



بازاریابی چیست؟ همه چیز درباره مارکتینگ تیم تحریریه اقیانوس آبی

بازاریابی چیست؟ یک استراتژی یا یک روش جهت برقراری ارتباط مابین مشتری و فروشنده است. 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 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

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

اينکه 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.”

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

برای درک بهتر این که بازاریابی چیست به مثال زیر توجه کنید:

اگر زمان کافی ندارید، می توانید مقاله بازاریابی چیست pdf را از طریق باکس آبی انتها دانلود کرده و بعدا مطالعه کنید.

تعریف بازاریابی

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

1. بازاریابی یعنی چه؟ استفاده از اصول و قواعد مشخص با استفاده از افرادی که در ارتباطات اجتماعی و سخنوری بسیار حرفه ای هستند، به صورت کامل با محصول مورد نظر آشنایی دارند، آموزش های لازم

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

- را دیده اند، پاسخ سوالات مشتری را به درستی و کامل می دهند و برای شرکت مشتری های واقعی جذب می کنند.
2. بازاریابی به تمام فعالیت هایی اطلاق می شود که یک شرکت برای تبلیغ و فروش محصولات یا خدماتش به مصرف کنندگان انجام می دهد.
3. بازاریابی از «آمیخته بازاریابی» استفاده می کند که به چهار P (محصول، قیمت، مکان و تبلیغ) نیز معروف است.
4. 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.
5. بازاریابی یعنی چی؟ 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.
6. مارکتینگ برای، رساندن [شعار تبلیغاتی](#) جذب و جلب نظر مشتری به یک محصول یا خدمت در بازار هدف است که شرکت ها از روش های خلاقانه و یا قبلا بکار گرفته شده برای مواجه شدن با رقبا و حضور در عرصه بازار خود را آماده می نمایند.

بهترین تعریف بازاریابی کاتلر، پدر بازاریابی

فیلیپ کاتلر [Philip Kotler](#) درباره معنی بازاریابی می گوید: "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."

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

تعريف بازاریابی از نگاه انجمن بازاریابی آمریکا

از نظر [انجمن بازاریابی آمریکا](#) (AMA American Marketing Association) تعريف بازاریابی این است: **بازاریابی** عبارت است از مجموعه ای 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)

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

- 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 می شوند 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)

اگر برای انجام فعالی های بازاریابی خود به کمک و مشاوره متخصصان نیاز دارید، کافی است فرم زیر را پر کنید تا برای تنظیم جلسه رایگان با شما تماس بگیریم:

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

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



اهداف بازاریابی و مزایای آن

بعد از تعاریف و اینکه بازاریابی چیست میرسیم به مزایای مارکتینگ و اهداف بازاریابی. هنگامی که برند خود را ایجاد می کنید 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 می شود، بلکه افزایش فروش و رشد کسب و کارتان را نیز به دنبال خواهد داشت.

1. اطلاع رسانی به مخاطب

با مارکتینگ درست شما مخاطبان خود را از وجود محصولی که می تواند مشکل آن ها را حل کند باخبر می کنید. همچنین هر اطلاع اضافی که مخاطبان شما درباره برند و محصول و خدماتتان می خواهند را می توانید با بازار یابی در اختیارشان بگذارید. به نظر شما اگر بازاریابی نکنید، مشتری بالقوه چطور می تواند از وجود محصول شما باخبر شود؟

2. شناخت مشتری با بازاریابی درست

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 مشتریانان 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.



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

تاریخچه بازاریابی

بازاریابی چیست؟ یک علم تقریباً کهن است و می‌توان گفت از اوایل تمدن بشری وجود داشته است. اما بازاریابی علمی از اوایل قرن بیستم به عنوان یکی از دروس رشته کسب و کار در دانشگاه‌های آمریکا تدریس می‌شد. **تاریخچه بازاریابی در ایران** به دهه 50 شمسی باز می‌گردد. دکتر عبدالحمید ابراهیمی برای اولین بار درس بازاریابی را وارد دانشگاه‌های ایران کرد. در سال 1390 نیز انجمن علمی بازاریابی به منظور ارتقا علمی دانش بازاریابی و افزایش سواد نیروهای متخصص تشکیل گردید.

