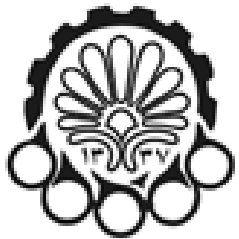




# THE

# E

# MARKETING



# تجارت الکترونیک: (E-Marketing)

## اهداف درس:

- آشنائی با رشته تجارت
- آشنائی با تجارت الکترونیک
- آشنائی با امکانات تجارتي در دنيای وب
- مطالعه و تحليل موردی

## مراجع و منابع:

- مدیریت بازاریابی – دکتر حسن اسماعیل پور
- اصول بازاریابی – (ترجمه دکتر علی پارسیان) (Philip Kotler)
- تجارت الکترونیک (ترجمه: دکتر مهدی شجری) (Efraim Turban)

## روش ارزیابی:

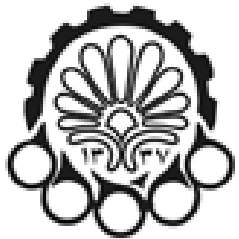
- پروژه مطالعه موردی در طول ترم 15٪
- تکالیف انفرادی در طول ترم 20٪
- امتحان پایان ترم 55٪
- حضور و مشارکت در کلاس 10٪

# فهرست مطالب

## بخش نخست:

- تعریف بازار، بازار یابی و آمیخته بازار یابی
- برنامه ریزی استراتژیک بازار یابی و محیط بازار یابی
- رفتار مصرف کننده
- بازار مصرف و تقسیم آن
- بازار هدف
- طراحی کسب و کار

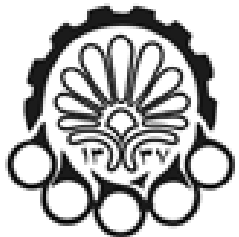
- استراتژی محصول
- استراتژی بازار
- نام و نشان و بسته بندی
- منحنی عمر محصول
- استراتژی ارتباطات بازار یابی (تبلیغات) و آگهی تجاری



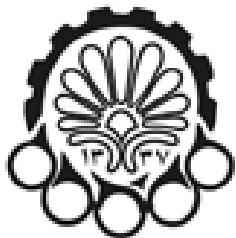
# فهرست مطالب

## بخش دوم:

- تعریف تجارت الکترونیک، انواع تجارت
- تجارت در اینترنت و روند توسعه آن ، فناوری اطلاعات، اینترنت و بازاریابی
- بازار الکترونیکی
- فروش و حراج در اینترنت
- نمونه های موفق در تجارت الکترونیک.



# مبحث اول: بازار یابی چیست؟

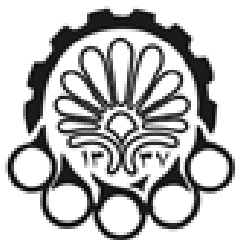




# هدف هاي اين بحث :

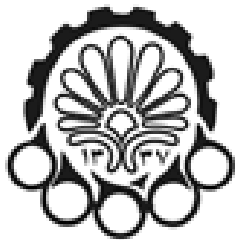
آشنایی با:

- تعریف و وظایف بازاریاب
- تعریف بازار
- فلسفه های مختلف مدیریت بازاریابی
- چالشهای شرکت و بازاریابان



# محدوده بازاریابی (محصولات مختلف برای بازاریابی):

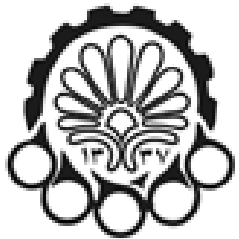
- خدمات (Services): هواپیمایی، مشاوره و مدیریت، فعالیتهای پزشکی، ... (70٪)
- کالا (Goods): مواد غذایی، پوشاک، فولاد، اتومبیل، ...
- تجربه (Experiences): والت دیسنی، خانه اسرارآمیز...
- وقایع (Events): رویدادهای ورزشی، نمایشگاههای صنعتی، کنسرت، ...
- اشخاص (Persons): خوانندگان، هنرپیشگان، ورزشکاران، ...
- مکان (Places): شهر، کشور، جذب توریست، موزه ها، ...
- دارایی (Properties): سهام، زمین، بورس...
- سازمانها (Organizations): دانشگاهها، ...
- اطلاعات (Information): نرم افزار، مقالات، ...



