

۱۵۶۰۵۷۴
۰۰۷۰۰۰۰۰

به نام هستی بخش

راز جذب پول در ایران (۷)

تبلیغات و رکار بردی برای همه مشاغل ایرانی

نویسنده: علی اکبری



بهار سبز

سرشناسه	: اکبری، علی، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: راز جذب پول در ایران (۷) تبلیغات مؤثر و کاربردی برای همه مشاغل ایرانی / نویسنده علی اکبری.
مشخصات نشر	: تهران: بهار سبز، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۲ ص.: مصور.
شابک	: ۳ - ۳۱ - ۸۱۲۴ - ۶۰۰ - ۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان دیگر: راز جذب پول در ایران (۷) تبلیغات مؤثر برای همه کاسبان ایرانی.
عنوان دیگر	: راز جذب پول در ایران (۷) تبلیغات مؤثر برای همه کاسبان ایرانی.
موضوع	: موفقیت در کسب و کار -- جنبه‌های روان‌شناسی ؛ -- Success in business Psychological aspects ؛ موفقیت در کسب و کار -- ایران ؛ -- Success in business Iran ؛ ثروت -- به زبان ساده ؛ Wealth -- Popular works
رده‌بندی کنگره	: HF ۵۳۸۶ / ۲۷ ۱۳۹۶ ر ۶۷ الف /
رده‌بندی دیو	: ۶۵۰/۱
شماره کتابشماره ملی	: ۵۰۱۱۲۳۶



راز جذب پول در ایران (۷)

تبلیغات مؤثر و کاربردی برای همه مشاغل ایرانی

نویسنده: علی اکبری

ویراستار: میترا دانشور

طراح جلد: عاطفه اکبری

امور فنی و هنری: شهیر

نوبت چاپ: اول، بهار ۱۳۹۷

شمارگان: ۳۰۰۰ جلد

لیتوگرافی: صاحب

چاپ و صحافی: گنج شایگان

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان

شابک: ۳ - ۳۱ - ۸۱۲۴ - ۶۰۰ - ۹۷۸

تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۱۰

تلفن: ۳ - ۲۲۶۲۲۹۰۱؛ کدپستی: ۱۳۱۴۹۶۳۹۹۳

پست الکترونیک: info@baharesabz.ir

نشانی سایت و فروشگاه اینترنتی: www.baharesabz.com

حق چاپ محفوظ است.

فهرست

- بخش اول: تبلیغات چیست؟! آن هم در ایران نه آن طرف دنیا!!!
- ۷ معنی و کاربرد تبلیغات در ایران چیست؟
- ۹ فصل اول: یک جمله معروف
- فصل دوم: برای تبلیغات باید بازار هدف خودتان را مشخص کنید یا
- ۱۱ بهتر بگویم بشناسیدش
- ۱۵ فصل سوم: تبلیغات مزخرف در ایران چرا می‌کند!!!
- ۲۴ فصل چهارم: تبلیغات پنج مرحله دارد.....
- ۳۰ فصل پنجم: قدرت تحلیل بازار و نیازهای بازار
- ۳۴ فصل ششم: گاو بنفش
- ۳۶ فصل هفتم: موجود بودن در همه جا
- ۳۸ فصل هشتم: "ر ن د"
- ۴۳ فصل نهم: انتخاب نام
- ۴۶ فصل دهم: شعار ساختن
- ۴۹ فصل یازدهم: متحدالشکل بودن / رنگ سازمانی / یک‌شکل بودن
- ۵۶ فصل دوازدهم: بهترین تبلیغات دنیا، تبلیغات دهان به دهان است
- ۶۲ فصل سیزدهم: تکنیک‌های تبلیغاتی



- ۷۱ فصل چهاردهم: تداعی معنی
- ۷۳ فصل پانزدهم: حرکات فراتبلیغاتی
- ۷۵ فصل شانزدهم: کرکره‌های جهنمی
- ۷۹ فصل هفدهم: موج و استفاده از آن
- ۸۲ فصل هجدهم: پیگیری و تماس
- ۸۶ فصل نوزدهم: حرکت در خطوط موازی
- ۸۹ بخش دوم - مثال‌ها؛ مثال‌هایی از جنس الماس و طلا
- ۹۱ مثال اول: آتلید مله مک
- ۹۳ مثال دوم: کارت خوان و سبزه جاره
- ۹۵ مثال سوم: دستکش آشپزخانه
- ۹۷ مثال چهارم: صابون حمام!
- ۹۹ مثال پنجم: قصابی که...
- ۱۰۱ مثال ششم: جمله سود شما از این خرید...
- ۱۰۳ مثال هفتم: بیلبرد کلاً ناخوانا
- ۱۰۵ مثال هشتم: دوغ مخصوص کباب
- ۱۰۷ مثال نهم: دوغ در شیر یا شیر در دوغ
- ۱۰۹ مثال دهم: شعار پپسی
- ۱۱۱ مثال یازدهم: اسباب‌بازی زرافه
- ۱۱۴ مثال دوازدهم: لطفاً با احتیاط دست بزنید!!
- ۱۱۶ مثال سیزدهم: طلافروشی! پرو
- ۱۱۷ مثال چهاردهم: خشکشویی با وانت



۱۱۹. مثال پانزدهم: بیلبورد تخصصی در مکان غیر تخصصی.....
۱۲۱. مثال شانزدهم: آب معدنی با رنگ طلایی یا صورتی.....
۱۲۳. مثال هفدهم: خمیر دندان با طعم نوشابه!!!.....
۱۲۴. مثال هجدهم: نان باب اسفنجی.....
۱۲۶. مثال نوزدهم: بازاریابی چیه!!!.....

۱۲۹. بخش سوم - مشق شب

۱۳۱. مشق شب جنابعالی.....

بخش چهارم - یک سؤال اساسی از شما:

۱۳۹. آیا شرایط جدید مشتری را دارم؟

۱۴۱. فصل اول: جذب مشتری.....