



## ۴ نوع پیشنهاد که درآمدتان را فوراً افزایش می‌دهد!

۴ نوع پیشنهاد با چهار قیمت مختلف که هر شرکتی باید به مخاطبانش ارائه دهد عبارتند از:

۱. عضویت رایگان در انجمن شما با محتوای رایگان و جذاب (آموزش)
۲. پیشنهاد اصلی (DIY - این کار را خودشان انجام می‌دهند).
۳. بیش فروشی (DWY □ این کار با کمک شما انجام می‌شود).
۴. بیش فروشی (DFY □ این کار را شما برایشان انجام می‌دهید).

### مثال: قلم موی نقاشی

۱. به انجمن نقاشان ما بپیوندید.
  ۲. قلم‌موهای ما را بخرید.
  ۳. در کلاس نقاشی گروهی و پولی ما ثبت‌نام کنید.
  ۴. نقاشی‌های خود را به ما بسپارید.
- ما همه نظرسنجی‌های خود درباره پیشنهادات بالا را با ابزار گوگل فرم انجام می‌دهیم.

این نظرسنجی می‌تواند هر سه ماه یک بار برای همه افراد موجود در فهرست ایمیلی شما ارسال شود یا می‌توانید آن را برای همه افرادی ارسال کنید که از محصولات و خدماتتان استفاده می‌کنند. توجه به موارد زیر باعث دریافت بهترین نتایج از این نظرسنجی‌ها می‌شود:

## ۱. انگیزه مخاطب

انگیزه مخاطب دلیلی برای پر کردن فرم نظرسنجی است. ما متوجه شدیم بهترین عامل ایجاد انگیزه در مخاطب، انجام قرعه‌کشی و ارائه رایگان محصول یا خدمت جدیدتان است. مثال: «این فرم را پر کنید تا در قرعه‌کشی جوایز ۷۰۰۰ دلاری ما شرکت کنید! ما ۷ نسخه از آخرین آموزش ۱۰۰۰ دلاری خود را به شما هدیه می‌دهیم که کمک می‌کند به نتایج خاص و مطلوبتان برسید.»

## ۲. دلیل انجام نظرسنجی

در این بخش اهمیت نظرسنجی و کمکی که به مخاطبان می‌کند را توضیح می‌دهید. مثال: «می‌خواهیم به شما کمک کنیم! این نظرسنجی به ما نشان می‌دهد که در این حوزه خاص چه نکاتی برایتان مهم است یا با کدام عوامل ناامیدکننده روبه‌رو هستید.»

## ۳. ارائه تعهد زمانی

در این بخش به آن‌ها اطلاع می‌دهید که پر کردن فرم نظرسنجی زمان زیادی نمی‌برد. مثال: «این نظرسنجی فقط ۷ سوال کوتاه دارد و در عرض ۲ دقیقه تمام می‌شود.»

## ۴. گرفتن ایمیل مخاطبان

در این بخش از آن‌ها آدرس ایمیلشان را می‌خواهیم تا در آینده با آن‌ها ارتباط برقرار کنیم. مثال: «ما می‌خواهیم در آینده هدایا، پیشنهادات و موارد مهمی به شما ارائه دهیم، پس جدیدترین اطلاعات تماس خود را در اختیار ما قرار دهید تا در صورت برنده شدن به شما اطلاع دهیم. لطفا بهترین راه ایمیل زدن به خودتان را به ما اعلام کنید.»

## ۵. پرسیدن اسم و فامیل مخاطب

این سوال فقط برای پیگیری پاسخ‌های فردی است. مثال: «اسم و فامیلتان چیست؟ در صورت برنده شدن باید با چه کسی تماس بگیریم؟»

## ۶. پرسیدن شماره تلفن مخاطب

در این بخش نوع دیگری از اطلاعات تماس مخاطب را دریافت می‌کنید که نرخ پاسخگویی بالاتری هم دارد. مثال: «در صورتی که نتوانیم از طریق ایمیل با شما تماس بگیریم، به چه شماره تلفنی پیامک بزنیم؟»

## ۷. سوال جمعیت شناختی

این سوال به شما امکان می‌دهد از ویژگی‌های جغرافیایی، درآمد یا هر اطلاعات مرتبط و مفید دیگری درباره مخاطب آگاه شوید. این سوال باید چندگزینه‌ای باشد. مثلا:

«برای این‌که بدانیم در تبلیغ محصول باید از چه زبان‌هایی استفاده کنیم، به ما بگویید کجای دنیا زندگی می‌کنید؟» لطفا یکی از گزینه‌های زیر را انتخاب کنید:  
«می‌خواهیم محصولی تولید می‌کنیم که نیازهای شما را به بهترین شکل برآورده کند.»

حقوق سالانه شما چقدر است؟» لطفا یکی از گزینه‌های زیر را انتخاب کنید:

«می‌خواهیم با تجربیات شما در این بازار خاص آشنا شویم. از کدام یک از شرکت‌های زیر محصول یا برنامه خریداری کرده‌اید؟» لطفا یکی از گزینه‌های زیر را انتخاب کنید:

## ۸. سوال درباره خواسته‌های مخاطب

در این بخش فهرستی از نیازها، خواسته‌ها یا مزایایی که فکر می‌کنید افراد می‌خواهند را تهیه می‌کنید. این فهرست باید حداقل ۲۰ مورد داشته باشد و از مخاطبان بخواهید ۳ مورد را از میان آن‌ها انتخاب کنند. پس از آگاهی از ۳ خواسته مخاطب می‌توانید ۳ محصول یا برنامه بعدی خود را طراحی کنید. نباید تعداد این موارد را خیلی زیاد کنید. این مهم‌ترین بخش نظرسنجی است. مثال: «کدام یک از موارد زیر را بیشتر می‌خواهید تا آن را برایتان فراهم کنیم؟» (لطفا ۳ مورد را انتخاب کنید.)

## ۹. سوال درباره عوامل ناامیدی مخاطب

در این بخش از موانع و ناامیدی‌هایی می‌پرسید که مخاطب را از دستیابی به نتایج مطلوبش باز می‌دارد. باید حداقل یک فهرست ۱۰ موردی تهیه کنید. مثال: «وقتی سعی می‌کنید به نتایج مطلوبتان دست یابید، چه موردی بیش از همه شما را ناامید می‌کند؟» لطفا یکی از گزینه‌های زیر را انتخاب کنید:

## ۱۰. دعوت به گفتگو

این سوال آخر دعوتی برای گفتگوی عمیق درباره پاسخ‌های مخاطبان و همچنین فرصتی برای گفتگو درباره محصول جدید و فروش آن است. مثال: «آیا مایلید در یک تماس ۵ دقیقه‌ای همه پاسخ‌هایتان را بررسی کنیم؟»

در نهایت، وقتی این نظرسنجی به یک بخش خودکار و طبیعی از کارت‌ان تبدیل شود، بازخورد فوری درباره محصولات جدیدتان دریافت می‌کنید و می‌توانید آن‌ها را بهتر کنید. توصیه می‌کنیم هر ۳ ماه یک نظرسنجی جدید با گزینه‌های جدید طراحی کنید تا از روندهای صنعت عقب نمانید.