

کارآفرینی برند

نویسنده: کارین کابوتا

مترجم: دکتر عظیم فضلی پور

www.ketab.ir

سرشناسه: کاپوتا، کاترین، ۱۹۴۸ - م.

Kaputa, cathrine

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی برند / نویسنده کاترین کاپوتا؛ مترجم عظیم فضلی پور؛ سرویراستار الهه رضائیان؛ ویراستار

سعیده سادات محمودزاده حسینی

مشخصات نشر: تهران: متخصصان بدون مرز، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۲۹۳ ص. ۱۹×۲۵/۹ س. م

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۱۸۵-۴-۹ ریال ۳۲۰۰۰۰

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Breakthrough branding: how smart entrepreneurs and entrapreneurs 2012

یادداشت: کتاب حاضر تحت عنوان «برندسازی تا رسیدن به اوج: کارآفرینان هوشمند چگونه یک ایده ی کوچک را به یک

برند بزرگ تبدیل میکنند» با ترجمه خلیل جعفر پیشه توسط انتشارات بازارپایی در سال ۱۳۹۴ منتشر شده است.

عنوان دیگر: برندسازی تا رسیدن به اوج: کارآفرینان هوشمند چگونه یک ایده ی کوچک را به یک برند بزرگ تبدیل میکنند.

موضوع: برندسازی - بازارپایی

موضوع: Marketing - branding

موضوع: موفقیت در کسب وکار

موضوع: Success in business

شناسه افزوده: فضلی پور، عظیم، ۱۳۵۵ - مترجم

کتابشناسی: ۱۳۹۶/۴ ک/۱۶۵۵/۱۲۵۵ HF۵۴۱۵

رده بندی: بیوبی: ۶۵۸/۸۲۷

س. م. کتاب: سی ملی: ۵۰۱۰۳۲۵

نام کتاب: کارآفرینی برند

نویسنده: کاترین کاپوتا

مترجم: عظیم فضلی پور

سرویراستار: الهه رضائیان

ویراستار: سعیده سادات محمودزاده حسینی

مدیر هنری: پیام فردا

حروفچینی و صفحه آرایی: محسن طلالی

طراحی جلد: ابراهیم کریمی، فلاک

ناشر: انتشارات متخصصان بدون مرز

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

چاپ و صحافی: خانه چاپ ایران



انتشارات تخصصان بدون مرز

www.ulepress.ir

۳۲۰۰۰۰ ریال

تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

۸	 مقدمه
۱۰	 پیشگفتار
۱۸	 عصر کارآفرینی برند در عصر دیجیتال
۲۰	 قدرت نمایی برای مردم
۲۴	 کلام آخر
۲۶	 فصل اول: انده برند چیست؟
۲۷	 تعریف
۲۸	 تناقض: همه می گویند، بزرگ اند
۳۵	 آماده کردن صحنه برای اینده
۳۹	 اشتیاق شما چیست
۴۱	 ازدواجی در آسمان
۴۴	 دختر مهمانی
۴۷	 تقلید با یک تغییر
۵۷	 فصل دوم: کیمیای کارآفرین برند
۵۸	 سخت، نرم است و نرم، سخت
۶۱	 عبور از اختلاف عقیده
۶۲	 عذاب و خلسه
۶۴	 شما: سفیر برند
۶۹	 کارآفرینی برای بهبود اوضاع است

۷۳	فصل سوم: جایگاه‌سازی قدرتی
۷۵	دو محرک بزرگ در برندسازی
۸۳	جایگاه‌سازی رهبر
۸۴	جایگاه‌سازی
۹۴	جایگاه‌سازی آرمانی
۹۹	تحلیل vot
۱۰۲	فصل چهارم: ساختن هویت کلامی برند
۱۰۳	تولد نام
۱۰۵	جادوی نام‌گذاری
۱۰۶	مدیریت بازی اسم
۱۱۰	آناتومی نام
۱۱۴	نشانه‌های هویت
۱۱۹	دارایی معنوی
۱۲۳	داستان هدف
۱۱۶	فصل پنجم: آفرینش ظاهر و احساس برندتان
۱۳۱	ساختن لوگوی عالی
۱۳۲	آناتومی لوگو
۱۳۳	ایده‌لوگو چیست
۱۳۴	تجربه برند موفق
۱۴۰	فروش‌های طراح

۱۴۸	فرایند خلاق
۱۵۰	فصل ششم: برندم را سفارشی کنید!
۱۵۲	ارتقای انتقال اطلاعات
۱۵۴	برندسازی جدید
۱۵۷	ماهی در مقابل نهنگ
۱۶۶	برندسازی مشارکتی
۱۷۰	به خودتان کمک کنید
۱۷۲	فصل هفتم: رنگ برندسازی کنید! بازاریابی گسترده برند
۱۷۳	خلاصه خلافا
۱۷۵	خلاصه خوب
۱۸۱	جدی ترین شکل چاپلوسی
۱۹۰	برندسازی با شیب ملایم
۱۹۴	یوتیوب
۱۹۶	بازی کردن برای برنده شدن
۱۹۸	فصل هشتم: فرهنگ کمپانی: تیمی با یک رؤیا
۲۰۰	ایجاد فرهنگ رشد
۲۰۵	تلفن قرمز با صدای بلند بخرید
۲۰۶	به من پیشنهاد بدهید
۲۱۱	فصل نهم: نقطه اوج شما کجاست؟
۲۱۳	صمیمیت در مقابل تبهر

