

اطلس برند

آلینا ویلر
ژوئال کتز

مترجم:
محمد طاهر دنگ کو

نیاز دانش

سرشناسه	ویلر، آلینا، ۱۹۴۸ - م.	Wheeler, Alina
عنوان و نام پدیدآور	اطلس برند/آلینا ویلر، ژوئل کتز؛ مترجم محمد طاهر دنگ کو.	
مشخصات نشر	تهران: نیاز دانش، ۱۳۹۳	
مشخصات ظاهری	۱۳۸ ص.: مصور (رنگی)	
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۶۴۸۱-۶۴-۷	
وضعیت فهرست نویسی: فیا		
یادداشت	عنوان اصلی: Brand Atlas : Branding intelligence made visible 20۱1	
موضوع	کالاهای مارکدار	
موضوع	برندسازی (بازاریابی)	
موضوع	علائم تجاری — طراحی	
شناسه افزوده	کس، ژوئل، ۱۹۴۳ - م.	Katz, Joel
شناسه افزوده	طاهر دنگ کو، محمد، ۱۳۶۳ - مترجم	
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ / ۵۶۹ / HD	
رده بندی دیویی	۶۵۸ / ۸۲۷	
شماره کتابشناسی ملی	۳۹۸۲۸۳	



نیاز دانش

نام کتاب	اطلس برند
مؤلفان	آلینا ویلر / ژوئل کتز
مترجم	محمد طاهر دنگ کو
مدیر اجرایی - ناظر بر چاپ	حمیدرضا محمد شیرازی - محمد شمس
طراح جلد	کیانا آراین
ناشر	نیاز دانش
صفحه آرا	واحد تولید انتشارات نیاز دانش
لیتوگرافی / چاپ	گنجینه
نوبت چاپ	اول - ۱۳۹۳
شمارگان	۱۰۰
قیمت	۲۱۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۸۱-۶۴-۷ ISBN: 978-600-6481-64-7

هر گونه چاپ و تکثیر (اعم از زیراکس، بازنویسی، ضبط کامپیوتری و تهیه CD) از محتویات این اثر بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است، متخلفان به موجب بند ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

کلیه حقوق این اثر برای مترجم محفوظ است.

تماس با انتشارات: ۰۹۱۲۷۰۷۳۹۳۵-۰۸-۰۶۶۴۷۸۱۰۶-۶۶۴۷۸۱۰۶-۲۱

www.Niaze-Danesh.com

مشاوره جهت نشر: ۰۹۱۲-۲۱۰۶۷۰۹

درباره کتاب

راهنمای اطلس برند (Brand Atlas) از بطن تمایل متقابل برای تجدید نظر در منبع برند برای دنیایی سرشار از اطلاعات به وجود آمده است. اگر ما حجم وسیعی از تفکر برندی را پالایش می‌کردیم و محتوای کافی را جهت پایش و آغاز گفت و گوهای معنی‌دار فراهم می‌کردیم، چه اتفاقی می‌افتاد؟ اگر ما از نمودارهای برانگیخته برای نشان دادن مفاهیم، فرآیندها و ابزارها استفاده می‌کردیم، چه اتفاقی می‌افتاد؟ اگر ما رابطه بین متن گسترده و نمودارهای کمینه را معکوس می‌کردیم و کتاب تجارت را که برای فراگیران بصری جذاب باشد، تدوین می‌کردیم، آنگاه چه اتفاقی می‌افتاد؟

راهنمای اطلس برند برای نسل جدیدی از سازندگان برند طراحی شده است. تا زمانی که مدیریت اندیشه موجود وسیع و هوشمندانه است، چه نیازی به کتاب دیگری در زمینه برندسازی است؟ ما بر این باوریم که زمان برای ابتکاری اساساً متفاوت که پویایی بازار، مفاهیم اساسی برند و ابزارها و فرآیندهای مدیریت برند را تلفیق و منجمد می‌کند، فرا رسیده است. ما می‌خواستیم برای خواننده‌ای که از فرصت اندک اما از تمایل فراوان برای فهم سریع اصول برند برخوردار است، جذابیت و علاقه ایجاد کنیم. ما می‌خواستیم تجربه خواننده در زمینه صفحات چاپی و استفاده از تبلت و تلفن‌های هوشمند را مورد توجه قرار دهیم.

پالایش محتوا و طراحی پنجاه و سه نمودار، فرآیندی نگران‌کننده و برانگیخته کننده است. تصویرسازی از داده‌ها در همه جا وجود دارد و غالباً با استفاده از نرم افزار انجام می‌شود. ما می‌خواستیم نمودارهای اصلی را ایجاد کنیم که به جای داده‌ها، ایده‌ها و مفاهیم را به تصویر کشیده باشند. تکنولوژی چنان برانگیخته و نیرومند است که غالباً حواس ما را از پرمعناترین کار پیش رو دور کرده است: اصل بودن، فکر کردن درباره ایده‌های بزرگ و طراحی آینده‌ای بهتر.

