## چکاوری ۱۲

# بازاریابی انسان به انسان

ارائه شده توسط مسعود معاونی

در استودیو دیجیتال مارکتینگ چکاد

۲۳ تیر ۱۴۰۰

# بازاریابی چی نیس؟

# بازاریابی چی هس؟

# بازاریابی چی نیس؟

- مارکتینگ فقط تبلیغات نیس
- مارکتینگ، بازاریابی شبکه‌ای نیس
- مارکتینگ بازنشر محتوا نیس
- مارکتینگ فقط داخل اینترنت نیس
- مارکتینگ مسابقه اینستاگرامی نیس
- مارکتینگ خرید فالوور و تبلیغ بی‌هدف نیس
- مارکتینگ مشاوره‌های صد من ... نیس
- مارکتینگ سخنرانی‌های انگیزشی نیس
- و..

# بازاریابی چی هس؟

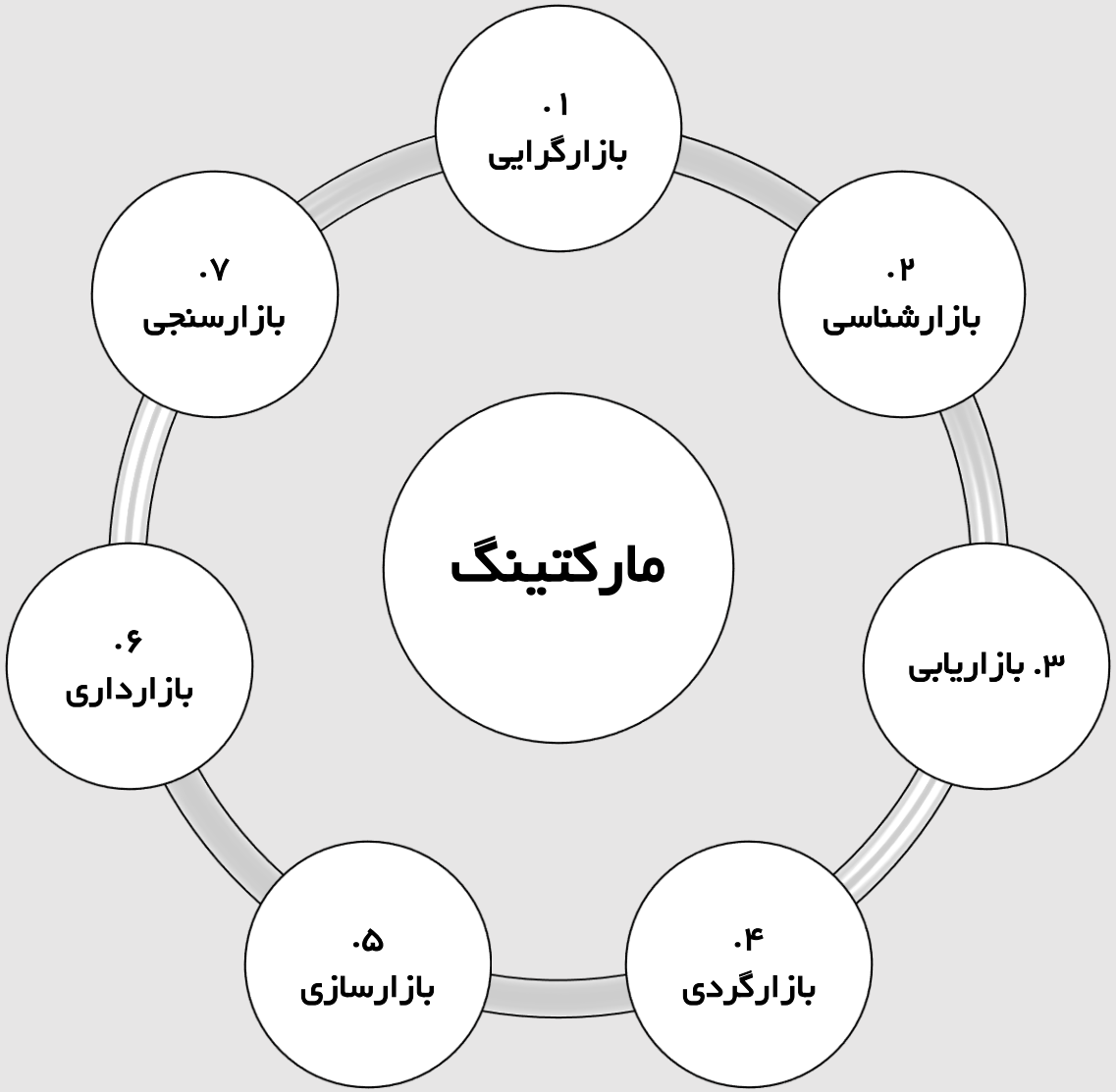
# بازاریابی چی هس؟

ست گادین میگه:

