



بازاریابی چیست؟ همه چیز درباره مارکتینگ

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



بازاریابی به معنای استراتژی ارتباط موثر بین مشتری و فروشنده برای ایجاد ارزش و جذب مشتری است و نقش کلیدی در موفقیت کسب‌وکارها دارد. داشتن یک سیستم بازاریابی قوی باعث می‌شود که مشتریان شما را با دید رشد و توسعه ببینند و به شما اعتماد کنند.

بدون بازاریابی، کسب‌وکارها به تدریج از مسیر رشد خارج خواهند شد. با گروه اقیانوس آبی همراه شوید تا نگاهی دقیق‌تر به مفهوم بازاریابی، باورهای نادرست درباره آن و اهمیتش بیندازید؛ چرا که تا زمانی که بازاریابی و نقش آن را نشناسید، در مسیر موفقیت قرار نخواهید گرفت.

پیش از ورود به مفهوم بازاریابی، باید بدانیم که ترجمه اشتباه واژه *marketing* و برداشت نادرست مدیران از این مفهوم، چالش‌های زیادی ایجاد کرده است. درک درست بازاریابی به عنوان مدیریت بازار و شناخت نیازهای مشتریان می‌تواند شما را در صنعت خود به فردی پیشرو تبدیل کند. این درک صحیح می‌تواند به یک مزیت رقابتی مهم و مؤثر برای رشد کسب‌وکار شما بدل شود.

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

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

تعریف بازاریابی

بازاریابی به تمام فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که یک کسب‌وکار برای معرفی، تبلیغ و فروش محصولات یا خدمات خود انجام می‌دهد. این فرآیند شامل شناسایی مشتریان ایده‌آل، آشنایی با نیازهای آن‌ها و جلب توجه آن‌ها به محصول یا خدمات است.

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

بازاريابي با استفاده از عناصر “آميخته بازاریابی” يا همان چهار P (محصول، قيمت، مكان و تبليغ)، هدف خود را برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان و جذب آن‌ها به كسب‌وکار قرار می‌دهد. استراتژی‌های بازاریابی اختصاصی به هر كسب‌وکار كمك می‌كند تا در بازار رقابتي به شكلي خلاقانه و مؤثر حضور داشته باشد.

– بهترین تعريف بازاریابی از فيليپ كاتلر، پدر بازاریابی

فيليپ كاتلر بازاریابی را هنر و علمي برای كشف و خلق ارزش می‌داند كه هدف آن تأمين نیازهای بازار هدف و كسب سود است. بازاریابی با شناسایی نیازهای تأمين‌نشده، تعريف بازار هدف، ارزیابی پتانسیل سود و انتخاب بخش‌های سودآور، محصولات و خدمات مناسب را طراحی و معرفی می‌كند تا به ایجاد ارتباطی مؤثر با مشتریان منجر شود.

– تعريف بازاریابی از نگاه انجمن بازاریابی آمریکا

انجمن بازاریابی آمریکا بازاریابی را به‌عنوان مجموعه‌ای از روش‌ها و فرآیندهایی تعريف می‌كند كه هدف آن ارتباط و انتقال ارزش به مشتریان، ذینفعان و جامعه است. این فرآیند شامل ایجاد و ارائه پیشنهاداتی است كه برای مشتریان و بازار هدف دارای ارزش باشد و نیازهای آن‌ها را برآورده كند.

– بازاریابی چیست از نگاه متخصصین ماركتینگ

از دیدگاه متخصصین، بازاریابی هنر ایجاد ارتباط مؤثر بین مشتریان و محصولات است كه هدف آن افزایش فروش و حفظ مشتریان با ارزش است. **پيتر دراكر** بازاریابی را ابزاری برای افزایش فروش می‌داند و جفري فاكس بر كسب سود و جذب مشتریان فوق‌العاده تأكيد دارد.

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



تام آساگر و جیسون فالز بازاریابی را فرآیندی برای راهنمایی خرید و خلق پیام‌های موثر می‌دانند. به بیان سث گودین، بازاریابی وعده‌ای بزرگ برای ارائه ارزش بیشتر است، و در نهایت هدف آن، برآورده ساختن نیازها و خواسته‌های مصرف‌کننده است.

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 می‌کنید و در پی ایجاد یک **نیچ مارکت** برای فروش بیشتر هستید مزیت‌های 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 می‌شود، بلکه افزایش فروش و رشد کسب و کارتان را نیز به دنبال خواهد داشت.

