

سرشناسه	میرحسینی، سیدبهنام، ۱۳۶۴-
عنوان و نام پدیدآور	شاه کلید هوش تبلیغاتی/نویسنده سیدبهنام میرحسینی.
مشخصات نشر	تهران: قلم شاملو، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۸۴ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۲۸۹-۵۹۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا :
موضوع	تبلیغات :
موضوع	Propaganda :
رده رده کنگره	HM۱۲۳۱ :
رده رده سی دیویی	۳۰۳/۳۷۵ :
ماره کتبی	۵۸۴۸۵۳۸ :



www.ghalameshamlu.ir



Andishe Novin

ناشر : انتشارات قلم شاملو

عنوان کتاب : شاه کلید هوش تبلیغاتی

برنامهریزی و اجرا: کانون تبلیغاتی اندیشه نوین

نویسنده : سیدبهنام میرحسینی

ویراستار : انتشارات قلم شاملو

صفحه آرای و طراحی جلد : سیدبهنام میرحسینی

نوبت چاپ : اول ، ۱۳۹۸

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۸۹-۵۹۷

قیمت : ۳۸۰۰۰ تومان

تلفن مرکز پخش : ۰۲۱-۲۸۴۲۲۵۲۸

آدرس سایت نویسنده: www.andishe-novin.com

۷ مقدمه سید بهنام میرحسینی

۱۰ فصل ۱: پشت پرده صنعت تبلیغات

در این فصل با صنعت تبلیغات آشنا می‌شوید و یاد می‌گیرید که چرا برخی از صاحبان کسب و کار با پرداختن هزینه‌های تبلیغات موفق نیستند.

۲۶ فصل ۲: هویت سازمانی

در این فصل با اجزای هویت سازمانی، و روشی ساده برای ایجاد ارتباط با طراح گرافیک، آشنا می‌شوید.

۴۴ فصل ۳: رسانه‌ها

در این فصل با صنعت بزرگ رسانه‌ها آشنا می‌شوید که چه تأثیراتی بر روند کسب و کار ما دارند.

۷۰ فصل ۴: برنامه‌ریزی تبلیغات

در این فصل یاد می‌گیرید که چگونه برای رسیدن به هدف‌های بزرگ باید بتوانیم اجزای اصلی تبلیغات را تهیه و تنظیم کنیم.

مقدمه سید بهنام میرحسینی

این کتاب برای مدیران صاحب کسب‌وکارهای کوچک، متوسط و در حال راه‌اندازی نوشته شده است. تمام کسانی که دارای محصول یا خدماتی برای عرضه به دیگران دارند و نیز مدیر و صاحب کالا یا خدمات دیگران هستند می‌توانند از این مطالب استفاده کنند. این کتاب برای مدیران صاحب کسب‌وکار بزرگ نوشته نشده است.

اگر می‌خواهید در بخش تبلیغات کسب‌وکارتان بسیار موفق و عالی پیش بروید و کمترین آسب‌ها را در انتخاب راه درست، در کسب‌وکارتان داشته باشید، کتاب درستی در دست دارید.

کار اصلی این کتاب

کار اصلی این کتاب در نهایت بالا بردن سطح دانش تبلیغاتی مدیران، انتخاب درست مشاور تبلیغاتی، رسانه‌های موجود و طراحی برنامه‌های تبلیغاتی مؤثر برای صاحبان کسب‌وکار است.

این کتاب به‌نوعی دفترچه راهنمای تبلیغاتی و دستور کار برای مدیران است.

چرا می‌توانید به حرف‌های من اعتماد کنید؟

بعد از کار در زمینه تبلیغات به مدت حدود ۱۹ سال و ساخت تیزرهای متعدد تلویزیونی و دیگر عناصر تبلیغی به این نتیجه رسیدم که تلویزیون تنها راه موفق تبلیغ برای اکثر شرکت‌های بزرگ و کوچک نیست. طی چندین سال تحقیق علمی و برگزاری جلسات متعدد با روسای شرکت‌ها و روابط

عمومی‌های مؤسسات مرا به این مهم رساند که حاصل تجربیاتم را در قالب کتاب که راهنمای مفیدی برای تبلیغات باشد منتشر کنم. این کتاب شامل تجربیات من، تحقیقات علمی و بررسی عملکرد شرکت‌های تبلیغاتی است. البته سعی کردم حقایقی هم از دروغ‌ها یا کلک‌های کانون‌های تبلیغاتی که بعضی از اژانس‌ها انجام می‌دهند که فقط صاحبان آگهی پولشان را از دست می‌دهند، بیرون بیاورم.

تصمیم نوشتن کتاب

طی این سال‌ها تحقیق علمی و بررسی تبلیغات به راه و روشی رسیده بودم که نمی‌توانستم با خیلی از مدیران صاحبان کسب‌وکار جلسه بگذارم تا بگویم روش آن‌ها اشتباه است یا یکسری کارها را اضافه یا کم کنید این مسئله سختی بود تا تصمیم گرفتم، کتابی بنویسم تا راهنمایی باشد که مدیران با خواندن آن به قدرت انتخاب درست کانون‌های تبلیغاتی و به آگاهی تبلیغات استاندارد برسند.

تاکنون به کمک این تجربیات و روش‌ها شرکت‌های زیادی را کمک کردم تا در سیستم تبلیغات شرکت خودشان موفق‌تر عمل کنند. این موارد را توضیح دادم تا بدانید کتابی کاملاً کاربردی در دست دارید که نتیجه سال‌ها تجربه من در زمینه تبلیغات تجاری است.