



تمرین موفقیت در بازار کار

تمرین‌هایی کارآمد برای آنان که می‌خواهند در زندگی موفق شوند و موفق بمانند.

این کتاب شامل ده‌ها دستورالعمل آماده برای حل مشکلات کاری و رشد کسب‌وکار است. - ژان بقوسیان

فصل اول: طرح اولیه تجارت

۱. پرسشنامه برنامه‌ریزی استراتژی‌های تجارت
۲. ارزیابی تجاری، دلایل شکست‌ها و موفقیت‌ها
۳. ارزیابی مهارت‌های مدیریتی
۴. هفت حوزه بازده کلیدی در تجارت
۵. هفت مسئولیت رهبری
۶. چگونه استخدام کنیم- نکات
۷. استخدام بهترین افراد

۸. چگونگی گردآوری یک گروه عالی
۹. چگونه افراد را اخراج کنیم
۱۰. تصمیم بگیرید اخراج کنید
۱۱. هفت ویژگی رهبری
۱۲. روند برنامه‌ریزی تجاری
۱۳. هفت سوال برای شروع یک سرمایه‌گذاری

فصل ۲: طرح اولیه استراتژیکی

۱. پرسش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک
۲. روند برنامه‌ریزی تجاری
۳. ده کلید رسیدن به موفقیت تجاری
۴. هفت راه برای ساخت هر چه سریع‌تر یک موسسه بزرگ تجاری
۵. هسته تجارت شما
۶. نیروی محرک در استراتژی
۷. تجزیه تحلیل فرصت‌ها
۸. هفت راه رسیدن به سوددهی تجاری
۹. انتخاب موقعیت درست
۱۰. اهداف مالی و نقدی
۱۱. هفت گام برای حل مشکلات
۱۲. دوازده شناخت جهت‌یابی بحران در تجارت و موفقیت شخصی
۱۳. تمرینات مخصوص زمان

فصل ۳: طرح‌های اولیه بازاریابی

۱. هفت کلید برای رسیدن به بازاریابی موفق

۲. هفت سوال در برنامه‌ریزی برای بازار
۳. چهار اصل در سیاست بازاریابی
۴. هفت نکته در ترکیب بازاریابی
۵. کشف یک محصول یا خدمت جدید
۶. چگونه تحقیقات سریع و ارزان در مورد بازار انجام دهید
۷. نه سوال برتر در بازاریابی
۸. هفت دلیل یک فرد برای خرید یک محصول
۹. هفت نگرانی در اتخاذ تصمیمی برای خرید
۱۰. یک انتخاب برتر
۱۱. خرید مشتریان، تعیین هزینه‌های کسب سود
۱۲. ارزش همیشگی یک مشتری
۱۳. چگونه تبلیغات تاثیرگذار بنویسیم
۱۴. ۲۴ راه برای فروش محصولات و خدمات خود

فصل ۴: طرح‌های فروش

۱. ارزیابی مهارت فروش
۲. روند برنامه‌ریزی فروش
۳. هفت روش فروش
۴. هفت شاخص یک فروشنده عالی
۵. هفت تکنیک برتر خاتمه فروش
۶. هفت مرحله سرویس‌دهی به مشتری
۷. هفت روش کلیدی برای شبکه موثر
۸. هفت سوال برای تعیین تقدم در فروش

فصل ۵: طرح‌های مالی

۱. عوامل بحرانی موفقیت، استانداردها و الگوها
۲. ۲۳ روش برای کسب مقدار پول مورد نیاز
۳. گرفتن قرض از بانک
۴. تجزیه تحلیل سود و افزایش آن
۵. دو برابر کردن درآمد □ تمارین
۷. پانزده سیاست سودرسان
۸. تعیین هزینه‌ها
۹. تجزیه تحلیل نقاط برابری درآمد و هزینه‌ها
۱۰. دوازده روش در تعیین قیمت‌ها
۱۱. هفت سیستمی که به آن نیاز دارید
۱۲. هفت روش در توافقات رسمی
۱۳. قوانینی که از احکام و دعوی‌ها خواهید آموخت

