغات مزاحشان شوید، تمایل دارند که به آن‌ها کمک کنید و اطلاعات بیشتر، متناسب و باکیفیت در اختیارشان قرار دهید.

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

هدف اصلی بازار یابی محتوایی، تولید محتوایی است که به مخاطب و حل مشکلات او کمک می‌کند. محتوا میتواند به صورت متنی در وبلاگ شما باشد و یا به صورت پاد کست و ویدئو در اختیار مشتریان شما قرار بگیرد. حتی یک اینفوگرافی پر از اطلاعات نیز میتواند محتوا بسیار ارزشمندی باشد.

بازاریابی ویدئویی

همانطور که اشاره کردیم، انواع بازاریابی محتوایی طیف گسترده‌ای از قالب‌ها را در بر می‌گیرد - از مقالات وبلاگ گرفته تا پست‌های رسانه‌های اجتماعی و پادکست‌ها. ویدئو یکی از فرمت‌های محبوب بازاریابی محتوا است. گنجاندن ویدیوی سرگرم‌کننده و جذاب در کانال‌های بازاریابی شما می‌تواند راهی عالی برای نمایش خلاقانه برند شما باشد و به شما زمان و فضای کافی برای انتقال پیامتان می‌دهد.

شما می‌توانید از بازاریابی ویدئویی نه تنها برای تبلیغ محصول خود استفاده کنید، بلکه نکات و بینش‌های عملی در مورد صنعت خود را به مشتریان بالقوه ارائه دهید تا به کسب و کار شما اعتماد کرده و با شما تعامل داشته باشند.

کانال‌های مختلفی برای نمایش محتوای ویدیویی شما وجود دارد، از جمله یوتیوب، فیس بوک، لینکدین، آپارات، اینستاگرام و همچنین وب سایت شما.

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

اینستاگرام، لینکدین، فیس بوک، توئیتر، یوتیوب و... از انواع شبکه‌های اجتماعی به شمار می‌آیند. [شبکه‌های اجتماعی](#) از قوی‌ترین کانال‌های بازار یابی برای تبلیغات، برندسازی و ارتباط با

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

مشتریان هستند. شما باید به طور کامل بر فضای شبکه انتخابی و محتوای مورد نیاز متناسب با کسب و کار خود اشراف داشته باشید تا به نتایج بهتری در مارکتینگ دست پیدا کنید.

تبلیغات کلیکی و آنلاین

یکی از پربازده ترین انواع بازاریابی در بستر اینترنت، تبلیغات کلیکی (PPC) است، همان تبلیغاتی که در بالای نتایج جستجوی گوگل مشاهده می‌کنید. مزیت این **نوع تبلیغات** این است که هدفمند بوده و آمار دقیقی از وضعیت کلیک‌ها و کلیک کنندگان را در اختیار تبلیغ‌کننده قرار می‌دهند. این اطلاعات برای پیشبرد بهتر اهداف بازاریابی بسیار مفید هستند.

تبلیغات کلیکی روش متداولی در مارکتینگ دیجیتالی است که تقریباً با هر بودجه‌ای می‌توانید آن را شروع کنید. این تبلیغات می‌تواند در قالب یک بنر، پاپ‌آپ یا موارد دیگر برای مخاطبان وبسایت‌ها یا اپلیکشن‌های مختلف، متناسب با نیاز کسب و کار و مخاطبان شما نمایش داده شود. علاوه بر تبلیغات کلیکی گوگل که به آن Google AdWords گفته می‌شود، وبسایت‌های ایرانی زیادی هم مثل **یکتانت** و **سنجاق** هستند که این خدمت را به شما ارائه می‌دهند. هزینه تبلیغات کلیکی بر اساس کلیک مخاطبان بر روی تبلیغ مورد نظر محاسبه می‌شود. با بررسی نتایج این کانال بازاریابی می‌توانید روند تبلیغات را بهبود دهید.

بازاریابی موتور جستجو یا سئو (SEO)

سئو یا بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو، یکی از مؤثرترین انواع بازاریابی دیجیتالی و جذب ترافیک است. در فرایند سئو، با بهینه‌سازی عملکرد سایت نمایش وبسایت برای کاربران بیشتر می‌شود. سئو نجات‌دهنده شما در بین رقیبان است. با بهینه‌سازی سایت (سئو) شانس بیشتری برای جلب توجه مخاطبان خواهید داشت.

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

استفاده از سئو يك انتخاب مناسب براي بازار يابي در فضاي ديجيتال است كه به شما كمك مي‌كند تا با هزينه كمتر و در طولاني مدت به نتايج ويژه‌اي دست پيدا كنيد. در اين فرايند مخاطبان با جستجوي نام برند يا كلمات مرتبط با كسب و كار (براي مثال خريد خودرو)، وبسایت شما را در نتايج اوليه گوگل مشاهده خواهند كرد.



