

به نام خدا

بازاریابی خلاقانه

اعجاز کسب و کار در هزاره سوم

موسسه فرهنگی موعود

www.TasmimSazan.com

سپاسگزاری از خداوند مهربان



سپاسگزاری از شما

YOU

سپاسگزاری از موسسه فرهنگی موعود

موسسه فرهنگی هنری موعود
خراسان

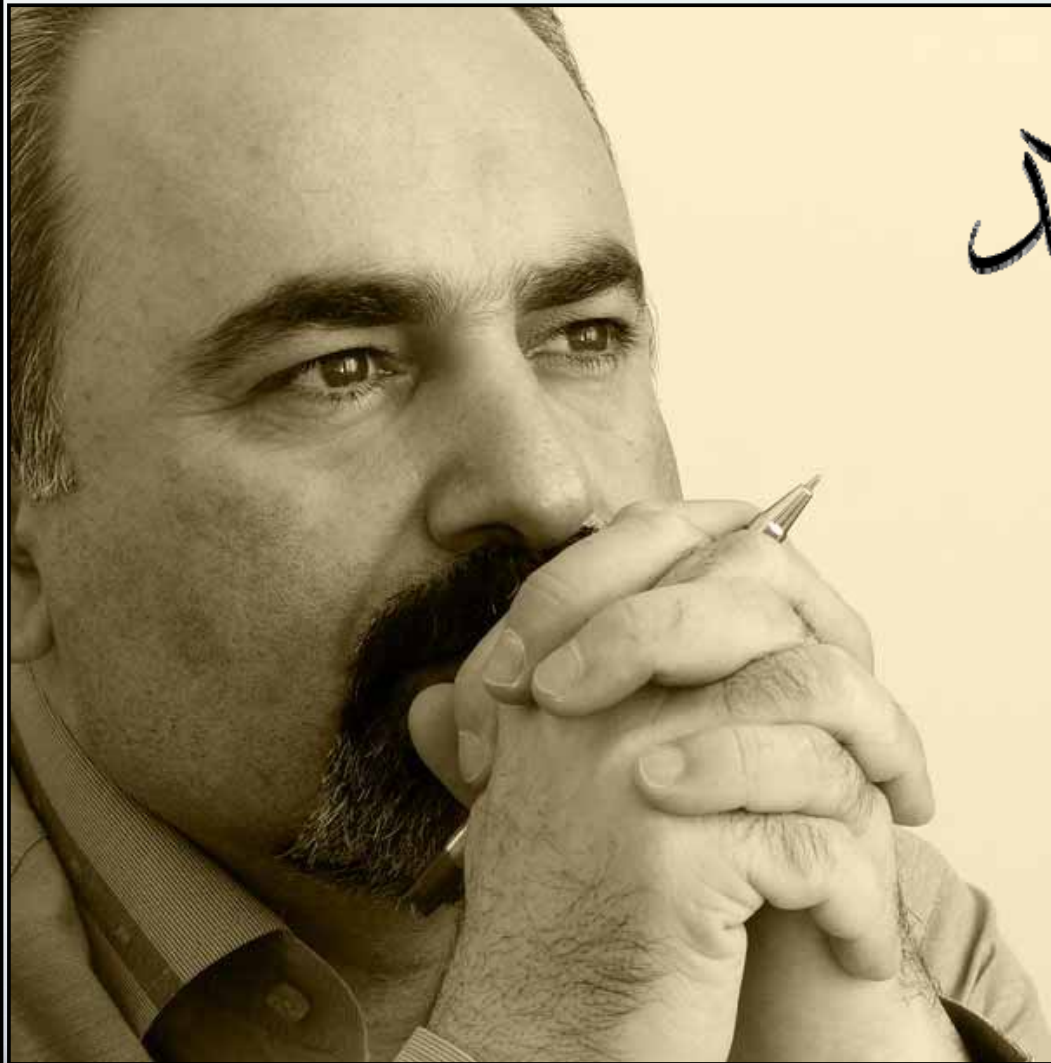
شماره ثبت: ۹۰۴

باجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

سپاسگزاری از حامیان محترم همایش آموزشی

Sponsor

معرفی



مهد گل محمدی

بنیانگذار...

برای آنهایی که مرا نمی شناسند...

وجه اشتراك با شما

فروشنده باش تا کامروا شوی

شما در دوره تخصصی **بازاریابی خلاقانه** شرکت کرده‌اید

اگر در کسب و کار خود به دنبال ...

افزایش
درآمد

افزایش
شادابی

افزایش
جذابیت

افزایش
خلاقیت

برند

رقابت

ثبات

توسعه

شما در دوره تخصصی **بازاریابی خلاقانه** شرکت کرده‌اید

۱ به شما خوش آمد می‌گوییم.

۲ بزرگ‌ترین ضعف و بزرگ‌ترین قوت کلاس

لطفا انتخاب فرمایید

انتخاب با شما. پرنرژي و پرتحرک يا ...؟!؟

۱

روش آموزشی، ریتم تند و سریع، توام با ...

۲

شیوه آموزشی مبتنی بر قوی ترین متد

۳

اگر...

پہلے

چه کسانی ...؟!؟

چه کسانی دوست دارند
کسب و کارشان
پر رونق شود؟!؟

تعریف کار از دیدگاه‌های مختلف

بهترین تفویض
کار
است.

تعریف کار از دیدگاه‌های مختلف

آفت دانش، به کار نیستن
آفت کار، دل نیستن

حضرت علی علیه السلام

الگوی رسیدن به موفقیت

کارهای
موفقیت
شادمانی و سلامت



الگوی رسیدن به موفقیت

شادی و نشاط

کار و تلاش

موفقیت

الگوی رسیدن به موفقیت



وضع رقابت
داخلی و...