"مارکتینگ یک داستانه که مردم در زندگی خود با اون برخورد میکنن و تمایل دارن تا اون داستان رو دنبال کنن و باهاش ارتباط برقرار کنن تا احتمالا مشکلشون رو با کمک اون حل کنند"

" اگر شما در کسب و کارتان داستانی رو خلق نمی‌کنید که با کمک آن شرایط دیگران رو در یک یا چند موضوع خاص بهبود بدین، شما به هیچ وجه یک مارکتر نیستید"

# تعریف رسمی بازاریابی(marketing)



# پیش نیازهای یک بازاریابی

## نیاز(need)

- محرومیت‌های انسانی نیاز رو بوجود می‌آورد
- برای شناخت نیازها باید نیازسنجی باید انجام بشه

## خواسته(want)

- ایجاد شرایط لازم برای برآورده سازی نیازها
- بسیاری از نیازها به مرحله خواسته نمی‌رسند

## تقاضا(demand)

- باید محصول یا خدمت متناسبی برای تقاضا باشد
- قدرت خرید هم وجود داشته باشه

# کلید واژه‌های طلایی در بازاریابی

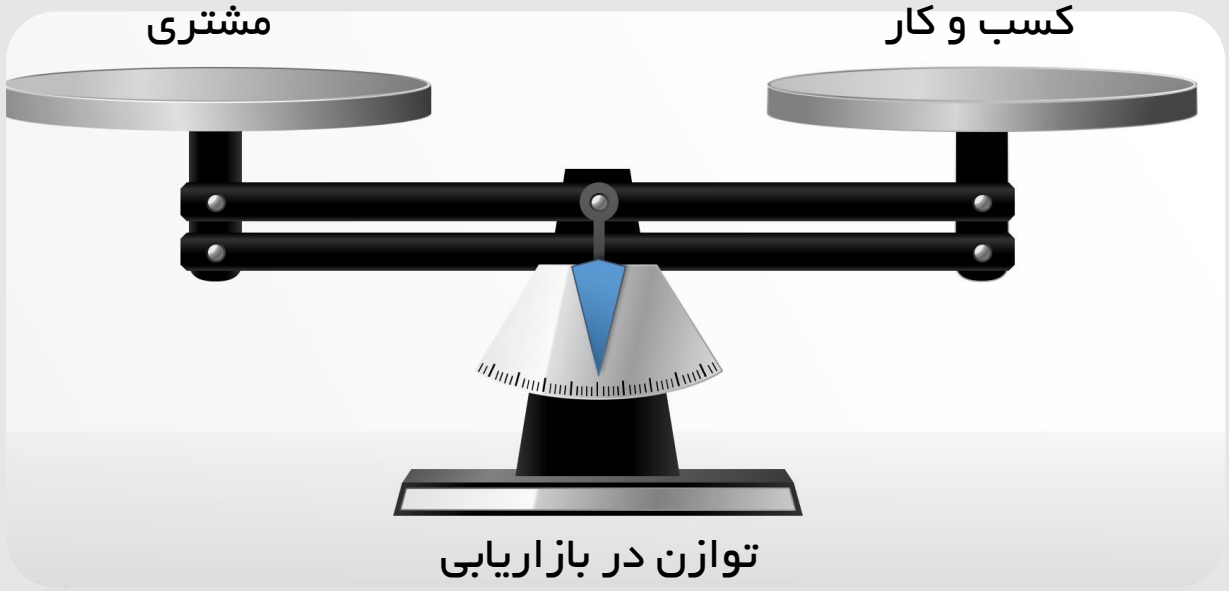
(مشق شب)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| بازاریابی سفارشی | بازاریابی ویروسی | بازاریابی اقدام محور | بازاریابی دهان به دهان | بازاریابی عرضه کم | بازاریابی رابطه ای | بازاریابی انگیزه ای | بازاریابی داده محور |
| بازاریابی رویداد محور | بازاریابی هیجانی | بازاریابی ایمیلی | بازاریابی آنلاین | بازاریابی روابط عمومی | بازاریابی فصلی | بازاریابی فراگیر | بازاریابی مخفی |
| بازاریابی نیچ | بازاریابی جستجو | بازاریابی نمایشگاهی | بازاریابی محتوا | بازاریابی ارائه رایگان | بازاریابی مستقیم | بازاریابی درونگرا | بازاریابی برونگرا |
| بازاریابی اتحاد محور | بازاریابی موبایلی | بازاریابی ابری | بازاریابی کمین کردن | بازاریابی ترویجی | بازاریابی رسانه های اجتماعی | بازاریابی جامعه‌ای | بازاریابی قطره‌ای |
| | بازاریابی شخصی سازی شده | بازاریابی چابک | بازاریابی رفتاری | بازاریابی چریکی | بازاریابی تلفنی | بازاریابی معکوس | |

