



خلاصه کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری نوشته الکس هرمزی، داستانی الهام‌بخش و واقعی از مسیر پرچالش یک کارآفرین است. او در صفحات آغازین این کتاب، لحظاتی را روایت می‌کند که در کف سیمانی اولین باشگاه ورزشی‌اش می‌خوابید، آینده‌ای نامشخص داشت و تنها دارایی‌اش ایمان به ایده‌هایش بود.

این بخش از خلاصه کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری صرفاً یک داستان انگیزشی نیست؛ بلکه مقدمه‌ای برای معرفی یک فلسفه قدرتمند در کسب‌وکار است؛ فلسفه‌ای که زندگی هرمزی را دگرگون کرد و او را از فردی در آستانه ورشکستگی، به یکی از کارآفرینان موفق با ثروتی بیش از ۱۰۰ میلیون دلار تبدیل ساخت.

هدف اصلی

هدف اصلی کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، آموزش یک چارچوب دقیق برای طراحی پیشنهاد‌های تجاری است.

هرمزی در این کتاب نشان می‌دهد چگونه می‌توان مدلی ساخت که به کسب‌وکار کمک می‌کند در ۳۰ روز اول از هر مشتری جدید، سودی به‌دست آورد که نه‌تنها هزینه‌های جذب آن مشتری را پوشش دهد؛ بلکه سرمایه لازم برای جذب مشتریان بیشتر را نیز فراهم کند. او این روش را «مدل پول ۱۰۰ میلیون دلاری» می‌نامد.

به‌بیان‌دیگر، کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری به صاحبان کسب‌وکار یاد می‌دهد چگونه بزرگ‌ترین مانع رشد یعنی کمبود نقدینگی برای بازاریابی را برطرف کنند و فرایند جذب مشتری را از یک مرکز هزینه به یک مرکز سود تبدیل نمایند.

مدل پول چیست؟

در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، الکس هرمزی «مدل پول» را به‌سادگی این‌گونه تعریف می‌کند:

[message_box text_color="light]

«مدل پول در واقع مجموعه‌ای هوشمندانه از پیشنهادات است که گام‌به‌گام برای پاسخ به نیازها و حل مشکلات پی‌درپی مشتری طراحی می‌شوند.»

[message_box/]

ایده اصلی در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری این است هر زمان یک مشکل از مشتری حل شود، نیاز یا چالش جدیدی پدیدار خواهد شد. یک کسب‌وکار موفق، کسب‌وکاری است که برای هر نیاز تازه مشتری، یک پیشنهاد آماده داشته باشد.

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید دارد مدل پول قدرتمند از چهار نوع پیشنهاد اصلی تشکیل شده است که همانند چهار ستون یک امپراتوری عمل می‌کنند:

۱. پیشنهادات جذب

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری این پیشنهادات را قلاب‌هایی می‌داند که افراد بی‌تفاوت را جذب می‌کنند. این پیشنهادات نقش کلیدی دارند؛ زیرا غریبه‌ها را ترغیب می‌کنند برای اولین بار از شما خرید کرده و به مشتری تبدیل شوند.

۲. پیشنهادات بیش‌فروشی

در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری توضیح داده می‌شود پس از اولین خرید، باید مشتری را به خرید محصولات یا خدمات باارزش‌تر تشویق کرد. پیشنهادات بیش‌فروشی، دقیقاً برای همین هدف طراحی شده‌اند تا ارزش هر مشتری افزایش یابد.

۳. پیشنهادات کم‌فروشی

به گفته کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، همه مشتریان همیشه حاضر به پذیرش پیشنهادات بزرگ‌تر نیستند. اینجا است که پیشنهادات کم‌فروشی وارد عمل می‌شوند و به‌عنوان تور نجات، گزینه‌های ارزان‌تر یا متفاوتی را پیشنهاد می‌کنند تا هیچ فروشی از دست نرود.

۴. پیشنهادات استمراری

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید می‌کند ایجاد درآمد پایدار، نیازمند مشتریان وفادار است. پیشنهادات استمراری، مشتریان را به خریداران دائمی تبدیل می‌کنند و جریان درآمدی منظم و قابل‌پیش‌بینی برای کسب‌وکار به‌وجود می‌آورند.

