

بسم الله الرحمن الرحيم

اگر اول نشی آخر میشی!!

استراتژی‌های فروش برای تسلط بر بازار
و شکست دادن رقبا

نویسنده

گران‌ت کاردون

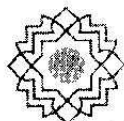
ترجمه

سعید جوی‌زاده | علیرضا احمدیان



نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

سرشناسه	کاردون، گرانت، ۱۹۵۸ - م. Cardone, Grant
عنوان و نام پدیدآور	اگر اول نشی آخر میشی! استراتژی‌های فروش برای تسلط بر بازار و شکست دادن رقبای پویاننده گرانت، کاردون، ترجمه سعید جوی زاده، علیرضا احمدیان.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات آکادمیک، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	۱۳۷ ص.، جدول
شابک	978-622-7609-84-4
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	
موضوع	عنوان اصلی: If you're not first, you're last : sales strategies to dominate your market and beat your competition. 2010 موفقیت در کسب و کار Success in business برنامه‌ریزی راهبردی Strategic planning یادگیری سازمانی Organizational learning
زبانه افزوده	جوی زاده، سعید، ۱۳۵۷ - مترجم
زبانه افزوده	احمدیان، علیرضا، ۱۳۶۴ - مترجم
رده بندی کنگره	۵۳۸۶۱۱۲
رده بندی دیویی	۸۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۸۶۶۲۳۰۰۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیا



نشر آکادمیک
ACADEMIC PRESS

اگر اول نشی آخر میشی!!

نویسنده	گرانت کاردون
مترجمین	سعید جوی زاده علیرضا احمدیان
انتشارات	آکادمیک
چاپخانه	دانشگاه خوارزمی
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۰۹-۸۴-۴
نوبت چاپ	اول / ۱۴۰۰
شمارگان	۵۰۰ نسخه
قیمت	۸۵,۰۰۰ تومان

خیابان سهروردی شمالی، خ هویزه غربی، پلاک ۷ طبقه دوم



Academicpress



۰۲۱-۲۸۴۲۹۴۸۲

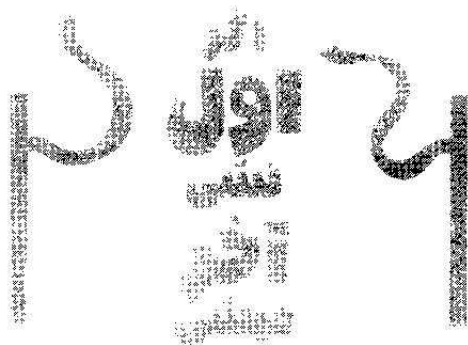


Academicpress.ir



Academicpub1@gmail.com

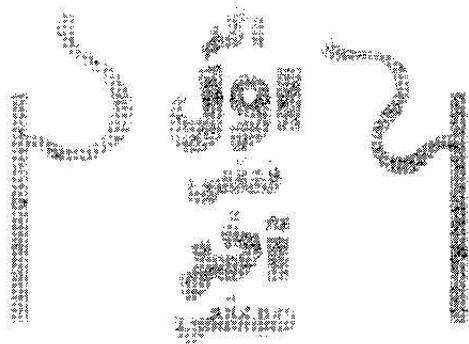




فهرست مطالب

مقدمه: اهمیت اول بودن	۵
فصل ۱: چهار واکنش به رکودهای اقتصادی	۱۲
فصل ۲: فعال سازی مجدد پایگاه قدرت	۲۷
فصل ۳: فعال سازی مجدد مشتری قبلی	۳۴
فصل ۴: موثرترین تماس برای پیشروی و تسخیر	۴۱
فصل ۵: تبدیل کالاهای فروخته نشده	۴۷
فصل ۶: ضرب کردن مشتریان فعلی	۵۵
فصل ۷: تحویل در سطوح "تجربه شگفت انگیز"	۶۱
فصل ۸: اهمیت قیمت	۶۶
فصل ۹: برای افزایش سود، فروش دوم را فعال کنید	۷۰
فصل ۱۰: پیشنهاد ارزش افزوده	۷۴
فصل ۱۱: همیشه گرسنه باشید	۷۸
فصل ۱۲: بسط دادن مشتریان قابل قبول	۸۲

