

طراحی هویت برند

آلینا ویلر

محمد طاهر دنگ کو

نیاز دانش

سرشناسه	: ویلر، الینا، ۱۹۴۸ م.	Wheeler, Alina
عنوان و نام پدیدآور	: طراحی هویت برند	
مشخصات نشر	: تهران: نیاز دانش، ۱۳۹۴.	
مشخصات ظاهری	: ۳۲۴ ص. مصور (رنگی)، جدول (رنگی)، نمودار (رنگی)، ۲۲*۲۹ س م.	
شابک	: 978-600-7724-06-4	
وضعیت فهرست‌نویسی	: فبیای مختصر	
یادداشت	: فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir	
	: قابل دسترسی است.	
یادداشت	: عنوان اصلی: designing brand identity	
شناسه افزوده	: طاهر دنگ کو، محمد، ۱۳۶۳	
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۷۸۸۹۸۱	



www.ketab.ir

نام کتاب	: طراحی هویت برند
نویسنده	: آلینا ویلر
مترجم	: محمد طاهر دنگ کو
مدیر اجرایی - ناظر بر چاپ	: حمیدرضا محمد شیرازی - محمد شمس
ناشر	: نیاز دانش
صفحه‌آرا	: واحد تولید انتشارات نیاز دانش
لیتوگرافی / چاپ	: گنجینه
نوبت چاپ	: اول - ۱۳۹۴
شمارگان	: ۱۰۰ نسخه
قیمت	: ۱۴۸۰۰۰۰ ریال

ISBN-978-600-7724-06-4

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۲۴-۰۶-۴

هرگونه چاپ و تکثیر (اعم از زیراکس، بازنویسی، ضبط کامپیوتری و تهیه‌ی 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 می‌گیرند.

کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است.

تماس با انتشارات: ۰۲۱-۶۶۴۷۸۱۰۶-۶۶۴۷۸۱۰۸-۶۶۴۷۸۱۰۸-۰۹۱۲۷۰۷۳۹۳۵

www.Niaze-Danesh.com

مشاوره جهت نشر: ۰۲۱-۶۷۰۹-۹۱۲

اصول

۴۸	۱	اصول
۵۰	۲	برند چیست؟
۵۲	۴	هویت برند چیست؟
۵۴	۶	برندسازی چیست؟
۵۶	۸	سهامدار چه کسی است؟
۵۸	۱۰	چرا سرمایه‌گذاری؟
۶۰	۱۲	استراتژی برند
۶۲	۱۴	میان فرهنگی‌ها
۶۴	۱۶	ایده‌ی بزرگ
۶۶	۱۸	تجربه‌ی مشتری
۶۸	۲۰	معماری برند
۷۰	۲۲	نام‌ها
۷۲	۲۴	تگ لاین‌ها
۷۴	۲۶	وفادار ماندن به پیام
۷۶	۲۸	اهداف برند
۷۸	۳۰	نگرش
۸۰	۳۲	معنا
۸۲	۳۴	درستی و اصالت
۸۴	۳۶	انسجام
۸۶	۳۸	اعطاف‌پذیری
۸۸	۴۰	تعهد
۹۰	۴۲	ارزش
۹۲	۴۴	تمایز
۹۴	۴۶	پایداری
۹۶		
۹۸		

بهترین اقدامات

فرآیند

۲۶۰	Inkling	۲۱۲	ACHC	۱۵۶	۱۰۲	صدا	فرآیندی برای کسب موفقیت
۲۶۲	Johnson Controls	۲۱۴	ACLU	۱۵۸	۱۰۴	انیمیشن	مدیریت فرآیند
۲۶۴	Kleenex	۲۱۶	Adobe Community SwApp	۱۶۰	۱۰۶	کاربردهای آزمایشی	ارزیابی موفقیت
۲۶۶	L'Arte del Gelato	۲۱۸	Aether Apparel	۱۶۲	۱۰۸	ارائه	همکاری
۲۶۸	Laura Zindel	۲۲۰	Amazon.com		۱۱۰		تصمیم‌گیری
۲۷۰	Minnesota Historical Society	۲۲۲	Beeline	۱۶۴	۱۱۲	خلق نقاط تماس: مرحله‌ی ۴ نگاه کلی	مالکیت فکری
۲۷۲	MoMA	۲۲۴	Bela Uniao	۱۶۶	۱۱۴	وبسایت	مدیریت طراحی
۲۷۴	Nizuc	۲۲۶	Beltline Bike	۱۶۸		فاوایکن‌ها	مدیریت تحقیق:
۲۷۶	NO MORE	۲۲۸	آکادمی علوم کالیفرنیا	۱۷۰	۱۱۶	مکاتبه	مرحله‌ی ۱ نگاه کلی
۲۷۸	بازی‌های المپیک	۲۳۰	Carnegie Fabrics	۱۷۲	۱۱۸	کارت ویزیت	بیش
۲۸۰	پرو	۲۳۲	Chatype	۱۷۴	۱۲۰	تضمین	تحقیقات بازار
۲۸۲	PNC	۲۳۴	Coca Cola	۱۷۶	۱۲۲	تابو	آزمایش قابلیت استفاده
۲۸۴	(RED)	۲۳۶	Deloitte	۱۷۸	۱۲۴	طراحی محصول	بازرسی بر مدیریت بازار
۲۸۶	Santos Brasil	۲۳۸	Everwines	۱۸۰	۱۲۶	بسته‌بندی	بررسی رقابتی
	شرکت	۲۴۰	GE Brand Central	۱۸۱	۱۲۸	اصول پایه بسته‌بندی	بررسی زبان
۲۸۸	Schoolhouse Electric & Supply	۲۴۲	Ge Sponsorship Central	۱۸۲	۱۳۰	تبلیغات	خوانش بررسی‌ها
۲۹۰	Slice	۲۴۴	روز جهانی شستن دست‌ها	۱۸۳		محیط	
۲۹۲	SocialMedia.org	۲۴۶	Good Housekeeping Seal	۱۸۶	۱۳۲	وسایل نقلیه	توضیح استراتژی:
۲۹۴	Spectrum Health سیستم	۲۴۸	Healthy Child Healthy World	۱۸۸		یونیفرم	مرحله‌ی ۲ نگاه کلی
۲۹۶	!SPIN	۲۵۰	Herman Miller	۱۹۰	۱۳۴	کالاهای فانی و زودگذر	دقیق‌تر کردن تمرکز
۲۹۸	Starbucks	۲۵۲	High Line		۱۳۶		تثبیت موفقیت
۳۰۰	SUGARFISH	۲۵۴	IBM 100 Icons of Progress	۱۹۲	۱۳۸	مدیریت سرمایه‌ها:	طرح اولیه‌ی برند
۳۰۲	Tunerfish	۲۵۶	IBM Watson	۱۹۴	۱۴۰	مرحله‌ی ۵ نگاه کلی	نامگذاری
		۲۵۸	leper	۱۹۶	۱۴۲	تغییر هویت برند	تغییر نام
				۱۹۸		راه‌اندازی هویت برند	
				۲۰۰	۱۴۴	افزایش حامیان برند	طراحی هویت:
				۲۰۲	۱۴۶	کتاب‌های برند	مرحله‌ی ۳ نگاه کلی
				۲۰۴	۱۴۸	استانداردها + راهکارها	نشانه‌های نوشتاری + امضا
				۲۰۶	۱۵۰	محتوای استانداردها	سیما و احساس
				۲۰۸	۱۵۲	ابزارهای آنلاین برندسازی	رنگ
					۱۵۴	فایل‌های تکثیرکننده	رنگ بیشتر
							تایپوگرافی