

من که متخصص نیستم!

چگونه از مبتدی به متخصص حوزه کسب و کار خود تبدیل شوید
و در فضای مجازی تأثیرگذار باشید

www.ketab.ir

میراث کتب

ساسان جعفرنیا

بهاره قاسمی

سرشناسه	:	کوتند، میرا Kothand, Meera
عنوان و نام پدیدآور	:	من که متخصص نیستم: چگونه از مبتدی به متخصص حوزه کسب و کار خود تبدیل شوید و در فضای مجازی تأثیرگذار باشید / نویسنده میرا کوتند؛ مترجمین ساسان جعفرنیا، بهاره قاسمی.
مشخصات نشر	:	مشهد: سخن گستر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	ص. ۱۲۸
شابک	:	978-600-247-998-3
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
یادداشت	:	But I'm not an expert!: go from newbie to expert and radically skyrocket your online influence without feeling like a fraud, 2018.
موضوع	:	شبکه‌های اجتماعی پیوسته
موضوع	:	Online social networks
موضوع	:	رسانه‌های اجتماعی
موضوع	:	Social media
موضوع	:	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	:	Electronic commerce
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی
موضوع	:	Internet marketing
موضوع	:	موفقیت در کسب و کار
موضوع	:	Success in business
شناسه افزوده	:	جعفرنیا، ساسان، ۱۳۵۱-، مترجم
شناسه افزوده	:	قاسمی، بهاره، ۱۳۶۸-، مترجم
رده‌بندی کنگره	:	HM ۷۳۲
رده‌بندی دیویی	:	۰۶۷۵۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۷۵۷۳۴۲۰
وضعیت رکورد	:	فیا

من که متخصص نیستم: چگونه از مبتدی به متخصص حوزه کسب و کار خود تبدیل شوید و در فضای مجازی تأثیرگذار باشید
میرا کوتند

ساسان جعفرنیا، بهاره قاسمی

چاپ اول / ۱۴۰۰

چاپخانه: چاپ البرز

نسخه ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۷-۹۹۸-۳

۴۵۰۰۰ تومان



ناشر: سخن گستر

مرکز توزیع، فروش و پخش: سایت زمان تغییر www.timetochange.ir

تمام حقوق مادی و معنوی و حق چاپ و نشر و پخش برای ساسان جعفرنیا محفوظ است.

فهرست مطالب

۷	مقدمه: ادعای بزرگ و جسورانه.....
۸	متخصص کیست؟.....
۹	اینفلوئنسر یا میکرو اینفلوئنسر کیست؟.....
۱۰	معرفی ضریب تخصص.....
۱۳	چرا متخصص بودن مهم است؟.....
۱۷	بخش اول: انتخاب حوزه تخصصی خود.....
۱۹	فصل ۱: شناسایی "علاق خود".....
۲۰	مخاطبان شما.....
۲۱	بازار.....
۲۳	شما.....
۲۵	بخش دوم: ادعای تخصص خود را با دانش اثبات کنید.....
۲۷	فصل ۲: محتوای ارزشمندی تولید کنید که شما را در جایگاه یک متخصص قرار می‌دهد.....
۲۸	اهرم‌های محتوا.....
۲۹	محتوای مورد نیاز برای ادعای وضعیت تخصص.....
۳۰	تولید محتوای میانه قیف.....
۳۳	به طور مداوم یاد بگیرید.....
۳۴	منابع موجود در حوزه خود را شناسایی کنید.....
۳۶	یک کانون محتوایی ایجاد کنید و "همه جا" باشید.....
۳۸	یک فرایند یا چارچوب اختصاصی ایجاد کنید.....
۴۱	فصل ۲ الف: فرمول حداقل بازاریابی قابل قبول (پارت ۱).....
۴۱	فرمول‌های حداقل بازاریابی قابل قبول.....
۴۲	حداقل برنامه محتوای قابل قبول.....
۴۳	حداقل بازاریابی ایمنی قابل قبول.....
۴۴	حداقل وبلاگ قابل قبول (MVB).....

