

به نام خدا



اصول بازاریابی و توزیع ویروسی (مویرگی)

مؤلف:

دکتر علی خویه

(مدرس دانشگاه با ۱۹ سال تجربه اجرایی و حرفه ای از فروشندگی و ویزیتوری تا مدیریت)



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: اصول بازاریابی و توزیع ویروسی (مویرگی)

◀ مولف : دکتر علی خویه

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: مهدیه مخبری

◀ صفحه آرای: فرناز عبدالهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۳۹۹

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۷۵۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۳۹۵-۰

◀ نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

◀ فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagaran-tehran.com

www.dibbook.ir

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتها و اپ دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

سرشناسه: خویه، علی، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور: اصول بازاریابی و توزیع ویروسی (مویرگی)
/مولف: علی خویه؛ ویراستار: مهدیه مخبری.
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۳۹۹
مشخصات ظاهری: ۳۰۰ ص
شابک: ۰-۳۹۵-۲۱۸-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیا یادداشت : کتابنامه.
موضوع: شبکه های توزیع کالا
Marketing channels: موضوع
موضوع: شبکه های توزیع کالا- مدیریت
Marketing channels-management: موضوع
موضوع: مدیریت فروش
sales management: موضوع
رده بندی کنگره: HF ۵۴۱۵/۱۲۹
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷
شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۱۶۵۶۹

فهرست مطالب

۹	فصل اول / آشنایی با بخش مویرگی (مزایا و معایب).....
۱۰	توزیع مویرگی
۱۰	نیازمندی‌های خرید.....
۱۳	بازاریابی مویرگی
۱۸	فرآیند پخش مویرگی
۲۰	تشریح نظام توزیع و پخش و پخش مویرگی کالا
۲۲	چالش‌های مدیران فروش در صنعت پخش
۲۳	مدیریت فروش مویرگی
۲۷	وظایف مدیر فروش
۲۹	نکات مهم در مدیریت فروش مویرگی
۳۴	دلایل شکست یا کاهش سود شرکتهای فروش مویرگی
۳۵	توزیع کالا از طریق شبکه‌های توزیع عمده‌فروشی
۳۶	توزیع کالا از طریق شبکه شرکتهای پخش
۴۲	تعاریف مدیریت استراتژیک توزیع و پخش
۴۵	بازاریابی پارتیزانی شرکت های پخش مویرگی
۴۷	فصل دوم / راه‌اندازی پخش مویرگی
۴۸	فرایند توزیع
۴۹	مراحل طراحی کانال‌های توزیع در پخش مویرگی.....
۵۰	راه‌اندازی ساختار فروش مویرگی
۵۱	مراحل راه‌اندازی سازمان پخش مویرگی
۵۴	فرایند عملیاتی راه‌اندازی سیستم پخش توزیع و فروش مویرگی
۵۵	برآورد هزینه راه‌اندازی شرکت پخش مویرگی
۵۶	ماهنامه تدبیر، مجله توسعه مهندسی بازار
۵۶	توجه هزینه‌های ایجاد شبکه‌های توزیع برای مجتمع‌های بزرگ تولیدی
۵۹	اهمیت و ضرورت راه‌اندازی پخش و فروش مویرگی
۶۱	مراحل گام‌به‌گام سیستم پخش و فروش مویرگی
۸۸	مزایای اصلی توزیع مویرگی

