



راه های جدید و شگفت انگیز کسب درآمد

مجله اسلیت مقاله‌ای از لدبتر نوشته در مورد شمار روزافزون فروشندگان از کار برکنار شده با عنوان «مرگ یک فروشنده». این کاستی نگران‌کننده در تعداد فروشندگان و چگونگی بروز آن، به توضیح درباره مشکلات اقتصادی آمریکا اشاره می‌کند.

لدبتر می‌گوید هزاران فروشنده شغل خود را به دلیل وجود اینترنت از دست داده‌اند و گفته او نیز صحیح است. او این فروشندگان را «خرده‌فروش» نامید.

فروش مستقیم B2C یا (Business to Consumer)

یک روند غیرقابل انکار در اینترنت است. جمعه سیاه (جمعه بعد از روز شکرگزاری که معمولاً در اواخر ماه نوامبر قرار دارد و آن را شلوغ‌ترین روز فروش نامیده‌اند) اکنون یک رقیب دارد: دوشنبه مجازی (دوشنبه بعد از جمعه سیاه که در آن روز خریدهای آنلاین فراوانی انجام می‌شود) و در این میان دوشنبه مجازی برنده میدان است. (فروش بیشتری دارد).

مردم به دلایلی مانند راحتی، قیمت و در دسترس بودن خرید آنلاین انجام می‌دهند. مردم آنلاین خرید می‌کنند تا مجبور به رانندگی تا مغازه‌ها و مراکز خرید و چانه زدن با فروشندگان نشوند.

امروزه اقلامی مانند: کتاب، آلبوم‌های موسیقی، وسایل الکترونیکی، لوازم خانگی، کفش، لباس، تجهیزات پزشکی، مبلمان و هدایایی از هر نوع، از شرکت‌های مختلفی در سراسر دنیا، توسط میلیون‌ها نفر و بدون دخالت هیچ فروشنده‌ای خریداری می‌شود.

مردم روز به روز به خرید آنلاین بیشتر روی می‌آورند و این به معنی کاهش شغل‌های خرده‌فروشی است؛ اما... آیا این واقعا بر اقتصاد تاثیر می‌گذارد؟

خیر! فروش به طور کلی در حال افزایش است؛ بنابراین اقتصاد با یا بدون وجود فروشندگانی که در حال جایگزین شدن هستند تغییری نخواهد کرد (یا حتی بهتر نیز خواهد شد). می‌توان اسم این را «پیشرفت» نامید و این علاقه به خرید آنلاین به وسیله اخباری که شرکت‌های آنلاین از قدرت سرویس‌دهی خود منتشر می‌کنند تشدید می‌شود. زاپوس دات کام (یک سایت فروش لباس و کفش) و آمازون نمونه‌های کلاسیک در این زمینه هستند. اکنون بعضی از شرکت‌ها هم فروش سنتی و هم فروش آنلاین دارند. اگر از مدیران اجرایی آن شرکت‌ها بپرسید که کدام نوع را ترجیح می‌دهند، من به شما می‌گویم که ترجیح آن‌ها با فروش آنلاین خواهد بود.

خرده‌فروش آنلاین می‌تواند یک محصول را ارزان‌تر از فروشنده سنتی بفروشد؛ زیرا به دلیل کمتر بودن یا عدم هزینه اجاره مکان و دستمزد فروشنده متحمل سربار کمتری نسبت به نوع سنتی مشابه خود است.

این لزوماً خبر بدی نیست. این فقط یک خبر است و بهتر است فروشندگان به آن توجه کنند. اقتصاد با نبود فروشندگان آسیبی نمی‌بیند.

اکنون زمان این رسیده است که فروشندگان به مطالعه درباره بازار بپردازند و ببینند در کجا امکان استفاده از فرصتی بلندمدت را خواهند داشت. این فرصت‌های موجود را همراه با علاقه‌هایی که در زمینه‌های خاص دارند ترکیب کنند و تصمیم بگیرند که بهتر است چه کاری انجام دهند.

اکنون زمان سپاسگزاری و شادی است، نه زمان گله کردن، دست‌پاچه یا پشیمان شدن. اکنون زمان این است که برای یک سال و حتی ده سال خود برنامه‌ریزی کنید.

شغل‌های مرتبط با فروش هر جایی که اقتصاد اقتضا کند رشد خواهد کرد. بهداشت و درمان در حال رشد است چرا که جامعه در حال پیر شدن است. می‌توانید از اینجا شروع کنید. تکنولوژی گسترش خواهد یافت و شغل‌های خاصی برای فروش ایجاد خواهد کرد. نگاهی به پتانسیل‌های موجود در این زمینه بیندازید و اینترنت هم به دلیل رشد غیرقابل انکار خود، همه نوع شغلی به خصوص شغل‌های مربوط به فروش ایجاد خواهد کرد. افرادی که شغلشان را در فروش لباس از دست داده‌اند باید به کلمات جست‌وجو شده رایج در گوگل برای به روز کردن اطلاعات خود دقت بیشتری کنند. گوگل یک شرکت نیست؛ بلکه یک جامعه و یک فرهنگ است.

آقای لدبتر در مقاله خود تنها به بخش خرده‌فروشی پرداخت و به بخش بزرگ‌تر توجهی نکرد. این درست است که تعدادی از شغل‌ها منسوخ خواهند شد اما در پی آن ده برابر شغل امکان ایجاد شدن پیدا خواهد کرد.

نسخه اصلی ماجرای «مرگ یک فروشنده» در سال ۱۹۴۰ توسط آرتور میلر منتشر شد. داستان درباره یک پسر منفی‌نگر به نام ویلی بود که از تغییر دادن روش‌های خود متناسب با تغییرات جامعه امتناع می‌ورزید. او در نهایت شکست خورد و از دنیا رفت و به همین ترتیب اگر شما هم از اتفاقات دوروبرتان مطلع نباشید، همین اتفاق برای شما هم خواهد افتاد.

کسب‌وکار آنلاین هم یک انقلاب و هم یک تحول است؛ قاتل شغل نیست، بلکه

اشتغال را است و به شما و من به عنوان یک مشتری این امکان را می‌دهد که بدون مصرف ۳ دلار گازوئیل یا ناچار بودن برای پیدا کردن پارکینگ در روزهای تعطیل که کار مشکلی است تنها با کلیک کردن خرید مورد نظر خود را انجام دهید.

اما سنت‌ها همچنان وجود دارند؛ هنوز هستند کسانی که عاشق خرید کردن از مغازه‌ها هستند. کسانی که کتاب‌های بزرگ را به کتاب‌های الکترونیکی ترجیح می‌دهند و کسانی که دوست دارند قبل از خرید هر چیز، آن را لمس کنند؛ اما آن‌ها (و من) در حال پیر شدن هستیم.

افراد زیر ۲۰ سال اینترنت را اولین منبع برای ارتباطات، خرید و دانلود کردن می‌دانند. به خرید آنلاین عادت کنید، فرصت‌های فروشی که ایجاد می‌شود درک کنید و از آن‌ها بهره‌مند شوید. اگر شما این کار را نکنید، به زودی دیگران از شما (به عنوان مشتری) چنین استفاده‌هایی خواهند برد.