

داستان سرایی برند

راهنمای فوری برای کشف داستان برندتان

نویسنده: برنات مارتین

مترجم: دکتر عظیم فضلی پور

www.ketab.ir

سرشناسه: مارتین، برنادت

Martin, Bernadette

عنوان و نام پدیدآور: داستان‌سرایی برند: راهنمای فوری برای کشف داستان برندتان / نویسنده برنادت مارتین؛ مترجم

عظیم فضلی‌پور؛ ویراستار الهه رضائیان - مؤگان فرجی

مشخصات نشر: تهران: متخصصان بدون مرز، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۳۱ ص.

فروست: دانشنامه برند.

شابک: ۱۵۰۰۰ ریال: ۸-۴-۹۷۱۶۵-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Storytelling about your brand online & offline: a compelling guide to

discovering your story ۲۰۱۰

موضوع: برندسازی (بازاریابی)

موضوع: Branding (Marketing)

شناسه افزوده: فضلی‌پور، عظیم، ۱۳۵۵ - مترجم

رده‌بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۲۵۵/م۲د۲ ۱۳۹۵

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۲۷

شماره کتابشناسی ملی: ۴۲۳۹۶۲۷

نام کتاب: داستان‌سرایی برند (راهنمای فوری برای کشف داستان برندتان)

نویسنده: برنادت مارتین

مؤلف و مترجم: دکتر عظیم فضلی‌پور

ویراستار: الهه رضائیان و مؤگان فرجی

مدیر هنری: پیام فردمقدم

طراحی جلد: ابراهیم کریمی افلاک

حروفچینی و صفحه‌آرایی: نویده معادی

ناشر: انتشارات متخصصان بدون مرز

چاپ و صحافی: خانه چاپ ایران



انتشارات متخصصان بدون مرز

www.ulepress.ir

۱۵۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

صفحه

پیشگفتار.....	۶
۱. بخش اول: قدرت داستان‌سرایی.....	۹
۱.۱. مقدمه.....	۱۲
۱.۲. نقشه ذهن.....	۱۲
۱.۳. تحقیق نورولوژیک و داستان‌سرایی.....	۱۳
۱.۴. داستان‌سرایی درباره "برندی به نام شما".....	۱۴
۱.۵. داستان‌سرایی برند محصول.....	۱۷
۱.۶. داستان‌سرایی شرکت و NGO و مؤسسه غیرانتفاعی.....	۱۸
۱.۷. داستان‌سرایی رهبری شرکت.....	۲۰
۱.۸. داستان‌سرایی برند شخصی.....	۲۱
۱.۹. فرایند برند شخصی.....	۲۳
۱.۱۰. داستان شخصی.....	۲۵
۲. بخش دوم: هنر داستان‌سرایی و داستان‌ها.....	۲۷
۲.۱. هنر داستان‌سرایی.....	۲۹
۲.۲. پرسش‌های الهام بخش داستان‌سرایی.....	۳۱
۲.۳. داستان‌های هوش عاطفی (EQ).....	۳۵
۲.۴. داستان‌سرایی رهبری.....	۳۹
۲.۵. داستان‌های مسئولیت شخصی اجتماعی (PSR).....	۴۱
۲.۶. داستان‌سازی براساس نتایج ارزیابی.....	۴۲
۲.۶.۱. ارزیابی ۳۶۰ درجه ریچ.....	۴۹
۲.۷. منابع.....	۵۱
۲.۸. ابزار داستان‌سرایی برندسازی مرئی (VBST).....	۵۵

۳. بخش سوم: داستان سرایی ۲/۰: انتقال داستان به صورت آن لاین ۶۱
- ۱.۳. داستان سرایی ۲/۰ یا دیجیتال ۶۳
- ۲.۳. داستان سرایی در گوگل ۶۵
- ۳.۳. داستان سرایی ویدئویی ۶۹
- ۴.۳. داستان سرایی در دنیای مجازی سه بعدی ۷۵
- ۵.۳. موردهای داستانی: مثال های پرتقوی آن لاین ۷۷

۴. بخش چهارم: داستان سرایی آف لاین ۸۵
- ۱.۴. داستان سرایی مصاحبه ای ۸۷
- ۱.۴. بخش برتر داستانی در مصاحبه ۹۱
۴. خلاصه فرد آن لاین و آف لاین ۹۳
- ۳.۴. داستان سرایی یک شکل ۹۶
- ۴.۴. گرافیتی کلا ۹۸

۵. بخش پنجم: نوشتن محتوای داستانی و ابزار بیوگرافی تبدیل شده به برند ۱۰۱
- ۱.۵. بیوگرافی ۱۰۴
- ۱.۱.۵. کاربرد و جایگاه بیوگرافی ۱۰۶
- ۱.۲.۵. بیوگرافی در نقشه تجارت ۱۰۸
- ۱.۳.۵. رزومه در مقابل بیوگرافی ۱۱۳
- ۱.۴.۵. رزومه تا شکل های دیگر بیوگرافی ۱۱۵
- ۱.۵. نوشتن راهنماها و ده راهکار برتر ۱۱۷
- ۱.۶. بین المللی سازی بیوگرافی ۱۲۲
- ۲.۵. راهنماهای دیداری و بیوگرافی برند سازی شده ۱۲۷

