

تنها کتابی که شما در مورد برندسازی به منظور شروع،
راه‌اندازی و توسعه کسب و کار خود، نیاز خواهید داشت

نویسنده:

میشیل ماندگ

لیزا پولاکا

مترجم:

نعبه گلاب دوست

(کارشناسی ارشد رشته مدیریت پروژه سرمایه‌گذاری از دانشگاه UCL لندن)



www.katibenovin.ir



سرشناسه	مانداخ، میخیل Maandag, Michiel	:
عنوان و نام پدیدآور	تنها کتابی که شما در مورد برندسازی به منظور شروع، راهاندازی و توسعه کسب و کار خود نیاز خواهید داشت/ نویسندگان: میشیل ماندگ، لیزا پولاکا؛ مترجم نعیمه گلابدوست.	:
مشخصات نشر	شیراز: کتیبه نوین، ۱۳۹۸.	:
مشخصات ظاهری	۹۲ ص.: مصور.	:
شابک	978-622-6804-03-5 : ۱۵۰۰۰۰ ریال	:
وضعیت فهرست نویسی	فیبا	:
یادداشت	عنوان اصلی:	:
	The only book you will ever need on branding to start, run and grow your business, 2015	
موضوع	برندسازی (بازاریابی)	:
موضوع	Branding (Marketing)	:
موضوع	شرکت‌های اقتصادی جدید	:
موضوع	New business enterprises	:
شناسه افزوده	پولاکا، لیزا	:
شناسه افزوده	Puolaka, Liisa	:
شناسه افزوده	گلابدوست نعیمه، مترجم	:
رده بندی کنگره	HF5415/1255	:
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۲۷	:
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۱۲۹۷۵	:

عنوان کتاب:	تنها کتابی که شما در مورد برندسازی به منظور شروع، راهاندازی و توسعه کسب و کار خود، نیاز خواهید داشت
نویسندگان:	میشیل ماندگ، لیزا پولاکا
مترجم:	نعیمه گلاب دوست
ناشر:	کتیبه نوین
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۸
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۸۰۴-۰۳-۵
شمارگان:	۱۰۰۰ جلد
سرویراستار و صفحه آرا:	علی داودی
چاپ و صحافی:	چاپ گاندی
قیمت:	۱۵۰۰۰ تومان

میشیل ماندگ^۱، یک مشاور و مربی در حوزه برندینگ است. او مؤسس شرکت مشاوره برند ماندی^۲ است. در حالی که مشغول مشاوره و تعلیم کسب و کارها بود متوجه شد که، در زمینه ساخت برندهایی که مردم دوست دارند، به اندازه کافی صحبت نشده است. قصد او این است که این موضوع را تغییر دهد.

بر اساس تجربه خود در زمینه کار با مارک‌های جهانی و بازاریابی بین‌المللی، میشل، روش‌های منحصر به فرد و بسیار متمرکز را برای کمک به ایجاد و حفظ برندهای موفق اختراع کرده است. این مساله و شور و شوق برای حل مسائل، به طور مستقیم منجر به ایده تنها کتابی که شما در مورد برندسازی به منظور شروع، را اندازی و توسعه کسب و کار خود، نیاز خواهید داشت، شده است.

میشل هلندی است و به همراه همسر فنلاندی و دخترش در هلند زندگی می‌کند.

Read more at www.michielmaandag.com

Reach him at michiel@mondayband.com

لیزا پولاکا^۳، مدیر تحقیق و استراتژی در استودیو چاوهان^۴، یک طراح صنعتی بوتیک است. او رئیس سابق هویت نام تجاری جهانی نوکیا است. هنگامی که میشل ماندگ در نوکیا با او همکاری بود، به او پیشنهاد نوشتن یک کتاب را داد. او نیز از این فرصت استفاده کرد.

او به اصطلاحات بازاریابی و مدل‌های پیچیده حساس است، همیشه به دنبال پیدا کردن یک زاویه متفاوت و منحصر به فرد به چیزها است - نه مانند این - مانند کتاب برندهای بی‌معنی برای کسب و کارها.

¹ Michiel Maandag

² monday

³ Liisa Puolakka

⁴ Chauhan

او یک طراح مد است که آن را برای سرگرمی انجام می‌دهد. هدف بزرگ بعدی او راه‌اندازی یک برند اسباب‌بازی بچه است که با دقت زیاد از همه راهنمایی‌های این کتاب - تنها کتابی که شما در مورد برندسازی به منظور شروع، راه‌اندازی و توسعه کسب و کار خود، نیاز خواهید داشت - پیروی می‌کند.

لیزا فنلاندی است و به همراه همسر و دو دخترش در لندن زندگی می‌کند.

Reach her at liisa@liisapuolakka.com

همچنین از Constable & Robinson موجود است:

- ❖ رهبری عملکرد بالا
- ❖ توسعه سختی ذهنی
- ❖ راهنمای عملی برای مربی‌گری
- ❖ چگونگی مدیریت افراد دشوار
- ❖ چگونه می‌توانید بفروشید، هنگامی که فروش را دوست ندارید
- ❖ برنامه‌ریزی و مدیریت رویداد شرکت
- ❖ چگونه یک برنامه‌ریزی کوچک، بسیاری از آتش‌سوزی‌ها را از بین می‌برد

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۱. یک برند خوب یک کسب و کار خوب را می‌سازد.....	۱۱
۲. برند چیست؟.....	۱۲
۳. چگونه برای برند خود جایگاه‌یابی کنید؟.....	۱۷
۴. طبقه‌بندی شما چیست؟.....	۲۰
۵. برند خود را به یک بسته محصول اضافه کنید.....	۲۲
۶. برند شما مخصوص چه کسانی است؟.....	۲۷
۷. برند شما برای چه چیزی استفاده می‌شود؟.....	۲۹
۸. چرا مخاطبان هدف شما، از برند شما استفاده می‌کنند؟.....	۳۱
۹. همه چیز باهم در محصول شما می‌آید.....	۳۳
۱۰. بجای توسعه برند، کسب و کار خود را توسعه دهید.....	۳۹
۱۱. یک نام بد همیشه بد باقی می‌ماند.....	۴۶
۱۲. شش C برای یک نام خوب.....	۵۰
۱۳. اگر شما سائیتی با نام برند خود نداشته باشید، چکار باید بکنید؟.....	۵۵
۱۴. چگونه یک لوگوی خوب بسازیم؟.....	۵۷
۱۵. چگونه صاحب یک رنگ شویم؟.....	۶۲
۱۶. شما می‌توانید چیزی بیش از یک لوگو و رنگ داشته باشید.....	۶۵
۱۷. داستان خود را بگویید.....	۶۷
۱۸. مردم را وادار کنید راجع به شما حرف بزنند.....	۶۹
۱۹. شعار شما برند شما را جمع می‌کند.....	۷۱

۲۰. در هنگام ارتباط برقرار کردن، سازگار باشید. ۷۲
۲۱. به وسیله ارتباطات، رقابت کنید. ۷۶
۲۲. بگذارید مردم و رسانه‌های قابل اعتماد، برند شما را بسازند. ۷۸
۲۳. از تبلیغات برای حفظ جایگاه خود استفاده کنید. ۸۳
۲۴. همه اقدامات شما باید منعکس کننده جایگاه شما باشد. ۸۴
۲۵. همه اقدامات شما نیز باید متناسب باشد. ۸۷
۲۶. برند هم یکی نیستند. ۸۹
۲۷. دفع نکنید. ۹۱

www.ketab.ir