در نهایت، همان‌طور که کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری توضیح می‌دهد، ترکیب هوشمندانه این چهار ستون، موتور درآمدزایی کسب‌وکار را می‌سازد و آن را در مسیر رشد نمایی قرار می‌دهد.

پیشنهادات جذب؛ هنر تبدیل غریبه‌ها به مشتری

الکس هرمزی در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید می‌کند اولین و مهم‌ترین مرحله برای رشد هر کسب‌وکار، توانایی در جذب مشتریان جدید است. او

این بخش را «هنر تبدیل غریبه‌ها به مشتری» می‌نامد؛ زیرا بسیاری از افراد ابتدای مسیر، هیچ شناختی از برند یا محصولات ما ندارند و حتی ممکن است شدیداً نسبت به خرید بی‌اعتماد باشند.

به‌همین دلیل، کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری شش مدل قدرتمند پیشنهاد جذب را معرفی می‌کند که هرکدام به شکلی خاص، مقاومت اولیه مشتری را در هم می‌شکنند و او را به سمت خرید هدایت می‌کنند.

۱. پول خود را پس بگیرید

یکی از برجسته‌ترین استراتژی‌هایی که در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری معرفی می‌شود، مدل «پول خود را پس بگیرید» است. اساس این پیشنهاد بر روانشناسی «شرط‌بندی روی خود» بنا شده است.

مشتری برای شرکت در یک برنامه یا خرید یک محصول هزینه‌ای پرداخت می‌کند (برای مثال یک چالش ۶ هفته‌ای تناسب اندام)؛ اما اگر بتواند اهداف از پیش تعیین‌شده مانند کاهش وزن مشخص یا حضور در تمام جلسات را محقق کند، تمام پولش به او بازگردانده می‌شود.

مزیت این مدل از نگاه کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری دو جنبه مهم دارد:

۱. کسب‌وکار در همان ابتدای کار، جریان نقدینگی دریافت می‌کند.
۲. مشتریانی جذب می‌شوند که واقعاً بانگیزه، متعهد و مستعد تبدیل به مشتریان بلندمدت هستند.

هرمزی در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری توصیه می‌کند به‌جای بازپرداخت نقدی، بهتر است «اعتبار فروشگاه» به مشتری داده شود. این اعتبار باعث می‌شود مشتری به خریدهای بعدی علاقه‌مند شود و به سمت پیشنهادات بیش‌فروشی هدایت گردد.

۲. هدایا

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، هدایا را یکی از سریع‌ترین و تاثیرگذارترین

روش‌ها برای ایجاد لیست مشتریان بالقوه معرفی می‌کند. در این روش، یک جایزه ارزشمند مثل یک سال خدمات رایگان یا محصولی گران‌قیمت تبلیغ می‌شود. افراد برای شرکت در قرعه‌کشی، اطلاعات تماس خود را در اختیار کسب‌وکار قرار می‌دهند.

راز موفقیت این روش در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، این است پس از انتخاب برنده اصلی، می‌توان به باقی افراد پیشنهادهای کوچک‌تر یا تخفیف‌های ویژه داد.

از آنجا که این افراد قبلاً علاقه واقعی خود را به آن محصول نشان داده‌اند، احتمال خرید آن‌ها بسیار بالا خواهد بود؛ بنابراین حتی کسانی که برنده نمی‌شوند، به مشتری تبدیل خواهند شد و نرخ تبدیل به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد.

۳. پیشنهاد فریبنده

یکی دیگر از روش‌های جالبی که در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری مطرح می‌شود، «پیشنهاد فریبنده» است. این روش بر اصل روانشناسی «تضاد» استوار است.

ابتدا یک پیشنهاد بسیار ساده و ارزان (یا حتی رایگان) ارائه می‌شود. این پیشنهاد نقش طعمه‌ای دارد که مشتری را جذب می‌کند؛ اما در کنار آن، یک پیشنهاد برتر با امکانات و مزایای بسیار بیشتر با قیمت بالاتر قرار داده می‌شود.

