

۱۳۹۸۸۳۳



هفت گام عملی

برندسازی شخصی



نویسنده و مولف:

علیرضا رضایی

نشر آقای کتاب

۱۳۹۴

سرشناسه	:	رضایی، علیرضا، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور	:	هفت گام عملی برندسازی شخصی / نویسنده و مؤلف علیرضا رضایی.
مشخصات نشر	:	تهران: آقای کتاب، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	:	۱۰۸ص: مصور؛ ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۰۱۶-۶۱-۸
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبیا
موضوع	:	برندسازی (بازاریابی)
موضوع	:	موفقیت در کسب و کار
موضوع	:	موفقیت شغلی -- اثر نوآوری
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۴ ۷۵۷/۶۱۵/۵۴۱۵/۱۲۵۵ HF
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۲۷
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۱۷۷۷۴۴

ناشر	:	آقای کتاب
عنوان	:	هفت گام عملی برندسازی شخصی
مؤلف	:	علیرضا رضایی
طرح روی جلد	:	علیرضا رضایی
نوبت چاپ	:	اول / ۱۳۹۴
تیراژ	:	۱۰۰ جلد
قیمت	:	۱۲ هزار تومان
شماره شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۰۱۶-۶۱-۸

این اثر مشمول قانون حمایت از نویسندگان، مؤلفان و مصنفان و همکاران است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به سرمایه گذار می باشد.

آدرس نشر و محل توزیع: تهران، میدان انقلاب، ابتدای خ وحید نظری، بن بست بختیاری،
پلاک ۷، واحد ۱ تلفن و دورنگار: ۶۶۱۷۶۸۹۱

سایت: www.aghayeketab.com | ایمیل: Info@aghayeketab.Com

www.ghazayesalem.org

"مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلف می باشد"

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

پیشگفتار ۵

فصل اول

برند چیست؟ ۷

فصل دوم

هدف گذاری و برنامه ریزی ۱۵

فصل سوم

حالا چگونه هدف گذاری و برنامه ریزی کنیم؟ ۲۳

فصل چهارم

ابزارهای رشد و نگه داری برند ۴۹

فصل پنجم

کنترل کیفیت روند نگه داری، گسترش و توسعه برند ۵۹

فصل ششم

مدیریت زمان و تصمیم گیری در برند شخصی و سازمانی ۷۵

فصل هفتم

دو مثال واقعی ایرانی موفق از استراتژی بریدینگ شخصی ۹۵

پیشگفتار

به نظر و تجربه شخصی‌ام، تئوری همه تکنیکها و فنون موفقیت در هر جا و هر زمان، نتیجه‌ی تفکر حل مسئله، تصمیم‌گیری کارآمد و توانمندی خلاقیت و اندیشه است اما در عمل، باید فنون با اصول و ارزشهای هر شخصی هماهنگ باشد. کسی که اصول و ارزشهای زندگی برای خودش مشخص نباشد هیچ تئوری و تجربه موفق برای او موثر نیست. مطالب این کتاب به شما تمامی آنچه که برای ساخت یک پرسونال برند منحصر به فرد نیاز دارید را نشان می‌دهد. در فضای کاری این روزها و وجود چشم اندازی بی‌پایان، ایجاد یا حفظ یک امکان در کارآفرینی، بسیار لازم است. و برای تداوم ماندگاری برند کار و حرفه شما جایی برای اینکه فردی شبیه به همه باشید وجود ندارد. شما باید در فضای رقابتی متمایز باشید. شما چه مدیریک سازمان بزرگ باشید یا مدیر میانی تا یک کارنده ساده؛ در هر حالت و در درجه اول باید یک مدیر موفق بر اعمال و رفتار خود باشید. موفقیت شما در درجه اول باید در بین همکاران و نیروهای انسانی مجموعه همکارانتان اتفاق بیفتد. آنچه که باعث می‌شود شما را در یک مجموعه متمایز کند در نهایت بین همه با چند کلمه توصیف می‌شود این چند کلمه یا یک عبارت ساده، شاخص شما است که بیان‌کننده مدیر برند خاص است. اگر قصد ایجاد یا بهبود برند سازمانتان را دارید در قدم اول و به عنوان یک پیش‌نیاز الزامی، باید تمرین بهبود برند شخصی داشته باشید باید برای همکاران خود بیشتر جذاب باشید، باید به شما به عنوان یک رهبر و مدیر برند اعتماد کنند و این کار تنها با داشتن یک پرسونال برند خاص امکان‌پذیر است.

همه چیز مطابق با همه افراد نیست بنابراین اگر دیدید که چیزی در آن با دیدگاه یا اهداف شما سنخیت ندارد یا موافق آنها نیستید نگران نباشید چون بعداً می‌توانید فراموش کنید! هدف من، پوشش دادن تمام مراحل است که در ساخت برند شخصی یا "شاخص شخصی شاخص" می‌تواند مهم باشد. خوشختانه یا مأسفانه منابع کمی درباره برند شخصی در بازار وجود دارد که با وجود نیازی که در کشور ما برای توسعه اقتصادی و توجه به صادرات غیرنفتی احساس می‌شود این منابع آموزشی باید غنی‌تر، بیشتر و کاربردی‌تر شوند. توجه به برندسازی چه در برندینگ شخصی یا سازمانی یا برند ملی، خلق یک حماسه است.



از شما خواننده گرامی تقاضا دارم چنانچه سوال، تجربه، پیشنهاد و انتقادی درباره این کتاب دارید با من در میان بگذارید. امیدوارم در ویرایش‌های آینده این کتاب هم به سوی تکاملی حرکت کند.

این کتاب یک راهنمای تخصصی برای ساخت برند شخصی شماست و اطلاعات بسیار زیادی را از مراحل مختلف ساخت یک برند شخصی پوشش می‌دهد، شاید همه مطالب برای شما نیاز نباشد و یا اینکه کم باشد! با این وجود یک الگوی کاربردی برای ایجاد بهبود و توسعه برندینگ سازمانی هم هست که توصیه می‌کنم حتماً تمامی مراحل را برای رسیدن به هدف طی کنید. تجربه شخصی شغلی خودم این است که هرگز سازه‌ای را ندیده‌ام که برند باشد اما مدیر و راهبر آن برند نباشد و همچنین اشخاص برنده را ندیده‌ام مگر آنکه سازمان و شرکتشان را برند کرده‌اند. هر شکستی در اشخاص و سازمان‌ها دیده‌ام به نظرم به علت برند نبودن اشخاص، مدیران یا عدم تعهدشان به ارزشهای برند سازمان بوده است. از آنجایی که اولین شغلم را به صورت حرفه‌ای در شرکت کومپاس (نمایندگی ایران) به عنوان یک برند بزرگ جهانی تجربه کرده‌ام می‌خواهم در اینجا از مدیرعامل کومپاس ایران جناب آقای دکتر جمشید عدالتیان و همچنین خانم دکتر فرشته میرهاشمی موسس بنیان، بابت بودنشان در مسیر زندگی و رشد با افتخار بسیار سپاس‌گزاری کنم. برای شما نوشته‌ها در این کتاب از مطالب و ترجمه‌های سایت‌های اساتید نیز کمک گرفته‌ام که وظیفه خود می‌دانم از ایشان و همچنین مترجم توانا در وبلاگ کادوسیة خانم نعمة موسوی سپاس‌گزاری کنم.

علیرضا رضایی info@behroozi.org

مسئول آموزش موسسه توسعه مهارت‌های تفکر خلاق و مدیره خلاق باشگاه بهروزی