

۰۵۶۶۴۸

{ فوت و فن پول سازی }

{ در فضای مجازی }

ا
گستر است
حسین خان ایرانی فرد

صفر تا صد تمامی شگردها و ترفندهای پول سازی را آوردن از
طریق بازاریابی اینترنتی بر اساس مدل قیفی شکل «موزیلا»

اسمیت، کریس، ۱۹۷۹-م. Smith, Chris, 1979-
فوتوفن پولسازی در فضای مجازی: صفر تا صد تمامی شگردها و ترفندهای
پول درآوردن از طریق بازاریابی اینترنتی بر اساس مدل کیفی شکل‌رمز
تبدیل/کریس اسمیت؛ [ترجمه] حسین طایفه ایرانی‌فرد.
تهران: پندار تابان، ۱۳۹۸.

ISBN: 978-622-6410-75-5

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.
عنوان اصلی: The conversion code: capture internet leads, create
quality appointments, close more sales, 2016.

۱. بازاریابی ویروسی ۲. بازاریابی تلفنی ۳. فروشندگی
Tayefeh iranifard, Hosein طایفه ایرانی‌فرد، حسین، ۱۳۶۳-، مترجم
۶۵۸/۸۷۲ HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
۱۳۹۸
۵۸۷۸۶۶۷ کتابخانه ملی ایران

{ فوتوفن پول‌سازی } { در فضای مجازی }

کریس اسمیت
حسین طایفه ایرانی‌فرد

ویراستار: محمدحسین گریزی

طراح جلد: مهشاد حسینی

صفحه‌آرا: معصومه اکبری

نوبت چاپ: اول، تاریخ چاپ: ۱۳۹۸

تیراژ: ۶۰۰ جلد، قیمت: ۶۹۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۱۰-۷۵-۵

کلیه حقوق محفوظ است.

خیابان انقلاب اسلامی، روبه‌روی دانشگاه تهران، پلاک ۱۲۹۰

تلفن: ۶۶۴۰۴۵۳۲

Email: PendarTaban@gmail.com



فهرست

- ۹ مقدمه / چگونه می‌توانیم فضای مجازی پول پارو کنید؟
 ۱۱ مدل کیفی شکل «رمز تبدیل»

بخش ۱: دهانه‌ی فنی مدل «رمز تبدیل»: کسب لید (لیدگیری)

- ۱۹ فصل اول . آیا به تعداد بازدیدکنندگان پروپاگندا و ثابت قدم بیشتری نیاز دارید؟
 ۶۱ فصل دوم . چگونه می‌توانید قدرت و توان مشتری‌سازی سایتان را افزایش دهید؟
 ۷۷ فصل سوم . هنوز بازدیدکنندگان به رقیبتان چشمک می‌زنند؟
 ۱۰۵ فصل چهارم . فوت و فن پول‌سازی از طریق فیس‌بوک و اینستاگرام
 ۱۷۵ فصل پنجم . فوت و فن پول‌سازی از طریق دیگر فضاهای مجازی

بخش ۲: بخش میانی قیف مدل «رمز تبدیل»: کشاندن لیدها به قرار ملاقات

- ۲۱۹ فصل ششم . چگونه مشتریان را برای خرید آماده کنید؟
 ۲۳۵ فصل هفتم . چگونه تعداد بیشتری از مردم را پای معامله بکشانید؟

بخش ۳ / ته قیف مدل «رمز تبدیل»: کامل کردن فرایند فروش

فصل هشتم . چگونه از همان پشت تلفن محصول یا خدمات تان را به مشتری بفروشید؟ ۲۵۱

فصل نهم . چگونه در مکالمه‌ی تلفنی دیواری را که مشتری بین خودش و شما کشیده فرو بریزید و او را وادار به گفت‌وگویی صمیمانه بکنید؟ ۲۷۱

فصل دهم . چگونه می‌توانید اعتماد مشتری را جلب کنید؟ ۲۸۱

فصل یازدهم . چطور با مخالفت‌های مشتری رو به رو شوید؟ ۲۸۵

فصل دوازدهم . چگونه با مشتری سر صحبت را در مورد فروش باز کنید؟ ۲۸۹

فصل سیزدهم . چگونه از پشت تلفن محصولات و خدمات تان را به مشتری معرفی کنید تا او ترغیب و سلاقمند به خرید شود؟ ۲۹۵

فصل چهاردهم . چطور به مشتری قیمت محصولات و خدمات تان را اعلام کنید که از دست تان نپرد؟ ۳۰۱

فصل پانزدهم / چگونه فروشتان را با مشتری قطعی کنید؟ ۳۰۵

فصل شانزدهم / اگر هنوز هم مشتری در برابر شما ومت می‌کند چه کنید؟ ۳۱۱

فصل هفدهم / بعد از این‌که بله را از مشتری گرفتید، باید چه کار کنید؟ بگویید؟ ۳۱۹

فصل هجدهم / چگونه با کمک خریداران تان، مشتریانی جدید پیدا کنید؟ ۳۲۳

سورپرایز / چگونه بدانیم کدام عوامل واقعاً در یک بازاریابی اینترنتی موفق، اثرگذارند؟ ۳۲۷

مقدمه

۱۰- گونه می‌توانید در فضای مجازی پول پارو کنید؟

راه -۱- ساده - از مدل قیفی شکل «رمز تبدیل» استفاده کنید.

