

بازاریابی چیست؟

بازاریابی جدید از دید فیلیپ کاتلر " فعالیتی انسانی است، در جهت ارضای نیازها و خواسته ها از طریق فرایند مبادله "



1

۳ نسل بازاریابی

جدول ۱-۱ مقایسه بازاریابی ۱.۰، ۲.۰ و ۳.۰

بازاریابی ۳.۰	بازاریابی ۲.۰	بازاریابی ۱.۰	
بازاریابی ارزش محور	بازاریابی مشتری محور	بازاریابی محصول محور	اهداف
جهان را مکانی بهتر بسازیم	رضایت و حفظ مشتری	فروش محصولات	نیروهای فعال
موج جدید تکنولوژی	تکنولوژی اطلاعات	انقلاب صنعتی	شرکت ها بازار را چگونه می بینند
انسان کامل با ذهن ، قلب و روح	مشتریان هوشمند با ذهن و قلب	خریداران انبوه با نیازهای فیزیکی	مفاهیم کلیدی بازاریابی
ارزشها	تمایز	توسعه محصول	خطوط راهنمای بازاریابی شرکت
ماموریت ، چشم انداز و ارزش های شرکت	جایگاه یابی شرکت و محصول	ویژگی های محصول	ارزش های پیشنهادی
کارکردی ، احساسی و روحی	کارکردی و احساسی	کارکردی	تعامل با مصرف کنندگان
همکاری چند به چند	روابط یک به یک	معامله یک به چند	

اقدامات اولیه

استفاده از مشتریان بالقوه
و برنامه بلند مدت

ایده های خلاقانه فروش

نحوه صحیح فروش تلفنی

3

و در ادامه

سوشال مارکتینگ و قدرت عظیم آن

لزوم تغییر تاکتیکهای معمول همیشگی در
فروش

استفاده از تکنولوژی ارتباطات و تاثیر عمیق
آن در بازاریابی

مشتری برای خرید محصول به دنبال
تفاوتها می گردد

تفاوت کالا با رقبا یا خود فروشنده با همکاران
دیگر

4

دلایل پایین بودن ضریب نفوذ بیمه های عمر در ایران چیست؟



5

اثرات مثبت گسترش ضریب نفوذ بیمه های زندگی در زندگی افراد

6

چرا بیمه های زندگی
دارای اهمیت است؟

7



هیچ کس زمان فوت خود را نمی داند!!!



اتفاق تنها برای دیگران نیست!!!!

حادثه برای هر شخصی ممکن است اتفاق بیفتد، یکی از پوشش های جدید بیمه نامه هزینه های پزشکی حادثه است.



اتفاقاتی که در هفته گذشته شنیده اید را یادآوری کنید!!

انسان همیشه و در هر زمان از سلامتی برخوردار نیست!

✓ هر روز که می گذرد یک روز به مرگ نزدیک تر می شویم...

شاید چندی بعد به علت بیماری یا مشکلات دیگر امکان انجام بیمه برای بیمه گذار وجود نداشته باشد.



تنها قراردادی است که بعد از فوت بیمه شده نیز
ادامه دارد...



هم زمان حیات را شامل می شود و هم زمان فوت را





پس اندازی اجباریست

حتی اگر تنها دید مالی هم به بیمه نامه داشته باشیم
در کوتاه مدت هم موجب ضرر نیست؛

تنها به افراد ذینفع تعلق دارد
نه به هیچ شخص و ارگان دیگر



به بیمه عمر هیچ نوع مالیاتی تعلق نمی گیرد!



امکان دریافت وام از اندوخته بیمه نامه



بیمه گذار شما باید بداند این بیمه نامه متعلق به امروز و فردا نیست بلکه متعلق به سال های آینده است



متأسفانه سطح اطلاع و فرهنگ عمومی بیمه عمر در کشور ما بسیار پایین است و شما در ضمن فروش باید اهمیت این بیمه نامه را نیز تشریح کنید .