# بازاریابی چیست؟

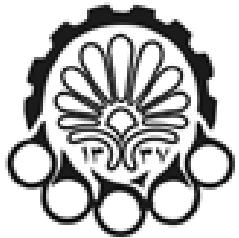
پیتروداکر:

هدف از بازاریابی شناخت و درک مشتری به نحوی است که کالا و یا خدمت ارائه شده مناسب باشد و خود، خود را بفروش برساند.



# براي درك بيشتر تعاريف زير لازم است:

- نیاز (Need): حالت محرومیت احساس شده در فرد.
- خواسته (Want): تأمین نیازها بر حسب امکانات.
- تقاضا (Demand): خواسته + قدرت خرید = تقاضا
- محصول (Product): آنچه برای تأمین خواسته ها یا نیازها به بازار عرضه می شود.
- مبادله (Exchange): دریافت چیزی مطلوب ، در مقابل ارائه مابه ازاء ( اساس بازاریابی است ).
- معامله (Transaction): واحد اندازه گیری بازاریابی است که شامل دادوستد بین طرفین معامله است.

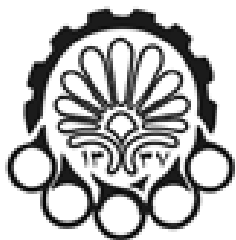




## بازاریابی چیست؟

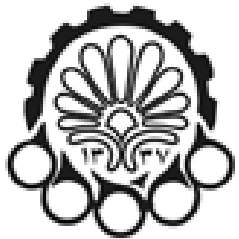
### فیلپ کاتلر :

بازاریابی فرایندی مدیریتی - اجتماعی است که افراد از طریق **تولید** و مبادله **محصول** با یکدیگر، برای تأمین **نیاز**ها و **خواسته**های خود اقدام می کنند.



# بازاریابی چیست؟

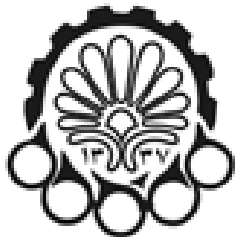
هنر ارضاء نیاز و خواسته مشتری در ازاء کسب سود.



# بازاریابی چیست؟

انجمن بازاریابی آمریکا :

بازاریابی عبارتست از فرآیند برنامه ریزی و تحقق یک ایده ، قیمت گذاری ، تبلیغ و توزیع یک کالا و یا ....  
به نحوی که مبادله ای انجام شود.





- ایجاد رابطه بلند مدت با مشتریان ، توزیع کنندگان، فروشندگان ، ...

# – ایجاد شبکه بازاریابی (Network Marketing)...

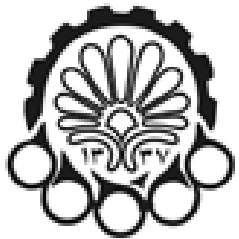




## بازار (Market):

– مکان (فیزیکی) که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا گرد هم می آیند .

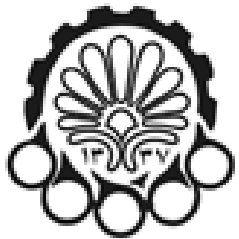
– مجموعه خریداران بالقوه و خریداران بالفعل.



# بازار هدف (Target Market):

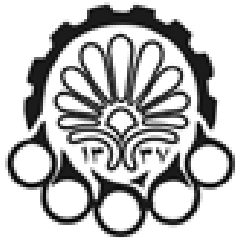


بخشي از بازار در دسترس واجد شرایط که شرکت محصولات خود را در آنجا ارائه می دهد .



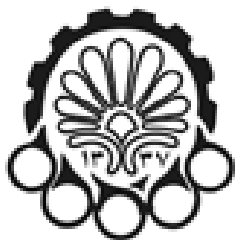
# وظایف بازاریابی :

- 1- شناسایی مشتریان
- 2- تولید و ایجاد کالا و خدمات مورد نیاز مشتریان
- 3- تعیین قیمت کالا و خدمات مورد رضایت مشتریان
- 4- توزیع کالا و خدمات در مکان و محل مناسب
- 5- ایجاد ارتباط با مشتریان
- 6- بازخورد مشتریان



# مشخصه های دنیای امروز

- جهانی سازی ← کسب و کار بدون مرز
- پیشرفت تکنولوژی ← کسب و کار الکترونیک
- توسعه منابع ← اقتصاد رقابتی
- کاهش قوانین ← لزوم برنامه ریزی و استراتژی



