

بسم الله الرحمن الرحيم

خلق داستان برند

پیام خود را شفاف سازید تا مشتریان به شما گوش کنند

دونالد میلر

ترجمه:

موسسه ترجمیک

سرشناسه : میلر، دونالد، ۱۹۳۶ - م.

Miller, Donald

عنوان و نام پدیدآور : خلق داستان برند: پیام خود را شفاف سازید تا مشتریان به شما گوش کنند / دونالد میلر؛ ترجمه موسسه ترجمیک.

مشخصات نشر : تهران: آدینه، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری : ۱۷۲ ص.: مصور.

شابک : ۳۵۰۰۰ ریال ۸-۷۴-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیا

یادداشت : عنوان اصلی: 2017, Building a storybrand : clarify your message so customers will listen.

عنوان دیگر : پیام خود را شفاف سازید تا مشتریان به شما گوش کنند.

موضوع : برندسازی (بازاریابی)

موضوع : Branding (Marketing)

موضوع : آگهی‌های تبلیغاتی -- کالاهای مارک‌دار

موضوع : Advertising -- Brand name products

موضوع : بازاریابی

موضوع : Marketing

موضوع : فروشندگی

موضوع : Selling

موضوع : مشتری‌شناسی

موضوع : Customer relations

موضوع : مدیریت کالا

موضوع : Product management

شناسه افزوده : موسسه ترجمیک مترجم

رده بندی کنگره : ۱۷۲۵۵/۴۱۵F

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۲۷

شماره کتابشناسی ملی : ۵۷۵۱۹۹۲

خلق داستان برند

پیام خود را شفاف سازید تا مشتریان به شما گوش کنند

نویسنده: دونالد میلر

ترجمه: موسسه ترجمیک

صفحه‌آرایی: داوود مرادی

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۱۰-۷۴-۸

تلفن مرکز پخش: ۳۳۱۲۶۵۴۱ و ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از عنوان کتاب و همچنین چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

۷	معرفی
۹	بخش اول: چرا بیشتر فعالیت‌های بازاریابی، هدر دادن پول هستند؟
۱۱	کلید دیده شدن، شنیده شدن و درک شدن
۲۱	اسلحه دفاعی، که سبب رشد کسب و کار شما می‌شود
۳۱	چارچوب ساده هفت مرحله‌ای داستان برند
۴۳	بخش دوم: خلق داستان برند
۴۵	شخصیت
۵۵	بروز مشکل
۶۹	ملاقات با راهنما
۷۹	دریافت نقشه
۸۷	فراخواندن به عمل
۹۷	اجتناب از شکست
۱۰۵	پیروزی
۱۱۵	مردم می‌خواهند برند شما در تحولشان مشارکت کند
۱۲۳	بخش سوم: اجرای متن داستان برند
۱۲۵	ساخت یک وبسایت بهتر
۱۳۳	داستان برند چگونه می‌تواند یک سازمان معظم را متحول کند
۱۴۵	نقشه راه بازاریابی داستان برند
۱۷۲	سخن پایانی

این کتاب، در مورد تعریف داستان شرکت شما نیست. خواندن چنین کتابی اتلاف وقت خواهد بود. مشتریان اهمیتی به داستان شما نمی‌دهند؛ بلکه داستان خودشان برایشان مهم است. مشتری‌تان باید قهرمان داستان باشد، نه برند شما. این رازی است که تمامی کسب‌وکارهای بسیار موفق، به آن پی برده‌اند.

آنچه در این کتاب خواهید خواند، چارچوبی متشکل از هفت بخش است که نحوه صحبت درباره کسب‌وکار و یا شاید نحوه انحصار کسب‌وکارتان را نیز تغییر خواهد داد.

هرساله ما به بیش از سه میلیون کسب‌وکار کمک می‌کنیم تا از هدر دادن پول در بازاریابی جلوگیری کنند و با شفاف ساختن پیام خود برای مشتری، به حرکت در مسیر رشد ادامه دهند. این چارچوب صرف‌نظر از صنعتی که در آن مشغول هستید، برایان امید خواهد بود.

برای این که بیشترین بهره را از این کتاب ببرید، شما را به انجام سه مورد زیر، تشویق می‌کنم:

۱. کتاب را بخوانید و چارچوب هفت مرحله‌ای داستان خود را درک کنید.

۲. پیام خود را از طریق چارچوب فیلتر کنید.

۳. پیام خود را شفاف سازید تا مشتریان بیشتری به آن گوش کنند.

بازاریابی تغییر کرده است. کسب‌وکارهایی رشد می‌کنند که مشتریان خود را به یک داستان قهرمانی دعوت کنند. کسب‌وکارهایی که این کار را نمی‌کنند، فراموش می‌شوند. امیدوارم همه ما با مقدم قرار دادن داستان مشتریانمان نسبت به خودمان، پاداش خوبی بگیریم.