فصل ۳: محتوای ارزشمندی انتخاب کنید که شما را در جایگاه یک متخصص قرار می‌دهد.....	۴۶
یک سرپرست محتوا شوید.....	۴۶
یک بست گردآوری شده بنویسید.....	۴۷
بخش سوم: استفاده از ساختار اقتدار.....	۵۱
فصل ۴: قرض گرفتن اقتدار.....	۵۳
چگونه در سایت‌ها و پادکست‌های معتبر حضور یابید.....	۵۳
نیایدهای پیام درخواست.....	۶۳
فصل ۵: ساخت اقتدار.....	۶۸
در حوزه تخصصی خود، چالش (های) رایگان برای حل یک مشکل به خصوص اجرا کنید.....	۶۸
محتوای تعاملی ایجاد کنید.....	۷۲
مربوگری یا تغییر و تحول به صورت زنده.....	۷۲
آزمون‌ها و ارزیابی‌ها.....	۷۲
استفاده از HARO را در نظر بگیرید.....	۷۳
کتاب خود را خود - انتشار کنید.....	۷۳
بخش چهارم: تخصص خود را بازاریابی کنید.....	۷۵
فصل ۶: ارتقاء سریع تأیید اجتماعی و اعتبار.....	۷۸
حضور دیجیتال خود را آغاز کنید.....	۷۸
فصل ۶ الف: فرمول حداقل بازاریابی قابل قبول (پارت ۲).....	۸۶
حداقل شبکه‌های اجتماعی و رویت پذیری قابل قبول.....	۸۶
فصل ۷: به کارگیری سیستم های بازاریابی با رویکرد "تست کن و فراموش کن" و دارایی های بازاریابی قابل استفاده مجدد.....	۸۸
بخش پنجم: ایجاد یک کمپین بازاریابی.....	۹۱
فصل ۸: برنامه بازاریابی خود را ایجاد کنید.....	۹۳
فصل ۹: چگونه شیه یکی دیگر از متخصصان نشوید.....	۹۸
جمع بندی + گام های بعدی.....	۱۰۱

مقدمه

ادعای بزرگ و جسورانه

من که متخصص نیستم ...

این جمله‌ای است که طی سال‌های گذشته بارها و بارها از افراد مختلف شنیده‌ام.

شاید خودتان هم این جمله را بر زبان آورده باشید.

یا آن را در ذهن خود مرور کرده باشید.

شما تازه وارد هستید ...

می‌خواهید یک کسب و کار آنلاین راه اندازی کنید.

می‌خواهید برای جذب مخاطب محتوا تولید کنید ...

می‌خواهید صحبت کنید، بنویسید، تولید کنید و بفروشید. اما تنها چیزی که مانع شما

می‌شود، ترس‌هایتان است.

ترس از اینکه یک متخصص نیستید، تجربه کاری چندان زیادی برای اثبات تجربه خود

ندارید، یا هیچکس از شما تعریف و تمجید نکرده است.

وقتی متخصص نیستید، پس افراد به چه دلیل باید به حرف‌های شما گوش دهند؟

یا چرا افراد باید به شما توجه کنند. وقتی که شما نیز ممکن است مانند یکی از آن هزاران

کسب و کار آنلاین دیگر باشید؟

خب، ما می‌خواهیم همین را تغییر دهیم.

هدف این کتاب این نیست که شما را به بهترین متخصص در حوزه‌تان تبدیل کند، بلکه به

شما کمک می‌کند جایگاه خود را پیدا کنید و متوجه شوید چگونه می‌توانید مهارت خود را در

نظر افرادی که می‌خواهید به آن‌ها خدمت رسانی کنید، بهبود و افزایش دهید - افرادی که کسب و کار شما برای آن‌هاست.

اگر فکر می‌کنید من قرار است راز پشت پرده درآمد میلیون دلاری را به شما بگویم ...

یا فرمولی که فقط کارآفرینان موفق از آن خبر دارند ...

یا ترفند بازاریابی منحصر به فردی که باعث شود مردم باور کنند شما یک متخصص هستید ... پس ممکن است ناامید شوید.

اما بله، شما با خواندن این کتاب دقیقاً متوجه می‌شوید که باید چه کاری در یک فشار ۱۸۰ روزه انجام دهید تا خود را به عنوان یک متخصص معرفی کنید.

شما یک کمپین بازاریابی ایجاد خواهید کرد که می‌توانید آن را با موفقیت به پایان برسانید.

همچنین می‌دانید که چگونه فرمول‌های حداقل‌های قابل قبول را به کار ببرید - یک

چارچوب حداقلی که برای شروع در بازاریابی ایمیلی، ایجاد محتوا و موارد دیگر به آن احتیاج دارید؛ به ویژه اگر کمبود زمان دارید و نمی‌توانید روزانه هشت ساعت بابت ایجاد یک کسب و

کار تخصصی و حرفه‌ای وقت بگذارید.

استراتژی‌ها و نکات مطرح شده در این کتاب، حقه و ترفند نیستند.

شما هرگز مجبور نیستید وانمود کنید که یک متخصص هستید.

این استراتژی‌ها و نکات، اقدامات هدفمند و حساب شده‌ای هستند که می‌توانید به کار

گیرید، و این کتاب به شما برنامه‌ای برای دسترسی به آن‌ها می‌دهد.

ابتدا بیایید مفهوم برخی اصلاحات را روشن کنیم.

متخصص کیست؟

متخصص کسی است که طی سال‌ها با مطالعه و تمرین در یک زمینه یا موضوع خاص،

دانش و مهارت کسب کرده، به حدی که نظر او می‌تواند در کشف حقایق، حل مسائل، یا درک

یک موقعیت، مفید باشد.

برخی معتقدند که متخصص کسی است که حداقل ۱۰ هزار ساعت را صرف مطالعه یا

یادگیری یک موضوع خاص کرده باشد. اما تعریف اینکه متخصص کیست و چه کاری انجام

می‌دهد، نسبی است.