

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۷۵)

# طراحی کمپین تبلیغاتی

(در راستای استراتژی بازاریابی)

نویسنده:

جیم اوری

مترجمان:

شاهین ترکمن

آتنا مقدم

سایه

انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

۷۷۱	نکته‌های برنامه‌ریزی
۷۸۱	نکته‌ی نخست برنامه‌ریزی: مخاطبان هدف این کتاب
۷۸۱	نکته‌ی دوم برنامه‌ریزی: روال کاری
۷۹۷	نکته‌ی سوم برنامه‌ریزی: سیک نگارش
۷۹۷	نکته‌ی چهارم برنامه‌ریزی: ملاحظات کامپیووتری
۸۰۷	نکته‌ی پنجم برنامه‌ریزی: چارچوب کلی
۸۱۷	سند برنامه‌ریزی بازاریابی
۸۲۷	فصل یک: تحلیل وضعیت
۸۳۷	یادداشت A: MRI
۸۴۳	یادداشت B: مروری بر ادبیات تحقیق
۸۵۳	فصل دو: تحقیق
۸۶۵	یادداشت A: مصاحبه کردن
۸۷۹	یادداشت B: پرسشنامه
۸۸۳	یادداشت C: بررسی فروشگاه
۸۹۷	فصل سه: مشکلات و فرصت‌ها
۹۰۷	فصل چهار: اهداف بازاریابی
۹۱۷	یادداشت A: نمودار روند بازاریابی
۹۲۷	فصل پنجم: بودجه
۹۳۵	فصل ششم: استراتژی بازاریابی
۹۴۵	یادداشت A: MarCom, IMC
۹۵۷	آغاز کار
۹۶۷	نکته‌ی هفتم: متدولوژی
۹۷۷	نکته‌ی هشتم: اثبات ایده
۹۸۷	نکته‌ی نهم: انتشار ایده
۹۹۷	نکته‌ی دهم: انتشار ایده
۱۰۰۷	نکته‌ی یازدهم: انتشار ایده
۱۰۱۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۲۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۳۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۴۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۵۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۶۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۷۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۸۷	نکته‌ی بیانیه
۱۰۹۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۰۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۱۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۲۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۳۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۴۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۵۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۶۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۷۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۸۷	نکته‌ی بیانیه
۱۱۹۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۰۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۱۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۲۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۳۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۴۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۵۷	نکته‌ی بیانیه
۱۲۶۷	نکته‌ی بیانیه

أغاز کار

سريع ترا! سريع ترا! تا بدان جا که  
هيچان سرعت بر تو من از مرگ چيره شودا  
ها نت. آس. تامسون

هرب لیبرمن در شرکت گری می‌گفت «راه بیندازیدش». حالا شما آماده‌اید که شروع کنید. سیستم‌ها و سازمان‌تان را هم آماده کرده‌اید و برای ادامه‌ی کار مشتاق هستید.

اما راه سختی پیش رو دارد. پس باید همین امروز شروع کنید. همین حالا. اگر به خاطر پژوهه‌های دیگر یا کلاس‌ها و دوره‌هایی که باید بگذرانید، یک هفته صبر کنید، به اندازه‌ی یک هفته از همه عقب می‌افتد. سپس باید راهی پیدا کنید که این زمان حسان شود؛ و استه... زمان، هیچ گاه کافی نخواهد بود.

سند برنامه ریزی بازاریابی

ساده بگوییم، این کتاب نشان می‌دهد «چگونه» از پس این کار بر بیایید. در یکی از همین صفحه‌های پیش رو مسیر نوشتن «سنده برنامه‌ریزی بازاریابی» را در کنار هم آغاز و دنبال می‌کنیم. (توجه داشته باشید که از فعل جمع استفاده کردم. هیچ کس من را در نوشتمن این کتاب همراهی نمی‌کند، اما در بازاریابی و تبلیغات، همه چیز به «ما» برمی‌گردد. مفرد اعتباری ندارد.)