

قدرت برندینگ فردی

www.ketab.ir

سمیه فقیهی پور

جواد فقیهی پور



نشر پارسینه

سرشناسه: فقیهی پور، سمیه، ۱۳۶۱-
 عنوان و نام پدیدآور: قدرت برندینگ فردی / سمیه فقیهی پور، جواد فقیهی پور.
 مشخصات نشر: تهران: پارسینه، ۱۳۹۳.
 مشخصات ظاهری: ۲۳۰ ص: مصور، جدول، نمودار.
 شابک: ۷-۱۹-۷۳۶۹-۶۰۰-۹۷۸: ۱۱۸۰۰۰ ریال.
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
 یادداشت: کتابنامه.
 موضوع: برندسازی (بازاریابی)
 شناسه افزوده: فقیهی پور، جواد، ۱۳۶۱-
 رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۳، ق۷/ف۱۲۵۵/۵۴۱۵ HI
 رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۲۷
 شماره کتابشناسی ملی: ۳۷۵۱۸۵۶



نام کتاب: قدرت برندینگ فردی
 مولفین: سمیه فقیهی پور، جواد فقیهی پور
 ناشر: پارسینه
 چاپ و صحافی: مجتمع چاپ اول
 شابک: ۷-۱۹-۷۳۶۹-۶۰۰-۹۷۸
 نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۴
 شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
 قیمت: ۱۶۸۰۰۰ ریال

*** حق چاپ این اثر، برای مولفین محفوظ است ***

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۴، نشر پارسینه

تلفن تماس: ۶۶۹۶۸۸۱۵

فهرست مطالب

.....	مقدمه
فصل اول: تاریخچه و تعاریف	
۱.....	برند فردی
۶.....	برند فردی یک وعده است
۱۴.....	یک تصویر شخصی، به تنهایی یک برند فردی به حساب نمی آید
۱۶.....	قدمت برندینگ به بلندای تاریخ بشریت است
۱۸.....	پیشنهاد فروش منحصر به فرد
۲۰.....	بیانیه برند فردی
۲۲.....	طراحی بیانیه برند فردی
۲۳.....	بیانیه آسانسور
۲۶.....	نکات مهم در تدوین بیانیه آسانسور
۲۹.....	ارزش پیشنهادی
فصل دوم: اهمیت، مزایا و کارکردها	
۳۱.....	اهمیت برندینگ فردی
۴۲.....	تصورات نادرست در خصوص برندینگ فردی
۴۳.....	مزایای برند فردی
۴۹.....	پیامدهای برند فردی ضعیف
۵۰.....	محدوده اثرگذاری برند فردی یا اصل دامنه
۵۲.....	آنچه برند فردی برای شما انجام نخواهد داد

فصل سوم : آناتومی برند فردی

۵۶	سر=استراتژی
۵۷	قلب=ارزش‌ها
۵۸	دست‌ها=روابط
۶۰	معدّه=محتوا
۶۱	لباس=هویت/ بسته‌بندی
۶۵	تصویر حرفه‌ای
۶۷	زبان بدن و ارتباطات غیرزبانی
۶۷	بهداشت فردی
۷۲	پاها=تاکتیک‌ها

فصل چهارم: فرایند برندینگ فردی

۷۷	برندینگ فردی چیست؟
۸۰	هرم برندینگ فردی
۸۵	تمرین ۱: فرهنگ لغت شخصی
۸۸	چه زمانی باید برندینگ فردی خود را آغاز کنید؟
۹۳	«4D» برندینگ فردی
۹۴	کشف
۹۶	تمرین ۲: تعریف برند فردی
۹۷	توسعه
۹۹	توسعه‌ی برندینگ فردی به روایت پیترو مونتویا
۱۰۱	طرح
۱۰۳	اجرا
۱۰۹	تفکر مبتنی بر دارایی
۱۱۰	متخصص گرا یا عمومی گرا؟
۱۱۳	مجموعه مهارت‌ها
۱۱۶	هماهنگی با برند تجاری
۱۱۶	ایجاد یک شهرت مثبت

۱۱۹	هشت قانون برندینگ فردی
۱۲۲	قوانین برند فردی و ساجین تندولکار
۱۲۷	مطالعه موردی ۱: دیوید دیل از شرکت دیل دیزاین گروپ

فصل پنجم: مدیریت برند فردی

۱۳۰	گرفتن بازخورد
۱۳۱	ارزیابی برند فردی
۱۳۳	سیر تکاملی
۱۳۳	برند فردی و یافتن شغل مناسب
۱۳۹	چالش‌های پیش روی فرآیند برندینگ فردی
۱۴۱	با ثبات باشید
۱۴۲	فعال باشید و به طور موثر ارتباط برقرار نمایید

