

## بازاریابی چیست؟

### بازاریابی و اصول مدیریت بر بازار



مهندس سید ایمان جنانی

کارشناس امور تحقیقات و بذر شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

#### ابزارهای بازاریابی:

آمیخته بازاریابی: از ۴ اصل زیر تشکیل شده است:

۱. ترفیع: شامل تبلیغات، فروش شخصی و حضوری، تشویقات و جوایز، فروش و همچنین روابط عمومی می باشد.
۲. توزیع (مکان عرضه کالا): شامل محل توزیع، کانالها، پوشش، حمل و نقل و انبارداری می باشد.
۳. قیمت: متشکل از لیست قیمت ها، تخفیف ها، نوع پرداخت و دوره پرداخت است.
۴. محصول: در بر گیرنده خصوصیات، بسته بندی، خدمات، لوازم یدکی، گارانتی ها و تضمین ها و تنوع است.

#### اهداف اساسی بازاریابی عبارتند از:

- ✓ تشویق و ترغیب مشتریان فعلی برای ادامه خرید و همچنین خرید به مقدار بیشتر و دفعات زیادتر.
- ✓ جذب و جلب خریداران و مشتریان مربوط به رقبا به سوی خود.
- ✓ جذب و جلب مشتریان و مصرف کنندگان جدید.
- ✓ ایجاد زمینه و روحیه وفاداری در خریداری فعلی نسبت به محصول خود.
- ✓ ایجاد دیدگاه و طرز تلقی مناسب نسبت به شرکت و محصولاتش.

#### مهمترین اهداف نظام بازاریابی:

- ✓ جذب مشتری با دادن وعده.
- ✓ نگهداری مشتری با ایجاد رضایت.
- ✓ رشد دادن مشتری افزایش سهم بیشتری از سبد خرید مشتری.

#### بازاریابی و نوآوری:

از آنجا که هدف نهایی کسب و کار، ایجاد و نگهداری مشتری است لذا دو نوع فعالیت بیشتر مطرح نیست. بازاریابی و نوآوری همواره در ارتباط با یکدیگر هستند. اجزاء مجموعه بازاریابی: این مجموعه را می توان به هرمی تشبیه نمود که تاکتیک ها در قاعده، استراتژی ها در سطح میانی و فلسفه ها در راس آن قرار می گیرند.

دیدگاه تعاملی	دیدگاه غیر تعاملی	مکاتب بازاریابی
نهادی کاربردی گرایی مدیریتی	محصول کارکرد منطقه ای	دیدگاه اقتصادی
پویش های سازمانی سیستم ها تبادلات اجتماعی	رفتار خریدار فعالین بازاریابی کلان	دیدگاه غیر اقتصادی

منابع: جزوات آموزشی آقای دکتر آزادی، سازمان مدیریت صنعتی.

