



تیم مشاوران مدیریت ایران  
Iran Management Consultants Team

<http://IranMCT.com>

تیم مشاوران مدیریت ایران

## انواع بازاریابی Types of Marketing

### ۱۴۶ نوع بازاریابی

#### 1. بازاریابی سببی Affinity Marketing

این بازاریابی با عنوان بازاریابی مشارکتی Partnership Marketing نیز خوانده می‌شود، این تکنیک سبب ایجاد یک رابطه عمیق بین برندهای مکمل می‌گردد، از سوی دیگر این استراتژی مشارکتی دارای منافع بر هر دو برند (شرکت) خواهد بود. هنگامی که یکی از شرکت‌ها در جهت کسب درآمد برای خود موجب خلق ارزش برای یک مشتری می‌شود، دیگر در حال ایجاد ارتباط با مشتریان جدید است.

#### 2. بازاریابی اتحاد متقابل (بازاریابی ائتلافی) Alliance Marketing

دو یا چند شرکت که با یکدیگر بر سر منابع خویش ائتلاف نموده تا یک محصول یا خدمت ترویج نموده و به فروش برسانند. در این حالت، نه تنها سود بیشتری برای سهامداران خویش ایجاد مینمایند، بلکه سهم بازار خویش را نیز افزایش و تاثیری بیشتری بر بازار خواهند داشت.

#### بازاریابی تله‌ای / بازاریابی حمله گاز انبری Ambush Marketing

حضور در محل کمپین برندینگ یک شرکت، برای انجام تبلیغات در خصوص یک برند دیگر، بدون پرداخت هیچ مبلغی به عنوان اسپانسر به شرکت برگزارکننده آن کمپین، که این امر موجب کاهش ارزش سرمایه‌گذاری بر آن کمپین از نقطه نظر اسپانسرها می‌گردد. این نوع فعالیت‌های بازاریابی در زمان کمپین‌های بین‌المللی بزرگ اتفاق می‌افتد. مانند کمپین‌های برندینگ در بازی‌های جام جهانی یا المپیک. بازاریابی تله‌ای، به دودسته تقسیم می‌گردد:

#### 3. بازاریابی تله گذاری درنده :

- با ادعاهای کلاهبردانه، خود را حامی رسمی آن کمپین اعلام می‌نمایند.

#### 4. بازاریابی تله گذاری مستقیم :

- برند تله گذار بدون اینکه در کمپین سرمایه‌گذاری کرده باشد، خود را بخشی از آن می‌داند اما سعی می‌نمایند اما ادعای علنی ندارد.

#### 5. بازاریابی درخواست به اقدام Call to Action Marketing

بازاریابی CTA بخشی از بازاریابی درون سیستمی است که در داخل وب‌سایت از طریق بنر، متن یا یک تصویر اتفاق می‌افتد، این ابزارها، تلاش می‌نمایند تا فرد را به کلیک بر روی آن ترغیب نموده وارد دالان ارتباط با سایت گردد که نهایتاً به یک فروشگاه آنلاین ختم شده و آن را به فروش تبدیل نماید.

## 6. بازاریابی محدود CRM : Close Range Marketing

این نوع بازاریابی را بازاریابی از نوع نزدیک Proximity Marketing نیز می‌گویند. CRM از فناوری‌هایی نظیر Wi-Fi یا Bluetooth در جهت ترویج محصولات و خدمات در نزدیکی محل حضور مشتریان بهره می‌گیرد.

## 7. بازاریابی ابری Cloud Marketing

این‌گونه بازاریابی در مورد بازاریابی در فضای وب است، جایی که تمام منابع و امکانات بازاریابی تحت شبکه آنلاین جابجا می‌گردد و مشارکت‌کنندگان در فرایند این نوع بازاریابی قادر به توسعه، اصلاح، استفاده و یا به اشتراک‌گذاری آن هستند.

## 8. بازاریابی گروه اجتماعی Community Marketing

این تکنیک بازاریابی در خصوص برآوردن نیازها و احتیاجات مشتریان حاضر در یک گروه اجتماعی در یک منطقه جغرافیایی خاص است و با جذب مصرف‌کنندگان جدید از خارج آن گروه نیز مخالف است.

