

[فهرست مطالب]

۱۳	مقدمه مترجمان
۱۳	درباره کتاب
۱۳	درباره ترجمه
۱۴	قدردانی
۱۵	مقدمه
۱۵	درباره کتاب
۱۶	فراتر از این کتاب
۱۹	فصل ۱. کلیات برند و برندسازی
۲۰	زنگ هشدار: شما احتمالاً یک برند دارید اما ممکن است از وجود آن مطلع نباشید
۲۰	برند چیست؟
۲۴	برندسازی چیست؟
۳۰	هزینه برندسازی چقدر است؟
۳۰	آیا برای برندسازی آماده‌اید؟
۳۳	فصل ۲. چرا، چگونه، چه موقع و از چه برند بسازیم؟
۳۳	چرا برای برندسازی خودمان را به دردسر بیندازیم؟
۳۶	می‌خواهید برای چه چیزی برند بسازید؟

۳۹	دورنمای برندسازی
۴۵	معماری برند
۴۷	چه زمانی تلاش‌های برندسازی خود را افزایش دهیم
۵۳	فصل ۳. ساخت برند جدید یا اصلاح برند
۵۳	نقطه آغاز برندسازی
۵۸	اولویت‌بندی اهداف برندسازی
۶۲	حقایق بودجه‌بندی برندسازی
۶۳	تعهد به فرایند برندسازی
۶۵	تشکیل تیم برندسازی در اولویت است
۶۷	فصل ۴. برند شخصی و برند شرکت انفرادی (تک‌مالکی)
۶۸	برند شخصی خودتان را داشته باشید
۷۳	برندسازی برای مشاغل آزاد یا خدمات مشاوره‌ای
۷۵	ایجاد تعادل و توازن بین برند شخصی و برند شرکت
۷۷	فصل ۵. جمع‌آوری اطلاعات بازار و جایگاه‌یابی برند
۷۸	جایگاه‌یابی: دست راست بازاریابی
۸۲	یافتن جایگاه مناسب خودتان: محل تولد برند
۸۶	همانگ کردن جایگاه برند با خواسته‌ها، نیازها و تمایلات مشتریان
۸۹	کشف اطلاعات مورد نیاز برای جایگاه‌یابی
۹۴	دیدگاه راهبردی به تحقیق در برندسازی
۹۴	تعیین جایگاه برند و ارزیابی آن
۹۷	فصل ۶. مکتوب کردن برند
۹۸	برندتان را بر پایه‌های استوار چشم‌انداز و مأموریت سازمان بنا کنید
۱۰۱	توصیف برند و سبک آن
۱۰۱	وعده برند را به شکلی طراحی کنید که جلب توجه کند
۱۰۳	به مشخصه اصلی (شخصیت برند) برند خود توجه کنید
۱۰۴	تعریف کردن برند

۱۰۷	فصل ۷. نام گذاری برند
۱۰۷	جنبه های مختلف نام برند
۱۱۳	انتخاب نام برند
۱۱۸	حمایت قانونی از برند
۱۲۰	اگر چاره ای ندارید، نام برندتان را تغییر دهید
۱۲۱	فصل ۸. طراحی لوگو و شعار برند
۱۲۲	برنامه ریزی لوگو: جلوه برند
۱۲۶	منابع طراحی لوگو
۱۲۷	طراحی لوگو
۱۳۱	استفاده از لوگو
۱۳۱	ترمیم و بهبود لوگوی فعلی برند
۱۳۳	مدیریت لوگو
۱۳۴	ایجاد شعار برند
۱۳۷	فصل ۹. معرفی برند
۱۳۷	برند خود را در یک فرصت مناسب معرفی کنید
۱۳۸	برای معرفی برند آماده شوید
۱۴۴	شمارش معکوس ... نوشتن برنامه بازاریابی معرفی برند
۱۵۰	معرفی برند
۱۵۳	فصل ۱۰. تبلیغات، پیشبرد فروش و روابط عمومی
۱۵۳	قدرت تصویر برند
۱۵۴	اول تعیین هدف!
۱۶۴	تبدیل بسته بندی به یک نقطه تماس قدرتمند
۱۶۵	هماهنگ کردن پیشبرد فروش و تصویر برند
۱۶۵	استفاده از روابط عمومی در برندسازی
۱۷۵	فصل ۱۱. بهبود تجربه برند
۱۷۶	ایجاد تعهد همه جانبه درون سازمانی به برند

۱۱۷	تشکیل تیم قهرمانان برند
۱۱۹	ایجاد اعتماد به برند در نقطه فروش
۱۸۴	ارائه یک تجربه برندساز
۱۸۹	فصل ۱۲. وفاداری به برند
۱۹۰	ایجاد وفاداری از طریق ارتباط با مشتریان
۱۹۲	مشاق کردن مشتریان
۱۹۳	پرورش افراد وفادار به برند
۱۹۸	نگه داشتن بهترین مشتریان
۲۰۱	فصل ۱۳. ده خطای برندسازی و روش اجتناب از آنها
۲۰۱	برندسازی به مثابه درمان سرپایی
۲۰۲	شروع با هویت برند ضعیف
۲۰۳	فراموش کردن قانون برند واحد
۲۰۳	شکست در ایجاد تمایز
۲۰۴	شکست در معرفی باشکوه برند
۲۰۴	شکست در حفاظت و دفاع از برند
۲۰۴	تصور مهم تر بودن گفتار از کردار
۲۰۵	از دست دادن سازگاری برند
۲۰۵	توسعه بیش از حد برند
۲۰۶	بی اعتنائی به تأثیرات مرور زمان بر برند
۲۰۹	فصل ۱۴. ده اصل برندسازی که همواره باید به یاد داشته باشید
۲۰۹	برندسازی با جایگاه یابی آغاز می شود
۲۱۰	برند وعده ای است که به خوبی محقق می شود
۲۱۰	برندسازی فرایندی از داخل به خارج سازمان است
۲۱۱	سازگاری و ثبات برند را می سازد
۲۱۱	مردم برندها را قدرتمند می کنند
۲۱۱	برندها در ذهن مشتریان زندگی می کنند
۲۱۲	نام و لوگو کلید ورود به تصویر برند