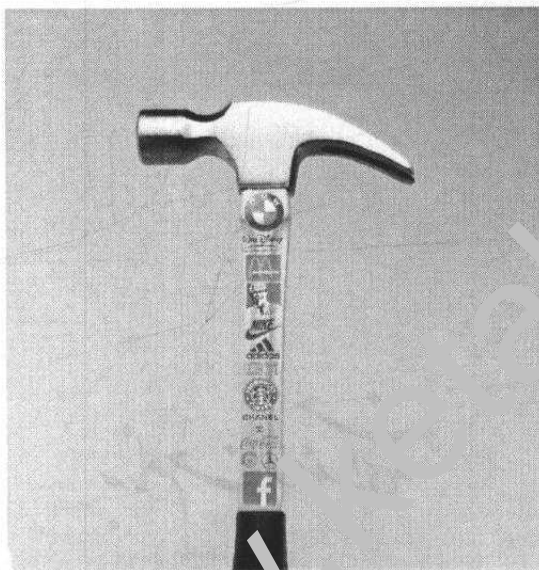


چکش بصری

Visual Hammer



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

نویسنده: لورا ریس

مترجمان:

دکتر علیرضا صالحی

مهندس شهرام آبابایی

سرشناسه	ریس، لورا
عنوان و نام پدیدآور	Ries, Laura
مشخصات نشر	چکش بصری / نوشته لورا ریس ؛ با مقدمه آل ریس ؛ مترجمان علیرضا صالحی - شهرام آبابایی
مشخصات ظاهری	تهران: سایبان، ۱۳۹۸.
فروست	۱۸۴ ص: (مصور) بخشی رنگی؛ ۱۴/۵-۲۱ س.م.
شابک	بازاریابی
وضعیت فهرست نویسی	۹۷۸۶۰۰۹۹۸۳۷۷۳
یادداشت	فیفا
موضوع	عنوان اصلی: Visual hammer : nail your brand into the mind with the emotional power of a visual. [۲۰۱۵]
موضوع	برندسازی (بازاریابی)
موضوع	Branding(Marketing)
موضوع	مدیریت کالا
موضوع	Product management
موضوع	کالاهای مارک‌دار
موضوع	Brand name products
شناسه افزوده	ریس، آل، مقدمه‌نویس
شناسه زوده	Ries, Al
شناسه زوده	آبابایی، شهرام، ۱۳۵۴ - مترجم
شناسه زوده	صالحی درجزینی، علیرضا، ۱۳۵۲ - مترجم
بندی زوده	۸ ۱۳۹۸ چ ۱۵/۱۲۵۵/۹ HF۵۴۱۵
رده بندی دیویی	۸۲۷ / ۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۵۶۶۲۷۹۳

چکش بصری، همراه با ضامائم اختصاصی

مترجمان: دکتر علیرضا صالحی و مهندس شهرام آبابایی

طراحی، صفحه آرایی و نظارت چاپ: هلدینگ رسانه‌ای دیده‌بان

ناشر: سایبان چاپ: نصر صحافی: نصر شمارهگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: اول - بهار ۱۳۹۹

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۸۳۷-۷-۳

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 مؤلفان، مصنفان و هنرمندان ایران قرار دارد.

قیمت: ۴۰ هزار تومان

فهرست

۸	درباره نویسنده
۹	مقدمه برای ترجمه فارسی کتاب
۱۲	پیش گفتار
۱۶	کشر و قدرت شگفت انگیز آن
۲۶	برترین خود را برای من؛ میخ؛ هدف نهایی
۳۴	شکل و فرم هر چه ساده تر، بهتر
۴۴	رنگ مخفی باش!
۶۶	محصول؛ چکشی ابدنال
۷۸	بسته بندی؛ متدین سازی
۸۸	عمل؛ مؤثرتر از سخن
۹۴	مؤسس؛ چکشی ذاتی
۱۰۱	نماد؛ تصویرسازی از مفهومی ناپیدا
۱۲۲	افراد مشهور؛ مزایا و معایب
۱۳۴	حیوانات؛ صفات حیوانی مؤثرند
۱۵۴	میراث؛ از گذشته بهره ببرید
۱۶۴	چکش شما؛ چگونه آن را بیابیم
۱۷۵	ضمیمه اختصاصی کتاب
	روابط عمومی ها برندها را می سازند
	گفت و گوی اختصاصی با ال ریس

نیک می‌دانیم که هر سیستم از تعامل چند جزء تشکیل می‌شود و زمانی می‌توانیم بگوییم سیستم به وجود آمده که حاصل کنار هم قرار گرفتن اجزاء، چیزی فراتر از آن اجزاء را بسازد و ایجاد کند. لذا از دیدگاه تفکر سیستمی در نام برندینگ نیز اجزاء و فرایندهای متعددی - با حفظ یکپارچگی - باید در کنار هم قرار بگیرند تا آن چیز فراتر؛ یعنی «برند» در ذهن مخاطب شکل بگیرد.

سعی من و همکاران من نیز در حوزه آموزش، تاکید بر اهمیت داشتن این نوع تفکر و استفاده از ابزارهای مختلف برای رسیدن به این هدف بوده و هست.

در کتاب چکش بصری، با نرنا، نرفتن طیف وسیع مخاطبان یک محصول و تنوع در روش‌های تاثیر پذیر، مثال، بر اهمیت استفاده از ابزارهای دیداری در کنار سایر ابزارها (کلامی و ...) برای ماندگار ساختن و تثبیت یک برند در ذهن مشتری تاکید شده و نویسنده در این کتاب روش‌های موثر و نکاتی کلیدی در استفاده صحیح از این ابزار را با تمرکز خاصی بررسی کرده است. مثال‌های متعدد به کار برده شده به این منظور نمونه‌های روشنی جهت یادآوری روش صحیح به کارگیری تمامی این ابزارها در کنار یکدیگر می‌باشند.

در نهایت ضمن تشکر و قدردانی از مترجمان گرانقدر، مطالعه کتاب حاضر را به کلیه صاحبان کسب و کار بالاخص آن دسته از افرادی که به دنبال برقراری و حفظ رابطه موثر و بلند مدت با مخاطبان خود هستند، و همچنین فعالان حوزه برندسازی و مشاوران برند توصیه می‌کنم. و در آخر مجدداً تاکید می‌کنم که در نظر داشته باشید به کارگیری چکش بصری، تنها بخشی از فرآیند عمیق و وسیع «برندسازی» است.