بیشتر بخوانید: [سیر تکاملی بازاریابی](#)

برداشت‌های اشتباه در مورد بازاریابی

بازاریابی 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 آن‌ها اشتباه انجام داده یا اصلاً انجام ندهند و به کسب و کار خود زیان‌های بسیاری وارد کنند. برای این که شما جزء آن دسته از مدیران نباشید، پیشنهاد می‌کنیم حتماً تعاریف و برداشت‌های اشتباه از بازاریابی را مطالعه کنید:

- بازاریابی یعنی تبلیغات سرگرم‌کننده یا فریب‌دهنده!
- بازاریابی چیست: تبلیغات تکراری و خسته‌کننده!

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

- فروشندگانی که می‌خواهند سریعاً کالایشان را بخریم از روش‌های بازاریابی استفاده می‌کنند. مثل تبلیغات تلویزیون که اگر در همان لحظه پیامک ارسال کنید تخفیف ویژه می‌گیرید.
- مارکتینگ یعنی ایمیل‌های تکراری و پیشنهادهای مکرر مثل ثبت نام دوره‌های 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 ویزیتورها برای جذب مشتری. (درست است که رابطه تنگاتنگی بین آن‌ها است، اما این دو مفهوم‌هایی متفاوت هستند).
- مارکتینگ فقط برای کسب و کارهای بزرگ کاربرد دارد و آن‌هایی که کوچک یا تازه کار هستند به آن نیاز ندارند.
- بازاریابی چیست؟ تبلیغات سنتی. (روش‌های گوناگونی وجود دارد و تبلیغات سنتی تنها یکی از این راه‌ها است).
- شناخت مشتری و نیازهای او کار سختی نیست، پس نیازی به بازاریابی نداریم. (اگر فکر می‌کنید که بدون **تحقیقات بازاریابی** مشتریان خود و نیازهای آن‌ها را می‌شناسید، شما درگیر یک توهم هستید).
- برای انواع بازاریابی باید هزینه زیادی پرداخت کنیم. (ضرورت بازاریابی صرف هزینه‌های کلان نیست، بلکه با برنامه ریزی و بودجه بندی می‌توانید **مدیریت هزینه** داشته باشید).
- انواع مارکتینگ یعنی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی که جدیت و رسمیت کسب و کار را زیر سوال می‌برد و کاربران همه کم سن و سال هستند.
- مارکتینگ باید سریعاً جواب بدهد. (صبوری بسیار مهم است، نتایج روش‌های بازاریابی تدریجی ظاهر می‌شوند).

- براي مشتريان وفادار ديگر نيازي به بازاریابی نیست. (شما همواره بايد براي حفظ **مشتريان وفادار** خود تلاش كنيد. چون ممكن است در اولين فرصت به سراغ كسب و كار بهتري بروند. پس رابطه خود را با آن ها حفظ كنيد)
- اگر محصول خوب باشد، نيازي به ماركتينگ ندارد. (اشتباه ترين جمله همين است. ان هائي كه نميدانند بازاریابی چیست اين جمله را مي گویند. تنها كافي است به برندهائي مثل BMW و apple فكر كنيد كه همواره بازاریابی را در راس برنامه هاي خود دارند).
- بهترين روش هاي بازاریابی، پايين آوردن قيمت است.
- بازاریابی چیست؟ جذب مشتريان جديد! (ارزشمندترين مشتريان شما **مشتريان فعلي** و دائميان هستند و بايد به هر قيمتي براي حفظ آن ها تلاش كنيد).
- ابزارهاي قديمي ماركتينگ ديگر موثر نيستند.

برداشت های اشتباه از بازاریابی

۱. تبلیغات سرگرم کننده یا فریب دهنده!
۲. ایمیل های تکراری و پیشنهادهای مکرر
۳. استفاده از افراد معروف برای تبلیغات برند
۴. فقط برای کسب و کارهای بزرگ کاربرد دارد
۵. مشتریان وفادار نيازي به بازاریابی ندارند

اقيانوس آبي

OGHYANOOSEKAI.COM

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

انواع بازاریابی چیست ؟

انواع بازاریابی در دو دسته کلی سنتی و مدرن تقسیم بندی می شود که هر کدام چندین روش و تعاریف جداگانه ای دارند ولی در اصل اهداف همگی آن ها ارائه محصول به مشتری است.

