

## فهرست مطالب

پیش‌گفتار.....

فصل اول: برند و اهمیت آن.....

مقدمه.....

مفهوم برند.....

ابعاد مختلف برند.....

وجوه برند.....

برند و ضرورت ایجاد آن.....

خصوصیات یک برند تأثیرگذار.....

مزایای برند.....

ترجمه نام تجاری در بانک‌ها.....

سازمان به عنوان یک برند.....

ویژگی برندهای مشهور.....

برندسازی از طریق اشتها در خدمات بانکی خاص.....

معرفی معتبرترین برند خدماتی در دنیا.....

ریشه‌یابی عدم توجه به برند در ایران.....

نتیجه‌گیری.....

فصل دوم: خلق و جایگاه‌یابی برند.....

مقدمه.....

..... اهمیت برندسازی در بانک‌ها

..... جایگاه‌یابی نام‌های تجاری

..... اندازه بانک و تأثیر آن بر جایگاه‌یابی

..... تغییر نام برند بانک‌ها و سایر موسسات خدمات مالی

..... راه‌های متفاوت‌سازی

..... مراحل و ارکان برندسازی

..... معرفی برند از درون بانک به محیط بیرون

..... خلق نماد برای برند

..... طراحی و ساخت لوگو

..... مفهوم نمادها در لوگوی بانک‌ها

..... تصویر ذهنی از برند بانک

..... برندسازی به کمک مشتریان

..... اشتباهات رایج در برندسازی

..... قوانین تغییرناپذیر برندسازی

..... اهمیت نقش کارکنان شرکت‌های خدماتی در ارتباط با برند

..... شخصیت برند در سازمان‌های خدمات مالی

..... سنجش قدرت برند

..... راه‌های عملی افزایش ارزش برند

..... مدیریت برند

..... توسعه برند در بانک‌ها

..... انواع توسعه برند

..... معرفی ده برند برتر بانکی دنیا

..... نتیجه‌گیری

## ..... فصل سوم: مدیریت استراتژیک برند

..... مقدمه

..... استراتژی چیست؟

..... مدیریت استراتژیک برند

..... چشم‌انداز برند

..... فرهنگ سازمانی

..... تدوین اهداف برای برند

..... حسابرسی عوامل سوق دهنده و بازدارنده

..... تدوین استراتژی برند

..... تولیدکننده

..... توزیع کننده

..... رقبا

..... محیط بازاریابی

..... مشتریان

..... اجرای استراتژی

..... جایگاه سازی برند در بانک ها

..... نگاهت ادراکی

..... جایگاه سازی مجدد

..... نتیجه گیری

**..... فصل چهارم: ارزش ویژه برند**

..... مقدمه

..... ارزش ویژه برند

..... ردیابی وضعیت برند

..... آگاهی از برند

..... کیفیت درک شده

..... تداعی گری برند

..... وفاداری به نام و نشان تجاری

..... روش های ارزش گذاری برند

..... تعاملات مالی

..... پیشنهاداتی برای افزایش ارزش ویژه برند در بانک ها

..... نتیجه گیری

**..... فصل پنجم: بازاریابی رابطه مند و رهبری برند**

..... مقدمه

..... بازاریابی رابطه مند و معماری هویت برند

..... رهبری برند  
 ..... رهبری برند

## ..... فصل ششم: تبلیغات و برندسازی

..... مقدمه  
 ..... تبلیغات و برند  
 ..... اهداف تبلیغات در بازاریابی بانکداری  
 ..... کارکردهای تبلیغات در ارتباط با برند  
 ..... بررسی تبلیغات بانک HSBC  
 ..... چالش‌های اساسی در تبلیغات بانکی ایران  
 ..... مدیریت برند در صنعت بانکداری  
 ..... مهندسی مجدد تبلیغات در بانک‌ها  
 ..... عوامل خارجی  
 ..... عوامل داخلی  
 ..... مزایای اجرای مهندسی مجدد تبلیغات برای بانک  
 ..... هدف مهندسی مجدد تبلیغات  
 ..... انواع مهندسی مجدد تبلیغات  
 ..... انواع تغییرات ناشی از پیاده‌سازی مهندسی مجدد تبلیغات  
 ..... شعارهای تبلیغاتی و برند  
 ..... شعارهای تبلیغاتی در بانک‌های ایران  
 ..... عوامل تاثیرگذاری تبلیغات در برندسازی  
 ..... تبلیغ نقل و انتقال پول

## ..... فصل هفتم: طراحی داخلی شعب و برندسازی

..... مقدمه  
 ..... توجه به الگوی واحد در اجرای نظام آراستگی  
 ..... شناسایی وضعیت ارتباطی سازمان با اجرای نظام آراستگی  
 ..... نگاه بانک‌های برتر دنیا به آراستگی شعب  
 ..... مثال‌هایی از طراحی موفق شعب در بانک‌ها  
 ..... عواملی که در طراحی داخلی باید مورد توجه قرار گیرد:

..... روان‌شناسی رنگ‌ها و کاربرد آنها در دکوراسیون داخلی

## ..... فصل هشتم: روابط عمومی و برندسازی

..... مقدمه

..... روابط عمومی تجاری

..... نقش روابط عمومی در خوش نامی برند سازمان

..... پنج نقش مهم روابط عمومی در بازاریابی

..... روابط عمومی و اعتمادسازی

..... مؤلفه‌های ایجاد اعتماد

..... نتیجه‌گیری

## ..... فصل نهم: بازاریابی اجتماعی و تقویت برند بانک‌ها

..... مقدمه

..... جایگاه برندهای خدماتی در ایران

..... بازاریابی اجتماعی در یک نگاه

..... نام‌سازی و مسئولیت اجتماعی

..... جنبه‌های عینی تقویت برند

..... برندسازی اخلاقی

..... ایجاد نام و نشان تجاری اخلاقی

..... اهداف سؤال‌برانگیز نام‌سازی

..... برند سبز در حمایت از محیط زیست

..... نتیجه‌گیری

..... منابع