

۳ ۸۸۱۶۴

برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای

بشتریان جدید جذب کنید،
درآمد بیشتری به دست آورید و متمایز شوید

آلن ایب

مترجم: محمد یوسفی

نشر نوین

سرشناسه	:	دیب، آلن
عنوان و نام پدیدآور	:	<i>Dib, Allan</i> برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای؛ مشتریان جدید جذب کنید، درآمد بیشتری به دست آورید و متمایز شوید/ آلن دیب؛ ترجمه محمد یوسفی.
مشخصات نشر	:	تهران، نوین توسعه، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۳۰۴ صفحه.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۳-۶
چهرست‌نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: The 1-Page Marketing Plan; Get New Customers, Make More Money, And Stand Out From The Crowd. 2016
موضوع	:	بازاریابی، برنامه بازاریابی، توسعه بازار
رده‌بندی کنگ	:	۱۳۹۶ کب۴/۵۹۱۵ HF ۵۴۱۵
رده‌بندی دیوئی	:	۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۹۶۹۱۱۰

نشر نوین
nashrenovin.ir

عنوان:	برنامه بازار یک صفحه‌ای؛ مشتریان جدید جذب کنید، درآمد بیشتری به دست آورید و متمایز شوید
مؤلف:	آلن دیب
مترجم:	محمد یوسفی
زمان و نوبت چاپ:	۱۳۹۶، اول
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
ناشر:	نشر نوین توسعه
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۳-۶
قیمت:	۲۰,۰۰۰ تومان

کلیه حقوق کتاب برای ناشر محفوظ است.

فهرست

۷	قدردانی
۱۱	مقدمه
۴۵	بخش اول: مرحله‌ی «قبل»
۴۷	فصل اول: انتخاب بازار هدف
۶۳	فصل دوم: نوشتن پیام
۱۱۱	فصل ۳: رسیدن به مشتریان بالقوه با رسانه تبلیغی
۱۴۱	بخش دوم - مرحله «در حین»
۱۴۳	فصل چهارم: ثبت درخواست
۱۵۳	فصل پنجم: تغذیه‌ی سرخسها
۱۸۱	فصل ششم: تبدیل فروش
۲۰۹	بخش سوم: مرحله‌ی بعد
۲۱۱	فصل هفتم: ایجاد یک تجربه در سطح جهانی
۲۴۳	فصل هشتم: افزایش ارزش طول عمر مشتری
۲۷۱	فصل نهم: سازماندهی و افزایش ارجاع‌ها
۲۸۷	نتیجه‌گیری

مقدمه

این کتاب در مورد چیست؟

اگر بخواهیم به شما توصیه‌ای کنیم، آن جمله این خواهد بود: «ریع‌تر برای رسیدن به پول». عمداً این جمله را تا حد امکان در ابتدای کتب آوریم که وقت شما را هدر ندهیم.

قطعاً می‌دانیم این جمله‌ی آغازین، باعث خواهد شد تعداد زیادی از مردم این کتاب را کنار بگذارند. صادقانه بگویم، بیشتر تم جیح می‌دهم آن افراد، کتاب دیگری در زمینه کسب‌وکار مطالعه کنند، نه این کتاب را. کتاب‌هایی پر از کلیشه‌هایی چون «علاقات را دنبال کن»، «به سختی کار کن»، «فرد مناسب را استخدام کن» و ...

اگر این‌ها چیزهایی هستند که به دنبالشان هستید، می‌توانید به سرعت به نیت آمازون تعداد زیادی کتاب در زمینه‌ی کسب‌وکار پیدا کنید که پر از این جملات غیرکاربردی است و علاوه بر این، تمام آنها توسط مولفین و محققین حرفه‌ای نوشته شده‌اند که هیچ وقت یک کسب‌وکار موفق راه‌اندازی نکرده‌اند.

این کتاب به طور چشمگیر و بی‌مهابائی در مورد رشد سریع کسب‌وکار شما است و تمام چیزهای خوبی که همراه با آن نوع موفقیت به دست می‌آیند.

نبود اکسیژن واقعا منجر کننده است

زیگ زیگلار در جمله‌ی مشهوری می‌گوید: «پول همه چیز نیست؛ اما به اندازه‌ی اکسیژن اهمیت دارد».

بله، هیچ چیز، هیچ چیز، سریع‌تر از نبود اکسیژن (پول) یک کسب‌وکار را نابود نمی‌کند.

پس این قدر بی‌شرمانه روی پول تمرکز کرده‌ام؟ چند دلیل خوب وجود دارد.

