

Author Comment | Pause here and think about how you'd answer this question before studying marketing. Then see how your answer changes as you read the chapter.

What Is Marketing?

Marketing, more than any other business function, deals with customers. Although we will soon explore more-detailed definitions of marketing, perhaps the simplest definition is this one: *Marketing is engaging customers and managing profitable customer relationships.* The two-fold goal of marketing is to attract new customers by promising superior value and to keep and grow current customers by delivering value and satisfaction.

For example, Nike leaves its competitors in the dust by delivering on its promise to inspire and help everyday athletes to "Just do it." Amazon dominates the online marketplace by creating a world-class online buying experience that helps customers to "find and discover anything they might want to buy online." Facebook has attracted more than 1.5 billion active web and mobile users worldwide by helping them to "connect and share with the people in their lives." And Coca-Cola has earned an impressive 49 percent global share of the carbonated beverage market—more than twice Pepsi's share—by fulfilling its

CHAPTER 1 | Marketing: Creating Customer Value and Engagement 29

"Taste the Feeling" motto with products that provide "a simple pleasure that makes everyday moments more special."²

بازاریابی چیست؟

بازاریابی بیش از هر فعالیت دیگر در کسب و کار، با مشتری سر و کار دارد. پیش از اینکه تعریف دقیق تری از بازاریابی ارائه دهیم، شاید بتوان آن را اینگونه تعریف کرد: بازاریابی یعنی تعامل و مدیریت ارتباط سودمند با مشتری. بازاریابی دو هدف را دنبال می‌کند: جذب مشتری‌های جدید با تعهد به ارائه‌ی ارزش ممتاز، حفظ و رشد مشتری‌های فعلی با ارائه‌ی ارزش و راضی نگه‌داشتن آنها.

به طور مثال، نایک انگیزه دادن و کمک به ورزشکاران برای آنکه "فقط انجامش دهند" را متعهد شده که با عمل به آن، گوی سبقت را از رقیبانش ربوده است. آمازون با خلق یک تجربه‌ی خرید آنلاین جهانی که به مشتریان برای یافتن هر چه می‌خواهند آنلاین بخرند "کمک می‌کند، بازارهای آنلاین را دگرگون ساخت. فیسبوک بیش از 1/5 میلیارد کاربر فعال موبایل و سایت خود را با کمک در "برقراری ارتباط با مردم و به اشتراک گذاشتن زندگی‌شان با آنها" جذب کرده است. کوکاکولا نیز بازار جهانی نوشیدنی‌های گازدار را با رقم باورنکردنی 49 درصد، که بیش از دوبرابر سهم پپسی است، تصاحب کرده. کوکاکولا با عمل به شعار خود، "طعم احساس را بچش"، با محصولاتش که "با یک لذت ساده لحظات روز را خاص تر می‌کنند" توانسته به این سهم بازار دست پیدا کند.