## 9. بازاریابی محتوای Content Marketing

در این مورد، محتوا تولید و در کانال‌ها و بسترهای متفاوتی منتشر می‌گردد. این محتوا در جهت ارائه اطلاعاتی در مورد خدمات و محصولات مشخص به مشتری بالقوه و تأثیرگذاری بر آن، بدون استفاده از هیاهوی سنتی فروش و فروشندگی است.

## 10. بازاریابی مفهوم Context Marketing

بازاریابی مفهومی به معنای انتقال محتوا به افراد مناسب، از کانال مناسب و در زمان مناسب است. در بازاریابی مفهومی تمرکز بر مشخصات محصول و خدمات نیست، بلکه تمرکز بر ایجاد رابطه و معرفی و تبیین یک سبک زندگی است.

## 11. بازاریابی رسانه متقاطع Cross-media Marketing

همان‌طور که از اسمش هویداست، استفاده از کانال‌های چندگانه نظیر ایمیل، نامه، صفحات وب و نظیر آن در جهت ارائه اطلاعات در خصوص محصولات و خدمات به مشتری در جریان ترویج متقابل Cross-promotion، بکار گرفته می‌شود.

## 12. بازاریابی پایگاه داده Database Marketing

این بازاریابی با به‌کارگیری اطلاعات موجود در پایگاه داده مرتبط با مشتریان موجود و یا مشتریان بالقوه در جهت سفارشی نمودن استراتژی ارتباط با مشتری و با به‌کارگیری آن استراتژی در هرگونه کانال در جهت ترویج محصول یا خدمت اتفاق می‌افتد.

## 13. بازاریابی دیجیتال Digital Marketing

این نوع بازاریابی با به‌کارگیری تجهیزات دیجیتال مثل تلفن همراه هوشمند، رایانه، تبلت و بیلبوردهای دیجیتال برای مطلع نمودن مشتریان و شرکای تجاری در مورد کالا و خدمات می‌پردازد. بازاریابی اینترنتی، عنصر کلیدی در بازاریابی دیجیتال است.

## 14. بازاریابی مستقیم Direct Marketing

این اصطلاح اشاره به تکنیکی دارد که سازمان از طریق آن به‌صورت مستقیم با مشتری خویش ارتباط برقرار می‌نمایند، نظیر: نامه، ایمیل، اس.ام.اس، پوستر و سایر ابزارهای ترویجی.

## 15. بازاریابی متنوع Diversity Marketing

هدف از این نوع استراتژی، جلب نظر فرهنگ‌های گوناگون است. این فرهنگ‌ها دارای اعتقادات، باورها، انتظارات، سلیقه و نیازهایی هستند که باید با در نظر گرفتن این عناوین، یک برنامه بازاریابی اختصاصی برای اثرگذاری بر این دسته از مشتریان هدف تبیین و پایه سازی گردد.

## 16. بازاریابی بشارتی Evangelism Marketing

این نوع بازاریابی، شبیه به بازاریابی دهان‌به‌دهان است. برای به‌کارگیری بازاریابی بشارتی، شرکت می‌بایست میزان مشتریان حامی برند خویش را افزایش دهد، این به دین معناست که این مشتریان ویژگی‌های محصول یا خدمات را ترویج می‌دهند و سود شرکت را افزایش خواهند داد.

## 17. بازاریابی بدون عوض؛ شبه رایگان Freebie Marketing

در این حالت، محصول را باقیمت بسیار ناچیز فروخته و یا کاملاً رایگان به مشتری ارائه می‌نمایند. هدف، فروش سایر تجهیزات تکمیل‌کننده این نوع محصولات یا خدمات در مراحل بعدی به همان مشتری است.

## 18. بازاریابی با نمونه رایگان Free Sample Marketing

این نوع بازاریابی شبیه به بازاریابی شبه رایگان نیست، زیرا صرف‌نظر از آنکه بر ارائه محصول رایگان تکیه دارد، اما این ارائه رایگان در جهت آشنایی مشتری با محصول است. شرکت امیدوار است تا با تأثیر مناسب بر مشتری، او را برای خرید در آینده ترغیب نماید.

