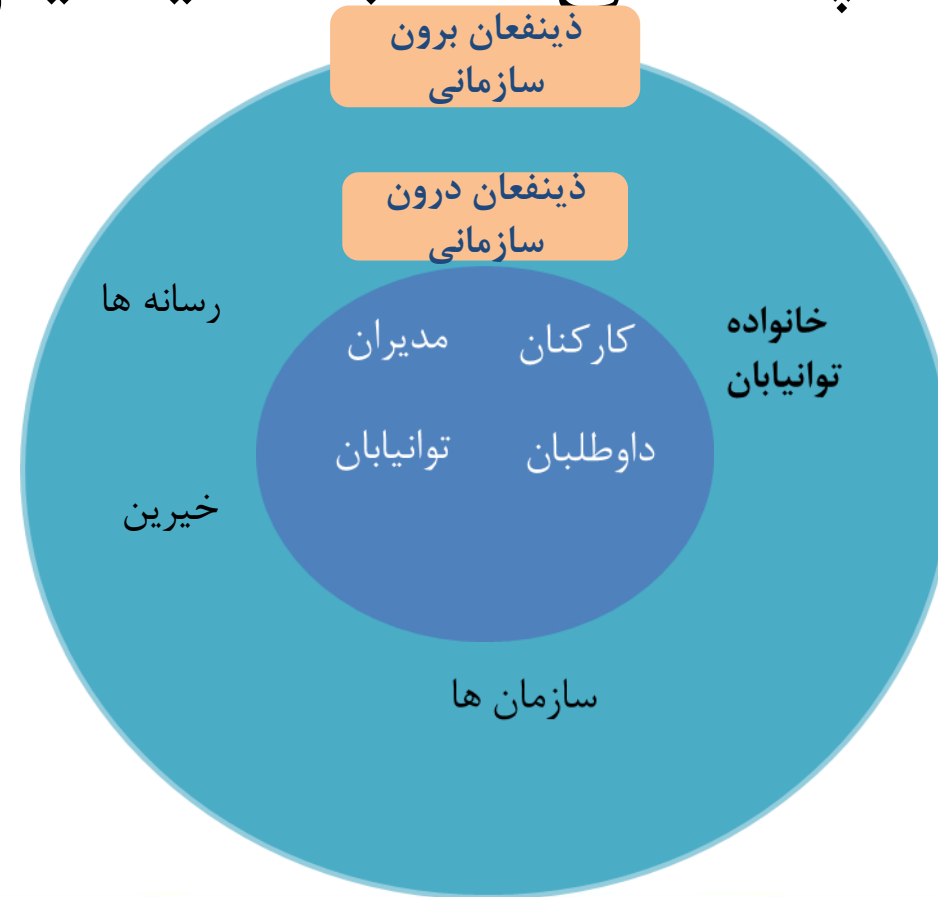


اصول بازاریابی

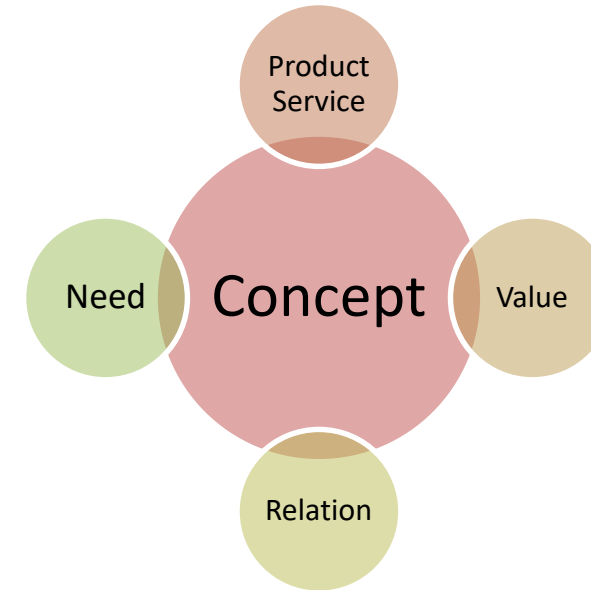
تعریف بازاریابی

بازاریابی، دانش و هنر کشف، خلق و ارائه ارزش، باهدف تامین نیازهای یک بازار هدف، همزمان با کسب سود است. بازاریابی، نیازها و خواسته های تامین نشده را تشخیص می دهد، بازار آنها را تعریف می کند، حجم این بازار را اندازه گیری و سود بالقوه اش را برآورد می کند. مشخص می کند که کدام بخش از بازار را می توان تامین کرد، سپس محصول و خدمات مناسب برای آن را طراحی و ترویج کرد.