کد تقلب: https://b2n.ir/7858

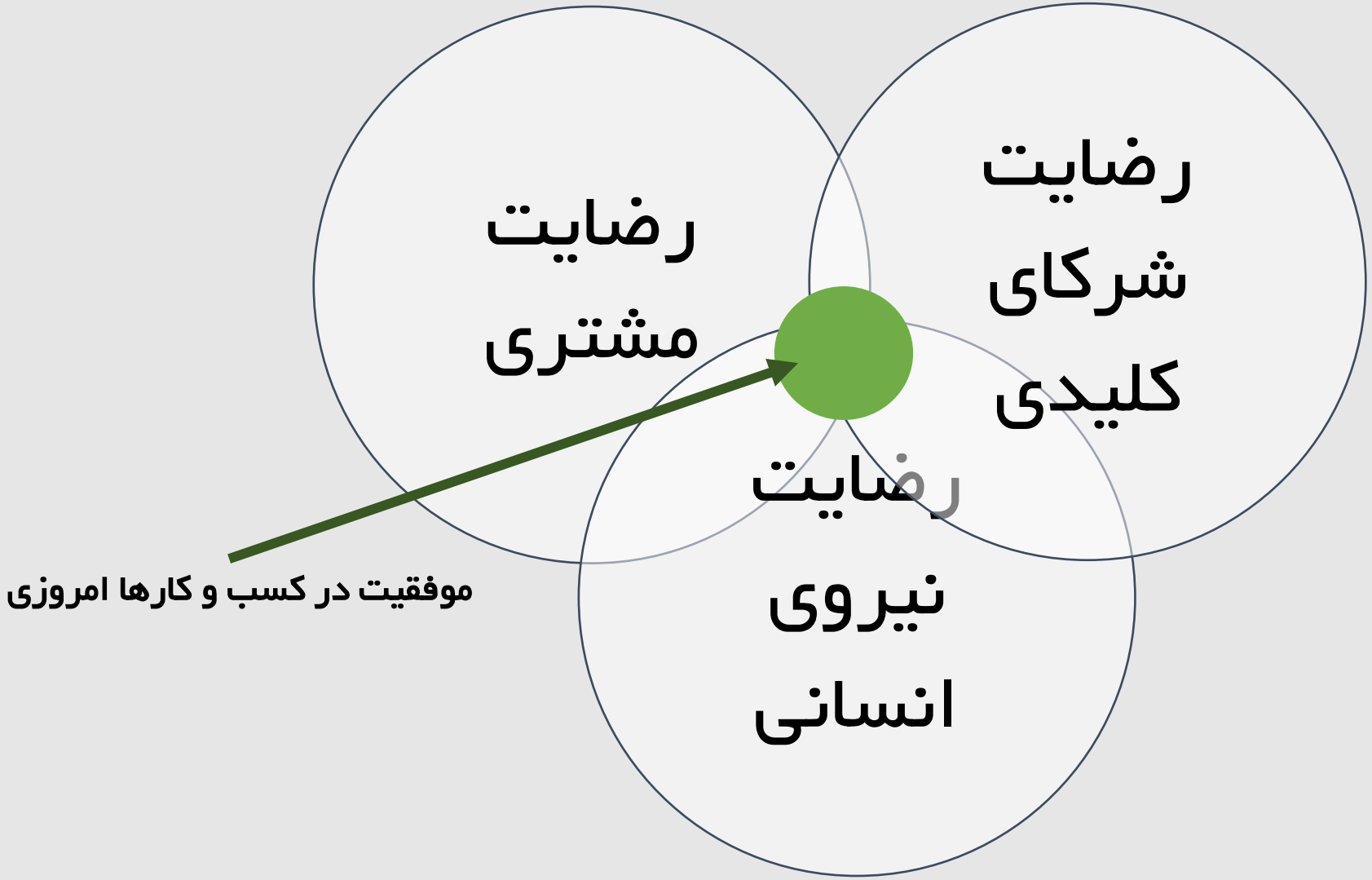
# بزرگترین چالش امروزی بازاریابی

- ✓گسترش اینترنت باعث تغییرات گسترده در عادت‌های مشتریان شده
- ✓توازن در بازاریابی چیزی نیست که به آسانی بدست بیاد