بازاریابی ویروسی یا Viral Marketing

بازاریابی ویروسی یکی از انواع بازاریابی اینترنتی می باشد که به معنای گسترش یک پیام مشخص تا بالاترین حد ممکن می باشد. منظور از بازار یابی ویروسی، استفاده از یک آیتم محتوایی (متن، تصویر یا ویدئو) تأثیرگذار در راستای اهداف بازار یابی است. این محتوا باید به قدری جالب یا عجیب و به طور کلی تأثیرگذار باشد که کاربران اینترنت نتوانند در برابر به اشتراک گذاشتن آن با دیگران مقاومت کنند.

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

بازاريابي ويروسي يك **تكنيك افزايش فروش** است كه شامل ورودى گرفتن از سئو و بازيابى دهان به دهان در مورد يك محصول يا خدمات است كه به سرعت در حال گسترش است. اينترنت و ظهور رسانه هاى اجتماعى تعداد پيام هاى ويروسي را در قالب اشتراك گذارى، لايك و فوروارد ها بسيار افزايش داده است.

كسب و كار ها براى موفقيت در اين روش بايد دليل خوبي را به افراد بدهند تا آن ها تشويق شوند به ارسال تبليغ يا محتواى مد نظر به ديگران. امروزه ابزار هاىي كه براى بازيابى ويروسي استفاده مى شوند در بستر اينترنت بسيارند مانند شبكه هاى اجتماعى كه مهم ترين آن مى باشد، ايميل، موتور هاى جستجو و... كه همگى اين ها پيام را در سريع ترين زمان ممكن گسترش مى دهند.

در صورتى كه بازيابى ويروسي به شكل صحيحى انجام شود مى تواند هزينه هاى تبليغات را تا حد زيادى کاهش دهد. با ارائه هدايا و محصولاتى ارزشمند و رايجان مى توان موفقيت بازيابى ويروسي را تضمين كرد. در اينجا پيامى كه كسب و كار شما منتشر مى كند مانند ويروسي است كه توسط مخاطبين تا حد امكان منتشر مى شود.

بازار يابى B2B و بازيابى B2C

بازار يابى B2B يا Business To Business به انواع بازيابى گفته مى شود كه بين شركت ها، تجار و فروشندگان انجام مى شود كه معمولا عمده اين تجارت بين تامين كننده و خريدار است. در حالى كه تجارت B2C تجارتي است كه بين شركت ها و مصرف كنندگان انجام مى شود.

خريد در ماركتينگ B2B مبتنى بر بودجه است، بر خلاف B2C كه مبتنى بر نياز و خواسته و گاه مبتنى بر احساسات است.

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

بازاريابي B2B

آينده‌ي بازيابي B2B است B2B! روندي است كه كسب و كارها را در ارتباط و تعامل مستقيم با مصرف‌كنندگان نهايي و مشتريان شان قرار مي‌دهد.

بازاريابي مشاركتي Affiliate Marketing

از انواع بازيابي كه جديداً بسيار رونق گرفته، بازيابي مشاركتي (Affiliate Marketing) است كه با عناوين «بازاريابي پورسانتي»، «سيستم همكاري در فروش» و «بازار يابي رابطه‌اي» نيز شناخته مي‌شود، يعني كمك گرفتن از ديگران در فروش و پرداخت درصدي از فروش به عنوان حق‌الزحمه يا پورسانت به آنها است .

Affiliate Marketing مي‌تواند سودآور باشد، اما براي تبديل آن به يك تجارت واقعي به تعهد زمان و پول نياز است. قبل از اين كه به دنبال بازيابي مشاركتي باشيد ، تحقيقات كاملی انجام دهيد. بازيابي سنتي و فروش محصولات توسط تيم خودتان مي‌تواند در صورت كم شدن درآمد Affiliate Marketing به شما كمك كند.

اينفلوئنسر ماركتينگ Influencer Marketing

كمك گرفتن از افراد تأثيرگذار يا «اينفلوئنسر» در حوزه‌هاي مختلف را بازيابي اينفلوئنسرها مي‌گويند كه با تكيه بر شهرت آن شخص مي‌توانيد مردم را نسبت به خريد محصول خود متقاعد كنيد.

