

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ بنی هاشم و مایه

**بازاریابی فرودگاهی
موثرترین روش های عملی و
کاربردی فعالیت های بازرگانی و
روابط عمومی در فرودگاه**

داوود صادقی
علی کجاف



انتشارات نظری

عنوان و نام پدیدآور
 مشخصات نشر
 مشخصات ظاهری
 شابک
 وضعیت فهرست‌نویسی
 موضوع
 رده بندی کنگره
 رده بندی دیویی
 شماره کتابشناسی ملی

بازاریابی فرودگاهی / داود صادقی، علی کجباف.
 تهران : انتشارات نظری، ۱۳۹۸
 ۲۵۶ص
 ۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۴۵۹-۵
 فیپا
 فرودگاه ها - جنبه های اقتصادی - مدیریت
 HF۹۷۹۷/۴/الف۷ ک ۱۳۹۵
 ۳۸۷/۷۳۶
 ۴۳۹۶۶۱

نام کتاب : بازاریابی فرودگاهی
 نام نویسنده: داود صادقی، علی کجباف
 نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۸
 شمارگان : ۵۰۰

« کلیه حقوق چاپ و نشر و مالکیت مادی این کتاب مخصوص و محفوظ ناشر می باشد »

دفتر مرکزی : تهران، خیابان ولی عصر (عج) ، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد) ،
 نبش خیابان فتحی شقاقی ، جنب بانک انصار پلاک ۳۲ ، طبقه ۲ ، واحد ۱۷

E-mail: nazaribook@yahoo.com

www.nashrenazari.com



انتشارات نظری

تلفن : ۸۸۱۰۲۷۷۵
 همراه : ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

فهرست مطالب

فصل اول

مقدمه	۱۵
کلیات	۱۷
شیوه به کارگیری بازاریابی و روابط عمومی در فرودگاه‌ها	۱۹
مروری بر کتاب	۲۱

فصل دوم

اصول اولیه برنامه بازاریابی	۲۷
نحوه تدارک برنامه بازاریابی در یک فرودگاه فرضی	۲۹
موارد موردبررسی در یک برنامه بازاریابی	۳۲
هفت مرحله آماده‌سازی و اجرای یک برنامه بازاریابی	۳۵

« کلیه حقوق چاپ و نشر و مالکیت مادی این کتاب مخصوص و محفوظ ناشر می باشد »

دفتر مرکزی : تهران، خیابان ولی عصر (عج) ، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد) ،

نیش خیابان فتحی شقاقی ، جنب بانک انصار پلاک ۳۲ ، طبقه ۲ ، واحد ۱۷

E-mail: nazaribook@yahoo.com

www.nashrenazari.com



انتشارات نظری

تلفن : ۸۸۱۰۲۷۷۵

همراه : ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

مرحله برنامه‌ریزی	۳۶
مرحله اجرا	۳۹
مخاطب، پیام، عملیات شامل موارد زیر هستند:	۴۰
مرحله ۳ - تجدیدنظر در اهداف و مقاصد	۴۰
مرحله ۴ - شناسایی مخاطب هدف، پیام و عملیات	۴۱
مخاطب هدف	۴۲
پیام	۴۴
عملیات - تاکتیک‌های بازاریابی	۴۷
تاکتیک‌ها و گزینه‌های پیشرفت	۴۸

فصل سوم

ابزارهای بازاریابی	۵۵
مرحله ۵ - انتخاب ابزارهای بازاریابی	۵۷
هزینه ابزارهای مختلف	۵۷
ابزارهای به‌روز مورد استفاده در فرودگاه	۵۹
فرودگاه‌های هوانوردی عمومی	۶۱
مؤثرترین ابزارهای موردنظر فرودگاه	۶۴
فرودگاه‌های خدمات تجاری	۶۵

