

۱۴۶۷۹۸۴

راهبرد برند

نویسنده: سارا مک کارتی

مترجم: دکتر ع لیم فضلی پور

www.ketab.ir

سرشناسنامه: مک کارتنی، سارا

McCartney, Sarah

عنوان و نام پدید آور: راهبرد برند: صد ایده برتر برندسازی / سارا مک کارتنی؛ مترجم عظیم فضلی پور
مشخصات نشر: تهران، متخصصان بدون مرز، ۱۳۹۵.

۲۰۸ ص.

فروست: دانشنامه برند.

شابک: ریال ۲۵۰۰۰-۰۰-۹۷۱۶۵-۶۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: 100 great brand idea, c2012

یادداشت: چاپ قبلی: اندیشه اساتید، ۱۳۹۲.

موضوع: برندسازی (بازاریابی) - نمونه پژوهی.

موضوع: Branding (Marketing) -- Case Studies

موضوع: برندسازی (بازاریابی)

موضوع: Branding (Marketing)

شماره ۱۴: دهه: فضلی پور، عظیم ۱۳۵۵ - مترجم

رده بندی شنگره: ۷ ۱۳۹۵ م ۷ / HD۶۹

۶۵۸/۸۳۷ :

شماره شابک: ملی: ۴۲۳۹۵۷۵

نام کتاب: راهبرد برند: صد ایده برتر برندسازی

نویسنده: سارا مک کارتنی

ترجمه-تدوین: دکتر عظیم فضلی پور

سرویراستار: الهه رضائیان

ویراستار: مژگان فرجی

ناشر: انتشارات متخصصان بدون مرز

حروف چینی و صفحه آرایی: نویده معادی

چاپ: خانه چاپ ایران

بها: ۲۴۰۰۰۰ ریال

تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

مقدمه	۱۰
۱. چگونه برند را بشناسیم؟	۱۳
۲. ارزش‌های برند خود را بیان کنید	۱۴
۳. بدانید جایگاه برند شما کجای بازار است؟	۱۶
۴. به عملکرد برندتان تداوم ببخشید	۱۷
۵. برند خود را جذاب سازید / چگونه برند خود را جذاب سازیم؟	۱۸
۶. برندسازی آنلاین	۱۹
۷. نوعی حوزه اندازه‌گیری کنید	۲۱
۸. نام‌گذاری (شماره ۱): به برند خود دو معنا ببخشید	۲۲
۹. نام‌گذاری (شماره ۲): دو نام خوبه برند شما	۲۳
۱۰. نام‌گذاری (شماره ۳)	۲۴
۱۱. نام‌گذاری (شماره ۴): تذکر مهم	۲۶
۱۲. نام‌گذاری (شماره ۵): با نام برند خود افراد را هیجان نه کنید	۲۷
۱۳. نام‌گذاری (شماره ۶): بازی با کلمات	۲۹
۱۴. نام‌گذاری (شماره ۷): شاعرانه باشید / معنای برندتان را شاعرانه بیان کنید	۳۰
۱۵. هر محصول: بسته‌بندی یا نسخه محدود	۳۲
۱۶. برند هر محصول را دوباره راه‌اندازی کنید (رواج دهید)	۳۳
۱۷. برندهای بایگانی‌شده مخصوص کالاهای کلاسیک	۳۴
۱۸. لوگو (شماره ۱): لوگوها نقش مهمی پیدا می‌کنند	۳۶
۱۹. مهربان‌ترین افراد را داشته باشید	۳۸
۲۰. نوازندگی کنید	۳۹
۲۱. به پیامی توجه کنید که درون نام برند نهفته است	۴۱
۲۲. قیمت‌گذاری (شماره ۱): تعیین قیمت فروش	۴۲
۲۳. قیمت‌گذاری (شماره ۲): هیچ‌گاه تخفیف ندهید	۴۳
۲۴. قیمت‌گذاری (شماره ۳): ارزان‌ترین قیمت را برای کالاهای خود در نظر بگیرید	۴۴

