

۱۴۵۲۶۴۴
۹۶/۲/۴

برند شخصی

من

تألیف و ترویج:

ایمان حیدری

ویراستار:

استاد حمید مهربانی

سرشناسه: حیدری، ایمان، ۱۳۶۴ -

عنوان و نام پدیدآور: برند شخصی من / تألیف و گردآوری ایمان حیدری.

مشخصات نشر: تهران: توانگران، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۴۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۷۶۰۸-۹۰-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: بازاریابی (بازاریابی)

موضوع: Branding (Marketing)

رده بندی دبی: ۱۲۵۵/۵۲۱ HF / ح ۹ ب ۴ ۱۳۹۵

رده بندی دیویی: ۲۷/۴۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۴۵۶۳۵

شمارگان: ۱۰۰۰

تهیه کننده: تیم دات اکزه

مدیر اجرایی: امیر محمدامینی - ویدا زنگنه

ویراستار: استاد حمید مهربانی

تصویرگر: سایه پورمهدی

ناشر: انتشارات توانگران

چاپ و صحافی: نهضت پویا

چاپ: اول زمستان ۱۳۹۵

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

مرکز پخش:

فهرست مطالب

۹	مقدمه مؤلف
۱۰	بخش اول
۱۱	چگونه یک تصویر از برند شخصی خود بسازید
۱۲	شما که هستید
۲۸	جایی که می‌خواهید باشید
۳۲	ارزش های قابل تقلید و رقابت با دیگران
۳۶	تصویر حرفه‌ای خود را توسعه دهید
۳۶	تداوم و استمرار
۳۷	خلاصیت
۳۸	به یادآوردنی بودن
۴۰	عکس‌های حرفه‌ای
۴۱	وب سایت حرفه‌ای
۴۲	امضای ایمیل
۴۳	اعتبارسازی
۴۶	بخش دوم
۴۷	چگونه مخاطبان هدف‌تان را تعریف کنید
۴۸	زیاد ببخشید تا زیاد دریافت کنید
۴۹	کسی که به شما حقوق می‌دهد
۵۳	تاثیرگذاران بر گروه اول
۵۵	حمایت کنندگان شما
۵۷	با سؤال کردن به سراغ حمایت کنندگان خود بروید
۶۰	بخش سوم
۶۱	چگونه دارایی‌های آنلاین و آفلاین خود را بسازید
۶۱	ساختن ارتباطات اجتماعی
۶۶	استراتژی خرید دامین
۶۷	یک وب سایت حرفه‌ای بسازید

- ۷۲..... یک وبلاگ بسازید.
- ۸۰..... کارت ویزیت و دیگر دارایی‌های آنلاین.
- ۸۴..... بخش چهارم
- ۸۵..... چگونه برند خود را توسعه دهیم.
- ۸۵..... هدایت به سمت فرصت‌ها.
- ۸۹..... وبلاگ نویسی و گسترش برند.
- ۹۲..... توزیع مقالات و مصاحبه‌ها.
- ۹۴..... مشارکت در وبینارها.
- ۹۶..... کاربرد اینستاگرام در ساخت برند.
- ۹۸..... برند بازی شخصی و تبلیغات آنلاین.
- ۱۰۰..... بخش پنجم
- ۱۰۱..... پوشش رایگان رسانه‌ها.
- ۱۰۱..... روش Tim Ferris
- ۱۰۴..... بالارفتن از زنجیره رسانه‌ها.
- ۱۰۸..... بخش ششم
- ۱۰۹..... مربیان و اساتید کسب و کار و صنعت.
- ۱۱۰..... تأثیر مربیان در موفقیت‌های حرفه‌ای.
- ۱۱۵..... روش جذب احترام و اعتماد مربیان.
- ۱۱۸..... چرا یک مربی باید با شما کار کند.
- ۱۲۰..... بخش هفتم
- ۱۲۱..... چگونه بر برندتان نظارت کنید.
- ۱۲۱..... چرا باید بر روی نام خود کنترل داشته باشید.
- ۱۲۴..... چگونه نتایج بد جستجو را پاک کنید.
- ۱۲۷..... ابزارهای کمکی در نظارت آنلاین.
- ۱۳۱..... چگونه نظرات منفی را مدیریت نکنیم.
- ۱۳۱..... چگونه نظرات منفی را مدیریت کنیم.
- ۱۳۲..... بخش هشتم

- ۱۳۳..... چگونه یونیک و خاص باشیم.
- ۱۳۴..... چرا بیرون از جمعیت ایستادن یک ضرورت است.
- ۱۳۷..... توسعه داستان‌های شخصی.
- ۱۳۹..... سخنرانی آسانسوری خود را آماده کنید.
- ۱۴۱..... ساخت یک ارائه مناسب برای تعریف داستان.
- ۱۴۳..... چگونه فرصت صحبت کردن و سخنرانی به دست آورید.
- ۱۴۴..... خودتان را پیدا کنید؛ برای دیگری بودن فایده‌ای ندارد.

