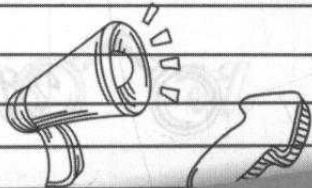
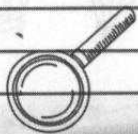


روز نوشت‌ها ست گارین

نگرشی نو به بازاریابی
و مدیریت در قرن ۲۱



سرشناسه

گودین، ست، ۱۹۶۰-م.

Godin, Seth, ۱۹۶۰-

روزنوشت‌های ست گادین : نگرشی نو به بازاریابی و مدیریت در

عنوان و نام پدیدآور.....:

قرن ۲۱ / نویسنده ست گادین : مترجم مصطفی منبری.

تهران : کلید آموزش ، ۱۳۹۸.

مشخصات نشر.....:

ص. ۲۰۰

مشخصات ظاهری.....:

۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴۲۹۹-۵

شابک.....:

فیفا

وضعیت فهرست نویسی.....:

کتاب حاضر از وبلاگ شخصی ست گادین ترجمه شده است.

یادداشت.....:

نگرشی نو به بازاریابی و مدیریت در قرن ۲۱.

عنوان دیگر.....:

بازاریابی

موضوع.....:

Marketing

موضوع.....:

منبری، مصطفی، ۱۳۵۷-، مترجم

شناسه افزوده.....:

HF۵۴۱۵

رده بندی کنگره.....:

۶۵۸/۸

رده بندی دیویی.....:

۶۰۵۷۹۹۲

شماره کتابشناسی.....:

روزنوشت‌های «ست گادین»

نویسنده: ست گادین

مترجم: مصطفی منبری

ناشر: کلید آموزش

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۳۹۹

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۲۹۹-۵

قیمت: ۴۵ هزار تومان

مرکز پخش: ۰۲۱-۶۶۴۱۹۷۳۲

آدرس: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، روبروی

انستیتو پاستور، بن بست فتورچی، پلاک ۱۰

فصل اول: بازاریابی و فروش

- ۲۰ بازاریابی چیست؟
- ۲۱ آیا بازاریابی یک کار شیطانی است؟
- ۲۴ آیا مشکل بازاریابی دارید؟
- ۲۵ استرژي «خدمات مشتریان» برای شما
- ۲۸ دو صد گزشت چون بیمه کار نیست
- ۲۹ کار سخت
- ۳۰ تله‌ی بازخورد زود هنگام
- ۳۱ من «کار» شما را نمی‌پسندم
- ۳۲ خودروهای مفهومی
- ۳۳ راز غافلگیری تیرهای اینترنتی
- ۳۴ اقلیت مخاطبان همیشگی
- ۳۵ پیش به سوی رقابت
- ۳۶ قدرت ایده‌های کاریزماتیک و خطرات آن
- ۳۸ یافتن چیزی برای گفتن
- ۳۸ وقتی از پروژه‌تان پولی در نمی‌آید
- ۴۲ هزینه‌های هدررفته
- ۴۳ فروش بیمه به خواهرتان

- ۴۴ گسترش افقی که کتاب‌ها پیشگامان آن هستند
- ۴۵ بار شناختی و مشکل راحت‌طلبی
- ۴۶ در محاصره‌ی تأییدها
- ۴۷ پلانه به‌شانه‌ی رقابت
- ۴۸ دلیلی از مشتریان یا جمع‌کنی از آن‌ها
- ۴۸ خیلی به عنوان حامی
- ۴۹ نظرسنجی‌های موز
- ۵۱ نوآوری محدود به شهاب به علاوه‌ی سخاوت
- مستولیت‌پذیری در بیان «می‌توانستیم فلان کار را بکنیم، ولی نکردیم»
- ۵۲
- ۵۴ فرق تلاش، تدارکات و اجرا با نتیجه
- ۵۵ مقایسه‌ی Marketing Online با Online Marketing
- ۵۵ طعمی بد که آرام‌آرام دل‌چسب می‌شود
- ۵۶ رابطه با مشتری
- ۵۷ سه چیز که باید درباره‌ی شهرت‌تان به خاطر بسپارید
- ۵۸ شما احتمالاً یک مسئله‌ی بازاریابی دارید
- ۵۹ راه‌های رشد
- ۶۰ نظریه‌ی ماهی بزرگ
- ۶۱ بهتر از حد نیاز
- ۶۲ شاخص شدن