به گفته کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، همین تضاد باعث می‌شود پیشنهاد برتر بسیار منطقی‌تر و ارزشمندتر به نظر برسد. جمله‌ای که هرگز در این بخش تکرار می‌کند این است: «شما برای نتایج واقعی اینجا هستید یا فقط برای چیزهای رایگان؟».

همین سوال ساده، ذهن مشتری را به سمت انتخاب پیشنهاد گران‌تر و ارزشمندتر سوق می‌دهد.

۴. یکی بخر، چند تا رایگان بخر!

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید می‌کند واژه «رایگان»، قدرت روانی

فوقالعاده‌ای در بازاریابی دارد. به جای گفتن «۳ پیراهن با ۳۳٪ تخفیف»، کافی است بگویید: «یک پیراهن بخر، دو تا رایگان ببر!»؛ حتی اگر هزینه نهایی یکسان باشد، تاثیر روانی کلمه «رایگان» بسیار بیشتر است.

این روش به‌ویژه در محصولاتی که مصرف مکرر دارند یا خدماتی مثل اشتراک‌های چندماهه که به‌صورت بلندمدت فروخته می‌شوند، فوق‌العاده عمل می‌کند. کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری نشان می‌دهد این نوع پیشنهاد نه‌تنها حجم خرید مشتری را افزایش می‌دهد؛ بلکه جریان نقدینگی اولیه بسیار بیشتری نیز برای کسب‌وکار ایجاد می‌کند.

۵. الان کمتر پرداز یا بعدا بیشتر

در این روش، که کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری آن را یک استراتژی بدون ریسک می‌داند، مشتری دو انتخاب پیش‌رو دارد:

۱. گزینه اول

همین امروز هیچ مبلغی پرداخت نکند، محصول را امتحان کند و تنها در صورتی که راضی بود، چند روز بعد قیمت کامل از کارت او کسر شود.

۲. گزینه دوم

همین الان مبلغ کمتری پرداخت کند و علاوه بر تخفیف، پاداش‌ها و مزایای اضافی هم دریافت نماید.

به گفته کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، این مدل هوشمندانه دو نتیجه دارد:

۱. اطلاعات پرداخت مشتری (مثل کارت اعتباری)، همان ابتدا دریافت می‌شود.

۲. بسیاری از مشتریان برای دریافت مزایای بیشتر، به پرداخت فوری ترغیب می‌شوند.

۶. پیشنهاد سخاوتمندانه رایگان

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید می‌کند همیشه هدف اصلی جذب مشتری نباید درآمد فوری باشد. گاهی مهم‌تر از فروش اولیه، ساخت اعتماد و ایجاد برند قوی است. هرزوی خودش بارها از این استراتژی استفاده کرده و کتاب‌ها یا

دوره‌های آموزشی ارزشمندش را به‌طور رایگان در اختیار مخاطبان گذاشته است. این عمل خیرخواهانه باعث می‌شود رابطه‌ای عمیق و مبتنی بر اعتماد شکل بگیرد. وقتی بعدها محصولی پولی ارائه شود، مخاطبان با اشتیاق بیشتری آن را خریداری می‌کنند؛ زیرا اعتماد اولیه در ذهن آن‌ها ساخته شده است. کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری این رویکرد را یکی از ابزارهای کلیدی برای ساختن جامعه‌ای وفادار و پایدار می‌داند.

پیشنهادات بیش‌فروشی؛ هنر افزایش ارزش مشتری

زمانی که مشتری اولین «بله» را گفت، بهترین زمان برای ارائه پیشنهاد بیش‌فروشی است. بیش‌فروشی یعنی معرفی یک محصول گران‌تر، کامل‌تر یا مکمل به مشتری که به‌تازگی خرید انجام داده است.

این روش نه‌تنها فروش شما را افزایش می‌دهد؛ بلکه ارزش هر مشتری را نیز چند برابر می‌کند.

۱. بیش‌فروشی کلاسیک

این مدل بر اساس اصل «شما نمی‌توانید X را بدون Y داشته باشید» عمل می‌کند. وقتی مشتری محصولی را می‌خرد، نیاز تازه‌ای برای او شکل می‌گیرد. وظیفه شما این است بلافاصله پاسخ آن نیاز را بدهید.

