

قدرت گفتن داستانی معتبر

در دنیایی که اعتماد کالایی کمیاب است

همه‌ی بازاریاب‌ها دروغگو هستند

ست گادین

ترجمه: سعید یاراحمدی





تجربیات بازاریابی در دنیای کم‌اعتماد

-
- | | |
|------------------------|---|
| سرشناسه | Godin, Seth : ست گادین، ست |
| عنوان و نام پدیدآور | : همه‌ی بازاریاب‌ها دروغگو هستند: قدرت * سخن داستانی معتبر در دنیایی که اعتماد کالایی کم‌یاب است / ست گادین؛ ترجمه‌ی سید یار احمدی. |
| مشخصات نشر | : اصفهان: آموخته، ۱۳۹۸. |
| مشخصات ظاهری | : ۱۸۰ ص: مصور. |
| شابک | : ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۵۰-۳۲-۸ |
| وضعیت فهرست‌نویسی | : فیپا |
| یادداشت | : عنوان اصلی: All marketers wield the power of telling authentic stories in a low-trust world, 2009. |
| عنوان دیگر | : قدرت گفتن داستانی معتبر در دنیایی که اعتماد کالایی کم‌یاب است. |
| موضوع | : بازاریابی |
| موضوع | : Marketing |
| شناسه‌ی افزوده | : یار احمدی، سعید، مترجم. |
| رده‌بندی کنگره | : HF۵۴۱۵/۴۹ ت ۸ ۱۳۹۸ |
| رده‌بندی دیویی | : ۶۵۸/۸ |
| شماره‌ی کتاب‌شناسی ملی | : ۵۶۳۷۲۸۹ |
-



انتشارات آموخته

دفتر مرکزی: ا. بهمان، خیابان مشتاق دوم، خیابان مهرآباد، کوی ۱۹، پلاک ۴۶

کد پستی: ۸۱۵۸۹۳۸۱۳۱

تلفن: ۳۲۶۱۶۳۶۰ (۰۳۱) | ارتباط مستقیم: ۰۹۱۳ ۴۰۱۰ ۴۰۰

info@amookhte.ir | www.amookhte.ir

دوره بابایاب هادروگو هستند

قدرت گفتن داستان، دنیایی که اعتماد کالایی کمیاب است

تألیف: دکتر دین

ترجمه: دکتر احمدی

ویراستار: علیرضا خاکسار

آماده‌سازی: انتشارات آموخته

صفحه‌آرایی: فرزاد همت

نمونه‌خوانی: علی مشکینی

طراحی جلد: کوشا پارسا

لیتوگرافی: طلوع • چاپ: الوان • صحافی: مردان

چاپ اول: ۱۳۹۸ • شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه • قیمت: ۱۰۰۰ تومان

© حق چاپ: ۱۳۹۸، انتشارات آموخته

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۵۰-۳۲-۸

ISBN: 978-622-6650-32-8

هر گونه استفاده از مطالب این کتاب اعم از بازنویسی، خلاصه‌سازی، نقل مطالب آموزشی، برداشت به صورت دست‌نویس، کپی، تکثیر و یا هر گونه چاپ سنتی و دیجیتال، استفاده به صورت کتاب الکترونیکی، لوح فشرده، قراردادن مطالب بر روی اینترنت و وبسایت‌ها و یا هر گونه شبکه‌ی کامپیوتری دیگر و به طور کل هر گونه استفاده‌ی اشخاص حقیقی و حقوقی در جهت منافع مادی و معنوی خود، بدون اجازه‌ی کتبی ناشر ممنوع و بر اساس بنده ماده‌ی ۲۳ قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و قوانین مربوط به جرایم رایانه‌ای کشور قابل پیگیری در محاکم قضایی است.

... فهرست مطالب ...

۱۰	پیشگفتار مترجم
۱۳	پیشگفتار نویسنده
۱۷	در ابتدا فقط داستان و مرد داریت
۳۳	از بازاریابی استفاده می‌کنی؟
۴۵	مرحله‌ی اول: مشتریان از قبل چ‌ها می‌بینی و چارچوب‌های خودشان را دارند
۷۵	مرحله‌ی دوم: آدم‌ها فقط چیزهای جدید به چشم می‌آید و بعد دوباره‌ی ...
۸۳	مرحله‌ی سوم: اولین برداشت داستان را آغاز می‌کند
۹۱	مرحله‌ی چهارم: بازاریاب‌های قهار داستان‌هایی می‌خوانند که باور می‌کنیم
۹۹	مثال‌ها: داستان‌هایی که حول جهان‌بینی‌ها چارچوب‌های سده‌ها
۱۲۳	مرحله‌ی پنجم: بازاریابان معتبر موفق می‌شوند
۱۳۳	رقابت در دنیای دروغ
۱۳۹	چشمگیر؟ آن گاو ساختمان را ترک نکرده است
۱۴۵	بخش اول پیوست: داستان‌سرایان قهار و کسانی که هنوز اندر خم یک کوچه‌اند
۱۵۷	بخش دوم پیوست: نکته‌های حرفه‌ای
۱۷۳	مطالب خوبی برای خواندن
۱۷۵	خوب، حالا باید چکار کرد؟
۱۷۹	داستان شما چیست؟

