

# من پینوکیو نیستم!!

سیتا مجید علوی

www.ketab.ir



نشر دستور

شماره شابک: ۰۲-۰۶۷۲۷-۶۲۲-۹۷۸

سرشناسه: علوی، سید مجید، ۱۳۶۲- [Alavi, Seyyed Majid]  
 عنوان و نام پدیدآور: من پینوکیو نیستم!! سید مجید علوی.  
 مشخصات نشر: مشهد: دستور، ۱۳۹۸.  
 مشخصات ظاهری: ۱۲۰ص: مصور (رنگی)، جدول، نمودار (بخشی رنگی).  
 فروست: بازاریابی و تبلیغات: ۱.  
 شابک: 978-622-6727-02-0  
 وضعیت فهرست نویسی: فیپا  
 موضوع: آگهی های تبلیغاتی  
 موضوع: Advertising  
 رده بندی کنگره: HF ۵۸۲۳  
 رده بندی دیویی: ۶۵۹/۱  
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۷۸۶۵۲



من پینوکیو نیستم. سید مجید علوی  
 نوبت چاپ: دوم  
 طرح جلد و صفحه آرایی: نسترن خراسانی  
 چاپ و صحافی: روزنامه خراسان  
 قطع: وزیری (۱۱۶ صفحه) تاریخ انتشار: بهار ۱۴۰۱  
 شمارگان: ۱۰۰۰ جلد، قیمت: ۲۵۰/۰۰۰ ریال  
 حق چاپ محفوظ است  
 شماره شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۷۲۷-۰۲-۰۰  
 مشهد، صندوق پستی ۹۱۸۹۵-۱۳۸۸ نمابر ۳۷۶۶۴۴۶۱-۵۱-۰  
 پیام نگار: dasturpress93@gmail.com  
 نشانی وبگاه: dasturpress.com

این کتاب با کاغذ حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتشر شده است.

## فهرست

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| پیشگفتار.....                                       | ۴  |
| مقدمه.....                                          | ۵  |
| فصل نخست: رفتن به مدرسه (هدف گذاری).....            | ۷  |
| فصل دوم: بازی سگه ها (انتظارات درست).....           | ۱۸ |
| فصل سوم: گربه نره (دوستان نابلد).....               | ۳۲ |
| فصل چهارم: روباه مکار (آلان سودجو).....             | ۴۱ |
| فصل پنجم: دروغ و دماغ (اشتباهات دیده نمی شوند)..... | ۵۰ |
| فصل ششم: جینا (مشاوران تبلیغی).....                 | ۶۱ |
| فصل هفتم: پدر ژپتو (حمایت از برند).....             | ۶۹ |
| فصل هشتم: آدم شدن (تکامل).....                      | ۹۹ |

## پیشگفتار

همه سازمانها و مجموعه‌ها امروز به اهمیت تبلیغات در پیشرفت سازمان و راهیابی به اهدافشان پی برده‌اند. بخش قابل توجهی از بودجه‌بندی همه‌ساله شرکتها به تبلیغات اختصاص داده می‌شود. این بودجه‌ها معمولاً بنا به تصویرسازیهای ذهنی افرادی که دلالان صنعت تبلیغ بشمار می‌روند و برای رسیدن به اهدافی واهی که بسیاری از آنها منطقاً هیچ ربط مستقیمی به تبلیغات ندارد در اختیارشان قرار می‌گیرد.

حتماً داستان پینوکیو را به یاد می‌آورید. این داستان قدیمی اما درجه‌یک درسهای بسیاری به ما آموخت. در این کتاب سعی شده به چند آموزه بسیار مهم در آن اشاره شود.

یقیناً هدر رفت بودجه‌های تبلیغی دردی است که هرگاه آن را در سطوح مختلف می‌بینم همانند کارشناس محیط زیستی که از دیدن آلودگیهای زمین رنج می‌برد، به هم می‌ریزم. امروز خوشحالم با نگارش این کتاب به همه سازمانهای کوچک و بزرگ میهن پاکم، ایران، کمک کنم تا با شناخت بهتر این صنعت و اهداف قابل دستیابی در آن بتوانند بهترین بهره‌وری و استفاده را از این ابزار و تیغ دو دم، کسب کنند. امیدوارم زندگی همه شما جوان همواره سرشار از موفقیت و کامیابی باشد.

با آرزوی موفقیت و سربلندی

سید مجید علوی