۹۵ معایب توزیع مویرگی
۹۶ فصل سوم / مدیریت توزیع مویرگی
۹۷ نحوه افزایش فروش شرکت پخش
۹۷ برگشت از فروش (مرجوعی): دلایل و راهکارهای کاهش آن!
۹۹ بخشهای مختلف سیستم لجستیک
۱۰۱ مراکز توزیع شهری و نقش آنها در شبکه توزیع مویرگی کالا
۱۰۳ تعارض کانال ها (CHANNEL CONFLICT)
۱۰۴ افزایش سهم فروشگاههای زنجیره‌ای در نظام توزیع
۱۰۵ پخش و توزیع مویرگی کالا
۱۰۸ مزایای اصلی توزیع مویرگی
۱۰۸ سیستم توزیع مویرگی در ایران
۱۰۹ نکات مهم در فروش برای ویزیتورهای شرکت‌های پخش
۱۱۳ راه‌اندازی شرکت پخش مویرگی
۱۱۳ مزایای استفاده مؤثر از فن‌آوری اطلاعات در شرکتهای پخش مویرگی
۱۱۴ نرم افزارهای پخش مویرگی
۱۱۵ راهکاری نرم‌افزاری تنها راهکار مقرون‌به‌صرفه
۱۱۹ گزارشات مهندسی فروش
۱۲۷ بررسی راهکارهای موجود
۱۲۸ مدیریت نیروی فروش در پخش مویرگی
۱۳۱ چگونگی تشکیل سبد فروش در پخش مویرگی
۱۳۲ راه‌اندازی شرکت پخش و مویرگی
۱۳۲ مهندسی فروش شرکتهای پخش
۱۳۵ مراحل راه‌اندازی پخش مویرگی
۱۳۷ سیستم توزیع فیزیکی در شرکتهای پخش
۱۳۹ سیستم حمل و نقل شرکتهای پخش مویرگی
۱۴۰ مدیریت موجودی کالاهای شرکت پخش
۱۴۱ مدیریت موجودی کالا در شرکتهای پخش
۱۴۳ کنفرانس توزیع و پخش مویرگی
۱۴۴ معیارهای عملکرد زنجیره تأمین در سازمان
۱۴۶ دیدگاه‌های تئوریک زنجیره تأمین
۱۵۰ توزیع و پخش کالا از نظر کارشناسان این صنعت

فصل چهارم / لجستیک ۱۵۷

۱۵۸	طراحی و بهینه‌سازی شبکه لجستیک
۱۶۱	اصول و مبانی لجستیک و زنجیره تأمین
۱۶۳	مدیریت زنجیره تأمین کالا
۱۷۰	روش های پخش مویرگی
۱۷۱	روش پخش مویرگی گرم HOT SALE
۱۷۲	استراتژی توزیع و پخش در بازارهای صادراتی
۱۷۳	استراتژی‌های انتخاب کانال توزیع
۱۷۴	واسطه ها در پخش مویرگی
۱۷۶	همه چیز در مورد پخش و فروش مویرگی
۱۷۹	تأثیر ارزش برند بر بازار خرده‌فروشی
۱۸۶	خدمت‌دهی به مشتریان در خرده‌فروشی‌ها
۱۸۸	راه‌اندازی سیستم پخش و فروش مویرگی
۱۹۰	مدیریت پورسانت (کارانه)
۱۹۳	مجتمع‌های تولیدی و شبکه‌های توزیع مستقل
۱۹۵	توزیع کالا از طریق شبکه‌های توزیع عمده‌فروشی
۱۹۶	مدیریت توزیع فیزیکی در پخش مویرگی
۱۹۸	ارزیابی و انتخاب کانال توزیع
۲۰۶	مدارک مورد نیاز جهت تشکیل پرونده پرسنل پخش گرم
۲۰۷	دستورالعمل سنجش قبل از استخدام جهت استخدام و گزینش
۲۳۴	قرارداد کار موقت
۲۳۸	فرم استخدامی
۲۴۰	ارزیابی نهایی استخدام
۲۴۱	مقررات داخلی
۲۴۸	کنفرانس های توزیع و پخش جهانی
۲۶۳	دوره ی مدیریت زنجیره تامین
۲۶۵	دوره مدیریت توزیع و پخش
۲۶۵	دوره ی مدیریت توزیع و لجستیک
۲۶۷	مدیریت زنجیره تامین جهانی
۲۶۸	دوره MBA در زنجیره تأمین کالا
۲۷۰	دوره جامع آموزشی پخش و توزیع کالا
۲۷۱	دوره آموزشی صنعت پخش و توزیع
۲۷۲	مدیریت زنجیره تامین در شرکت های پخش مویرگی