رکود و
بحران

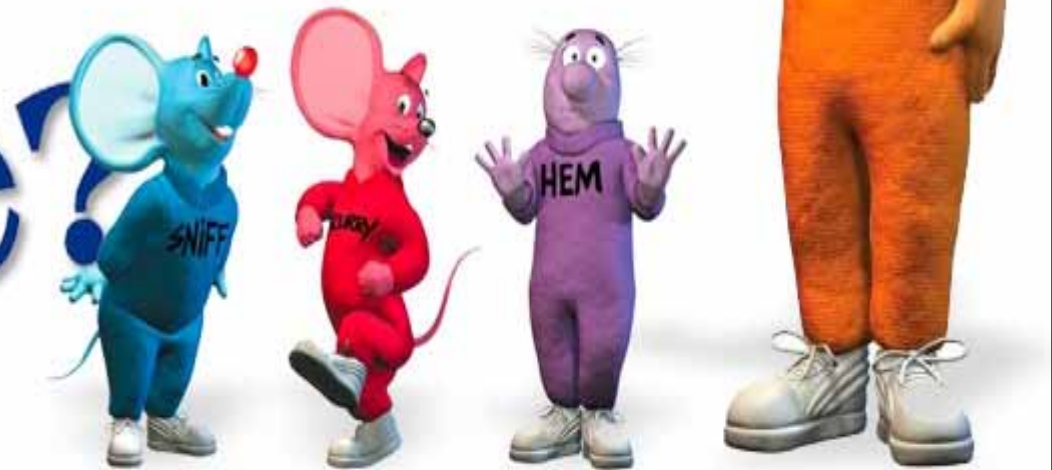
توقعات
مشتریان

وضعیت

موجود

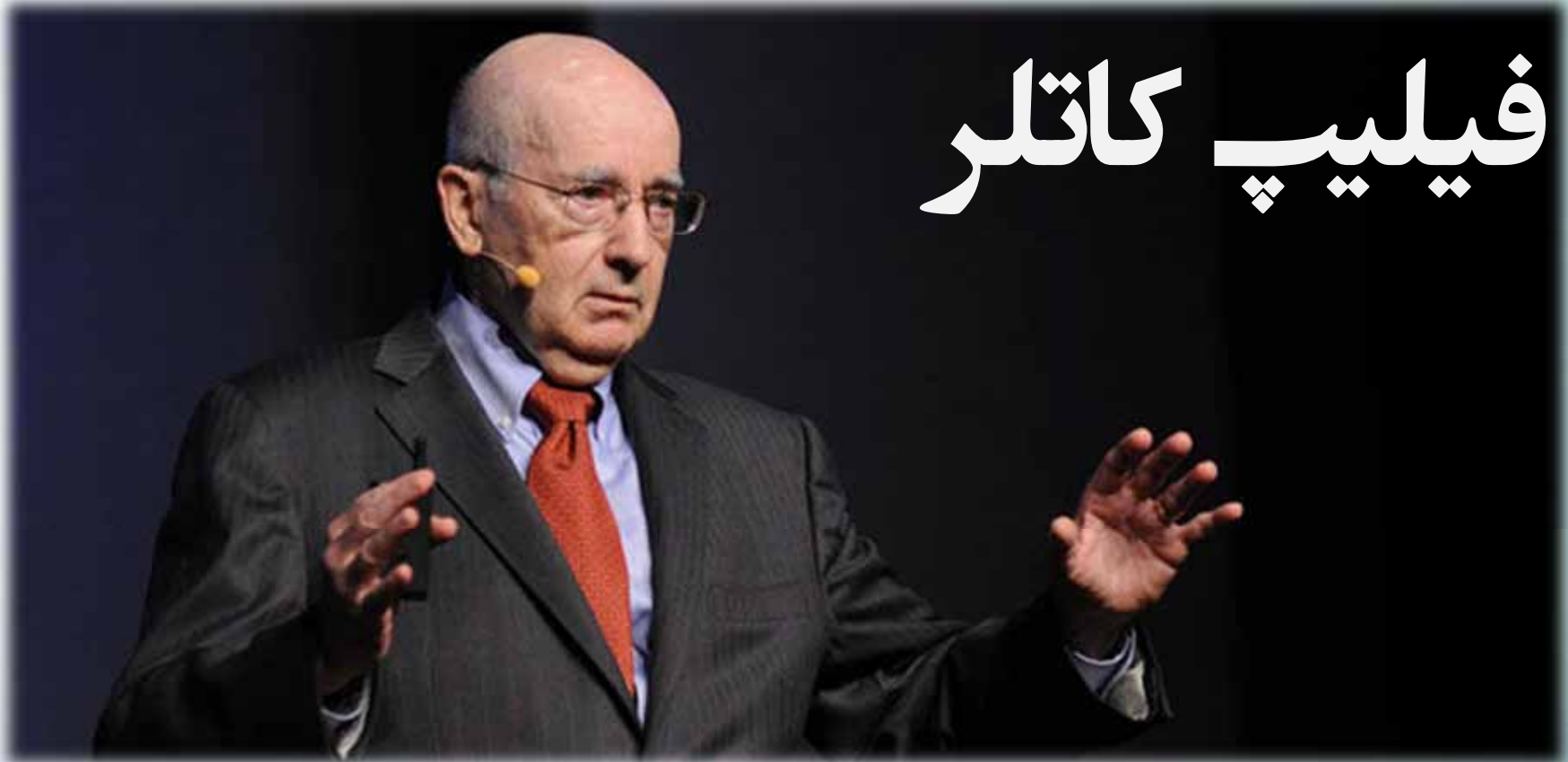
بازاریابی
خلاقانه

Who
Mo[🧀]ved
My
cheese?



تعریف بازاریابی

تعريف بازاریابی



فیلیپ کاتلر

تعریف بازاریابی از دیدگاه پروفسور فیلیپ کاتلر



هنر و علم
شناسایی، خلق و ارائه
ارزش
به منظور ارضای نیازهای
آشکار و پنهان بازار هدف،
برای دستیابی به سود است.

