

خروش نبرد Battlecry

نویسنده: لورا ریس

مترجمان:

دکتر علیرضا صالحی - مهندس شهرام آبابایی



BATTLECRY LAURA RIES

نشر سایبان طبق قانون بین‌المللی کپی‌رایت و از طریق کسب مجوز از نویسنده اثر (لورا ریس) امتیاز انتشار ترجمه فارسی را دریافت نموده است.

سرشناسه	ریس، لورا، نویسنده همکار
عنوان و نام پدیدآور	Ries, Laura خروش نبرد؛ چگونه شعارهای تاثیرگذار برندها را متحول می کنند/نویسنده لورا ریس؛ با مقدمه آل ریس؛ پیشگفتار از رحیم فرضی پور؛ مترجمان علیرضا صالحی، شهرام آبابایی.
مشخصات نشر	تهران: سایبان، ۱۳۹۹.
قروست	سایبان، ۲۳ مدیریت: ۵.
شابک	۹۷۸۶۲۳۶۷۹۰۱۷۸
وضعیت درست نویسی	فیبا
یادداشت	Battlecry: Winning the battle for the mind with a slogan that kills. عنوان اصلی:
یادداشت	کتاب حاضر فیلا با عنوان شعار برند، شیپور جنگ، پیروزی در نبرد ذهن با خلق شعارهای ماندگار ترجمه شده است.
عنوان دیگر	چگونه شعارهای تاثیرگذار برندها را متحول می کنند.
عنوان دیگر	شعار برند، شیپور جنگ: پیروزی در نبرد ذهن با خلق شعارهای ماندگار
موضوع	آگهی های تبلیغاتی
موضوع	Advertising
موضوع	تبلیغاتی (بازاریابی)
موضوع	Branding (Marketing)
موضوع	بازاریابی - کداز - بازار
موضوع	Brand name products -- Marketing
شناسه افزوده	ریس، لورا
شناسه افزوده	آبابایی، شهرام، مترجم
شناسه افزوده	صالحی، علیرضا، مترجم
شناسه افزوده	فرضی پور، رحیم، مترجم
شناسه افزوده	HF۵۸۲۳
رده بندی کنگره	۶۵۹/۱
رده بندی دیویی	۶۱۹۹۸۳۲
شماره کتابشناسی ملی	

خروش نبرد، چگونه شعارهای تاثیرگذار برندها را متحول می کنند.
مترجمان: دکتر علیرضا صالحی و مهندس شهرام آبابایی
طراحی، صفحه آرایی و نظارت چاپ: هلدینگ رسانه های دیده بان
ناشر: سایبان چاپ: نصر صحافی: نصر

چاپ: اول - تابستان ۱۳۹۹

شابک: ۹۷۸-۶۲۳-۶۷۹۰-۱۷-۸

نشانی: تهران - خیابان سهروردی شمالی - کوچه حاج حسنی - شماره ۵۵ - طبقه اول

تلفن: ۸۸۷۴۹۴۱۴ فکس: ۸۸۷۴۹۴۱۵

www.sayebaan.ir

فروش آنلاین: www.mrcenter.ir

© تمام حقوق برای نشر سایبان محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، انتشار الکترونیکی، فیلم یا صدا نیست. این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان ایران قرار دارد.
قیمت: ۴۰ هزار تومان

۶	بیش گفتار از، حیم فرضی پور
۸	مقدمه به قلم ال ریس
۱۲	تکمیل در مقابل صدا
۲۶	انتزاعی در حانا خاص
۴۴	فروش در مقابل گفتار
۵۲	شعار یا تگ
۶۲	هم قافیه
۸۱	کلمات هم آغاز
۱۰	تکرار
۱۱۶	معانی متناقض
۱۳۲	مفاهیم دوپهلو
۱۴۴	خلق یک شعار
۱۶۶	چکش بصری

کتاب فروش نبرد؛ چگونه شعارهای تأثیرگذار، برندها را متحول می کنند، کتابی است بسیار جذاب و کاربردی که کسب و کارها و برندها را راهنمایی می کند چگونه برای سازمان خویش شعاری انتخاب کنند یا بسازند.

لورا ریس در این کتاب که می توان آن را به نوعی مکمل کتاب قبلی او یعنی چکش بصری دانست، با طرح جزئیات به پنج روش کلامی متفاوت برای ساخت شعاری که به طور مؤثر در اذهان جامعه هدف قرار می گیرد، پرداخته است. هریک از این پنج روش می تواند، به طرز چشمگیری بر افزایش قابلیت ذهن پذیری شعار بازاریابی کمک کنند. اما چیزی که اهمیت ذهن پذیری می نامد، موضوعی بسیار کلیدی است. شعار، هرچند که در نظر سازندگان آن کامل و بی نقص باشد، اگر در خاطر کسی نماند یا ارتباط آن با برند مشخص نباشد، بی استفاده است.

به اعتقاد من، شعار مجموعه ای است علاوه بر اینکه نشان می دهد که مأموریت اصلی آن مجموعه چیست و در چه راهی برند حرکت کند، عملاً دورنمایی از چشم انداز شرکت را نیز بیان می کند. به کارکنان و تمامی ذینفعان و به ویژه مشتریان نشان می دهد که در چه مسیری حرکت می کنند و قرار است به کجا برسند.

فارغ از اینکه شعار هر شرکت چگونه طراحی می شود و اینکه برای ساختنش چگونه از الگوهای ذهنی و هنری و روان شناسی بهره می گیریم؛ عناصری از مأموریت (mission) و چشم انداز (vision) آن شرکت است و اگر غرض از این باشد تأثیر چندانی نخواهد گذاشت.

در کتاب فروش نبرد سعی شده است بر مبنای تجربه های به دست آمده، نشان داده شود که شعار هر شرکت به چه نحوی طراحی شود که بیشترین تأثیر را بر کارایی برندها بگذارد. مطالعه این کتاب به کسانی که خود کسب و کاری دارند و یا به کسب و کارها در حوزه برند سازی کمک می کنند، توصیه می شود. البته بدون تردید هیچ کتابی، از جمله همین کتاب برای این مبحث مهم کسب و کار، کامل و کافی نیست و شاید بیشتر شروعی باشد بر مطالعه بیشتر و عمیق تر ما در موضوع.