# عوامل موثر در بازاریابی سنتی

- ✓Product
- ✓Price
- ✓Place
- ✓Promotion
- ✓People
- ✓Process
- ✓Physical Evidence


رضایت مشتری
رضایت شرکای کلیدی
رضایت نیروی انسانی
موفقیت در کسب و کارها امروزی

# تغییر در مدل‌های کسب و کاری

- ✓ B2B
- ✓ B2C
- ✓ B2G
- ✓ B2B2C
- ✓ B2B2G
- ✓ C2B
- ✓ C2C
- ✓ B2B2C
- ✓ G2B
- ✓ G2C

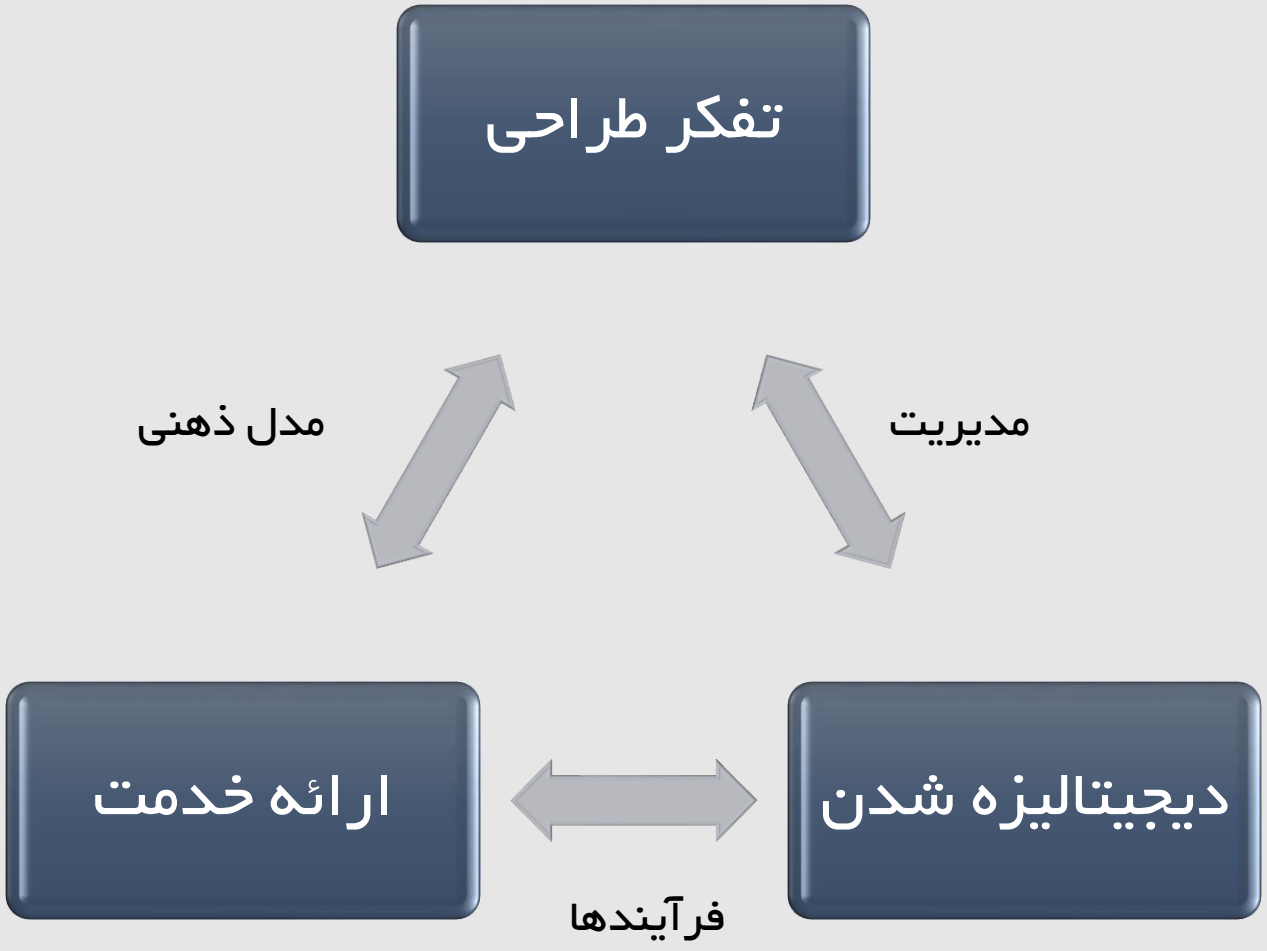
H2H

# تفاوت انسان به انسان با سایر مدل‌های قبلی

- ✓ در مدل‌های قبلی محصول یا خدمت در راس توجه بود
  (از سال ۱۹۰۰ میلادی تا ۲۰۱۰)
- ✓ در انسان به انسان رشد و پایداری کسب و کار همزمان مورد توجه قرار می‌گیرد