## 19. بازاریابی چریکی یا بازاریابی پارتیزانی Guerrilla Marketing

تکنیک غیر قراردادی و ارزان‌قیمت که سعی دارد بر تصویر ذهنی مشتری اثر گذارد. بازاریابی چریکی در محلی اتفاق می‌افتد که جمعیت زیادی آن را دیده و سورپرایز شوند. بهترین مثال برای آن فلش موبز است (متخصص به‌کارگیری این روش بازاریابی شرکت ردبول است. ردبول از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ در حدود ۲۵۰ برنامه فلش موبز در ۵ قاره جهان برگزار نموده است).  
با توجه به هوشمندی خرید در عصر اطلاعات و جامعه پست‌مدرن امروزی، هر شرکتی که قصد موفقیت دارد می‌باید، ترکیبی از انواع بازاریابی‌های فوق را در برنامه بازاریابی استراتژیک خویش تبیین نموده باشد. همان‌طور که مطالعه نمودید، برخی از انواع بازاریابی با ظهور فن‌آوری‌های نوین خلق و با هر جهش تکنولوژیک، نیز تغییر می‌نمایند. حتی روندهای اجتماعی-اقتصادی بر ماهیت بازاریابی و ساختار بازار تأثیر خود را خواهند گذاشت.

20. بازاریابی فردی Account-Based Marketing : بازاریابی از طریق فرد کلیدی در یک سازمان
21. بازاریابی چابک Agile Marketing : به کارگیری متدولوژی توسعه سریع و چابک در بخش بازاریابی
22. بازاریابی الگوریتمی : Algorithmic Marketing استفاده از نرم‌افزاری برای انجام بازاریابی نیمه خودکار (بازاریابی محاسباتی)
23. بازاریابی کمین : Ambush Marketing انجام بازاریابی در زمان برگزاری کمپین بازاریابی یک شرکت دیگر بدون پرداخت هزینه حمایتی / اسپانسرشیپ
24. بازاریابی تحلیلی : Analytical Marketing متدها و مدل‌های متعدد بازاریابی
25. بازاریابی مقاله‌ای : Article Marketing نوشتن مقالات (آنلاین یا آفلاین) برای تبلیغ بیزینس یک نفر
26. بازاریابی شرکت با شرکت : B2B Marketing بازاریابی یک شرکت در بین سایر شرکت‌ها
27. بازاریابی شرکت با خریدار : B2C Marketing بازاریابی شرکت در بین خریداران / مصرف‌کنندگان
28. بازاریابی شرکت با شخص : B2P Marketing بازاریابی اشخاص برای یک شرکت در شغل و زندگی خود
29. بازاریابی رفتار : Behavioral Marketing تبلیغات هدفمند و پیشنهادهایی بر اساس رفتار مشتری
30. بازاریابی تبادل : Black Hat Marketing در وهله اول در (موتور جستجوی بهینه) ، استفاده از برخی ترفندهای غیراخلاقی و تا حدی کلاه‌بردارانه برای در جهت کسب رتبه بالا در رده‌بندی سایت‌ها
31. بازاریابی برند Brand Marketing : مرتبط با توسعه برند است که اغلب مربوط به بازاریابی مستقیم می‌شود
32. بازاریابی کلامی : Buzz Marketing مردم را مجبور به حرف زدن در مورد حرفه‌تان بکنید ، مانند انتقال و ویروس
33. بازاریابی مرکز تماس : Call Center Marketing بازاریابی تلفنی خارجی و کنترل کردن تماس‌های مشتری‌های داخلی
34. بازاریابی محوطه دانشجویان : Campus Marketing بازاریابی توسط دانشجویان و نمایندگان رسمی در دانشگاه
35. بازاریابی کاتالوگ : Catalog Marketing بازاریابی از طریق کاتالوگ‌های چاپی و ارسال آن توسط ایمیل
36. بازاریابی انگیزشی : Cause Marketing همکاری با شرکت غیرانتفاعی در بازاریابی برای رسیدن به سود دوجانبه
37. بازاریابی اشخاص مشهور : Celebrity Marketing استفاده از اشخاص مشهور به‌عنوان سخنور برای جلب حمایت عمومی
38. بازاریابی کانال : Channel Marketing بازاریابی ترویجی از طریق عمده‌فروش‌ها، توزیع‌کننده‌ها و نمایندگان فروش
39. بازاریابی حلقه بسته : Closed Loop Marketing اندازه‌گیری ROI از طریق محاسبه چرخه اطلاعاتی بازاریابی به فروش و برعکس
40. بازاریابی ابری : Cloud Marketing استفاده از نرم‌افزار (SaaS) به‌عنوان یک نرم‌افزار سرویس‌دهنده برای بازاریابی
41. بازاریابی تعاونی : Cooperative Marketing همکاری شرکت‌های در بازاریابی به‌منظور توسعه کالا، خدمات یا برند
42. بازاریابی همگانی : Communal Marketing جذب افکار عمومی در راستای ترویج کمپین بازاریابی
43. بازاریابی گروه اجتماعی : Community Marketing بازاریابی از طریق ساخت یک جامعه آنلاین
44. بازاریابی محاسباتی : Computational Marketing استفاده از قدرت نرم افزارهای تحلیل‌گر برای کمک به برنامه بازاریابی استراتژیک
45. بازاریابی محتوا : Content Marketing تولید محتوای مفید برای مخاطبتان
46. بازاریابی مفهومی : Contextual Marketing ارائه پیام‌ها، پیشنهادهای بهینه و مربوط، تولید محتوا + هوشمندی و برنامه ریزی برای ارائه، به‌خصوص از طریق آنلاین
47. بازاریابی بحث‌برانگیز : Controversial Marketing تولید توجه از طریق جدال و مناقشه
48. بازاریابی مباحثه‌ای : Conversational Marketing برقراری ارتباط فعال و دوطرفه با مصرف‌کنندگان
49. بازاریابی تبدیلی : Conversion (Rate) Marketing بهینه‌سازی نرخ تبدیل در بازاریابی آنلاین و فروش