فصل ۱۳: کمپین‌های بازاریابی موثر.....	۸۶
فصل ۱۴: بسته بندی مجدد برای افزایش سود.....	۹۲
فصل ۱۵: برنامه قدرتمند برای پیشروی و تسخیر.....	۹۸
فصل ۱۶: نگرش پیشرفت و تسخیر.....	۱۰۷
فصل ۱۷: طرح آزادی مالی شما.....	۱۱۵
فصل ۱۸: مهمترین مهارت مورد نیاز برای پیشرفت و تسخیر.....	۱۲۱
فصل ۱۹: نگرش غیر منطقی.....	۱۲۹
نتیجه: چگونه موقعیت خود را تضمین کنیم.....	۱۳۴



مقدمه

اهمیت اول بودن

اگرچه ممکن است مفهوم اول یا آخر برای برخی ناعادلانه به نظر برسد و پذیرفتن آن دشوار باشد، اما در دنیای واقعی - صرف نظر از کسب و کار یا شغل شما - مکان اول تنها جایی است که اهمیت دارد. این موقعیتی است که به شما امکان می‌دهد تمام طوفان‌ها را تحمل کنید، توجه بیشتری را به خود جلب می‌کند و رقابت شما را تعقیب می‌کند - به برعکس. اما اجازه دهید با آن روبرو شویم: اگر در هیچ نقطه‌ای سازش نمی‌کردید، مطمئناً جایگاه اول را به هر نقطه دیگری ترجیح می‌دادید، درست است؟ یا توجه به انتخاب بین اول و هر موقعیت دیگر، همه ما می‌دانیم که چه چیزی ارجح است.

برخلاف سیستم‌ها یا فرهنگ‌هایی که هرکس صرفاً برای مشارکت و صرف نظر از تلاش‌ها، توانایی‌ها یا حتی امتیازشان پاداش دریافت می‌کند - تنها موقعیتی که در نهایت در تجارت معنا پیدا می‌کند - و جایگاهی که بیشترین پاداش را به دست می‌آورد، البته اول است. اگر در بازار خود در موقعیت مسلط نباشید، در معرض خطر هستید. وقتی اقتصادها مملو از تجارت هستند، شرکت در جایگاه اول همچنان به جذب مشتریان و گسترش اندازه و حضور خود ادامه می‌دهد در حالی که بازیگران ضعیف‌تر به طور فزاینده‌ای سودهای کمتری را به دست می‌آورند که تنها با کمک طبیعت غنی بازار با این حال، هنگامی که این زمان‌های سود کاهش می‌یابد، شرکت مسلط از جایگاه اول خود سود می‌برد و سهم بازار را از سایر رقبای جدا می‌کند در حالی که آنهایی که در هر موقعیت دیگری هستند بهای آن را می‌پردازند.

مریام وبستر کلمه اول را اینگونه تعریف می‌کند: «از نظر زمان، نظم یا اهمیت مقدم بر همه چیزهای دیگر است». اولین بودن در بازار به اندازه شماره یک بودن در دسته شما مهم نیست. شما لزوماً نباید

