

برندسازی یک هفته ای

نویسنده: پل هیچنز و جولیا هیچنز

مترجم: دکتر عظیم فضایی پور

Hitchens, Paul

مشخصات نشر: تهران: متخصصان بدون مرز، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۲۱ص.

فروست: دانشنامه برند.

شماره: ۲۰۰۰۰، ۶-۸-۹۷۱۶۵-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

یادداشت: عنوان اصلی: Successful brand management in a week ...

یادداشت: کتاب حاضر قبلاً با عنوان مدیریت موفق برنرد در یک هفته با ترجمه احمد روستا و علی اسدی که

توسط نشر نصر قلم در سال ۱۳۹۴ فیفا گرفته است.

عنوان دیگر: مدیریت موفق برند در یک هفته.

موضوع: برندسازی (بازاریابی)

Marketing: موضوع

مجموعه: آگهی‌های تبلیغاتی

Advertising : موضوع

موضوع: بازاریابی،

Branding (Marketing) موض

خامسة افندي هيجنز، جوليا

Hitchens, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 2681, 2682, 2683, 2684, 2685, 2686, 2687, 2688, 2689, 2690,

شناسهٔ مؤلف: ۵۰۱۳۵۵ - مترجم

دەستى كەڭەش: ۱۳ ۹۴ ۱۲/۱۵۴۵ HF

ددهندی دیویم: ۶۰۱۳۲

شماره کتابشناسی ملی: ۴۲۱۳۶۴

نام کتاب: پرندسازی یک هفته‌ای.

نویسنده: پل ہیچنز و جولیا ہیچنز

مؤلف و مترجم: دکتر عظیم فضلی

ویواستاران: الہہ رضائیان، سعیدہ سادات محمد مصطفیٰ حسین

ناشر: انتشارات متخصصان بدون مرز

مدیر هنری: پیام فرد مقدم

حروف چینی و صفحہ آرایہ: مناسبات معظمی

طراحی جلد: ابراهیم کریمی افلاک

چاپ و صحافی: خانہ چاپ ایران



انتشارات مخصوصان دون مرز[®]

www.ulepress.ir

۲۰۰۰۰ ریال

تمام حقوق برای ناشر محفوظ است.

استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

- پیشگفتار..... ۶
- یکشنبه: تمرکز برندتان را تعیین کنید..... ۸
- دوشنبه: رد برندتان را تعریف کنید..... ۲۳
- سه‌شنبه: برندتان را از طریق هویتش ابراز کنید..... ۴۰
- چهارشنبه: فرهنگ برندتان را تکامل دهید..... ۵۹
- پنجشنبه: برند کارفرمای خود را به ازیں..... ۷۶
- جمعه: اهمیت طراحی..... ۹۰
- شنبه: حفظ برند..... ۱۰۲
- بقایافتن در دوران سختی..... ۱۱۸
- پاسخ‌ها..... ۱۲۱

پیشگفتار

برند محبوب شما چیست؟

این پرسش نکات بسیاری درباره ما روشن می‌کند؛ چون برندها مسائلی هستند که به آن‌ها اهمیت می‌دهیم و آن‌ها را از ته دل می‌خواهیم و خود را با آن‌ها یکی می‌دانیم. برند، باشگاه فوتبالی است که طرفدارش هستی و ساعتی است که وعده خریدنش را به خود می‌دهید و کفش‌هایی است که شما را به مقصد می‌رساند.

وقتی از مردم خواسته می‌شود برند محبوبشان را نام ببرند، اسم «اپل» دائم در صدر دسته پرفرمدارها قرار می‌گیرد. استیو جابز^۱ در مراسم افتتاحیه سال ۲۰۰۵ در دانشگاه استنفورد گفت: «شاه» - مخرج دهید تا از قلب و پیش خود پیروی کنید. آن‌ها به‌نوعی می‌دانند شما واقعاً می‌خواهید کسی شوید. هر چیز دیگری در درجه دوم قرار می‌گیرد. «مؤسس فقید اپل، برای مخاطب فارغ التحصیل حرف می‌زد؛ اما کلامش دربردارنده پندهای بزرگی برای هر کارآفرین و هر فردی است که امر، سفر، ای ساخت برند آغاز می‌کند. صداقت و خلوص وی اهمیت انسجام و اصالت را برجسته کرد. سر، پیش‌نیاز حیطة روشننگری است.

