

روایت در کسب و کار - ۲

هربرت اسپنسر | قصه است

دانلد میلر | ترجمه حسن بابایی

ویراسته‌ی نهم. اشرفی انوار دینی



[illegible]

هر برند يك قصه است

دانلد میلر | ترجمه‌ی رسول بابایی



اتراز

فنی محمد رضایی چی
ویراستار: پیام لاری، آزاده رحیمی
بازبینی نهایی: من: نسیم توده
چاپ: کاج
صحافی: نمونه
شابک: ۳۱۰۰-۶۱۹۴-۳۲-۱۰۰۰
چاپ اول: ۱۳۹۸، ۱۰۰۰ نسخه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «نشر اتراز» محفوظ است. هر گونه
تکثیر، انتشار و بازنویسی این اثر (چاپی، صوتی، تصویری، الکترونیکی) بدون اجازه‌ی
کتبی ناشر ممنوع است. نقل پرش‌هایی از متن کتاب با ذکر منبع آزاد است.

تهران، خیابان گل‌نپی، خیابان شهید ناطق‌نوری، کوی رضاییک، پلاک ۱۰

تلفن: ۲۸۵۵۲۴۷

Atraz.ir

سخن‌ناشر

برند یک قصه است آموزش قصه‌گویی مؤثر و دلنشین در دنیایی است که همه قصه می‌گویند. دانیل میلر، چارلس هفت بخشی خودش را با الهام از فیلم‌ها و قصه‌های موفق شکل داده است و تا کنون به بسیاری از برنده‌ها کمک کرده با شفافیت و وضوح قصه‌شان را به گوش مشتری برسانند و نقشی پررنگ در دنیای ادب و کار ایفا کنند.

میلر با اشاره به اهمیت ارتباط مشتری از راه قصه‌گویی، تکیه‌ی کتابش را بر راهکاری طلایی می‌گذارد و راهنمای گام به گام برای ساخت قصه‌ای ارائه می‌دهد که در آن به جای برند، مشتری قهرمان اصلی است. بدون به کارگیری این ابزار پیشنهادی، قصه‌ای ویرایش نشده خواهیم داشت که هیاهوی شاخ و برگ‌های زائد و اشتباه‌های نگارشی‌اش، توجه و تمرکز مخاطب را از ماجرای اصلی پرت می‌کند. نشر اطراف در مجموعه‌ی «روایت در سب و کار» بیش‌تر کتاب بهترین قصه‌گو برنده است را به مخاطبان عرضه کرده است. کتاب مذکور تنها با استقبال کسانی روبه‌رو شده که برای بهبود حوزه‌ی کاری‌شان آن را مطالعه کرده‌اند، بلکه بسیاری از خدنگانی که مایل‌اند از قدرت جادویی قصه در روابط‌شان استفاده کنند نیز آن را تهیه کرده‌اند.

در کتاب پیش رو، در یکی دو مورد به نظر می‌آید راهکارهای پیشنهادی کتاب، با اصول اخلاقی پذیرفته شده در فرهنگ ایرانی ناهمخوان است. نشر اطراف برای وفاداری به متن اصلی از حذف یا تغییر این راهکارها پرهیز کرده و البته بدیهی است که با نظر بر سبب، موافق نیست.

دانیل میلر نویسنده، سخنران و مدیرعامل شرکت «استوری برند» است که چارچوبی با همین عنوان طراحی کرده است. در این کتاب هر جا به این شرکت یا چارچوب مزبور اشاره شده، از کلمه‌ی «استوری برند» استفاده کرده‌ایم تا با قصه‌ی برند اشتباه نشود.

چرا بیشتر بازاریابان معمولات پول آنها

چرا بیشتر بازاریابی ها هدر دادن پول است؟

یکم: کلید دیده شدن ، شنیده و فهمیده شدن ۱۳

دوم: ساختن محلی که کسب و کارتان را توسعه می دهد ۲۵

سوم: چارچوب ساده‌ی SB7 ۳۷

فصلنامه برندگان را بازسازی

قصه‌ی برندگان را بسازید

۲

چهارم: یک شخصیت ۵۱

پنجم: دچار مشکل است ۶۳

ششم: و بایک راهنما آشنا می‌شود ۷۹

هفتم: که به او برنامه‌ای می‌دهد ۹۱

هشتم: او را به اقدام فرامی‌خواند ۱۰۱

نهم: و مانع شکست خوردنش می‌شود ۱۱۳

دهم: و در پایان موفق می‌شود ۱۲۳

یازدهم: آدم‌ها می‌خواهند برند شما به دگرگونی‌شان کمک کند ۱۳۵

فصلنامه برندگان را اجرای

اجرای برندنامه‌ی قصه‌ی برند

۳

دوازدهم: ساخت وب‌سایتی بهتر ۱۴۷

سیزدهم: استوری‌برند چطور می‌تواند سازمان‌های بزرگ را دگرگون کند ۱۵۹

پیش‌گفتار

این کتاب نمی‌خواهد قصه‌ی کسب‌وکار تان را تعریف کند. آن‌طور کتاب‌ها فقط وقت آدم را تلف می‌کنند. مشتری‌ها معمولاً اهمیتی به داستان شما نمی‌دهند؛ هم داستان خودشان است. قهرمان داستان باید مخاطب تان باشد، نه برندتان. این همان رازی است که همه‌ی کسب‌وکارهای ابرموفق می‌دانند. آنچه در یک چارچوب هفت‌بخشی در ادامه می‌آید، نحوه‌ی سخن گفتن شما درباره‌ی کسب‌وکار تان و احتمالاً نحوه‌ی انجام دادن کارتان را تغییر می‌دهد. این روش شما را به بیش از سه هزار کسب‌وکار کمک می‌کند پول‌شان را برای بازاریابی هدر ندهند و با شفاف کردن برنامه‌شان، کسب‌وکارشان را توسعه دهند. این چارچوب در هر صنعتی که فعالیت کنید، به شما کمک می‌کند. برای استفاده‌ی حداکثری از این کتاب، این سه مورد را توصیه می‌کنم:

۱. کتاب را بخوانید و سعی کنید چارچوب SB7 را بفهمید.
۲. پیام خود را از فیلتر این چارچوب رد کنید.
۳. پیام‌تان را شفاف‌تر بگویید تا مخاطبان بیشتری به حرف‌تان توجه کنند.

بازاریابی تغییر کرده است. کسب‌وکارهایی رشد می‌کنند که قصه‌ای قهرمان‌محور برای مشتری‌هایشان بسازند. شرکت‌هایی که این روش را در پیش‌نگیرند از یادها خواهند رفت. بهترین پاداش را وقتی دریافت می‌کنیم که قصه‌های مخاطبان‌مان را مهم‌تر از قصه‌های خودمان بدانیم.

چرا بیشتر بازاریابی همه را پول آسان

چرا بیشتر بازاریابی ها هدر دادن پول است؟

یکم: کلید دیده شدن، شنیده و فهمیده شدن
دوم: سلاحی مخفی که کسب و کارتان را توسعه می دهد
سوم: چارچوب ساده ی SB7