شرکتی باشید که محصولی را معرفی می کند تا بهترین انتخاب در ذهن خریدار باشد. نظم و اهمیت در اینجا بسیار حیاتی تر از زمان است. همچنین تفاوت زیادی بین اول و سوم بودن در نتایج جستجوی گوگل وجود دارد، همانطور که توسط شرکت هایی مانند اینتل رتبه اول و Micro Advanced در رتبه دوم نشان داده شده است. تا دسامبر ۲۰۰۹، اینتل ۳۲٫۷ میلیارد دلار درآمد و ۱۳ میلیارد دلار پول نقد داشت، در حالی که Micro Advanced ۴٫۹۲ میلیارد دلار درآمد و ۲٫۵ میلیارد دلار پول نقد داشت. و رقابت باراک اوباما و جان مک کین را در نظر بگیرید. تنها چند نکته از نامی که تاریخ ساز شده را جدا کرد، از نو، باراک اولین بار در بازار نبود. او در واقع ۳۰ سال پس از حریف خود آمد و تجربه بسیار کمتری داشت. با این حال او موفق شد نه تنها مقام شماره یک، بلکه قدرتمندترین موقعیت را در جهان کسب کند.

پس از سازش و "منطقی" بودن دست بردارید. بیایید شما را وادار کنیم - هر دقیقه از هر روز - برای کسب رتبه شماره یک در تجارت خود بجنگید. شما می خواهید زمانی که بازار عالی است در صدر باشید و در حالی که اینطور نیست سهم بازار را به دست آورید.

بازی را تغییر دهید

تجار، فروشندگان، مدیران، کارآفرینان و مدیران عامل از کاهش اقتصادی می ترسند - و قابل درک است. آنها (به درستی) استدلال می کنند که وقتی اقتصاد به سمت دوره انقباض عمده می رود، مشتریان و مشتریان پروژه ها را کاهش می دهند، هزینه ها را کاهش می دهند و بدتر از آن، کیفیت را فدای فروشندگان و/یا تامین کنندگان با کمترین قیمت می کنند. افزایش سرمایه، بستن معاملات و پیش بینی های دقیقی که بر برنامه ریزی در همه سطوح تأثیر می گذارد، دشوارتر می شود. افراد مملو از عدم اطمینان و شک می شوند که بر توانایی آنها در تصمیم گیری تأثیر منفی می گذارد. این زمان های اقتصادی که بازی را تغییر می دهند می توانند گهگاه به انتقال های عمده در مجموعه مهارت های ما نیز نیاز داشته باشند، به ویژه پس از دوره های توسعه طولانی. معمول است که تیم های مدیریت، نیروهای فروش و کارکنان به طور نامناسبی برای انتقال در اقتصاد متحول کننده بازی تجهیز شده باشند.

نسبتاً آسان است که وقتی انگیزه افراد و مجموعه مهارت ها به دلیل دوره های طولانی گسترش اقتصادی فلج شده اند. این بسیار شبیه یک جنگنده حرفه ای است که پس از یک سری مبارزات آسان، به نظر می رسد که قدرت و قدرت خود را از دست می دهد - حتی احساس خود را از اصول اولیه. مردم تمایل دارند به فرصت های مازاد، اعتبار آسان و پول ارزان وابسته شوند و زمانی که کسب و کار خوب است و باد پشت سرشان است، یک نگرش غیرواقعی ایجاد می کنند. وقتی بازار تغییر می کند و کمربندها سفت می شوند، نیروها دیگر در پشت شما نیستند بلکه مستقیماً به صورت شما می تازند. هر

نقطه ضعفی در سازمان زمانی که زمان سخت می‌شود، به شدت بزرگتر می‌شود. اشتباهات پرهزینه تر، هر معامله حیاتی و شکست می‌شود به یک امکان واقعی برای افراد و شرکت‌ها تبدیل می‌شود که قادر به انتقال در اقتصاد جدید نیستند.

در زمانی که من شروع به نوشتن این کتاب کردم، جهان در حال ورود به یکی از بزرگترین رکودهای اقتصادی از زمان رکود بزرگ بود. در طول دوره‌های تغییرات عمده اقتصادی که بازی را تغییر می‌دهند، مردم بلافاصله خود را ترسیده، گیج، غرق، عصبانی، ناامید می‌کنند که چه کاری باید انجام دهند، و مطمئن نیستند که آیا کاری می‌توانند انجام دهند یا خیر. در چنین مواقعی، مردم ناگهان متوجه می‌شوند که کسب و کار، درآمد و آینده آنها در خطر است. به طور ناگهانی به نظر می‌رسد که گویی دنیا با فریاد زدن به هر یک از ما زنگ بیداری بزرگی می‌دهد، شما آسیب پذیر هستید و ممکن است دیگر وجود نداشته باشید!

