



عزراة الغزالي



# موضوع سخنرانی: مفاهیم مدرن در برندسازی

## سخنران: دکتر عبدالحمید ابراهیمی

شهریور ۱۳۹۵

برند

نام، واژه، علامت، نماد، طرح و یا  
ترکیبی از تمامی این عناصر  
بمنظور شناسائی کالاها و خدمات  
یک فروشنده یا یک سازمان با  
هدف ایجاد تمایز در عرصه ی  
رقابت

A decorative background featuring a close-up of pink and yellow flowers, possibly lilies, with soft, blurred petals and green foliage. The flowers are positioned on the left side of the frame, with some petals extending towards the center.

# ۱۵ قانون تجدید حیات برونند



**Refocus the  
Organization**

۱ سازماندهی مجدد  
شرکت حول هدفهای  
متداول برای تجدید  
حیات برند



**Restore  
Brand  
Relevance**

۲ بازگرداندن ارتباط  
برند با محیط در حال  
تغییر در جهت تشویق  
تمایلات خریداران



**Reinvent the  
Brand  
Experience**

۳  
**ایجاد دوباره ی تجربه  
های اجرایی، عاطفی و  
اجتماعی مرتبط و وعده  
داده شده درباره ی برند**



**Reinforce  
a Results  
Culture**

۴  
**تقویت نتایج فرهنگی یا  
تقویت رابطه ی شفاف بین  
پاداش های اجرایی و  
عملکرد کسب و کار برند**



**Rebuild  
Brand  
Trust**

۵  
**ایجاد دوباره ی  
سرمایه ی ارزشمند  
اعتماد به برند**

**Realize  
Global  
Alignment**

۶  
**انطباق در  
راستای  
معیارهای جهانی**

۷

نزدیک کردن مقدار تحقیق جهت  
معرفی بیشتر برندنسبت به تولید  
ناخالص ملی کشورهای پیشرفته

۸

پیدا کردن راهکارهای پیشنهادی  
برای تقویت برند یا ایجاد برند  
جدید

۹

ایجاد ساختار مطلوب  
برای تقویت برند

۱۰

پیدا کردن اقدامات  
پیشنهادی برای  
افزایش کیفیت برند

۱۱

مشخص کردن مجریان  
کارآمد برای رسیدن به  
اهداف برند

۱۲

اطلاعات دادن

تغییرات به خریداران

۱۳

تشویق کردن به تغییر در

خریداران

۱۴

یادآوری بیشتر

خریداران به نکات

جدید بپردازند

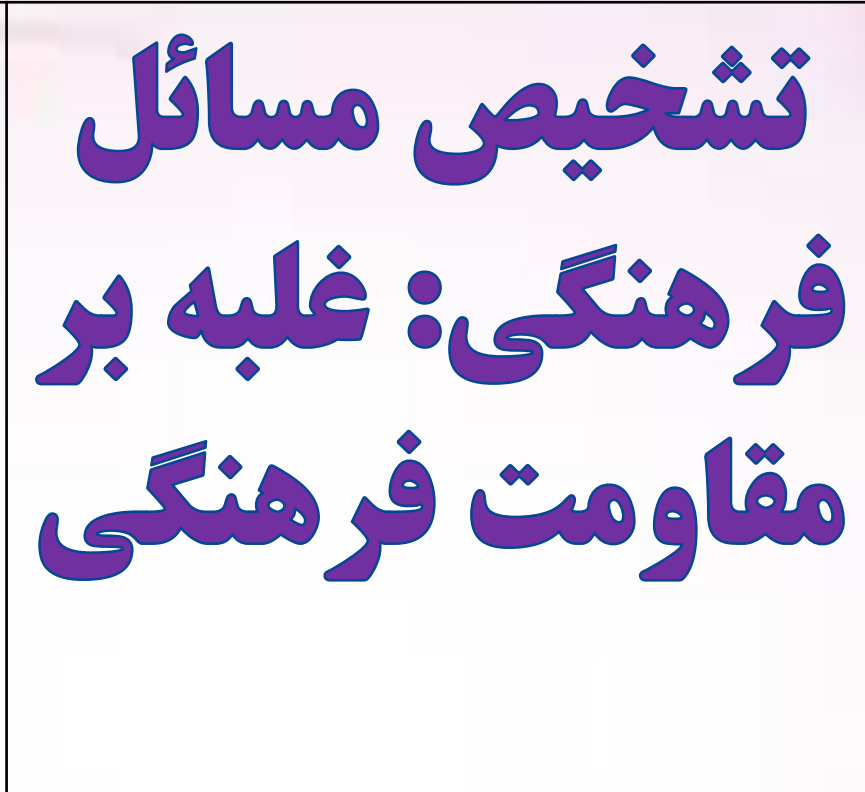
کارمندان خود را شریک  
بدانید و از تک تک آنها  
روزانه نظرات تازه بخواهید  
و به نظرات آنها امتیاز بدهید  
(قبول کنید برای بهتر کردن  
برند تنها نیستید)



