

درآمدزایی از نوآوری

چطور شرکتهای هوشمند طراحی محصول را
بر اساس فرآیند انجام می دهند

www.ke...

شرکت تجارت الکترونیکی
ارتباط فردا eFarda

راه پرداخت

سرشناسه: رامونجام مادهاوان Ramanujam Madhavam. تک جرج tacke Georg / عنوان و نام پدیدآور: درآمد
زایی از نوآوری. / مادهاوان رامونجام، جرج تک / مترجم: محمد رهبان، محمدرضا زکیخانی / مشخصات نشر: تهران:
پرديس، ۱۳۹۸. مشخصات ظاهری: مس ۱۴/۵×۲۱/۵: ص ۲۸۸. / شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۸۴-۵۱-۶ / وضعیت
فهرست نویسی: فیبا / یادداشت: عنوان اصلی: monetizing Innovation / موضوع: قیمت گذاری / موضوع: Pricing/
شناسه ورود: رهبان، محمد ۱۳۶۷؛ زکیخانی محمدرضا ۱۳۵۳ / رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۵۳ رده بندی دیویی:
۶۰۳۵۲۰۷ / شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۳۵۲۰۷

www.ketab.ir

درآمدزایی از نوآوری / ناشر: پردیس / نویسنده: ماده‌آوان رامون‌جام، جرج تک / ویراستار محتوایی: قاسم
سرافرازی / ویراستار: یلدا شایسته‌فر / صفحه‌آرا: علیرضا کیوان / نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸ / شمارگان: ۱۰۰۰
نسخه / شابک: ۶-۵۱-۷۱۸۴-۶۰۰-۹۷۸ / تمام حقوق این اثر محفوظ و متعلق به موسسه شبکه عصر
تراکنش پردیس است / تلفن: ۰۲۱-۴۶۰۱۰۵۳۹ / دورنگار: ۸۹۷۸۴۹۰۲ / پست الکترونیک:
Way2Pay.ir / mediamanager.ir@gmail.com

www.ketab.ir

۲۱	فصل اول: چگونه افراد نوآور را رد ها در از دست می دهند
۳۵	فصل دوم: محصولات پرقابلیت، نوآوری ها، مکتب، گنج های پنهان و مرده های متحرک
۵۹	فصل سوم: چرا افراد با نیت خوب اشتباه می کنند...
۶۵	فصل چهارم: گفت و گو در مورد «تمایل به پرداخت» را ابتدا از م دهید
۸۱	فصل پنجم: به طور پیش فرض راه حلی مناسب همه ایجاد می کند
۹۳	فصل ششم در طراحی محصول؛ پیکربندی و دسته بندی بیش از حد، هنر شنیدن، علم هستند
۱۱۳	فصل هفتم: فراتر از قیمت
	فصل هشتم: برای به دست آوردن سهم بازار،
۱۳۵	ارزان قیمت گذاری کنیم یا برای ایجاد برند ممتاز، گران قیمت گذاری کنیم؟
۱۵۳	فصل نهم: از امیدواری تا آگاهی
۱۶۵	فصل دهم: نوآوری بی نیاز از تبلیغات نیست
۱۷۹	فصل یازدهم: برای ترغیب و فروش از روش های قیمت گذاری رفتاری استفاده کنید
۱۹۵	فصل دوازدهم: تمامیت قیمت تان را حفظ کنید
۲۰۹	فصل سیزدهم: درس گرفتن از بهترین ها
۲۳۳	فصل چهاردهم: پیاده سازی فرایند نوآوری «طراحی محصول با محوریت قیمت»

[یادداشت ناشر]

«ظاهر نوآوری و مدیریت مالی دو - پره جدا از هم هستند!» گزاره‌ای که این کتاب تأکید می‌کند که اشتباه است. کسانی که در زمینه نوآوری - مدیریت مالی می‌کنند و آنهایی که در زمینه مدیریت مالی دستی بر آتش دارند تا امروز از دو قبیله متفاوت بودند؛ منتها کارهایی در دنیا بودند که پیوند درستی بین افراد این دو قبیله فراهم کردند و پاداش خود را هم به دست آوردی چیزی نیست که پشت درهای بسته انجام شود و نقش مدیریت مالی هم دفترداری و ثبت حساب نیست.

سواد مالی یکی از مهم‌ترین خلاءهای مدیران کسب و کارها است که است و این کتاب رویکردی انقلابی دارد. این کتاب تمام تصورات مادر باره نوآوری را شکم می‌زد و با یادآوری می‌کند که نوآوری و مدیریت مالی حتماً باید هماهنگ باشند. خلق درآمد از نوآوری بیش از آنکه فعالیتی تصادفی و کاتوره‌ای باشد فعالیتی منظم و سیستماتیک است. این کتاب ضرورت سطح تغییر مدل ذهنی نیست و با ارائه راه‌حل‌های عملی راه را برای کسانی که می‌خواهند از نوآوری پول در بیاورند باز می‌کند.

امیدواریم راهی که در راه پرداخت با هدف افزایش سود مالی مدیران و مردم شروع کرده ایم در آینده نزدیک به نتایج خوبی برسد. این کتاب یکی از اولین تلاش‌های مادر این راه است.

رضا قربانی

رئیس هیأت مدیره موسسه تراکنش