

# استراتژی های پیشرفته بازاریابی

محمد رضا صدقیانی فر



جلسه ششم

# استراتژی های روابط عمومی

www.sadaghianifar.com



## ارتباطات

ارتباطات - در بازاریابی - واژه مشترکی است برای تمامی وظایف تعاملی مرتبط با بازاریابی و فروش محصول به طبقات گوناگون مشتریان

ارتباطات یکپارچه بازاریابی **IMC**

\* کاهش هزینه های ارتباطی

\* بهبود نحوه برقراری ارتباط با مشتریان

\* ارسال پیام های یکصدا و هماهنگ با کمک پایگاه داده مشتریان



## ویژگی های ارتباطات یکپارچه بازاریابی 4C

### Coherence

۱- انسجام: ارتباطات مختلف بطور منطقی با یکدیگر در ارتباطند.

۲- سازگاری: پیام ها و تعاملات همساز ، هماهنگ ، پشتیبان یکدیگر هستند (متناقض نیستند).

### Consistency

### Continuity

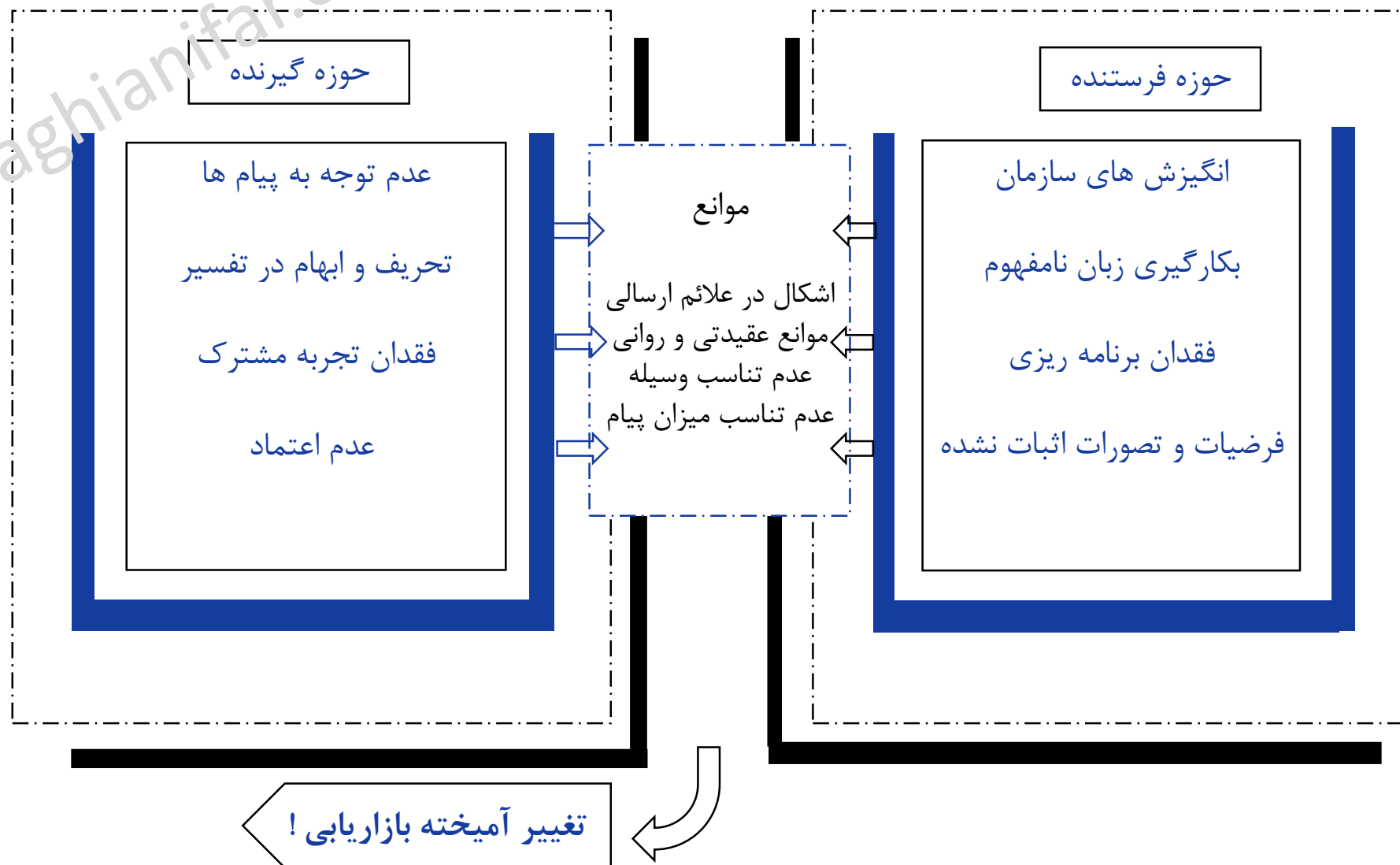
۳- پیوستگی: ارتباطات با یکدیگر متصل بوده و در طی زمان یکپارچه می شوند.

### Complementary

۴- مکمل بودن: ارتباطات تکمیل کننده یکدیگر (سینرژیک) هستند.



## موانع شکل گیری فرایند ارتباطات





## آمیخته ارتباطات یکپارچه بازاریابی

۱- تمرکز بر خواسته ها و نیاز مصرف کننده بجای تمرکز صرف بر محصول

Product → Consumer's Wants & Needs

۲- تمرکز بر هزینه تامین نیاز مصرف کننده بجای تمرکز صرف بر قیمت

Price → Consumer's Costs

۳- تمرکز بر تسهیلات خرید برای مصرف کننده بجای تمرکز صرف بر مکان و توزیع

Place → Conveniences to Buy

۴- تمرکز بر ارتباطات با مصرف کننده بجای تمرکز صرف بر ترفیعات

Promotions → Communication

PRM → CCM  
Public Relation Management → Corporate Communication Management



## نقش ارتباطات در انسجام فعالیت های بازاریابی





[www.sadaghianifar.com](http://www.sadaghianifar.com)



sadaghianifar

[www.sadaghianifar@hotmail.com](mailto:www.sadaghianifar@hotmail.com)

0912-4969-112