

به نام خدا

خلق برند قدرتمند

مالکوم مک دونالد، لزی دشارناتونی والن والاس

مترجمان

صدیقه ندیم و سید

میشم بشیرد

(پژوهشگر گروه بهره‌وری و ارتقای سازمانی مؤسسه مطالعات پژوهش‌های بازرگانی)

(مدیر آموزش و ارتباطات انجمن علمی تجارت الکترونیک ایران)

محسن الیاسی آغ چشمه

(دکتری مدیریت کسب و کار)

عباس خالقی تبار



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۸

سرشناسه	دشاربائونی، لزللی، ۱۹۵۳ - م.
عنوان و نام پدیدآور	De Chernatony, Leslie خلق برند قدرتمند / نویسندگان مالکوم مک دونالد، لزللی دشاربائونی والن والاس؛ مترجمان صدیقه تدریس حسینی... (و دیگران).
مشخصات نشر	تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۲۰۸ ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۱۲-۹
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Creating powerful brands in consumer, service and industrial markets, 2th ed, ۲۰۱۱.
یادداشت	مترجمان صدیقه تدریس حسینی، میثم بشیری، محسن الیاسی آغچشمه و عباس خالقی تبار.
یادداشت	کتاب حاضر در سال ۱۳۹۴ با همین عنوان با ترجمه مترجم امیرمطلبی اسکویی توسط انکا، مرکز تحقیقات و توسعه منتشر شده است.
موضوع	کالاهای مارک دار -- برنامه ریزی
موضوع	برندسازی (بازاریابی) -- آسیا
شناسه افزوده	Mc Donald, Malcolm
شناسه افزوده	Wallace, Elaine
شناسه ۱۰ بده	تدریس حسینی، صدیقه، ۱۳۶۷-، مترجم
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
بدی کنگره	HD۶۹
ر.ه بندی دیوبی	۶۵۸ / ۸۲۷
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۱۴۸۰۵

شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

خلق برند قدرتمند

نویسندگان: مالکوم مک دونالد، لزللی - دشاربائونی والن والاس

مترجمان: صدیقه تدریس حسینی، میثم بشیری، محسن الیاسی آغچشمه و عباس خالقی تبار

موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی (مدیر آموزش و امورات انجمن علمی تجارت الکترونیکی

ایران)، محسن الیاسی آغچشمه (دکتری مدیریت کسب و کار)، عباس خالقی تبار

صفحه آرا: شادی سعدلونیا

طراح جلد: حبیب حبیب زاده سقا

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۸،۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۱۲-۹

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتراز بلوار کشاورز، نبش کوچه همدان،

شماره ۱۲۰۴ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱

ایمیل: info@cpcc.ir

WWW.CPCC.ir



پیشگفتار

برندسازی یا برندینگ حاصل پیام‌ها و گزارش‌های رسانه‌ها است. هر قدر تعداد این پیام‌ها بیشتر و محتوای آن‌ها مطلوب‌تر باشد، نام تجاری قوی‌تر خواهد شد. برندینگ دانشی است که با برتری دادن به یک نام تجاری باعث افزایش اعتبار و شهرت آن برند در بازار رقابت می‌شود، اعتبار و شهرت یک برند به‌طور مستقیم می‌تواند منجر به فروش بیشتر و قیمت گران‌تر محصولات خدمات شود، به زبان دیگر برندسازی روش هوشمندانه تجارت و تولید ثروت است.

برندسازی ایجاب می‌کند که برای مشتریان، کارکنان و مدیران سازمان اهمیت زیادی دارد. داشتن یک برند قدرتمند سبب می‌شود هزینه‌های یک شرکت به واسطه جلوگیری از سرمایه‌گذاری‌ها، نامناسبی هدف به‌طور کاملاً محسوسی کاهش پیدا کنند. سودآوری به‌واسطه جذب مشتریانی وفادار به‌طور چشم‌گیری افزایش پیدا می‌کند و از همه مهم‌تر برند یک شرکت تبدیل به دارایی ناملموس برای سازمان می‌شود که ارزش آن می‌تواند بیش از مجموع ارزش تمامی دارایی‌های فیزیکی آن سازمان باشد.

کارآفرینی و راه‌اندازی یک کسب و کار بدون شناخت برندینگ، و محوریت برند برای آن یک اشتباه نابخودنی در تجارت است.

کتاب "خلق برند قدرتمند" یکی از مراجع و منابع غنی بهانه شناخته شده در حوزه بازاریابی و برندینگ می‌باشد. این کتاب به معرفی نام تجاری، تاریخچه و آینده آن از گذشته تاکنون پرداخته و مباحث مهم و به روز برندسازی محصول، خدمات، روش‌ها و راهبردهای مورد استفاده توسط نام‌های تجاری شناخته شده و دیگر موضوعات مرتبط به این حوزه را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد.

امید است این اثر در جهت ارتقای سطح دانش مدیران، پژوهشگران و کارشناسان کسب و کارهای کشور مفید واقع شود.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۷.....	فصل اول: دلیل اهمیت خلق برندهای قدرتمند.....
۲۹.....	فصل دوم: رک فرایند برندسازی.....
۶۷.....	فصل سوم: رک فرایند برندسازی صنعتی - تجاری (B2B).....
۱۰۳.....	فصل چهارم: برندهای خدمات.....
۱۳۱.....	فصل پنجم: برندهای حقوق مالکیت فکری و رقابتی خود غلبه می کنند.....
۱۷۹.....	فصل ششم: ارزیابی برند.....