حقیقت موضوع این است که اگر در رده یا رشته خود شماره یک نیستید، در موقعیتی پرمخاطره و خطرناک قرار دارید. اگر نفر اول نباشید، تقریباً فرقی نمی‌کند در کجای مسابقه باشید، رنج خواهید برد. زمان‌هایی مانند این به شما نشان می‌دهد که چقدر خطرناک است که به اقتصاد وابسته باشیم یا به آن وابسته باشیم. در عوض، شما می‌خواهید در میان گروه خود در موقعیت قدرتمندی قرار بگیرید که بتوانید از وضعیت موجود استفاده کنید.

این کتاب در مورد این است که چگونه می‌توانید ماهوریت و اهداف حرفه‌ای خود را پیش ببرید و نه تنها بر رقابت و بازار تسلط پیدا کنید. صرف‌نظر از محصول، خدمات یا ایده‌تان - و با وجود اقتصاد چالش‌برانگیز - می‌توانید اولین باشید و همیشه باید تلاش کنید تا انجام باشید. شما باید موقعیتی را در شرکت و/یا شغل خود به دست آورید که در آن مستعد عقب نشینی‌های اقتصادی نباشید و شروع به ایجاد سیستم مالی خود کنید. من نمی‌خواهم که شما هرگز به "فقط گذراندن" رضایت دهید یا داشته باشید

در مورد وضعیت مالی خود نگران باشید. می‌گم به جهنم اقتصاد! من بهبود، تسخیر و پیشرفت را انتخاب می‌کنم و هر کاری که ممکن است انجام بدهم داد تا اولین باشم. این کتاب دقیقاً به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانید موفق باشید و چگونه می‌توانید اولین موقعیت قدرتمند را داشته باشید. شما اقدامات دقیقی را که باید برای پیشرفت خود، شرکت و ایده‌هایتان انجام دهید، یاد خواهید گرفت همیشه در صدر قرار بگیرید

از زمان آسان تا زمان سخت

هنگامی که اقتصادها از حالت بسیار خوش بینانه و مثبت (در حال گسترش) به بسیار دشوار و منفی

(قراردادی) تغییر می‌کنند، مردم به روش‌های مختلف واکنش نشان می‌دهند. این واکنش‌ها تا حدودی شبیه به واکنش‌هایی است که هنگام تحمل از دست دادن عزیزانمان تجربه می‌کنیم. ما ابتدا درگیر انکار، سپس خشم، رنجش، و (برای برخی) بی‌تفاوتی و در نهایت، بهبودی می‌شویم. اما کسانی که در طول رکودهای اقتصادی بزرگ موفق می‌شوند، این چالش‌ها را لحظات الهام بخشی می‌دانند که راه حل‌های جدید و خلاقیت را تحریک می‌کند.

من به شما اطمینان می‌دهم که وضعیت اقتصادی ناامیدکننده نیست و نباید تسلیم شوید، مراحل و اقدامات دقیقی وجود دارد که می‌توانید انجام دهید که پیروزی شما را تضمین می‌کند! این یک فرصت عالی برای کسانی است که واقعاً می‌خواهند سطح بازی، نگرش و مسئولیت خود را "بالا" ببرند. مأموریت من در زندگی در ۲۵ سال گذشته کمک به افرادی بوده است که می‌خواهند پیشرفت کنند و در انجام این کار موفق شوند. هیجان انگیزترین بخش کار من کار با افراد استثنایی است که تلاش می‌کنند شماره یک باشند و بر بازار خود تسلط داشته باشند.