ارزش

هنر و علم

بازاریابی

خلق و ارائه

شناسایی



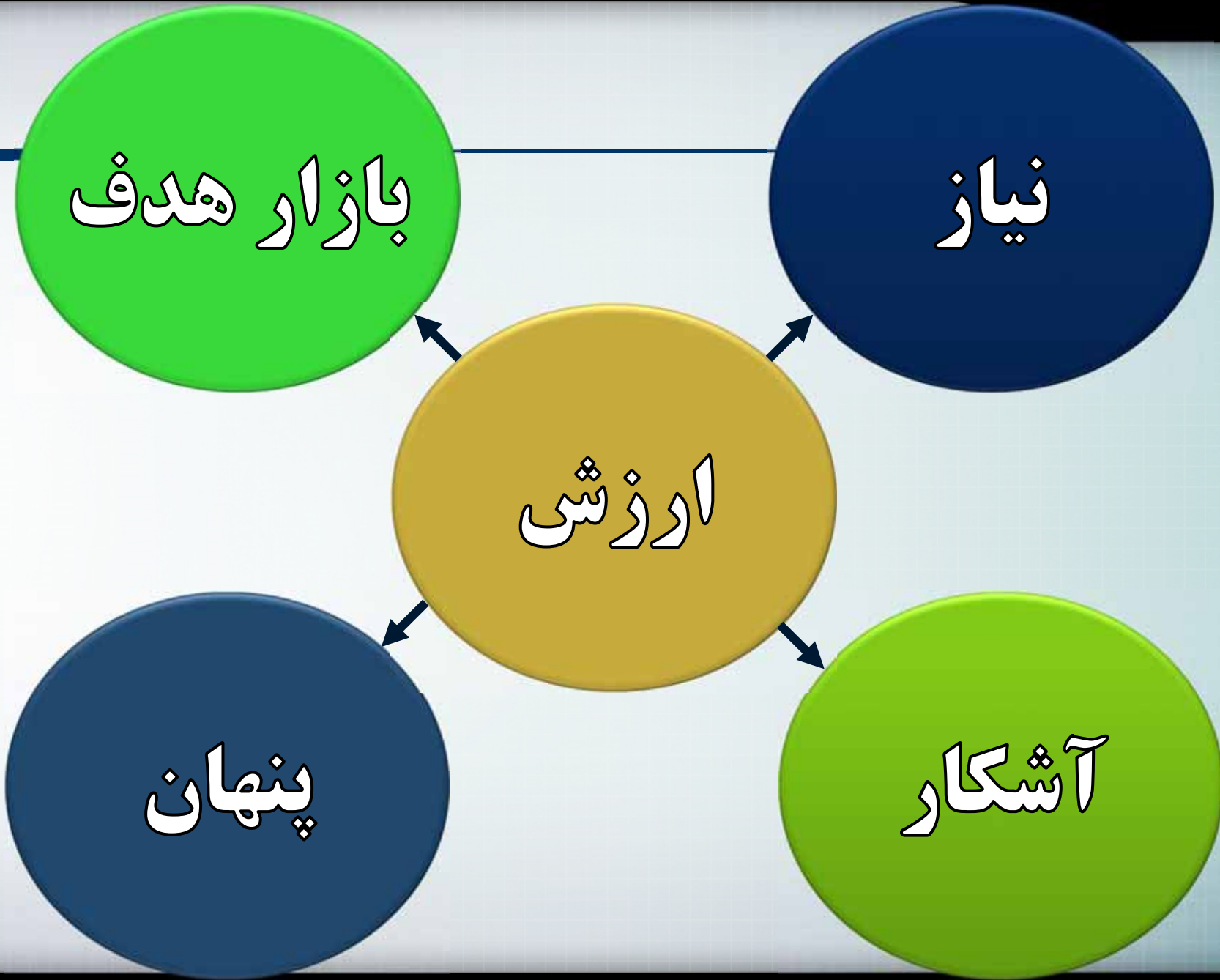
بازار هدف

نیاز

ارزش

پنهان

آشکار



رقبا

مطالعه بازار

بازار هدف

وضع مطلوب

وضع موجود



انواع بازاریابی

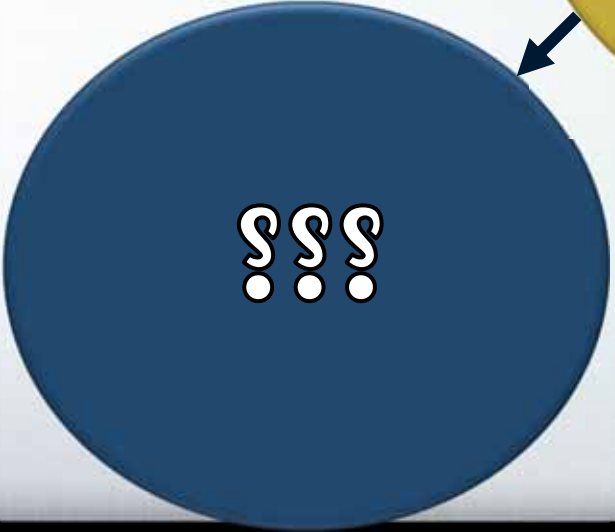
اجتماعی	پارتیزانی	چندسطحی	مصرفی	صنعتی
مشارکتی	موبایلی	شبکه‌ای	دهان به دهان	مویرگی
ایمیلی	معنوی	حسی	عصبی	ویروسی
و ...	تلفنی	رابطه‌ای	مستقیم	فرهنگی