بازاريابي تأثيرگذار يكي از انواع بازيابي است كه از اينفلوئنسرها براي تبليغ برند در بازار بزرگتر كمك گرفته مي‌شود. اينفلوئنسرها رهبراني هستند كه افراد زيادي پيرو رفتار و گفته‌هاي آنها هستند، آنها به عنوان كارشناس يا منبع معتبر اطلاعات ظاهر مي‌شوند و تاثير خودشان را مي‌گذارند.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

ايميل ماركتينگ

81٪ از بازاریابان کسب و کارهای کوچک به ايميل به عنوان کانال اصلي کسب خود متكي هستند و از آن برای حفظ و بازگشت مشتری استفاده می کنند. بازاریابی ايمیلی شامل ارسال ايميل به مشتریان بالقوه و مشتریان فعلی با هدف فروش یا هدایت آنها به سمت پایین [قيف بازاریابی](#) است. داده ها نشان میدهند که به ازای هر 1 دلاری که برای بازاریابی ايمیلی خرج می شود، میانگین بازگشت سرمایه 36 دلار است. پس می توان گفت که از انواع بازاریابی سودآور به حساب می آید.

بسته به اهداف خود، می‌توانید انواع ايميل‌ها از جمله خبرنامه‌های اطلاعاتی، انتشار محصولات جديد، اطلاعیه‌های فروش و یادآوری‌های سبد خرید را برای مخاطبان خود ارسال کنید. برای شروع و جذب ايميل مخاطبان خود، فرم‌های جذاب با فیلد نام بازدیدکنندگان و آدرس ايميل آنها به وبسایت خود اضافه کنید. مطمئن شوید که فرم‌های شما جذاب و چشمگیر باشند تا افراد را تشويق به پر کردن آن ها کنند.

بازاریابی چریکی

خلاقیت رکن اساسی این نوع از انواع بازاریابی محسوب می شود و تلاش بر آن است که از طرق غیر منتظره و به میزان زیاد توجه مخاطبان به سمت برندی جلب شود. بازاریابی چریکی از تاثیرگذاری بسیار بالایی برخوردار است و بیشترین نرخ تعامل و به اشتراک گذاری را در بین انواع دیگر بازاریابی دارد، اما به انرژی بالا و عملکرد سریع احتیاج دارد.

مثلا سایت شیپور برای جلب توجه عموم مردم اقدام به قرار دادن یک سری تصاویر بر روی دیوارهای شهر کرد. تصاویر مربوط به اشیایی بودند که بیشترین درصد معامله را در این سایت داشتند. یکی از

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

تصاویر مربوط به موبایلی بود که روی آن نوشته شده بود: «می‌خواهم با من صحبت کنی!» یا روی تصویر یک اجاق‌گاز نوشته شده بود: «می‌خواهم برای تو بسوزم»!

بازاریابی سببی

Cause Marketing یا بازاریابی سببی از انواع بازاریابی اجتماعی است که از انگیزه‌های بشردوستانه در راستای بازاریابی استفاده می‌کند. به عنوان مثال با خرید هر جفت کفش، یک جفت کفش به یک نیازمند اهدا می‌شود.

در ویدئوی زیر اهمیت بازاریابی سببی و مثال‌های آن به طور کامل توضیح داده شده است:

بازاریابی برون‌گرا

بازاریابی برون‌گرا نوعی از انواع مارکتینگ است که شامل تعقیب مشتریان به جای جذب ارگانیک آنها است. این روش به ویژه قبل از اینکه بازاریابی دیجیتال به یک روش رایج تبدیل شود، بسیار رایج بود و با استفاده از تماس‌های سرد، تبلیغات چاپی و تبلیغات تلویزیونی برای جذب مشتری اقدام می‌شد.

با این حال، بازاریابی برون‌گرا امروزه نیز یک روش رایج و محبوب بازاریابی دیجیتال است. به عنوان مثال، بمباران‌های ایمیلی، یا کمپین‌های ایمیل انبوه که به فهرست گسترده مشترکین ارسال می‌شوند.

بازاریابی برون‌گرا اغلب با انتقاد مواجه می‌شود، زیرا پیام شما را به عموم مردم، از جمله افرادی که ممکن است به محصول یا خدمات شما علاقه مند نباشند، منتقل می‌کند، اما اگر اهداف شرکت، مخاطبان هدف و KPIها را با دقت در نظر بگیرید، می‌توانید از بازاریابی برون‌گرا به صورت استراتژیک استفاده کنید.