۱. اطلاع رسانی به مخاطب

با مارکتینگ درست شما مخاطبان خود را از وجود محصولی که می‌تواند مشکل آن‌ها را حل کند باخبر می‌کنید. همچنین هر اطلاع اضافی که مخاطبان شما درباره برند و محصول و خدماتتان می‌خواهند را می‌توانید با بازار یابی در اختیارشان بگذارید. به نظر شما اگر بازاریابی نکنید، مشتری بالقوه چطور می‌تواند از وجود محصول شما باخبر شود؟

۲. شناخت مشتری با بازاریابی درست

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

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.

۳. 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.

۴. 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.

۵. 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 تجارتان می شود.

تاریخچه بازاریابی

بازاریابی چیست؟ یک علم تقریباً کهن است و می توان 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 دانشگاه های آمریکا تدریس می شد. **تاریخچه بازاریابی در ایران** به دهه ۵۰ شمسی باز می گردد.

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

دکتر عبدالحمید ابراهیمی برای اولین بار درس بازاریابی را وارد دانشگاه های ایران کرد. در سال ۱۳۹۰ نیز انجمن علمی بازاریابی به منظور ارتقا علمی دانش بازاریابی و افزایش سواد نیروهای متخصص تشکیل گردید.

برداشت های اشتباه در مورد بازاریابی

بازاریابی به فعالیت هایی اطلاق می شود که یک شرکت برای ترویج خرید یا فروش یک محصول یا خدمات انجام می دهد. متخصصانی که در بخش بازاریابی و تبلیغات یک شرکت کار می کنند، به دنبال جلب توجه مخاطبان بالقوه کلیدی از طریق **انواع تبلیغات** هستند.

اکثر مدیران از مارکتینگ و اینکه بازاریابی چیست برداشت های اشتباه دارند. این موضوع باعث می شود آن را اشتباه انجام داده یا اصلا انجام ندهند و به کسب و کار خود زیان های بسیاری وارد کنند. برای این که شما جزء آن دسته از مدیران نباشید، پیشنهاد می کنیم حتما تعاریف و برداشت های اشتباه از بازاریابی را مطالعه کنید:

- بازاریابی یعنی تبلیغات سرگرم کننده یا فریب دهنده!
- بازاریابی چیست: تبلیغات تکراری و خسته کننده!
- فروشندگانی که می خواهند سریعاً کالایشان را بخریم از روش های بازار یابی استفاده می کنند. مثل تبلیغات تلویزیون که اگر در همان لحظه پیامک ارسال کنید تخفیف ویژه می گیرید.
- مارکتینگ یعنی ایمیل های تکراری و پیشنهاد های مکرر مثل ثبت نام دوره های 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

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

- بازار یابی و فروش همیشه با هم هستند، مثل نوع برخورد ویزیتور ها برای جذب مشتری. (درست است که رابطه تنگاتنگی بین آن ها است، اما این دو مفهوم هایی متفاوت هستند.)
- مارکتینگ فقط برای کسب و کارهای بزرگ کاربرد دارد و آن هایی که کوچک یا تازه کار هستند به آن نیاز ندارند.
- بازاریابی چیست؟ تبلیغات سنتی. (روش های گوناگونی وجود دارد و تبلیغات سنتی تنها یکی از این راه ها است.)
- شناخت مشتری و نیازهای او کار سختی نیست، پس نیازی به بازاریابی نداریم. (اگر فکر می کنید که بدون **تحقیقات بازاریابی** مشتریان خود و نیازهای آنها را می شناسید، شما درگیر یک توهم هستید.)
- برای انواع بازاریابی باید هزینه زیادی پرداخت کنیم. (ضرورت بازار یابی صرف هزینه های کلان نیست، بلکه با برنامه ریزی و بودجه بندی می توانید مدیریت هزینه داشته باشید.)
- انواع مارکتینگ یعنی فعالیت در شبکه های اجتماعی که جدیت و رسمیت کسب و کار را زیر سوال می برد و کاربران همه کم سن و سال هستند.
- مارکتینگ باید سریعاً جواب بدهد. (صبوری بسیار مهم است، نتایج روش های بازاریابی تدریجی ظاهر می شوند.)
- برای مشتریان وفادار دیگر نیازی به بازاریابی نیست. (شما همواره باید برای حفظ **مشتریان وفادار** خود تلاش کنید. چون ممکن است در اولین فرصت به سراغ کسب و کار بهتری بروند. پس رابطه خود را با آن ها حفظ کنید)
- اگر محصول خوب باشد، نیازی به مارکتینگ ندارد. (اشتباه ترین جمله همین است. ان هایی که میدانند بازاریابی چیست این جمله را می گویند. تنها کافی است به برندهایی مثل BMW و apple فکر کنید که همواره بازاریابی را در راس برنامه های خود دارند.)