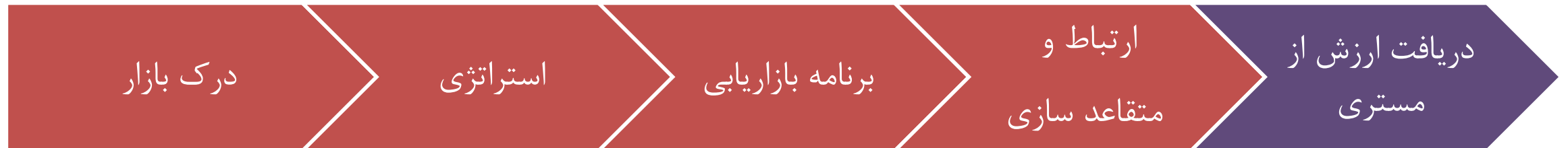
در مورد چه کسی صحبت میکنیم؟



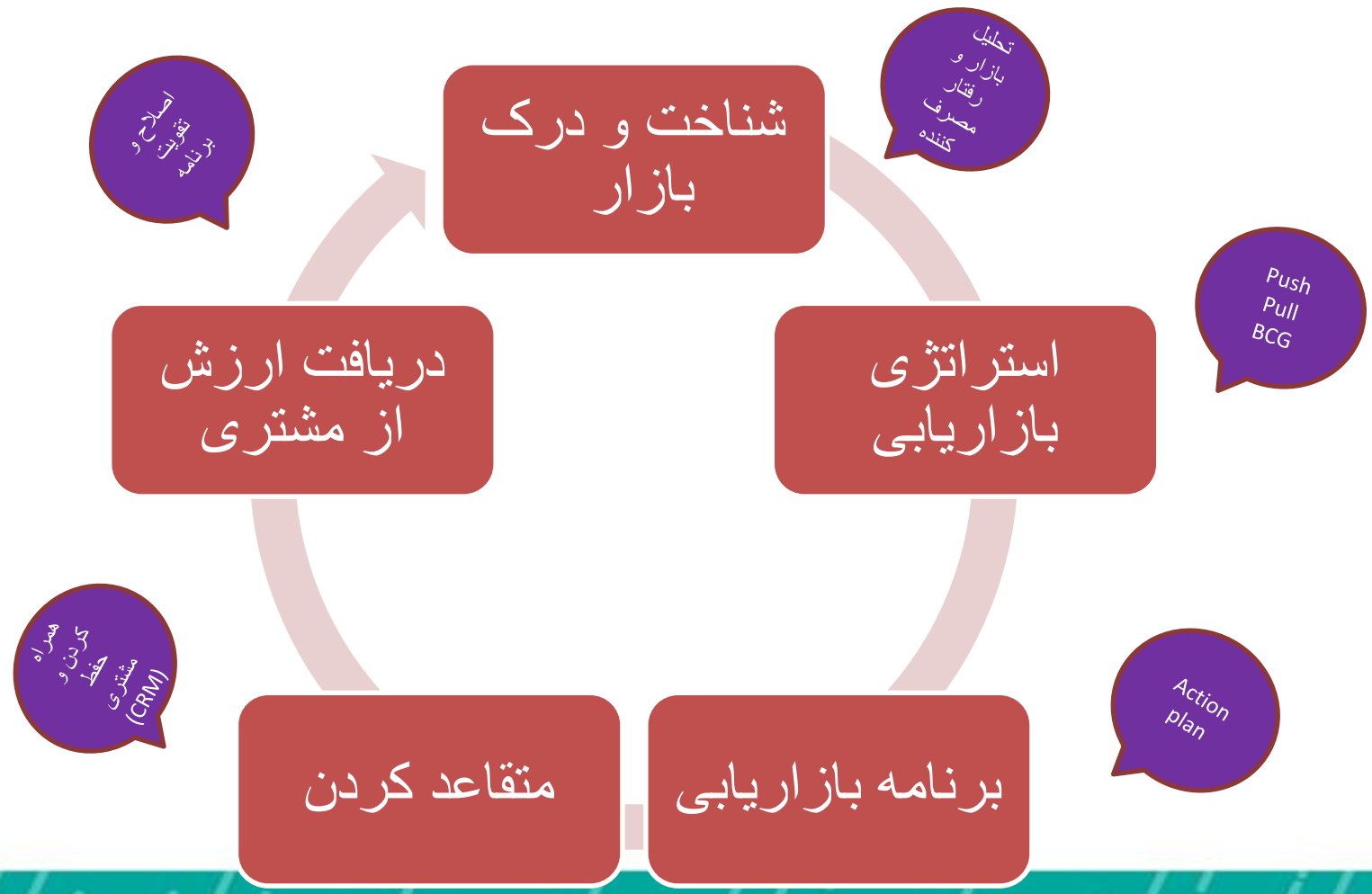
Marketing



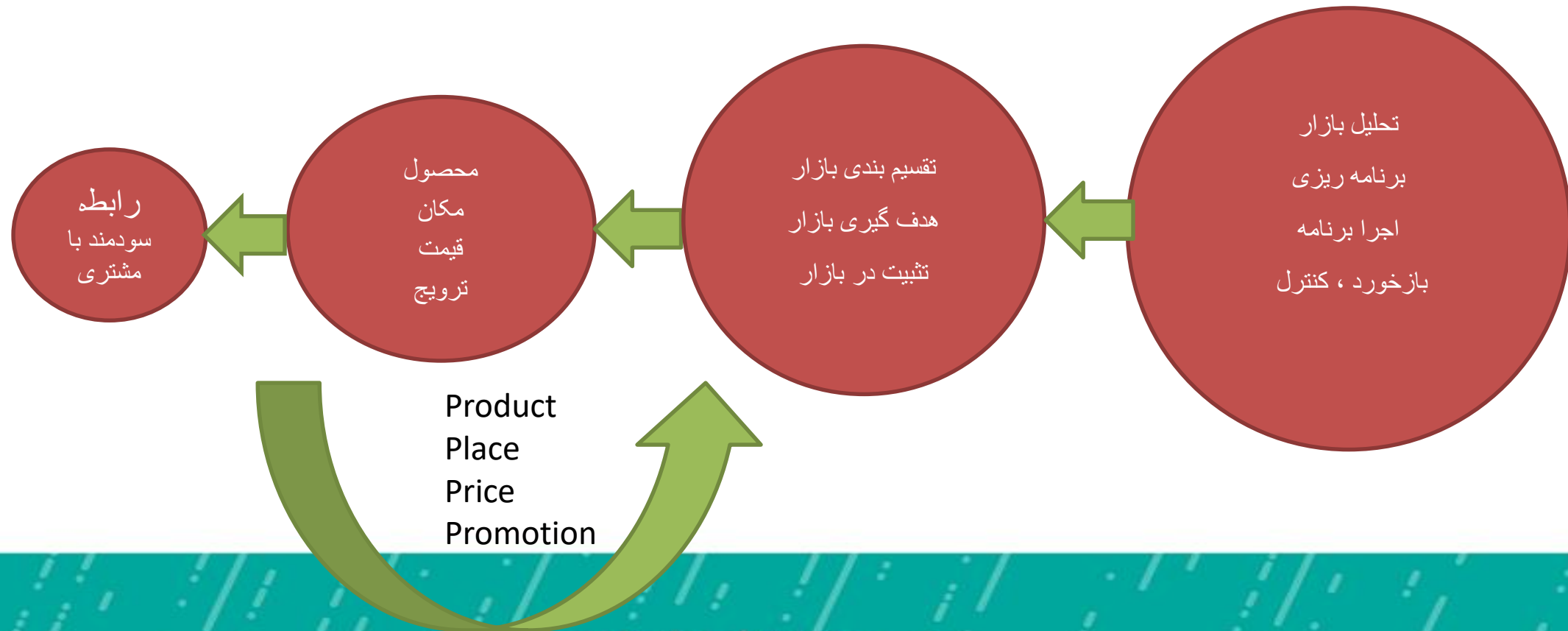
فرایند بازاریابی



فرایند پویا



استراتژی و آمیخته بازاریابی



STP

- تقسیم بندی بازار Segmentation
- بخشی از بازار که مخاطب اصلی ما میباشد Target
- نشان دهنده جایگاه ما در مخاطبان در مقایسه با رقبا Position