  زیرا در سطح جهانی اعتماد به دولت‌ها کاهش پیدا کرده است.
- ✓ بازاریابی انسان به انسان رویکرد جدیدی است که انسان را به جای محصول یا خدمت در مرکز توجه قرار می‌دهد
  دانش مشتری و محتوای تولید شده توسط او عامل رشد یک برند است
- ✓ بازاریابی H2H سعی دارد تا روش‌های اخلاقی و مشارکتی را در تعامل با مشتری از طریق ایجاد ارزش به مخاطبان عرضه کند

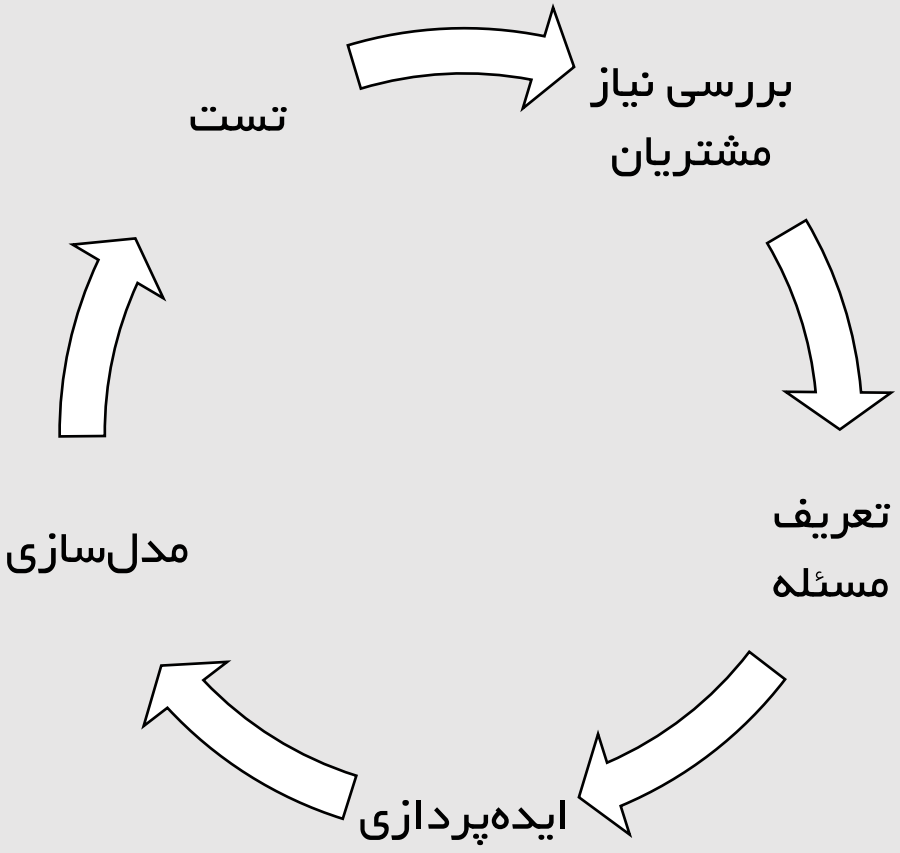
منفعت کسب و کار
بازاریابی غیر اخلاقی
بازاریابی انسان به انسان
بازاریابی غیر موثر
بازاریابی غیر عادی
منفعت مشتریان