۶۲

بهتر یعنی چه؟

۶۳

در مورد **Reach** مبالغه شده است

۶۴

کیفیت یعنی چه؟

فصل دوم: راهبری و مدیریت

۶۸

اهداف یا برنامه‌ریزی؟

۶۸

ما اینیم

۶۹

مدیریت زرز زرز

۷۰

اگر حالا نه پس چرا؟

۷۲

کیفیت و تلاش

۷۳

شما نمی‌توانید از شیر یک رزبه غذا بردارید

۷۴

مدیریت بازتاب‌های جهشی

۷۶

خوش نیت‌ها [چگونه سر وقت حاضر شویم]

۷۸

آیا باید به یک هوش مصنوعی بگویید: «لطفاً؟»

۷۹

هزینه‌ی فرصت

۸۱

تکرار داستان‌ها

۸۲

وقتی خودتان آقا بالاسر خودتان هستید

۸۳

چه می‌شد اگر ذره‌ای وانمود می‌کردید...

۸۴

یک تله‌ی رایج که با رقابت گروهی [قبیله‌ای] تشدید می‌شود

۸۴

ارائه‌ی برخی مسائل آسان‌تر است

۸۷

تمرین کاهش شدت اضطراب و نگرانی



- ۸۷ اقدام کن قبل از آنکه شور و شوق پیدا کنی
- ۸۸ مثل آب خوردن
- ۸۸ تجربه و انواع آن
- ۸۹ انعطاف پذیری و دقت انطباق
- ۹۰ کتابش بگذارید
- ۹۰ تقریباً هر یک کس
- ۹۱ تنگه گیران
- ۹۲ «من اشتباه کردم»
- ۹۳ آموزش همان یادگیری نیست
- ۹۴ فرق انجام کار از روی اجبار و اراد
- ۹۷ بهسازی
- ۹۹ قطب‌نما و نقشه
- ۱۰۰ «بذار برای بعد»، یک تله است
- ۱۰۱ پیش به سوی سامانه‌های [سیستم‌های] مبتنی بر رایانه
- ۱۰۲ زمان بندی عوارض جانبی
- ۱۰۳ رهبری افقی
- ۱۰۴ قضاوت در مورد «یک روز» از روی وضع هوا
- ۱۰۵ دو نوع ریسک در سیستم
- ۱۰۶ مقررات و مسئولیت
- ۱۰۷ دستکم گرفتن احتمالات

۱۰۷ رهبری

۱۰۸ دو نوع کار کردن

۱۰۹ اگر می‌خواهید نظرات را عوض کنید...

۱۱۰ چه توقعی دارید؟

۱۱۱ هزینه دل‌تان می‌خواهد، بی‌هزینه به دست آورید

۱۱۲ همه یا بعضی؟

۱۱۳ قوانین، وضعیت زندگی

۱۱۳ فرق مسئولیت‌پذیری با اقتدار

۱۱۴ چگونه رهبری کنید؟ چنانچه برتان یک رهبر نیست

فصل سوم: فناوری و ارتباطات

۱۱۶ فناوری سحرآمیز

۱۱۷ آیا دست‌کاری مغزی می‌شوید؟

۱۱۸ فشار و تأثیر جمعی دیجیتال

۱۲۰ پنج دلیل برای اینکه شروع به تولید پادکست کنید

۱۲۱ رسانه‌ی مناسب

۱۲۲ شکافی عظیم بین رسانه‌های قدیمی و جدید

۱۲۳ استفاده از لپ‌تاپ وقت‌سخرانی، ممنوع!

فصل چهارم: مهارت‌ها و دقت نظرها

۱۲۸ شکاف بین یادگیری و عمل

۱۳۰ نویسندگی را جدی بگیرید

۱۳۲

دشواری از برکردن

۱۳۳

این چه طرز ارائه دادن است؟

۱۳۴

پادکست شما درباره‌ی چیست؟

۱۳۵

وبلاگ نویسی روزانه

۱۳۶

یوتیوبها همان خود افراد نیستند

۱۳۷

رسیدن به قیقت

۱۳۸

این که غذا را چه می‌ارزد؟

۱۳۹

روایات درباردهی و تربیت

۱۴۰

فریلنسر شدن کل جهان را می‌پوشد

۱۴۱

کوتاه و خنده‌دار

۱۴۲

الوان و ارقام

۱۴۲

من نویسنده‌ی بزرگی نیستم

۱۴۳

کاربرد زمان بعد از کار برای یادگیری

فصل پنجم: رشد فردی

۱۴۶

رای دادن درست فهمیده نشده است

۱۴۷

انتخاب

۱۴۸

راه بهترین بودن

۱۴۹

احساس ناکارآمدی

۱۵۰

وقت طلاست

۱۵۲

«روز منو ساختی»