این کتاب درس‌هایی را می‌گیرد که من از این افراد آموخته‌ام خواهش کن و از طریق آزمایش‌ها و مصیبت‌های خودم به تو نشان دهم دقیقاً چه کاری باید برای ایجاد موفقیت انجام دهید، صرف نظر از اینکه در اقتصاد چه می‌گذرد. این به شما آموزش می‌دهد که چگونه این چالش‌ها را گسترش دهید، غلبه کنید و حتی از آنها برای رسیدن به ایده آل خود استفاده کنید. شما در مورد اقدامات ساده، قابل انجام و دقیق برای کمک به پیشرفت شما و کسب و کارتان مطالعه خواهید کرد و به طور خاص یاد خواهید گرفت که چگونه سهم بازار را از شرکت خود جدا کنید، خواست کنندگان دقیقاً خواهید دید که چه اقداماتی را باید روزانه انجام دهید تا بر بازار خود تسلط داشته باشید و موفقیت ایجاد کنید. عالی است که هیچ عقب نشینی در اقتصاد تأثیر منفی نخواهد داشت شما. شما دیگر به شرایط اقتصادی در آن وابسته نخواهید بود که شما زندگی و کار می‌کنید تا موفقیت یا شکست خود را دیکته کنید. شما می‌توانید از یک اقتصاد ضعیف استفاده کنید، سهم بازار را از رقبای کم سود تر بگیرید، و از رویدادهای قراردادی برای ایجاد وضعیت مالی که می‌خواهید برای خود، شرکت و خانواده خود استفاده کنید - مستقل از محلی و ملی. یا اقتصاد جهانی در واقع مزایای قابل توجهی برای دوره‌های انقباض اقتصادی وجود دارد. هنگامی که بدانید چگونه از این فرصت‌ها استفاده کنید، در حالی که رقبای شما کوچک می‌شوند، تسلیم می‌شوند و ناپدید می‌شوند، رشد خواهید کرد.

اگر نگران این هستید که اقتصاد برای مدتی دشوار باشد، اما همچنان می‌خواهید یاد بگیرید و هر کاری را که برای ارتقای پیشرفت کسب و کارتان لازم است انجام دهید، وقتی آنچه را که در این کتاب می‌آموزید به کار می‌گیرید، در حال موشک‌سواری هستید! شما مطمئناً تنها نیستید. بسیاری از مردم

در زمان های چالش برانگیز امروز به دنبال واکنش هستند. با این حال، بین کسانی که به دنبال واکنش هستند و کسانی که مایل به یادگیری و اجرا هستند تفاوت زیادی وجود دارد.

اقدامات دقیقی که موفقیت را تضمین می کند. ممکن است اکثر دوستان و خانواده شما قبلاً این باور را نداشته باشند که کاری می توانند انجام دهند، اما شما این کار را نکرده اید. من به شما برای جستجوی واکنش ها تبریک می گویم.

هشدار در مورد کتاب

متأسفانه، امروزه بیشتر مردم کتاب هایی را می خرند که شروع می کنند اما هرگز تمام نمی کنند. من معتقدم دلایل این امر سه چیز است: (۱) سرمایه گذاری مالی اندک مورد نیاز برای یک کتاب، خرید آنها را برای ما آسان می کند و تعداد بسیار کمی از آنها را می خوانیم. (۲) ما مجبور نیستیم تعهدی داشته باشیم که تا تاریخ خاصی به پایان برسانیم. و (۳) بسیاری از کتابها حاوی بسیاری از کلمات اشتباه است.

از شما می خواهم این کتاب را تمام کنید. من تضمین می کنم که اگر آن را به طور کامل بخوانید، می توانید اقتصاد و موفقیتی را که می خواهید برای خود، شرکت و خانواده تان ایجاد کنید - و در رشته خود اولین باشید.