فصل ۶: طرح‌های فردی

۱. هفت قانون ذهنی موفقیت
۲. تحلیل‌های فردی
۳. هفت شاخص میلیونرهای خودساخته
۴. ارزیابی بازدهی فردی
۵. فهرست ارزش‌ها
۶. شفاف‌سازی اهداف
۷. هفت سوال در تنظیم اهداف
۸. هدف مطلق
۹. هفت مفهوم کلیدی برای رسیدن به موفقیت
۱۰. هفت حقیقت در مورد شما

فصل ۷: طرح‌های عملکرد و بهره‌وری

۱. هفت قاعده برای موفقیت
۲. هفت گام در مدیریت هر چه بهتر زمان
۳. هفت گام در بهبودی بهره‌وری
۴. فعالیت‌های بسیار ارزشمند
۵. هفت راز اوج سلامتی
۶. فرمول ۱۰۰۰ درصدی
۷. هفت گام به سوی توانایی ذهنی
۸. هفت کلید رسیدن به توازن در زندگی
۹. هفت مرحله در رسیدن به کارآمدی
۱۰. دو برابر کردن وقت‌های آزاد
۱۱. ساده‌سازی
۱۲. تمرین‌های ساده‌سازی
۱۳. تصمیم‌گیری
۱۴. هفت قانون برای قرن بیست‌ویکم
۱۵. جملات مثبت روزانه

نه سوال برتر در بازاریابی

یک سوال بازاریابی وجود دارد که شما می‌توانید در هر مرحله از کارتان آن را جویا شوید:

دقیقا چه چیز فروخته می‌شود، به چه کسی فروخته می‌شود، چگونه باید در بازار عرضه، تبلیغ و فروخته شود و البته توسط چه کسی، به چه قیمت و تحت چه شرایطی، چگونه و توسط چه کسی باید تولید، ارائه و ارسال شود، تحت چه شرایطی و در آخر چگونه باید خدمت‌رسانی کرد که منجر به جلب رضایت مشتری و در نتیجه

مراجعه و خرید مجدد وی شود؟
این بزرگ‌ترین سوال تجاری است که باید به ۹ سوال جزئی‌تر تقسیم شود.

۱. چه چیزی باید فروخته شود؟

شما باید به این سوال پاسخ دهید به گونه‌ای پاسخ دهید که در بردارنده این مطالب نیز باشد، چیزی که می‌فروشید برای مشتری‌تان چه کاری را انجام می‌دهد، برای او چه سودی دارد، چه مشکلاتی را حل می‌کند و در زندگی یا کار مشتری‌تان چه تحول به سزایی ایجاد می‌کند.

۲. به چه کسی باید فروخته شود؟

دقیقا مشتری شما چه کسی است؟ تحصیلات، درآمد، سن، موقعیت خانوادگی، سمت و حرفه او چیست؟ مشتری‌های شما کجا زندگی می‌کنند، چه مواقعی خرید می‌کنند، امروزه دیگر چه چیزهایی خریداری می‌کنند و چرا از شما خرید می‌کنند؟

۳. چگونه باید فروخته شود؟

شما باید روند دقیق فروش را تعیین کنید، از اولین تماس مشتری، چه حضوری باشد، چه در اینترنت یا پشت تلفن، و تک‌تک کلاماتی که استفاده می‌شود، مرحله به مرحله، تعیین نیازهای مشتری، عرضه محصول یا سرویس در جایگاه راهکاری برای نیاز مشتریان، پاسخگویی به اعتراضات، انجام فروش و مجاب کردن مشتری برای خرید.