تعریف بازاریابی سنتی

استفاده از روش های یک طرفه مانند تراکت، تبلیغات تلویزیونی، چاپ بنر و درج آگهی در روزنامه ها است. اگرچه این روش به دلایل مختلف و روی کار آمدن بازاریابی مدرن کمی منسوخ شده است، اما هنوز هم مزایای خاص خود را دارد. از جمله مزایای این بازاریابی عبارت است از:

- این روش تنها ابزار برقراری ارتباط با گروه ویژه ای از مصرف کنندگان می باشد: مثلا ممکن است مخاطب شما سالمندان باشند. به دلیل اینکه عده کمی از سالمندان از فضای اینترنتی استفاده می کنند این روش بهتر از روش مدرن است.
- بازاریابی تک به تک در بعضی موارد اثربخش ترین روش تبلیغ می باشد: هنوز هم در مواردی از جمله بیمه بازاریابی تک به تک و مستقیم بهترین روش بازاریابی می باشد.
- این روش ملموس تر از اینترنتی است: تقلید از روش های تبلیغ در این روش به سختی قابل انجام است.

بیشتر بخوانید: [انواع مارکتینگ چیست](#)

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

بازاریابی مدرن چیست؟

امروزه روش های بازاریابی جدید وسعت بیشتری پیدا کرده و شرکت ها می توانند محصولات خود را در محدوده وسیع تری به فروش برسانند. راه اندازی و **کمپین معرفی محصول جدید، بازاریابی محصولات** فعلی و فروش آن ها با استفاده از ابزارهای ارتباط جمعی مانند تلگرام، اینستاگرام، یوتیوب و سایت های اینترنتی را بازاریابی مدرن یا **دیجیتال مارکتینگ** می گویند. این نوع بازاریابی امروزه برای **افزایش فروش** بسیار رواج پیدا کرده است، چرا که هزینه های کمتری را برای صاحبان مشاغل دارد. این روش دارای مزایای بسیاری است از جمله:

- **کاهش هزینه ها**: در گذشته بازاریابی با استفاده از چاپ بنر، تراکت، درج آگهی در روزنامه ها و تبلیغات در تلویزیون بود. قطعاً این روش ها بسیار گران قیمت بودند و هزینه های زیادی را به شرکت تحمیل می کردند.
- **قابلیت شخصی سازی فراوان**: این مورد را با مثالی ساده برای شما توضیح می دهم: فرض کنید شما یک شرکت توزیع کننده وسایل آرایشی هستید، می خواهید چند نفر از کارمندان فعال خود را در عید نوروز به یک اردوی تفریحی ببرید به گونه ای که دیگر کارمندان مطلع نشوند، مسئول مربوطه می تواند، یک گروه تشکیل دهد و کارمندان مورد نظر را در گروه عضو کند و یا می تواند به تک تک آن ها پیامک ارسال نماید.
- **ارزیابی عملکرد شاخه های مختلف: بازاریابی دیجیتال** این خاصیت را دارد که شما از هر طریقی که اقدام کرده باشید می توانید هزینه های خود را ارزیابی نمایید. برای نمونه اگر در چند شبکه اجتماعی اقدام به راه اندازی کانال نموده باشید می توانید میزان مخاطبان جذب شده را ارزیابی نمایید، کانال های پر هزینه و کم سود را حذف کنید و کانال های مفید را نگه دارید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به **آقیانوس آبی** سر بزنید.

- **تعامل با مخاطب:** در بازاریابی سنتی شما فقط یک پیام برای مخاطب می فرستادید و ارتباطتان یک سوپیه بود. در روش مدرن ارتباط مخاطب و فروشنده دو سوپیه است. هم می توان برای مخاطب پیام ارسال کرد و هم از طرف وی پیام دریافت نمود.