ساختن برندی قوی سال‌ها بیشتر از یک هفته زمان می‌برد. این کار مستلزم تعهدی بی‌پایان به برتری است. این کتاب نگرشی هفت‌روزه اصول مدیریت برند فراهم کرده و شما را از مرحله ذهنی به طرح‌ریزی و سپس اجرا هدایت می‌کند. این کتاب انباشته از راهکارها و نگرش‌هایی است تا به شما کمک کند برندان را شروع کرده و ابزار و منابع ادبیاتی به شما می‌دهد تا برندان را در برابر موانع چشم‌انداز تجارت، مدیریت کنید.

برندهای موفق مثل شخصیت‌های مشهور هستند؛ آن‌ها به‌تدریج برای انجام کارها دارند که سریع تشخیصشان می‌دهیم و انتظارشان را داریم. آن‌ها به حساس و لحنی متمایز دارند که این ویژگی‌ها را به آن برندها نسبت می‌دهیم. اگر برندان به توان شخصیتی زنده درنظر بگیرند، زندگی دادن و معنابخشیدن به آن برایتان راحت‌تر خواهد بود. مدیریت برند موفق یعنی شناخت تمام‌وکمال برند، طوری که بتوانید به‌گونه‌ای غربیزی آن را در مراحل رشد هدایت کنید تا تجربه‌ای مداوم برای مخاطبانش فراهم کنید. شرکت والت دیسنی،^۲ انجمنی دارد که اختصاص به بهترین شیوه‌ها در رهبری، فرهنگ، تجربه مشتری، وفاداری برند، خلاقیت و نوآوری دارد. موفقیت برند به‌طور عمده به‌خاطر وجود کارمندانی است که به باورها

۱. استیون پاول جابز (به انگلیسی: Steven Paul Jobs) زاده ۲۴ فوریه ۱۹۵۵ در سان‌فرانسیسکو و درگذشته ۵ اکتبر ۲۰۱۱ در پالو آلتو. کارآفرین، مخترع، بنیان‌گذار و مدیر ارشد اجرایی شرکت رایانه‌ای اپل و یکی از چهره‌های پیشرو در صنعت رایانه بود.

۲. شرکت والت دیسنی (به انگلیسی: The Walt Disney Company) شرکت رسانه‌های گروهی آمریکایی است، که به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های رسانه‌ای و سرگرمی جهان شناخته می‌شود. وب‌سایت: www.waltdisney.com

و آرمان‌های برند متعهد هستند و قادرند وعدهٔ برند را انتقال دهند؛ همان‌طور که کارمندان یا عوامل دیسنی توضیح می‌دهند که «والت چه می‌کند!»

کمپین تبلیغاتی نمادین ایل با عنوان «م تفاوت فکر کن!» در سال ۲۰۰۷ توسط تی بی دبلیو ای-چیات-دی^۱ ساخته و در تلویزیون و تبلیغات چاپی اجرا شد. این کمپین، رهبران اندیشهٔ مشهور جهان را از گذشته و حال نشان می‌دهد. کلام آن الهام‌بخش است و می‌تواند برای هرکسی که خواهان ساخت برند جدیدی است، کاربرد داشته باشد:

«این دیوانه هستند! شورش‌ها! دردسرها! کسانی که همه چیز را متفاوت می‌بینند!

رجال عده‌ای ممکن است این‌ها را دیوانه تلقی کنند، ما آن‌ها را نابغه می‌بینیم؛ چون مردمی که آن قدر دیوانه هستند تا فکر کنند می‌توانند دنیا را تغییر دهند. کسانی هستند که این کار را می‌کنند.»

در ساخت برندتان بر شما ا زو ه ه فقت می‌کنیم.

برای اطلاعات بیشتر و لینک‌های رد به ه ه اجتماعی، لطفاً از این سایت دیدن کنید:

www.verve.co.uk

پل هیچنز، عضو ارشد انجمن حرفه‌ای بازاریابی.

جولیا هیچنز، دارندهٔ گواهی نامهٔ انجمن حرفه‌ای بازاریابی.