- ۶۶..... فرودگاه‌های هوانوردی عمومی
- ۶۷..... ماتریس هزینه و اثربخشی
- ۷۰..... ابزارهای ضروری بازاریابی برای تمام فرودگاه‌ها

فصل چهارم

- ۷۵..... ویژگی‌های طرح بازاریابی مؤثر
- ۷۷..... اجزای اصلی یک طرح بازاریابی
- ۷۸..... طرح عملیاتی
- ۷۹..... نمونه‌هایی از فعالیت‌های انتخاب‌شده
- ۸۲..... انتخاب فعالیت‌ها برای فرودگاه خود
- ۸۴..... مراحل اجرای هر فعالیت
- ۸۶..... ویژگی‌های یک طرح بازاریابی مؤثر
- ۸۷..... عملی کردن اصول - مطالعه موردی پشتیبانی عمومی
- ۸۸..... نحوه ایجاد خدمات هوایی با کمک پشتیبانی عمومی
- ۸۹..... پیام - خدمات پشتیبانی محلی
- ۹۲..... جامعه تجاری مورد هدف
- ۹۴..... مثال - مشارکت هریسبرگ، پنسیلوانیا در جامعه تجاری
- ۹۵..... اهمیت یک "خلاصه اجرایی" قدرتمند

فصل پنجم

- ۹۹ ابزارهای روابط عمومی
- ۱۰۱ روابط عمومی چیست؟
- ۱۰۲ روابط عمومی در مقابل تبلیغات
- ۱۰۳ تبلیغات رایگان در رسانه‌ها
- ۱۰۵ نحوه کسب تبلیغات رایگان
- ۱۰۶ کیت مطبوعاتی
- ۱۱۴ مقالات و داستان‌های برگزیده
- ۱۱۵ مصاحبه‌ها (رادیویی و تلویزیونی)
- ۱۱۶ اطلاعیه‌های خدمات عمومی
- ۱۱۷ جوایز ویژه
- ۱۱۸ راهنمای استفاده از تبلیغات رایگان در رسانه‌ها
- ۱۲۱ سخنرانی عمومی
- ۱۲۴ رویدادها
- ۱۲۷ نمایش‌های هوایی
- ۱۲۸ جشن‌های عمومی
- ۱۳۰ برنامه‌های آموزشی

۱۳۱	هزینه نسبی رویدادها.....
۱۳۲	جشنواره‌ها
۱۳۳	مسابقات و نقاشی‌ها
۱۳۶	جوایز
۱۳۷	خدمات و امکانات رایگان
۱۳۸	کاهش دادن نرخ‌ها و تخفیفات
۱۳۹	تبلیغات دیگر مورد استفاده برای افزایش خدمات تجاری
۱۴۱	حمایت‌های مالی و داوطلبی
۱۴۱	حمایت مالی کارآموزان و دانشجویان
۱۴۳	حمایت مالی از رویدادهای خیریه و امور غیرانتفاعی
۱۴۴	داوطلبی
۱۴۵	مشارکت هیئت مدیره
۱۴۵	سایر موضوعات روابط عمومی
۱۴۶	نظرسنجی‌های رضایت مشتری و مستأجر
۱۴۷	خبرنامه‌های چاپی و الکترونیکی
۱۴۸	مطالعات تأثیر اقتصادی
۱۴۹	توصیه‌نامه‌ها

۱۵۰	 مقالات سفید
-----	-------------------

فصل ششم

۱۵۵	 ابزارهای تبلیغات
-----	------------------------

۱۵۷	 انواع ابزارهای تبلیغاتی
-----	-------------------------------

۱۵۸	 رسانه‌های چاپی
-----	----------------------

۱۵۹	 تبلیغات چاپی
-----	--------------------

۱۶۱	 پست مستقیم
-----	------------------

۱۶۲	 بروشورهای بازاریابی
-----	---------------------------

۱۶۴	 پیشنهادات برای محتوای رسانه‌های چاپی
-----	--

۱۶۶	 نکاتی برای مدیریت هزینه رسانه‌های چاپی
-----	--

۱۷۰	 علائم
-----	-------------

۱۷۱	 تبلیغات در فضای باز
-----	---------------------------

۱۷۶	 بنرها، پرچم‌ها و سایه‌بان‌های پرتابل
-----	--

۱۷۶	 نمایشگرهای جلسه و یا کنوانسیون
-----	--------------------------------------

۱۷۷	 هزینه علامت
-----	-------------------

۱۷۹	 نتیجه‌گیری‌ها در مورد علامت
-----	-----------------------------------

۱۸۱	 چندرسانه‌ای: رادیو، تلویزیون و ویدئو
-----	--

۱۸۲	تبلیغات رادیویی
۱۸۴	تبلیغات رادیویی
۱۸۴	ویدیو دیجیتالی
۱۸۵	هزینه‌های چند رسانه‌ای
۱۸۷	ابزارهای اینترنت و وبسایت
۱۸۸	وبسایت فرودگاه
۱۸۹	اصول کلی برای تبلیغات فرودگاه در اینترنت
۱۸۹	اهمیت جذب بازدیدکننده به وبسایت را به یاد داشته باشید
۱۹۱	با وبسایت خود آغاز کنید
۱۹۵	لینک‌های پویا و منفعل مهم هستند
۱۹۷	خرید قابلیت دید اینترنت
۱۹۷	خبرنامه الکترونیکی، بلاست‌های الکترونیکی و تغذیه RSS
۱۹۹	هزینه‌های وبسایت

فصل هفتم

۲۰۳	فرصت‌های ایجاد شبکه
۲۰۶	فرصت‌های شبکه‌بندی تجاری، مدنی و غیرانتفاعی
۲۰۷	اتاق بازرگانی

- ۲۰۸ سازمان‌های توسعه اقتصادی
- ۲۰۹ گروه‌های خدمات جامعه
- ۲۱۰ برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها، کالج‌ها و هوانوردی
- ۲۱۰ برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها، کالج‌ها و هوانوردی
- ۲۱۱ ایده‌هایی برای فرصت‌های ایجاد شبکه
- ۲۱۲ ایجاد شبکه با سازمان‌های حرفه‌ای و صنعت
- ۲۱۵ نمایشگاه‌ها و همایش‌ها
- ۲۱۶ کنفرانس‌های هوانوردی عمومی
- ۲۱۹ کنفرانس خدمات هوایی
- ۲۲۰ کنفرانس پیش‌بینی هوانوردی
- ۲۲۱ کنفرانس‌های بازاریابی و ارتباطات
- ۲۲۳ کنفرانس‌های نگهداری، تعمیر و بازسازی (MRO)
- ۲۲۴ کنفرانس‌های خاص هوانوردی
- ۲۲۶ کنفرانس پژوهش حمل‌ونقل
- ۲۲۶ همکاری‌های استراتژیک
- ۲۲۷ مزایای ایجاد اتحاد بازاریابی استراتژیک
- ۲۲۸ اتحاد بازاریابی مشترک

۲۳۲	رایزنی
۲۳۳	تماس با مدیران و ابزارهای ایجاد شبکه
۲۳۳	انواع تماس با مدیریت و ابزارهای ایجاد شبکه
۲۳۴	ابزارهای تماس با مدیر
۲۳۸	ابزارهای ایجاد شبکه اینترنت

فصل هشتم

۲۴۵	کاربرگ طرح بازاریابی
۲۴۷	مبانی SWOT
۲۴۸	نمونه‌های SWOT
۲۵۰	کاربرگ پرسشنامه بازاریابی - منابع انسانی
۲۵۱	کاربرگ پرسشنامه بازاریابی - منابع مالی
۲۵۲	طرح اقداماتی بازاریابی
۲۵۳	رکورد بازاریابی

فصل ۱

مقدمه

