

# جعبه ابزار بازاریابان



مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

WWW.ITSR.IR

## جعبه ابزار بازاریابان

پدیدآورنده: Harvard Business School Press

مترجمان: دکتر وحید ناصحی فر، ابوالقاسم ابراهیمی، محمد رضا سعادت

ناشر: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۲۴۰

تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹

وب سایت: [www.itsr.ir](http://www.itsr.ir)

پست الکترونیک: [info@itsr.ir](mailto:info@itsr.ir)

پیتر دراگر یکی از معروف ترین اندیشمندان مدیریت، هدف اصلی هر کسب و کار و سازمان را، «خلق مشتری و ایجاد ارزش برای وی» می داند و بر این اساس برای مدیر هر کسب و کار سازمان تنها دو وظیفه اصلی و مهم تعیین می کند: بازاریابی و نوآوری.

این کتاب مروری بر مباحث پایه بازاریابی دارد و تلاش می کند به خوانندگان خود یادآوری نماید که چگونه می توانند به خلق مشتری و ایجاد ارزش برای وی پردازند.

به طور کلی بازاریابی به معنی تمام فعالیت هایی است که یک سازمان، شرکت، کسب و کار و یا حتی یک فروشگاه انجام می دهد تا به ایجاد ارزش برای مشتریانش بپردازد. بنابراین بازاریابی نقش بسیار مهمی در جهت گیری کلان و استراتژیک هر سازمانی بر عهده دارد.

برای کسب موفقیت در عرصه بازاریابی هم به شناخت دقیق مشتریان، رقبا و فعالان در عرصه بازار نیازمندیم و هم به مهارت های مهمی نیاز داریم تا بتوانیم از منابع و نقاط قوت سازمان برای خدمت و ایجاد ارزش برای مشتریان استفاده کنیم.

با تعاریف فوق، بازاریابی در صدر مسئولیت ها و وظایف هر مدیری قرار دارد و مدیریت سازمان نمی تواند با تفویض آن به مدیران معینی از مسئولیت خود در این زمینه بکاهد. هر مدیری در هر سطحی از سازمان، صرف نظر از اینکه سازمان یک بنگاه اقتصادی کوچک باشد یا یک شرکت بسیار بزرگ، تولیدی باشد یا خدماتی، به مهارت ها و دانش بازاریابی نیاز دارد.

این کتاب توسط «انتشارات انجمن بازاریابی آمریکا» چاپ و منتشر شده است و سعی دارد با بیانی ساده و در عین حال کاربردی، آخرین دستاوردهای دانش نوین بازاریابی را معرفی و با مروری بر مفاهیم پایه، زمینه را برای ایجاد و پرورش مهارت ها و دانش کاربردی بازاریابی فراهم نماید. یکی از مهم ترین مزایای این کتاب آن است که به جای پرداختن به مفاهیم نظری و تئوریک، بیشتر به ابزارها، روش ها و شیوه های نوین جهت به کارگیری دانش بازاریابی پرداخته است و با شیوه ای کاملاً کاربردی، اثربخش ترین استراتژی ها و راهکارها را معرفی می نماید.

با توجه به فضای حاکم بر صنعت و اقتصاد میهن مان و باتوجه به افزایش رقابت، چشم انداز جهانی شدن، ورود رقبا و شرکت های بین المللی و جهانی و نیز اجرای سیاست های خصوصی سازی در کشور، بازاریابی، استراتژی ها، ابزارها و شیوه های اجرا و بکارگیری آن برای همه صنایع و بنگاه های اقتصادی کشورمان مهم و حیاتی است. امروزه بسیاری از شرکت های ایرانی نیازمند دانش بازاریابی و آموزش ابزارهای آن در کلیه سطوح سازمان خود هستند تا بتوانند در فصل جدیدی از اقتصاد، که عرضه به شدت بر تقاضا فزونی یافته است، نه تنها حیات و بقای خود را تضمین نمایند، بلکه برای رشد و توسعه و فتح بازاریابی های جدید ملی و بین المللی آماده شوند.

در پایان لازم است از آقای دکتر وحید ناصحی فر و آقایان ابوالقاسم ابراهیمی و محمدرضا سعادت که کار ترجمه این اثر را انجام داده اند و جناب آقای دکتر حسن قاسمی ویراستار علمی و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی تقدیر و تشکر بعمل می آید.

این کتاب درباره بازاریابی و مفاهیم پایه آن، همراه با موضوعات چالش برانگیز معاصر مثل بازاریابی آنلاین و بازاریابی جهانی است. اگر تازه وارد این مباحث شده اید - مثلاً به عنوان یک مهندس، یک فروشنده، سازنده یک محصول یا یک متخصص فنی که مسئولیتی مدیریتی را پذیرفته اید - این کتاب شما را با مفاهیمی که به دانستن آنها نیازمندید آشنا خواهد کرد.

هر فردی در هر شرکتی نیازمند درک بازاریابی است. اگر شما به تازگی در فعالیت های بازاریابی وارد شده اید، به عنوان مثال به عنوان پژوهشگر، نماینده فروش، مدیر خدمات مشتریان یا مدیر مرکز تجارت الکترونیکی، این کتاب درک شما را در مورد این نظام افزایش داده و به شما نشان خواهد داد که بخش های متعدد آن را چگونه می توان در یک راهکار و طرح منسجم و موثر بازاریابی گردآوری نمود.