

بسم الله الرحمن الرحيم

مشت مشت مشت، هوک راست

چگونه داستان خود را در دنیای پر سر و صدای
رسانه‌های اجتماعی تعریف کنید؟

نویسنده:

گری وینرچاک

مترجم:

نازنین خجسته

نشر انعکاس

تابستان ۱۴۰۰

شناسنامه

سرشناسه	: خجسته، نازنین؛ ۱۳۶۴-
عنوان و نام پدیدآور	: مشت مشت مشت، هوک راست (چگونه داستان خود را در دنیای پر سر و صدای رسانه های اجتماعی تعریف کنید؟) / مترجم: نازنین خجسته
مشخصات ظاهری	: وزیری، ۲۳۳ ص.
مشخصات نشر	: رشت: انعکاس، ۱۴۰۰.
شابک	: ۷۵۰۰۰۰ ریال: ۴-۰۵-۷۷۴۵-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی -- جنبه های اجتماعی
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
رده بندی دیوینی	: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی	: ۸۴۱۷۶۶۴
نام کتاب	: مشت مشت مشت، هوک راست (چگونه داستان خود را در دنیای پر سر و صدای رسانه های اجتماعی تعریف کنید؟)
مترجم	: نازنین خجسته
ویراستار	: پروانه کیانی
ناشر	: نشر انعکاس
سال و نوبت چاپ	: چاپ اول ۱۴۰۰
شمارگان	: ۱۰۰۰
قیمت	: ۷۵۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۴-۰۵-۷۷۴۵-۶۲۲-۹۷۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

مرکز نشر و پخش: رشت، کمربندی شهید بهشتی، خیابان شهید نظری، کوچه دهم،
روبروی مسجد امام حسین (ع)، نشر انعکاس، پلاک ۳۰۵/۱- کدپستی ۴۱۴۵۹۸۵۷۱۵
تلفکس: ۰۱۳۳۳۴۲۴۲۶۱ - همراه: ۰۹۱۱۷۶۰۵۶۲۷ Email: Info@thesisbook.ir

فهرست مطالب

۴	 سخن مترجم:
۵	 مقدمه
۱۲	 راند اول:
۱۲	 تلفتتان کجاست؟
۳۰	 راند دوم:
۳۰	 ویژگی‌های محتوای خوب و داستان‌های متقاعد کننده و جذاب
۴۸	 راند سوم:
۴۸	 داستان سرایی در فیسبوک
۱۱۳	 راند چهارم:
۱۱۳	 خوب گوش دادن در توئیتر
۱۵۵	 راند پنجم:
۱۵۵	 در پینترست آراسته باشید
۱۷۶	 راند ششم:
۱۷۶	 خلق هنر در اینستاگرام
۱۹۳	 راند هفتم:
۱۹۳	 ساخت انیمیشن در تامبلر
۲۱۶	 راند هشتم:
۲۱۶	 فرصت‌های شبکه‌های نوظهور
۲۲۳	 راند نهم:
۲۲۳	 تلاش
۲۲۸	 راند دهم:
۲۲۸	 همه شرکت‌ها شرکت رسانه‌ای هستند
۲۳۰	 راند یازدهم:
۲۳۰	 نتیجه‌گیری
۲۳۲	 راند دوازدهم:
۲۳۲	 ضربه فنی

سخن مترجم:

چقدر با واژه داستان سرایی (story telling) آشنایی دارید؟ در زندگی روزمره، افراد مرتب تلاش می‌کنند که ساختار داستانی بر رویدادها تحمیل کنند تا بتوانند آن‌ها را بفهمند. پردازش داستان به افراد کمک می‌کند که موقعیت خود و دیگران را سازماندهی و بهتر درک کنند. مطالعات نشان می‌دهد که پردازش روایت از طریق سازوکاری به نام حمل و نقل (transportation) بر ترغیب مخاطب تأثیر می‌گذارد به عبارتی روایت فرد را به درون خود کشیده و در خود غرق می‌کند. به عنوان مثال یک آگهی که به جای استفاده از بحث‌های منطقی به صورت قصه تعریف می‌شود می‌تواند توجه بیننده را به خود جلب کرده و او را به درون آگهی بکشد و با خود همراه سازد. به این ترتیب داستان‌های تبلیغاتی می‌توانند به ایجاد معنای نام تجاری برای مصرف‌کنندگان کمک کنند.

نویسنده در این کتاب سعی دارد با ارائه نمونه‌های موفق و ناموفق داستان سرایی توسط برندهای مطرح و بعضاً غیرمطرح دنیا، نکاتی کاربردی در رابطه با نحوه ارائه داستان کسب و کار به مشتریان را به خواننده آموزش دهد. گری ویتزچاک داستان سرایی را به ورزش بوکس (مشت‌زنی) تشبیه کرده است و معتقد است اگر علم ورزش رسانه‌ای را همانند بوکس یاد بگیرید، می‌توانید آن را در هر رینگ و هر پلتفرمی در آینده به کار ببرید. گرچه فرمول استاندارد برای داستان سرایی وجود ندارد اما می‌توان با یادگیری برخی نکات کلیدی و به کار بردن آن‌ها داستان‌هایی ارائه کرد که بیشترین تأثیر را بر مخاطب داشته باشد. مهم نیست چه کسب و کاری دارید و در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کنید، شما باید بتوانید داستان کسب و کار خود را به شیوه‌ای مناسب و جذاب برای مشتریان خود تعریف کنید.

نازنین خجسته

دکترای مدیریت بازاریابی