بنابراین، بیاید دلایل ذکر شده در بالا را تشریح کنیم. اول، مردم به کتابها طوری برخورد می کنند که انگار فقط ارزش دارندهایی که برای آنها پرداختند به اینک آنها را به خاطر میلیون ها دلار اطلاعات در آنها ببینند. این کتاب می تواند برای شما میلیون ها ارزش داشته باشد، بنابراین آن را با چنین دیدگاهی بخوانید و به هر عملی نزدیک شوید که انگار میلیون ها نفر برای شما به ارمان می آورد (زیرا می تواند!)

دلیل دوم اینکه مردم کتابها را تمام نمی کنند این است که هرگز تاریخ هدفی را انتخاب نمی کنند که تا آن زمان کتابها را تکمیل کنند. نیش این برای من دیوانه است. شما هرگز این کار را با هیچ پروژه دیگری انجام نمی دهید، آیا؟ یک فرد به طور متوسط حدود ۲۰۰ کلمه در دقیقه می خواند، بنابراین او - اگر قطع نشود - می تواند این کتاب را در کمتر از پنج ساعت تمام کند. قبل از شروع هر کاری - چه خواندن یک کتاب یا ساختن یک ضمیمه برای خانام - همیشه در مورد تاریخ هدفی برای اتمام تصمیم می گیرم. پس همین حالا خواندن را متوقف کنید و برای خواندن این کتاب «تاریخ سررسید» تعیین کنید. فقط تاریخ امروز و تاریخی را که می خواهید تا آن زمان به پایان برسانید روی جلد داخلی بنویسید.

آخرین دلیلی که مردم کتابها را تمام نمی کنند این است که به کلماتی برخورد می کنند که

نمی‌فهمند و اغلب تصمیم می‌گیرند که کتاب را نخوانند. به همین دلیل، من یک فرهنگ لغات بسیار گسترده در پشت این کتاب آورده‌ام. فرهنگ لغت شامل هر روشی نیست که می‌توان از آن کلمه استفاده کرد؛ فقط زمینه‌ای که در این کتاب از آن استفاده کردم. وقت بگذارید و معنی هر کلمه‌ای را که حتی کوچکترین شک‌ی در مورد آن دارید جستجو کنید. به یاد داشته باشید: موفقیت شما در یک زمینه بستگی به میزان درک اصطلاحات مورد استفاده در آن زمینه دارد!

پس با این کتاب طوری رفتار کنید که انگار میلیون‌ها دلار برای شما ارزش دارد. تاریخ هدف خود را برای پایان تعیین کنید، و کلماتی را که متوجه نمی‌شوید زیر و رو نکنید. هر بار که یک عمل را می‌خوانید مطمئن شوید که دقیقاً آنچه را که در آن عمل توضیح می‌دهم کاملاً متوجه شده‌اید. در حالی که بسیاری از آنها ممکن است واضح به نظر برسند، تنها دلیلی که شما درگیر نمی‌شوید به دلیل عدم درک است. هیچ یک از اقدامات را نادیده نگیرید و یا چشم پوشی نکنید و به شما اطمینان می‌دهم که بر بازارهای خود تسلط خواهید داشت و این کتاب نه تنها برای شما بلکه برای همه افراد سازمان شما منبعی خواهد شد.

اطلاعات موجود در اینجا شما را در هر رکودی صرف نظر از اینکه چقدر بد یا عمیق باشد یا چقدر طولانی است، می‌بیند طول می‌کشد من می‌دانم زیرا من دقیقاً از این تکنیک‌ها استفاده کرده‌ام تا من را از سه رکود عبور دهد - و از هر کدام خارج شدم یک میز قوی تر، توانمندتر و سودمندتر. من با استفاده از آنها در همین لحظه برای ارتقای موقعیت خود در بازار، گرفتن سهم بازار از رقبای خود و در واقع در بازارهایی که قبلاً در آنها نبودم، جایگاه خود را تثبیت آورند.