50. بازاریابی تبدیل محتوا : Conversion Content Marketing پیوند میان بازاریابی محتوا و بازاریابی تبدیلی
51. بازاریابی شرکت‌های بزرگ : Corporate Marketing بازاریابی هدفمند شرکت بسیار بزرگ برای جذب مصرف‌کننده و تحکیم برند در بازار مصرف به‌خصوص در شرکت‌هایی که محصولات تولید آن تنوع فراوانی دارد.
52. بازاریابی متقاطع Cross-Marketing : همکاری در بازاریابی ، بسته‌بندی محصولات ، همکاری در ارائه ترفیعات ، صدور مجوز نمایندگی و غیره
53. بازاریابی فرهنگی : Cultural Marketing بازاریابی فرهنگی – محتوای برند شده، تقاطع فرهنگ و بازاریابی
54. بازاریابی داده (تحت وب) : Data (Web) Marketing (استفاده از داده‌ها به‌عنوان کانال بازاریابی). مخصوصا داده‌های بامعناى وب
55. بازاریابی پایگاه داده : Database Marketing استفاده از پایگاه‌های داده‌ها مثل Crm برای کمک به برنامه‌های بازاریابی
56. بازاریابی دیجیتال : Digital Marketing از طریق کانال‌های دیجیتال به‌خصوص اینترنت
57. بازاریابی مستقیم : Direct Marketing بازاریابی مستقیم مخاطبان ، اغلب بدون استفاده از تلویزیون ، رادیو و یا تبلیغات چاپی
58. بازاریابی پاسخ مستقیم : Direct Response Marketing بازاریابی مستقیم و صریح طراحی شده برای دریافت پاسخ
59. بازاریابی مخرب : Disruptive Marketing استفاده از ابداعات در کالا و خدمات برای ایجاد بازارهای جدید و تخریب بازار رقبا
60. بازاریابی تنوع : Diversity Marketing بازاریابی گروه‌های مختلف مخاطب با فرهنگ‌های متفاوت
61. بازاریابی دربه‌در : Door-To-Door Marketing فروشنده‌ها به خانه‌ها می‌روند و در خانه‌ها را می‌زنند
62. بازاریابی چکه‌ای : Drip Marketing فرستادن پیام‌هایی از پیش برنامه‌ریزی شده به مشتری‌ها بر اساس برنامه مشخص
63. بازاریابی کارآفرینی : Entrepreneurial Marketing بازاریابی در شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ) اغلب به شیوه پارتیزانی
64. بازاریابی اخلاقی : Ethical Marketing بازاریابی اخلاقی به‌منظور انجام مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی
65. بازاریابی رویدادی : Event Marketing به راه انداختن رویدادی مثل ، کنفرانس‌ها ، سمینارها و فستیوال‌ها
66. بازاریابی اعزامی : Expeditionary Marketing رفتن به بازارهای جدید قبل از رقباى دیگر
67. بازاریابی تجربی : Experiential Marketing باعث ایجاد تعاملات حسى با برندها می‌شود
68. بازاریابی فیس-بوک : Face-book Marketing بازاریابی از طریق فیس‌بوک و بر روی فیس‌بوک
69. بازاریابی رشته‌ای : Field Marketing فروش و تبلیغ به‌صورت فردی در یک محدوده مشخص
70. بازاریابی مکان محور : GeoMarketing هدف قرار دادن یک مکان برای تاکتیک‌های بازاریابی مثل قیمت ، تبلیغات
71. بازاریابی جهانی : Global Marketing بازاریابی محصولات و شرکت‌ها در سطح جهانی ، استراتژی‌ها و ساختارهای جهانی
72. بازاریابی سبز : Green Marketing ترویج محصولاتی که کاملا دوستدار محیط‌زیست هستند
73. بازاریابی پارتیزانی : Guerilla Marketing بودجه کم ، بازاریابی فشرده ، معمولاً همراه با بازاریابی
74. بازاریابی افقی : Horizontal Marketing پیام مشابه به گروه‌ها / صنایع متفاوت، در تضاد با بازاریابی عمودی
75. بازاریابی درون‌گرا (بازاریابی ربایشی) : Inbound Marketing (جذب خریدارها با محتوا به‌جای تحمیل تبلیغات و یا تماس‌های سرد
76. بازاریابی صنعتی : Industrial marketing بازاریابی شرکت با شرکت B2B با این تفاوت که مخصوص شرکت‌های عظیم تولیدی است
77. بازاریابی نفوذی / نفوذکننده : Influence(R) Marketing تمرکز بر متقاعد نمودن افراد صاحب نفوذ در بازار
78. بازاریابی اطلاعاتی : Informational Marketing ارائه مواد آموزشی و مفید به مخاطبان مثل بازاریابی محتوا
79. بازاریابی درون بازی : In-Game Marketing تبلیغات درون بازی، که به اسم تبلیغ بازی و تبلیغ درون بازی شناخته شده است.
80. بازاریابی درون مغازه‌ای : In-Store Marketing : ترویج در مکان خرده‌فروشی‌ها
81. بازاریابی یکپارچه : Integrated Marketing هماهنگی و یکپارچه ساختن ابزارهای بازاریابی چندگانه، کانال‌ها و امکانات

