

الحمد لله

برنامه بازیابی یک صفحه‌ای

آلن دیب

ترجمه:

مریم براتی سده

زیر نظر شبکه مترجمین ایران

شابک : ۸-۳۲-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸ : ۲۰۰۰۰۰ ریال

شماره کتابشناسی ملی : ۵۱۳۱۳۷۴

عنوان و نام پدیدآور : برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای / تالیف آلن دیب؛ ترجمه مریم براتی‌سده.
مشخصات نشر : تهران: آدینه، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری : ۲۱۰ ص.

یادداشت : عنوان اصلی: The ۱-page marketing plan : get new customers, make more money, and stand out from the crowd

موضوع : بازاریابی

موضوع : Marketing

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸

رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ ب۴ ۵۹/۱۵ HF۵۴

سرشناسه : دیب، آلن

Debb, Allan

شناسه افزوده : براتی‌سده، مریم، ۱۳۶۵ - مترجم

وضعیت فهرست ریزی : بی‌پایان

برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای

تالیف: آلن دیب

ترجمه: مریم براتی‌سده (زیر نظر شبکه مترجمین ایران)

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

شابک: ۸-۳۲-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸

تلفن مرکز پخش: ۳۳۱۲۶۵۴۱ و ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از عنوان کتاب و همچنین چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست محتویات

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۲۵	اقدام ۱- فاز «قبل»
۲۷	فصل ۱ - انتخاب بازار هدف شما
۳۹	فصل ۲ - ساخت و پردازش پیام شما
۷۳	فصل ۳ - دستیابی به مشتریان آینده با رسانه‌های تبلیغاتی
۹۱	اقدام ۲- فاز «در طول»
۹۳	فصل ۴ - هدایت پیش‌قدم‌ها
۱۰۱	فصل ۵ - پرورش پیش‌قدم‌ها
۱۲۱	فصل ۶ - تبدیل فروش
۱۴۱	اقدام ۳ - فاز «بعد»
۱۴۳	فصل ۷ - ارائه یک تجربه در سطح جهانی
۱۶۳	فصل ۸ - افزایش ارزش مادام‌العمر مشتری
۱۸۳	فصل ۹ - هماهنگ‌سازی و برانگیختن مراجعات
۱۹۵	نتیجه‌گیری

اگر مجاز بودم ماهیت این کتاب را در یک جمله خلاصه کنم، «سریع‌ترین راه برای رسیدن به پول» را انتخاب می‌کردم. من این موضوع را عمداً و با بیشترین سرعت ممکن در کتاب بیان می‌کنم، زیرا نمی‌خواهم وقت شما را تلف کنم.

مطمئنم که این جمله از آغازین، برای بسیاری از افراد ناخوشایند خواهد بود و باید صراحتاً بگویم که ترجیح می‌دهم آن‌ها کتاب کسب و کار نویسنده‌ی دیگری را بخوانند که پر از کلیشه‌های گوش‌نوازی چون «علاقه خود را دنبال کنید»، «سخت کار کنید»، «افراد درست را استخدام کنید» و از این قبیل مزخرفات هستند.

اگر شما به دنبال چنین چیزی هستید، آمانم! با جستجو کنید. بی‌شمار کتاب کسب و کار در مورد همه‌ی این مفاهیم موهوم و زیبا وجود دارد، که اغلب توسط نویسندگان و محققان حرفه‌ای نوشته شده‌اند، که هرگز واقعاً کسب و کاری با رشد بالا پدید نیاورده‌اند.

این کتاب به گونه‌ای آشکار به موضوع پرورش سریع کسب و کار شما و کسب پاداش‌هایی از این نوع موفقیت است.

دانستن این که چه باید کرد

آنتونی گرینبرگ در کتاب خود «کتاب بقا» نوشت:

«برای زندگی در یک وضعیت غیرممکن، نیازی به واکنش‌های یک راننده گرند پری، عضلات هرکول و ذهن اینشتین ندارید. فقط باید بدانید که چه بکنید.»

آمار در این مورد که دقیقاً چند درصد کسب و کارها طی پنج سال اول شکست می‌خورند، متغیر است. بعضی تخمین‌ها این عدد را تا ۹۰ هم ذکر می‌کند. با این حال، من هرگز ندیده‌ام این آمار کمتر از ۵۰ نقل شده باشد. این بدان معنا است که اگر خیلی خوش بین باشیم به احتمال ۵۰/۵۰، بعد از پنج سال کسب و کار شما همچنان برق‌آسا خواهد بود.