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

بازاريابي درونگرا

بازاريابي درونگرا يك اصطلاح كلي است كه تقريباً همه انواع بازيابي را در بر مي گيرد. بنا بر اين، چه چيزي يك استراتژي بازيابي خاص را به درونگرا تبديل مي كند؟

به عنوان يك بازياب، وظيفه شما كمك به مصرف كنندگان در تصميم گيري آگاهانه است. اگر به جاي دنبال كردن مشتريان و بمباران آن ها با تبليغات و اطلاعات، سعي كنيد منابع و نكات مفيدي را ارائه دهيد كه در نهايت نشان دهد چرا محصول شما مشكلات آنها را حل مي كند، آنگاه بازيابي درونگرا انجام داده ايد. مثلاً مي توانيد محتوای وبلاگي ارزشمندی توليد كنيد، خود را از طريق ايميل و چت زنده در دسترس قرار دهيد و حتى پس از فروش نيز به ارائه پشتيباني ادامه دهيد.

همانطور كه در بالا توضيح داده شد، بازيابي درونگرا از استراتژي بسيار متفاوتي نسبت به بازيابي برونگرا استفاده مي كند. در چند سال گذشته، بازيابي درونگرا در ميان بازياب‌هاي امروزي محبوب‌تر شده است، زيرا رويكرد ظريف آن مشتريان را خوشحال مي كند و وفاداري مادام‌العمر ايجاد مي كند. يكي از رايج ترين روش هاي بازيابي درونگرا، بازيابي محتوا است كه در قسمت بازيابي ديجيتال آن را توضيح داديم.

بازاريابي ارتباطي

بازاريابي ارتباطي يا بازيابي رابطه مند به ارتباط بين تيم بازيابي با مشتري گفته مي شود. اين نوع بازيابي توسط مديريت بازيابي رهبري مي شود. در دنياي پيشرفته امروز كه تنوع در محصولات و نيازهاي مشتري هر روز در حال افزايش است، نياز به يك ارتباط موثر و به جا با مشتري احساس مي شود.

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



زمانی شما یک برند محبوب و مشهور خواهید شد که بتوانید با مشتریان خود به سه روش ارتباط بگیرید که این سه روش عبارت است از: ایجاد رابطه پایدار، ایجاد رابطه متقابل و رشد ارتباط با مشتری. متخصصین عرصه **بازاریابی** همیشه به دنبال استفاده از تاکتیک های موثر در ارتباط با مشتری هستند.

تاکتیک های ارتباطی بازاریابی جهت اثربخشی بیشتر و **ایجاد وفاداری دائمی مشتری** به برند کاربرد دارد. همه انسان ها زمانی می توانند در یک ارتباط بمانند که متوجه شوند که طرف مقابل به آن ها توجه دارد، پس زمانی مشتریان شما تبدیل به یک مشتری همیشگی خواهند شد که بدانند به آن ها توجه دارید.

همه افراد که به هر نوعی با مشتری در ارتباط هستند، باید این جمله بسیار زیبا از روزولت رییس جمهور سابق آمریکا را سر لوحه کار خود قرار دهند که می گوید. تا زمانی که افراد از میزان توجه شما به خودشان اطلاعی ندارند، میزان دانش شما برای آن ها اهمیتی ندارد. این جمله به خوبی اهمیت بازاریابی ارتباطی را برای ما بازگو می کند.

بازاریابی سبز

بازاریابی سبز نوع دیگری از انواع بازاریابی اجتماعی است که محصول یا خدمت بر اساس مزایایی که نسبت به محیط زیست دارد تبلیغ می شود. بازاریابی سبز که به آن گرین مارکتینگ نیز گفته می شود در اواخر دهه 1980 معرفی شد. در آن زمان صنایع با محوریت نگرانی نسبت به محیط زیست شروع به تبلیغ و جذب مشتری کردند که یک مزیت رقابتی نیز به شمار می رود.

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

بازاريابي سبز چيست؟

امروزه براي بازار يابي سبز تعريف مختلفي ارائه شده است اما در تمام آن ها يك وجه مشترك وجود دارد: بازيابي سبز به معنای ماركتينگ محصولاتی است که به بهبود محيط زيست کمک می کند و در واقع استفاده از آن محصول و خدمات از نظر محيط زيستی بهتر است.

اما بازيابي سبز تنها به محصولات سازگار با محيط ختم نمی شود. اين مسئله تمام فعاليت های محيط زيست دوستانه يك کسب و کار را در بر می گيرد.

چه کسب و کارهایی می توانند از بازيابي سبز استفاده کنند؟

از آن جا که توليد هر محصول و خدمتی مقداری زباله ايجاد می کند، هر کسب و کاری که بتواند براي محيط زيست قدمی بردارد می تواند از بازيابي سبز استفاده کند.