پیشگفتار

فناوری وب ۲/۰^۱ باعث شد مدیران و کارمندان تمام سطوح سازمان به این نتیجه برسند که تجارت نوعی تلاش بشری است. روشن است امروزه برای موفق شدن، صرف نظر از نقش یا جایگاهمان در سازمان، نیازمند برقراری روابط در داخل و خارج از شرکت هستیم. بنابراین، باید با تمام اعضای جامعه برندگان، رابطه مستقیم فردی داشته باشیم و از طریق رسانه‌های اجتماعی، ارتباط عاطفی برقرار کنیم. ارتباطات، جریان رایج این پیوندهاست. در کنار تجربه، تحقیقات نورولوژیکی به ما می‌گوید داستان‌سرایی^۲ شکل بی‌نهایت قدرتمندی از ارتباطات است؛ زیرا داستان‌ها، حقایق، ارقام و جزئیات را با عواطف و رنگ‌ها و خیال در هم می‌آمیزد و تمایلهایی بی‌نیم‌کره‌های چپ و راست مغز ایجاد می‌کند. این همان دلیلی است که باعث می‌شود داستان‌ها به یادماندنی شود و در حال حاضر، به یادماندنی بودن در جهانی که هر روز با میلیون‌ها ترک‌بم‌راز، می‌شویم، امری حیاتی است.

بیان داستان شما برای مدیریت و دستاورد حرفه‌ای شما ضروری و عنصر مهمی از فرایند برندسازی شخصی ریح است. این فرایند با امکان دادن به شما برای ابراز خصوصیات کلیدی، ارزش‌ها، علایق و دستاوردهایتان، بیشتر مرتبط و جالبی به برند شخصی شما زندگی می‌بخشد.

باوجوداین، ممکن است شبیه بسیاری از مشتریان شرکتی باشید که من با آن‌ها کار می‌کنم که بیان داستان‌شان را نوعی چالش می‌دانند. این افراد نمی‌دانند باید از کجا شروع کنند و به چه مطالبی بپردازند و چگونه مفهوم برندشان را برسانند. این همان چیزی است که این کتاب به آن می‌پردازد.

«داستان‌سرایی آنلاین و آفلاین دربارهٔ برند شما» مملو از داستان‌ها، ابزارها، منابع و مثال‌هایی است که به شما کمک می‌کند دربارهٔ آنچه می‌خواهید بگویید، آگاهی کامل به دست آورید و دریابید چگونه می‌توانید از طریق قدرت داستان‌سرایی، به ارائه آن بپردازید.

در این کتاب، برنات مارتین با استفاده از داستان‌های جالب و پیونددهنده، آنچه توصیه می‌کند به کار می‌بندد تا شما را در این فرایند راهنمایی کند تا بتوانید مخاطب هدفان را با داستان‌هایی به‌تأخیر در آورید که جالب بودن و جذابیت و استثنای بودنتان را برجسته می‌سازد.

برنات شخص مناسبی برای بیان این داستان است. چندین سال است او را می‌شناسم.

1. Web 2/0

2. Storytelling

3. Reach personal branding process

او از اولین کسانی بود که برنامه گواهی نامه پرنده سازی شخصی^۱ من را در فرانسه تکمیل کرد و به سرعت این موقعیت بسیار مهم را توسعه داد که در تقاطع پرنده سازی شخصی و داستان سرایی می نشیند.

تمرکز مستمر او بر ساخت برند از طریق داستان سرایی، او را به مشاور کمیایی برای افراد و سازمان ها و دانشگاه های متصل به برخی برندهای مهم جهان تبدیل کرده است. برخی از این برندها عبارت است از: سیسکو، مرسدس، شانل، اورنج،^۲ پابلیسیس گروپ،^۳ کوردن بلو،^۴ تاندربرد،^۵ دانشگاه آمریکایی پاریس، DBM، INSEAD، IMD و HEC.

از آنجاکه مردم انتظار شفافیت بیشتری از مدیران شرکت ها دارند و رهبران متوجه هستند که باید بیشتر از سهام دارانشان در دسترس باشند، در اینجا داستان سرایی به مهارت اصلی برای توسعه رهبری تبدیل می شود. رؤسا و حرفه ای ها در تمام سازمان، به داستان سرایی زیر دست و متخصصان نیاز خواهند داشت تا در به کار بردن ابزارهای صحیح برای رساندن داستان ها به مخاطبان هدف خود بدیل شوند. «ویدئو» یکی از این ابزارهاست.

در بالاترین رده های رهبری، پرنده سازی شخصی ام برای ۲۰۱۰، پیش بینی کردم ویدئو امسال و سال های آتی قوی ترین اثر بر چشم انداز پرنده سازی شخصی خواهد داشت. ویدئو، آینده پرنده سازی شخصی است که ابزار دلیلی برای بیان داستانان نیز هست. با درک این نکته، هر چیزی نیاز دارید به طور کارآمد در برابر رسانه ها بدانند برنات برایتان درج می کند. توصیه هایی که او فراهم می آورد، شما را قادر خواهد ساخت بر در کردن ویدئو در استراتژی داستان سرایی خود، شور و اشتیاق رقابتی به دست آورید.

برنات در تمام این کتاب، استادانه تئوری را با توصیه های عملی در هم می آمیزد تا به مردم و شرکت ها کمک کند جالب ترین داستان هایشان را برای تقویت برند نام خود بیان کنند. داستان شما فقط صد صفحه فاصله دارد؛ منتظر چه هستید!

ویلیام آرودا

بنیان گذار ارتباطات ریچ

-
1. Personal Branding Certification
 2. Orange
 3. Publicis Groupe
 4. Cordon Bleu
 5. ThunderBird