ولی در اینجا واقعاً اوضاع بدتر می‌شود. این آمار فقط شامل کسب و کارهایی است که تجارت آن‌ها به طور کامل متوقف می‌شود و کسب و کارهایی که به سطح پایین سقوط می‌کنند و به آرامی صاحبان خود را نابود می‌کنند یا آن‌ها را به دردسر می‌افکنند، در این آمار به حساب نمی‌آیند.

آیا تا به حال فکر کرده‌اید چرا کسب و کارهای کوچک در سطح متوسط می‌مانند؟

یک طرف «پیت» لوله‌کش است که هزه‌ها و اصطلاحات آخر هفته را شانزده ساعت کار می‌کند و اصلاً به تعطیلات نمی‌رود تا بتواند به سختی امور خود را اداره کند. از طرف دیگر، «جو» قرار دارد که یک شرکت لوله‌کشی با ۲۰ کارمند را اداره می‌کند. گویا فعالیت اصلی جو، شمارش مقادیر عظیم پول‌هایی است که دائماً به سوی او سرازیر می‌شوند.

برای کسب و کارهای کوچک، بسیار معمول است که هرگز بیشتر از نقاء تولید، سود کافی برای مالک (مالکان) به منظور داشتن یک زندگی متوسط، رشد نکنند. به نظر می‌رسد که مهم نیست مالک (مالکان) چقدر سخت تلاش کنند، تلاش‌های آن‌ها برای رسیدن به سطح بعدی فقط موجب سرخوردگی می‌شود. در این مرحله یکی از این دو اتفاق می‌افتد. یا آن‌ها از اوهام خارج می‌شوند و یا شرکت خود را می‌پذیرند که کسب و کارشان چیزی بیش از یک شغل کم درآمد و من درآوردی نیست.

واقعیت این است که بسیاری از صاحبان کسب و کار احتمالاً در یافتن شغلی بهتر در صنعت خود خواهند بود. در این صورت احتمالاً ساعات کمتری کار می‌کنند، استرس کمتری دارند و از مزایای بیشتر و زمان تعطیلات بیشتری نسبت به زندانی که برای خودشان ایجاد کرده‌اند برخوردار می‌شوند. در سوی دیگر، به نظر می‌رسد تعداد کمی از صاحبان کسب و کار، همه‌ی این موارد را داشته باشند. آن‌ها ساعت‌های معقولی کار می‌کنند، گردش نقدی فوق‌العاده‌ای از سرمایه‌گذاری خود دارند و از رشد مداوم برخوردار می‌شوند.

بسیاری از صاحبان کسب و کار که با دردسر مواجه می‌شوند، صنعت خود را سرزنش می‌کنند. البته درست

تمام شدن اکسیژن واقعاً مضر است

همانطور که زیگلار Zig Ziglar معروف گفت: «پول همه چیز نیست ... اما با اکسیژن برابری می‌کند.»

بله، هیچ چیز هیچ چیز سریع‌تر از نبودن «اکسیژن» (یعنی همان پول) کسب و کار را از بین نمی‌برد.

چرا من چنین آشکار بر کسب پول متمرکز هستم؟ چند دلیل خوب برای این طرز فکر وجود دارد.

اولاً، هیچ مشکلی تقریباً در کسب و کار وجود ندارد که با پول بیشتر حل نشود. پول مفید است، زیرا تقریباً هر کسب و کاری که می‌شناسم پر از مشکلات است. پول به شما کمک می‌کند تا اکثر قریب به اتفاق چیزهایی را که واجب در دسر در کسب و کار می‌شوند، پشت سر بگذارید.

ثانیاً، وقتی از خود مراقبت می‌کنید، فرصت کمک به دیگران را دارید.

اگر برای کسب درآمد به رایج کسب و کار نرفته‌اید، یا دروغ می‌گویید یا به جای کار، یک سرگرمی دارید. بله، من همه چیز را در مردارستان دین، تغییر جهان و غیره می‌دانم، اما اگر ورشکست شوید، چه قدر از این کارها را انجام خواهید داد؟ به من نفرت می‌توانید کمک کنید؟

هنگامی که سوار هواپیما می‌شوید، متوجه می‌شوید تمام مراحل ایمنی را طی می‌کنند، متصدی پرواز به چنین جایی می‌رسد:

«اگر کابین، احساس کاهش فشار ناگهانی را تجربه کند، ماسک‌های اکسیژن از بالای صندلی شما پایین می‌آیند. ماسک را روی دهان و بینی خود بگذارید و بند آن را ببندید. تا محکم شود. اگر با کودکان یا کسی که نیاز به کمک دارد سفر می‌کنید، قبل از کمک به دیگران ماسک خود را روی صورت‌تان قرار دهید.» چرا قبل از کمک به دیگران باید ماسک خود را در محل درست قرار داد؟ چون اگر در اثر کمبود اکسیژن روی صندلی خود بی‌حال شوید،

الف. نمی‌توانید به دیگران کمک کنید و حتی بدتر؛

ب. ما باید منابع کمیاب را برای کمک به شما اختصاص دهیم، در غیر این صورت به زودی خواهید مرد.

