

چاپ
اول

ماشین پولسازی

چگونه در ۵ گام هر کسب و کاری را
به درآمدهای میلیاردی برسانیم.



دکتر کاویانی

یاد گرفتم چگونه ماشین پولسازی خودم را طراحی کنم ...

در این کتاب الکترونیکی، قصد داریم در پنج مرحله ساده و کاربردی، فرمول ساخت یک **ماشین پول سازی** را یاد بگیریم. در واقع یاد خواهیم گرفت چگونه می‌توانیم یک ماشین پولسازی پربازده و سودآور ایجاد کنیم که توانایی **تغییر زندگی** ما را داشته باشد؟ من از شما می‌خواهم که این ایبوک را با دقت دنبال کنید، یاد بگیرید و با استفاده از فرمول و نکاتی که به شما یاد خواهم داد، ماشین پول سازی خودتان را بسازید. توجه داشته باشید که در این کتاب الکترونیکی، **قصد نداریم مطالب پیچیده‌ای را بیان کنیم**، اما می‌خواهیم نکاتی را مطرح کنیم که می‌تواند به شکل **کاملاً عملی**، کسب‌وکار و زندگی شما را به‌طور کامل دگرگون سازد.



اجازه دهید ابتدا خودم را معرفی کنم، زیرا همیشه می‌گویم که وقتی به کسی گوش می‌دهید، یک کتاب می‌خوانید یا یک دوره آموزشی را دنبال می‌کنید، باید ابتدا از خود بپرسید که آیا نویسنده کتاب یا مدرس دوره، **تجربه عملی** در آن زمینه را دارد یا خیر؟ و آیا به **نتایج قابل توجهی** دست یافته است؟ در واقع باید

در جایگاهی باشد که بتوان به او اعتماد کرد.

من وقتی کار خودم را در سال ۹۲، در دوران دانشجویی شروع کردم، تصمیم گرفتم که در کنار تحصیل، درآمدی داشته باشم. در ابتدا می‌خواستم **کارمندی** کنم و به مکان‌های مختلفی برای یافتن کار مراجعه کردم، اما موفق نشدم... بنابراین **تصمیم گرفتم کسب و کار خودم را راه اندازی کنم**. من هیچ دانشی درباره کسب و کار نداشتم و **سرمایه اولیه خاصی** هم نداشتم. با وجود این، با استفاده از اینترنت و فضای آنلاین، شروع به کار کردم و با چالش‌های بسیاری مواجه شدم. با خواندن کتاب‌های مختلف در زمینه کسب و کار، شروع به یادگیری کردم و به تدریج، **پس از سه ماه** تلاش، توانستم اولین مشتریانم را جذب کنم. **شش ماه** طول کشید تا بتوانم به درک بهتری از کسب و کار و تبلیغات برسم و اولین تبلیغم را انجام دهم.

وقتی که شما چیزی را نمی‌دانید و می‌خواهید آن را صرفاً از طریق تجربه یاد بگیرید، ممکن است زمان زیادی صرف شود.

66

یک سال طول کشید تا من تمام کارها را خودم **به تنهایی** انجام دهم و سپس تصمیم گرفتم چند تن از دوستانم را وارد کار کنم تا یک **سیستم کسب و کاری** ایجاد کنم. حالا، بیایید نگاهی به **سال گذشته** بیندازیم و ببینیم چگونه پیشرفت کرده‌ایم:

به همراهی تیم و کارکنانم، بیزینس «**دکولایف**» شروع به کار کرد و در حوزه‌ی

تولید مبلمان فعالیت خود را آغاز نمودیم. در طی یک سال:

- کارخانه را راه اندازی کردیم، پرسنل استخدام شدند و نمونه اولیه محصولات تولید گردید.
- در همان سال اول، موفق شدیم دو شعبه جدید را افتتاح کنیم که بسیار موفق عمل کردند و نمایندگی های مختلفی هم به سراسر کشور دادیم.
- اکنون بیست مدل مبلمان مختلف تولید می کنیم و محصولات جانبی را نیز در کارخانه تولید کرده ایم. تمام این اتفاقات **در طول یک سال** رخ داده است، در حالی که افراد فعال در این صنعت، اقرار می کنند که کاری که ما در مجموعه ی دکولایف انجام دادیم، **یک پروسه ی ۱۰ ساله** هست که ما توانستیم در یک سال، این مسیر را طی کنیم.

ولی چطور شد که توانستیم این مسیر ده ساله را با این سرعت و کیفیت طی کنیم؟ چون در سال های قبل، در بیزینس های قبلی، **ذهنیت و تفکر من** عوض شد، بیشتر و بیشتر **آموزش** دیدم، تجربه کردم، مهارت های بیزینسی خودم را ارتقا دادم و همین تغییر ذهنیت ها،



ارتقای مهارت ها و تجربیات چندساله در چندین بیزینس مختلف، باعث شد **فرمول ساخت ماشین پولسازی** را پیدا کنم. من یاد گرفته ام که بیزینس به اندازه ای که فکر می کنید، سخت نیست، اگر بدانید چه کاری باید انجام دهید.

بسیاری از افراد سردرگم هستند و نمی‌دانند از کجا شروع کنند و چه کار باید بکنند، اما من می‌خواهم در **۵ قدم ساده ولی عملی**، به شما نشان دهم که چگونه می‌توانید بیزینس خود را شروع کنید، ماشین پولسازی خود را راه بیندازید و از این طریق، به موفقیت برسید.

در طول این پنج قدم با من همراه باشید تا به شما نشان دهم چگونه می‌توانید مشتریان خود را پیدا کنید، فروش خود را افزایش دهید، مشتریان قبلی را حفظ کنید و یک سیستم کسب‌وکاری بسازید که حتی در غیاب شما نیز کار کند. ما در این پنج قدم، **اجزای مختلف ماشین پولسازی** را با هم بررسی خواهیم کرد و **تاکید می‌کنم که همه چیز را ساده خواهم گفت**، چرا که بسیاری از مواقع، ما موضوعات را بیش از حد پیچیده می‌کنیم و به همین دلیل نتیجه نمی‌گیریم. اعتقاد دارم که بسیاری از چیزهایی که شما فکر می‌کنید پیچیده هستند، در واقع ساده‌تر از آنچه تصور می‌کنید، می‌باشند.

من قول می‌دهم اگر این چند مرحله ساده را پیاده‌سازی کنید، می‌توانید **درآمد خود را ۲۰۰ تا ۳۰۰٪ افزایش دهید**. پس با من همراه باشید و بیاموزید که چگونه می‌توانید ماشین پولسازی خود را راه‌اندازی کنید و به موفقیت برسید.



۵ نگرش لازم برای ساخت ماشین پولسازی

۱. دیدگاهتان را به موضوع «امنیت مالی» تغییر دهید: ما در مسیر ساخت ماشین پولسازی، به دنبال **امنیت مالی** هستیم؛ اما امنیتی که فقط به داشتن درآمد حداقلی ختم نمی‌شود. امنیت واقعی آن است که بتوانیم در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌ها، بدون دغدغه، زندگی دلخواه خود را بسازیم. در این کتاب، می‌آموزیم که چگونه با آگاهی، وارد دنیای کسب‌وکار شویم. هرکسب‌وکاری ریسک‌هایی دارد، اما با مدیریت صحیح و یادگیری، می‌توان این **ریسک‌ها** را به حداقل رساند.



۲. «یادگیری»، اولویت شما باشد: افراد زیادی هستند که در شبکه‌های اجتماعی، در دیدارهای حضوری و ... از من می‌پرسند: «چگونه می‌توان پولدار شد؟ چگونه کسب و کارهای خودت را ساختی و به درآمد میلیاردی رسیدی؟» پاسخ ساده است:

اگر به نتایج دلخواه نمی‌رسید،

چیزهایی هست که شما هنوز نمی‌دانید.

من وقتی کسب و کار خودم را شروع کردم، **یک سال طول کشید** تا به نتایج اولیه و درآمد برسم و فهمیدم که **موفقیت** به اندازه‌ای که فکر می‌کردم، سخت نیست. موفقیت در کسب و کار به ایجاد یک **سیستم کارآمد** بستگی دارد. باید مراحل کار را بشناسید و نکات و جزئیات هر کدام از مراحل را اجرا کنید. اما همه‌ی این‌ها در گرو یک چیز است: «**پذیریم که چیزهایی که بلد نیستیم، باید یاد بگیریم تا به نتایج دلخواهمان برسیم.**» در این کتاب، می‌خواهم نکاتی را با شما به اشتراک بگذارم که مسیر کسب و کار خود را به صورت ساده و کاربردی طی کنید.



۳. به خودتان و توانایی‌هایتان «اعتماد و باور» داشته باشید: همانطور که در صفحات قبل گفتم، ما در این کتاب درباره مفاهیم و مراحل اصلی ساخت ماشین پولسازی یاد خواهیم گرفت و هدف ما از ساخت این ماشین پولسازی، این است که **بهترین‌ها** را برای خودمان

به ارمغان بیاوریم. چرا باید به درآمد کم راضی باشیم؟! وقتی می‌توانیم کسب و کار خودمان را شروع کنیم و درآمدمان را **ده‌ها و حتی صدها برابر** افزایش دهیم؟ برای ساخت کسب و کار و ماشین پولسازی خودمان، لازم است که به توانایی‌های خود **ایمان** داشته باشیم. بزرگترین کسب و کارها از جایی کوچک، از قدم‌هایی ساده شروع شده‌اند. به عنوان مثال، گوگل، آمازون و خیلی از کسب

و کارهای بزرگ در سطح جهانی، از یک گاراژ شروع به کار کرده اند. کارخانه دکولایف، اگر **قدم اول** را برنداشته بودیم، الان وجود خارجی نداشت! فقط کافی است که شروع کنیم و قدم به قدم پیش برویم. باید عزم راسخی داشته باشید که سال ۱۴۰۳ را متفاوت از بقیه سال‌های زندگی خود بسازید و هر وقت که کسی از داستان زندگی شما پرسید، در پاسخ بگویید:

همه چیز از سال ۱۴۰۳ و یک قدم مهم شروع شد ...

66

۴. در کنار ذهنیت، باید «مهارت» هم کسب کنید: در مورد سوم گفتیم که باید باور داشته باشید که می‌توانید به درآمد بالا برسید؛ اما در کنار این باور و این ذهنیت، باید **مهارت‌های لازم** را نیز یاد بگیرید. اگر صبح تا شب، هر روز صرفاً با خودمان تکرار کنیم که «فقط کافیه بخوام... من پولدار میشم... من فلان میشم» همه‌ی این ذهنیت‌ها برای ساخت ماشین پولسازی، لازم و ضروری هست و **سوخت اولیه** را در اختیار شما قرار می‌دهد؛ ولی اگر «**موتور مهارت**» را به این ماشین اضافه نکنید، سوخت خالی هیچ کاری نمی‌تواند برای شما انجام دهد تا مسیر را طی کنید. پس برای موفقیت در این مسیر، شما **هم به ذهنیت درست و هم به مهارت**، نیاز دارد؛ وگرنه با مطالب زرد انگیزشی، صرفاً چند قدم اولیه را جلو می‌روید، ولی خیلی زود متوقف خواهید شد؛ چون هنوز مهارت لازم را به دست نیاورده‌اید. من در این کتاب به شما نشان خواهم داد که چگونه این مهارت را کسب کنید، چگونه می‌توانید مدیر موفق باشید، چگونه مشتری پیدا

کنید، به مشتری بفروشید، مشتریان خود را حفظ کنید و چگونه سیستمی ایجاد کنید که کار را برای شما انجام دهد.

۵. حال خوب و «انرژی مثبت» داشته

باشید: من از شما می‌خواهم که با انرژی مثبت و حال خوب این کتاب را دنبال کنید. ما همگی از شرایط جامعه‌مان آگاهیم و می‌دانیم که چالش‌های مختلفی وجود دارد؛ اما نباید تنها به این شرایط و عوامل بیرونی بسنده کنیم. من



هم زمانی که کسب‌وکار خودم را شروع کردم، **با چالش‌های زیادی روبه‌رو بودم**، اما توانستم کسب و کارهای خودم را یکی پس از دیگری گسترش دهم. چرچیل، که از او به عنوان تغییردهنده‌ی مسیر جنگ جهانی یاد می‌شود، جمله‌ی جالبی در همین مورد دارد. او می‌گوید:

«**سرنوشت شما، بیشتر توسط حال روحی شما تعیین**

می‌شود؛ نه اینکه حال شما توسط سرنوشت و عوامل

بیرونی.»

66

این دیدگاه و نگرش، از فردی که در میانه‌ی جنگ جهانی و زیر آتش گلوله و موشک بود به ما نشان می‌دهد که باید روی کار خودمان، **روی چیزهایی که در**

کنترل خودمان است، تمرکز کنیم و با برنامه‌ریزی و داشتن روحیه‌ای خوب، مسیر خود به سمت نتایج مورد نظر را ادامه دهیم.

من معتقدم که اگر حال روحی خوبی داشته باشیم، سرنوشت‌مان نیز عالی خواهد شد. باید روی **ورودی‌های ذهنمان** کنترل داشته باشیم و اجازه ندهیم که اخبار منفی، حال ما را بد کند. من همیشه به خودم یادآوری می‌کنم که من **مسئول زندگی خودم هستم** و نمی‌خواهم بیست سال بعد بگویم که به خاطر شرایط اقتصادی نتوانستم به اهدافم برسم. قبول دارم که شرایط اقتصادی باید خیلی بهتر از این‌ها باشد، ولی صرفاً به خاطر این دلیل، زندگی خود را رها



نمی‌کنم و **مسئولیت ساختن آن را، خودم به عهده می‌گیرم.** باید ورودی‌های ذهنمان را کنترل کنیم و روی خودسازی و ساختن ماشین پولسازیمان **تمرکز** کنیم. تقدیر ما از خودمان شروع می‌شود. باید از خودمان بپرسیم که چه کارهایی می‌توانیم انجام دهیم، تا حالمان بهتر شود و برای جامعه و کسب‌وکارمان مفید باشیم. پس از به پایان رساندن این فصل، از خودتان

پرسید که چه کارهایی را باید بیشتر انجام دهید تا موفق‌تر باشید؟ شاید نیاز باشد که بیشتر **آموزش** ببینید یا قدم‌هایی بردارید تا حالتان را بهتر کنید. به جای

گوش دادن به اخبار منفی، بهتر است کتاب‌های توسعه فردی بخوانید و محتواهای مثبت و انگیزشی را دنبال کنید و همچنین باید تصمیم بگیریم که **چه کارهایی را کمتر انجام دهیم تا موفق‌تر باشیم؟** مثلاً بدون هدف، وقت خود را کمتر در شبکه‌های اجتماعی بگذرانیم و بیشتر روی کسب و کار و اهداف خود تمرکز کنیم.

این دو نکته برای تغییر زندگی یک فرد کافی است:
 چه کارهایی را باید **بیشتر** انجام دهیم تا موفق‌تر باشیم؟
 چه کارهایی را **کمتر** کنیم تا موفقیت بیشتری کسب کنم؟



پنج جزء کلیدی ماشین پولسازی

می‌خواهم در ابتدا این نکته را به شما بگویم که برای داشتن یک کسب‌وکار پربازده که پول‌ساز باشد، باید چه کارهایی انجام دهیم.

- ✓ در اولین گام، باید **به یک نیاز پاسخ دهیم و ارزش ایجاد کنیم.**
- ✓ در مرحله دوم، باید **به دنبال مشتریان برویم** و به آن‌ها اعلام کنیم که کسب و کار ما، نیاز شما را رفع می‌کند.
- ✓ در مرحله سوم، باید بتوانیم محصولاتمان را به مشتریان **بفروشیم.**
- ✓ در مرحله چهارم، باید مشتریانمان را **حفظ** کنیم و بتوانیم آن‌ها را به هوادار و تبلیغ‌کننده‌ی کسب و کارمان تبدیل کنیم.
- ✓ در مرحله پنجم، باید یک **سیستم** ایجاد کنیم که این کارها را به صورت **خودکار** انجام دهد.

به عنوان مثال، اگر من یک آنلاین‌شاپ اینستاگرامی دارم و محصولات / خدمات مراقبت از پوست ارائه می‌دهم، در قدم اول باید **به نیاز مشتریان پاسخ دهم** و ارزش ایجاد کنم. یعنی باید محصولاتی با ویژگی‌های منحصر به فرد، قیمت مناسب و کیفیت بالا ارائه دهم. حالا که محصولات و خدماتی دارم، باید بتوانم آن‌ها را به مشتریان نشان دهم و راه‌های مختلفی برای **جذب مشتری** داشته باشم. وقتی مشتریان به فروشگاه یا پیج من می‌آیند، باید بتوانم آن‌ها را

متقاعد کنم که محصولات من را انتخاب و تهیه کنند. موقعی که مشتری محصولی از من خریداری می‌کند، باید کاری کنم که **برای خرید محصولات**

بعدی نیز به من مراجعه کنند و کسب و

کار من را به دوستان و آشنایان خود

معرفی کنند. در نهایت، باید **سیستمی**

ایجاد کنم که این فرآیندها را به طور

مداوم انجام دهد و مشتریان بالقوه را

به مشتریان بالفعل تبدیل کند. این

سیستم باید کارهای لازم را برای جذب



مشتری جدید انجام دهد و مشتریان فعلی را حفظ کند. فرمول ساخت ماشین

پولسازی، **چیزی جز این ۵ مرحله نیست** و این فرآیند در هر کسب و کاری قابل

اجرا است.

در این کتاب، ما در هر کدام از فصل‌های بعدی به یکی از

این **۵ مرحله** خواهیم پرداخت تا با آگاهی بیشتر و

قرارگرفتن در مسیر درست، **کسب و کار میلیاردری**

خودمان را قدم به قدم راه اندازی کنیم. پس برویم

سراغ جزئیات و نکات هر کدام از این مراحل...



قدم اول: رفع یک نیاز، همراه با خلق ارزش

گفتیم در ابتدا، باید **به نیاز مشتریان پاسخ دهیم و ارزش ایجاد کنیم**. این به معنای ارائه محصولات یا خدماتی است که مردم حاضر به پرداخت پول برای آن هستند.

سوال مهمی که برای خلق ارزش، باید از خودتون
پرسین: **چرا مشتری باید من رو انتخاب کنه؟ چرا کسب و
کار من رو به بقیه ترجیح بده؟**



▪ راهکار اول: کیفیت

برای مثال اگر مبلمان تولید می‌کنیم، باید از مواد اولیه با کیفیت استفاده کنیم تا محصول نهایی ماندگار و مقاوم باشد. مردم برای آسایش و راحتی خودشون و همچنین برای زیبایی محیط زندگیشان، به مبلمان نیاز دارند. اگر من نیاز را رفع کنم، در واقع یک بیزینس ایجاد کرده‌ام. حالا اگر به مشتری بگوییم: «در تولید این مبلمان، از چوب خشک وارداتی استفاده کرده‌ایم که بعد از چند سال هم شکل خود را حفظ می‌کند و تغییر زاویه نمی‌دهد. اگر از جای دیگری مبل تهیه می‌کنین، حواستون حتما به این موضوع باشه» این می‌شود **رفع نیاز، به همراه خلق ارزش**.

این ارزش‌های افزوده باعث می‌شوند که مشتریان ما را به عنوان یک انتخاب

متمایز در نظر بگیرند و حاضر به پرداخت هزینه برای محصولاتمان باشند.

کیفیت بهتر (مبل با متریال قوی‌تر، تدریس کاربردی‌تر
بیزینس یا ...)



■ راهکار دوم: سرعت

در کنار کیفیت، سرعت ارائه خدمات نیز می‌تواند یک مزیت رقابتی باشد. اگر بتوانیم محصولاتمان را **سریع‌تر از رقبای** به دست مشتریان برسانیم، این خود می‌تواند یک نقطه تمایز بزرگ باشد. به عنوان مثال، اگر مبلمانی را با پارچه و ویژگی‌های دلخواه مشتری در مدت زمان کوتاه‌تری تحویل دهیم، این امر می‌تواند موجب جذب مشتریان بیشتری شود. فکری که اون لحظه از ذهن مشتری می‌گذرد: «بقیه‌ی جاها تو ۴۵ روز مبل رو تحویل میدن، ولی دکولایف تو دو هفته؛ پس از همینجا مبل خونه‌مون رو تهیه کنم.»

سرعت بیشتر (تولید سریع‌تر مبل، ارسال سریع‌تر غذا،
نصب یک ساعته‌ی لوستر، کاهش سریع‌تر وزن و ...)



■ راهکار سوم و چهارم: قیمت و شرایط پرداخت

در مورد قیمت‌گذاری، مهم است که هزینه محصولات کاهش یابد، بدون آنکه کیفیت آن‌ها کم شود. اگر محصولی **با قیمتی پایین‌تر** عرضه شود، می‌تواند

برتری قابل توجهی در بازار داشته باشد و مشتریان را به خود جلب کند؛ در واقع مشتریان به دنبال **بهترین ارزش برای پول خود** هستند و اگر محصولی با کیفیت مشابه و قیمت مناسب‌تری نسبت به رقبا عرضه شود، احتمال بالاتری وجود دارد که تمایل به انتخاب آن داشته باشند. همچنین، شرایط پرداخت انعطاف‌پذیر، مانند امکان خرید مبلمان با پرداخت اقساطی شش ماهه، می‌تواند برای مشتریان جذاب باشد، در حالی که در جای دیگر ممکن است نیاز به پرداخت نقدی باشد.

▪ راهکار پنجم: ایجاد حس بهتر

کالاهای لوکس، مانند کیف‌های برند گوتی را در نظر بگیرید. با اینکه تفاوت عجیب و غریبی با سایر کیف‌ها (مثلاً برندهای داخلی) ندارند؛ اما افراد زیادی هستند که صرفاً کیف‌های این برند را تهیه می‌کنند. این کیف‌ها اگرچه گران قیمت هستند، اما به دلیل **حس خوبی که به مشتری می‌دهند**، مورد توجه قرار می‌گیرند. شما نیز می‌توانید با روش‌هایی مثل **بسته‌بندی بهتر و شیک‌تر، ارائه هدیه در کنار محصول اصلی و...** حس و حال بهتری به مشتری بدهید و تجربه‌ی خوبی برای وی رقم بزنید که ایجاد همین حس خوب، باعث مزیت شما نسبت به سایر کسب و کارها شود و فروش شما را افزایش دهد.

▪ راهکار ششم: پشتیبانی و گارانتی

علاوه بر موارد قبلی، ارائه **پشتیبانی و خدمات پس از فروش** مانند گارانتی‌های طولانی‌مدت نیز می‌تواند به ایجاد اعتماد و وفاداری مشتریان کمک کند. به عنوان مثال، ارائه گارانتی ۲ ساله برای یک محصول، می‌تواند مشتریان را مطمئن

سازد که در صورت بروز مشکل، پشتیبانی لازم را دریافت خواهند کرد. همین **اطمینان** می تواند احتمال خرید آن ها افزایش می یابد.

در سال ۲۰۰۸ به خاطر **بحران اقتصادی**، فروش خودروها به شدت کاهش پیدا کرده بود. شرکت **هیوندای** با یک استراتژی جالب، فروشش رو **حتی بیشتر از قبل کرد**. این شرکت به مخاطب ها و مشتری های خودش این قول را داد که «ما هم از وضعیت آگاه هستیم و اگر به خاطر بحران اقتصادی، خدایی نکرده شغلتون رو از دست دادین یا به هر دلیلی توانایی پرداخت رو نداشتین، **می تونین ماشین رو به خودمون برگردونین**». با اینکه درصد کمی از افراد، این اتفاق برایشان افتاد و خودروهارو برگرداندند؛ ولی **میزان فروش آنقدر بیشتر شده بود** که نه تنها این برگشت ها را جبران می کرد، بلکه باعث رشد فروش هیوندای هم شد.



روش های دیگری هم برای خلق ارزش وجود دارد؛ ولی با ۶ مورد از روش های اصلی آشنا شدیم. بیا **«سوال طلایی خلق ارزش»** را یاد بگیریم و سپس سراغ مراحل دیگر ساخت ماشین پولسازی برویم:

✓ برگه تقلب خلق ارزش :

سوال طلایی:

من یک نیاز خاص را برای مشتری رفع می‌کنم. در مورد
این نیاز خاص درد، دغدغه، نگرانی یا آرزوی مشتری من
چیست؟



کافی است به این سوال طلایی پاسخ دهید، تا ارزشی
خلق کنید که مشتریان بابت آن پول پرداخت کنند و
ماشین پول سازی شما، راه اندازی شود.

مثلا اگر به صورت آنلاین عینک می‌فروشید، ممکن است دغدغه و نگرانی
مشتری شما این باشد که بعد از خرید متوجه شود عینکی که خریداری کرده
است، با فرم صورت و ظاهر وی همخوانی ندارد. ارائه آموزش در این رابطه، یا
پیدا کردن راه‌های دیگر **برای رفع این دغدغه و نگرانی**، مساوی است با خلق
ارزش.

ممکن است فروش آنلاین غذا دارید. آرزوی مشتری، سریع‌تر رسیدن غذا برای رفع
گرسنگی وی و نگرانی‌اش، سالم بودن سبزیجات و مواد اولیه‌ی استفاده شده
در غذا است. **رفع این نگرانی‌ها و اقداماتی در راستای خواسته‌ی مشتری** برای
سریع‌تر رسیدن غذا، مساوی است با خلق ارزش.

پس تا اینجا در مورد قدم اول (رفع نیاز همراه با خلق ارزش) صحبت کردیم. در
قسمت بعدی سراغ قدم دوم خواهیم رفت.

قدم دوم: مشتری یابی

در قدم اول، تأکید کردیم که باید با ایجاد ارزش، به نیازهای مشتریان پاسخ دهیم. حالا در قدم دوم، می‌خواهیم در مورد **جذب مشتری** و نحوه معرفی محصولات و خدماتمان به آن‌ها صحبت کنیم. قدم دوم این است که افرادی را پیدا کنیم که به محصولات یا خدمات ما، **علاقه‌مند**



باشند. در واقع کسب و کار ما به نیاز خاصی پاسخ می‌دهد و می‌خواهیم این موضوع را به مشتریان بالقوه نشان دهیم. برای موفقیت در کسب‌وکار، باید به طور مداوم **مشتریان بالقوه را شناسایی کرده** و خود را به آن‌ها معرفی کنیم. این فرآیند شبیه به یک **قیف** است که در بالای آن، افراد زیادی قرار دارند و هرچقدر که جلوتر می‌روند، تعدادی از آن‌ها کم می‌شود و در نهایت قسمتی از این مشتریان بالقوه، خرید نهایی را انجام می‌دهند.

فرآیند مشتری یابی، ۳ مرحله دارد:

۱. انتخاب بازار هدف
۲. ایجاد پیام اختصاصی برای آن بازار
۳. دستیابی و مراجعه به بازار هدف



در گام اول و دوم مشتری یابی، باید بازار هدف خود را دقیقاً تعیین کنم و برای آن‌ها پیامی اختصاصی طراحی کنم. به عنوان مثال، اگر من عکاس هستم، با دوربین عکاسی خود می‌توانم از عالم و آدم عکس بگیرم؛ ولی با انتخاب بازار هدف، کار خود را **اختصاصی‌تر و ویژه‌تر** می‌کنم؛ مثلاً می‌خواهم خدمات عکاسی کودک ارائه دهم یا مثلاً عکاس صنعتی می‌شوم.

«همه» **نباید** مشتری شما باشند. اگر تخصصی کار نکنید و بازار هدف مشخصی نداشته باشید، صدای کسب و کار شما بین این همه صدای مختلف، به گوش مشتریان نمی‌رسد. همیشه این را یادتان نگه دارید که **اگر خاص نباشید، دیده نمی‌شوید.**



پس گفتیم اول بازار هدف خود را مشخص می‌کنیم. مثلاً به عنوان یک عکاس، می‌خواهم خدمات عکاسی کودک ارائه دهم. برای این کار، من باید بازار هدفم را مادران و پدرانی قرار دهم که به دنبال عکاسی برای فرزندانشان خود هستند. سپس برای آن‌ها **پیامی اختصاصی** ایجاد می‌کنم. مثلاً می‌توانم بگویم که محیطی طراحی کرده‌ایم که فرزند شما در آنجا مشغول بازی باشد و در همان موقع که حس و حال خوبی را تجربه می‌کند، می‌توانم عکس‌های زیبا و ماندگاری از او بگیرم.

انتخاب بازار هدف مشخص، علاوه بر اینکه کمک می‌کند مشتریان خود را

سریع‌تر و بهتر پیدا کنید، کمک می‌کند که بتوانید با **بررسی آن بازار هدف** از نظر معیارهای مختلف، پیام اختصاصی برای همان جامعه هدف طراحی کنید که نسبت به پیام های کلیشه‌ای و تکراری، احتمال خرید را چندبرابر می‌کند.

پس گفتیم برای مشتری یابی، اول باید بازار هدف را مشخص و انتخاب کنیم، سپس یک پیام اختصاصی برای این بازار طراحی کنیم و در نهایت، باید **مکان‌هایی را که مشتریان هدفم ممکن است حضور داشته باشند**، شناسایی کنیم و پیام خود را به آن‌ها برسانیم. به عنوان مثال به عنوان عکاس کودکان، به جای اینکه تبلیغات گسترده‌ای در کل سطح شهر انجام دهم، می‌توانم



تبلیغات خود را در نزدیکی مراکز بهداشتی که والدین برای واکسیناسیون فرزندشان مراجعه می‌کنند، متمرکز کنم. پس در قدم اول **بخشی از بازار** را که به آن علاقه دارم و در آن تخصص دارم، انتخاب می‌کنم. مثلاً برای آموزش زبان انگلیسی، مدیران را به عنوان بازار هدف

انتخاب می‌کنم. در قدم دوم برای این گروه، **پیام‌های تبلیغاتی اختصاصی** آماده می‌کنم که به دردها و دغدغه‌های آن‌ها پاسخ دهد. به عنوان مثال، می‌توانم به مدیرانی که می‌خواهند زبان انگلیسی یاد بگیرند تا با کسب‌وکارهای بین‌المللی ارتباط برقرار کنند، کمک کنم. در پیام اختصاصی خودم می‌توانم به دردها و دغدغه‌های مدیران اشاره می‌کنم مثلاً: «میدونم

شما زمان کمی در طول روز دارید برای همین جلساتمون رو به شکل فشرده و همچنین انعطاف پذیر تنظیم می‌کنیم که هر موقع که شما تایم داشتین، آموزش‌هارو دنبال کنیم.» یا مثلا می‌توانیم بگوییم: «از اونجایی که هدف شما از آموزش زبان، صادر کردن محصولاتتون به کشورهای دیگه هست، ما در کنار جلسات آموزشی، کمک می‌کنیم که پرزنت محصولات و خدماتتون رو به زبان انگلیسی آماده کنین»

کافی است بازار هدف خود را مشخص کنیم و با شناسایی **دردها، دغدغه‌ها، آرزوها** و ... آن بازار هدف، پیام اختصاصی خود را طراحی کنیم. در نهایت، **مکان‌هایی را که مدیران حضور دارند**، شناسایی می‌کنم و پیام‌های تبلیغاتی خود را به آن‌ها می‌رسانم. به عنوان مثال در نزدیکی باشگاه‌های ورزشی که این مدیران مراجعه می‌کنند، در نزدیکی شهرک‌های صنعتی و یا حتی مراجعه حضوری به دفترشان و یا ارسال نامه به آن‌ها.

آموزش ساده، یعنی همین!



یعنی بدون استفاده از اصطلاحات خاص و پیچیده، به شکل ساده با موضوع مورد نظر و نکات آن آشنا شوید؛ ولی در کنار ساده و قابل فهم بودن، کاربردی هم باشند و شما را راهنمایی کند که دقیقا باید چه قدم‌های عملی بردارید تا به هدف مورد نظر برسید.

✓ برگه تقلب مشتری یابی:

سوال طلایی اول: **مشتری هدف من چه کسی است؟**
(سن، وضعیت تاهل، شغل، میزان درآمد، تحصیلات، سرگرمی و تفریحات، دغدغه‌ها و آرزوها، نقاط درد، کجاها هست؟ از چه کسانی تاثیر می‌پذیرد؟ و ...)

سوال طلایی دوم: **مزیت منحصر به فرد من برای آن مشتری چیست؟**

(فایده من برای مشتری هدف؟ تمایز من با رقیبان؟ چرا باید من رو انتخاب کنند؟)



سوال طلایی سوم: **مشتری هدف من، علم غیب ندارد تا از وجود من خبردار شود. از طریق چه مکان‌ها و رسانه‌هایی می‌توانم به آن‌ها دسترسی پیدا کنم و پیغام خودم را به گوش آن‌ها برسانم؟**

سوشال مدیا، سایت‌های آگهی (دیوار و شیپور و ...)، تراکت، بنرهای شهری، تبلیغات چریکی، نمایشگاه‌ها، سمینارها، تبلیغات گوگل، راه‌اندازی و سئو سایت، پیامک، بازاریابی حضوری و ...

قدم سوم: فروش

گفتیم که برای داشتن یک کسب و کار میلیاردی، برای راه اندازی ماشین پولسازی خودمان لازم است **پنج مرحله** را به صورت ساده و بدون پیچیدگی انجام دهیم. در گام اول، در **مورد پاسخ گویی به نیازها و خلق ارزش** بحث کردیم. در گام دوم، به موضوع **جذب مشتری** پرداختیم و گفتیم باید کاری کنیم که مشتری های بالقوه



به سمت ما جذب شوند. در مرحله سوم، قرار است به صورت ساده در مورد **فروش** صحبت کنیم. فروش، موضوع پیچیده ای نیست؛ به زبان ساده، ما **مشتری بالقوه را به مشتری بالفعل تبدیل می کنیم**، یعنی فردی که مستعد خرید محصول ماست، به ما مراجعه می کند. من تبلیغات انجام داده ام و مشتری ها را جذب کرده ام و حالا باید **آن ها را به خریداران واقعی تبدیل کنم**. من تعجب می کنم که چرا بسیاری از کسب و کارها به اهمیت آموزش فروش پی نبرده اند. آموزش هایی مربوط به فروش، می توانند معجزه و تغییر بزرگی در کسب و کار شما ایجاد کنند. در این فصل از کتاب، می خواهم **پنج نکته مهم** را به شما بگویم که به شما کمک می کند فرایند فروش را بهتر پیش ببرید.

▪ یک: باید اعتمادسازی کنید.

مردم برای اینکه خدمات یا محصولاتی را از شما تهیه کنند، باید به شما اعتماد کنند. اگر شما بتوانید اعتماد آن‌ها را جلب کنید، **۹۰٪ مسیر فروش** را طی کرده‌اید. مردم می‌خواهند بدانند چرا باید به شما و کسب‌وکارتان اعتماد کنند. آن‌ها نگران هستند که شاید پول خود را از دست بدهند یا انتخاب اشتباهی داشته باشند. بنابراین، ما باید **سه نوع اعتماد** را جلب کنیم: اعتماد به خودمان، اعتماد به کسب‌وکارمان و در نهایت، اعتماد به محصولاتمان.

۱. اعتماد به خودتان:

چند سال پیش، وقتی برای خرید یک خودروی BMW به یک نمایشگاه مراجعه کرده بودم، فروشنده بعد از اینکه **فهمید من پزشک هستم**، از این موضوع گفت که پسر وی هم پزشکی خوانده است و سپس با یکی از اساتید مشترکمان تماس گرفت و ...
در واقع با این کار **داشت اعتماد من را به خودش جلب می‌کرد** و موفقیت آمیز هم بود و من ماشین را از همان فرد خریداری کردم.



۲. اعتماد به کسب و کارتان

وقتی از سوابق و تجربه خود، مدارک و مجوزهایی که دارید، شرکت‌ها و کسب و

کارهایی که با آن ها همکاری داشته اید، تعداد مشتریان راضی قبلی تان، تعداد افراد تیمتان و ... برای مشتری توضیح بدهید، اعتماد مشتری به کسب و کارتان را جلب می کنید.

۳. اعتماد به محصول

در دو مرحله ی قبلی، ذهنیت و بستر مناسب را آماده کردیم و حالا نوبت آن است که در مورد **ویژگی های محصول، مزیت های آن و ...** توضیح دهیم. پس گفتیم اولین و مهمترین نکته در فروش، **اعتمادسازی** هست و باید سه قدم برای این هدف برداریم: اعتماد به خودمان، اعتماد به کسب و کارمان و در نهایت، اعتماد به محصولاتمان. و اما ادامه ی نکات مهم در مورد فروش...



▪ دو: اگر خلق ارزش نداشته باشید حذف می شوید.

در قدم اول ساخت ماشین پولسازی گفتیم که اگر نیازی را رفع کنیم که مردم حاضر شوند در ازای آن رفع نیاز، به ما پول پرداخت کنند، پس ما یک بیزینس داریم. اما وقتی این بیزینس ما موفق خواهد بود به دو نکته ی مهم توجه کنیم:

۱. این رفع نیاز **«تکرار پذیر»** باشد؛ یعنی بارها و بارها بتوان آن محصول یا خدمت را به یک نفر یا افراد مختلف فروخت.

۲. از آنجایی که فقط ما نیستیم که آن نیاز را برطرف می کند، پس باید **مزیتی**

داشته باشیم که مشتریان، ما و کسب و کارمان را به کسب و کارهای دیگر ترجیح دهند. خلاصه‌ی نکته‌ی دوم برای فروش بیشتر این است که شما باید مدام از خود بپرسید که «چرا مشتری باید از شما بخرد؟ چرا محصول یا خدمات شما را تهیه کند و سراغ رقبایان شما نرود؟»

پس حتما باید خلق ارزش کنید و این ارزش را به گوش مخاطب و مشتری خود برسانید تا بتوانید بفروشید و بیزینس خود را توسعه دهید.

■ سه: کاهش اصطکاک

سومین موضوعی که برای فروش بیشتر و تبدیل مشتری بالقوه به بالفعل باید مد نظر داشته باشید، **کاهش اصطکاک** است. به جدول زیر توجه کنید تا نمونه‌های رایجی از اصطکاک‌های موقع خرید را ببینید و واکنش صحیح برای کاهش اصطکاک را بیاموزید:

مشتری: دوره‌ی آموزشی زبان شما واقعا می‌تونه کمک کنه مهاجرت کنم؟

کاهش اصطکاک: می‌تونین تست رایگان داشته باشین و دو جلسه اول رو ببینین تا مطمئن بشین که در طول جلسات دوره، به سطح مورد نیاز می‌رسین.

مشتری: خیلی میل خوبی، بعدا تهیه‌اش می‌کنم.

کاهش اصطکاک: از این مدل که تولید ماه قبلمون هست، فقط یک عدد باقی مونده و اگه این مورد خریده بشه، به خاطر نوسانات ارزی، ممکنه که مجبور بشین با مبلغ بیشتری محصول رو تهیه کنین. پیشنهاد من اینه که از شرایط اقساطیمون استفاده کنین و با همون قیمت قبلی، ولی در طی ۳ قسط، مبلغ رو پرداخت کنین.

پس حتما باید اصطکاک‌های رایج مثل «هنوز مطمئن نیستم»، «یه دور بزنم برمی‌گردم» و ... رو بشناسین و روش رفع این اصطکاک‌ها رو به شکل حرفه‌ای بلد باشین تا فروشی بیشتری تجربه کنین.

■ چهار: سوشال مدیای قوی

تولید محتوای حرفه‌ای یکی از مهم‌ترین عوامل فروش بیشتر است. فروشندگانی حرفه‌ای **حداقل ۳ مدل** محتوا در پیج و کانال خود منتشر می‌کنند و از طریق بازاریابی محتوایی، فروش‌های بیشتری را رقم می‌زنند:



✓ **نوع اول، محتوای نمایشی:** یعنی محصولات، خدمات، پشت صحنه کسب و کار، تیمی که در حال گرداندن کسب و کار است و ... را باید به طور مرتب به مشتریان خود نشان بدهیم.

✓ **نوع دوم: محتوای متقاعدسازی:** باید تمایزهای محصولات و خدمات خود را به مشتریان نشان دهیم. در این نوع محتواها در واقع **جواب این دو سوال** را می‌دهیم که چرا مشتری باید این محصول را تهیه کند؟ و چرا باید از ما (و نه از دیگران) تهیه کند؟

✓ **نوع سوم: محتوای معتبرسازی:** باید نشان دهیم که مشتری‌هایی داریم که در حال خرید از ما هستند و از خرید خودشان رضایت دارند. پس باید به

شکل مستمر، از کدهای رهگیری مرسوله‌ها، از رضایت مشتریان و ...
محتوایی منتشر کنیم.

پس حتما باید سوشال مدیای قوی داشته باشید و از طریق نشان دادن
تخصص، تمایز، رضایت مشتریان قبلی (تایید اجتماعی) و ... احتمال فروش
محصولات و خدماتتان را بیشتر کنید.
برویم سراغ ادامه نکات...



علاوه بر این چهار نکته مهمی که برای افزایش فروش باید توجه داشته باشیم،
۲ موضوع دیگر هستند که باعث رشد انفجاری کسب و کار ما و فروش ما
می‌شود:

- ❖ **مهارت مذاکره** (یخ شکنی، اعتمادسازی و نهایی سازی)
- ❖ **مهارت برگزاری کمپین‌های فروش حرفه‌ای** (که کمک می‌کند با برگزاری
برنامه‌های متنوع و اقدامات مختلف، فروش یک ماه را در ۳ روز تجربه
کنیم).

برگه تقلب فروش:

سوال طلایی اول: برای اعتمادسازی، چه اقداماتی باید انجام بدهم؟

(اعتماد به خودمان، به کسب و کارمان و در نهایت، اعتماد به محصولاتمان.)

سوال طلایی دوم: چه خلق ارزشی برای رفع آن نیاز خاص، انجام داده ام؟

(تمایز من با رقیبان چیست و مشتری ها چرا باید من رو انتخاب کنند؟)

سوال طلایی سوم: موقع مواجهه با اصطکاک های رایج فروش، چه پاسخ هایی به مشتری باید بدهم؟

سوال طلایی چهارم: برای قوی تر کردن رسانه های خود در شبکه های اجتماعی، باید چه محتواهایی تولید کنم؟



قدم چهارم: فروش مجدد و وفادارسازی مشتریان

در قسمت‌های قبلی گفتیم که برای راه‌اندازی کسب‌وکار میلیاردی خودمان، مسیری که باید طی کنیم شامل چندین مرحله است. در قدم اول، در مورد **شناسایی و پاسخگویی به نیازهای بازار همراه با خلق ارزش** صحبت کردیم. در گام دوم، نکات مهمی در مورد **مشتری‌یابی** یاد گرفتیم. سومین قدم این بود که مشتریان بالقوه را به مشتریان بالفعل تبدیل کنیم تا خرید خود را **نهایی** کنند.

در این بخش، که مربوط به گام چهارم است، در مورد **نگهداری و حفظ مشتریان** پس از اولین خرید بحث خواهیم کرد. در واقع در گام چهارم، توجه ما روی **وفادارسازی** مشتری و تبدیل آن مشتری، به هوادار و تبلیغ‌کننده محصولات و خدماتمان، متمرکز می‌شود.

مهمترین قدرت یک کسب‌وکار، در توانایی‌اش برای ایجاد **روابط مستحکم با مشتریان** و تبدیل آن مشتری‌ها به **سفیران برند** است.



چرا وفادارسازی مشتریان انقدر مهم است که یک مرحله از ساخت ماشین پولسازی را به خود اختصاص داده است؟

۱. آمارها نشان می‌دهد جذب مخاطب جدید و تبدیل‌کردنش به مشتری، به طور میانگین **بیشتر از ۵ برابر حفظ مشتری فعلی**، هزینه لازم دارد.



۲. دلیل دوم این است که طبق قانون پارتو یا همان **قانون ۸۰/۲۰**، قسمت چشم‌گیری از قابل توجهی از فروش‌های یک کسب‌وکار، توسط گروه محدودی از مشتریان انجام

می‌شود. در واقع اگر بخواهیم آمارهای دقیق و موثق را در این حوزه بررسی کنیم، به طور میانگین بیشتر از ۶۵٪ درآمد یک کسب‌وکار، از مشتریان وفادار و فعلی‌اش تامین می‌شود.

۳. و اما دلیل سوم که یک دلیل خیلی جذاب هست: اواخر فصل قبلی در مورد **کمپین و فروش ویژه** حرف زدیم. آمار جالبی که در مورد کمپین‌ها وجود دارد این است که فردی که می‌خواهد اولین خریدش را از ما انجام دهد، با دیدن کمپین و تخفیف‌های ویژه‌ی ما، شانس خریدش حدود ۲۵٪ هست؛ ولی فردی که قبلاً از ما خرید داشته و راضی بوده است، احتمال خریدش در کمپین‌های فروش ویژه‌ی ما، بیشتر از ۶۰٪ هست. در واقع **آمادگی خرید مشتریان قبلی** موقع برگزاری کمپین‌ها، دو برابر بیشتر از آمادگی خرید بقیه‌ی افراد هست.

پس با این آمار و ارقام، به اهمیت وفادارسازی مشتریان پی بردیم. در این فصل از کتاب، می‌خواهم **۳ نکته مهم** و **کلیدی** را به شما آموزش دهم که کمک می‌کند مشتریان وفاداری داشته باشید که بارها و بارها از شما خرید کنند و همچنین شما را به دوستان و عزیزان خود، معرفی کنند.



▪ یک، به قول‌هایی که داده‌ای وفا کن:

در مرحله دوم از مراحل پنجگانه ساخت ماشین پولسازی گفتیم که مشتری هدف خود را مشخص کرده و سپس پیام اختصاصی برای وی طراحی می‌کنیم. برای وفادارسازی آن مشتری، باید توجه کنید که **با چه قولی، مشتری یابی کرده‌اید** و مشتری از شما چه انتظاراتی دارد؟ اگر آن انتظارات را برآورده کنید و **مقداری از آن انتظارات فراتر بروید** (با رفع و حل و فصل مشکلات پیش آمده، با اختصاص یک هدیه در کنار خرید اصلی، یا ارائه خدمات جانبی رایگان مثل نصب و ...) احتمال وفاداری مشتری را چند برابر می‌کنید.

این موضوع، زیربنای وفادارسازی مشتریان است:
عمل به انتظارات مشتری + فراتر رفتن از قول‌های داده‌شده



▪ دو، بعد از گرفتن پول، مشتری را فراموش نکنید!

خیلی از کسب و کارها، به محض نهایی شدن خرید مشتری، کار خود را تمام شده می‌دانند. در حالی که **ایجاد تجربیات جذاب پس از خرید**، می‌تواند احتمال وفادار شدن آن مشتری به کسب و کار شما را چندبرابر کند و همین تجربیات بعد از خرید است که می‌تواند باعث شود مشتری‌های قبلی شما، محصولات و خدمات شما را به دوستان و عزیزانشان معرفی کنند. برای ایجاد تجربیات جذاب پس از خرید می‌توانید از روش‌هایی مثل حمل و ارسال رایگان، نصب رایگان، تعمیر رایگان، گارانتی‌های شگفت‌انگیز، پشتیبانی و آموزش‌های لازم و ... استفاده کنید.



▪ سه، پیگیری داشته باشید.

همانگونه که در مراحل قبلی برای تبدیل مشتری بالقوه به بالفعل پیگیری می‌کردیم، برای مشتریانی که خریدشان نهایی شده است هم، باید **پیگیری‌های کافی** انجام دهیم. آیا در حین استفاده از محصول مشکلی پیش آمده است؟ آیا از ارسال، حمل، نصب و ... رضایت دارند؟

یکی از مهم‌ترین مواردی که در پیگیری بعد از خرید می‌توان پرسید، **بررسی شاخص NPS** است. در قدم اول از مشتری می‌پرسیم که از ۱ تا ۱۰ چه امتیازی به ما می‌دهد؟ و در قدم دوم، اگر جوابش عددی به غیر از ۱۰ بود، می‌پرسیم که چه کاری می‌توانیم انجام دهیم تا نمرات بالاتری از شما بگیریم؟



نکات و روش‌های زیاد دیگری برای وفادارسازی وجود دارد (مثل پیگیری نرخ ریزش و دلایل آن، آموزش به کارکنان، نحوه پاسخگویی به مشتریان ناراضی و ...). ولی با ۳ مورد از روش‌ها و نکات اصلی آشنا شدیم. بیایید **«سوالات طلایی وفادارسازی»** را یاد بگیریم و سپس سراغ آخرین مرحله ساخت ماشین پولسازی برویم.

✓ برگه تقلب وفادارسازی:

سوال طلایی اول: در مرحله مشتری‌یابی چه قول‌هایی به مشتری دادم؟ چگونه می‌توانم از این قول‌ها فراتر بروم؟

(با رفع و حل و فصل مشکلات پیش آمده، با اختصاص یک هدیه در کنار خرید اصلی، یا ارائه خدمات جانبی رایگان مثل نصب و ...)

سوال طلایی دوم: با چه اقداماتی می‌توانم تجربیات جذابی پس از خرید، برای مشتری ایجاد کنم؟
(ارسال رایگان، نصب رایگان، تعمیر رایگان، گارانتی‌های شگفت‌انگیز، پشتیبانی و آموزش‌های لازم و ...)

سوال طلایی سوم: در چه بازه‌های زمانی و با چه سوالاتی، «پیگیری بعد از خرید» انجام بدهم؟
(مثل بررسی شاخص NPS را از دید مشتریان)



قدم پنجم: سیستم سازی

در ابتدای این فصل جا دارد از شما دوستان عزیز تشکر کنم که تا اینجا با من در این کتاب الکترونیکی همراه بودید و به شما از صمیم قلب تبریک می‌گویم که برای آموزش و پیشرفت خودتان، کسب و کارتان و در لایه‌های عمیق‌تر، برای افزایش کیفیت زندگیتان، زمان و



انرژی می‌گذارید. باور من این است که همه‌ی همراهان من در آکادمی خودساخته، این ذهنیت را دارند که:

«موفقیت شانس نیست؛ هر چه بیشتر یاد بگیریم،

بیشتر می‌توانیم پول در بیاوریم.»



تا اینجا یاد گرفتیم که برای اینکه یک کسب‌وکار پول‌ساز داشته باشیم، باید پنج مرحله را طی کنیم. اولین مرحله، **شناسایی نیاز مشتری** است. باید بفهمیم مشتریان چه نیازی دارند و همراه با خلق ارزش، به آن نیاز پاسخ دهیم. دومین مرحله، **مشتری‌یابی** بود. در سومین مرحله، تلاش می‌کردیم که مشتریان بالقوه را به مشتریان واقعی **تبدیل** کنیم و فروش را نهایی کنیم. و چهارمین مرحله،

تبدیل مشتریان به **سفیران برند** بود. باید با یک سری اقدامات خاص، مشتریان قبلی را تشویق کنیم تا دیگران را نیز به خرید از ما ترغیب کنند.

و اما می‌رسیم به مرحله آخر. پنجمین مرحله، **سیستم‌سازی** است. باید یک سیستم ایجاد کنیم که بتواند تمام این ۴ مرحله گذشته را به خوبی انجام دهد و تکرار کند؛ حتی وقتی ما در محل کارمان حضور نداریم!

در واقع مرحله‌ی پنجم یا همان سیستم‌سازی است که به ما این امکان را می‌دهد که درآمدهای بسیار چشم‌گیر و قابل توجه داشته باشیم.

یکی از مهم‌ترین نکات ساخت ماشین پولسازی، این است که نباید **صرفاً با سخت‌تر کار کردن**، درآمد بیشتری کسب کنیم. بلکه باید یک سیستم **هوشمند** ایجاد کنیم که بتواند کارها را به صورت **خودکار** انجام دهد و در نتیجه، با کار کمتر، درآمد بیشتری به دست آوریم. پس باید هوشمندانه‌تر کار کنیم، نه سخت‌تر.



