

فهرست

۰. **حمله از ثانیه اول بازی!** / هدف از موج آفرینی چیست؟
۹
۱. پالایش فرهنگی
۱۱
۲. تعامل فرهنگی
۱۳
۳. زایش فرهنگی
۱۵
۴. امنیت فرهنگی
۱۶
۵. حفظ و ایجاد تغییر در هویت جمعی
۱۸
۱. **تکل زدن روی حریف داخل محوطه جریمه** / قرار است موج شما با کدام نیاز
مخاطب برخورد کند؟
۲۳
۱. سرحلقه نیازها را پیدا کنید
۲۶
۲. نظام اولویت‌های نیازهای مردم را به دست آورید
۲۷
۳. اندر خم نظام‌های اولویت‌گذاری
۳۰
۲. **روی نیمکت ذخیره‌های تیم چه کسانی را دارید؟** / از امکاناتتان برآورد دقیقی
داشته باشید
۳۷
۱. نقاط قوت و ضعف خودتان را بشناسید
۴۰
۲. در جهت رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط ضعفتان از مشورت استفاده کنید
۴۰
۳. **بلندگوی ورزشگاه نیوکمپ در خدمت شماست!** / از قدرت کلمات غافل
نباشید!
۴۵
۱. خصوصیات زبانی جامعه مخاطب خودتان بشناسید!
۴۹
۲. با زبان مردم با مردم سخن بگویید!
۵۰

۴. گل به خودی در دقیقه نود / حواستان به زمینه تاریخی و فرهنگی موج باشد ۵۹
۱. زمینه‌ای که درون آن نفس می‌کشید ۶۱
 ۲. زمینه اجتماعی موج به مثابه زبان تفسیر واقعه ۶۴
 ۳. زمینه‌های ملی یا جهانی ۶۹
۵. وقتی تیرک دروازه ناجی تیم می‌شود / مخاطب هدف موج شما چه کسی است ۷۹
۱. گوناگونی مخاطبین، مهندسی تأثیر ۸۵
 ۲. تقسیم‌بندی مخاطبین از حیث نوع مواجهه‌شان با موج ۹۰
 ۳. مخاطب شما چه ویژگی‌هایی دارد؟ ۹۳
 ۴. از مکافات عمل غافل مشو ۹۴
 ۵. آسیب‌های ممکن در جامعه مخاطبین ۹۵
۶. گیرانداختن مهاجم زهردار حریف در تله آفساید / استراتژی موج را تعیین کنید ۱۰۳
۱. مسیرهای گوناگون، استراتژی‌های گوناگون ۱۰۶
 ۲. از میان استراتژی‌ها کدام را انتخاب کنیم؟ ۱۲۰
۷. نمایی زیبا از موج مکزیک طرفداران! / انتخاب کنید که موج شما مستقیم است یا معکوس؟! ۱۲۳
۱. موج آفرینی معکوس، کی و کجا ۱۲۶
 ۲. اندر معایب موج آفرینی معکوس ۱۳۰
۸. پیش به سوی جام قهرمانی! / طراحی پیام موج موفق ۱۳۳
- شرط اول: آن‌گونه گو که مردم بپذیرند ۱۳۵
 - شرط دوم: پیامی را انتخاب بکن که بتوانی ۱۳۶
 - شرط سوم: به وسیله نیازها با مردم سخن بگو ۱۳۷
۹. تیم ایران! یا علی مدد / برای موجتان شعار انتخاب کنید ۱۴۳
- اصل اول: سادگی و روان بودن شعار ۱۴۵
 - اصل دوم: شعار تبلیغات باید با موج‌های همسایه ایجاد تمایز کند ۱۴۶
 - اصل چهارم: سعی کنید شعارتان مسجع یا قافیه‌دار باشد ۱۴۸
 - اصل پنجم: زودگذر نبودن شعار ۱۴۹
۱۰. چه می‌کنه این بازیکن / مؤلفه‌های اساسی موج آفرین ۱۵۵
۱. موج آفرینی سازمانی یا فردی ۱۵۷