۲۵. قیمت گذاری (شماره ۴): جایی برای چانه زدن باقی بگذارید..... ۴۶.
۲۶. قیمت گذاری (شماره ۵): قیمت را افزایش دهید..... ۴۷.
۲۷. قیمت گذاری (شماره ۶): گران قیمت ترین باشید..... ۴۸.
۲۸. رتبه بندی مشتریان..... ۴۹.
۲۹. خوب باشید..... ۵۰.
۳۰. جای تیرک دروازه را تغییر دهید (اهدافتان را تغییر دهید)..... ۵۲.
۳۱. کارفرمای نمونه ای باشید..... ۵۳.
۳۲. سبز باشید (شماره ۱): بسته بندی با امکان استفاده مجدد..... ۵۴.
۳۳. سبز باشید (شماره ۲): ساک های سازگار با محیط زیست..... ۵۶.
۳۴. طرح های جسورانه..... ۵۷.
۳۵. جایگاهتان را برای افراد توضیح دهید..... ۵۹.
۳۶. ارزش ها، برند و راه را زنده کنید..... ۶۰.
۳۷. برندسازی الکترونیک (شماره ۱): برای برند خود سایت راه اندازی کنید..... ۶۱.
۳۸. برندسازی الکترونیکی (شماره ۱): ایمیل های مشتریان..... ۶۲.
۳۹. تمیز..... ۶۳.
۴۰. چرا نباید معمولی باشید؟..... ۶۴.
۴۱. به رسانه ها کمک کنید..... ۶۶.
۴۲. با رسانه ها رابطه دوستی برقرار کنید..... ۶۷.
۴۳. وقتی کاری درست انجام می دهید، آن را ادامه می دهید..... ۶۸.
۴۴. ساک های دستی رنگی..... ۶۹.
۴۵. نمونه محصولات خود را بفروشید..... ۷۰.
۴۶. شکل و اندازه..... ۷۱.
۴۷. اختصاصی سازی..... ۷۲.
۴۸. ماهرانه رفتار کنید..... ۷۳.
۴۹. برندسازی الکترونیکی (شماره ۳): یوتیوب..... ۷۵.
۵۰. از وسایل نقلیه برندتان تبلیغ کنید..... ۷۶.

۵۱. خوب رانندگی کنید ۷۷
۵۲. برند الکترونیکی (شماره ۴): امضاها ی ایمیلی ۷۸
۵۳. ساختمان (شماره ۱): بازسازی تاریخ ۷۹
۵۴. ساختمان (شماره ۲) ۸۰
۵۵. ساختمان (شماره ۳): کپی با احتیاط ۸۱
۵۶. سوار کالسکه موزیک سیار شوید ۸۲
۵۷. جایی بروید که محل انجام کارهاست ۸۳
۵۸. پرچم را برافرازید ۸۵
۵۹. به شما تجربه باشید ۸۶
۶۰. رنگ متدیزی انتخاب کنید ۸۷
۶۱. در بازار باشید و به کار خود رسیدگی کنید ۸۸
۶۲. به اتمسفر اضافه کنید ۸۹
۶۳. دوستانه رفتار کنید ۹۰
۶۴. مادر بزرگ ها و پدر بزرگ ها را هم وارد بازی کنید ۹۱
۶۵. برند سازی (شماره ۵): پرسش های رایج و پاسخ آن ها را حذف کنید ۹۳
۶۶. از سیستم NPS استفاده کنید ۹۴
۶۷. برند سازی الکترونیک توئیتر ۹۵
۶۸. برند سازی الکترونیک (شماره ۷): فیس بوک ۹۶
۶۹. نشان خوش یمن ۹۸
۷۰. از تیم ورزشی خاصی حمایت کنید ۹۹
۷۱. یک عبارت یا تکه کلام برای خود انتخاب کنید ۱۰۱
۷۲. باینکه کسی به آن توجه نمی کند، نکات دستوری و املا ی درست کلمات را رعایت کنید ۱۰۲
۷۳. برند سازی الکترونیک (شماره ۸): موتورهای جست و جو ۱۰۳
۷۴. محلی سازی ۱۰۴
۷۵. موسیقی ۱۰۶

۷۶. طرح‌های متمایز ۱۰۷
۷۷. برندسازی الکترونیکی (شماره ۹): وبلاگ خودتان را داشته باشید ۱۰۸
۷۸. لوگوها (شماره ۲): نمادها ۱۰۹
۷۹. لوگوها (شماره ۳): علامت‌گذاری با حروف ۱۱۰
۸۰. کتاب بنویسید ۱۱۱
۸۱. از حس بویایی‌تان پیروی کنید ۱۱۲
۸۲. درباره هر مطلبی بپرسید ۱۱۳
۸۳. آوای برند ۱۱۵
۸۴. گسترش برند ۱۱۶
۸۵. تست ۱۱۷
۸۶. مشتری‌ها را دست‌خالی روانه کنید ۱۱۸
۸۷. داستان خود را تعریف کنید ۱۲۰
۸۸. نوآوری ۱۲۱
۸۹. شرکای خلاق ۱۲۳
۹۰. اشخاص مشهور را هدف بگیرید ۱۲۴
۹۱. رهنمون‌های برند ۱۲۶
۹۲. درباره همزاد زبان‌آور برند آگاهی داشته باشید ۱۲۷
۹۳. برندهای کارآفرین ۱۲۸
۹۴. لوگوها (شماره ۴): درست کردن نام شرکت با استفاده از حروف ۱۲۹
۹۵. شعارهای تبلیغاتی ۱۳۱
۹۶. عمومی باشید ۱۳۲
۹۷. برجسته ۱۳۴
۹۸. از میلمان استفاده کنید ۱۳۶
۹۹. از انگیزه خود حمایت کنید ۱۳۷
۱۰۰. کاری تکان‌دهنده انجام دهید ۱۳۹