مثال ساده آن در اجاره خودرو است: «مشتری ماشین می‌گیرد (X)؛ اما بیمه و بنزین (Y) را هم لازم دارد».

۲. بیش‌فروشی از طریق منو

این مدل، چندمرحله‌ای و هوشمندانه است:

۱. **کم‌فروشی اولیه:** با گفتن اینکه چه چیزی لازم نیست، اعتماد مشتری را جلب می‌کنید.

۲. تجویز: سپس قاطعانه می‌گویید دقیقا به چه چیزی نیاز دارد.

۳. پیشنهاد A/B: به جای «آیا این را می‌خواهی؟»، می‌پرسید: «طعم شکلاتی یا وانیلی؟». هر انتخاب یعنی یک فروش!

۴. کارت ثبت‌شده: در پایان، با یک سوال ساده مسیر پرداخت را تا حد امکان راحت و ساده می‌کنید.

۳. بیش‌فروشی با لنگر قیمت

ابتدا یک پیشنهاد بسیار گران‌قیمت به مشتری ارائه می‌کنید تا نقش «لنگر» داشته باشد. وقتی او از قیمت متعجب شد، پیشنهاد اصلی خود را با قیمتی پایین‌تر مطرح می‌کنید. این تضاد باعث می‌شود پیشنهاد دوم جذاب‌تر به نظر برسد.

مهم است پیشنهاد لنگر واقعی باشد، چون همیشه افرادی هستند که همان گزینه گران‌تر را می‌خرند.

۴. بیش‌فروشی انتقالی

این یکی از موثرترین روش‌ها برای تبدیل خریدهای کوتاه‌مدت به همکاری بلندمدت است. مبلغ اولیه‌ای که مشتری پرداخت کرده (مثلا برای یک برنامه ۶ هفته‌ای)، به عنوان تخفیف یا اعتبار برای یک قرارداد طولانی‌تر در نظر گرفته می‌شود.

مثلا ۶۰۰ دلار خرید اول می‌تواند به تخفیف ماهانه ۵۰ دلار در یک عضویت سالانه تبدیل شود. به این شکل، مشتری از یک تجربه کوتاه، وارد تعهد بلندمدت می‌شود.

این استراتژی‌ها که الکس هرمزی در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری مطرح کرده، نشان می‌دهد «بیش‌فروشی»، فقط یک تکنیک فروش نیست؛ بلکه ابزاری قدرتمند برای افزایش ارزش مشتری و رشد پایدار کسب‌وکار است.

پیشنهادات کم‌فروشی؛ هنر تبدیل جواب منفی به مثبت

حتی وقتی مشتری به پیشنهاد بیش‌فروشی شما پاسخ منفی می‌دهد، هنوز فرصت برای فروش وجود دارد. کم‌فروشی به معنای ارائه یک جایگزین هوشمندانه است تا

مشتری حفظ شود و از دست نرود. این استراتژی نشان می‌دهد اگر درست مدیریت شود، هر «نه» می‌تواند به یک «بله» تبدیل شود.

۱. کم‌فروشی با طرح پرداخت اقساطی

این مدل، اولین واکنش به جمله «پولش را ندارم» است. در اینجا شما قیمت محصول را کاهش نمی‌دهید؛ بلکه نحوه پرداخت را تغییر می‌دهید. با ارائه گزینه‌های اقساطی مثل پرداخت دو مرحله‌ای، سه مرحله‌ای یا هفتگی، مانع مالی اولیه برای مشتری کاهش می‌یابد و او راحت‌تر به خرید ترغیب می‌شود. کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، این رویکرد را یک ابزار کلیدی برای جلوگیری از از دست رفتن مشتری معرفی می‌کند.

۲. آزمایشی با جریمه

اگر مشتری حتی حاضر به پرداخت قسط اول هم نیست، می‌توانید مدل «آزمایشی با جریمه» را پیشنهاد دهید. مشتری می‌تواند محصول را به صورت رایگان امتحان کند؛ اما کارت اعتباری خود را ثبت می‌کند.