۴. توسط چه کسی فروخته می‌شود؟

شما باید فردی را مسئول انجام تماس مستقیم و اقدامات فروش است را مشخص کنید تا کسی را که توسط تبلیغات جذب محصولات شما شده است را به یک مشتری

تبدیل کند. شکست در مقوله تعیین و تربیت فروشنده‌تان دلیل اصلی عدم موفقیت در تجارت است.

۵. از چه تبلیغات، بازاریابی و اقدامات پیش برنده‌ای استفاده می‌کنید؟

شما چگونه مشتریان خود را جذب و راهنمایی می‌کنید؟ از چه رسانه‌ای برای تبلیغات و ارائه محصولات خود استفاده می‌کنید؟ چه مقدار هزینه در بر خواهد داشت؟ برای مقدار پولی که در نظر دارید برای رسیدن به این هدف خرج کنید، انتظار دارید چند کار را رهبری کنید؟ برای آنکه مردم به جای آن که پیش رقیبتان بروند به شما زنگ بزنند و از شما خرید کنند، محصولات و خدمات خود را چگونه در مقابل دیگر محصولات و خدمات رقابت برانگیز قرار می‌دهید؟

۶. چقدر هزینه مطالبه می‌کنید؟

دقیقا قیمت‌هایتان چه مقدار است، نه تنها برای هر فروش بلکه برای مقدار زیاد فروش، کلی‌فروشی، تک‌فروشی با تخفیف و فروش‌هایی در ترکیب با دیگر محصولات و خدمات؟ تعیین مقدار قیمت دقیق محصولات و خدمات هنر و دانشی است که می‌تواند در موفقیت شما حیاتی باشد.

۷. محصول چگونه تولید، عرضه و به مشتری ارسال می‌شود؟

تولید یک محصول یا سرویس چه مقدار زمان و هزینه در بر دارد؟ چه مقدار باید سرمایه‌گذاری کنید، پیش از اولین فروش و به سود رسیدن، چه مقدار باید اندوخته داشته باشید؟ محصول یا سرویس خود را به چه روشی به دست مشتری‌تان می‌رسانید به گونه‌ای که رضایت وی را جلب کرده باشید؟

۸. چگونه هزینه محصول خود را دریافت می‌کنید؟

چه قیمت و شرایطی پیشنهاد می‌کنید؟ آیا پیش‌پیش همه پول را می‌گیرید یا فقط بخشی از آن را یا اینکه شرایط پرداخت ۳۰-۶۰ تا ۹۰ روزه تعیین می‌کنید؟ در صنعت شما معیار کدام است؟ برای آنکه به کسب‌وکار مشغول شوید چه نوع قیمت و شرایطی باید داشته باشید؟ چگونه در این قیمت‌ها و شرایط تجدید نظر می‌کنید تا برای خود و تجارت‌تان بیشتر رضایت‌بخش باشد؟

۹. چگونه پس از خرید به مشتریان خود سرویس می‌دهید؟

برای آنکه از رضایت‌مندی مشتریان خود مطمئن شده و بدانید که آن‌ها باز هم از شما خرید کرده و شما را به دیگران معرفی می‌کنند، چه اقداماتی انجام می‌دهید؟ سیاست سرویس‌دهی به مشتریان از اصول حیاتی کسب و کارت‌تان به شمار می‌آید. شما تنها به شرطی موفق خواهید بود که سطح رضایت مشتریان‌تان تا حدی باشد که تمایل داشته باشند باز هم از شما خرید کنند.

شما باید به پاسخ این سوالات خوب فکر کنید. هرگاه که میزان فروش‌تان با سقوط مواجه شد، باید بار دیگر به این سوالات نگاهی بیندازید تا مطمئن شوید که پاسخ‌هایتان برای بازار مشتریان احتمالی‌تان درست و مورد قبول است.

["message_box text_color="light]

تمرین موفقیت در بازار کار

نویسنده: برایان تریسی

مترجم: هنگامه خدابنده

ناشر: انتشارات طاهریان



[message_box/]