

برندسازی به سبکِ اد

برندسازی و بازاریابی رسانه‌های جمعی ادملیند در
ساختر سیاسی انگلستان

www.ketab.ir

بهروز شیخ رودی

سرشناسه: شیخ‌رودی، بهروز، ۱۳۵۹ -

عنوان و نام پدیدآور: برندسازی به سبک اد: برندسازی و بازاریابی رسانه‌های جمعی

اد میلیند در ساختار سیاسی انگلستان / بهروز شیخ‌رودی.

مشخصات نشر: تهران: پیام بهاران، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۷۸ ص: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۴۱-۷۷-۲

عنوان دیگر: برندسازی و بازاریابی رسانه‌های جمعی ادمیلیند در ساختار سیاسی انگلستان.

موضوع: موضوع: میلیند، ادوارد ساموئل، ۱۹۶۹ - م.

(Miliband, Ed, 1969 - (Edward Samuel

موضوع: موضوع: برندسازی (بازاریابی)

(Branding (Marketing

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۲۵۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۲۷

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۰۷۳۱۰

برندسازی به سبک اد

مولف بهروز شیخ‌رودی

چاپ اول ۱۴۰۰

تیراژ ۱۰۰ نسخه

چاپ و صحافی چاپ دوستان



انتشارات
زیارت

TAKETAB.IR



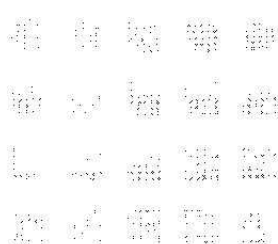
پیام
بهاران

با همکاری

تلفن: ۳۳۹۰۴۹۹۵ - ۳۳۹۹۸۷۵۲ - ۳۳۹۳۵۷۰۳

موبایل: ۰۹۱۰ ۴۴۴ ۶۰۱۰ - ۰۹۳۹ ۱۲۲ ۴۸۱۰

نمابر: ۳۳۹۵۷۴۶۹



فهرست



۷	یادداشت مترجم
۹	آغاز
۱۳	روش
۱۴	داده های تجربی
۱۶	محدود سازی
۱۸	تحلیل استراتژیک برند
۱۹	تحلیل خریدار؛ رای دهنده
۲۰	جریان‌ات سیاسی
۲۵	رای دهندگان
۳۱	ارزیابی نسبی
۳۳	تحلیل رقیب
۳۵	دیوید کامرون
۴۰	تحلیل خود
۴۱	اد میلیند
۴۳	تصویر فعلی برند
۴۵	نقاط قوت
۴۶	نقاط ضعف
۴۷	میراث برند
۴۸	حزب کار و تونی بلر

فهرست

نتایج نسی تحلیل خود	۵۱
هویت برند	۵۲
میلیند به مثابه یک محصول	۵۴
دامنه محصول	۵۵
میلیند به مثابه یک نماد	۵۷
رابطه برند؛ خریدار	۵۸
بازاریابی رسانه های اجتماعی	۶۰
الگوهای فکری و فرهنگی	۶۱
رسانه های جمعی	۶۳
وبلاگ	۶۶
میکرو بلاگ	۶۷
شبکه های اجتماعی	۶۹
بکارگیری رسانه های اجتماعی	۷۲
خطر رسانه های اجتماعی	۷۴
پایان	۷۶

یادداشت مترجم

این روزها با داغ شدن بازار رقابت های سیاسی، کاندیداها و مشاورانشان به دنبال استراتژی هایی هستند تا با اتکاء با آن بتوانند رقابت را به نفع خود تغییر دهند و پیروز میدان رقابت باشند. بر همین اساس شاهد طرح ریزی کمپین هایی رنگارنگ هستیم تا بتوانند پیروزی نامزد مورد نظر را در نتیجه جلب آراء رای دهندگان فراهم نمایند. بر همین اساس از تکرار و اعلام حمایت تا افشاکری و اعلام انزجار را در انتخابات این سالها دیده ایم!

آنچه زمینه شکل گیری کمپین هایی سراسر کپی و دربردارنده قطعات مختلف نامتناسب شده است را باید در غفلت کاندیداها از «برندسازی شخصی، سیاسی» جستجو کرد. اگر کاندیدای مورد نظر از برند شخصی، سیاسی قدرتمند و معتبر نزد رای دهندگان و مخاطبان هدف برخوردار بود دیگر نیازی به این همه رنگ و لعاب و کپی نبود.

این کتاب به بررسی تجربه برند سازی شخصی، سیاسی یک سیاستمدار در عرصه انتخابات می پردازد و تجربه ای علمی و عملی برای آنانکه می خواهند بیاموزند فراهم می سازد. امید که مقبول افتد!

برای ایران...

بهروز شیخ رودی