عواطف در مقابل منطق ۲۱۴

سخنرانی تجاری ۲۲۵

خبره شدن در محیط جدید ۲۳۳

رام کردن جمعیت مخالف ۲۳۹

صحبت کردن هنگام گفتگو ۲۴۰

فصل ده کار! از شبکه سازی خارج کنید ۲۴۵

اقتصاد شبکه سازی ۲۴۷

چه کسی مراقب شماست ۲۵۰

ارزشمندتر از پول ۲۵۶

بستر بازاریابی بسازید ۲۶۰

شهرت و کارآفرین داخلی ۲۶۱

فصل یازدهم: از ایده کوچک تا برند بزرگ ۲۶۷

۱. برای برند تجارت و برند خودتان جسورانه برندسازی کنید ۲۶۹

۲. سعی کنید بر گروه مسلط شوید ۲۷۱

۳. بدانید چگونه تجارت را رشد دهید و میزان کنید ۲۷۰

۴. مشتریان را محور کنید ۲۷۸

۵. در عنوان شغلی همه، کارگزار رشد را جای دهید ۲۷۹

۶. تعادل صحیحی بین نوآوری و صادق ماندن به برند برانگیزید ۲۸۱

۷. از خوش شانس و بدشانسی بهره ببرید ۲۸۴

بله بگویید ۲۹۱

مقدمه

هرگز در طول تاریخ فرصت‌های زیادی برای کارآفرینان وجود نداشته است تا فراتر از لجام‌گسیخته‌ترین رؤیاهایشان توانگر شوند.

مارک زاکربرگ، ترک‌تحصیل‌کننده کالج، ۲۶ ساله است و ۱۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار می‌آرزد.

داستین مسکوویتز، هم‌اتاقی سابق زاکربرگ، ۸ روز جوان‌تر از مارک است و ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار ارزش مالی اوست. داستین، سومین کارمند فیس‌بوک، زود از فیس‌بوک بیرون آمد تا کمپانی نرم‌افزار افتتاح کند.

داستین، کارآفرین دیگری به نام یوشیکازو تاناکا ۳۴ ساله است و ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار ارزش دارد.

در این دنیا داستان‌ها یکی هستند: اگر بخواهید واقعاً توانگر شوید، شیوه سنتی به‌دست‌آوردن ثروت در سطح جنرال موتورز یا جنرال الکتریک یا جنرال داینمیکس را فراموش کرده و راهتان را از پیش‌تر به سطح شروع کنید.

اما راه واقعی توانگرشدن این است که از بالا شروع کنید، نه از پایین. کارآفرین باشید، نه کارمند.

این خبر خوبی است، خبر بد این است که ۹۰ درصد کارآفرینان هرگز موفق نشده‌اند. آن‌ها سال‌ها جدال می‌کنند و به‌نظر می‌رسد هرگز به جایی نرسند.

چرا این‌طور است؟

شاید به این دلیل باشد که کارآفرینان متفاوت هستند، مثلاً می‌پنداریم هست که می‌گوید: «همیشه می‌توانید به کارآفرینان چیزی بگویید؛ اما نمی‌توانید به آن‌ها خیلی حرف بزنید.» برای اینکه کارآفرین باشید و کمپانی‌ای را افتتاح کنید، باید پوست‌کلفت باشید! باید بتوانید به توصیه‌هایی، مثل: می‌خواهی چه چیزی را شروع کنی؟ بی‌اعتنا باشید.

سال‌ها قبل با کارآفرینی بی‌تجربه در زمینه انتشارات کار می‌کردم که یک کمپانی نشر راه انداخته بود. در پنج یا شش مأموریت مشاوره‌ای که با این کمپانی داشتم، کارآفرین به هیچ‌یک از توصیه‌هایم عمل نکرد.

از این تجربه درس گرفتیم. شما به کارآفرین چیزی نمی‌گویید، به او چیزی می‌فروشید، باید پشت توصیه‌تان اصول بازاریابی را توضیح دهید. با تأکید بسیار بر سوابق و قیاس‌ها.

این همان کاری است که کاترین کاپوتا با کتابش کرده است. او اصولی را که به کارآفرینان مرتبط است، جدا کرده و سپس آن‌ها را به‌طریقی سازمان‌دهی شده با استفاده آزادانه برخی سوابق ارائه کرده است.

اما این مهم‌ترین جنبه کتاب او نیست. مهم‌ترین جنبه این است که یادگیری این اصول دشوار و اجزای آن سخت است؛ چون دور از عقل سلیم هستند. به این علت است که آن‌ها بسیار سودمندند.

همه چیز دربارهٔ بازیابی غیبی نطقی است. از جمله اولین اصل شوک‌آور کارآفرینی: «ایدهٔ بزرگ را فراموش کنید. به دنیا ایدهٔ کوچک بروید.»

تصور کنید. کوچک بهتر از بزرگ است. حتی مارک زاکربرگ، فیس‌بوک را راه‌اندازی کرد. سعی نکرد همه را عضو آن کند. او فقط تلاش کرد دانشجویان هاروارد، یکی از کالج‌های کوچک کشور، در آن عضو شوند. موفقیت او در هاروارد، نه نایب مستحکم برای آن بود که بعدها به بزرگ‌ترین سایت رسانهٔ اجتماعی دنیا تبدیل شد.

سه دهه است کاترین کاپوتا را می‌شناسم. در حقیقت وقتی آنزاسی تبلیغاتی را در نیویورک سیتی راه‌اندازی کردم، ما با هم کار می‌کردیم. کاترین که خود کارآفرین موفقی است، طیف فوق‌العاده‌ای از اصول گردآوری کرده است. این اصول کمکی عالی به کسی می‌کند که شورشوق درونی برای تبدیل شدن به کارآفرین را دارد.

ممکن است آن شخص شما باشید.