بازار يابي سبز به حفظ محيط زيست کمک می کند. امروزه مردم نیز بسيار بيشتريز قبل به محيط زيست اهميت می دهند و خواستار محيطی سالم و محصولاتی هستند که با محيط زيست سازگار باشد. به همين دليل اگر می خواهيد کسب و کار شما نیز در دراز مدت بتواند دوام بياورد بهتر است با روش های سازگاری با محيط زيستی انواع ماركتينگ را شروع کنید تا بتوانيد يك مزيت رقابتي را ارائه دهید.

بيشتر بخوانيد [time to market](#): چيست؟

مزايای بازيابي سبز

انجام بازيابي سبز مزيت های زيادی دارد که در ادامه به برخی از آن ها اشاره می کنیم.

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

1. افزايش اعتبار

يك كسب و كار براي سود دهی در دراز مدت بايد تصويری مناسب در ذهن مخاطبين خود داشته باشد. با بازاریابی سبز می توان تصويری مثبت را از خود در ذهن مخاطبين و حتی شرکای تجاری ثبت کرد.

2. ورود به بازارهای جديد

با انجام بازار يابی سبز می توان به بازارهای جدیدی وارد شد. بازار سبز امروزه جديد و رقابت کم تری در آن جريان دارد به همین دليل انجام بازاریابی سبز فرصتی است برای ورود به بازار های جديد.

3. رشد در طولانی مدت

سازگار کردن انواع ماركتینگ كسب و كار با روش های زیست محیطی در ابتدا ممكن است کمی هزینه در بر داشته باشد. اما ارزش هایی که این کار در دراز مدت ایجاد می کند، بسیار بیشتر از هزینه های اولیه است. علاوه بر آن امروزه مردم محصولات سازگار با محیط زیست را بیشتر ترجیح می دهند.

4. ارائه مزیت رقابتی

شما با ارائه محصول سازگار با محیط زیست يك مزیت رقابتی را به مخاطبين خود ارائه می دهید که ممكن است رقباي شما هنوز آن را انجام نداده باشند.

5. فراهم آوردن فضایی برای نوآوری

زمانی که يك كسب و كار تصميم می گیرد تا ماركتینگ خود را با روش های زیست محیطی سازگار کند مجبور می شود روش های خود را بازمیانی کند و برخی از آن ها را تغییر دهد. این مرحله فرصتی را فراهم می آورد برای نوآوری در كسب و كار.

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



مزایای بازاریابی سبز

۱. افزایش اعتبار کسب و کار
۲. ورود به بازارهای جدید
۳. رشد در طولانی مدت
۴. ارائه مزیت رقابتی
۵. فراهم آوردن فضایی برای نوآوری



کتاب انواع بازاریابی

با توجه به تعداد زیاد کتاب‌ها در زمینه مدیریت بازاریابی، افرادی که به دنبال آموزش بازاریابی هستند می‌توانند کتاب‌های متنوعی درباره‌ی اصول بازاریابی، تکنیک و روش‌های بازاریابی و انواع بازاریابی را با یک سرچ ساده در اینترنت پیدا کرده و بخوانند. در این لینک 18 کتاب برتر در مورد بازاریابی مورد بررسی قرار گرفته است.

انواع مشتریان در بازاریابی

هر کسب و کاری که داشته باشید و در هر سیمتی که باشید، با افراد مختلفی تعامل خواهید داشت که هر کدام خلق و خوی خاص خود را دارند. خدمات مشتری برای همه یکسان نیست، بنابراین آشنایی با انواع مشتریان در بازاریابی می‌تواند به شما در ارتباط بهتر، فروش بیشتر و وفادارسازی مشتریان کمک کند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به اَقیانوس آبی سر بزنید.

پیشنهاد می‌کنیم مقاله زیر را حتما بخوانید تا بتوانید رویکرد خود را برای رفع نیاز انواع مشتریان مشخص کرده و در نهایت رضایت آنها را جلب کنید:

بیشتر بخوانید: با [انواع مشتریان](#) چطور برخورد کنیم که از ما بخرند؟



مینی دوره بازاریابی و تبلیغات
در کمتر از یک ساعت هنر بازاریابی را یاد بگیرید!
همین الان بخرید!

سوالات متداول

انواع بازاریابی سنتی چیست؟

1. بازاریابی دهان به دهان
2. بازاریابی تلفنی
3. بازاریابی سیار

انواع بازاریابی دیجیتال چیست؟

1. بازاریابی محتوا
2. بازاریابی ویدئویی
3. بازاریابی از طریق رسانه های اجتماعی
4. بازاریابی موتورهای جستجو
5. تبلیغات آنلاین
6. تبلیغات ویروسی

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

7. بازاریابی مشارکتی

8. اینفلوئنسر مارکتینگ

9. ایمیل مارکتینگ