

اصول بازاریابی

آشنایی با اصول بازاریابی

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

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 ۶۰۰ 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 همگان امکان پذیر نیست. در ادامه این مطلب از **گروه اقیانوس 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 ۱۰ 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 ۱۰ تا از اصول بازاریابی آشنا می شوید:

۱. 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.

۲. انجام تحقیقات لازم در بازار

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 اصول بازاریابی می باشد، به همین دلیل متخصصان هزینه های بسیاری صرف بخش تحقیقات می کنند.

۳. 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.

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

يعني شما پس از آنکه جنس، سن، شغل و ... را به درستي مشخص نموديد بايد بخشي را که از مشتريان آن مطمئن هستيد جهت فروش محصول خود انتخاب کنيد. قطعا محصول را نمي توان به همه فروخت و يا همه نيازمندها محصول شما نيستند. پس بايد مشتري واقعي را پيدا کنيد.

۴. رفتار مصرف کننده را بشناسيد.

اصول بازاریابی در شناخت رفتار مصرف کننده و انواع مشتریان به شما کمک می کند. رفتار مصرف کننده از ۵ مرحله تشکیل شده است که شامل:

۱. ايجاد مشکل يا نياز
۲. جستجو در بازار و به دست آوردن اطلاعات جهت حل مشکل
۳. مقايسه گزینه هايي که موجود هستند
۴. اقدام جهت خريد کردن
۵. ارزيابي بعد از خريد

شما بايد کاملا با اصول بازاریابی آشنایی داشته باشید تا بتوانید بر مشتری اثر بگذارید و او از بين تمامی گزینه های موجود شما را انتخاب کند. خصوصا مرحله سوم و پنجم در جذب و ترغيب مشتری جهت خريد بسيار مهم هستند، اگر اين دو مرحله به درستي اجرا شوند می توانند سبب ماندگاری مشتری گردند.

۵. تهيه برنامه بازاریابی

اصول بازاریابی شامل دو مورد بسيار مهم است: طرح توجیهی و برنامه بازاریابی. برنامه بازاریابی سبب می شود که شما به تمامی مراحل کاری خود از جمله اهداف، محصول يا خدمتی که

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



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 قطعاً می توانید فرصت ها را بشناسید و راهی برای مقابله با تهدیدهای رقبا پیدا کنید.

۶. تعیین ps۴

ممکن است که شما مجبور شوید به یک مأموریت مخفی بروید. شما باید از رقبا خود اطلاعاتی را جهت یادگیری جمع آوری کنید. البته جمع آوری اطلاعات به معنی کپی برداری نیست، چرا که کپی برداری کاملاً مخالف با قوانین و اصول بازاریابی است. ۴ P بازاریابی یعنی، product, price, promotion, place عبارتند از:

۱. **خدمت یا محصول (product)** این بخش یک توصیف صحیح از خدمت یا محصول شما ارائه می دهد و ویژگی های آن را به خوبی بیان می کند.
۲. **مکان (place)** به مکانی که محصول شما فروخته می شود و یا خدمت شما ارائه می گردد همچنین روش فروش و توزیع شما اشاره می کند.
۳. **قیمت گذاری (price)** این بخش بسیار حساس و در عین حال می تواند بسیار آزاردهنده باشد، خصوصاً اگر محصول شما مخصوص فصل خاصی از سال است و شما بخواهید که دوره های فروش را کمی طولانی کنید.

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

۴. **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.

۷. رسانه هاي اجتماعي و روابط عمومي

اصول بازاریابی با **ارتباط با مشتری** های بالقوه میسر خواهد بود. ممکن است مواردی مانند نام تجاری شرکت، تصویر برند شرکت و نحوه ارتباط آن با مشتریان در بخش روابط عمومی به خوبی مشهود باشد.

انجمن بازاریابی آمریکا روابط عمومی را اینگونه تعريف مي كند: روابط عمومي به نوع مدیریت اشاره دارد که می خواهد با کمک تبليغات و ساير روش هاي غير پرداختي بر عقايد و احساسات خريداران، مشتريان بالقوه و يا سهامداران اثر بگذارد.

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

۸. تعیین بودجه بازاریابی

اصول بازاریابی اینگونه نیست که شما فقط بخش مربوط به روابط عمومی و بازاریابی داشته باشید. تمامی موارد مرتبط با تبليغ و معرفی محصول نیازمند هزینه می باشد، اما شما باید هزینه هایی

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

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 مشاغل 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.

۹. عملکرد خود را اندازه گیری کنید.

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

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.

۱۰. ارزیابی رضایت و وفاداری مشتری

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



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.

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.

در ادامه این مطلب از **مجله اقیانوس آبی** تعدادی از مهم ترین استراتژی های بازاریابی اینترنتی را مورد بررسی قرار می دهیم:

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



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.
۲. **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.
۳. **سرمایه گذاری بر روی محتواهای دائمی:** برای اینکه تلاش 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 ۳۳ درصد از کسب و کارهای موفق بر روی محتواهای دائمی سرمایه گذاری کرده اند.
۴. **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 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 برندتان در رسانه های اجتماعی

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



- 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 برای محصولات و خدمات سایر شرکت ها می باشد.

جمع بندی

قطعا برای انجام هر کاری خصوصا کارهایی که مستقیم با خود مشتری سر و کار داریم نیازمند یادگیری قوانین ارتباط با مشتری هستیم. عده ای هستند که تنها عوامل جذب مشتری را کیفیت و قیمت محصول می دانند، اما اینطور نیست.

اهمیت کیفیت و قیمت بعد از اهمیت **مارکتینگ** است. مشتری اول باید پیدا شود تا بعد بتواند از کیفیت و قیمت محصول شما آگاه شود. لازمه این آگاهی آشنایی با اصول بازاریابی است.

امیدواریم این مطلب توانسته باشد به شما درک اصول اولیه بازاریابی کمک کند.

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