



## ۵ اشتباه رایج متخصصان و مدرس‌ها

### ۱. نداشتن محصول یا محصولات کافی

یک متخصص برای موفقیت در کارش باید محصولاتی داشته باشد. کافی نیست که فقط به تدریس خصوصی بپردازد، سخنرانی کند و مشاوره دهد. در واقع وقتی محصول خوبی داشته باشید، حتی در روزهایی که فعالیت نمی‌کنید می‌توانید این محصولات را بفروشید و درآمد خیلی خوبی کسب کنید.

اغلب متخصصان بسیار سخت‌گیر، ایده‌آل‌گر و وسواسی هستند؛ بنابراین زمانی بسیار طولانی طول می‌کشد که یک محصول معمولی تولید کنند. این دیدگاه اشتباه را کنار بگذارید. به جای تمرکز بیش از حد بر جزئیات محصول، به محتوای آن توجه بیشتر داشته باشید.

کیفیت محصولات آموزشی، به فیلم‌برداری یا صدای استودیویی نیست. کیفیت محصول در محتوای شما خلاصه می‌شود. بنابراین اگر محتوای ارزشمندی دارید می‌توانید با ساده‌ترین امکانات، محصولی تولید کنید که اغلب افراد لذت ببرند و

خیلی هم خوشحال شوند که آن محصول را تهیه کرده‌اند و عکس این موضوع هم می‌تواند اتفاق بیفتد که در این صورت، محصول شما با شکست مواجه خواهد شد.

[message\_box text\_color="light"]

کیفیت محصول در کیفیت محتوا و مطالبی که ارائه می‌کنید خلاصه شده و نه در موارد فنی.

[message\_box/]

نکته دیگر آن است که یک محصول، شما را به موفقیت‌های بزرگ نخواهد رساند. وقتی چندین محصول داشته باشید، از محصولات خیلی ارزان‌تر مثل کتاب یا فایل‌های الکترونیکی شروع شود و به محصولات گران‌تر ختم شود، می‌توانید زنجیره‌ای از محصولات درست کنید که هر محصول، محصول گران‌تر از خودش را تبلیغ کند و این شاید یکی از بزرگ‌ترین رازهای بازاریابی اطلاعات باشد.

بنابراین اولین اشتباهی که اغلب مدرس‌ها، متخصص‌ها انجام می‌دهند نداشتن محصول یا محصولات کافی است.

## ۲. بی‌ارزش دانستن اطلاعات

آیا روشن و خاموش کردن کامپیوتر را بلدید؟ کپی کردن فایل چطور؟ از یک بخش از هارددیسک به بخش دیگر آن می‌توانید فایل کپی کنید؟ اگر این موارد را بلدید می‌توانید یک محصول آموزشی باارزش در زمینه کامپیوتر تولید کنید. یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌هایی که در ایران از چاپ سی‌ام گذشته، کتابی است که همین موارد را آموزش می‌دهد. این کتاب به افرادی که برای اولین بار کامپیوتر خریدند، آموزش می‌داد چطور کامپیوتر را روشن و فایل‌هایی رو کپی کنند. مواردی مثل این اطلاعات از دید شما شاید بدیهیات باشد.

اگر بازار هدف درستی رو انتخاب کنید، یعنی همین اطلاعات را به افرادی آموزش بدهید که از شما اطلاعات کمتری دارند، به شدت استقبال خواهد شد. بنابراین اگر متخصص هستید، اطلاعات خودتان رو بی‌ارزش ندانید. مطمئن باشید افرادی هستند که در جایگاه قبلی شما قرار دارند و حاضرند پول بپردازند تا به جایگاه کنونی شما برسند و اغلب متخصصان خدمات و محصولات خودشان را خیلی پایین و اشتباه قیمت‌گذاری می‌کنند و همین تصحیح قیمت‌گذاری و ارزش قائل شدن برای اطلاعات، می‌تواند درآمد شما را خیلی بیشتر کند.

### ۳. نداشتن سیستم بازاریابی

سومین اشتباه اغلب متخصصان که به نظر من بزرگ‌ترین و کلیدی‌ترین اشتباه است، نداشتن سیستم بازاریابی است. در واقع ما چرخه‌ای درست می‌کنیم که بخشی از این سیستم مثلا یک وبسایت است که به‌صورت خودکار اطلاعات یا آدرس ایمیل علاقه‌مندان را جمع‌آوری می‌کند. افراد بعد از اینکه عضو سایت شدند ایمیل‌هایی برایشان ارسال می‌شود و در نتیجه چرخه ایمیل مارکتینگ برای فروش‌های بیشتر ایجاد می‌شود.

