

۲۱۳۳۳۱۷

مقدمه‌ای بر برندهای فروشگاهی

تألیف و گردآوری

بهاره احمدی نژاد

سرشناسه	: احمدی نژاد، بهاره، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	: مقدمه‌ای بر برندهای فروشگاه‌های / تألیف و گردآوری بهاره احمدی نژاد.
مشخصات نشر	: تهران: میعاد اندیشه، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ج. ۹۰ ص.؛ مصور، جدول؛ ۲۱/۵×۲۱ س.م.
شابک	: ۹۵۰۰۰۰ ریال-2-231330-978-622:
وضعیت فهرست نویسی	: فبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۸۳]-۹۰.
موضوع	: کالاهای مارک‌دار
موضوع	: Brand name products
موضوع	: فروشگاه‌های زنجیره‌ای
موضوع	: Chain stores
موضوع	: برندسازی (بازاریابی)
موضوع	: Branding (Marketing)
رده‌بندی کنگره	: HD۶۹
رده‌بندی دی‌یویی	: ۶۵۸/۸۲۷
شماره کتابشناختی ملی	: ۷۳۶۸۲۱۲



miaadp.h.ir

عنوان کتاب: مقدمه‌ای بر برندهای فروشگاه‌های

تألیف و گردآوری: بهاره احمدی نژاد

ناشر: میعاد اندیشه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۲-۳۳۰-۲۳۱-۶۲۲-۹۷۸

همه ی حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولف محفوظ است.

پیش‌گفتار

یکی از عمده مشکلاتی که مصرف‌کنندگان در دنیای پر رنگ و لعاب برندها با آن مواجه هستند، انتخاب یک برند از میان برندهای مختلف و متنوع می‌باشد. مصرف‌کنندگان هنگام انتخاب برند به نکاتی از جمله کیفیت، کارایی، قیمت و ... توجه می‌کنند که باعث شکل‌گیری نوعی ذهنیت نگرش در مصرف‌کنندگان می‌گردد که این ذهنیت تأثیر مستقیمی بر تبلیغات برند نیز می‌گذارد. مصرف‌کنندگان از برند می‌شود.

کتاب پیش و درآمدی بر برندهای فروشگاه‌های می‌باشد که توانسته‌اند در بین برندهای متنوع دنیا مزیت رقابتی این دسته از برندهای فروشگاه‌های با هدف قرار دادن قشر کم‌درآمد و نیز قراردادن سایر گروه‌های درآمدی در شرایط رکود اقتصادی، بتوان برندی ارزان قیمت مورد توجه بود اما بعدها با گسترش برندهای فروشگاه‌های ارانه این برندها در سطوح مختلف قیمتی، مصرف‌کنندگان توانایی از سطوح درآمدی مختلف به سوی خود جذب کرد.

مروژه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای برتر دنیا، برندهای فروشگاه‌های درآمد عمده‌ای را برای خرده‌فروشان به ارمغان آورده است و جایگاه ویژه‌ای را در بین برندهای دیگر کسب کرده‌اند. در ایران اخیراً فروشگاه‌های زنجیره‌ای اقدام به ایجاد رندهای با نام و نشان فروشگاه کرده‌اند که از جمله فروشگاه‌های موفق در این زمینه می‌توان به برند فروشگاه‌های هایپرستار و برند فروشگاه‌های اتکا اشاره کرد. با رشد تصاعدی برندهای فروشگاه‌های قیمت‌های مناسب این برندها، بزودی شاهد رشد روز افزون برندهای فروشگاه‌های در گروه محصولات مختلف در ایران خواهیم بود.

تقدیم به پدر و مادر عزیزم

بهاره احمدی‌نژاد

فهرست

ج	بیان گفتار.....
۱	مقدمه.....
۳	برند خاص یعنی چیست؟.....
۷	پرسی بسا یک روش تا برند پر آوازه پرسی.....
۱۰	برندهای فروشگاه.....
۱۱	فروشگاه به عنوان یک برند.....
۱۳	نمایندگی توسعه خرده‌فروشی جهانی.....
۱۳	معرفی شاخص GRDI.....
۱۶	یافته‌های شاخص GRDI.....
۲۸	ایران در گزارش شاخص GRDI.....
۲۹	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در خرده‌فروشی.....
۳۱	روند تکاملی صنعت خرده‌فروشی.....
۳۲	تاریخچه پیدایش برندهای فروشگاههای.....
۳۷	تاریخچه برند زارا.....
۳۹	توسعه‌ی برندهای فروشگاههای.....
۴۱	تاریخچه توسعه برندهای فروشگاههای.....
۴۱	عوامل تأثیرگذار بر موفقیت برندهای فروشگاههای.....

- ۴۵ وال مارت بزرگترین خرده‌فروشی جهان.
- ۴۷ مزایا و معایب فروش برندهای فروشگاه‌های
- ۴۸ عواملی که باعث انتخاب برندهای فروشگاه‌های می‌شود
- ۴۹ اثر بسته‌بندی
- ۵۱ تخصیص فضای قفسه
- ۵۴ نرخ مصرف‌کنندگان
- ۵۵ ابعاد تصویر ذهنی مشتریان از فروشگاه
- ۵۸ رضایت و وفاداری مصرف‌کننده
- ۵۹ واکنش مشتریان به برندهای فروشگاه‌های
- ۶۰ برخی نقش‌های برندهای فروشگاه‌های برای خرده‌فروشان
- ۶۴ تأثیر برندهای فروشگاه‌های در عملکرد نسبت به - ده‌فروشی‌ها و تولیدکننده‌ها
- ۶۷ نحوه انتخاب برند فروشگاه‌های
- ۶۸ نگرش به برندهای فروشگاه‌های
- ۷۴ ادراک مصرف‌کننده و قابلیت برندهای فروشگاه‌های
- ۷۵ برند فروشگاه‌های - تسکو
- ۷۸ وضعیت خرید برندهای فروشگاه‌های
- ۸۰ برند فروشگاه‌های اتکا
- ۸۳ منابع