پیوست‌ها

۱۴۷	پیوست شماره ۱: هفت کلید طلایی برندینگ فردی
۱۶۷	پیوست شماره ۲: برندینگ فردی در سه مرحله
۱۸۲	پیوست شماره ۳: چک لیست تحلیل برند فردی
۱۹۷	پیوست شماره ۴: آزمون نگارش حرفه‌ای
۲۰۲	پیوست شماره ۵: برند فردی برای وکلا
۲۰۷	پیوست شماره ۶: مراحل موفقیت در برندینگ فردی
۲۱۳	پیوست شماره ۷: توصیه‌های کاربردی

۲۲۵	منابع
-----	-------

مقدمه

یک برند را می‌توان نام مجموعه‌ای از ارزش‌ها و منافع دانست که در ذهن مشتری شکل گرفته است. این نام می‌تواند برای یک محصول، خدمت، دارایی شرکت یا حتی برای یک «فرد» باشد. مثال‌های بی‌شماری از افرادی که به برند تبدیل شده‌اند وجود دارد. در عرصه‌ی بین‌المللی، اسامی مانند استیو جابز یا بیل گیتس براحتی در ذهن هر کسی نقش می‌بندد. تام پیترز که برای اولین بار نام «برندینگ فردی» را مطرح کرد، می‌گوید: «همه‌ی ما باید بدون در نظر گرفتن سن، جایگاه و کاری که انجام می‌دهیم، از اهمیت برندینگ فردی باخبر باشیم. ما مدیر عامل شرکت خودمان هستیم؛ کار اصلی ما در این شرکت این است که بازاریاب برندی به نام خود، باشیم. این کار هم سخت است و هم آسان و هم اجتناب‌ناپذیر».

برندینگ فردی تفاوت زیادی با برندینگ محصول ندارد جز اینکه، در برندینگ فردی چیزی که قرار است تبدیل به برند شود، شما هستید. برند فردی، نشان‌دهنده‌ی برداشتی است که دوست دارید دیگران از شما داشته باشند و امروزه تبدیل به وسیله‌ای شده است که منجر به پیشنهادهای کاری، تجارت و روابط فردی گسترده و مشتریان جدید می‌شود. برندینگ فردی پلی میان شما و دیدگاه‌ها و نکاتی است که شما درباره‌ی خودتان بیان می‌کنید و بر روی آنها تاکید دارید. مردم بر اساس انتظارات از پیش‌شکل‌گرفته در مورد شما دست به انتخاب خواهند زد. هر چقدر که توانایی شما در استفاده از ویژگی‌های شخصی‌تان برای برند کردن خودتان براساس انتظارات مثبتی که از شما می‌رود بیشتر باشد، احتمال آنکه به دستاوردهای بیشتری در زندگی برسید نیز بالاتر است.

افرادی که در مسیر مدیریت زندگی‌شان به سوی دستاوردهای پایدار و بادوام تلاش می‌کنند، می‌دانند که تنها، داشتن شغل خوب ضامن موفقیت نیست. مهارت و استعداد با یکدیگر متفاوت‌اند. موفقیت یعنی تصویری که هر روز صبح از خود در آینه می‌بینید و اینکه چگونه از این بازتاب برای شکل‌دادن به زندگی خود استفاده می‌کنید و این یعنی برندینگ فردی. درست همانند شرکت‌های بزرگ که برندهای منحصر به خود را می‌سازند، حرفه‌ای‌ها و مالکین کسب و کارها نیز می‌توانند (و باید) همین کار را برای خودشان انجام دهند. در حقیقت، برند فردی در حال تبدیل شدن به یکی از ملزومات اصلی حرفه‌ای بودن است. برند فردی به شما کمک می‌کند که در صف رقابت، پیش‌تاز باشید.

«موفقیت ژنتیکی نیست»

این کتاب که حاصل تلاش شبانه روزی مولفین و برگرفته از نکاتی کاربردی از علم برندینگ فردی در کشورهای توسعه یافته است، به شما کمک می‌کند که برند فردی‌تان را طراحی کنید، بسازید و مدیریت نمایید. بی‌شک شما به دنبال توصیه‌هایی سودمند هستید. پس سعی ما این خواهد بود که سهولت و کاربردی بودن مطالب را برای شما حفظ کنیم و راهنمایی‌های موثری را در این خصوص، ارائه نماییم. تعدادی پیوست نیز به انتهای کتاب افزوده شده که مطالعه آن را به خوانندگان عزیز توصیه می‌کنیم.

توجه داشته باشید که اگر برندینگ فردی برای شما اولویت نیست، ممکن است برای کسی که در شرکت و محل کار شما، با شما رقابت می‌کند اولویت باشد. پس برای خواندن مطالب، زمان بگذارید. راهنمایی‌های ذکر شده را در تعامل‌های روزانه‌ی خود به کار ببرید و از همه مهم‌تر، هر روز اقداماتی را انجام دهید که از مهارت‌های حرفه‌ای و فردی‌تان، برای ایجاد برندی منحصربه‌فرد برای شما استفاده کند.

همیشه منتظر بازخوردهای شما هستیم. می‌توانید ما را در www.FaghihiPour.ir دنبال کنید.