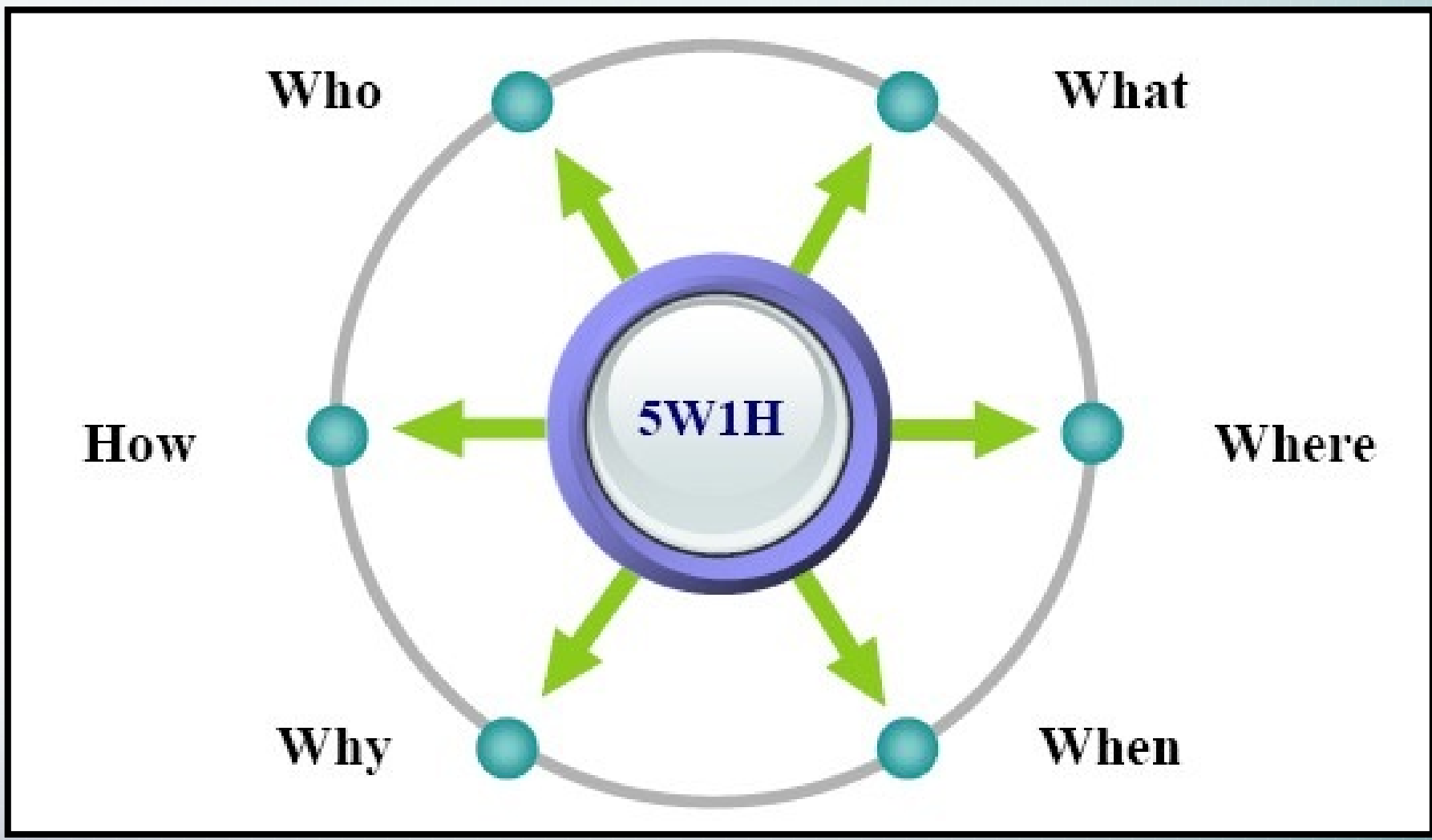
انواع بازاریابی

تبدیلی	انتظار	سبز	اینترنتی	رابطه‌ای
محافظتی	تعدیلی	احیایی	پرورشی	ترغیبی
محصول محور	مشتری محور	بلوتوثی	مقابله‌ای	تضعیفی
و ...	چندبخشی	خدماتی	برندمحور	بازار محور

انواع بازاریابی

چریکی	ربایشی	سیستماتیک	محتوایی	تک به تک
زرتشتی	اوستایی	کورشی	آموزشی	مفهومی
خروسی	مرغی	رستمی	چنگیزی	اسکندری
و ...	گوریلی	نهنگی	میمونی	پلنگی





انطباق بازاریابی خلاقانه با تعریف کلی بازاریابی

بازاریابی خلاقانه

بررسی مفاهیم و مروری بر پیش نیازها

اجزاء فروش چیست؟

خریدار، فروشنده، کالا یا خدمات



عصر سوم بازاریابی

انسان
محوری

مشتری
محوری

محصول
محوری

روح

قلب

مغز

دارای حواس پنج گانه



بررسی مفاهیم و مروری بر پیش نیازها

تبلیغات انسان محور

Cola	Hair	ATR	ETM	SPT	GLF	DEB
Cola2	Shoe	REN	JOB	LAB	Tar	43
Benz P	Ford	207	Tnx-Mom	Park	Air	Candy
Benz	Honda	Mobile	Food	Titan	Shoes	Volvo
Benz3	Jillette	Qatar	Febrez	India	Volvo	Volvo

تفکر بازاریابی در هزاره سوم

تبلیغات هزاره‌ی سوم بعضی‌ها...

حلزون

میله جادویی

ایران پاک

تن لش

رئیس شما کیست؟؟؟

رئیس
شما کیست؟

رئیس شما کیست؟؟؟

تنها یک رئیس وجود دارد...

مشتری

او می تواند هر کسی در شرکت، از مدیر عامل گرفته تا پائین ترین پرسنل را اخراج کند؛ تنها با خرج کردن پولش در جایی دیگر.