عذاب و تاریکی زمان رونق است

بسیاری از اقتصاددانان، صاحب نظران، و مدیران رسانه‌ای با غرغر و هیاهوی شبانه‌روزی شبانه‌روزی خود در حال پیش‌بینی عذاب و تاریکی و سناریوهای پایان جهان هستند. آنها کاملاً روی مشکل متمرکز شده‌اند و چه کسی ممکن است مقصر باشد و به نظر نمی‌رسد راه حل زیادی برای بقا و شکوفایی ارائه دهد. احتمالاً قبلاً کاهش سرعت را تجربه کرده‌اید، زیرا تجارت در بیشتر نقاط جهان به طور قابل توجهی کاهش یافته است. متأسفانه، من مطمئن هستم که شما اثرات آن را احساس می‌کنید - و مطمئن هستم که آن را دوست ندارید. در واقع، امیدوارم که آن را دوست نداشته باشید، و من شما را تشویق می‌کنم آنقدر از آن متنفر باشید که برای مقابله با آن حاضر به انجام هر کاری باشید. علیرغم این واقعیت که ما در حال تحمل زمانی هستیم که بسیاری از مردم رنج خواهند برد - با میلیون‌ها بیکاری، شرکت‌ها در حال شکست، و تمام صنایع در حال ناپدید شدن هستند - همچنین زمان یادگیری و استفاده از استراتژی‌های خاص برای تغییر روند است. شرکت‌ها، محصولات و حتی

صنایع جدید از چالش‌های اقتصادی متولد می‌شوند. من می‌خواهم شما فردی باشید که هر روز از خواب بیدار می‌شود و می‌خواهد در صنعت یا حوزه خود اولین باشد، کسی که قربانی آنچه به نظر می‌رسد واقعیت است نیست، اما از فرصت‌ها و خرابه‌های قدیمی واقعیت جدیدی خلق می‌کند.

با انجام اقدامات بسیار دقیق، دقیق و صحیح، می‌توانید با هرگونه عقب‌نشینی اقتصادی مبارزه کنید و به هر سطحی از موفقیت که می‌خواهید دست یابید. شما می‌توانید به گسترش و پیروزی در تلاش‌های خود ادامه دهید و اهداف و رویاهای خود را به جلو ببرید و به معنای واقعی کلمه اقتصاد جدید خود را ایجاد کنید. حقیقت این است که نیازی به رکود یا انقباض نیست تا برای کسب و کار یا امور مالی یک فرد مشکل ایجاد کند. مطمئنم شما افراد زیادی را می‌شناسید که حتی در دوره‌های توسعه اقتصادی، وضعیت خوبی نداشتند. رکودهای مجموعه‌ای از مشکلات را برای همه به وجود می‌آورد، و این مشکلات مختلف به درجات مختلفی از تمایل و تفکر، همراه با مجموعه‌ای از اقدامات جدید نیاز دارند.

ممکن است دلایل زیادی برای ناتوانی در ارائه محصولات و خدمات خود به بازار وجود داشته باشد - و حتی بهانه‌های بیشتری. واقعیت این است که هر کسب و کاری دارای فراز و نشیب است و هر اقتصادی چرخه‌های خود را دارد. در مسیر ایجاد موفقیت و امنیت، باید تنظیماتی را برای تطبیق با شرایط بازار در حال تغییر انجام دهید. غیرممکن است که برای مدت طولانی در تجارت باشید و در مقطعی اقتصاد سختی را تجربه نکنید. برخی از رکودها بدتر از سایرین خواهند بود: برخی طولانی، برخی کوتاه، برخی بسیار دردناک و برخی فقط یک ضربه. خبر خوب این چیز است:

۱. اقدامات دقیق و دقیقی وجود دارد که می‌توانید برای مقابله با هرگونه انقباض انجام دهید.

۲. رکودهای فرصت‌های عالی برای گسترش و تسخیر سهم بازار هستند. از عذاب و تاریکی استفاده کنید تا این زمان خود را به رونق تبدیل کنید!