۲۷۳	دوره فروش حرفه‌ای
۲۷۶	دوره آموزشی مفاهیم برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک
۲۷۹	دوره های بازاریابی و فروش
۲۸۱	دوره‌های آموزشی ویژه شرکت‌های پخش
۲۸۳	مدیریت برند در صنعت پخش و توزیع و فروش مویرگی
۲۸۴	دوره های آموزشی کاربردی بازاریابی و فروش
۲۸۷	دوره جامع مدیریت فروش مویرگی
۲۸۸	اصول انبارداری مدیریت انبارهای پیشرفته
۲۸۹	سمینار تخصصی، کاربردی و کارگروهی مشتری شناسی، مشتری سازی
۲۹۰	دوره‌های بازاریابی و فروش
۲۹۲	سخنرانی علی خویه در کنفرانس پخش و توزیع
۲۹۲	دوره ی آموزشی تکنیک های و مهارت های پخش و توزیع مویرگی
۲۹۳	کارگاه آموزشی مدیریت زنجیره تامین SCM
۲۹۶	سمینار پخش و توزیع مویرگی
۲۹۶	دوره فروش اثربخش
۲۹۸	سرفصل دوره آموزشی کاربردی مدل‌های فروش و توزیع

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌های است که بتواند خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد. هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای دکتر علی خویه" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نمایم با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
bookmarket@mft.info

❖ مقدمه مؤلف

بسمه تعالی

توانا بود هر که دانا بود

همراهان گرامی، با سلام...

دانایی و آگاهی برای هر فردی، توانایی به بار می‌آورد هر فردی با دانش بیشتر در حوزه کاری خود توانا تر شده و مهارت خود را نیز همراه دانش خود افزایش می‌دهد.

حتماً تعداد زیادی از مخاطبانی که این کتاب را مطالعه می‌کنند کتاب قبلی اینجانب (مدیریت استراتژیک توزیع و پخش) که در این حوزه چاپ شده بود را مطالعه نموده یا اطلاع دارند به خاطر اینکه کتاب مدیریت استراتژیک توزیع و پخش تخصصی بود همچنین توجه ویژه‌ای که علاقمندان به این حوزه داشتند. بر آن شدیم تا مطالب مرتبط با این حوزه را با زبان ساده و از منابع مختلف گردآوری کنیم تا اگر کسی خواست تمام مطالب را بتواند یک جا مطالعه کرده و اطلاعات لازم را بدست آورد. چند نکته خدمت مطالعه‌کنندگان این کتاب:

۱- هدف از تهیه این مجموعه در واقع گردآوری یک مجموعه کامل و جامع به‌عنوان جزوه آموزشی برای مطالعه و استفاده شما عزیزان هست در واقع سعی شده است تا کار را آسان کنیم یعنی به‌جای اینکه فردی بخواهد چندین کتاب و وبسایت و مراجع مختلف را مطالعه کند و بخواهد دنبال یک مطلب در فضاهای مختلف بگردد به راحتی با داشتن این مجموعه به این هدف دست یابد.

۲- به علت اینکه این مطالب و نوشته‌ها از داخل جزوات، دست‌نوشته‌ها، کتاب‌های مختلف، نوشته‌ها و گاه نوشته‌ها در وبسایت‌ها و فضاهای مجازی تهیه شده است به همین دلیل احتمال می‌رود گاهی منبع یا مأخذی قید نشده یا به علت عدم دسترسی به منبع اصلی مأخذ قید نشده باشد که لازم است در ابتدا عذرخواهی کنیم همین‌طور از نویسندگان اصلی آنها پوزش می‌خواهیم و در صورت برقراری ارتباط با هر کدام از بزرگواران حتماً در ویرایش‌های بعدی اصلاح خواهد شد. در واقع بیشتر هدف ما خدمت به جامعه علمی کشور عزیزمان است.

۳- از خوانندگان و مخاطبان خواهشمندیم در صورت داشتن هرگونه نظر انتقاد و پیشنهاد با ایمیل ذیل در ارتباط باشند، ما با آغوش باز پذیرای پیشنهادات شما هستیم.

۴- برای ارتباط با ما به وبسایت‌های کانال‌ها و صفحه اینستاگرام یا با شماره‌های ذیل تماس حاصل فرمایید.

۵- امیدواریم بتوانیم با تک‌تک شما همکاری داشته باشیم و بتوانیم در کلاس‌ها یا پروژه‌ها هریک از شما را با افتخار ملاقات کنیم.

با تشکر

دوستانرتان - علی خویه