شناخت کامل رئیس

شناخت کامل

رئیس

سبد خرید او
چیست؟

از کجا
می خرد؟

چه کسی
می خرد؟

چه قدر
می خرد؟

چه چیزی
می خرد؟

چه موقع
می خرد؟

به چه دلیل
می خرد؟

چگونه
می خرد؟

رئیس

آمیخته‌های بازاریابی

محصول

قیمت

کانال توزیع

ترویج

P
PRODUCT

P
PRICE

P
PLACE

P
PROMOTION

4P

از دیدگاه ما

محصول

قیمت

کانال توزیع

ترویج

4C

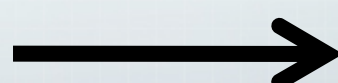
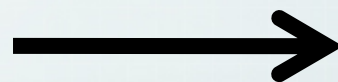
از دیدگاه مشتری

ارزش

هزینه

راحتی

ارتباطات



آمیخته‌های بازاریابی با رویکرد مشاغل خدماتی

محصول

قیمت

کانال توزیع

ترویج

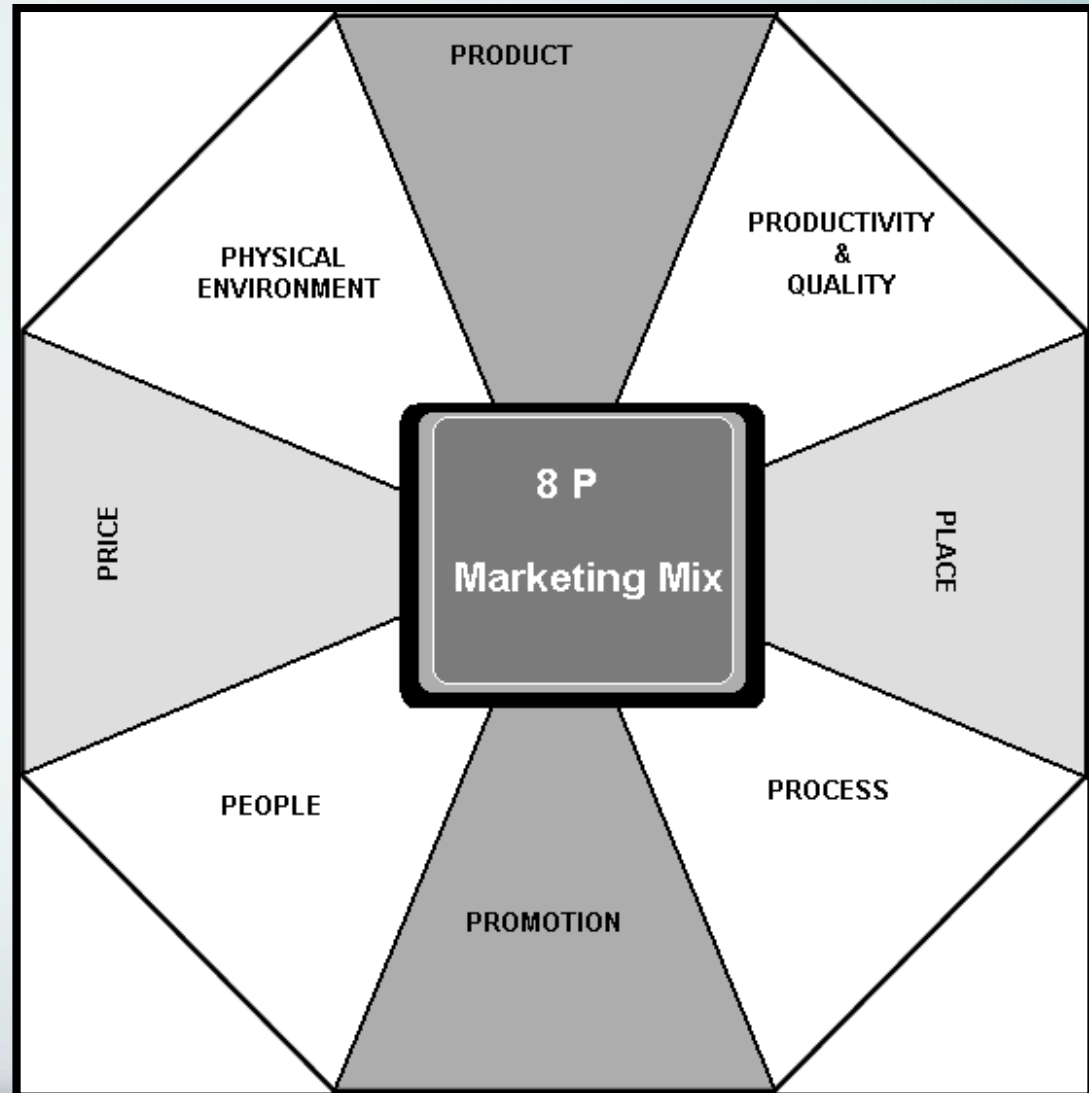
افراد

فرآیندها

شواهد فیزیکی



آمیخته‌های بازاریابی با رویکرد مشاغل خدماتی



نقش افراد

آیا تا کنون پیش آمده به
خاطر رفتار نامناسب
فروشنده‌ای از خرید
منصرف شوید؟

به دنبال موجودی خرابکار در مجموعه‌ی خود بگردید...

قلیدون مجموعه شما کیست؟



Best Work



Oprah
Winfrey

iPhone
Rightel

Tourism
TZ+TH+TR+IR

Car Wash

بانک‌ها، بیمارستان‌ها، هتل‌ها، مراکز پخش، هواپیمایی‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، پیک موتوری، انعام‌بگیرها، نصاب و...

شما تا کنون چند مرتبه ...