آشنایی با رشته بازاریابی

همانگونه که در قسمت تاریخچه بیان شد درس بازاریابی از دهه 50 شمسی وارد دانشگاه های ایران شده است. دانشجویان این رشته با مفاهیم مختلف بازاریابی آشنا می شوند. از جمله موارد مهمی که در این رشته باید مورد توجه قرار گیرد یافتن بهترین کتاب بازاریابی که توسط افراد مطرح نگارش شده است می باشد. خرید کتاب بازاریابی در کنار جزوات دانشگاهی به دانشجو جهت موفقیت در آینده کمک شایانی خواهد کرد. از جمله مباحثی که دانشجوی رشته بازاریابی، در دانشگاه می آموزد تا او را تبدیل به یک بازاریاب موفق برای شرکت های بازاریابی در ایران نماید عبارت است از:

- رشته بازاریابی چیست: دانشجو باید با رشته ای که در آن تحصیل می کند به صورت کامل آشنا شود تا بتواند به یک بازاریاب موفق تبدیل شود.
- چگونه بازاریابی کنیم: این مبحث خود دارای بندهای مختلفی است از جمله یادگیری روش های راه اندازی یک بیزینس موفق، جایگاه یابی در بازاریابی، آشنایی با چارت فروش و بازاریابی، شاخه های [دیجیتال مارکتینگ](#) و...

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

- اهداف بازاریابی: یک دانشجوی بازاریابی باید با اهداف رشته خود و شغلش در آینده آشنا شود.
- آشنایی با شرکت های بازاریابی
- فلسفه بازاریابی
- کار بازاریابی: دانشجو باید با کار بازاریابی آشنا شود و بداند که هدف از این کار چیست؟ تا بتواند در آینده شروع به بازاریابی برای شرکت های بازاریابی نماید.
- خدمات بازاریابی خارجی: یک بازاریاب حرفه ای علاوه بر مطالب فوق باید با انواع خدمات بازاریابی خارجی آشنا شود. لازمه این کار هم تحقیق درباره بازاریابی و مطالعه تحقیقات بازاریابی نوین است.

مدیریت مارکتینگ چیست

مدیریت بازاریابی وظیفه تعیین اهداف، مدیریت استراتژیک و رسالت کلی شرکت را بر عهده دارد و باید با استراتژی کسب و کار همسو باشد. منظور از **مدیریت مارکتینگ** صرفاً فروش و تبلیغات ساده بلکه عبارت است از هماهنگ کردن اهداف شرکت با نیازهای بازار و به دست آوردن بهترین فرصت ها. ابعاد مدیریت بازاریابی به 3 بخش اصلی تقسیم می شود که شامل تقسیم بازار Segmentation، هدف گیری بازار Targeting و جایگاه یابی در بازار Positioning است. برای آشنایی بیشتر با این حوزه، حتما مقاله زیر را بخوانید:

بیشتر بخوانید: [مدیریت بازار یابی](#)

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

طرح بازاریابی چیست

نوشتن یک طرح بازاریابی به شما کمک می‌کند تا به مأموریت هر کمپین، شخصیت خریداران، بودجه، تاکتیک‌ها و پیام کمپین خود فکر کنید. با داشتن همه این اطلاعات، راحت تر در مسیر کمپین تبلیغاتی خود خواهید ماند و میتوانید موفقیت آن را اندازه گیری کنید.

برای نوشتن برنامه بازاریابی باید ابتدا مأموریت کسب و کار خود را بیان کنید و سپس KPI ها را برای این مأموریت تعیین کنید. شناسایی شخصیت خریداران، تعیین استراتژی های محتوایی، مشخص کردن بخش هایی که نمی خواهید روی آن ها تمرکز کنید، تعیین بودجه کمپین های تبلیغاتی، مشخص کردن و آنالیز رقبا و در آخر مشخص کردن تیم های اجرایی از مراحل بعدی نوشتن مارکتینگ پلن هستند.

