

الحمد لله
الرحمن الرحيم

پیش‌های برندسازی ورزشی

Sport
Branding Insights

مؤلف: استاوروس - اسمیت

Constantino Stavros & Aaron C.T. Smith

مترجم: امیر رحیمی

Amir Rahimi

استاوروس، کونستانینو / Stavros, Constantino	سرشناسه
بینش‌های برندسازی ورزشی / مؤلف استاوروس، اسمیت؛ مترجم امیر رحیمی	عنوان و نام پدیدآور
تبریز، طنین دانش، ۱۳۹۹	مشخصات نشر
۱۴/۵ × ۲۱/۵؛ صفحه: ۱۷۰	مشخصات ظاهری
۹۷۸۶۲۲۹۷۱۵۰۴۸	شابک
فیفا	وضعیت فهرست نویسی
Sport Branding Insights 2020	یادداشت
ورزش - بازاریابی	موضوع
Sports-- Marketing	موضوع
برندسازی (بازاریابی)	موضوع
Branding (Marketing)	موضوع
ورزش - مدیریت	موضوع
Sports administration	موضوع
اسمیت، آرون، ۱۹۷۲ - م / Smith, Aaron	شناسه افزوده
رحیمی، امیر، ۱۳۷۱ - مترجم	شناسه افزوده
GVV۱۶	رده بندی کنگره
۳۳۸/۴۷۷۹۶	رده بندی
۷۲۹۶۳۱۹	شماره کتابشناختی

بینش‌های برندسازی ورزشی

Sport Branding Insights

مؤلف: استاوروس - اسمیت
مترجم: امیر رحیمی
شابک: ۹۷۸۶۲۲۹۷۱۵۰ - ۴ - ۸
تیراژ: ۱۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹
ناشر: طنین دانش (ناشر تخصصی علوم ورزشی)
قطع: رقعی / ۱۷۰ صفحه
قیمت: ۲۹۰۰۰۰ ریال

دفتر مرکزی: تبریز - چهارراه آبرسان ۳۳۳۴۶۰۸۰
www.TaninDanesh.ir



فهرست

ورزش و برندهای

- | | |
|-----|-----------------------------------|
| ۲۵ | ۱ شناخت برندهای ورزش |
| ۴۱ | ۲ ایجاد برندهای ورزشی |
| ۷۳ | ۳ تجهیز برندهای ورزشی |
| ۱۱۵ | ۴ استفاده کارآمد از برندهای ورزشی |
| ۱۴۳ | ۵ بازآفرینی برندهای ورزشی |

پیشگفتار مترجم

در طول چند دهه گذشته، بنگاه‌ها و باشگاه‌های ورزشی از محصول محوری (نسخه اول بازاریابی) به سمت مشتری محوری (نسخه دوم بازاریابی) حرکت کرده‌اند. در حال حاضر شاهد آن هستیم که بازاریابی ورزشی در پاسخ به رشد نیازها و خواسته‌ها، در حال تغییر است و بنگاه‌های ورزشی تمرکز خود بر روی محصولات را به سمت نیازهای مصرف‌کنندگان و مسائل انسانی گسترش داده‌اند. روندی که ورزش چیرگی، در قلب برندسازی نهفته است.

در نسخه دوم بازاریابی ورزشی اعتقاد بر این است که بنگاه‌ها و باشگاه‌ها باید مصرف‌کنندگان را به عنوان انسان‌های کاملی که از ذهن، قلب و روح برخوردارند، هدف قرار دهند. به عبارت دیگر، جایگاه‌سازی، ذهن مخاطب را هدف قرار می‌دهد تا یک تصمیم خرید را در نظر بگیرد، و یک برند ورزشی نیز به یک تمایز صحیح و درست برای روح انسان نیاز دارد تا تصمیم را تأیید کند و در نهایت، قلب مصرف‌کننده ورزشی، وی را هدایت خواهد نمود تا تصمیم خرید را اجرا نماید. بر اساس نسخه سوم بازاریابی ورزشی، بنگاه‌ها و باشگاه‌های موفق آن‌هایی هستند که با توجه به اصول معنوی برقراری ارتباط انسانی (انسان‌مداری)، قلب و روح مصرف‌کننده ورزشی را به دست آورند و منافع خود را تضمین کنند.

برندسازی ورزشی جزئی از فعالیت‌های گسترده بازاریابی ورزشی به شمار می‌رود که ذهن، قلب و روح مصرف‌کنندگان را تسخیر نموده و با استفاده از ویژگی‌های ممتاز ورزش، مصرف‌کنندگان یعنی افرادی که ورزش را دوست دارند و بازی می‌کنند، برنامه‌های ورزشی را پخش و دانلود می‌کنند، کالا می‌خرند؛ عکس‌های یادگاری جمع‌آوری می‌کنند، محصولات ورزشی مانند لباس و کفش می‌خرند، وب‌سایت‌های مربوط به ورزش را برای پیگیری جدیدترین شایعات پیرامون تیم، بازیکن یا رویداد مورد علاقه خود جستجو می‌کنند و یا



حتی در ورزش‌های رایانه‌ای شرکت می‌کنند را، با اهداف بنگاه‌ها و باشگاه‌ها همراه می‌سازد.

امروز، بیش از اینکه نگران باشیم که محصولمان موردپسند مشتری است یا نه، باید دغدغه نشان دادن شخصیت واقعی برندمان، توجه به علایق و حیطه اجتماعی اطراف مشتری و بازارهای بی‌مرزی را داشته باشیم که، دیر یا زود، کسب‌وکار ما را به خود درگیر می‌کنند. بنابراین، ضروری است که بیاموزیم چگونه متناسب با این شرایط عمل کنیم و درحقیقت، آموزه‌های بازاریابی نسل چهارم (سرویس تحول بازاریابی سنتی به بازاریابی دیجیتال) را در سازمان‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی که پیوسته با فرهنگ و اقتصاد دیجیتالی درگیر هستند، اجرا کنیم. کتاب ورزش‌های برنده‌سازی ورزشی که از پنج بخش تشکیل شده است، سعی دارد جدیدترین و کاربردی‌ترین اندیشه‌های حاکم بر برنده‌سازی را برای شما به نمایش بگذارد. در این راه، نویسندگان برجسته کتاب، با ژرف‌نگری، تحولات اخیر و بینش‌های عمیق در برنده‌سازی را معرفی می‌کنند و راهکارهایی به همراه ابزارهای متناسب با آن را آموزش می‌دهند. این کتاب با بیان علمی و هیجان‌انگیز، به دانش‌پژوهان و مدیران نشان می‌دهد که برنده‌های برتر دنیا به‌ویژه در حوزه ورزش، چگونه تکامل یافته‌اند. مهم‌ترین عامل موفقیت آن‌ها چه بوده است؟ و در شرایط اقتصادی ناپایدار، چگونه می‌توان برنده کسب‌وکار ورزشی خود را به بهترین شکل ایجاد و محافظت کرد؟

بدون تردید، ترجمه این کتاب ارزشمند تنها با لطف خداوند، پشتیبانی خانواده عزیزم و بهره‌مندی از الهام‌بخشی‌های ورزش امکان‌پذیر بود. حتماً ترجمه این کتاب را به کسانی که دوست دارند بیشتر بدانند و بهتر عمل کنند، تقدیم می‌کنم.

از آن‌جا که معتقدم موفقیت واقعی زمانی است که ترجمه این اثر، موردپسند مخاطب قرار گیرد، مشتاقانه آماده دریافت پیشنهادات تمامی خوانندگان ارجمند از طریق رایانامه amirrahimi1771@gmail.com هستم.