82. بازاریابی تعاملی : Interactive Marketing ارتباط بین فروشندگان و مشتریها که اغلب آنلاین اتفاق می افتد
83. بازاریابی اینترنتی : Internet Marketing مترادف با بازاریابی آنلاین و بازاریابی تحت وب
84. بازاریابی داخلی : Internal Marketing بازاریابی در بین کارکنان خود برای استانداردسازی تجربه مشتریان در برخورد با برند سازمان . ایجاد انگیزه در کارکنان برای برخورد استاندارد با مشتری
85. بازاریابی بین‌المللی : International Marketing فروش فرامرزی، مثل بازاریابی جهانی Global Marketing
86. بازاریابی کلمات کلیدی : Keyword Marketing مطالعه و بهبود کلمات کلیدی در بازاریابی موتور جستجو
87. بازاریابی سمت چپ مغز : Left-Brain Marketing تقریباً هم‌معنی است با بازاریابی تحلیلی
88. بازاریابی محلی : Local Marketing ترویج و تبلیغات هدفمند برای حمایت از فروشگاه‌هایی که در دنیای واقعی حضور فیزیکی دارند.
89. بازاریابی بلندمدت : Long Tail Marketing بازاریابی در تعداد زیادی از بازارهای نیچهای به‌منظور دستیابی به تعداد بسیار زیادی از مخاطبان
90. بازاریابی وفاداری : Loyalty Marketing تمرکز بر رشد و حفظ مشتریها موجود، مثل برنامه‌های تشویقی
91. بازاریابی از طریق موبایل : Mobile Marketing بازاریابی از طریق دستگاه‌های موبایل مثل گوشی‌های هوشمند
92. بازاریابی چندکاناله : Multichannel Marketing استفاده از چند کانال برای رسیدن به مشتری
93. بازاریابی چند فرهنگی : Multicultural Marketing به دنبال مخاطبان قومی با محصولات ، تبلیغات و تجارب است
94. بازاریابی چند سطحی : Multi-Level Marketing بازاریابی از طریق کارگیری دیگران ، یا هرکسی که بیشتر بتواند نیروی انسانی بکار گیرد، مثل طرح هرمی
95. بازاریابی عصبی (نورومارکتینگ) : NeuroMarketing (تقاطع علم شناخت / مغز و بازاریابی
96. بازاریابی رسانه نو : New Media Marketing مترادف است با بازاریابی آنلاین
97. بازاریابی روزنامه‌ای : Newsletter Marketing رساندن خبرنامه به دست مخاطب هدف از طریق ایمیل یا برگه چاپ‌شده
98. بازاریابی نیش (بازاریابی گوشه / نیش مارکت / بازاریابی جاویژه) : Niche Marketing (هدف قرار دادن مخاطب‌های بسیار خاص در بخش‌های خاص از بازار. ( توضیح : کلمه Niche به تنهایی به صورت "نیش" تلفظ میگردد، اما زمانی که با کلمه Market می‌آید، تلفظ آن "نیش مارکت" میگردد)
99. بازاریابی غیر سنتی : Non-Traditional Marketing روش‌هایی خارج از حالت عادی برای مثال : بازاریابی پارتیزانی
100. بازاریابی آفلاین : Offline Marketing تمام بازاریابی‌هایی که آنلاین اتفاق نمی‌افتند یا همان بازاریابی سنتی
101. بازاریابی یک‌به‌یک : One-To-One Marketing بازاریابی برای یک نفر مصرف‌کننده خاص : شناختن ، تمایز قائل شدن ، تعامل مناسب و سفارشی‌سازی ( ۱:۱ ) – Marketing شامل دو نوع بازاریابی است Personalization / Customization
102. بازاریابی آنلاین : Online Marketing مترادف با بازاریابی اینترنتی یا بازاریابی تحت وب
103. بازاریابی دوردست : Outbound Marketing تماس با مشتری از طریق تبلیغات تماس‌های سرد و غیره . برعکس بازاریابی درون‌گرا
104. بازاریابی خارج از منزل : Outdoor Marketing برای مثال : تبلیغات روی ماشین ، بیلبوردها و بادکنک‌ها
105. بازاریابی بیرون از خانه : Out-Of-Home Marketing بازاریابی مردم در مکان‌های عمومی و غیره.
106. بازاریابی اجرایی : Performance Marketing بازاریابی ناشی از معیارهای اجرایی
107. بازاریابی اجازه : Permission Marketing اثرگذاری بر مخاطبان برای گوش فرادادن بیشتر به پیام برند شما