بیشتر بخوانید: [طرح بازاریابی](#)

استراتژی بازاریابی چیست

استراتژی بازاریابی شیوه ای برای پیدا کردن مشتریان بالقوه و تبدیل آنها به مشتریانی است که برای کالاها و خدمات سازمان پول پرداخت می کنند. در واقع برنامه جامعی است که به ویژه برای دستیابی به اهداف فروش سازمان تدوین شده است. [چهار p بازاریابی](#) به سازمان کمک می کند تا منابع کمیاب خود را بر روی بهترین فرصت های ممکن متمرکز کند تا افزایش فروش موفقی را رقم بزند. توجه کنید که استراتژی بازاریابی با طرح بازاریابی متفاوت است.

بیشتر بخوانید: [استراتژی بازاریابی](#)

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



مدل بازاریابی چیست

مدل های بازاریابی جهت نظم دهی به ساختار فکری مدیر کاربرد دارند. بازاریاب ها و مدیران باید از انواع مدل های بازاریابی استفاده کنند تا به نتیجه مطلوب در حوزه بازاریابی دست یابند. مدل بازاریابی مانند یک راهنما عمل می کنند. به این صورت که شما اطلاعات لازم را در آن ها وارد می کنید، هر یک از مدل های بازاریابی بر اساس ساز و کار مشخصی که دارد اطلاعات را ارزیابی و نتیجه را به شما اعلام می کند و شما می توانید پس از ارزیابی های لازم تصمیم گیری نمایید.

[بیشتر بخوانید: مدل های بازاریابی](#)

روش های بازاریابی

هر کسب و کاری باید بهترین روش های بازاریابی را برای خود پیدا کند، چون فقط در این صورت است که می تواند فروش خود را افزایش دهد. به بیان ساده، روش بازاریابی هر کاری است که برای ایجاد کسب و کار جدید یا افزایش شهرت و دیده شدن شرکت خود انجام می دهید. روش های بازاریابی مختلفی هم به صورت آنلاین و هم آفلاین وجود دارد. نمونه های اصلی آفلاین شامل نمایشگاه های تجاری، شبکه سازی و مکالمه های حضوری است. تکنیک های آنلاین کلیدی شامل وب سایت یک شرکت، تلاش های مداوم برای بهینه سازی موتور جستجو (SEO) و وبینارهای صنعتی است.

[بیشتر بخوانید: روش های بازاریابی](#)

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

اصول بازاریابی چیست

به قوانین و قواعدی که هر فردی در زمینه **بازاریابی** بدان نیازمند است اصول بازاریابی می‌گویند. 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 می‌گویند.

بیشتر بخوانید: [اصول بازاریابی](#)

اگر زمان کافی ندارید، می‌توانید مقاله مارکتینگ چیست pdf را از طریق باکس آبی انتها دانلود کرده و بعداً مطالعه کنید.

سوالات متداول در زمینه بازاریابی

0. بازاریاب کیست؟

بازاریاب یعنی چه؟ marketer کسی است که محصول یا خدماتی را به مشتری معرفی می‌کند و او را متقاعد می‌کند تا از آن محصولات یا خدمات استفاده کنند. از وظایف بازاریاب می‌توان به تجزیه و تحلیل بازار و تحقیق درباره رقبا، ایجاد روابط پایدار و موثر با مشتریان و **طراحی کمپین‌های تبلیغاتی** برای جایگزینی روش‌های تبلیغات قبلی اشاره کرد.

1. آیا برندسازی و تبلیغات یعنی بازاریابی؟

برندسازی و تبلیغات دو زیرمجموعه جدانشدنی بازاریابی موفق هستند و به پیش‌برد صحیح اهداف آن کمک خواهند کرد. به طور کلی اهداف بازاریابی به دو دسته کلی تقسیم می‌شود: معرفی برند و

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

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 بازاریابی هستند.



2. بازاریابی داخلی چیست؟

این نوع بازاریابی یکی از جالب‌ترین روش‌های فروش می‌باشد. در این روش شرکت به جای فروش محصولات خود به دیگران محصولات خود را ارتقا داده و به کارمندان خود می‌فروشد. این روش یکی از بهترین روش‌های بازاریابی می‌باشد، چرا که کارمندان خود مصرف‌کنندگان اولیه محصولات بوده‌اند و با کیفیت آن آشنا شده‌اند. اگر محصول مشکلی داشته باشد به بخش تولید اعلام می‌نمایند تا مشکلات آن برطرف شده و خروجی محصولی با کیفیت باشد. در این روش مشتری بیرونی می‌تواند، علاوه بر ارتباط با واحد خدمات مشتری با کارمندان سایر بخش‌ها هم به صورت‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی و ... در ارتباط باشد.