اگر شما دستی در بازاریابی و فروش داشته باشید، بعید است با اسم بزرگانی چون برایان تریسی، تونی رمنز و یک زیگلار آشنا نباشید. این نوابغ فروش در کتاب‌هایشان فوت و فن‌ها، شگردها و راه‌هایی را آموزش داده‌اند که بسیاری از بازاریابان سراسر جهان با به کارگیری آن‌ها توانسته‌اند بار مالی خود را ببندند و به پیشرفت و توسعه‌ی فردی، اجتماعی و شغلی برسند.

اما با رشد فناوری و پیدایش رسانه‌های اجتماعی، فروش و بازاریابی سنتی از رونق افتاده است و دیگر آموزه‌های این کتاب‌ها کمک چندانی به ایجاد رونق و توسعه‌ی مالی کسب و کارها نمی‌کند. مشتریان امروزه بسیار آگاهانه و هوشمندانه‌تر از گذشته، محصولات و خدمات مورد نیازشان را به دست می‌کنند و در بسیاری از مواقع برای خریدشان حتی نیاز به صحبت کردن با فروشندگان و بازاریاب‌ها ندارند. آن‌ها از طریق اینترنت هر اطلاعاتی را که بخواهند می‌توانند از فضای مجازی به دست بیاورند و با چند کلیک ساده، محصول مورد نظرشان را خریداری کنند.

اما مسئله به همین جا ختم نمی‌شود. در دنیای امروز، مشکل بزرگ‌تر بازاریاب‌های سنتی این است که آن‌ها نمی‌توانند دیگر به راحتی توجه مردم را به خودشان جلب کنند. افراد تا فرصتی خالی پیدا می‌کنند، تمرکزشان را به

گوشی‌های موبایلشان معطوف می‌سازند و به صفحات اجتماعی خود در فیس‌بوک و اینستاگرام خیره می‌شوند و تا ضرورتی پیش نیاید به این راحتی‌ها از آن سر بلند نمی‌کنند. در این حالت، وقتی مشتریان حتی دیگر حاضر نیستند به چشمان بازاریاب‌ها نگاه کنند، آن‌ها چگونه می‌توانند برای فروش به آموزه‌های برایان تریسی یا زیگ زیگلار تکیه کنند؟

واقعیت این است که این روزها حواس مردم به کل از دنیای واقعی پرت شده و اکنون تمامی هوش و حواسشان به دنیای مجازی متمرکز شده است. در این عصر، شما ناگزیرید لباس فروش و بازاریابی سنتی را از تنتان دریاورید و با سبک جدیدی بازاریاب‌های اینترنتی در اقیانوس فضای مجازی شیرجه بزنید؛ اقیانوسی که در حال حاضر حدود ۸۰ درصد مردم کره‌ی زمین در آن زندگی می‌کنند و در آن‌جا، بیشتر از دنیای واقعی، شنونده‌ی شما و متوجه پیشنهادهای فروشتان هستند. اما، همان‌طور که توانینم نیزیک در خشکی با اصول حاکم در زیر اقیانوس متفاوت است، معیارها و نحوه کسب و کار در فضای مجازی نیز به طور کل با مشاغل سنتی فرق می‌کند. بنابراین شما نمی‌توانید با تکیه‌ی صرف به آموخته‌ها و تجربی که از بازاریابی سنتی به دست آورده‌اید در این فضا به فروش محصولات و خدمات‌تان بپردازید. این‌جا اصول و معیارهای بسیار متفاوت حاکم است که اگر آن‌ها را شناسید و به کار نبندید در این عرصه دوام نمی‌آورید و پیشرفتی حاصل نمی‌کنید.

اما نگران نباشید! این کتاب در دستان شماست. کتابی که به شما تمامی قوانین و اصول حاکم بر فضای مجازی را قدم به قدم آموزش می‌دهد و به شما می‌آموزد که چگونه باید در این محیط کسب درآمد کنید.

من در این کتاب به شما الگویی قیفی شکل به نام «رمز تبدیل» را معرفی می‌کنم که با کمک آن می‌توانید در فضای مجازی، مشتریان بالقوه پیدا کنید، با این مشتریان بالقوه تماس بگیرید و با آن‌ها برای فروش قرار ملاقات بگذارید.