# آمیخته بازاریابی (Marketing Mix) (سنتی):

مجموعه ای از ابزار بازاریابی

مک کارتی این ابزار را به چهار گروه تقسیم نموده:  
از نظر فروشنده (4P):

- محصول (Product)

- قیمت (Price)

- مکان (Place)

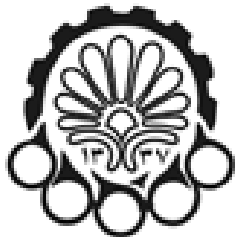
- تبلیغات (Promotion)

Product

Price

Place

Promotion



# آمیخته بازاریابی

(Marketing Mix) (مدرن):

ابزار بازاریابی (7P):



# آمیخته بازاریابی (Marketing Mix):

(از نظر خریدار - 4C):

- راه حل برای مشتری (Customer Solution)

- هزینه برای مشتری (Customer Cost)

- راحتی (Convenience)

- ارتباط (Communication)





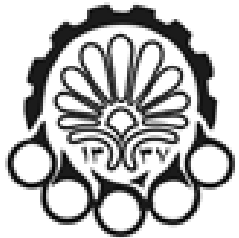
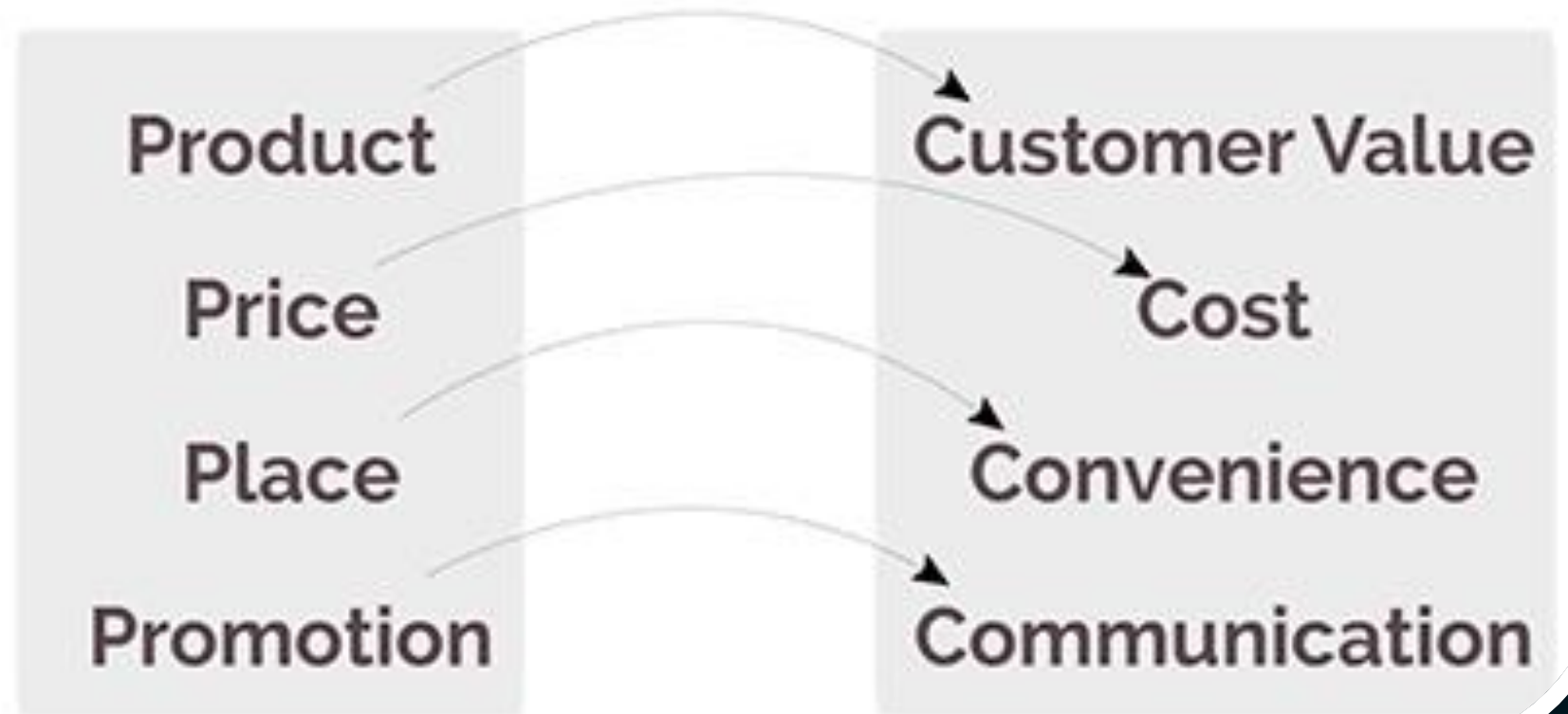
آمیخته بازاریابی (Marketing Mix):  
(مدرن)