108. بازاریابی ترغیب : Persuasion Marketing برگرفته از معماری ترغیب برای تأثیر بر بازاریابی تحت وب
109. بازاریابی نقطه فروش : Point-Of-Sale Marketing تبلیغ برای مشتری‌ها در نقطه فروش در مغازه
110. بازاریابی کلیک بر روی پست : Post-Click Marketing تجربه مشتری بعد از کلیک بر روی یک تبلیغ یا ایمیل
111. بازاریابی : PPC Marketing پرداخت با هر کلیک روی تبلیغات موتورهای جستجو، تبلیغ شبکه‌ها و سایت‌های اجتماعی
112. بازاریابی محصولات : Product Marketing بازاریابی حول یک محصول خاص ، در مقابل بازاریابی شرکت‌های بزرگ
113. بازاریابی ترویجی : Promotional Marketing انتشار گسترده پیام برند برای افزایش آگاهی از برند، تقریباً در هر نوعی از بازاریابی برای جذب مشتری انجام می‌شود.
114. بازاریابی مجاورتی : Proximity Marketing محلی نمودن بازاریابی، توزیع تبلیغات مرتبط با یک مکان جغرافیایی خاص
115. بازاریابی کشش : Pull Marketing هر نوع روش برای ایجاد تقاضا برای محصول. دریافت پیام از سوی مشتری‌ها مخصوصاً از شبکه‌های اجتماعی. مترادف با بازاریابی درون‌گرا
116. بازاریابی فشار : Push Marketing مشتری به دنبال دریافت پیام از سوی شماست. مترادف با برون‌گرا
117. بازاریابی بلادرنگ : Real-Time Marketing شتاب‌دهی به فرایند بازاریابی در عصر سرعت
118. بازاریابی مراجعه : Referral Marketing تشویق و انگیزش مشتری‌های موجود برای مراجعه مشتریان جدید
119. بازاریابی رابطه / بازاریابی ارتباطی : Relationship Marketing تاکید بر ساخت روابط بلندمدت بین مشتری‌ها
120. تکرار بازاریابی Re-marketing : بازاریابی مجدد یک مخاطب بر اساس تبلیغات هوشمند و پس از شناخت رفتار وی – در حوزه تبلیغات آنلاین بکار گرفته می‌شود
121. بازاریابی پاسخ : Reply Marketing پاسخ دادن به مشتری با پیام‌های شخصی‌سازی شده
122. بازاریابی علمی : Scientific Marketing به‌کارگیری برنامه‌های آنالیز و تحلیل آماری در بازاریابی
123. بازاریابی موتورهای جستجو : Search (Engine) Marketing تبلیغات طبیعی و تبلیغات خریداری‌شده به‌وسیله موتورهای جستجوهای گوگل ، بینگ و ...
124. بازاریابی خویشتن : Self-Marketing همان بازاریابی فردی یا بازاریابی شخصی Personal Branding است
125. بازاریابی خدماتی : Services Marketing بازاریابی برای فروختن خدمات به‌جای محصولات است
126. بازاریابی سایه‌ای : Shadow Marketing بازاریابی غیرمنتظره و خارج از کنترل بخش بازاریابی سازمان
127. بازاریابی خریدار : Shopper Marketing فهمیدن اینکه خریدار چگونه و از چه کانال و شیوه‌هایی خرید می‌کند
128. بازاریابی اجتماعی : Social Marketing تغییر رفتار مردم به سمت بهتر شدن ، این مترادف با بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی نیست.
129. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی : Social Media Marketing رابطه برقرار کردن با مشتری‌ها از کانال رسانه‌های اجتماعی
130. بازاریابی ورزشی : Sports Marketing استفاده از رخدادهای ورزشی ، تیم‌ها و ورزشکاران برای تبلیغ محصولات
131. بازاریابی نهان : Stealth Marketing راه‌های بازاریابی مخفیانه، بازاریابی مخفی
132. بازاریابی خیابانی : Street Marketing بازاریابی غیر عرفی در مکان‌های عمومی به‌منظور دستیابی به مشتری آماده
133. بازاریابی تکنیکی : Technical Marketing بازاریابی تکنیکی برای مخاطبان فنی و تخصصی.
134. بازاریابی تلفنی : Telemarketing تماس با مردم از طریق تلفن ، تماس به‌صورت ناخواسته است.
135. بازاریابی آزمون محور : Test-Driven Marketing امتحان ایده‌های بازاریابی به شیوه سیستماتیک و مستمر
136. بازاریابی زمان : Time Marketing تحقیق بر در خصوص زمان انتشار و ترویج محصولات در عرصه بازار