۲. موج آفرین و ناشایستگی‌ها
۱۵۸
۱۱. به داور نگاه چپ نکنید / آیا منبع موج شما معتبر است؟
۱۶۹
۱. اعتبار منبع، مهارتی کسب‌کردنی
۱۷۲
۲. اعتبار موج آفرین چه هنگام مؤثر است؟
۱۷۲
۳. چگونه باید اعتبار کسب کرد؟
۱۷۳
۴. آن‌گاه که اعتبار از شما سلب شود
۱۷۷
۵. دلایل کاهش اقتدار و محبوبیت موج آفرین
۱۷۹
۱۲. مسئله این است: سرمربی در سایه بودن یا نبودن / تصمیم بگیرد آشکار باشید یا پنهان
۱۸۷
۱. چراغ خاموش روشن بودن در موج‌های معکوس
۱۸۹
۱۳. لژیونر شو / سوژه خود را انتخاب کنید
۱۹۹
۲. سوژه به مثابه نماد ثانویه
۲۰۱
۳. از انتخاب سوژه تا انتشار موج
۲۰۳
۱۴. تعویض طلایی در وقت اضافه / چرا انتخاب درست حامل نیمی از راه است؟
۲۱۵
۱. چرا در بعضی مواقع حامل‌ها ضعیف عمل می‌کنند؟
۲۱۸
۲. چرا نباید حامل‌های سنتی در جامعه را فراموش کنیم؟
۲۱۹
۳. چرا انتخاب حامل مناسب مهم است؟
۲۲۰
۴. ابهام در وظایف حامل موج یا مروجین
۲۲۰
۵. جلسه ایده‌پردازی و رسیدن به یک نظام عملیاتی
۲۲۱
۱۵. نیمه دوم بازی جبران می‌کنیم / مراحل اجتماعی شدن موج را به خوبی بدانید
۲۲۵
- مرحله اول: نقاط مشترک، عامل ایجاد حس همراهی با موج
۲۲۷
مرحله دوم: توجه و فهم ادراکی نسبت به موج
۲۲۸
مرحله سوم: پذیرش و ابراز علاقه
۲۲۹
مرحله چهارم: درونی‌سازی موج
۲۳۰
مرحله پنجم: اجتماعی شدن
۲۳۱
۱۶. بی خود و بی جهت کارت قرمز نگیرید! / سطح تأثیر موج را در محیط ارزیابی کنید
۲۳۵
۱. میزان انطباق موج با نیازهای جامعه
۲۳۷
۲. چرا باید برای بررسی میزان پذیرش اجتماعی، تأثیر موج را سنجید؟
۲۳۹

- ۲۴۰ ۳. آیا می‌توان بررسی میزان موفقیت حامل‌های موج را سنجید؟
- ۲۴۰ ۴. استفاده از قهرمانان در کمپین انتخاباتی
- ۲۴۰ ۵. آثار پیش‌بینی نشده را پیش‌بینی کنیم!
- ۲۴۱ ۶. باید حرکت موج بر مسیر اهداف را سنجید!
- ۲۴۵ ۱۷. به قانون گل‌طلایی ایمان بیاورید / زمان‌شناس باشید و به اصل تکرار، پایبند
- ۲۴۷ ۱. موج چه مرحله‌ای را طی می‌کند تا به اوج برسد؟
- ۲۴۹ ۲. از متخصصین در کار استفاده کنید
- ۲۵۰ ۳. زمان‌شناسی چرا و چگونه؟
- ۲۵۱ ۴. چرا اصل تکرار در رساندن موج به قله خیلی مهم است؟
- ۲۵۷ ۱۸. هیچ‌کس بهتر از شما پاس گل نمی‌دهد / انگاره‌تان را خودتان بسازید
- ۲۶۰ ۱. انگاره دقیقاً چه کار می‌کند؟!
- ۲۶۴ ۲. تشدید ناهماهنگی شناختی
- ۲۶۸ ۳. چرا باید برای مدیریت تصویر موج‌تان یک فرد را برای مدیریت تصویر بگذارید؟!
- ۲۶۹ ۴. جریان بازنمایی موج‌تان را خودتان در دست بگیرید
- ۲۷۳ ۱۹. تمارض نکن؛ پاشو... زشته / مقابله با ضد موج‌ها
- ۲۷۵ ۱. ضد موج‌ها اساساً چه هستند؟
- ۲۷۶ ۲. چرا بهترین راه جلوگیری از ضد موج‌ها این است که موج شما موفق شود؟
- ۲۷۷ ۳. برای موفقیت بیشتر به محیط انتقال موج توجه داشته باشید
- ۲۸۹ گام آخر: چقدر خوبیم ما... / خود را ارزیابی و موج خود را بازطراحی کنید
- ۲۹۳ منابع