(از نظر خریدار - 7C):



# 4Ps to 4Cs

## 4Ps to 4Cs



# The 7Cs of the Customer Interface

## Context

Site's layout and design

## Content

Text, pictures, sound and video that web pages contain

## Commerce

Site's capabilities to enable commercial transactions

## Community

The ways sites enable user-to-user communication

## Connection

Degree site is linked to other sites

## Customization

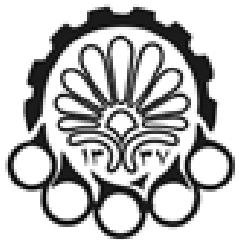
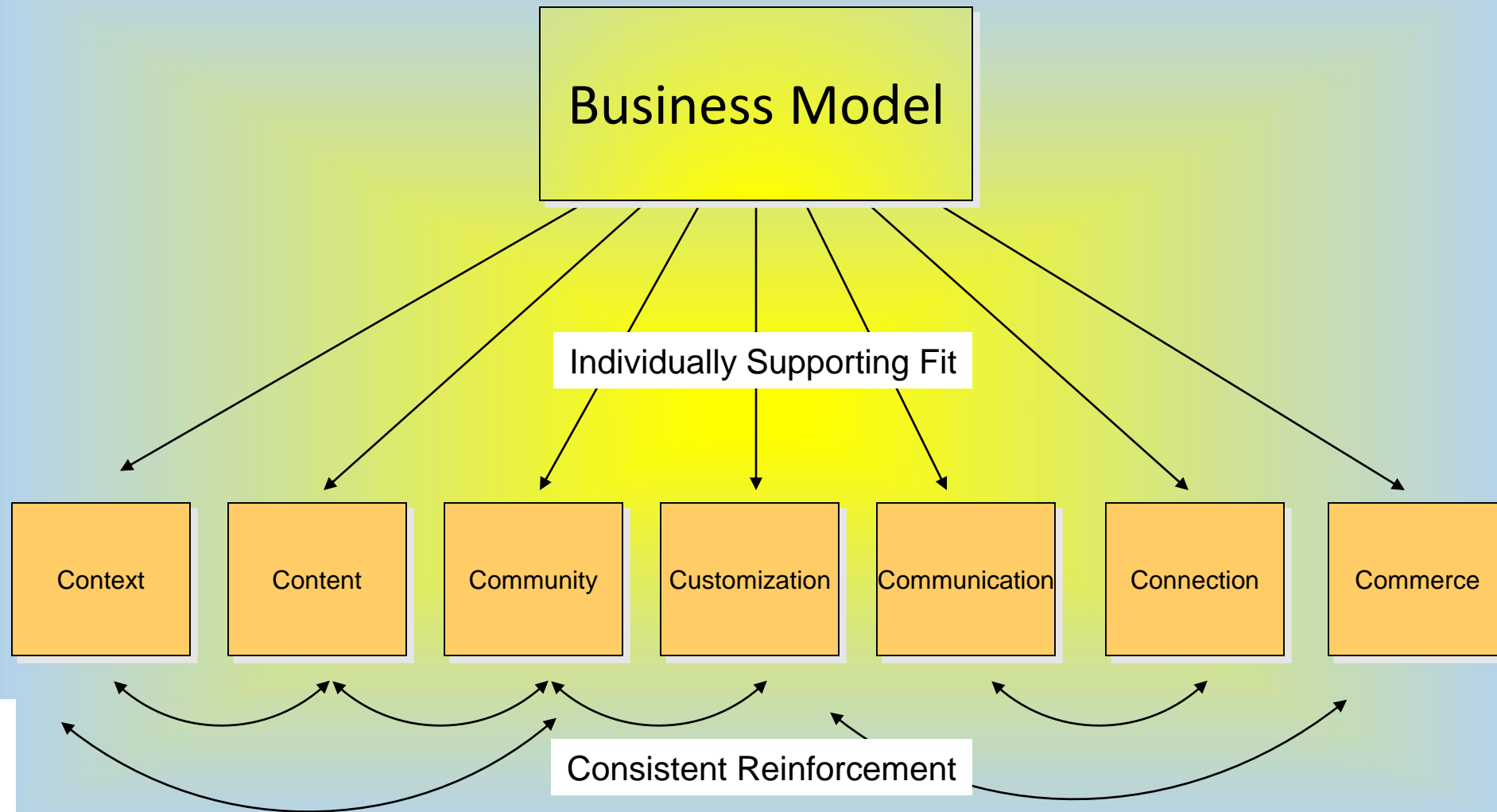
Site's ability to self-tailor to different users or to allow users to personalize the site