تمام برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت فقط در زمان **حیات** قابل اجرا و برنامه ریزی است!



همه ما نسبت به اعضاء خانواده خود مسئولیم !



ارزشمندترین چیز در زندگی شما همان زندگی است؛ تنها چیزی هم که حتما اتفاق خواهد افتاد مرگ است.

صحبت شما راجع به اتفاقی حتمی و ارزشمندترین سرمایه یک انسان است....



محصول شما زندگی را زیباتر می کند و آینده را روشن تر می کند. در زمان نبودن فرد، مسئولیت زندگی بقیه افراد خانواده را به عهده می گیرد.

همانگونه که زندگی ارزشمند است
روزی به پایان می رسد.....!!!



بعضی بهانه برای نخریدن
را بدهی و اقساط وام های
متنوع عنوان می کنند، ولی
آیا می دانند که بعد از فوت
این بدهی ها به خانواده می
رسد؟



بیمه عمر یعنی ایجاد آرامش!!!



با استرس و نگرانی قابل فروش نیست!



خصوصیات یک
فروشنده هر چه که
هست، آرامش را نیز
به آن اضافه کنید.

دلایل نا کامی در فروش

هدف از طراحی بیمه های
زندگی

سعی در بر جای گذاشتن خاطره
ای خوش

فروشنده بیمه زندگی یعنی
پزشک بیمه

انتقال حس آرامش نکته طلایی
در فروش

24

هرچه می توانید و به هر کسی که می توانید بیمه
نامه را توضیح دهید!



یادتان باشد این نوع بیمه نامه، بیمه نامه ای بلند
مدت است و مدت ها برای فروشنده کارمزد در پی
خواهد داشت!!!!



به خودتان به عنوان فروشنده
بیمه افتخار کنید !



شما برای
آتیه افراد تصمیم
می گیرید!

قرار نیست به هر کسی پیشنهاد و مشاوره می
دهید حتما از شما خریداری کند

هنر شما فقط فروختن
نیست،
تاثیرگذاری نیز هست....

Effective

Not as
effective

اگر خدماتی که ارائه می کنید، نیاز مشتری را برطرف نمی کند، صادقانه به او بگوئید.

سعی کنید از شما به نیکی یاد کنند!

توضیحاتتان باید با مثال با جزئیات فراوان مانند رنگ، مکان، زمان یا حتی اسم باشد.



یادتان باشد اگر خاطره ای در ذهن دارید، نوشته یا صدا نیست، "تصویر" است.

پس اگر می خواهید تاثیرگذار باشید، تصویر خوبی ارائه دهید.