۱۵۱

تبدیل اطلاعات به دانایی

۱۵۱

تظاهر به حماقت

۱۵۲

ورکشاپ‌ها همان دوره‌های آموزشی نیستند

۱۵۴

ما می‌خواهیم چه کسی شویم؟

۱۵۴

شرکت شما هزینه‌ی آن را پرداخت خواهد کرد

۱۵۶

کارآمدی‌تان را بپذیرید

۱۵۶

سفر رزمان کار طاقت‌فرسای است

۱۵۸

تله‌ی درمید

۱۵۸

انواع حقیقت

۱۶۱

سه نوع «همیشگی»

۱۶۳

مدرسه شانس شما را برای یادگیری هدر می‌دهد

۱۶۶

زیاده‌نویسی

۱۶۷

کنترل سهم

۱۶۸

کاش اطلاعات بیشتری داشتم

۱۶۹

پرانترهای باز

۱۷۰

هزینه‌ی آموزش

۱۷۱

اقدام رو به جلو یا فرار؟

۱۷۲

سریش شدن

۱۷۲

رسانه ما را به کجا خواهد برد؟

۱۷۴

مردم تغییر نمی‌کنند



- ۱۷۴ مشکل طعنه زدن
- ۱۷۵ سبک زندگی در فراوانی
- ۱۷۶ شهرت، ما را گول می‌زند
- ۱۷۷ مصرف‌گرایی خودنمایانه را پایانی نیست
- ۱۷۸ اجتناب
- ۱۷۹ منطق
- ۱۸۰ ترند، سازه که هر چیزی را سریع‌تر و آسان‌تر می‌کند
- ۱۸۱ گیرکردن مادی است
- ۱۸۱ پشت‌گرمی به یک استراتژی
- ۱۸۲ یادآوری خاطرات
- ۱۸۲ تعریف مفیدی از هنر
- ۱۸۳ افراد خلاق
- ۱۸۳ با ترس‌هایمان روبه‌رو شویم
- ۱۸۴ بسته‌ی کلوچه‌ها را باز کنید
- ۱۸۴ وقت ندارم
- ۱۸۵ گیر نیفتادن
- ۱۸۶ شانس وقتی لازمش دارید
- ۱۸۷ مقایسه دانستن و اقدام کردن
- ۱۸۸ مقایسه بلندمدت و کوتاه‌مدت
- ۱۸۹ ایجاد یک عادت





?%



۱۹۰

چرا برای داشتن رزومه، خودتان را به دردسر می اندازید؟

۱۹۲

چیزهایی که نمی دانید

۱۹۳

عقب افتادن از بقیه در مقایسه با پیشرفت خیلی سریع

۱۹۴

بردگمی بین گرسنگی و تشنگی

۱۹۵

با هدف، رسیدن به مطلوب ترین سطح است؟

۱۹۶

باخت ساشازانه

۱۹۷

بحران توجه و رفعت دارد

۱۹۸

درهم برهم بودن ایده ها بد نیست

۱۹۹

آنا تومی مزاحمت

www.ketab.ir

مقدمه

ست‌گادین، یک نویسنده، کارآفرین و مهم‌تر از همه، یک معلم است. او تا به حال، ۲۳ جلد کتاب نوشته که به ۳۵ زبان زنده دنیا ترجمه شده است. کتاب نای ۱۸ بار مقام پرفروش‌ترین کتاب‌های جهان را کسب کرده‌اند. کتاب نابی مثل «شیب»، «گاو بنفش»، «مهره حیاتی» و «این است بازاریابی». ست‌گادین با تدوین کتاب بازاریابی موثر و راهبری [Leadership]، ایده‌هایی برای ایجاد تغییر در همه چیز اشاعه داده که الهام‌بخش انسان‌های بی‌شماری در سراسر جهان شده است. او عمیق‌ترین و مهم‌ترین حرف‌ها را با زبانی ساده و متفاوت ارائه می‌دهد.

ست‌گادین صاحب یکی از معروف‌ترین وبلاگ‌های جهان است و از سال ۲۰۰۸ تا به حال، هر روز وبلاگ‌نویسی می‌کند و در طول این همه سال، حتی یک روز هم نوشتن در وبلاگ خود را رها نکرده است. کتاب حاضر، گزیده‌ای از بهترین پست‌های وبلاگ ست‌گادین در سال ۲۰۱۹ است. ست‌گادین برای هر کسی که می‌خواهد تغییر کند، بهتر شود و دنیا را به جای بهتری تبدیل کند، ایده‌های نابی دارد.