## Communication

*The ways sites enable site-to-user communication or two-way communication*

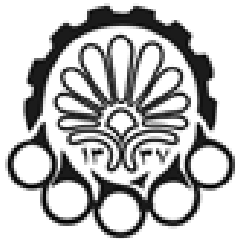


# Fit and Reinforcement of Cs



# فلسفه های متداول مدیریت بازاریابی

## 5 concepts

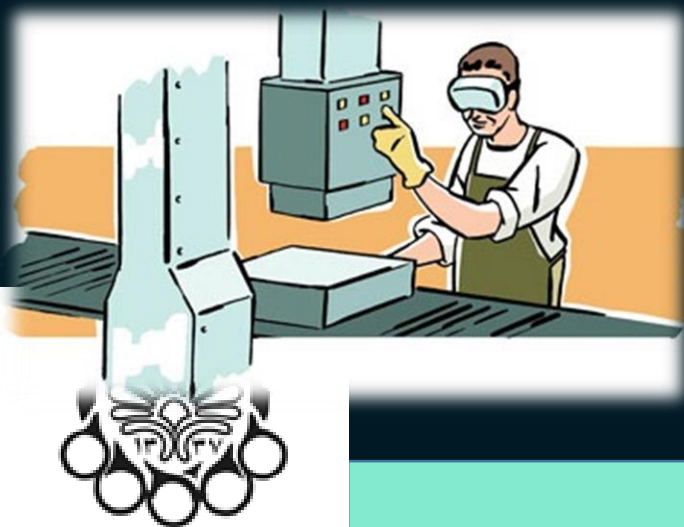


# فلسفه تولید (The Production Concept):

فلسفه تولید : مصرف کنندگان به کالایی روی می آورند که در

دسترس ، قابل تهیه و مناسب ( از نظر قیمت ) باشد.

تولید گرایی ( نتیجه اش: افزایش تولید – کاهش هزینه )



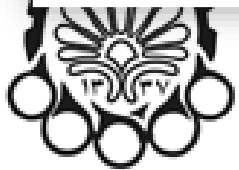
# فلسفه محصول (The Product Concept):

محصول گرایی: خریداران به کالایی گرایش دارند

که بیشترین کیفیت و بهترین عملکرد را داشته باشد

( نتیجه: بهبود و تکامل محصول )

## The Total Product Concept

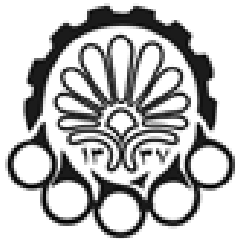


# فلسفه فروش (The selling Concept):

فروش گرایی: فعالیت تهاجمی، تبلیغ گسترده برای افزایش فروش.

نگرش از داخل به بیرون

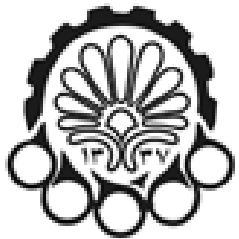
نتیجه: (افزایش فروش حتی به قیمت عدم رضایت مشتری)



# فلسفه بازاریابی (The Marketing Concept) :

• نیل به هدف سازمان از طریق توصیف نیازها و خواسته های بازار

هدف و تأمین رضایت مشتریان (نگرش از بیرون به داخل).