137. بازاریابی نمایشگاه تجاری : Exhibition Marketing زیرمجموعه بازاریابی رخدادی ، تبلیغ در نمایشگاه‌های تجاری
138. بازاریابی سنتی : Traditional Marketing متدها و کانال‌های بازاریابی قبل از بازاریابی اینترنتی
139. بازاریابی تحت پوشش : Undercover Marketing هنگامی که مشتری نداند که پنهانی نشان شده است
140. بازاریابی : User-Generated Marketing بازاریابیاز طریق محتوای تولیدشده توسط مشتری UGM
141. بازاریابی عمودی : Vertical Marketing به‌کارگیری یک راه‌حل به شیوه‌های مختلف برای صنایع گوناگون
142. بازاریابی ویدئویی : Video Marketing استفاده از قدرت ویدیوها در بازاریابی اینترنتی، با استفاده از یوتیوب
143. بازاریابی ویروسی : Viral Marketing ورود به یک شبکه اجتماعی جدید برای پخش یک ایده بازاریابی
144. بازاریابی اینترنتی : Web Marketing خریدوفروش تحت وب . مترادف است با بازاریابی آنلاین
145. بازاریابی دهان‌به‌دهان : (WOM) Word-Of-Mouth Marketing هنگامی که مشتری راضی پیام بازاریابی شما را پخش کند
146. بازاریابی جوانان : Youth Marketing مخاطبان جوان را هدف قرار می‌دهد . اغلب از کانال‌های نوظهور



<http://iranmct.com>