3. بازاریابی فردی چیست؟

در این نوع بازاریابی، شرکت محصولات خود را به صورت سفارشی برای مشتریان دائمی و بالقوه خود می‌فرستد. در اصل هدف اصلی بازاریابی فردی تطبیق محصولات خود با نیازها، علایق و شخصیت مشتری است. یعنی اینکه برای هر مشتری محصول خاص او را می‌فرستد.

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

بهترین مثال تبلیغات فردی اینستاگرام است. مثلا شما در مورد آموزش طراحی سایت سرچ می کنید و الگوریتم های اینستاگرام در آینده سعی می کنند تا موضوعات طراحی وب سایت را بیشتر به شما پیشنهاد کنند.

انواع روش های بازاریابی فردی چیست؟

- **تبلیغات شخصی سازی شده:** مثلا یک مشتری که چندین بار لوازم کامپیوتر خریده است، ممکن است تبلیغات بیشتری در مورد مدل جدید موس و کیبورد دریافت کند.
- **پیشنهاد شخصی سازی شده:** ابزارهای آنلاین آنالیز رفتار کاربر، می توانند افرادی که قصد خرید محصولی را داشته اند اما نخریده اند شناسایی کرده و پیشنهادهای مشابه را به صورت پاپ آپ یا ایمیل برای او ارسال کنند تا تشویق به خرید شود.
- **ایمیل مارکتینگ:** اگر کسب و کارها توسط وب سایت و یا فرم های دستی جمع اوری اطلاعات، ایمیل مشتریان را بگیرند و بر اساس نیاز و علایقشان دسته بندی کنند، می توانند با ارسال پیام های شخصی و اشاره به نام آن ها و ارسال تخفیف ها و جشنواره ها آن ها را به خرید دعوت کنند.
- **اجرای برنامه های وفادارسازی مشتری:** از آنجا که پیدا کردن مشتری جدید بسیار گرانتر از متقاعد کردن مشتریان فعلی به خرید است، کسب و کارها با ارائه پیشنهادات و برنامه های ویژه برای مشتریان قبلی، آنها را به خرید تشویق می کنند.

4. بازاریابی خدمات چیست؟

بازاریابی خدمات مبتنی است بر رابطه ها و ارزش ارائه شده است، یعنی کسب و کار به مشتریان خود چیزی را ارائه می دهد که در واقع بیشتر یک ارزش است تا یک جسم فیزیکی. بازاریابی خدمات شامل بازاریابی کسب و کار های b2b و b2c می شود، یعنی آن دسته از کسب و کارهایی که به جای ارائه

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

کالا، خدماتی را ارائه می دهند. امروزه با محبوب شدن خدمات در اقتصاد جهانی، مسئله بازاریابی خدمات تبدیل به موضوعی پر اهمیت شده است. برای آشنایی با تکنیک های بازاریابی خدمات حتما مقاله زیر را بخوانید:

بیشتر بخوانید: [بازاریابی خدمات](#)

5. بازاریابی فروش چیست؟

شاید بهتر باشد که بازاریابی را از فروش تفکیک کنیم، چرا که بازاریابی به معنای تبلیغ و معرفی محصول به مخاطبان و یافتن مشتری واقعی است. فروش بخش مرتبط با مشتریان واقعی می باشد. در صورتی که تیم بازاریابی و تیم فروش از یکدیگر مجزا باشد و به گونه ای باشند که یکدیگر را تکمیل نمایند قطعا شرکت فروشی موفق را خواهد داشت. بازاریابی کار آسانی نیست. اگر از روش های صحیح استفاده گردد مشتریان زیادی جذب و فروش شرکت افزایش خواهد یافت.