فلسفه بازاریابی بر چهار اصل استوار است :

– بازار هدف (Target Marketing)

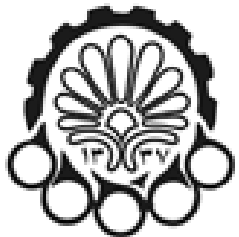
– نیاز مشتری (Customer Needs)

نیاز بیان شده (اتوموبیل ارزان)

نیاز بیان نشده (اتوموبیل کم مصرف)

نیاز به خشنود شدن (اتوموبیل با مشخصات مناسب)

نیاز مخفی (عدم ولخرجی)



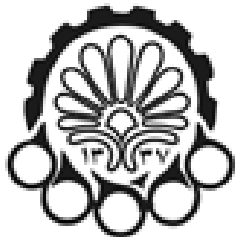
فلسفه بازاریابی بر چهار اصل استوار است :

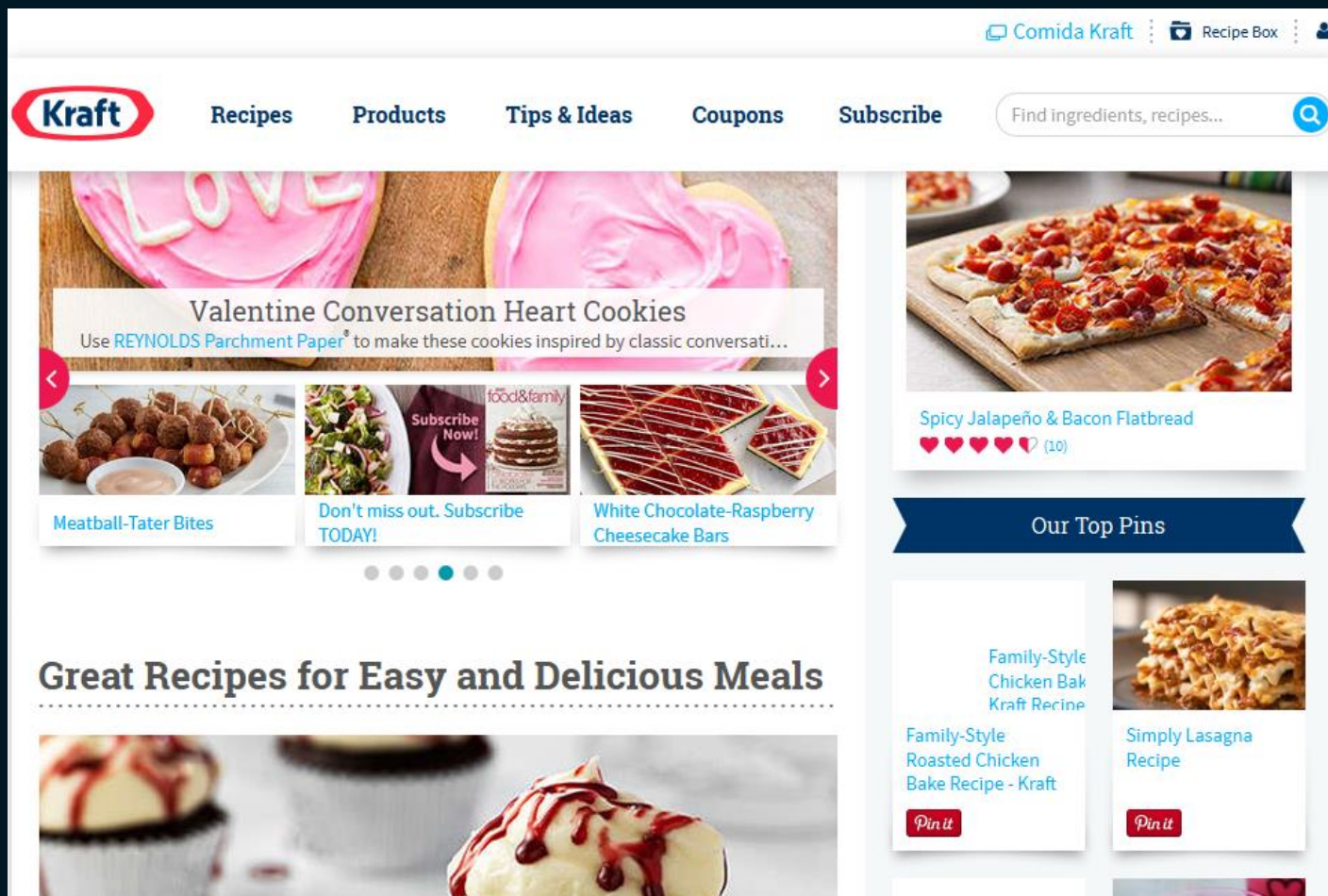
– بازار هدف (Target Marketing)