شرط استفاده رایگان این است او باید کارهای مشخصی مانند حضور در تمام جلسات آموزشی را انجام دهد. در صورت تخطی، مبلغی به‌عنوان جریمه از کارت مشتری کسر می‌شود. این روش تضمین می‌کند مشتری واقعا محصول را تجربه کند و شانس تبدیل او به مشتری پولی به شدت افزایش می‌یابد.

۳. کم‌فروشی با حذف ویژگی‌ها

در این مدل، شما قیمت را کاهش می‌دهید؛ اما برخی ویژگی‌ها یا خدمات را حذف می‌کنید. نکته مهم این است هیچ‌گاه همان محصول کامل را با قیمت کمتر نمی‌فروشید. با حذف ویژگی‌هایی که برای مشتری اولویت کمتری دارند، مانند گارانتی بازگشت وجه یا پشتیبانی ۲۴ ساعته، می‌توانید نسخه‌ای ارزان‌تر از محصول ارائه دهید که برای مشتری قابل خرید و همچنان ارزشمند باشد.

پیشنهادات استمراری؛ هنر ساخت درآمد پایدار

هدف نهایی کسب‌وکار، ایجاد یک رابطه بلندمدت با مشتری و فراهم کردن درآمدی پایدار و قابل پیش‌بینی است. پیشنهادات استمراری امکان می‌دهند مشتریانی که تنها یک‌بار خرید کرده‌اند را به خریداران دائمی تبدیل کنید و جریان نقدینگی ثابت برای کسب‌وکار ایجاد کنید.

۱. پیشنهادات پاداش استمراری

این مدل بر پایه ارائه یک پاداش یک‌باره و ارزشمند طراحی شده است تا مشتری به عضویت در یک سرویس اشتراکی ترغیب شود. تمرکز بازاریابی در این روش بر روی ارزش پاداش است؛ نه صرفاً خود اشتراک.

مثالی از این مدل: «با عضویت در برنامه ماهانه ۱۰۰ دلاری ما، این دوره آموزشی ۱۰۰۰ دلاری را رایگان دریافت کنید».

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری نشان می‌دهد ارائه یک پاداش جذاب، انگیزه اولیه مشتری برای ثبت‌نام و ادامه عضویت را به شدت افزایش می‌دهد و پایه‌ای برای وفاداری طولانی‌مدت می‌سازد.

۲. پیشنهادات تخفیف استمراری

در این مدل، مشتری یک تعهد بلندمدت را در ازای یک مزیت کوتاه‌مدت دریافت می‌کند. به عنوان مثال: «با ثبت‌نام برای یک قرارداد دو ساله، سه ماه اول را به صورت رایگان دریافت کنید».

این روش، ارزش طول عمر مشتری (LTV) را به شکل چشمگیری افزایش می‌دهد و باعث می‌شود مشتری با انگیزه بیشتری به ادامه همکاری فکر کند.

۳. پیشنهاد حذف هزینه

این مدل با ارائه بخشش هزینه‌های اولیه (مثلاً هزینه راه‌اندازی یا عضویت، معادل ۳ تا ۵ ماه اشتراک) مشتری را به یک قرارداد بلندمدت متعهد می‌کند. اگر مشتری قبل از پایان مدت قرارداد، آن را لغو کند، موظف است هزینه اولیه را پرداخت کند.

این اهرم روانی بسیار قوی، باعث می‌شود مشتریان به حفظ اشتراک خود تمایل داشته باشند و نرخ ریزش کاهش یابد.

پیشنهادات استمراری، همان‌طور که در کتاب مدل های پول ۱۰۰ میلیون دلاری توضیح داده شده، نه تنها درآمد کسب‌وکار را تثبیت می‌کنند؛ بلکه رابطه‌ای پایدار، سودآور و بلندمدت با مشتریان ایجاد می‌کنند و اساس یک کسب‌وکار پایدار را شکل می‌دهند.