بخش بندی بازار Segmentation

بخش بندی بازار به ما کمک میکند تا بازار کلی را ابتدا تعریف کرده و سپس مشتریان (مخاطبان) درست (مناسب با هدف) را انتخاب کرده و آمیخته بازاریابی را بر اساس آن تعریف نماییم.

در واقع بدون تعریف درست و بخش بندی، هیچ استراتژی و به طبع آن برنامه ریزی درست نبوده و ما را به هدف نهایی نمیرساند.

تقسیم بندی میتواند جغرافیایی، سطح اقتصادی، رفتار مصرف کننده، جنسیت و سن باشد.

گروه هدف (Target group)

بر اساس بخش بندی بازار میتوان گروه و یا چند گروه هدف را انتخاب کرد این انتخاب منطبق با استراتژی کلی سازمان و بر اساس امکانات و زیرساخت ها میباشد.

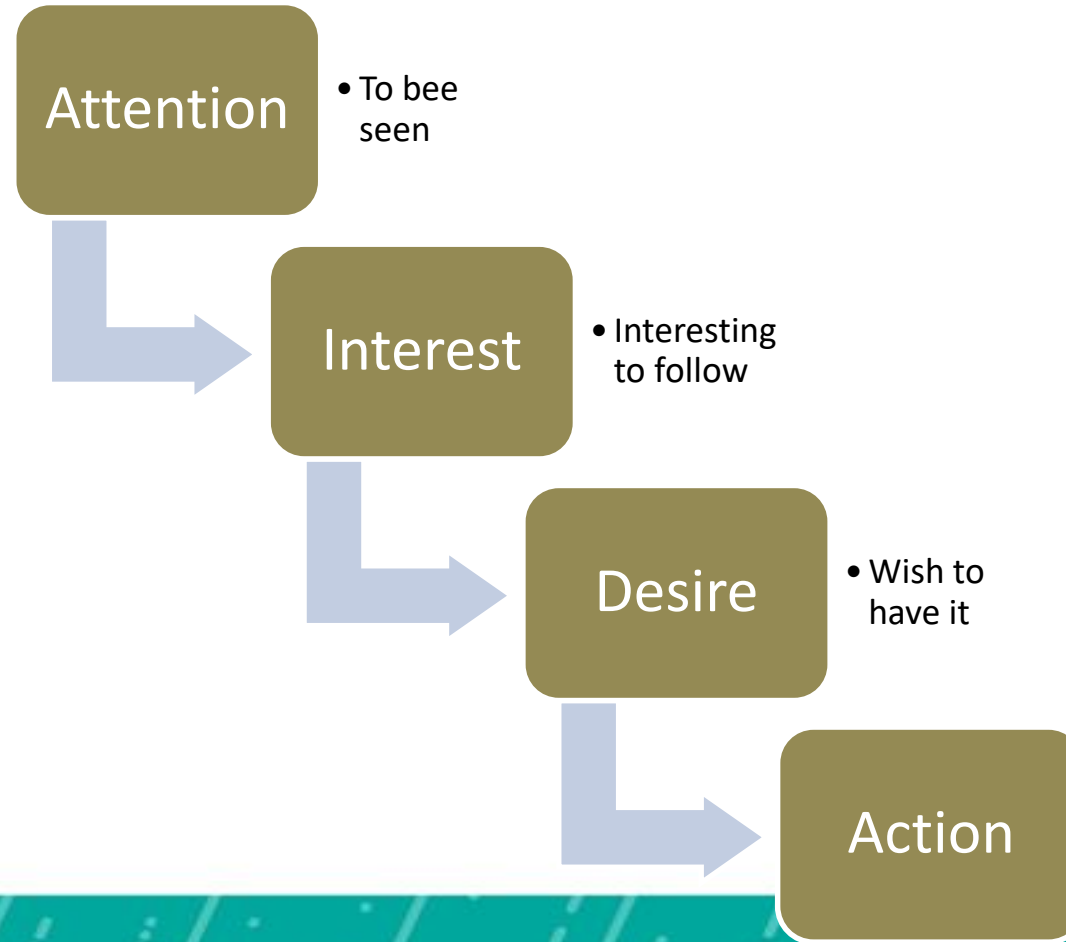
انتخاب نادرست گروه هدف باعث هدر رفتن کلیه امکانات از جمله وقت نیروی انسانی ، منابع مالی.... می گردد.