# مدل بازاریابی H2H



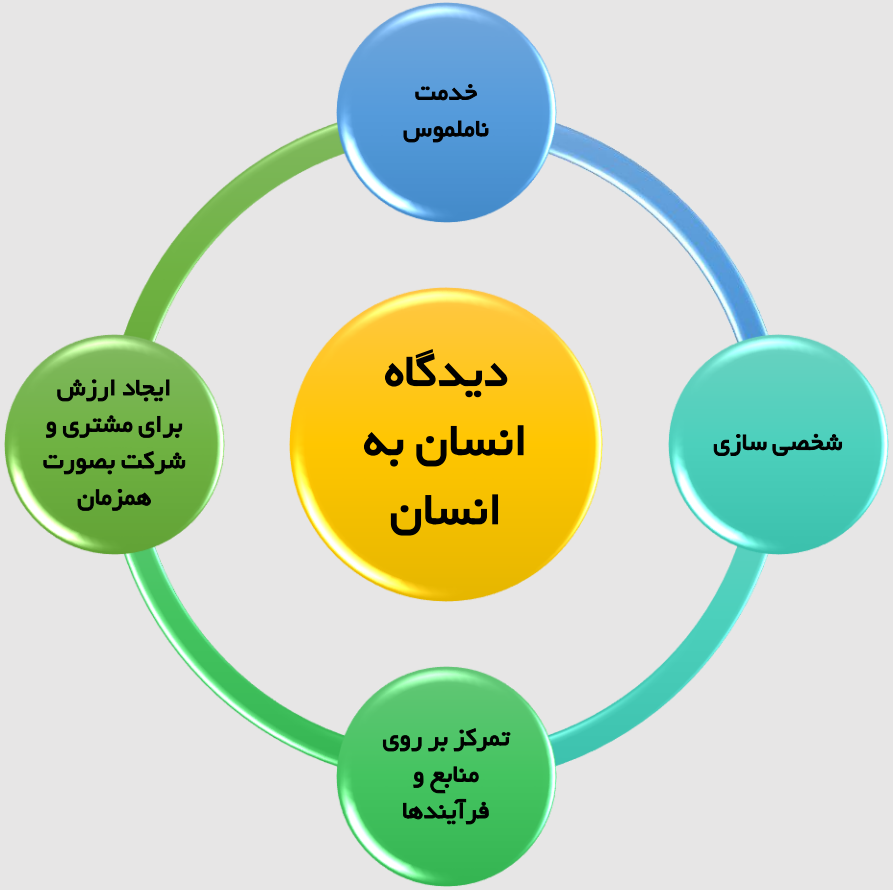
# تفکر طراحی

تفکر طراحی فرآیند ایجاد ایده‌های جدید و نوآورانه برای حل یک مسئله خاص است. تفکر طراحی، تمرکز خود را بر روی کاربر نهایی می‌گذارد و سعی بر ایجاد تغییر و انعطاف‌پذیری با توجه به نیاز بازار و پاسخگویی به مشتریان دارد.



