

بوم استراتژی برای استارت آپ‌ها

نویسنده:

بیریک وودز

مترجمان:

سهیل نجات

فاطمه اصغری گودرزی



ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

بوم استراتژی برای استارت آپ ها

نویسنده: پاتریک وودز
مترجمان: سهیل نجات و فاطمه اصغری گودرزی

طراحی جلد و صفحه ها	آتلیه ی شرکت سیتِه
مدیر اجرایی:	فروزه یآوری
ویراستار:	نونا موسوی نیا
صفحه آرایی:	مجید اسماعیلی
لیتوگرافی:	طیف نگار
چاپ و صحافی:	طیف نگار
ناشر:	سیتِه

چاپ نخست: بهار ۱۴۰۱
نسخه ۱۰۰۰

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-622-6663-49-6

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۳-۴۹-۶

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com

بها: ۹۰۰۰۰ تومان

سرشناسه	: وودز، پاتریک Woods, Patrick
عنوان و نام پدیدآور	: بوم‌استراتژی برای استارت‌آپ‌ها/ نویسنده پتريک وودز؛ مترجمان سهيل نجات، فاطمه اصغري گودرزی؛ ویراستار نورا موسوی‌نیا.
مشخصات نشر	: تهران: سیت، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۸ص.: جدول، نمودار؛ ۵/۱۴×۲۱ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۳-۴۹-۶
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا	
یادداشت	: عنوان اصلی: The Brand Strategy Canvas: A One-Page Guide for Startups, 2019.
عنوان دیگر	: راهنمایی کاربردی برای استارت‌آپ‌های نوپا.
موضوع	: برندسازی (بازاریابی)
موضوع	: Branding (Marketing)
موضوع	: شرکت‌های اقتصادی جدید
موضوع	: New business enterprises
شناسه افزوده	: نجات، سهیل، ۱۳۷۰ -، مترجم
شناسه افزوده	: اصغری گودرزی، فاطمه، ۱۳۷۵ -، مترجم
رده‌بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۲۵۵
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۲۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۴۲۰۷۳

سخن ناشر

در طول سالیان گذشته کتاب‌های زیادی در حوزه‌ی برندینگ چاپ شده است که مفاهیم برندسازی را توضیح داده و یا برای سیر تکامل و حفظ و نگهداری از برند راهکارهایی ارائه کرده‌اند. همین‌طور متدها و مدل‌های برندسازی متنوعی ارائه شده است.

همه می‌دانیم مهم‌ترین مرحله در مراحل چندگانه‌ی برندسازی تشکیل پلتفرم برند یا بوم استراتژی برند است که تمامی مراحل مختلف بعدی بر روی آن پایه‌ریزی و استوار می‌شوند.

یک برند موفق به یک بوم استراتژی مستحکم، دقیق و فکرشده نیاز دارد. همچنین یک استراتژی موفق مستلزم بررسی بازار رقابتی، تحلیل نقاط قوت و ضعف رقبا، توجه به نیازهای برطرف‌نشده‌ی مشتریان و آگاهی کامل از توانایی‌ها و امکانات برند در حال ساخت است و شفافیت در رفتار صاحبان و مدیران هر برند الزامی است.

کتاب حاضر بر این موضوع متمرکز شده و به ما کمک می‌کند تا برای تدوین استراتژی مناسب خود براساس یک روش مشخص و چند مرحله‌ای و با تشخیص نیازهای مخاطب و توجه به توانایی‌ها و ارزش‌های موجود و با در نظر گرفتن شرایط بازار رقابتی بهترین استراتژی را انتخاب و بیانیهِ جایگاه‌سازی مناسبی تهیه کنیم؛ استراتژی‌ای که برای مهم‌ترین نیازهای مخاطب پاسخی به جا و مناسب به همراه داشته باشد.

بدیهی است با انتخاب استراتژی مناسب برای هر برند می‌توان گام‌های بعدی را در مراحل نهایی برندسازی محکم‌تر و دقیق‌تر برداشت. امیدوارم که مطالعه‌ی کتاب حاضر برای تمامی کارآفرین‌هایی که در مراحل اولیه‌ی ساخت یک برند هستند و همچنین متخصصان برندسازی مفید و آموزنده باشد.

شاهین ترکمن

بهار ۱۴۰۱

www.ketab.ir

فهرست

۵	درباره‌ی نویسنده
۷	درباره‌ی مترجمان
۹	سپاسگزاری
۱۱	مقدمه‌ی مترجمان
۱۵	مقدمه
۱۹	فصل ۱: شروع کار با بوم‌استراتژی برند
۳۹	فصل ۲: بررسی اجمالی بوم‌استراتژی برند
۵۹	فصل ۳: فرصت‌های بازار
۸۷	فصل ۴: مزایای منطقی و عاطفی
۱۱۳	فصل ۵: جایگاه‌سازی برند
۱۴۳	فصل ۶: ارزش‌های برندتان را تعریف کنید
۱۵۳	فصل ۷: ایجاد یک شخصیت برند
۱۶۵	فصل ۸: پیش‌نویس پیام‌های کلیدی
۱۷۹	فصل ۹: بوم خود را تکمیل کنید
۱۸۷	پیوست الف: قالب بوم‌استراتژی برند