

کتاب « شناخت بازار، بازاریابی و مشتری مداری » منتشر شد

21 مرداد 1402

انتشارات رویای آبی کتاب « شناخت بازار، بازاریابی و مشتری مداری » کار مشترک دکتر آرش شایسته نیا و دکتر کبری درویش پیشه را چاپ و به بازار کتاب عرضه کرد .

مولفان این کتاب در بخشی از مقدمه آورده اند: تغییر و تحول در زندگی امروزی بشر راه پرفراز و نشیبی را پیموده است و یکی از ویژگی های دنیای جدید، شدت و سرعت در تحول است که تفاوت عمده جهان توسعه یافته و پیشرفته با جهان در حال توسعه در همین معنا و مفهوم نهفته است. بازار اقتصاد جهانی، هیچ گاه به مانند امروز بازار رقابتی نبوده و وجود همین رقبا و رقابت های سرسخت در عرصه های گوناگون بقای بازار و یا سازمان های اقتصادی و فرهنگی را متلاطم و نیازمند توانمندی های خاص آن می کند که حضور دائمی در بازار از یک سو و ارائه دائمی و افزایش کالاهای و خدمات با کیفیت از سوی دیگر می تواند ضامن بقا در این بازار باشند. با این حال باید پذیرفت که تولید و ارائه خدمات نو با خصوصیات منحصر به فرد، نیازمند سازمان هایی با تفکر و راهبردهای نوین است. سازمان هایی که با سرعت و شدت در تحول درونی شان با نیازهای بازار سامان می یابد و با هوشمندی تمام توانایی درک این نیازها را داشته و قادرند آن را به موقع تامین نمایند چرا که امروزه تنها داشتن بازار گسترده نمی تواند ضامن بقای سازمان باشد؛ چرا که در هر شغلی که باشید، رقبا جدید در حال شکل گرفتن هستند. آنان منتظر نمی مانند تا شما آنان را بشناسید و اگر از برنامه ریزی صحیح و علمی بهره برداری ننمایید بی شک از بازارهای کلان و حتی خرد نیز حذف خواهید شد.

کتاب « شناخت بازار، بازاریابی و مشتری » در سه فصل تالیف شده است و خواننده در فصل اول با بازار، عوامل موثر در تشکیل بازار و انواع آن مانند بازار خدمات، بازار پول و سرمایه، بازار اوراق بهادار، بازار سیاه، بازار علم و دانش، بازار بالقوه، بازار هدف و... و تحلیل انواع بازار و اصول مهم در تحلیل بازار آشنا می شود.

فصل دوم این کتاب به «بازاریابی» پرداخته است. در این فصل تاریخچه و مراحل تکامل بازاریابی، مدیریت بازاریابی، فلسفه های مدیریت بازار، انواع روش های بازاریابی، شاخص های موثر در بازاریابی فرهنگی، نقش سنت و فرهنگ در بازاریابی فرهنگی عوامل موثر بر ارزش گذاری کالاهای و خدمات فرهنگی، روش های بازاریابی محصولات فرهنگی و هنری و نقش روابط عمومی در عملکرد بازاریابی فرهنگی به نگارش درآمده است.



شناخت بازار، بازاریابی و مشتری مداری



فصل سوم کتاب نیز به «مشتری مداری» پرداخته است. ارزش مشتری، تعریف مشتری، شخصیت شناسی مشتری، انواع تیپ های شخصیتی مشتریان قبل از خرید، هفت عامل موثر در رضایت مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و ویژگی ها و مزایای مدیریت ارتباط با مشتری و اصول مدیریت ارتباط با مشتری از جمله مطالب فصل سوم این کتاب است.

در بخشی از مقدمه فصل دوم کتاب که به «بازاریابی» پرداخته شده است؛ می خوانیم:

کشورها و جوامعی که سازندگی، پویایی و رفاه اجتماعی را هدف خود قرار داده اند به اهمیت علم بازاریابی و مدیریت بازار پی برده و تلاش های آگاهانه ای را برای حضور در بازارهای محلی، ملی و بین المللی به کار گرفته اند. از فرصت های ایجاد شده به نحو مطلوب بهره گرفته اند و در عین حال به تهدیدها و تغییرها واکنش مناسب و به موقع نشان داده و خود را با آن ها وفق می دهند. پس باید بپذیریم که علم بازاریابی و مدیریت بازار پایه و اساس فعالیت های اکثر شرکت ها و سازمان های تجاری، اقتصادی و یا غیر انتفاعی در سرتاسر جهان است.

[انتشارات رویای آبی](#) کتاب «شناخت بازار، بازاریابی و مشتری» را در 500 نسخه و با قیمت 80 هزار تومان روانه بازار کتاب کرده است و علاقمندان می توانند جهت دریافت این کتاب بدون پرداخت هزینه ارسال با واحد فروش این انتشارات به شماره همراه 09303314838 تماس حاصل نمایند.