- بهترين روش هاي بازاریابی، پايين آوردن قيمت است.
- بازاریابی چيست؟ جذب مشتريان جديد! (ارزشمندترين مشتريان شما **مشتريان فعلي** و دائميتان هستند و بايد به هر قيمتي براي حفظ آن ها تلاش كنيد).
- ابزارهاي قديمی ماركتینگ ديگر موثر نيستند.

انواع بازاریابی چيست؟

انواع بازاریابی در دو دسته كلي سنتی و مدرن تقسيم بندي می شود كه هر کدام چندین روش و تعاریف جداگانه ای دارند ولی در اصل اهداف همگی آن ها ارائه محصول به مشتری است.

–تعريف بازاریابی سنتی

استفاده از روش های يك طرفه مانند تراكت، تبليغات تلویزیونی، چاپ بنر و درج آگهی در روزنامه ها است. اگرچه اين 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 اين 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 دليل 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 ترين روش تبليغ 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:** تقليد از روش های تبليغ در این روش به سختی قابل انجام است.

–بازاریابی مدرن چيست؟

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

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. قطعا 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، مسؤل 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، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

- **تعامل با مخاطب:** در بازاریابی سنتی شما فقط یک پیام برای مخاطب می فرستادید و ارتباطتان یک سویه بود. در روش مدرن ارتباط مخاطب و فروشنده دو سویه 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 ۵۰ 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 دانشجوی 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:** دانشجوی 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...
- **اهداف بازاریابی:** یک دانشجوی بازاریابی باید با اهداف رشته خود و شغلش در آینده آشنا شود.
- **آشنایی با شرکت های بازاریابی**
- **فلسفه بازاریابی**

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

- **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 ۳ 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:

طرح بازاریابی چیست؟

نوشتن یک طرح بازاریابی به شما کمک می‌کند تا به ماموریت 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 **ماموریت کسب و کار** خود را بیان کنید و سپس KPI ها را برای این ماموریت تعیین کنید. شناسایی شخصیت خریداران، تعیین استراتژی های محتوایی، مشخص

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



کردن بخش هایی که نمی خواهید روی آن ها تمرکز کنید، تعیین بودجه کمپین های تبلیغاتی، مشخص کردن و آنالیز رقبای و در آخر مشخص کردن تیم های اجرایی از مراحل بعدی نوشتن مارکتینگ پلن هستند.

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.

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.

روش های بازاریابی

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

هر کسب و کاری باید بهترین روش های بازاریابی را برای خود پیدا کند، چون فقط در این صورت است که می‌تواند 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.

اصول بازاریابی چیست؟

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.

سوالات متداول در زمینه بازاریابی

در ادامه یک سری از سوالات متداولی که در زمینه بازاریابی ممکن است برای هر کسب و کاری پیش بیاید آورده شده استک

۵. بازاریاب کیست؟

بازاریاب یعنی چه؟ marketer کسی است که محصول یا خدماتی را به مشتری معرفی می کند و او را متقاعد می کند تا از آن محصولات یا خدمات استفاده کنند. از وظایف بازاریاب می توان به تجزیه

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

و تحليل بازار و تحقيق درباره رقبا، ايجاد روابط پايدار و موثر با مشتريان و **طراحي كمپين هاي تبليغاتي** براي جايجزيني روش هاي تبليغات قبلي اشاره كرد.

۱. آيا برندسازي و تبليغات يعني بازاریابی؟

برندسازي و تبليغات دو زير مجموعه جدانشدني بازاریابی موفق هستند و به پيش برد صحيح اهداف آن كمك خواهند كرد. به طور كلي اهداف بازاریابی به دو دسته كلي تقسيم مي‌شود: معرفي برند و فروش. زماني كه ما در حال تبليغ يك محصول هستيم، پيام مورد استفاده براي تبليغ به نوعي معرف برند است. به همين دليل مي‌توان گفت برندسازي و تبليغات دو اصل جدانشدني از بازار يابي هستند.