# ۱۲ حقیقت برای دور ماندن از مشکل



Recognize That  
Culture  
Matters:  
Overcome Cultural  
Resistance



تشخیص مسائل  
فرهنگی: غلبه بر  
مقاومت فرهنگی

۱



Institutionalize  
Change



نهادینه کردن  
تغییرات

۲



**Define a Clear  
Strategy for  
Enduring Profitable  
Growth**

**تعریف یک  
استراتژی مطلوب  
با رشد سودآوری  
پایدار**

۳



**Break  
Down  
Silos**

**طبقه بندی و  
تفکیک موانع  
رشد برند**

۴



**Reinforce  
Authenticity**

۵  
**تقویت صداقت  
و درستی**



**Make  
Demographics  
Matter**

۶  
**ایجاد مطالب  
جمعیت  
شناسی**



Act Like a  
Leader

رفتار نمودن  
مانند یک  
رهبر

۷

Stay  
Relevant

توجه به نیازهای  
مشتریان و  
تغییرات جهانی

۸

Move from Living  
Off  
Current Positive  
Momentum to  
Creating Ongoing  
Positive Momentum

جابه جایی از زندگی  
فعلی بدون  
شتاب مثبت به ایجاد  
شتاب مثبت

۹

Institute  
Clear  
Accountability

تدوین پاسخگوئی  
بطور صریح

۱۰



Change the  
Reward  
System

تغییر سیستم  
پاداش

۱۱

Measure  
Results

ارزیابی  
نتایج

۱۲

A decorative background featuring a close-up of pink and yellow flowers, possibly lilies, with soft, blurred petals and green foliage. The flowers are positioned on the left side of the frame, with some petals extending towards the center.

۱۲ تمایل

ناخود آگاه برای

ایجاد مشکل



The  
arrogance of  
(great)  
success

مغرور شدن از  
موفقیت های  
بزرگ

۱

The comfort  
of  
complacency

احساس آرامش  
بیش از حد ناشی  
از رضایت مندی

۲

The building of  
organizational  
barriers and  
bureaucratic  
processes

۳  
ایجاد موانع سازمانی  
و فرآیندهای  
بوروکراسی بیش از  
حد

The focus on  
analyst  
satisfaction rather  
than on customer  
satisfaction

۴  
تمرکز بر رضایت  
تحلیلگران به جای  
تمرکز بر رضایت  
مشتریان



The belief that  
what worked  
yesterday will  
work today

اعتقاد به موثر بودن  
آنچه که در گذشته  
مطلوب بوده، برای  
آینده

۵

The failure  
to  
innovate

موفق نبودن توسعه ی  
نیازهای جدید  
مشتریان از طریق ارائه  
راه حل های جدید

۶

**The lack of  
focus on the  
core  
customer**

**عدم تمرکز روی  
مشتریان  
زیربنائی**

۷

**The  
backtrackin  
g to basics**

**سرپیچی از  
اصول**

۸



The loss of  
relevance

۹  
عدم ارتباط با چشم  
انداز، مشتریان،  
بخش ها، برند رقیب  
و برند خود

The lack of  
a coherent  
Plan to Win

۱۰  
فقدان یک  
برنامه منسجم  
برای برنده شدن



The lack of a  
balanced Brand-  
Business  
Scorecard

۱۱  
عدم تعادل مناسب  
بین فهرست امتیازات  
نتایج کسب و کار و  
نتایج برند



The disregard  
for the  
changing  
world

۱۲  
عدم توجه  
به تغییرات  
جهانی



بَا تَشْكُرُ  
حُسْنِ تَوْجِهٍ  
شَمَا عَزِيزَانِ