

مدیریت موفق برند در یک هفته

- یکشنبه: تمرین برند خود را مشخص کنید.
- دوشنبه: استراتژی برند خود را تعیین کنید.
- سه شنبه: هویت برند خود را مشخص کنید.
- چهارشنبه: فرهنگ برند خود را به سراج توسعه دهید.
- پنج شنبه: برند کارفرمای خود را تعیین کنید.
- جمعه: اهمیت طراحی
- شنبه: حفظ برند
- آنچه متخصصان در طول زندگی یاد می گیرند، شما در طول یک هفته فرا می گیرید.

سرشناسه	: هیتچنز، پائول Hitchens, Paul
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت موفق برند در یک هفته/ پائول هیتچنز، جولیا هیتچنز؛ مترجمین: احمد روستا، علی اسدی.
مشخصات نشر	: تهران: نصر قلم، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۹ص. : مصور، جدول؛ ۱۷/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک	: 978-600-95708-0-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: عنوان اصلی: . . Successful brand management in a week.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: برندسازی (بازاریابی)؛ آگهی‌های تبلیغاتی؛ بازاریابی
سلسله رده	: هیتچنز، جولیا Hitchens, Julia
شماره افزوده	: روستا، احمد، مترجم - اسدی، علی مترجم
رده بندی کلاسیک	: ۹م/۴۱۳۹۴۱۲۵۵/۵۴۱۵HF
رده بندی دیویی	: ۸۲۷/۶۵۸
شماره کتابشناسی	: ۴۰۱۸۸۸

نصر قلم

تقاطع ولیعصر - طالقانی، مجتمع تحت حشایش طبقه همکف واحد ۲۴

تلفن: ۹۳۶۰۵۶۵۷۴۸

۰۲۱-۶۶۹۶۵۳۳۶-۷

مدیریت موفق برند در یک هفته

نویسنده: جولیا هیتچنز و پائول هیتچنز

مترجمین: دکتر احمد روستا - علی اسدی

سال چاپ: ۱۳۹۵ - نوبت اول

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۷۰۸-۰-۵

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

فهرست

- یکشنبه: تمرکز برند خود را مشخص کنید ۹
- دوشنبه: استراتژی برند خود را تعیین کنید. ۲۹
- سه‌شنبه: هویت برند خود را مشخص کنید. ۵۱
- چهارشنبه: رنگ برند خود را به تدریج توسعه دهید. ۷۳
- پنج‌شنبه: برند کافیه خود را تعیین کنید ۹۳
- جمعه: اهمیت طراحی ۱۱۱
- شنبه: حفظ برند ۱۲۷

مقدمه

برند مورد علاقه شما چیست؟

این سؤال چیزهای بسیاری را در مورد ما آشکار می‌کند، زیرا برندها در برنده پیمزهایی هستند که برای ما اهمیت دارند، مورد علاقه ما هستند و با آن هویت خود را می‌شناسیم. به عنوان مثال، می‌توان باشگاه فوتبالی که هواداران هستند و یا یک ساعت مچی که از قبل به خودتان عده داده بودید و یا یک جفت کفشی که با آن به مکانی می‌روید، را به عنوان برند در نظر بگیرید.

زمانی که از مردم در مورد برند مورد علاقه آنها سؤال شد، همواره از برند اپل بعنوان بهترین برند نام بردند. استیو جابز در سخنرانی خود در دانشگاه استنفورد در سال ۱۹۷۸ بیان کرد که «شجاعت داشته باشید، تا از دل و بینشتان پیروی کنید. ریسک این دو شما را به آنچه در آینده خواهید شد، سوق می‌دهد. عوامل دیگر در اربوبیت بعدی قرار می‌گیرند.»

آخرین مؤسس برند اپل، در سخنرانی خود برای حضار فارغ‌التحصیل، پیشنهاداتی را ارائه داد که برای کار آفرینان و افرادی که قصد آغاز ساخت برند را داشتند، بسیار کارآمد بود. صداقت و خلوص او، اهمیت درستی و اعتبار را که در حال حاضر دو پیش‌نیاز عصر شفافیت هستند، برجسته کرد.

ساخت یک برند قوی بیشتر از یک هفته به طول می‌انجامد. به این معنا که برند برای به تعالی رسیدن به ایجاد یک تعهد بی‌پایان نیاز دارد. این کتاب نیز یک بینش هفت روزه نسبت به اصول مدیریت برند ارائه می‌دهد، که از مرحله مفهومی تا مرحله برنامه‌ریزی و روش‌های پیاده‌سازی به طول می‌انجامد. این مجموعه شامل راهنمایی‌ها و بینش‌هایی است که شما را در آغاز برندسازی کمک می‌کند و به شما ابزار و اعتماد به نفس می‌دهد، تا آن را از طریق عبور از موانع چشم‌انداز کسب و کار مدیریت کنید.

برندهای موفق شبیه به شخصیت‌های مشهور هستند. آن‌ها روش‌هایی را برای انجام کارهای خود برمی‌گزینند، که ما به سرعت آن‌ها را شناسایی می‌کنیم و از آن‌ها انتظار داریم. آن‌ها نگاه، احساس و تن صدای متمایزی دارند، که ما را به آن‌ها مرتبط می‌کند.

اگر برند خود را، یک شخصیت زنده تلقی کنید، متوجه می‌شوید که وارد کردن آن به زندگی و معنا بخشیدن به او به مراتب آسان‌تر خواهد بود. مدیریت موفق برند عبارت است از شناخت کامل یک برند بطوریکه بتوان آن را در تمام مراحل رشد، خود به خود هدایت کرد، تا یک تجربه سازگار را برای مخاطب خود فراهم کند. شرکت والت دسینی موسسه‌ای است که، بهترین شیوه‌ها را در رهبری، فرهنگ، تجربه مشتری، وفاداری به برند، خلاقیت، نوآوری به کار گرفته است. موفقیت یک برند عمدتاً یا به خاطر کارسانی است، که تعهد به قواعد اخلاقی و کمال مطلوب یک برند را سهیم شدند یا به خاطر کسانی است که قادر هستند به‌طور مستقیم اقدامی را انجام دهند تا به قولی که درباره برند داده‌اند، عمل کنند. به عنوان یکی از درکنان «عضوی از هنرپیشگان» در شرکت دسینی ممکن است بپرسید: «والت چه اقدامی خواهد کرد؟»

نماد ستاد تبلیغاتی اپل که «تسکر» نام دارد، بود، توسط تبوا و چیات و دی در سال ۲۰۰۷ ایجاد شد و این هم به عنوان تبلیغات تلویزیونی و هم چاپی مورد بهره‌برداری قرار گرفت. این ستاد رهبران فکری معروف جهان را از گذشته تا به حال برجسته ساخت، به این صورت که سخنان آنها الهام بخش است و قابلیت اثرگذاری روی هرکس که در حال ساخت برند جدید است را دارد:

«در اینجا به افرادی که به همه چیز بطور متفاوت می‌نگرند، دیوانه، یاغی و آشوبگر می‌گویند. این شاید درست باشد که بعضی‌ها این افراد را دیوانه تلقی می‌کنند، اما ما آن‌ها را به دید نابغه می‌نگریم. زیرا افرادی که فکر می‌کنند آن قدر دیوانه هستند که جهان را تغییر بدهند، اولین کسانی هستند که این امر را تحقق می‌بخشند.»

آرزوی موفقیت برای برند شما را داریم!