به چنین سیستمی، سیستم ProActive یا سیستم‌عامل می‌گویند. سیستمی که کاملا قابل‌پیش‌بینی است. اگر شما به مرحله‌ای برسید که بتوانید یک سیستم خوب بازاریابی درست کنید، می‌توانید تعیین کنید که کسب‌وکارتان چقدر درآمد داشته باشد و شاید گران‌ترین عامل در یک کارخانه تولید اطلاعات یا برای یک متخصص، داشتن یک سیستم قدرتمند بازاریابی باشد که هر وقت لازم شد بتواند به هزاران نفر یا ده‌ها هزار نفر به‌راحتی اطلاع‌رسانی کند که ما چنین محصول یا چندین خدمات جدید ارائه کردیم و افراد علاقه‌مند زیادی بلافاصله اقدام به خرید کنند و درآمد ایجاد شود. بنابراین برای ساخت سیستم بازاریابی باید کارهایی را انجام دهید و این سیستم باید به جایی برسد که بدون دخالت زیاد شما حتی اگر مسافرت هستید بتواند به‌صورت روزانه درآمد ایجاد کند.

## ۴. نداشتن استراتژی

اگر شطرنج بلد باشید می‌دانید کسی در شطرنج برنده می‌شود که استراتژی بهتری داشته باشد. اگر استراتژی بهتری داشته باشید حتی می‌توانید با نیروهای کمتر در شطرنج رقیب خودتان را شکست دهید. استراتژی در واقع چیدن نیروهای خودی است به نحوی که نسبت به دشمن در برتری باشد. خیلی ساده لوحانه و خنده‌دار است که ما فکر کنیم چون اطلاعات خوبی بلدیم و فرد تلاشگری هستیم بالاخره موفق خواهیم شد، شاید قبل از اینکه موفق شویم شکست بخوریم و رقیبان خیلی قدرتمند بتوانند کل بازار را قبضه کنند.

داشتن استراتژی بخش ضروری از موفقیت در تولید و فروش اطلاعات است و فقط کسی برنده می‌شود که استراتژی بهتری داشته باشد. بنابراین می‌توانید استراتژی برای خودتان تعیین کنید که بر ذهنیت مشتریان تاثیر بگذارد و فروش اطلاعات و خدمات شما را به شدت افزایش دهد.

## ۵. استفاده نکردن از فرمت‌های مختلف

افراد در یادگیری به چهار گروه تقسیم می‌شوند و اغلب متخصصان از فرمت‌های مختلف تولید اطلاعات استفاده نمی‌کنند.

**۱. خواننده.** گروهی از افراد، خواننده یا Reader هستند. این افراد علاقه زیادی به خواندن دارند. ترجیح می‌دهند هر آموزشی را از طریق خواندن کتاب یا کتاب الکترونیکی یاد بگیرند و حتی ترجیح می‌دهند داخل کتاب به‌خاطر بسپارند که مثلاً این نقطه در یک صفحه سمت راست بالای صفحه نوشته شده بود و خیلی سخت است که شما این افراد را قانع کنید که در دوره آموزشی شما شرکت کنند. بنابراین اگر کتاب و مطالب خواندنی نداشته باشید و حتی اگر از بهترین مدرسین ایران باشید خیلی موفق نخواهید شد و بخشی از بازار را از دست خواهید داد.

**۲. شنونده.** گروه دیگری از افراد بیشتر شنونده هستند. این افراد ترجیح می‌دهند در اتومبیل مرتب به آموزش‌های صوتی گوش کنند. اگر در حال پیاده‌روی هستند با موبایلشان به آموزش‌های صوتی گوش می‌کنند و این افراد را خیلی سخت می‌توانید قانع کنید که کتاب بخوانند، بنابراین نمی‌توانید به این افراد بگویید من آموزش‌هایم را در قالب کتاب ارائه می‌دهم. این بازار را هم از دست خواهید داد.

**۳. بیننده.** گروه سوم افراد بیننده هستند افرادی که ترجیح می‌دهند جلوی تلویزیون یا کامپیوتر و موبایل خودشان قرار بگیرند و فیلم‌های آموزشی ببینند و این گروه هم گروه خیلی بزرگی هستند که اگر برای این گروه اطلاعات تولید نکنید بازار قابل‌توجهی را از دست خواهید داد.

**۴. عمل‌کننده.** چهارمین گروه افراد عمل‌کننده هستند. این افراد ترجیح می‌دهند در کلاس‌های خصوصی، همایش‌ها و کارگاه‌ها شرکت کنند. اگر به افراد عمل‌کننده، بگویید اطلاعات این کلاس سیصد هزار تومانی را در یک کتاب پنج هزار تومانی ارائه می‌دهید، این افراد ترجیح می‌دهند سیصد هزار تومان را پرداخت کنند، در محیطی تعاملی قرار بگیرند و بتوانند سوال کنند، بتوانند دیدگاه‌های ما را به چالش بکشند و از این طریق یادگیری لذت می‌برند.

اغلب متخصصان این اشتباه بزرگ رو انجام می‌دهند که فرمت‌های خیلی محدودی را تولید می‌کنند و بخشی از بازار را از دست خواهند داد. بنابراین نگران نباشید که اگر کتابی نوشتید همان کتاب را با روشی دیگر تبدیل به صوت کنید و به‌عنوان محصولی جدید ارائه دهید یا همان مطالب را به‌صورت فیلم آموزشی یا کارگاه یا همایش ارائه دهید.