



## ۵ راز مدرسان موفق

### ۱. رعایت بدیهیات کسب و کار

خیلی از افراد در کسب و کار بسیار شکست خورده و ضعیف عمل می کنند چون بدیهیات کسب و کار را رعایت نمی کنند. فرض کنید کار ساختمان سازی انجام می دهید و برای اسکلت ساختمان یا موارد کلیدی خیلی وقت و انرژی نگذاشته اید، ولی داخل ساختمان را هوشمند می کنید؛ مثلاً از بهترین فناوری های نورپردازی استفاده می کنید. این موضوع هیچ کمکی به شما نمی کند که در درازمدت کسب و کار موفق داشته باشید.

بنابراین عامل بسیاری از شکست ها این است که افراد بدیهیات را رعایت نمی کنند.

### چند مورد از بدیهیات کسب و کار

۱. **تفکر.** آیا برایتان پیش می آید که هفته ای یک بار در اتاق خلوت، یک ساعت به

این موضوع فکر کنید که تا ۳ سال آینده چه تغییراتی در کارتان باید ایجاد کنید تا هیچ رقیبی نتواند به شما برسد یا مشتری‌ها خیلی بهتر متحیر شوند و...

۲. **انگیزش کارکنان.** آیا به کارمندان انگیزه کافی می‌دهید که بتوانند کارشان را بهتر انجام دهند یا فقط درگیر تولید محتوا و کارهای پشت‌صحنه خودتان هستید.

۳. **کاهش هزینه‌ها.** آیا هر روز، کاری می‌کنید که هزینه‌ها را کاهش دهید. مثلاً یک Host دارید که بابت آن سالی ۲ میلیون تومان می‌دهید. این موضوع جرات می‌خواهد که این Host را به یک Host دیگر که سالی ۱ میلیون باید بدهید، تغییر دهید. با این کار سرعت، خدمات و... خیلی بهتر می‌شود؛ ولی به دلیل اینکه آن کار را شروع کرده‌اید و تغییر آن کار پراضطرابی است همان کار را سال‌ها ادامه می‌دهید.

۴. **یادگیری.** یکی از کارهای اصلی یک تولیدکننده محتوا یادگیری است. توصیه من این است که اول صبح را به یادگیری اختصاص دهید. بسیاری از سخنرانان در ایران مشکلشان این است که مانند ظرفی هستند که هیچ ورودی ندارند ولی هر روز سخنرانی می‌کنند. اگر شما هر روز مطالب جدید یاد نمی‌گیرید، نمی‌توانید چند آمار جدید بگویید که مثلاً هفته گذشته در مجله مطالعه کرده‌ام و این اتفاق افتاده است؛ چگونه می‌خواهید سخنران شوید!

بنابراین باید به‌طور مرتب یادگیری بسیار زیاد داشته باشید تا بتوانید در تولید محتوا و سخنرانی بسیار موفق‌تر باشید.

## ۲. ترکیب آموزش و پشتیبانی

کسب‌وکاری که فقط روی آموزش متمرکز شده است، نمی‌تواند خیلی دوام بیاورد و برای سالیان دراز موفق باشد. برای مشتریان فقط نتیجه مهم است و حتما دوره‌ای

ثبت نام می کنند یا محصولی خریداری می کنند که نتیجه بگیرند.

بنابراین از خودتان بپرسید که آیا حاضرید مشتریان از امروز محصولاتتان را ببرند یا در دوره هایتان شرکت کنند و اگر نتیجه نگرفتند، پول ندهند!

اگر فکر می کنید با این کار باقی می ماند و ورشکست نمی شوید، این نکته را رعایت می کنید که ترکیب آموزش و پشتیبانی را با هم انجام بدهید. بنابراین از این به بعد یک سیستمی را ایجاد کنید که تضمین دهد افراد با شرکت در دوره هایتان یا با استفاده از محصولاتتان حتما نتیجه خوب خواهند گرفت.

برای این کار باید موارد زیر را رعایت کنید:

۱. **یادآوری اجرای مطالب.** راه بسیار ساده ای که اغلب افراد می توانند آن را اجرا کنند، این است که اگر آموزشی را ارائه داده اید، محصولی را فروختید یا دوره ای برگزار کردید، سیستمی درست کنید تا افراد مجبور شوند مطالب را اجرا کنند.

۲. **پاسخ سوالات.** شما در هر زمینه ای آموزش دهید مسلماً سوالاتی پیش می آید که این سوالات نیاز به پاسخ دارد؛ آیا سیستمی درست کرده اید که به سوالات مشتریان پاسخ دهد، بهترین جایی که می توان در آن پاسخ سوالات داده شود زیر همان صفحه محصول است. با این کار علاوه بر اینکه به سوالات افراد پاسخ می دهید ممکن است آن سوال افراد دیگری هم باشد که می توانند از آن استفاده کنند یا شاید نیمه شب این سوال برایشان پیش بیاید و در همان لحظه پاسخ خود را بگیرند.