اول اینکه تنها منبع مشکل کاری نیست که بتوان آن را با پول حل کرد. از آنجا که هر کسب‌وکار، که می‌شاهم پر از مشکلات است، پس پول در این مورد مفید واقع خواهد شد. پول، شما را کمک می‌کند بسیاری از مشکلات مزاحم کسب‌وکار خود را حل کنید.

دوم، وقتی فرصت کمک به دیگران را خواهید داشت که ابتدا بتوانید از خودتان مراقبت کنید.

اگر با هدف پول درآوردن کسب‌وکارتان را شروع نکنید، یا دروغ می‌گویید یا یک سرگرمی دارید، نه کسب‌وکار.

بله من همه‌ی آن حرف‌ها در مورد تحویل ارزش و تغییر دنیا و ... را می‌شنوم، اما اگر ورشکسته باشید، این کارها را چگونه انجام خواهید داد؟ به چند نفر می‌توانید کمک کنید؟

وقتی سوار یک هواپیما می‌شوید، آنها تمام مسائل امنیتی را به شما می‌گویند و خدمه‌ی پرواز حتما چیزی مشابه این به شما خواهد گفت:

«ممکن است دچار افت فشار در کابین هواپیما شویم، ماسک‌های اکسیژن از بالای صندلی شما به پایین خواهد افتاد، ماسک را روی دهان و بینی خود قرار دهید و بند آن را بکشید تا محکم شود. اگر همراه شما کودک یا کسی است که نیاز به کمک دارد، حتماً قبل از کمک به دیگران ابتدا ماسک خودتان را بزنید.»

چرا باید قبل از کمک به دیگران ماسک خود را بزنید؟ چون اگر در اثر کمبود اکسیژن رور صندلی بیفتید:

- ۱- نمی‌توانید به کسی کمک کنید و حتی بدتر؛
- ۲- مجبور خواهیم شد از منابع محدود برای کمک به شما استفاده کنیم و گرنه جانتان را از دست خواهید داد.

علم به عمل

آنتونی گرین‌بک در کتابش با عنوان «کتاب بقاء» می‌نویسد:

«برای جان سالم به در بردن از یک موقعیت سخت نیاز به عکس‌العمل‌های سریع رانندگان مسابقات جایزه بزرگ، قدرت بدنی هرکول و ریس‌انگیز شدن ندارید؛ فقط باید بدانید چه کاری انجام دهید، به همین سادگی.»

آمار متفاوتی در مورد شکست کسب‌وکارها، پنج سال پس از راه‌اندازی وجود دارد. برخی عدد بالای ۹۰٪ را بیان می‌کنند. با این حال هیچ‌وقت ندیده‌ام این عدد کمتر از ۵۰٪ درصد باشد. این یعنی اگر بخواهیم خیلی خوش‌بین باشیم به احتمال ۵۰٪، بعد از پنج سال کسب‌وکار شما همچنان به فعالیتش ادامه خواهد داد.

اگر چه موضوع به همین جا ختم نمی‌شود، این آمار فقط کسب‌وکارهایی را مد نظر قرار می‌دهد که فعالیت تجاری خود را کاملاً متوقف می‌کنند.

این آمار کسب‌وکارهایی را که با سود کم به کار خود ادامه می‌دهند و به آرامی زندگی صاحبان خود را دچار مشکل می‌کنند و یا از بین می‌برند، شامل نمی‌شود.

تا به حال این سوال برای شما پیش نیامده است که چرا برخی کسب‌وکارهای کوچک در یک سطح متوسط باقی می‌مانند؟

در سمت، پیت لوله کش که ۱۶ ساعت در روز کار می‌کند، حتی در تعطیلات و آخر هفته‌ها با بتوانند درآمد بخور و نمیری داشته باشد و در سمت دیگر جو که یک شرکت لوله کشی دارد با ۲۰ لوله کش که برای او کار می‌کنند، به نظر می‌رسد کار کمی از شمر پول بسیاری است که به دست می‌آورد.

اینکه کسب‌وکارهای سرچک، هیچ‌وقت آنقدر سودآوری نداشته باشند که صاحبان آنها بتوانند زندگی بهتر از زندگی معمولی داشته باشند، امری عادی است. هر چقدر صاحب آن کسب‌وکار سخت تلاش کند، تلاش برای رفتن به یک مرحله بالاتر با شکست و ناامیدی مواجه خواهد شد. در این نقطه، یکی از این دو مورد ممکن است اتفاق بیفتد؛ یا از خواب غفلت بیدار می‌شوند یا سرنوشت خود را می‌پذیرند، به این باور می‌رسند که کسب‌وکار یعنی یک غفلت کم درآمد که خودشان آن را به وجود آورده‌اند.