سادگی، وضوح، سازگاری و پرهیز از داده‌های سردرگم‌کننده، گمراه‌کننده و رانند از جمله عوامل بسیار مهم در زمینه طراحی نمودارها هستند. ما می‌توانستیم کل کتاب را با باورهای خود درباره عاملی که نموداری موفقیت‌آمیز می‌سازد، پر کنیم. در راهنمای اطلس برند، نمودارها به منظور تقویت درک و فهم، ساده کردن پویایی پیچیده، نمایش نحوه کارکرد امور و نشان دادن رابطه قطعات با یکدیگر و رابطه آنها با کل مجموعه ارائه می‌شوند. چالش موجود در این زمینه درک و فهم زبان بصری ساده، برجسته و منسجم بدون پیش‌بینی و تکرار بوده است.

راهنمای اطلس برند یک همکاری رویایی بوده است. ما یک سابقه ۳۰ ساله داریم. در بازه

زمانی سال‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۲، راهنمای یاد شده اصول Katz Wheeler Design بوده است. دوام کار ما در گذشته و حال مبتنی بر تمهیدی استوار به انجام هر کاری است که برای بهبود آن لازم است. امروزه، ما به جز در تعریف خود از برتری، افرادی متفاوت هستیم. این موضوع طرحی چالش برانگیز بوده است: اختصار و ایجاز امری دشوار است.

همکاری و مشارکت در بسیاری از مناطق از جمله فیلادلفیا صورت گرفته است اما Katz در سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ به مدت چند ماه از پاریس گرفته تا رم کار کرده است. در صورت مهیا بودن شرایط الینا در Skylight، خانه کوهستانی خود واقع در Adirondacks، کار کرده است.

اگر ما به فرآیندی طولانی و دشوار گذشته فکر کنیم، آیا باز هم آن را انجام می‌دهیم؟ قطعاً: ما بر چالش‌ها پادشاه پیروز می‌شویم. پاداش کار ما فرآیند مشترک و خود محصول بوده است. ما به سراغ بازخوردهای خوانندگان و همکاران خود می‌رویم و مطمئن هستیم که گفت و گوی ما به اندازه کافی مؤثر خواهد بود.

www.ketab.ir

درباره مولف ها



Alina Wheeler او مشاور برندسازی و نویسنده کتاب «اطلس برند:

راهنمای اساسی برای کل گروه برندسازی (Wiley) است. این کتاب،

پرفروش ترین کتاب مرجع بنگاه ها و سازمان های غیرانتفاعی در سراسر

جهان بوده است. او با هدف تسریع در ایجاد برندی روشن و شناخت برند با رهبران سازمان ها

همکاری می کند. فرآیند منظم وی به طور موفقیت آمیزی در سازمان های بزرگ و پیچیده مانند

Vanguard و سازمان های غیر انتفاعی مانند Thomas Jefferson's Poplar Forset

گرفته شده است. الینا مرتباً با اعضای تیم های مدیریت، فعالان مشاغل و دانشجویان در سراسر جهان

سخن می گوید. او یکی از اعضای سابق هیأت مدیره شرکت AIGA و یکی از اعضای شرکت

Identity Works Forum است. او با ED Wheeler که یک عکاس است، ازدواج کرده است.

آنها دو دختر و دو نوه دارند.



Joel Katz او طراح شناخت شده اطلاعات در سطح جهان و

منخصص تبدیل اطلاعات پیچیده به نمودار است. او ضمن همکاری

با آموزشگاه آمریکایی در رم و AIGA Philadelphia، در مناطق

مختلف سخنرانی می کند و طراحی اطلاعات را در دانشگاه هنر و دانشگاه فیلادلفیا تدریس می کند.

Joel دارای مدرک BA در زمینه خانه های با برتری هنر استثنایی از دانشگاه Yale است.

او جایزه برجسته ادبیات آمریکا را در این دانشکده کسب کرده است و دارای مدارک BFA

و MFA در زمینه طراحی گرافیک از مدرسه هنر Yale است. طرح او در ارتباط با موزه

Cooper-Hewitt و موزه های هنر مدرن، نیویورک، توکیو و کیوتو است. عکس او در آمریکا و

اروپا به نمایش در آمده است. وی در حال حاضر مشغول نوشتن کتابی در زمینه طراحی اطلاعات

است. کاتر با هنرمند Trish Thompson ازدواج کرده است و آنها دارای یک فرزند پسر هستند.



محمد طاهر دنگ کو دارای مدرک کارشناسی برق- الکترونیک، کارشناسی ارشد مخابرات- سیستم از دانشگاه شیراز و کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) بوده و در حال حاضر دانشجوی دکتری مدیریت می باشد.

وی در زمینه های متعددی از جمله سیستم های مخابراتی، سیستم های تصویربرداری پزشکی، پردازش و آنالیز تصاویر، خوشه بندی دینا، هوش مصنوعی، متدهای فراابتکاری (جستار الگوریتم سلول های بنیادی (SCA) و الگوریتم موش های کو ربی مو (BNMR))، متدهای تصمیم گیری مدیریت، بازاریابی (برندسازی)، مالی و مدیریت استراتژیک فعالیت دارد. همچنین، دارای کتب و مقالات ISI متعددی در زمینه های مذکور می باشد.

وی در حال حاضر ویراستار و داور بین المللی چندین ژورنال ISI در زمینه های Computer Science، Project Management و Medical Image می باشد.