۲. بازاریابی داخلی چیست؟

اين نوع بازاریابی يكي از جالب ترين روش هاي فروش مي باشد. در اين روش شركت به جاي فروش محصولات خود به ديگران محصولات خود را ارتقا داده و به كارمندان خود مي فروشد. اين روش يكي از بهترين روش هاي بازاریابی مي باشد، چرا كه كارمندان خود مصرف كنندگان اوليه محصولات بوده اند و با كيفيت آن آشنا شده اند.

اگر محصول مشكلي داشته باشد به بخش توليد اعلام مي نمايند تا مشكلات آن بر طرف شده و خروجي محصولي با كيفيت باشد. در اين روش مشتري بيروني مي تواند، علاوه بر ارتباط با واحد خدمات مشتري با كارمندان ساير بخش ها هم به صورت هاي مختلف در شبكه هاي اجتماعي و ... در ارتباط باشد.

۳. بازاریابی فردی چیست؟

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

در اين نوع بازاریابی، شرکت محصولات خود را به صورت سفارشی برای مشتریان دائمی و بالقوه خود می فرستد. 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 می فرستد.

بهترین مثال تبلیغات فردی اینستاگرام است. مثلاً 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:** مثلاً 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.

۴. بازاریابی خدمات چیست؟

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



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 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:

۵. 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.

۶. 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.

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

در بازاریابی حضوری علاوه بر هنر سخنوری باید به مشتری نیز اجازه دهیم تا صحبت کند و نیازهای خود را عنوان کند.

۷. 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 روش‌های بازاریابی هدف رسیدن خدمات و محصولات مرتبط و یا غیر مرتبط با ورزش به دست مصرف کننده است.

۸. خدمات بازاریابی خارجی چیست؟

بازاریابی علاوه بر داخل در خارج از کشور هم قابل انجام است. برخی از شرکت‌های 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 می‌نمایند.

قطعا ورود به بازارهای بین‌المللی و جذب مشتری واقعی کار بسیار مشکلی است. جهت این کار آشنایی با کلیه مطالب مرتبط درباره بازاریابی بین‌المللی الزامی می‌باشد. 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.

۹. بازاریابی عصبی چیست؟



بازاریابی عصبی به منظور انتقال پیام های بازاریابی به شکلی بهتر به دیگران با هدف افزایش احتمال خرید در آن‌ها است. کسب و کارها می‌توانند با اجرای درست بازاریابی عصبی، هزینه تبلیغات و بازاریابی خود را کاهش دهند.

در بازاریابی عصبی کسب و کارها از تکنیک‌هایی استفاده می‌کنند که مخاطب خود را تحت تاثیر قرار داده و احساسات فردی و پاسخ‌های مغزی او را به سمت خرید سوق دهند.

۱۰. بازاریابی ارتباطی چیست؟

بازاریابی ارتباطی برای ایجاد روابط معنادارتر با مشتریان انجام می‌شود تا از رضایت بلند مدت مشتریان و وفاداری آن‌ها به برند اطمینان حاصل شود.

بازاریابی ارتباطی که با نام‌های بازاریابی رابطه‌ای و بازاریابی رابطه‌مند نیز شناخته می‌شود، 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 می‌دانید که بازاریابی چیست و چرا انقدر برای کسب و کارتان مفید است، بهتر است هر چه سریع‌تر شروع کنید:

جمع بندی

بازاریابی چیست؟ به جرات می‌توان گفت **بازاریابی بهترین روش جذب مشتری است**. شرکت‌های معتبر و مطرح ایرانی و جهانی با تبلیغات صحیح و مستمر توانسته‌اند بازار را در دست بگیرند.

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

اگر شرکتي بخواهد يك بيزينس موفق راه اندازي کند بايد با يك شرکتي بازاریابی معتبر وارد همکاری شود. تا زمانی که تبلیغات صورت نپذیرد و محصول به مخاطب معرفی نشود امکان جذب مشتری واقعی بسیار اندک است.

با اینکه بازاریابی در کشورهای پیشرفته سال ها است که صورت می گیرد، اما در ایران تقریباً حرفه ای جوان است. در صورتی که آموزش های صحیح در این حیطه صورت پذیرد و افراد حرفه ای پرورش پیدا کنند این حرفه بسیار سودآور است و منجر به پیشرفت کشور می شود.

چرا که این حرفه افراد را ترغیب به خرید محصولات با کیفیت و تولید داخلی می کند. امیدواریم این مقاله از مطالب **مجله گروه اقیانوس آبی** برای شما مفید بوده باشد.