مقدمه ناشر

برند و برندسازی یکی از حلقه‌های گمشده اقتصاد در ایران می‌باشد که گاه با ورود افراد غیر متخصص و ناکارآمد به این حوزه و گاه با خودسری‌های صاحبان مشاغل، تبدیل به عنصری لوکس می‌شود. برندسازی فرآیندی ناگزیر است که برای هر فعال حوزه اقتصادی به فراخور سطح و نیاز آن حوزه، ضروری می‌باشد.

ورود به این فرایند، بدون داشتن تخصص و دورنمایی واقعی، بر مبنای نیازها و خواسته‌ها، معقول صاحبان مشاغل، کاری خطرناک و هزینه بر (بدون داشتن خروجی مناسب) خواهد بود. صاحبان بازار و کارشناسان این حوزه از انواع مختلف برندسازی نام برده‌اند که در مجموع مختلف به ۲۱ عنوان نیز اشاره شده است. اما به طور کلی می‌توان این ۲۱ مورد در قالب ۷ دسته بندی جای داد:

- ۱- برند محصول یا Product Branding
- ۲- برند شخصی یا Personal Branding
- ۳- برند شرکتی یا Corporate Branding
- ۴- برند جغرافیایی یا Geographic Branding
- ۵- برند عمومی، حکومتی یا Public, Government Branding
- ۶- برند فرهنگی یا Cultural Branding
- ۷- برند مذهبی یا Religious Branding

در این کتاب به برند شخصی پرداخته شده است. مؤلف کتاب تلاش کرده است شما را با مراحل اولیه برندسازی شخصی به صورت کاربردی و گام به گام آشنا نماید.

ست گودین متخصص برندسازی شخصی می‌گوید: من پیش بینی می‌کنم تا سال ۲۰۲۰ تنها شاخص مهم برای جذب افراد در سازمان‌ها و یا ارزیابی میزان موفقیت ایشان، رد پای افراد در فضای دیجیتال و مجازی خواهد بود نه رزومه آنها.

همیشه برندسازی را به تیزکردن تبر تشبیه کرده‌ام. تبر کُند نه تنها انرژی و زمان را هدر می‌دهد بلکه گاه رسیدن به نتیجه را غیر ممکن می‌کند. گام دوم موفقیت اقدام سریع است، پس زودتر تبرهای خود را تیز کنید.

مدیر مسئول

امیر مسعود معینی

www.ketab.ir

مقدمه مؤلف

دنیای امروز ما دنیای رقابت بین برندها برای به دست آوردن جایگاه بهتر در ذهن مخاطبان و مشتریان می باشد. هرچه بیشتر پیش می رویم، نیاز به برند و برندسازی که اطمینان بخش کیفیت محصولات است را بیشتر متوجه می شویم. همین موارد برای اشخاص و افراد نیز می تواند به کار رود. البته در این باره کتاب های زیادی وجود ندارد، زیرا بسته به شاخه های کاری مختلف، روش ها و دارایی های متفاوتی نیز می تواند برای برندسازی شخصی مورد استفاده قرار گیرد. با این همه بسیاری از روش ها و الگوها، نکات مشابه بسیاری با هم دارند که در همه ی آنها مشترک است. به همین جهت در این کتاب سعی شده است از نکات مشابه و الگوهای بین المللی که مورد قبول همگان است استفاده گردد، تا برای عموم مردم قابل استفاده و کاربردی باشد. این کتاب به صورت یک خودآموز گام به گام نوشته شده و به خوانندگان محترم امکان حرکت مورد به مورد و یا اضافه کردن به گام های آن را فراهم می سازد. ابزارها و روش های پیشنهاد شده، تمرکز دنیای رو به پیشرفت امروز رو به تغییر و گسترش هستند و همچنین ممکن است در آیندای نزدیک ابزارهای جدیدی نیز برای استفاده در این زمینه هابه وجود آید. لذا شما با سنی همواره با پیشرفت های تکنولوژی بروز بمانید و همواره به دنبال روش ها و الگوهای جدید باشید.

پیشنهاد ما برای بهترین روش مطالعه و استفاده از اطلاعات و ابزارهای کتاب این است که خواننده یک بار به صورت کلی آن را مطالعه نمود و بار دوم یادداشت برداری مناسبی از آن داشته باشد تا بتواند از این طریق گام های بعدی خود برنامه ریزی و تنظیم نموده و کار برندسازی شخصی خود را به خوبی به پایان برساند. در پایان از تمامی خوانندگان عزیز خواهشمند است در جهت رفع معایب و افزایش کیفیت این کتاب در چاپ های بعدی ما را یاری نمایند. همچنین می توانید نظیهی سوالات خود را با ایمیل شخصی بنده Iman.Heidari@gmail.com به اشتراک بگذارید.

با تشکر

ایمان حیدری