مقدمه

اگر مدیر شرکتی چندملیتی باشید یا صاحب بنگاهی اقتصادی اجتماعی یا خیریه یا گروهی که در امور خاصی فعالیت می‌کنند و حتی اگر یک نفره به کار خاصی می‌پردازید، صاحب برند هستید. برندسازی این است که تصمیم بگیرید در کجای کار باشید و چه چیزی شما را از دیگران متمایز سازد تا موفق شوید با نشان دادن تفاوت‌ها، به روشن‌ترین شکل ممکن، برند خود را چشمگیر کنید.

ماهیت هر برند و کارهایی که انجام می‌دهد، بخشی از هویت آن را شکل می‌دهد. بنابراین، تا زمانی که کارتان را درست انجام می‌دهید، ساختن هویت برند، آن را بیشتر مشخص و آشنا و اطمینان‌بخش می‌سازد. اگر همه کارها خوب پیش برود، امکان اینکه مردم برند شما را انتخاب و از آن استفاده کنند و درباره آن با دوستانشان صحبت کنند، بیشتر است.

شما به جملات زیر از زبان مردم، به این معنی است که برندسازی شما فعال است:

بچه، آن را می‌شناسم. آن‌ها کسانی هستند که:

۱. ساختنی آن را مرکز شهر دارند؛

۲. بیسکرت‌های رستوران تولید می‌کنند؛

۳. حامی تیم فوتبال ما هستند؛

۴. ژاکت مورد علاقه من را می‌پوشانند.

مهم این است که مردم مطالب خوبی درباره برند شما به یاد بیاورند و آن را به دوستانشان پیشنهاد دهند و آن را با دیگر برندها اشتباه نگیرند.

در این کتاب، صد ایده برای برندسازی شما ارائه می‌شود. برخی از این برندها، درباره راهبردهای برند و برخی دیگر درباره فعالیت خاصی است که می‌توانید انجام دهید. استفاده از این ایده‌ها، به فعالیت شما جهت می‌دهد یا به شما کمک می‌کند به آن که دارید، ارزیابی کنید.

می‌توانید این کتاب را از آغاز تا پایان بخوانید یا اینکه هر یک از بخش‌ها را که می‌خواهید، به‌طور تصادفی انتخاب و مطالعه کنید. همه این مطالب اینجا آورده شده است که به شما ایده بدهد؛ نه اینکه فقط قصه گفته باشیم. من از این داستان‌ها استفاده کردم موقعیتی برای شما روشن کنم که ممکن است دوباره رخ بدهد و ممکن است شما برای برند خود، به‌طور متفاوتی از آن بهره بگیرید. البته شاید همه این داستان‌ها درباره شما صادق نباشد؛ اما بی‌شک بعضی از آن‌ها صادق است و امیدوارم بتوانم اطلاعات جدیدی به شما بدهم و شما هم درباره آن بیندیشید و آن‌ها را با شرایط خود بسنجید.

برندها دارایی‌های نامشهود سازمان‌ها و مردم هستند؛ بنابراین مجبور خواهید شد بعضی از مثال‌هایی که یزایتان آورده‌ام، قبل از اینکه ایده مشابهی برای سازمانتان به کار بگیرید، با شرایط خود بسنجید. اما، اینجاست که خلاقیت و ابتکار وارد می‌شود و بهتر است آنچه قادر به انجام آن هستید و آنچه نمی‌توانید از پس آن بریابید، معین کنید. این کار به شما کمک خواهد کرد راه‌حل خودتان را برای مشکل خاص خودتان پیدا کنید.

یادداشت اضافه

نکته: حقیقت را بازگو کنید. امروزه باوجود شبکه‌های اجتماعی و گسترش سریع اخبار از طریق اینترنت، اگر تلاش کنید واقعیتی کثیف را پشت چهره‌ای شیشه‌ای قرار دهید، خیلی زود دستان رو می‌شود. بهترین برندسازی از ساختن سازمانی عالی به‌وجود می‌آید. پس از آن اجازه دهید مردم همه‌چیز را درباره شما بدانند.

www.ketab.ir