

خلق برندگان های قدرتمند

نویسندگان

لزلی دشارناتونی

مالکوم مک دونالد

الن والاس

مترجم

امیر مطلبی اسکویی

مهر ۱۳۹۴

سرشناسه	دشارناتونی، لزلی
عنوان و نام پدیدآور	De Chernatony, Leslie
مشخصات ظاهری	۴۸۸ ص: مصور، جدول، نمودار.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و توسعه سازمان اتکا، ۱۳۹۴.
شابک	۹۷۸ - ۶۰۰ - ۷۶۲۴ - ۶۹ - ۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Creating Powerful Brands, 4 th edition, [2011]
موضوع	برندسازی (بازاریابی)
شناسه افزوده	مالکوم مک دونالد
شناسه افزوده	McDonald, Malcolm
شناسه افزوده	ال والاس
شناسه افزوده	Wallace, Elaine
شناسه افزوده	مطلبی اسکویی، امیر، ۱۳۶۵ - مترجم
رده بندی کنگره	HD69/۴۲۵ ۱۳۹۴
رده بندی دیویی	658/827
شماره کتابشناسی ملی	3931753



عنوان: خلق برند های قدرتمند

مؤلفان: لزلی دشارناتونی، مالکوم مک دونالد، ال والاس

مترجم: امیر مطلبی اسکویی

ویراستار فنی: اشکان نیوشا

ویراستار ادبی: اشکان نیوشا

زمان و نوبت چاپ: مهر ۱۳۹۴، اول

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

طراح جلد: نوید یوسفی

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۷۶۲۴ - ۶۹ - ۲

بهاء: ۲۵۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق چاپ این کتاب محفوظ و متعلق به مرکز تحقیقات، توسعه و کیفیت سازمان اتکا است.

هر نوع تکثیر یا نشر تمام یا بخشی از این کتاب منوط به اجازه کتبی سازمان اتکا خواهد بود.

نشانی: تهران، خ امام خمینی (ره)، خ شهید مرادی، ساختمان شهدای مرکزی اتکا، ط ۲

تلفن: ۶۹۱۹۱۵۲۴-۲۱، فکس: ۶۹۱۹۱۵۳۵۵-۲۱، وبسایت: www.etkaec.ir، ایمیل: tec@ERDCenter.co

بسمه تعالی

«کار علمی و تحقیقاتی تان را جدی بگیرید... دانش خیلی از نیازهای شما در دانشگاه‌ها وجود دارد.»

مقام معظم رهبری

حضرت امام خامنه‌ای (مدظله العالی)

نشان تجاری، نما کالا یا برند، هویت و نماد سازمان است که در ارتباط بیرونی با مشتریان آن قرار گرفته و بیانگر اهداف، برنامه‌ها و رفتار اخلاقی و اجرایی سازمان می‌باشد. درواقع نما کالا تنها یک نام یا نماد گرافیکی نبوده و بیانگر تمامی فعالیت‌های سازمان در سطوح مختلف است. امروزه نام‌های تجاری نه تنها برای تمایز محصولات به کار می‌روند بلکه برای بسیاری به معنای کیفیت برتر و بهتر تلقی می‌گردند، به عبارت دیگر بسیاری حاضر می‌شوند بهای بیشتری برای خرید از یک عنوان تجاری خاص بپردازند. به همین دلیل است که گاهی محصولی باکیفیت و کارایی یکسان نسبت به محصولی همسان به چند برابر قیمت به فروش می‌رسد. در دنیای کسب‌وکار امروز تهیه نام تجاری مناسب، نه تنها به عنوان یک امر تشریفاتی تلقی نمی‌گردد بلکه خلق و مدیریت آن برای مدیران خبره و مجرب، امری ضروری و لازم محسوب می‌شود.

کتاب "خلق برندهای قدرتمند" یکی از منابع مفید در حوزه نما کالا و بازاریابی است و در دانشگاه‌های مطرح دنیا دارای مرجعیت علمی می‌باشد. این کتاب به معرفی نام تجاری و سابقه و روند آن از گذشته تاکنون پرداخته است و مباحث مهم و به‌روز برندسازی یا ساخت نما کالای محصول، خدمات، روش‌ها و راهبردهای مورد استفاده توسط نام‌های تجاری شناخته‌شده و بازاریابی صنعتی - تجاری و دیگر موضوعات مرتبط به این حوزه را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد.

ضمن سپاسگزاری از پژوهشگر محترم مرکز تحقیقات و نوآوری سازمان اتکا جناب آقای امیر مطلبی اسکویی که ترجمه این کتاب مفید و ارزشمند را بر عهده داشته‌اند، امیدوارم این اثر در جهت ارتقاء سطح دانش مدیران و کارشناسان کسب و کارهای خرد و کلان میهن عزیز اسلامی ایران خصوصاً سازمان اتکا مفید واقع گردد. انشاء...

محمد مهدی کربلائی

مدیرعامل سازمان اتکا

فهرست مطالب

فصل ۱: دلیل اهمیت خلق برندهای قدرتمند	۳
فصل ۲: درک فرآیند برندسازی	۳۳
فصل ۳: مصرف‌کنندگان چگونه برندها را انتخاب می‌کنند؟	۷۸
فصل ۴: برندهای مصرف‌کننده چگونه نیازهای اجتماعی و روانی را برآورده می‌سازند	۱۳۱
فصل ۵: برندسازی صنعتی - تجاری (B2B)	۱۵۸
فصل ۶: برندهای خدمات	۲۰۰
فصل ۷: مسائل خرده‌فروشی در برندسازی	۲۳۲
فصل ۸: برندها در اینترنت	۲۸۶
فصل ۹: برندهای موفق چگونه بر رقبای خود غلبه می‌کنند؟	۳۱۶
فصل ۱۰: چالش‌های توسعه و حفظ ارزش افزوده	۳۷۱
فصل ۱۱: برنامه‌ریزی برند	۴۱۰
فصل ۱۲: ارزیابی برند	۴۵۴