است که بعضی صنایع رو به افول‌اند، بلافاصله نمونه‌هایی از قبیل فروشگاه‌های کتاب یا فروشگاه‌های اجاره ویدیو به ذهن می‌رسد. اگر شما در یکی از این صنایع مرده یا در حال مرگ کار می‌کنید، شاید وقت آن رسیده باشد که به جای آنکه خود را تا سر حد مرگ شکنجه مالی کنید ضررهای خود را کاهش دهید و پیش بروید. اگر به مدت طولانی در یک صنعت حضور داشته‌اید، شاید این کار برایتان دشوار باشد.

با این حال عمدتاً وقتی مردم صنعت خود را سرزنش می‌کنند، فقط بازی سرزنش را انجام می‌دهند. برخی از شایع‌ترین شکایت‌های مربوط به صنعت که من می‌شنوم این موارد است:

- این صنعت خیلی رقابتی است.

- سودها خیلی کم هستند.

- تخفیف‌های آنلاین، مشتریان را از ما می‌گیرند.

- تبلیغات، دیگر مارک نیست.

با این حال، به ندرت می‌توان فنی را واقعاً سرزنش کرد، چون کسب و کارهای دیگری در همان صنعت وجود دارند که عملکرد بسیار خوبی دارند. بنابراین، پرسش واضح این است که آن‌ها چه کار متفاوتی انجام می‌دهند؟

بسیاری از صاحبان کسب و کار کوچک به دامی می‌افتند. در کتاب کلاسیک «مایکل گربر» یعنی «The E-Myth» توصیف می‌شود. آن‌ها تکنسین هستند، مثلاً لوله‌کش، آرایشگر، دندانپزشک و غیره، و در کاری که انجام می‌دهند، مهارت دارند. آن‌ها دچار وضعی می‌شوند که «گربر» آن را به عنوان «تشنج کارآفرینانه» توصیف می‌کند و با خود شروع به فکر کردن می‌کنند: «چرا من باید برای رئیس احمقم کار کنم؟ من در کاری که انجام می‌دهم ماهر هستم، پس کار خودم را به راه می‌اندازم».

این یکی از اشتباهات عمده‌ای است که اکثر صاحبان کسب و کارهای کوچک انجام می‌دهند. آن‌ها از کار کردن برای یک رئیس احمق، به تبدیل شدن به یک رئیس احمق می‌رسند! نکته‌ی کلیدی اینجاست، تنها این که شما در آن کار فنی که انجام می‌دهید ماهرید به این معنا نیست که در کسب و کار آن هم ماهر باشید.

بنابراین، به مثال خودمان برمی‌گردیم، یک لوله‌کش خوب، لزوماً بهترین فرد برای اداره یک کسب و کار لوله‌کشی نیست. این یک تمایز حیاتی مهم و یک دلیل کلیدی شکست اکثر کسب و کارهای کوچک است که باید به آن توجه داشت. ممکن است صاحب کسب و کار، مهارت‌های فنی عالی داشته باشد اما کمبود مهارت‌های کسب و کار او باعث می‌شود کسب و کارش با شکست مواجه شود.

این به معنای آن نیست که افراد را از راه اندازی کسب و کار خود دلسرد کنیم. با این حال، شما باید تصمیم

بگیرید که در کسب و کار آنچه انجام می‌دهید، خوب باشید، نه فقط در امر فنی آن. کسب و کار می‌تواند ابزاری عالی برای دستیابی به آزادی مالی و تحقق فردی باشد، اما تنها برای کسانی که این تمایز حیاتی را درک می‌کنند و بر آن تسلط می‌یابند و به آنچه برای اداره یک کسب و کار موفق نیاز دارند، پی می‌برند.

اگر شما در جنبه‌ی فنی کارتان خوب هستید، اما آنچه باید دقیقاً در مورد کسب و کار آن انجام دهید برایتان آشنا نیست، نگران نباشید؛ کل هدف این کتاب، این است که شما را از سردرگمی رها کند و به شفافیت برساند تا دقیقاً دریابید چه کاری باید انجام دهید تا به موفقیت کسب و کار دست یابید.

حرفه‌ای‌ها برنامه دارند

نمایش نلوی یونسی مورد علاقه‌ی من در بچگی «The A-Team» بود. اگر هرگز آن را تماشا نکرده‌اید، فرصه‌ی نمایشی ۹۹ درصد قسمت‌ها را برایتان می‌گویم:

۱. آدم‌های بد، یک فرد یا گروه بی‌گناه را مورد تهدید و آزار قرار می‌دهند.

