

خُسامِ کُندُو دِ حُورِ مِ  
و مایه

که دل زانهاش حُسنِ مردانه



راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۳)

# مارکتینگ به بیان ساده

---

تألیف و گردآوری:

علیرضا صدر محمدی

دارای بورس تخصصی در تبلیغات بین‌المللی

**سپت**  
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات



## مارکتینگ به بیان ساده

تألیف و گردآوری: علیرضا صدر محمدی

---

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:

محمد کیائی

طراحی جلد و صفحه‌ها: آتلیه‌ی شرکت سیت

مدیر اجرایی: فیروزه یآوری

ویراستار: اسماعیل تباک

صفحه‌آرایی: مجید اسماعیلی

لیتوگرافی: طیف‌نگار

چاپ و صحافی: طیف‌نگار

ناشر: سیت

---

چاپ چهارم: بهار ۱۳۹۴

چاپ سوم: زمستان ۱۳۸۹

چاپ دوم: بهار ۱۳۸۶

چاپ نخست: زمستان ۱۳۸۳

۲۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-964-94206-6-0

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۴۲۰۶-۰-۰

---

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

[www.citehpub.com](http://www.citehpub.com)

سرشناسه	: صدر محمدی، علیرضا، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: مارکتینگ به بیان ساده/ تالیف و گردآوری علیرضا صدرمحمدی؛ ویراستار اسماعیل تباک.
وضعیت ویراست	: ویراست ۳
مشخصات نشر	: تهران: سیته، ۱۳۹۴.
چاپ چهارم	: بهار ۱۳۹۴.
چاپ سوم	: زمستان ۱۳۸۹.
چاپ دوم	: بهار ۱۳۸۶.
چاپ اول	: زمستان ۱۳۸۳.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۲ص:جدول؛ ۱۷×۱۱س.م.
فروست	: راهکارهای تبلیغات و بازاریابی؛ ۳.
شابک	: ۰-۶-۹۴۲-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: بازاریابی -- مدیریت
شناسه افزوده	: تباک، اسماعیل
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۳/ص۴م۲ ۱۳۸۹
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۱۷۱۲۳۵

## سخن ناشر

---

این کتاب با مباحث پیچیده‌ی بازاریابی کاری ندارد ولی تمامی مباحث اصولی و کاربردی مارکتینگ خیلی خلاصه ولی کامل جمع‌آوری شده و به سادگی بیان شده است تا برای خواننده‌ی کتاب امکان بیشترین بهره‌برداری در کمترین زمان ممکن میسر شود.

برای جمع‌آوری مطالب و ساده نویسی آن نیاز به آگاهی، بینش و توجه کافی است که خوشبختانه دوست قدیمی و عزیز من علیرضا صدرمحمدی با سوابق چندین ساله‌اش در حوزه‌ی تبلیغات به خوبی از عهده‌ی این کار برآمده است. در مجموع کتابی کامل ولی خلاصه را پیش رو دارید که فکر می‌کنم خواندن آن برای تمامی برویچه‌های صنعت تبلیغات مفید می‌باشد.

موفق باشید  
شاهین ترکمن





## سخنی با خوانندگان

---

در تمام رشته‌های تخصصی و فنی، کتاب‌های متعددی نگارش و ترجمه شده است. در حوزه تخصصی مارکتینگ و تبلیغات هم، چنین است، به ویژه در سال‌های اخیر و به همت ناشران فعال چون «سیت» کتاب‌های با ارزش، متنوع و حتی مرجع و آکادمیک، منتشر شده است. در این میان به دلایل متعدد اجتماعی و فرهنگی، جای کتب خاصی که با خلاصه و ساده کردن موضوعات نسبتاً پیچیده تخصصی، قصد راهوار کردن مسیر مطالعات علاقمندان به این رشته را دارند، خالی بود. به همین دلیل، این کتاب و کتاب‌های دیگر با عنوان «به بیان ساده» گردآوری و آماده شد. علاقمندان با مطالعه این کتاب‌ها، سرفصل و خلاصه‌ای از هر مبحث تخصصی در حوزه مارکتینگ و تبلیغات را

دریافت می کنند و در صورت نیاز به جزئیات بیشتر تخصصی  
به کتاب های دیگر از جمله کتاب هایی که در بخش منابع  
آمده، رجوع خواهند کرد.

مراجعه به سایت های (تارنماهای):

[www.thewisemarketer.com](http://www.thewisemarketer.com)

[www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)

هم توصیه می شود. مقالات مطرح شده در این سایت ها،  
شما را با موضوعات روز در این حوزه آشنا می کند.

با امید توفیق روز افزون

علیرضا صدر محمدی

## فهرست

---

۱	بازاریابی چیست؟
۹	مفهوم بازاریابی
۱۳	ترکیب بازاریابی
۱۷	بازاریابی چریکی
۲۹	هویت بازار
۳۷	استراتژی ترویج
۴۷	آمیزه ترویج، ترکیب ارتقاء
۶۱	پشتیبانی فروش یا ترویج فروش
۶۳	ترویج عمومی
۸۷	خلاصه بازاریابی - بازارسازی



## بازاریابی چیست؟

---

بازاریابی یا بازاریابی چرخه‌ای است از برنامه‌ریزی و اجرای قیمت‌گذاری، ترویج و توزیع یک ایده، کالا و یا خدمات که قصد جلب رضایت افراد یا رفع نیاز سازمانی را دارد.

- در گذشته فعالیت بازاریابی در اقدامات اولیه برای انتقال کالا یا خدمات از تولید کننده به مصرف‌کننده خلاصه می‌شد اما امروزه تنها به اقدامات تجاری محدود نمی‌شود بلکه بازاریابی در امور غیر تجاری نیز مؤثر واقع می‌شود و در بسیاری از امور ملی و فراملی اعم از اجتماعی، فرهنگی و سیاسی از جمله در مبارزه با بسبودی یا مبارزه با بیماری‌های واگیردار عمومی و حمایت از صلح جهانی و ... دخالت دارد.

- بازاریابی یک «کار» است؛ کاری ناب. بازاریابی، امر حساب شده و فکورانه‌ای است که نتیجه آن طرح‌ها و اقداماتی است که مردم بیشتری را وادار می‌کند تا محصول شما را به مقدار بیشتر و در دفعات بیشتری بخرند، به نحوی که شرکت پول بیشتری بسازد. هر آنچه در یک کسب و کار انجام می‌شود، باید به سمت افزایش ارزش و ساختن پول، هدف‌گیری شود و بازاریابی نیز از این امر مستثنی نیست. می‌توانید میزان برگشت را برای هر عددی که در بازاریابی سرمایه‌گذاری می‌کنید، اندازه‌گیری کنید، درست به همان ترتیب که می‌توانید برگشت سرمایه را برای یک کارخانه کنسروسازی یا یک کامیون حمل بار محاسبه کنید. بازاریابی درباره داشتن برنامه‌ها، ترویج، تبلیغات و هزاران چیز دیگری است که در متقاعد کردن مردم به خرید یک محصول مؤثر واقع شوند.

خلاصه، بازاریابی (بازارسازی) فعالیتی برای فروش اجناس، ایده و خدمات است.

حدود ۳۳ درصد نیروی کار رسمی آمریکا در زمینه بازاریابی مشغول به کار است. حدود ۵۰ درصد هر مبلغی که برای خرید صرف می‌شود مربوط به هزینه‌های بازاریابی است.