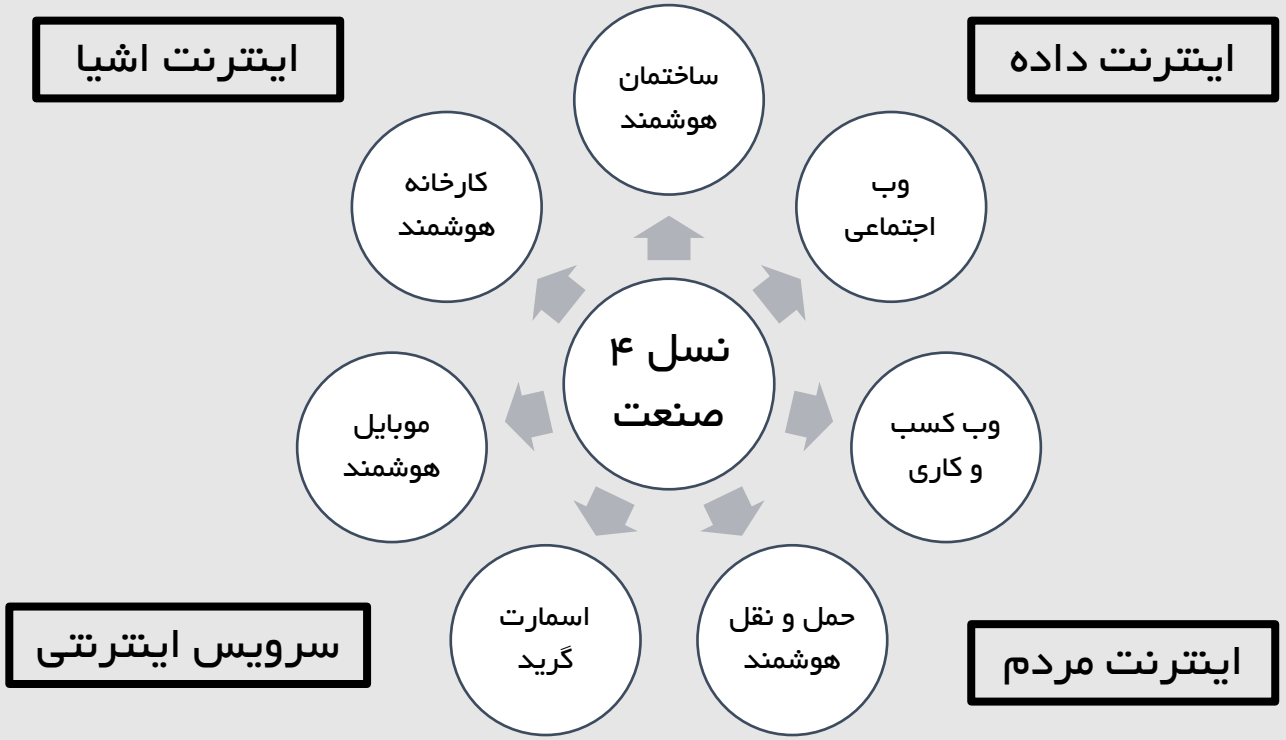
# ارائه خدمت

مشتریان کالا یا خدمتی را نمی‌خرند مگر اینکه:
خدمت خریداری شده توانایی ایجاد یک خدمت جدید را برای آنها داشته باشد.
خدمتی که خود ایجاد کننده یک ارزش باشد.



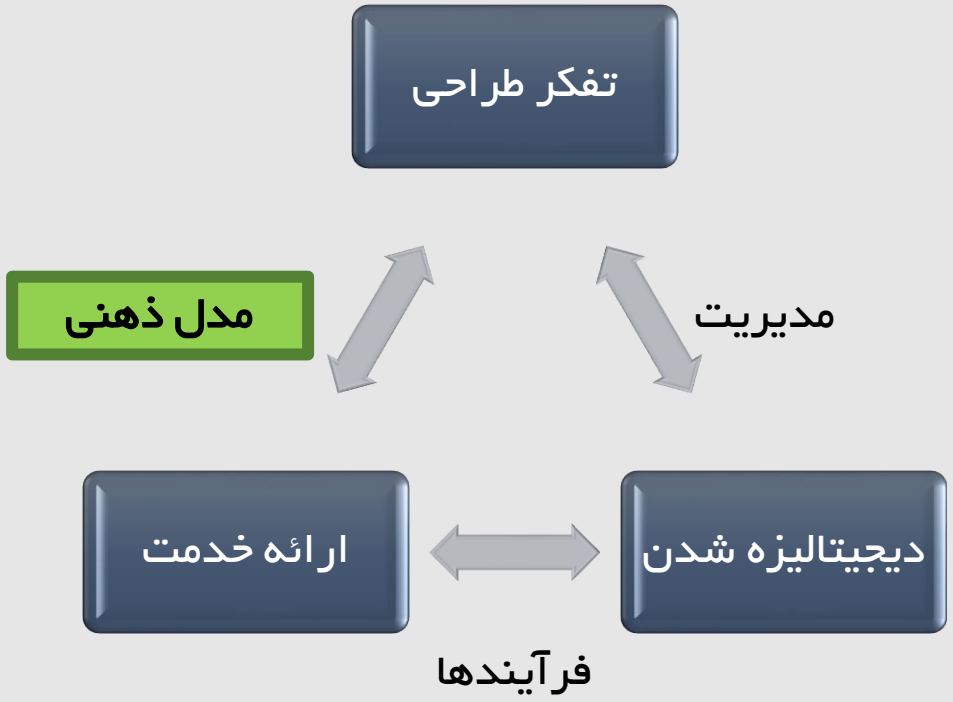
# دیجیتالیزه شدن

دیجیتالیزه شدن یا تحول دیجیتالی مجموعه‌ای از اقدامات سازمان برای بکارگیری تکنولوژی‌های جدید دیجیتالی و بهره‌برداری از منافع آن تعریف می‌شود