پیشگفتار مترجم

امروزه اکثر مردم دنیا بیشتر نیازهایشان مرتفع شده است. وقتی نیازها رفع شوند، پای خواسته‌ها وسط می‌آید. در بازار خواسته‌ها، ازدحام آن چنان زیاد است که اگر بخواهید فقط به مزایا و بازاریابی سستی تکیه کنید بعید است پیام‌تان این ازدحام را کنار زده و به گوش مصرف‌کننده برسد. این کتاب با بررسی مثال‌های موفق و ناموفق در بازاریابی، راز پیروزی و شکست در آن را به شما می‌گوید؛ راز آن شخص بازاریابی که ازدحام را کنار می‌زند و برای مشتری داستان صادقانه تعریف می‌کند!

نویسنده‌ی این کتاب است گادین عجیب و غریب به معرفی نیاز ندارد. سال‌های سال است که در زمینه‌ی بازاریابی و رفتار درست با مشتریان کتاب می‌نویسد. او در این کتاب ما را با نوعی از داستان سرادشنا می‌کند که می‌تواند همه‌ی قرن بیست و یکم را پشت سر بگذارد و به گوش مسری برسد. او را وارد جهان بینی مشتریان می‌کند و به چارچوب‌بندی داستان مجهز می‌کند. در این کتاب به ما می‌فهماند تبلیغ ویژگی‌های محصول، تمرکز روی مزایای آن و با دلیل و مدت اثبات داشتن بهترین محصول، خیلی ساده است، ولی اثبات باعث فروش نمی‌شود. بازار با داستان را روایت می‌کند، مشتری آن را باور می‌کند و آن داستان به یک دروغ تبدیل می‌شود و آن دروغ می‌تواند از فردی به فرد دیگر منتقل شود. و بعد از آن و فقط در این صورت بازاریاب به کارش موفق می‌شود و میزان فروش رشد می‌کند. بازاریابان به این دلیل پول به دست می‌زنند که مشتریان چیزی را که می‌خواهند می‌خرند، نه چیزی که به آن نیاز دارند و گاهی رفع نیاز مانور بدهید محکوم به شکست خواهید بود.

اگر بازاریاب باشید، یعنی بخواهید ایده‌ای را اشاعه دهید، بخواهید مردم به کاندیدای مدنظرتان رأی دهند، بخواهید شما را به یک قرار عاشقانه دعوت کنند یا به شما شغلی را پیشنهاد دهند، این کتاب به دردتان می‌خورد. اگر محصول یا خدمات بزرگ و کوچک‌تان با اینکه بهترین راهکار موجودند، مدت‌هاست رشد فروش‌شان متوقف شده یا بدتر در حال افول‌اند، نحوه‌ی بازاریابی‌تان نقص دارد و این کتاب می‌تواند به شما در رفع این نقص کمک کند. بازاریابان موفق ارائه‌کننده‌ی داستان‌هایی هستند که مشتریان تصمیم به

باورشان می‌گیرند، اگر می‌خواهید داستان‌سرایی موفق شوید و راه و چاه آن را یاد بگیرید این کتاب می‌تواند به شما کمک کند.

وقتی سرگرم داستان‌سرایی برای افرادی هستید که به شنیدن آن تمایل دارند، برای گفتن داستان‌هایی که با واقعیت جور در نمی‌آیند، وسوسه می‌شوید. برای گفتن دروغ‌ها و فریب‌ها. قضیه این است که دروغ دیگر جواب نمی‌دهد. دلیلش هم این است که وقتی دانه‌ای از خودتان سرهم می‌کنید که در بررسی موشکافانه‌اش بالا می‌آید، می‌تان را می‌کشد. آن هم سریع. و اعتماد مشتریان را از دست می‌دهید، اعتمادی که شاید هرگز نترسید آن را باز پس بگیرید. یگانه‌راهی که داستان‌تان باور می‌شود، یگانه‌راهی که افراد دروغی را به شما می‌دهند به خود می‌گویند و یگانه‌راهی که ایده‌تان پخش می‌شود این است که واقعیت را به‌یاد با خواندن این کتاب داستان واقعی‌تان را آن‌چنان خوب روایت خواهید کرد که برای آن‌ها آن‌قدر جذاب و لذت‌بخش خواهد بود. مشتریان خود دروغ مدنظران را به‌خوشان خواهند گفت.

بهار ۱۳۹۸

سعید یاراحمدی