– نیاز مشتری (Customer Needs)

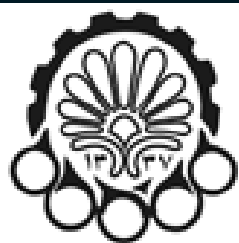
– بازاریابی یکپارچه (Integrated Marketing)


– سودآوری (Profitability)





The screenshot shows the Kraft website homepage. At the top, there's a navigation bar with links for Recipes, Products, Tips & Ideas, Coupons, and Subscribe. A search bar is also present. The main content area features a large banner for Valentine Conversation Heart Cookies, followed by a carousel of recipe cards including Meatball-Tater Bites, a subscription prompt, and White Chocolate-Raspberry Cheesecake Bars. On the right side, there's a section for 'Our Top Pins' featuring Family-Style Chicken Bake and Simply Lasagna recipes. The bottom of the page has a section titled 'Great Recipes for Easy and Delicious Meals' with a large image of a dessert.



فارسی ▼ کمک ورود به حساب کاربری یا ثبت نام

## همین الان یک غذای خوشمزه سفارش دهید!


رستوران های نزدیک را پیدا کنید

جستجوی رستوران

نام یک منطقه را وارد کنید

کرج

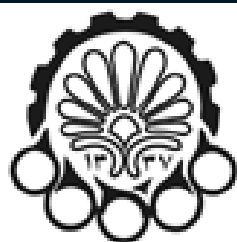
همه شهرها



تجارت الکترونیک

علي محدث

39



دانشگاه صنعتی امیرکبیر  
(پلی تکنیک تهران)



# SONY

make.believe

## بازاریابی بر اساس فلسفه بازاریابی بازاریابی خلاق

The screenshot shows the Sony website interface. At the top, the Sony logo and navigation links (Electronics, PlayStation, Entertainment, Support) are visible. A large image of a Sony A6300 camera is featured on the left. To the right, there are two promotional tiles: one for a Twitter contest and another for tennis stroke analysis. Below these, a large error message is displayed.

**SONY** Electronics PlayStation Entertainment Support

Search Sony Sites

Focus That's Fast Enough to Capture the Action

INTRODUCING THE NEW A6300 CAMERA

ny.com/#nav-search-input

This FRIDAY our ticket upload window is open for #PPZmovie! Earn Sony Rewards points by uploading them here. [sonyrewards.com](https://sonyrewards.com)