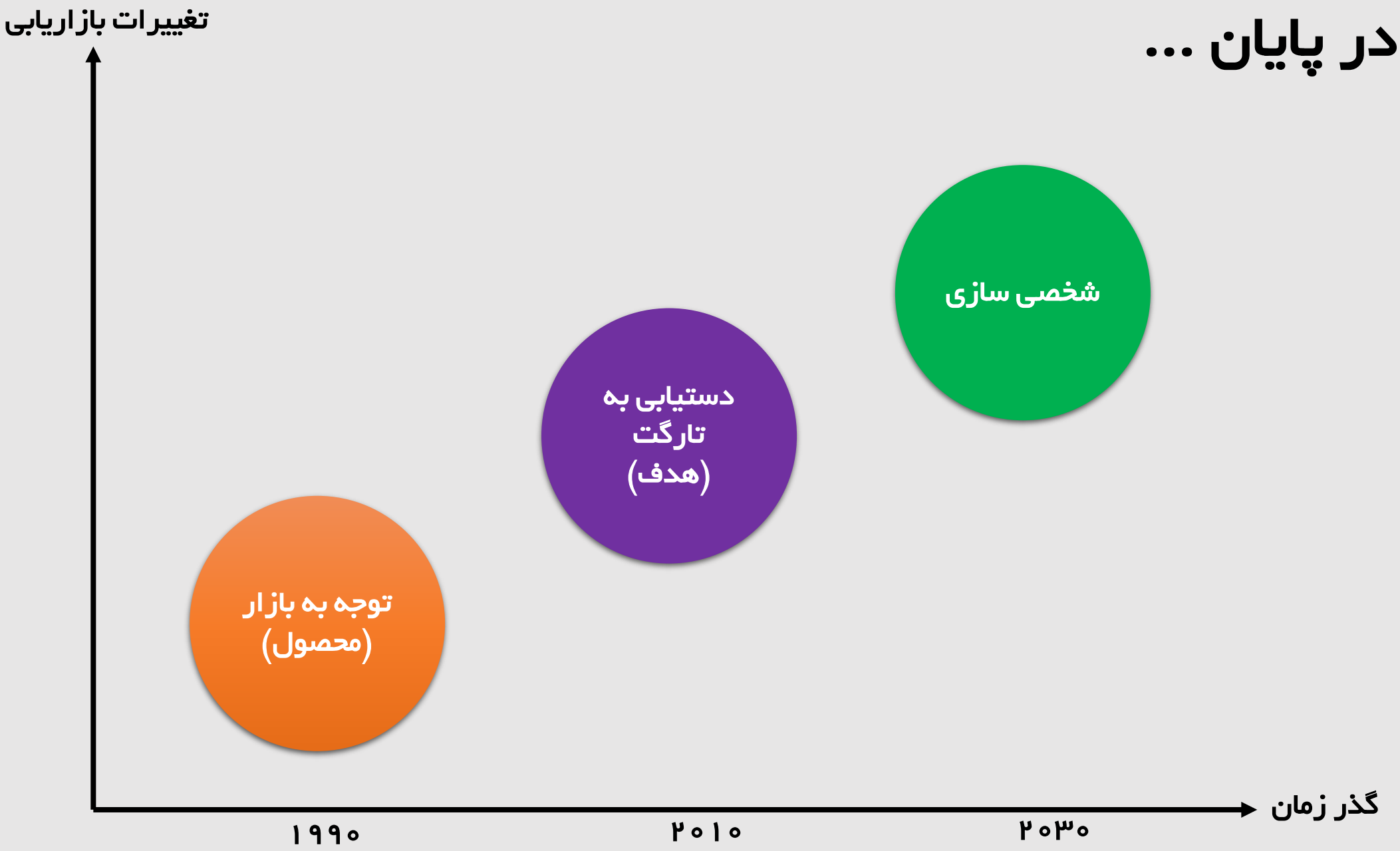


# مدل ذهنی در بازاریابی H2H

- ✓ مبنای بازاریابی H2H مدل ذهنی یا همان طرز تفکر است. این طرز فکر باید در مدیران ارشد، مدیران بازاریابی و تمامی کارکنان یک سازمان نهادینه شود.
- ✓ مدل ذهنی بصورت مستمر در حال تغییر یک شخص است و بر روی اعمل فرد تاثیر می‌گذارد. این مدل ذهنی است که به یک فرد کمک می‌کند تا چیزی را ببیند، بشنود، درک کند، احساس کند، تحلیل کند، ارتباط برقرار کند و..



# و در پایان ...


تغییرات بازاریابی
شخصی سازی
دستیابی به تارگت (هدف)
توجه به بازار (محصول)
گذر زمان
۱۹۹۰
۲۰۱۰
۲۰۳۰