به یک فروشنده بدون

Telegram & clash

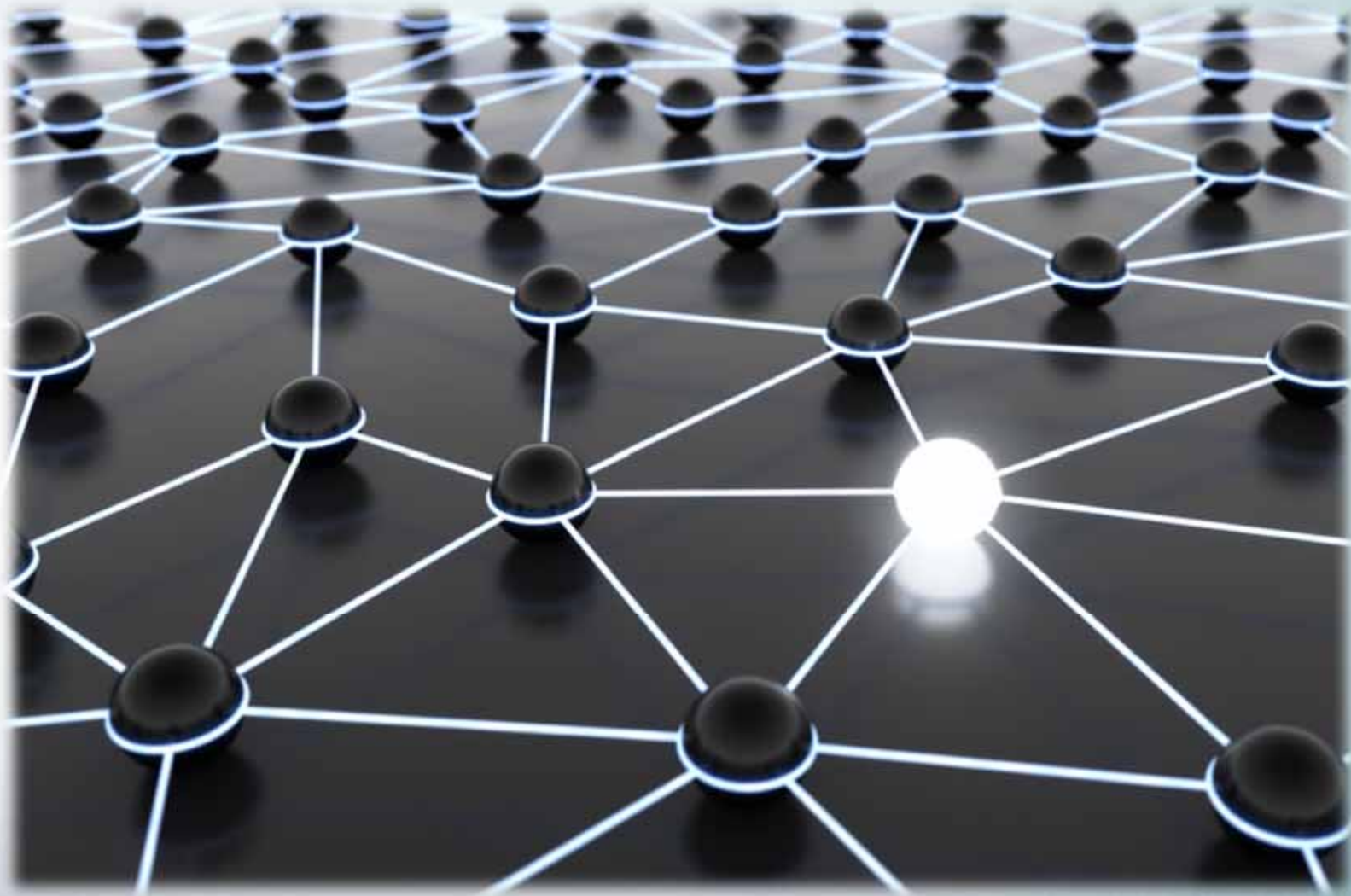
نیاز مندیم

شما تا کنون چند مرتبه ...

به خاطر قلیدون ها خرید نکرده اید؟



نقش غیرقابل انکار تمام‌کننده‌ها



درخواست‌های نادرست (آب، آب میوه و...)، ادبیات نامناسب (شوخی‌های...)، سرویس‌های غلط (بهداشتی) و...

تمرین، تمرین، تمرین...

Drama

Piano

Finger



Hama

Packing

Mona

تمرین،

کارها را بی عیب و نقص نمی کند؛

تمرین بی عیب و نقص،

کارها را بی عیب و نقص می کند؛

اجرای بازاریابی خلاقانه

بازاریابی خلاقانه

شناخت کامل

رقبا

مزیت
رقابتی

محصول
چیست؟

ما که
هستیم؟

واقعاً چه می فروشید!!!؟

لوازم
آرایشی

گل
فروش

عطر
فروش

کتاب
فروش

شما چه می فروشید!!!؟

واقعاً چه می فروشید!!!؟

آیا می دانید چگونه باید بفروشید؟

تلازم

کتاب
فروش

شما چه می فروشید!!!؟

واقعاً چه می‌فروشید!!!؟

لوکس
فروشی

فرش
فروشی

مهد
کودک

پوشاک

شما چه می‌فروشید!!!؟

واقعاً چه می فروشید!!!؟

آیا می دانید چگونه باید بفروشید؟

اه کس

پوشاک

شما چه می فروشید!!!؟

واقعاً چه می فروشید؟!؟

آرایشگر

خیاط

وکیل

پزشک

شما چه می فروشید؟!؟

واقعاً چه می فروشید!!!؟

آیا می دانید چگونه باید بفروشید؟

پزشک

شما چه می فروشید!!!؟

لطفا کتاب بفروشید،
آگاهی و دانایی بفروشید.



لطفا کتاب نخر و نشید،
باید نخر و نشید.

پیاموزید چگونه باید نخر و نشید.



لطفا خمیر دندان بفروشید،
لبخند زیبا بفروشید.



این خمیر دندان نفروشید،
این نفروشید.

پیاموزید چگونه باید نفروشید.



لطفا عطر و ادکلن نخر و نشید،
بوی خوش عاشقی بخر و نشید.



مطمئن شوید و ادکلن بفروشید،
مطمئن شوید بفروشید.

پیاموزید چگونه باید بفروشید.



اگر ارزش شناسایی نشود...

ما ندانیم، مشتری هم نداند ...

ما بدانیم اما مشتری نداند ...

ما ندانیم، اما مشتری بداند ...

ما بدانیم، مشتری هم بداند ...

مثال



وقتی کالا یا خدماتی مشتری را
برای رسیدن به نیازهایش کمک
نکند، هرچقدر هم ارزشمند
باشد، دور ریخته می شود.

