(سهامی خاص)

مباشر فنون آرامان

شماره ثبت (۶۷۰۵۳)

وبسایت : www.aaraman.com
تلفن : ٦٦٧ ٠ ٦٤١ ٠٩١٣ - ٥٧ ٩١٤ ٩١٦ ٠٢١
ایمیل: info@aaraman.com

storybrand principle one
the CUSTOMER is the hero, not your BRAND

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle two
companies tend to sell solutions to EXTERNAL problems but customers buy solutions to INTERNAL problems

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle three
customers aren't looking for another HERO; they're looking for a GUIDE

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle four
customers TRUST a guide who has a PLAN

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle five
customers DO NOT take action unless they are CHALLENGED to take action

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle seven
NEVER assume people understand how your brand can CHANGE thier lives, tell them

(Donald Miller, SB7)

storybrand principle six
every human being is trying to avoid a TRAGIC ENDING

(Donald Miller, SB7)

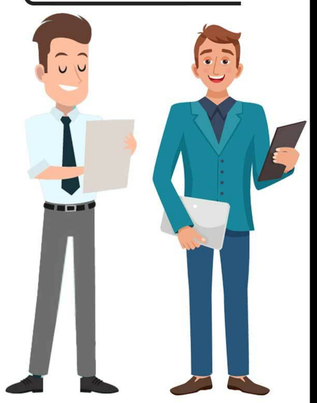
"داستان برند"

۱
شخصی (مشتری شما)
وجود دارد،

۲
که مشکلی دارد،

۳
و با راهنمایی (کسب و
کار شما) ملاقات می کند،

۴
که برنامه‌ای برای او دارد،



۵
و او را به حرکت فرا
می‌خواند،

۶
تا از شکست جلوگیری
نماید،

۷
و او را به موفقیت برساند

شخصی (مشتری شما) وجود دارد،

چه چیزی نیاز دارد؟

و با راهنمایی (کسب و کار شما) ملاقات می کند،

همدلی

توانایی

و او را به حرکت فرا می‌خواند،

مستقیم

غیر مستقیم

تا از شکست جلوگیری نماید،

که مشکلی دارد،

شخصیت بد

داخلی

خارجی

فلسفی

که برنامه‌ای برای او دارد،

فرآیند

توافق

و او را به موفقیت برساند

تحول شخص (مشتری)

از:

به: