

اگر مایل هستید بدانید مشتریان تان چه چیزی می خواهند، اگر می خواهید در کسب و کار و فروش محصول جدیدتان موفق شوید، راهی بهتر از خرید این کتاب کوچک شگفت انگیز ندارید؛ کارتان را از همین جا شروع کنید.

راب فیتز پاتریک

چطور با مشتریان خود صحبت کنید و با وجود دروغی که به شما می گویند، بفهمید آیا این کار، تان خوب جواب خواهد داد یا خیر؟

۲۰۱۳، ع. ۴۱

نوشته راب فیتز پاتریک

foundercentric.com

www.ketab.ir

سرشناسه	:	Fitzpatrick, Rob, راب، فیتز پاتریک
عنوان و نام پدیدآور	:	تست مامان / مولف راب فیتز پاتریک: مترجم طاهره اسلامجو
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات بانز، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	:	۱۹۴ص
شابک	:	۱۹۰۰۰۰ ریال، ۳-۵۱-۹۸۱۳-۹۷۸-۶۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتاب حاضر تحت عنوان «تست مامان: چطور با مشتری‌ها صحبت کنیم...» با ترجمه سیدآرش میلانی توسط انتشارات کتاب یوسف در سال ۱۳۹۵ فیبا گرفته است.
عنوان دیگر	:	تست مامان: چطور با مشتری‌ها صحبت کنیم...
موضوع	:	مشتری‌شناسی - مدیریت
مربوع	:	Customer relation - Management
نسخه افزودن	:	اسلامجو، طاهره، ۱۳۵۷ - مترجم
رده بندی کنگره	:	الف ۱۳۹۶ ۵۹۵/۵ HF۵۴۱۵
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۱۲
شماره کتابشناختی	:	۴۹۰۷۴۷۶

انتشارات بانز

مؤلف: راب فیتز پاتریک

مترجم: طاهره اسلامجو

ترجمه: آرزو شفیع حسینی

یراسار: ندا اقبالی

صفحه: ۱۹۴

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: ۱۳۹۷

چاپ، صحافی و لیتوگرافی: واژه پرداز اندیشه - چاپ اندیشه

قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان

مرکز پخش انتشارات بانز: تهران نو، خیابان یونسیان، کوچه امین، پلاک ۸

تلفن: ۷۷۹۹۱۱۷۶ - ۰۹۳۷۵۲۱۴۹۱۸ - ۰۲۱۷۱۱۶۹

حق چاپ برای انتشارات بانز محفوظ است

مقدمه	۹
فصل اول: تست مامان	۱۷
فصل دوم: اجتناب از داده‌های بد	۳۸
فصل سوم: پرسیدن سوالات مهم	۶۷
فصل چهارم: حساسات را دوستانه برگزار کنید	۹۳
فصل پنجم: تعهد و شرافت	۱۰۳
فصل ششم: پیدا کردن گف جوهر	۱۱۹
فصل هفتم: انتخاب مشتری خودتار	۱۴۳
فصل هشتم: اجرای فرایندها	۱۵۹
فصل نهم: نتیجه‌گیری و برگه تقلب	۱۸۱

مقدمه

تلاش برای انگریز از مکالمات مشتری همانند حفاری یک سایت باستان شناسی در بغداد احساس است. حقیقت در جایی از آن نهفته بوده، اما شکننده و ظریف است. در حالی که هر ضربه از بیل شما را به حقیقت نزدیک تر می کند، اما اگر از یک وسیله کند استفاده کنید، مجبور می شوید آن را به میلیون ها قطعه کوچک خرد کنید.

تیم های زیادی را دیدم که در حفاری و کاوش از بولدوزر و دینامیت استفاده می کنند. آنها مردم را به طرق مختلف مجبور می کنند تا از کسب و کار آنها تعریف و تمجید کنند. این افراد از سوالات نامناسبی مانند "فکر می کنید این ایده خوبیه" استفاده کرده و ارزش کارشان را از بین می برند.

از طرف دیگر، برخی از بنیانگذاران سعی می کنند که حاکم بسیاری یک شهر زیرزمینی را با مسواک انجام دهند، این افراد هم، چون حفاری عمیق انجام نمی دهند، موفق به کشف چیزهای با ارزش واقعی مدفون شده نمی شوند.

می‌خواهیم به این حقیقت برسیم که چگونه در کسب و کار خود موفق شویم. برای رسیدن به این هدف لازم است تا حفاری و کنکاش عمیقی انجام دهیم، اما این احتمال وجود دارد که مخاطب در پاسخگویی به سوال، تعصب شخصی‌اش را دخالت داده و تمام زحمات ما را هدر دهد. این اتفاق خیلی بیشتر از تصورات ما اتفاق می‌افتد.

حقیقت هدف ما و سوالات ابزار ما هستند. اما باید یاد بگیریم، چگونه آنها را به کار بگیریم. این کار بسیار حساس بوده و ارزش یادگیری دارد. در قسمت پایانی به یادگیری این مهارت‌ها می‌پردازیم.

آیا این کتاب، اسب حماسی؟

سلام، اگر...

• شما در مورد توسعه مشتری، استارت‌آپ یا نوپای ناب^۱ مطالعه داشتید و مطمئن نیستید که چطور اولین مک‌نمه مشتریان خودتان را انجام دهید.

• شما یک تاجر سنتی یا فروشنده‌ای هستید که هدف‌تان داشتن نقشی مهم در یک شرکت نوپا است که هنوز مدل کسب و کار خود را پیدا نکرده است.

^۱ Lean Startup

استارت‌آپ یا نوپای ناب یک متدولوژی مدرن، محبوب و موفق کارآفرینی است، که در ایجاد یک محصول یا تجارت، موثرترین راه ممکن برای کاهش ریسک شکست را ارائه می‌کند.

- شما در استارت آپ نقش مربی، پشتیبان و یا سرمایه گذار دارید و می‌خواهید در اجرای گفتگوهای مفید با مشتری به آنها کمک کنید.
 - شما ایده تجاری جدیدی دارید که می‌خواهید بدانید قبل از ترک کار فعلی‌تان، جواب خواهد داد یا خیر؟
 - شما ایده تجاری جدیدی دارید که می‌خواهید بر روی آن سرمایه‌گذاری کنید، و سرمایه‌گذاران مایل هستند تا با مدرک، سوالات و ایده‌تان را نشان دهید.
 - این فرایند را زلزلرما، به طرز کاملاً باور نکردنی سخت است و آرزو می‌کنید ای کاش راه حل ساده‌ای برای انجام این کار وجود داشته باشد.
 - شما مفهوم مبهمی از یک فرصت دارید و می‌خواهید چند و چون دقیق آن را کشف کنید.
 - همیشه می‌خواستید شرکت شخصی خود را بسازید و می‌خواهید از امروز به معنای واقعی پیشرفت کنید.
- پس این کتاب برای این هدف شما مناسب است.

صحبت کردن با مشتریان سفت است

می‌دانیم که باید با مشتریان صحبت کنیم. حتی بسیاری از ما هم این کار را انجام می‌دهند. اما هنوز در حال ساختن چیزهایی هستیم که کسی تا به حال

آن را نخریده است. آیا این دقیقا همان چیزی نیست که صحبت با مردم میخواست مانع از آن شود؟

به نظر می‌رسد تقریبا همه ما آنرا اشتباه انجام می‌دهیم. من این اشتباهات را خودم انجام داده‌ام و صدها بار شاهد انجام آنها از طرف دیگر سرمای‌گذاران هم بودم. علی‌رغم انفجار اخیر دانش در زمینه استارت‌آپ، باز فرایند درک حواسه مشتریان، باعث پیشرفت اولین شرکت من به نام هییت^۱ شد

ما در آن ساعت فناوری‌های تبلیغاتی اجتماعی بودیم و من کاملا ناامید شده بودم. تن‌آل را صرف کارهایمان کرده بودیم. تقریبا پول سرمایه‌گذارها به اتمام رسیده بود و به نظر نمی‌رسید، بتوانیم سرمایه بیشتری جذب کنیم. می‌خواستیم به سطح بازارهای بین‌المللی برسیم و از طریق سرمایه‌گذارهای خارجی خودمان را احداث دهیم. ماهها با مشتریان به صورت تمام وقت صحبت می‌کردیم. اما بعد از فشار کاری روزهای بی‌شمار و یک تیم خسته، متوجه شدیم که اشتباه کرده‌ایم. چطور می‌توانستیم ناراحت شویم؟

با اینکه صحبت با مشتریان توصیه شده، اما در نهایت تاثیر آنجانی ندارد. این کار مانند این است که یک کودک محبوب و دوست‌داشتنی به دوست بی‌عرضه‌اش بگوید "فقط آرام باش." فراموش می‌کنند بگویند که این کار برای یک کودک شلوغ و نفهم بسیار مشکل است.

^۱ Habit

این مکالمه‌ها زمان بر بوده و به راحتی می‌توانند پیچیده شده و به نحوی نگران‌کننده به سمت مسیری اشتباه سوق داده شوند. مکالمات بد با مشتری علاوه بر این که زمان شما را هدر می‌دهد، بلکه شما را هم متقاعد می‌کند که در مسیر درستی قرار گرفته‌اید. مسیر اشتباهی به شما القا می‌کنند که با اعتماد می‌شود کل پول نقد، زمان و تیم خودتان را بر روی آن سرمایه‌گذاری کنید. حتی زمانی که مسیر اشتباه می‌روید، باز طوری وانمود می‌کنند که گویا در مسیری که در پیش گرفته‌اید کاملاً درست و به جاست.

این کتاب یک راهنمای عملی است که طیف گسترده‌ای از جوامع، از جمله توسعه مشتری، تفکر طراحی، بین‌استارت‌آپ، تجربه کاربری، فروش سستی و غیره، رویکرد و ابزار جمع‌آوری داده است. این کار بر اساس کار با مجموعه‌ای از سرمایه‌گذاران و از تجربیات من در دو شکست و موفقیت در درک مشتری، و همچنین از حمایت بی‌حد و حصر از ۵ سالان و مربیان می‌باشد.

این کتاب یک رویکرد معمولی برای گفتگو است، که بر مبنای کنار گذاشتن تعارفات و داشتن گفتگویی دوستانه با مردم به نفع بای پرسیدن سؤالات خوب می‌باشد.

هرا از کتاب دیگری برای صحبت با مشتری و فروش استفاده کنید

آیا قفسه کتابخانه شما واقعاً به کتاب دیگری برای فروش و صحبت کردن با مشتری نیاز دارد؟ و یا اینکه این کتابی را که من نوشتم، لازم دارد؟

خب بله. نوشته منو نیاز دارد.

به این دلایل:

اولاً من یک تکنسین هستم نه فروشنده. آدم درون گرایی هستم و طبیعتاً به درد آنجا نمی خورم. هر کتابی که درباره فروش خواندم، برای افرادی نوشته شده بود که مهارت کافی در ارتباط با مردم داشتند. آنها قوانین بازگو نشده جلسه را می دانستند. من از ابتدا اشتباه کردم. حتماً این صحبت را زیاد شنیدید. "شما تماس نگیرید ما خودمون زنگ میزنیم." مردم بارها و بارها این جمله را به من می گفتند و من واقعاً باور می کردم. در نهایت با کمک تعداد زیادی اسمکاران و مشاوران، متوجه چند و چون کار شدم و با شرکت هایی چون مونی و MTV قرارداد بستیم. اما متوجه شدم که بین کتاب های درسی و برخی کتابها فاصله بسیار زیادی وجود دارد.

ثانیاً، قبل از اینکه بتوانم کتاب را به درستی شروع کنیم، باید بدانیم که کدام بخش کار را اشتباه انجام می دهیم. من در پروژه ها و کارهایم با سرمایه گذاران جدید، لیست کاملی درباره اشتباهات احتمالی تهیه کردم. در طول این کتاب، سعی می کنم شما را متوجه کنم که کجا ناخودآگاه ممکن است کارها را اشتباه انجام داده و مواردی را هم ناغافل فراموش می کنید.

در نهایت، این یک کتابچه راهنمای عملی است. به نزاری به عنوان مثال، چطور افراد مناسب را پیدا کرده و جلسه ای با او ترتیب دهید. چطور وقتی که به صحبت های او مودبانه گوش می دهید و توجه کامل دارید، همزمان بتوانید نکته برداری کنید؟ شما می توانید پاسخ این سوالات را در این کتاب پیدا کنید.

نمی‌توانم به شما بگویم که چطور کسب و کار خودتان را رونق دهید. این کار به خودتان بستگی دارد. اما می‌توانم ابزاری به شما معرفی کنم که با مشتریان خود صحبت کرده، جلسه گفتگو را چطور هدایت، و خواسته‌های واقعی آنها را بفهمید. غم‌انگیزترین چیزی که می‌تواند برای استارآپ ناب اتفاق بیفتد این است که وقتی منحل شد کسی متوجه آن نشود. می‌خواهیم معاصر شویم که این اتفاق برای شما روی نمی‌دهد.

یادداشت ۱: مورد ایجاد کلی کتاب و اصطلاحات بکار رفته در آن

این کتاب خلاصه‌ای از صحبت‌ها یا تفسیر مجدد از روند توسعه مشتری نیست. مفهومی بزرگ‌تر است که استیو بلانک^۱ آن را به طور جامع در کتابی به نام "چهار گام تا موفقیت"^۲ و کپیچه^۳ را برای استارت‌آپ^۳ شخصی خودش بدان پرداخته است.

این کتاب به طور خاص به نحوه درست صحبت کردن با مشتریان و یادگیری از آنها پرداخته است. صحبت کردن یکی از پرکارترین جنبه‌های توسعه مشتری است، اما نباید با کل فرایند اشتباه گرفت. قصد دارم برای حفظ تمایز واضح، به جای "توسعه مشتری" به چت با افراد، به عنوان "گفتگو با مشتری" بپردازم.

^۱ Steve Blank

^۲ 4 Steps to the E.piphany

^۳ The Startup Owner's Manual

فرض می‌کنم شما هم مثل من بر این باور هستید که صحبت کردن با مشتریها ایده خوبی است. پس نیازی به متقاعد کردن مجدد شما ندارم، بنابراین این کتاب بیشتر به "چگونگی" صحبت با مشتریان می‌پردازد تا "چرایی" آن.

بایید کارمان را شروع کنیم.

www.ketab.ir