تاسیس شبکه های کوچک فروش



31

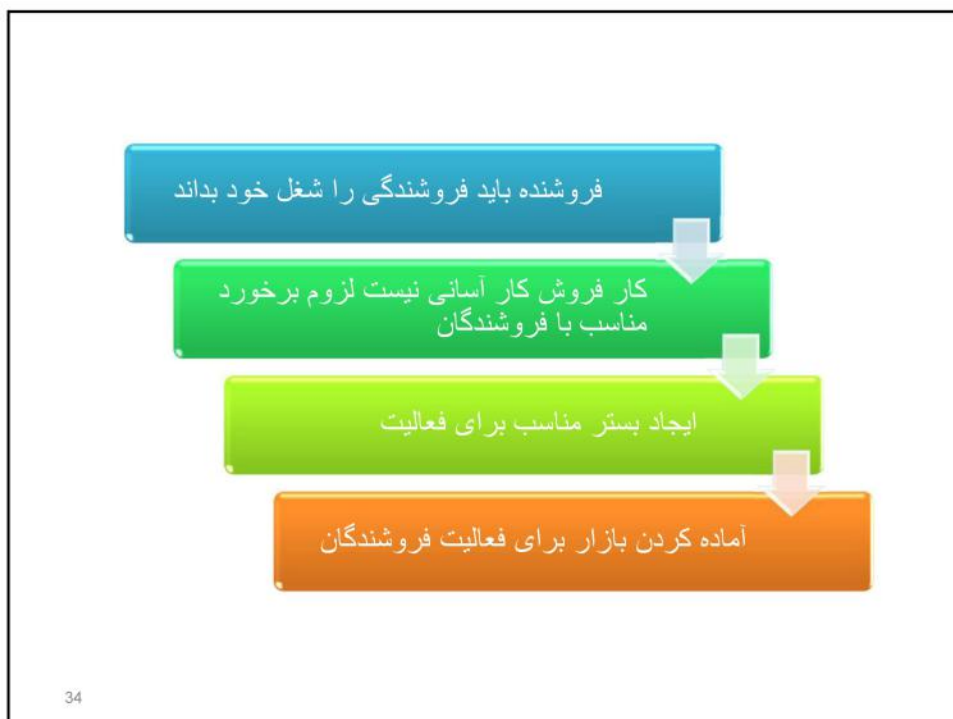
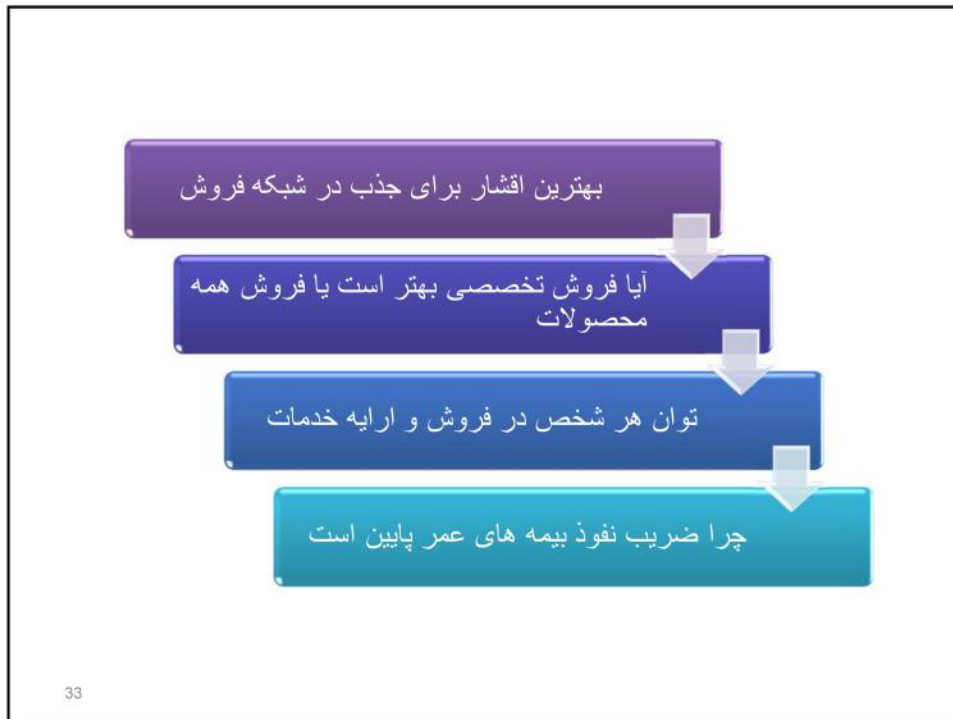
تفاوت MLM با فروش های هرمی و اثر
عجیب آن در روند فروش در بازار

آموزش شبکه فروش و نحوه نگهداری آن

باز هم نگاه بلند مدت به شبکه فروش

اقدامات اساسی برای جلب و جذب شبکه
فروش

32





مطالعه رفتار سازمانی تعیین کننده اصلی ایجاد ارتباط
صمیمی و حسن مسئولیت بین کارکنان است.