۲. فرد یا گروه بی‌گناه از «A-Team» التماس و درخواست می‌کند که به آن‌ها کمک کنند.

۳. «A-Team» (یک دست متحرک از سربازان سابق) افراد بد را تحقیر می‌کند و وادار به فرار می‌سازد.

همه‌ی قسمت‌های نمایش، با تصمیم‌هایی بی‌ (و متفکر A-Team) به پایان می‌رسد که سیگارش را می‌جوّد و فاتحانه زمزمه می‌کند: «من عاشق ماهنگ شدن یک برنامه‌ام.»

اگر به هر حرفه‌ی دارای ریسک بالا نگاه کنید، می‌توانید یک طرح سنجیده شده دنبال می‌شود.

حرفه‌ای‌ها هرگز بی برنامه عمل نمی‌کنند.

پزشکان، یک طرح درمانی را دنبال می‌کنند.

خلبان‌های هواپیما، یک برنامه‌ی پرواز را دنبال می‌کنند.

سربازان، از یک برنامه‌ی عملیات نظامی پیروی می‌کنند.

اگر متخصص هر یک از حرفه‌های فوق به شما بگوید «برنامه به جهنم، من دست به عمل می‌زنم»، در مورد شراکت در خدمات او چه احساسی خواهید داشت؟ این دقیقاً همان کاری است که بیشتر صاحبان کسب و کار انجام می‌دهند.

تقریباً همیشه بعد از آنکه کسی خرابکاری می‌کند، مشخص می‌شود که برنامه‌ای نداشته. اجازه ندهید این مورد برای شما و کسب و کارتان اتفاق بیفتد. هیچ‌کس نمی‌تواند موفقیت شما را تضمین کند ولی داشتن

برنامه، احتمال موفقیت شما را به طرز چشمگیری افزایش می‌دهد.

همان طور که نمی‌خواهید در هوایمایی باشید که خلبانش به برنامه پرواز اهمیت نمی‌دهد، حتماً نمی‌خواهید که خود و خانواده‌تان به کسب و کاری بدون برنامه تکیه کنید. اغلب ریسک‌ها به یک اندازه است. ازدواج، شراکت، مشاغل و موارد دیگر اغلب، تلفات کسب و کارهای شکست‌خورده هستند.

مسئله چیزی بیش از آماده‌سازی خود است، بنابراین وقت آن است که پیش برویم و یک برنامه طراحی کنیم.

برنامه از نوع اشتباه

من در اولین کسب و کارم ابتدا به اندازه کافی باهوش بودم که تشخیص دهم برنامه‌ی تجاری برای موفقیت اهمیت دارد. باسفاهه هوش من در همین جا پایان می‌یابد.

من پس از کمک گرفتن از یک مشاور کسب و کار (که در واقع هرگز کسب و کار موفق را برای خود اداره نکرده بود)، هزاران دلار ضرر کردم، اما اکنون این سند را دارم که بیشتر صاحبان کسب و کار هرگز خود را به دردسر **برنامه‌ی کاری** نمی‌دازند.

حجم برنامه‌ی کسب و کار من به صدها صفحه می‌رسید و شامل نمودارها، جداول، پیش‌بینی‌ها و موارد خیلی بیشتری هم بود. این سند ظاهری فوق‌العاده داشت اما اساساً مجموعه‌ای از مزخرفات بود.

من پس از نوشته شدن برنامه، آن را به درون کشوری بالایی می‌پرتاب کردم و تا روزی که در حال جا به جایی دفترها بودیم و مجبور شدم میز را تمیز کنم، هرگز آن را ندیدم.

آن وقت گرد و غبار آن را پاک کردم، نگاهی سرسری به آن انداختم، آن را به سطل زباله پرتاب کردم و در این حال از خودم عصبانی بودم که پولی را با آن مشاور جعلی و متقلب به هدر داده‌ام.

با این حال، وقتی با دقت بیشتری به آن فکر کردم، متوجه شدم که با وجود نداشتن سند، روندی که من با مشاور طی کرده بودم از نظر روشن شدن برخی عناصر کلیدی در کسب و کارم، به ویژه یک بخش کلیدی آن به نام «برنامه بازاریابی» ارزشمند بود.

در حقیقت، بسیاری از کارهایی که ما برای ایجاد برنامه بازاریابی انجام دادیم، کسب و کار را شکل داد و بسیاری از موفقیت‌های آینده ما را ایجاد نمود.

در مورد این موضوع بیشتر صحبت خواهیم کرد، اما اکنون اجازه دهید یک مرد و مفهومی متعلق به او را معرفی کنم که کلید موفقیت کسب و کار شما خواهد بود.