در واقع، حقیقت این است که بسیاری از صاحبان کسب‌وکار اگر به رشد و صنعت خود پیدا کنند و برای دیگری کار کنند، برایشان بهتر خواهد بود. به احتمال زیاد ساعات کمتری کار خواهند کرد و استرس کمتری خواهند داشت و از مزایا و تعطیلاتی بیشتر از آنچه در زندانی که برای خود ساخته‌اند، لذت خواهند برد. از

سوی دیگر تعداد اندکی از صاحبان کسب و کار هستند که تعداد ساعت‌های معقولی کار می‌کنند، درآمد بالایی دارند و از رشد مداوم خود لذت می‌برند.

بسیاری از صاحبان کسب و کارهایی که وضعیت خوبی ندارند، صنعتی که در آن مشغول هستند را سرزنش می‌کنند. البته درست است، برخی صنایع رونق خوبی ندارند مثلاً کتاب فروشی‌ها یا فروشگاه‌های اجاره‌ی فیلم. اگر در چنین صناعی مشغول هستید شاید وقت آن رسیده است به جای عذاب دادن خود تا سر حد شکستگی به کسب و کار جدیدی روی آورید. البته اگر مدت زیادی در آن صنعت بوده‌اید، این کار، خیلی سخت خواهد بود.

با این حال، به تازگی، وقتی افراد صنعت خود را سرزنش می‌کنند، در حال بازی کردن بازی پیشرفت هستند. برخی از رایج‌ترین شکایت‌هایی که می‌شنوم این‌ها هستند:

- خیلی رقابتی است.
- حاشیه سود، خیلی پایین است.
- تخفیف دهندگان اینترنتی مشتریان را می‌ربایند.
- تبلیغات دیگر کارآمد نیست.

با همه‌ی این‌ها، در همان صناعی هم که رونق خوبی ندارند و سرزنش کردن آنها به جا است، کسب و کارهایی وجود دارند که رونق خوبی دارند. سوال اینجاست که آنها چه کار متفاوتی انجام می‌دهند؟

بسیاری از صاحبان کسب و کار در تله‌ای می‌افتند که در کتاب «افسانه‌ی کارآفرینی» نوشته‌ی مایکل گربر^۱ توصیف شده است. یک تکنسین مثل یک

¹ "The E-Myth" by Michael Gerber

لوله‌کش، آرایشگر و... که کارش را خیلی خوب انجام می‌دهد، به ناگاه، با این فکر که «چرا باید برای این رئیس احمق کار کنم؟» تصمیم به کارآفرینی و شروع یک کسب‌وکار می‌گیرد.

این یکی از بزرگ‌ترین اشتباهاتی است که بیشتر صاحبان کسب‌وکار مرتکب می‌شوند! آنها از کار نکردن برای یک رئیس احمق به سمت تبدیل شدن به یک رئیس احمق می‌روند! نکته اینجاست؛ اینکه شما در مسائل فنی مهارت دارید، دلیل بر این نیست که در کسب‌وکار و تجارت نیز ماهر هستید.

بنابراین یک تجربه کثرت خوب لزوماً بهترین فرد برای اداره کردن یک کسب‌وکار لوله‌کشی نیست. این یک نکته‌ی بسیار مهم و حیاتی است که باید به آن توجه شود و دلیل اصلی شکست بسیاری از کسب‌وکارها است. صاحب یک کسب‌وکار ممکن است مهارت فنی بالایی داشته باشد، اما نداشتن مهارت‌های کسب‌وکاری، منجر به شکست کسب‌وکارش می‌شود.

هدف از بیان این موارد، ناامید کردن شما از شروع یک کسب‌وکار نیست؛ شما باید تصمیم بگیرید در امور کسب‌وکاری نیز همانند امور فنی مهارت پیدا کنید. یک کسب‌وکار می‌تواند یک وسیله‌ی عالی برای رسیدن به آزادی مالی و رسیدن به خواسته‌ها و آرزوهای شخصی باشد. به این منظور باید این نکته‌ی حیاتی درک شود و فردی که می‌خواهد یک کسب‌وکار موفق را راه‌اندازی کند باید به چه چیزهایی نیاز دارد.

اگر در امور فنی کارتان مهارت دارید و دقیقاً نمی‌دانید در امور کسب‌وکاری چه باید کرد، نگران نباشید، تمام هدف این کتاب این است که شما را از گمراهی نجات دهد، آنگاه خواهید دانست برای داشتن یک کسب‌وکار موفق دقیقاً باید چه کاری انجام داد.