جایگاه (Position)

پوزیشن یا جایگاه محصول نشان میدهد که به لحاظ قیمت، کیفیت، بسته بندی و محل فروش (ارایه) نسبت به باقی برندهای بازار کجا قرار داریم.

Positioning اصطلاح

AIDA



4 P

- Product
- Price
- Promotion
- Place

Product

هر آن چیزی که در مورد محصول/خدمت میتوانیم ادعا کنیم

نوع خدمت
خواص و کارایی
ویژگیهای خاص

.
.
.

Price

در خصوص قیمت گذاری توجه به بازار هدفی که انتخاب کرده ایم بسیار مهم است

Place

محل فروش محصول یا ارائه خدمات باید همخوانی با بازار انتخاب شده Segment و مشتری هدف باشد چه این جایگاه ها P.O. S یا P.O.P گفته می شود

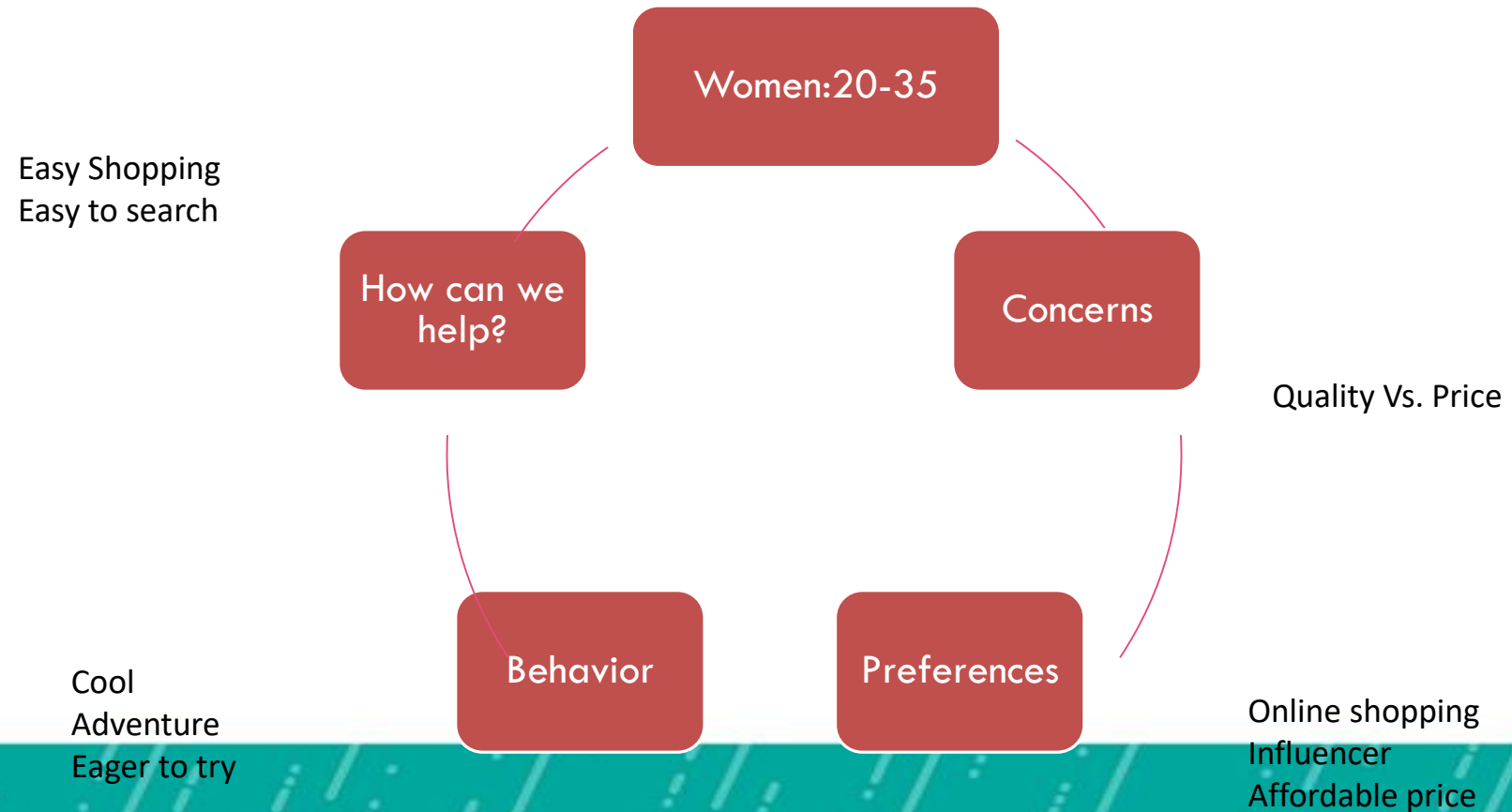
آیا خدمات ما به گونه ایست که نیاز به شعب متفاوت دارد؟
آیا خدمات ما به گونه ایست که میتواند فقط در فضای مجازی باشد؟

Promotion

کلیه فعالیتهای بازاریابی که با هدف معرفی و ترویج میباشد در این قسمت قرار میگیرد.

خدمات ویژه ما کدامند؟
دیجیتال مارکتینگ

Persona



انتخاب خیریه