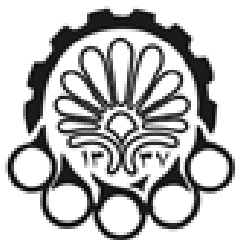
5 days ago

Analyze Your Tennis Stroke

WITH A SMART SENSOR

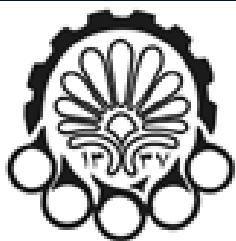
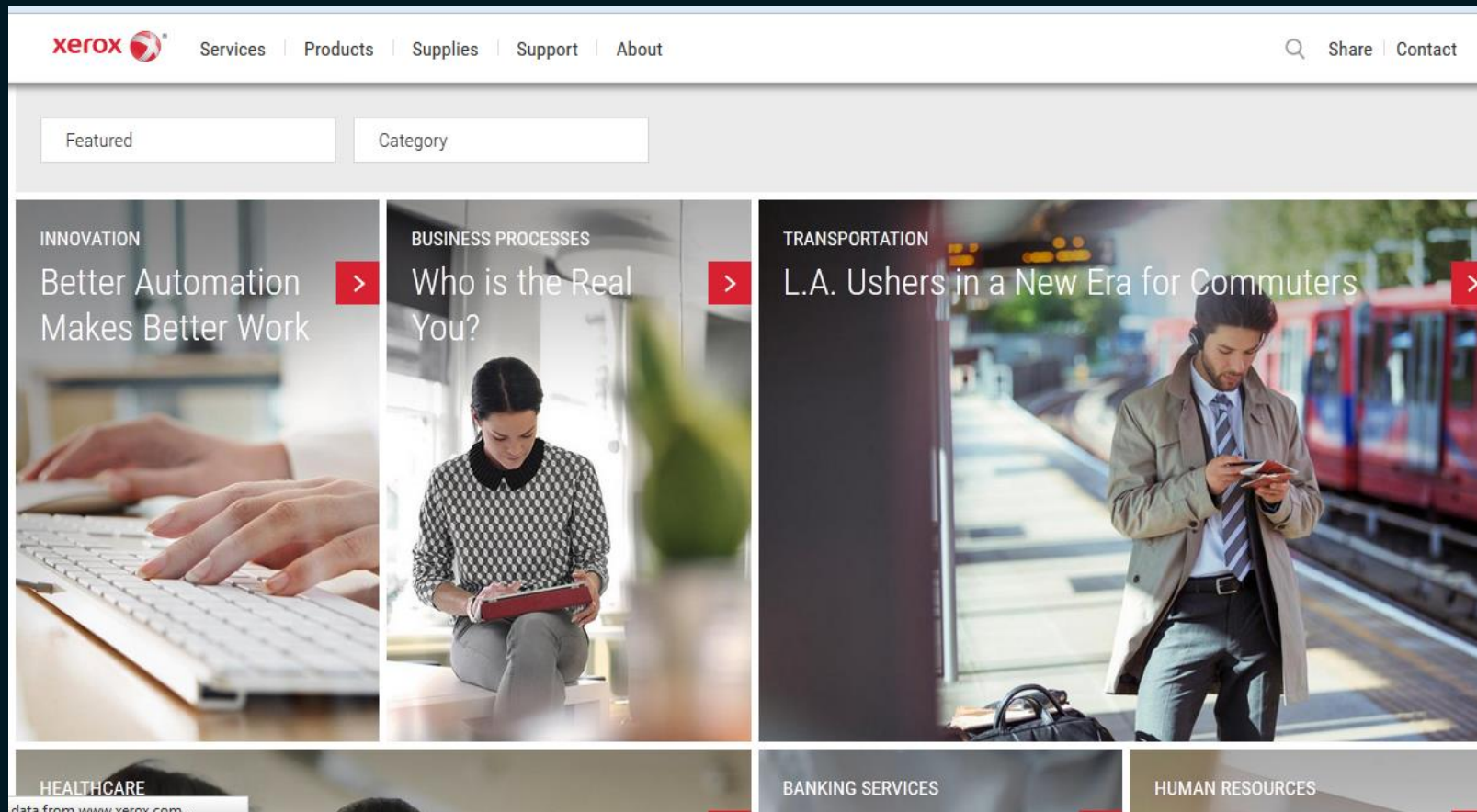
### Secure Connection Failed

An error occurred during a connection to vine.co. SSL received a record that exceeded the maximum permissible length. (Error code: ssl\_error\_rx\_record\_too\_long)





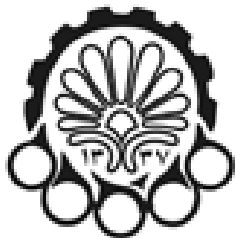
# بازار یابی بر اساس فلسفه بازاریابی بازار یابی یکپارچه





## نتیجه فلسفه بازاریابی :

هزینه ای که مشتری می پردازد. ← رضایت مشتری





# فلسفه بازاریابی جامعه گرا (The Social Marketing Concept):

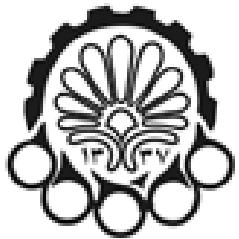
توجه به نیازها ، خواسته ها و علایق بازار هدف توسط سازمان.

نتیجه : توجه به - محیط زیست

- منافع مصرف کننده

- رفاه اجتماعی

در کنار ارضاء نیاز و خواسته مشتری



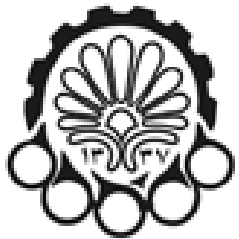
# تغییرات بازاریابی و کسب و کار:

ایجاد فروشگاههای زنجیره ای غول آسا.

فروش از طریق کاتالوگ ، پست ، تلویزیون، مجله، اینترنت....

بازاریابی تجربه در فروشگاهها بجای بازاریابی محصول

فروش اینترنتی



پایان