حرفه‌ای‌ها برنامه دارند

وقتی بچه بودم برنامه‌ی تلویزیونی مورد علاقه‌ام The A-Team بود. خلاصه ۹۹٪ از قسمت‌های آن به این صورت بود:

- ۱- آدم بدها یک فرد یا گروه بی‌گناه را اذیت و تهدید می‌کردند.
 - ۲- فرد یا گروه بیگناه، از A-Team درخواست کمک می‌کرد.
 - A-Team (دسته‌ای از سربازان قدیمی) آدم بدها را فراری می‌دادند.
- قسمت‌های این سریال همیشه با هانیبال (مغز متفکر A-Team) تمام می‌شد که سیگار بر لب، پیروزانه می‌گفت: «عاشق وقتایی‌ام که یه برنامه به نتیجه میرسه!»



به حرفه‌ای‌هایی که با خطرات بالا مواجه‌اند دقت کنید. خواهید دید یک برنامه کاملاً سنجیده را دنبال می‌کنند. افراد حرفه‌ای بی‌برنامه دل به دریا نمی‌زنند.

- دکترها یک برنامه‌ی درمانی را دنبال می‌کنند.
- خلبانان طبق یک برنامه‌ی پرواز عمل می‌کنند.
- سربازها یک برنامه عملیات نظامی را اجرا می‌کنند.

اگر بخواهید از خدماتی که افراد حرفه‌ای بالا ارائه می‌دهند استفاده کنید و او به شما بگوید: «نیازی به برنامه نیست، اقدام می‌کنیم هرچه بادا باد»، چه احساسی پیدا خواهید کرد؟ این دقیقاً همان کاری است که بیشتر صاحبان کسب‌وکار انجام می‌دهند.

همیشه وقتی یک نفر مرتکب یک اشتباه بزرگ می‌شود، در نهایت مشخص می‌شود که برنامه‌ای نداشته است. اجازه ندهید شما و کسب‌وکارتان اینگونه باشید. هیچ‌کس نمی‌تواند موفقیت شما را تضمین کند؛ اما داشتن برنامه به طور قابل توجهی احتمال موفقیتتان را افزایش می‌دهد.

درست مثل وقتی که حاضر نیستید سوار هواپیمایی شوید که خلبان آن برنامه‌ی پرواز ندارد، نمی‌توانید برنامه‌ی خودتان را داشته باشید. به کسب‌وکاری متکی باشید که خودتان را بر پایه یک برنامه برای آن به زحمت نینداخته‌اید. معمولاً این کار خطرات زیادی دارد. معمولاً بین رفتن زندگی‌ها، مشاغل و خیلی چیزهای دیگر، تلفات کسب‌وکارهای شکست خورده هستند. وقت آن است که غرور خود را کنار بگذارید، حرفه‌ای شوید و یک برنامه داشته باشید.

برنامه‌ی اشتباه

در شروع اولین کسب‌وکارم به اندازه‌ای باهوش بودم که بدانم یک کسب‌وکار چقدر برایم لازم و مهم است. با کمک یک مشاور کسب‌وکار (که هیچ وقت یک کسب‌وکار موفق نداشته بود)، در نهایت هزاران دلار از دست دادم؛

¹ Business plan

اما یک سری نوشته‌هایی داشتم که بیشتر صاحبان کسب‌وکار هیچ‌وقت خودشان را برای داشتن آنها به زحمت نمی‌اندازند: یک طرح کسب‌وکار

طرح کسب‌وکار من شامل هزاران صفحه متن، نمودار، جدول، طرح و خیلی چیزهای دیگر بود. در ظاهر خیلی عالی به نظر می‌رسید؛ اما در اصل پاره‌ای از عبات بود!

وقتی نوشته شد آن را درون کشوی بالای میز من انداختم و تا زمانی که از آن دختران مکالمه کردیم، دیگر آن را ندیدم.

خاکش را بردم، نگاهش کردم و در حالی که به خاطر پولی که برای آن مشاور احمق می‌دادم عصبانی بودم آن را درون سطل زباله پرت کردم.

با این حال بعدها با وقت بیشتری در موردش فکر کردم و فهمیدم در حالی که آن نوشته‌ها خزعل بودند، فایده‌ای که با آن مشاور برای تعیین برخی عناصر کلیدی در کسب‌وکارم طی کردم، ارزشمند بود؛ خصوصاً یک بخش مهم به نام «برنامه بازاریابی».

در واقع بسیاری از کارهایی که برای تهیه برنامه بازاریابی انجام داده بودیم، کسب‌وکارمان را شکل داده بود و بیشتر موفقیت آینده را به کمک آن به دست آورده بودیم.

باز هم در این مورد صحبت خواهم کرد؛ اما قبل از آن اجازه دهید مردی را به شما معرفی کنم که طرز فکرش قرار است کلید موفقیت شما شود.