

تعاریف کلیدی در بازاریابی و فروش

کارتز مک نامارا : مترجم: سید محمد جواد رجالی

به راحتی این واژه‌ها می‌توانند گیج‌کننده باشند: آگهی، بازاریابی، تبلیغات، روابط عمومی، آوازه‌جویی و فروش. اغلب این واژه‌ها به جای یکدیگر به کار می‌روند، ولی آنها واژگانی متفاوت هستند با کاربردی مشابه، در زیر تعاریف هر یک از این واژگان ارائه می‌شود و برای درک بهتر آنها برای خواننده در انتها منالی آمده است.

یک تعریف برای آگهی: (Advertising)

آگهی‌ها باعث می‌شوند محصولات (و یا خدمات)، مورد توجه مشتریان فعلی و مشتریان بالقوه قرار گیرند. آگهی بر یک محصول یا خدمت خاصی متمرکز است؛ بنابراین آگهی برای یک محصول ممکن است با محصول دیگری متمایز باشد. آگهی‌ها معمولاً توسط تبلیغ‌ها، بروشورها، آگهی‌های تلویزیونی، پست مستقیم یا ارتباطات فردی انجام می‌شود.

یک تعریف برای تبلیغات: (Promotion)

تبلیغات محصول را در ذهن مشتری زنده نگه می‌دارد و به ایجاد تقاضا برای محصول، کمک می‌کنند. تبلیغات شامل آگهی‌ها و آوازه‌جویی‌های ادامه دار است. (در بعضی از متون تخصصی بازاریابی، این واژه به صورت تحت‌اللفظی به ترفیع، ترجمه شده است. مترجم)

یک تعریف برای بازاریابی: (Marketing)

بازاریابی شامل حیطه گسترده‌ای از فعالیت‌ها است که هدف از این فعالیت‌ها، ایجاد اطمینان برای ارضای نیازهای مشتریان و در نتیجه سودآوری بیشتر است. بازاریابی معمولاً بر یک محصول یا خدمت متمرکز است؛ بنابراین برنامه بازاریابی برای یک محصول ممکن است با محصولی دیگر متفاوت باشد. فعالیت‌های بازاریابی شامل بازاریابی نزدیک و دور است.

بازاریابی نزدیک شامل تحقیقات بازار می‌شود، در تحقیقات بازار شما متوجه می‌شوید چه گروه‌هایی از مشتریان بالقوه وجود دارند، این مشتریان بالقوه چه نیازهایی دارند، محصولات شما کدامیک از نیازهای آنها را و چگونه برآورده می‌کند. همچنین بازاریابی نزدیک شامل تجزیه و تحلیل رقبا، موضع‌سازی و قیمت‌گذاری برای محصولات و خدمات جدید است (موضع یا Position، جایگاهی است که محصول در ذهن مشتری دارد و موضع‌سازی، ایجاد این جایگاه در ذهن مشتری است. مترجم).

بازاریابی دور شامل تبلیغات برای یک محصول از طریق آگهی‌ها، روابط عمومی و سایر فعالیت‌های تبلیغاتی است.

یک تعریف برای روابط عمومی: (Public Relation)

روابط عمومی شامل فعالیت‌های ادامه‌داری است که هدف آن اطمینان حاصل کردن از افکار عمومی قوی در مورد شرکت است. فعالیت‌های روابط عمومی شامل کمک به جامعه در جهت شناخت شرکت و محصولات شرکت است.

یک تعریف برای آوازه‌جویی: (Publicity)

آوازه‌جویی با استفاده از رسانه‌ها است. نسبت به تبلیغات سازمان‌ها کنترل کمی بر پیام‌هایی که توسط رسانه‌ها منتشر می‌شوند دارند. چون نویسندگان و خبرنگاران هستند که تصمیم می‌گیرند چه بنویسند.

یک تعریف برای فروش: (Sales)

فروش شامل فعالیت‌هایی چون پرورش مشتریان بالقوه در بخش‌های بازار، انتقال ویژگی‌ها، مزایا و منافع محصولات یا خدمات به مشتریان بالقوه و در نهایت بستن قرارداد فروش (و یا رسیدن به توافق در قیمت و خدمات) است. برنامه فروش برای یک کالا ممکن است با برنامه فروش یک کالای دیگر بسیار متفاوت باشد.

منالی برای تعاریف فوق:

مثال زیر ممکن است برای روشن شدن شش مفهوم فوق مفید باشد.

«... اگر سبزیکی وارد شهر شود و شما تبلیوی طراحی کنید که می‌گوید سبزیکیکنشبه وارد شهر می‌شود، این آگهی است. اگر شما این تبلیو را بر روی یک فیل نصب کنید و در شهر بچرخید، اینکار تبلیغات است. اگر فیل بر روی باغچه گل شهردار برود، این آوازه‌جویی است (زیرا خبر این حادثه در رسانه‌های محلی منتشر می‌شود. مترجم) و اگر کاری کنید که شهردار از این موضوع دلگیر نشود و بخندد، این کار روابط عمومی است.

اگر شهروندان شهر به سبزیکی بیایند، شما غرفه‌های تفریحی را به آنها نشان دهید و برای آنها توضیح دهید که هر یک چقدر برای آنها لذت‌بخش است، فروش انجام داده‌اید. /