新闻 新闻

مقدمات بازاریابی خلاقانه

樂毅論

夏侯泰初

世人以樂毅不時拔管即墨為劣是以叙而論之

夫求古賢之意宜以大者遠者先之必迂迴而難通然後已焉可也今樂氏之趣或者其未盡乎而多劣之是使前賢失指於將來不亦惜哉觀樂生遺燕惠王書其殆庶乎機合乎道以終始者與其喻昭王曰伊尹放太甲而不繼太甲受放而不怨違存大業於而難通然後已焉可也今樂氏之趣或者其未盡乎而多劣之是使前賢失指於將來不亦惜哉觀樂生遺燕惠王書其殆庶乎機合乎道以終始者與其喻昭王曰伊尹放太甲而不繼太甲受放而不怨是存大業於夫求古賢之意宜以大者遠者先之必迂迴而難通然後已焉可也今樂氏之趣或者其未盡乎而多劣之是使前賢失指於將來不亦惜哉觀樂生遺燕惠王書其殆庶乎機合乎道以終始者與其喻昭王曰伊尹放太甲而不繼太甲受放而不怨是存大業於

مثال



مثال



مقدمات بازاریابی خلاقانه

مثال



رسیدن به ایمان قلبی



تعريف سواد

تعریف سواد از دیدگاه یونسکو (سازمان علمی، فرهنگی و تربیتی ملل متحد)

سواد رسانه

سواد عاطفی

سواد آموزش و
پرورش

سواد
ارتباطی

سواد رایانه

سواد مالی

سواد عاطفی

توانایی برقراری روابط عاطفی با خانواده، همسر و دوستان
به نحو تاثیرگذار و اثربخش



سواد ارتباطی

توانایی برقراری ارتباط و تعامل با تمامی اعضای جامعه،
دانستن آداب معاشرت و روابط اجتماعی



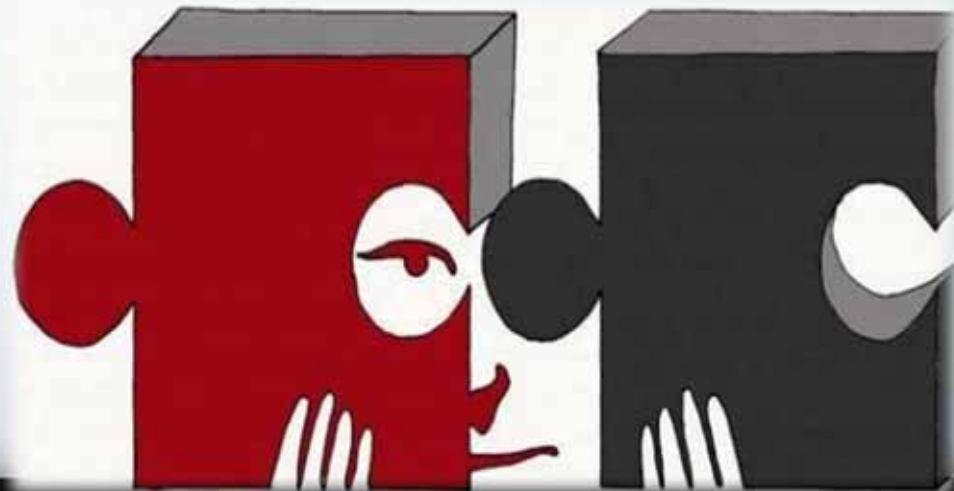
سواد مالی

توانایی مدیریت اقتصادی در آمد،
دانش چگونگی پس انداز، سرمایه گذاری و مدیریت مخارج



سواد رسانه یا بصری

این که بدانیم کدام رسانه‌ها معتبر و کدام نامعتبر هستند.
توانایی تشخیص وثوق اخبار و دیگر پیام‌های رسانه‌ای
سواد بصری / درک ارتباطات بصری و دیداری



سواد آموزش و پرورش

توانایی تربیت فرزندان به نحو احسن
توانایی آموزش و پرورش همکاران، زیردستان، پرسنل و ...



سواد رایانه

توانایی استفاده از مهارت‌های هفت‌گانه رایانه ICDL شامل: مفاهیم پایه فن آوری اطلاعات و ارتباطات، استفاده از رایانه و مدیریت فایل‌ها، واژه‌پرداز Word، صفحه‌گستر Excel، استفاده از پایگاه داده‌ها Access، ارائه مطالب با PowerPoint و اینترنت)



چه کسانی در مجموعه خود فروشنده دارند؟

آیا فروشنده
دارید؟

خوش‌های ۱۶ گانه فروشنده موفق

خوش رو

خوش بین

خوش شنو

خوش گو

خوش دل

خوش خو

خوش بو

خوش پوش

خوش فکر

خوش چشم

خوش مرام

خوش حال

خوش حافظه

خوش خلق

خوش بر خورد

خوش نام

انسان های لمسی،
درون گرا، سطحی نگر،
دروغ گو، سرد و بی روح
مناسب فروشنده‌گی نیستند.

هشت "ت" یک فروشنده موفق

تعلق

تخصص

تعهد

توکل

تمرین

تکامل

تحول

تداوم

هیچ گاه دست از
آموختن بر ندارید و
همواره از اطرافیان
مجیزگو تر سید.

چقدر با همکاران خود، هماهنگ هستید؟!؟



از این به بعد اگر...

اگر برنامه‌ای برای موفقیت، فروش
و بازاریابی خود نداشته باشید،

کسب هر موفقیتی تصادفی

و شانسی است و احتمال

تکرار آن بسیار اندک.

چند نکته

بهترین راه
پیش بینی
آینده،
ساختن آن
است.

پیتر دراگر



چقدر خلاق هستید؟



باران که می بارد
همه ی پرنده ها به
دنبال سرپناه
می گردند، اما **عقاب**
برای اجتناب از خیس
شدن بالاتر از ابرها
پرواز می کند.