نیازها

خیرین بالفعل وبالقوه

- آرامش و رضایت درونی
- انجام وظایف دینی و انسانی
- کمک به همنوع
- حس مفید بودن
- لذت دهش و بخشش و همیاری
- حس شادی در انجام فعالیت‌های داوطلبانه

خواسته ها

- باسابقه و خوشنام، قابل اعتماد، نیروهای درست کار
- اطلاع رسانی های مرتب و منظم از فعالیت ها
- هدفمند (هدف گذاری های دوره ای)
- فعالیت متمرکز بر روی یک حوزه
- قابل دسترس
- حفظ کرامت مددجو

ترس ها

- ترس از پول شویی
- ترس از عدم عملکرد صحیح خیریه
- ترس از عدم استقلال (متکی بودن)

تفاوت بازاریابی و برندینگ

هدف بازاریابی معرفی محصول و خدمات به مشتریان با هدف آگاهی و در نهایت فروش آنها میباشد .

هدف برندینگ ایجاد تعلق خاطر/اعتماد گروه هدف به شرکت ، محصولات ، خدمات ... میباشد
این هدف برای حفظ مشتریان به مدت طولانی بوده آنچنان که تغییر به محصول و برند دیگری به راحتی صورت نگیرد.

در برندینگ هویت (لوگو، فونت، رنگ ...) بسیار اهمیت دارد

برندینگ به پوزیشن و تثبیت آن کمک میکند.