مطمئن باشید با این کار فروشتان بیشتر می شود به دلیل اینکه حس امنیت به کسانی که آن محصول را خریداری نکرده اند دست می دهد.

۳. **رفع مشکلات اجرا.** شما با هر آموزشی که می فروشید به احتمال زیاد خودتان در آن تخصص دارید و این مسئله را در خیلی موارد می توانید استفاده کنید و

بگویید که اگر نتوانستید آن را اجرا کنید، خودمان کمکتان می‌کنیم و با یک مبلغ بیشتر، خدمات بیشتر را تضمین دهید و مشکلات را حل کنید.

### ۳. بازاریابی تهاجمی

تمام افرادی که در کارشان موفق هستند، یکی از رازهایشان این است که مدل بازاریابی‌شان با رقیب بسیار متفاوت‌تر است. به انگلیسی به این اصطلاح Aggressive Marketing گفته می‌شود.

منظور از بازاریابی تهاجمی این است که تعداد پیام‌های بازاریابی که ارسال می‌کنید خیلی بیشتر از پیام رقیبان است. موضوعات این پیام‌های بازاریابی خیلی باید متنوع باشد.

بنابراین اگر به بسیاری از افراد بگوییم که در هفته دو ایمیل ارسال کنید بسیار تعجب می‌کنند و می‌گویند که همه ناراضی خواهند شد، ولی می‌توان گفت که افراد معروف دنیا در هفته ۱۰ ایمیل به اعضایشان ارسال می‌کنند. آیا فکر می‌کنید که اعضایشان را از دست داده‌اند و مشکل جدی پیش آمده است؟

### مزایای بازاریابی تهاجمی

۱. **معروفیت بیشتر.** اگر بازاریابی تهاجمی انجام دهید خیلی سریع‌تر می‌توانید معروف شوید یعنی در هفته در رسانه‌های متفاوت پیام‌های زیادی ارسال می‌کنید. می‌توان گفت منظور از بازاریابی صرفاً این موضوع نیست که مرتب اعلام کنید این محصول جدید آمد آن را بخرید یا این محصول فروش ویژه دارد. گاهی می‌تواند یک ویدیوی رایگان باشد، یک فروش ویژه، چند نکته آموزشی یا گاهی گزارش همایشی است که آن را برگزار کردید که داخل آن نه آموزشی است و نه محصولی معرفی می‌شود. بنابراین بسیار سریع‌تر معروف می‌شوید.

۲. **رتبه سایت بهتر.** یکی از ساده‌ترین کارهایی که می‌توانید انجام دهید تا رتبه سایتتان خیلی سریع‌تر بالا رود این است که ایمیل مارکتینگتان را بسیار منظم کنید؛ مثلاً اگر ایمیل مارکتینگتان هفته‌ای یک‌بار است هیچ هفته‌ای نباشد که ایمیل ارسال نکنید یا می‌توانید رسانه‌های اجتماعیتان را سریع‌تر به‌روزرسانی کنید تا رتبه سایتتان را بالا ببرید.

۳. **لیست بزرگ‌تر.** منظور از لیست، فهرست ایمیل‌هایی است که افراد وارد می‌کنند و اطلاعات تماسشان را در اختیارتان قرار می‌دهند. اگر در چند روز متوالی خبری از شما نباشد به احتمال زیاد شما بازاریابی تهاجمی انجام نمی‌دهید.

## ۴. محصولات جامع

«هیچ‌گاه نگذارید آسانی تولید محصولات کوچک و ارزان، لذت محصولات جامع را از شما و مشتریان بگیرد»

فرض کنید کارتان آموزش ایمیل مارکتینگ است. بسیار راحت است که یک E-Book به اسم «۵ اشتباه ایمیل مارکترها» درست کنید؛ ولی با یک E-Book ایمیل مارکتینگ افراد متحول نمی‌شود. بلکه ممکن است چند نکته یاد بگیرند که وضعشان کمی بهبود پیدا کند. اگر به‌جای آن یک پکیج کامل درست کنید که تمام موارد فنی در آن گفته شود دیگر قیمت آن چند هزار تومان نیست و شاید قیمت آن چند میلیون تومان باشد.

## مشخصات محصولات جامع

۱. بسیار کامل و گام‌به‌گام

۲. قیمت بالا

۳. دوره طولانی‌مدت

۴. پشتیبانی و مشاوره

## ۵. ریسک بیشتر

پنجمین راز افراد موفق ریسک بیشتر است. یعنی جاهایی تبلیغ می‌کنند که کسی جرات این کار را ندارد.