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

6. بازاریابی حضوری چیست؟

یکی از انواع **بازاریابی مستقیم**، **بازاریابی حضوری** است که برای معرفی محصول یا خدمات با هدف فروش به مشتری انجام می شود. در این روش بازاریابان به صورت مستقیم با مشتریان ملاقات می کنند تا آنان را ترغیب به خرید کنند. به هنگام بازاریابی حضوری ممکن است بازاریابان این اشتباه را انجام دهند که تنها خودشان صحبت کنند و به مشتری اجازه صحبت ندهند. در بازاریابی حضوری علاوه بر هنر سخنوری باید به مشتری نیز اجازه دهیم تا صحبت کند و نیازهای خود را عنوان کند.

7. بازاریابی ورزشی چیست؟

در این نوع بازاریابی ما با دو مفهوم رو به رو هستیم. مفهوم اول: فروش محصول و خدمات ورزشی. دوم: فروش محصول و خدمات غیر ورزشی. در این نوع از بازاریابی هم مانند سایر روش های بازاریابی هدف رسیدن خدمات و محصولات مرتبط و یا غیر مرتبط با ورزش به دست مصرف کننده است.

8. خدمات بازاریابی خارجی چیست؟

بازاریابی علاوه بر داخل در خارج از کشور هم قابل انجام است. برخی از شرکت های معتبر که در تولید محصولات با کیفیت شهره هستند، علاوه بر تولید برای داخل کشور اقدام به صادرات محصولات خود به خارج از کشور هم می نمایند. قطعا ورود به بازار های بین المللی و جذب مشتری واقعی کار بسیار مشکلی است. جهت این کار آشنایی با کلیه مطالب مرتبط درباره بازاریابی بین المللی الزامی می باشد. قبل از همه چیز باید تحقیقات لازم در رابطه با بازار مورد نظر، مشتریان هدف، کشورهای هدف و ... صورت پذیرد سپس اقدام به صادرات صورت پذیرد.

9. بازاریابی عصبی چیست؟

بازاریابی عصبی به منظور انتقال پیام های بازاریابی به شکلی بهتر به دیگران با هدف افزایش احتمال خرید در آن ها است. کسب و کارها می توانند با اجرای درست بازاریابی عصبی، هزینه تبلیغات و بازاریابی خود را کاهش دهند. در بازاریابی عصبی کسب و کارها از تکنیک هایی استفاده می کنند که مخاطب خود را تحت تاثیر قرار داده و احساسات فردی و پاسخ های مغزی او را به سمت خرید سوق دهند.

10. بازاریابی ارتباطی چیست؟

بازاریابی ارتباطی برای ایجاد روابط معنادارتر با مشتریان انجام می شود تا از رضایت بلند مدت مشتریان و وفاداری آن ها به برند اطمینان حاصل شود. بازاریابی ارتباطی که با نام های بازاریابی رابطه ای و بازاریابی رابطه مند نیز شناخته می شود، برای روابط کوتاه مدت یا فروختن نیست، بلکه یکی از انواع بازاریابی است که بر خوشحال کردن مشتریان برای مدت طولانی تمرکز دارد.

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

 AGHYANOOSE 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 [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

جمع بندي

بازاريابي چيست؟ به جرات مي توان گفت **بازاريابي بهترين روش جذب مشتري است**. شركت هاي معتبر و مطرح ايراني و جهاني با تبليغات صحيح و مستمر توانسته اند بازار را در دست بگيرند. اگر شركتي بخواهد يك بيزينس موفق راه اندازي كند بايد با يك شركت بازيابي معتبر وارد همكاري شود. تا زماني كه تبليغات صورت نپذيرد و محصول به مخاطب معرفي نشود امكان جذب مشتري واقعي بسيار اندك است.

با اينكه بازيابي در كشورهاي پيشرفته سال ها است كه صورت مي گيرد، اما در ايران تقريبا حرفه اي جوان است. در صورتي كه آموزش هاي صحيح در اين حيطه صورت پذيرد و افراد حرفه اي پرورش پيدا كنند اين حرفه بسيار سودآور است و منجر به پيشرفت كشور مي شود. چرا كه اين حرفه افراد را ترغيب به خريد محصولات با كيفيت و توليد داخلي مي كند. اميدواريم اين مقاله بازيابي **شركت اقيانوس آبي** براي شما مفيد بوده باشد.