چرا سیستم سازی انقدر مهم است و تاکید زیادی روی این موضوع داریم؟

۱. **آزاد شدن زمان شما:** سیستم‌سازی به ما این امکان را می‌دهد که کسب و کارمان را به گونه‌ای تنظیم کنیم که **وابستگی کمتری به ما** داشته باشد، به گونه‌ای که اگر یک مسافرت هفتگی یا حتی ماهانه داشته باشیم، یا به هر دلیلی دیگری، به محل کارمان نرویم، مراحل قبلی به طور خودکار انجام شود

و کسب و کارمان فروش خود را ادامه دهد. در واقع سیستم سازی کمک می‌کند علاوه بر اینکه از کسب و کارتان درآمد داشته باشید و پول در بیاورید، بلکه فرآیند کار برای شما **لذت بخش** باشد.



۲. انجام امور مهم‌تر: اصل پارتو یا قانون ۸۰/۲۰ می‌گوید که ۲۰ درصد از فعالیت‌ها، ۸۰ درصد از نتایج را ایجاد می‌کنند. بنابراین، دقیقاً باید بر روی همان ۲۰ درصد تمرکز کنیم تا بیشترین بازدهی را داشته باشیم. با سیستم‌سازی، می‌توانیم کارهای تکراری را به سیستم واگذار کنیم و زمان بیشتری



برای تمرکز بر روی **فعالیت‌های مهم‌تر** داشته باشیم. این کار باعث می‌شود که کسب و کار ما رشد کند و به سطح بالاتری برسد. همچنین، با سیستم‌سازی می‌توانیم **عملکرد بهتری** داشته باشیم و کارها را به صورت موثرتری انجام دهیم. بدیهی است که انجام کارها به طور موثرتر، **رضایت مشتریان** شما را نیز بالاتر خواهد برد.

۳. **رشد فردی شما و امکان راه اندازی شعبه ها یا کسب و کارهای دیگر:** در نهایت، سیستم سازی به ما این امکان را می دهد که کسب و کار خود را به گونه ای تنظیم کنیم که **بدون حضور ما** نیز به خوبی کار کند. این کار باعث می شود که بتوانیم بر روی رشد شخصی و حرفه ای خود تمرکز کنیم. تمرکز روی رشد شخصی و حرفه ای خود، باعث می شود که با ذهن بازتر و اضطراب کمتری، به فکر توسعه ی کسب و کار فعلی و راه اندازی شعبات و کسب و کارهای دیگر باشیم.

گروهی از مدیران، به دلایلی مثل **عدم اعتماد به سایر افراد، غرق شدن در کارهای کلیشه ای و همچنین کمال گرایی کاذب** (هیچکس نمی تونه این کارو مثل من انجام بده) کسب و کارشان را از مزایای سیستم سازی محروم می کنند؛ در حالی که اگر حرفه ای و اصولی سیستم سازی کنند، نه تنها مشکلی پیش نخواهد آمد، بلکه کسب و کارشان **رشد قابل توجهی** خواهد داشت.



ساده ترین شکل سیستم سازی در ۵ مرحله:

برای سیستم سازی در کسب و کار، پنج مرحله اصلی وجود دارد:

۱. **دسته بندی فعالیت ها:** ابتدا باید فعالیت های مختلف کسب و کار را شناسایی کنیم؛ مثلاً بازاریابی، فروش، امور مالی، پیشیبانی مشتریان، مدیریت و ...
۲. **تفکیک کارهای قابل واگذاری:** در این مرحله، کارهایی که می توان به دیگران

واگذار کرد را مشخص می‌کنیم. در واقع همه فعالیت‌های هر کدام از بخش‌هایی که مشخص کردیم در یکی از این ۳ دسته قرار می‌گیرد: **قابل حذف، قابل واگذاری، غیرقابل واگذاری.** دسته اول کارها که تاثیر محسوس و خاصی

روی رشد کارمان ندارد، باید حذف شود. برای دسته دوم کارها که قابل واگذاری هستند، اگر فردی هست که آن را بتواند انجام دهد، به او واگذار می‌کنیم و اگر نیاز بود، یک بار زمان و انرژی می‌گذاریم و مراحل و نکات را به فردی که قرار است مسئول آن کار باشد، **آموزش می‌دهیم.**



۳. **تدوین دستورالعمل‌ها:** برای هر کار قابل واگذاری، **دستورالعمل دقیق** و مستند تهیه می‌کنیم تا انجام آن توسط دیگران ممکن شود. مثلاً برای انتشار یک محتوا در اینستاگرام چه مرحله‌ای را طی می‌کنیم و چه موضوعاتی را بررسی می‌کنیم؟ چیزهایی که برای شما مهم است، در یک دستورالعمل تدوین می‌شود و به فرد مسئول تحویل داده می‌شود که دقیقاً بر اساس آن معیارهای



کمی و کیفی، عمل کند.

۴. **برنامه ریزی برای گزارش دهی:** یک سیستم گزارش دهی ایجاد می کنیم تا بتوانیم عملکرد کارهای واگذار شده را پیگیری کنیم. در واقع مشخص می کنیم که هر فرد **چه معیارهایی را و از چه طریقی گزارش دهد.** مثلاً مسئول تولید محتوا چند استوری و پست در هفته منتشر کرده است؟ تعداد فالوورها چقدر رشد داشته است و برای افزایش این میزان، چه کارهایی انجام شده است؟ این معیارها را در گروه تلگرامی گزارش دهد. تیم فروش، چند فروش را نهایی کرده است و تعداد مشتریان، مبلغ خریده ها و ...، چه تغییراتی داشته است؟

۵. **بهبود مستمر:** با بررسی گزارش ها، سیستم را بهبود می بخشیم تا **کارایی** سیستم افزایش یابد. مثلاً اگر اقداماتی لازم است که تعداد فالوورهای پیج افزایش یابد، برای آن **هدف گذاری** کرده، موانع و اشکالات قبلی را رفع می کنیم و با بهبود دائمی سیستم، در مسیر هدف خود گام برمی داریم.

راز سیستم سازی موفق: تعلل نکنید و شروع کنید؛

سپس تلاش کنید که هر روز بهتر از دیروز شوید.



✓ برگه تقلب سیستم سازی:

سوال طلایی اول: فعالیت‌های مختلف کسب و کار من، شامل چه دسته‌هایی می‌شود؟ (بازاریابی، فروش، امور مالی، پیشیبانی مشتریان، مدیریت و ...)

سوال طلایی دوم: کدام فعالیت‌ها قابل حذف، کدام یک قابل واگذاری و کدامیک غیرقابل واگذاری است؟

سوال طلایی سوم: هر کدام از فعالیت‌های قابل واگذاری، باید با توجه به چه جزئیات و مراحل انجام شود؟



سوال طلایی چهارم: فرد یا افراد مسئول هر کدام از فعالیت‌ها، چه معیارهایی را باید گزارش کنند؟ در چه بازه زمانی و با چه روشی؟

سوال طلایی پنجم: هر کدام از فعالیت‌ها، چک‌لیست‌ها، افراد و ... چه بهبودی لازم دارند که کسب و کارمان بیشتر رشد کند؟

تبریک!

شما به انتهای ایبوک **ماشین پولسازی** رسیدید

امیدواریم که مطالب ارائه شده در این کتاب به شما در افزایش درآمد و بهبود کسب و کارتان کمک کرده باشد

اگر علاقه مند به دریافت مشاوره تخصصی برای ارتقاء درآمد خود هستید، تیم ما آماده است تا شما را در این مسیر همراهی کند

برای یک جلسه مشاوره تخصصی افزایش درآمد و اطلاعات بیشتر، روی لینک زیر کلیک کنید

[دریافت مشاوره تخصصی]