معرفی منابع

نام کتاب	نویسنده	مترجم	ناشر
مدیریت بازاریابی (کتاب جامع)	فیلیپ کاتلر	بهمن فروزنده	نشر آتروپات
زبان بدن	ویجایا کومار	زهره زاهدی	نشر جیحون
یک روش برای خلق هزاران ایده	جیمز وب یانگ	علیرضا قانديان	نشر سینه
چه کسی فروش ما را ربود؟	تاد دانکن	دکتر روستا، محمود حمیدخانی	نشر سینه
قوانین جهانی موفقیت	برایان تریسی	اشرف رحمانی، کورش طارمی	نشر راشین
فروشده یک دقیقه‌ای	اسپنسر جانسون	هانیه حق نبی مطلق	نشر سلسله مهر
گنجینه‌ی فروش	جفری گیتومر	دکتر روستا، محمود سبزی	نشر سینه
ایرانی‌ترین فروش، حرفه‌ای‌ترین در جهان	امید فدائی منش		نشر رسا
بازاریابی و فروش تلفنی	پرویز درگی		نشر رسا
روانشناسی فروش	برایان تریسی	مهدی قراچه‌داغی	نشر آسیم
دایره‌المعارف بازاریابی از A تا Z	فیلیپ کاتلر	دکتر عبدالحمید ابراهیمی و ..	نشر همای دانش
اصول و فنون مذاکره	راجر فیشر و ...	دکتر مسعود حیدری	مدیریت صنعتی
مدیریت فروش و فروش حضوری	پرویز درگی		نشر رسا
مشتری‌ها چگونه فکر می‌کنند؟	جرالد زالتمن	امیر توفیقی	نشر رسا
۱۰۱ تکنیک برای جذب و حفظ مشتری	رنه ایونسون	امیر توفیقی	نشر رسا
مدیریت بازاریابی برای بخش عمومی	فیلیپ کاتلر	مهدی خادمی و ...	نشر آریانا قلم
گاو بنفش	ست گادین	سیدبهادت یاسینی	نشر فرا
... و چنین گفت کاتلر	فیلیپ کاتلر	علی عیاری	نشر فرا
کلید طلایی ارتباطات	کریس کول	محمدرضا آل یاسین	نشر هامون

دانش خود را با دیگران سهیم باشید.

معرفی منابع

نام کتاب	نویسنده	مترجم	ناشر
بازاریابی خلاق	فیلیپ کاتلر و ...	کامبیز حیدرزاده، رضا رادفر	نشر کسا کاوش
فروشندگان خاموش	مایک کارسون	عطیه بطحایی	نشر سیته
تکنیک‌های فرصت‌یابی در بازاریابی و فروش	پرویز درگی		نشر رسا
۲۲ قانون ابدی بازاریابی	ال‌ریس، جک تروت	محمود حمیدخانی	نشر سیته
تمایز یا نابودی	جک تراوت	میراحمد امیرشاهی	نشر فرا
فروشنده پیشرو	تام هاپکینز	ابراهیم گوهریان، ایمان رضایی	نسل نواندیش
عملی کردن دانسته‌ها	کن بلانچارد	مامک بهادرزاده	نشر آوین
قرص مدیریت	کن بلانچارد	مهسا مشتاق	نشر ابو عطا
مدیریت بر قلب‌ها	کن بلانچارد	دکتر عبدالرضا رضایی نژاد	نشر فرا
مهارت‌های ارتباط شغلی و مدیریت کارآمد	دکتر صادق بافنده		نشر نور علم
تمرکز بر مشتری	جیمز هسکت	سمیه محمدی، مریم شهبازی	نشر آریانا قلم
مدیریت بازاریابی (کتاب همراه مدیران)	فیلیپ کاتلر	پیام نور صالحی، نگین شهامتی‌فر	نشر آریانا قلم
استخدام کارکنان	لیندا هیل	مرتضی بخشایش، سارا احمدی	نشر آریانا قلم
حفظ کارکنان	جیمز والدروپ	مجتبی اسدی، مجید کرمی	نشر آریانا قلم
تعدیل کارکنان	سوزان آلوی	شیرین ناظرزاده، مجید کرمی	نشر آریانا قلم
ارزیابی عملکرد	رابرت کاپلان	مسعود سلطانی	نشر آریانا قلم
هنر مذاکره - کلید کسب توافق	دکتر محمد حقیقی		نشر فرا روان
عصر سوم بازاریابی	فیلیپ کاتلر	دکتر هرمز مهرانی، بهزاد شهبازی	نشر رسا

دانش خود را با دیگران سهیم باشید.

معرفی منابع

نام کتاب	نویسنده	مترجم	ناشر
زاگ	مارتی نیومیر	سارا میرزایی	نشر سینته
اعتماد به نفس عالی در کار و زندگی	راس تیلور	زهرا ابطحی	نشر به تدبیر
بستنی ساز	سایبر چاودهاری	شمس آفاق یاوری	نشر فرا
پیشنهاد ردتشدنی	مارک جوینر	امیر توفیقی	نشر رسا
فروشنده پیشرو	تام هاپکینز	محمدابراهیم گوهریان	نسل نواندیش
هنر مذاکره	محمدعلی حقیقی		نشر فرا روان
زبان بدن	آلن پیز	زهرا حسینیان	نشر ترانه
فراسوی مشتری مداری	کن بلانچارد	محمد گذرآبادی	نشر رسا
مدیریت زمان	مارک مانسینی	ابوذر کریمی	نشر آوین
هنر فروش موفق	ریچارد دنی	جواد شافعی مقدم	نشر سلیس
پنج راز کسب و کار موفق	پیتر اف. دراگر	علی مفتخر	نشر آسیم
پیشرفت در کسب و کار	جک هی هاو	محمد محقق	نشر آوین
کارآفرینی، شانس یا هوش؟	بوپی بادی	اینار کیانی	نشر فرا
مذاکره کنندگان ماهر	تام بیزر	نیره اقبالیان	نسل نواندیش
مشتری مداری	اسماعیل محمدی		نشر رسا
ثروتمندترین مردان جهان	وحید معماری		نشر آمه
چه کسی تغییر را کشت؟	کنت بلانچارد	مهین خالصی	نسل نواندیش
جادوی کار پاره وقت	جیم رآن	توحید فریدونی	نشر ذهن آویز

دانش خود را با دیگران سهیم باشید.

لطفا، لطفا، لطفا...

please



لطفا ما را به

دوستان

خود معرفی کنید

لطفا ما را به دوستان خود معرفی کنید

فروشنده باش تا کامرواشوی

مهد گل محمد

موسسه فرهنگی موعود

www.TasmimSazan.com

موفق باشید