مدل پولتان را بسازید؛ یکپارچه‌سازی استراتژی‌ها

الکس هرمزی در پایان کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری تاکید می‌کند یک مدل پول قدرتمند، یک‌شبه شکل نمی‌گیرد. این مدل در چند مرحله تکامل می‌یابد و هر مرحله، پایه‌ای برای مرحله بعد است.

هرمزی با استفاده از تجربه کسب‌وکار موفق خود، یعنی تاسیس **Gym Launch**، نشان می‌دهد چگونه لایه‌های مختلف پیشنهادات به‌تدریج یک مدل پول کامل و پایدار می‌سازند.

مرحله اول: کسب نقدینگی

شروع کار با یک پیشنهاد جذب قوی ضروری است. مدل‌هایی مثل پیشنهاد فریبنده یا هدایا، باعث ایجاد جریان مشتری و پول نقد اولیه می‌شوند. در این مرحله، هدف ساده است: «باید مشتری جذب کنید و نقدینگی کافی برای رشد اولیه کسب‌وکار ایجاد کنید».

مرحله دوم: کسب نقدینگی بیشتر

پس از ایجاد جریان اولیه، نوبت به افزایش ارزش هر مشتری می‌رسد. با افزودن پیشنهادات بیش‌فروشی و کم‌فروشی، میانگین ارزش هر معامله به‌شدت افزایش می‌یابد. این مرحله به کسب‌وکار کمک می‌کند بیشترین سود ممکن را از هر مشتری اولیه به دست آورد و سرمایه لازم برای توسعه بیشتر فراهم شود.

مرحله سوم: کسب بیشترین نقدینگی

در مرحله نهایی، پیشنهادات استمراری وارد مدل می‌شوند تا ارزش طول عمر مشتری حداکثر شود و یک جریان درآمد پایدار ایجاد گردد. این مرحله تضمین می‌کند کسب‌وکار نه تنها از فروش‌های یک‌باره سود می‌برد؛ بلکه رابطه‌ای بلندمدت و سودآور با مشتریان ایجاد می‌کند.

کلید موفقیت در ساخت مدل پول، تمرکز بر تکمیل هر مرحله قبل از رفتن به مرحله بعد است. همان‌طور که هرمرزی در کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری اشاره می‌کند:

["message_box text_color="light]

«راه واقعی رشد و موفقیت، سادگی در اجرا است؛ هرچه پیچیدگی بیشتر شود، احتمال شکست نیز افزایش می‌یابد.»

[message_box/]

ده سال تجربه در ده دقیقه!

کتاب مدل‌های پول ۱۰۰ میلیون دلاری، یک نقشه‌راه عملی برای طراحی یک ماشین پول‌سازی ارائه می‌دهد. این کتاب نمی‌آموزد محصول بهتر بسازید؛ بلکه نشان می‌دهد چطور محصول فعلی خود را به‌گونه‌ای بفروشید که مشتری نتواند در برابر آن مقاومت کند.

خلاصه ده سال تجربه الکس هرمرزی در چند اصل کلیدی نهفته است:

طراحی هوشمندانه پیشنهادات

کسب‌وکار شما مجموعه‌ای از پیشنهادات است. آن‌ها را با هوشمندی طراحی کنید تا هر مشتری بیشترین ارزش را تجربه کند.

هدف‌گذاری روی سود سریع

در ۳۰ روز اول، از هر مشتری سود کافی کسب کنید.

برنامه‌ریزی برای واکنش‌ها

همیشه برای «بله» بعدی (بیش‌فروشی) و «نه» احتمالی (کم‌فروشی) آماده باشید.

ساخت رابطه‌های بلندمدت

به‌جای تمرکز صرف روی معاملات یک‌باره، مشتریان را به خریداران وفادار تبدیل کنید.

هرمزی کتاب را با یک پیام قدرتمند به پایان می‌رساند:

```
["message_box text_color="light]
```

«موفقیت از تکرار جملات تاکیدی حاصل نمی‌شود؛ بلکه از شواهد واقعی و ملموسی به دست می‌آید که ثابت می‌کند شما همان کسی هستید که ادعا می‌کنید.»

```
[message_box/]
```

با تلاش هوشمندانه و پیوسته، می‌توانید بر شک و تردیدهای خود غلبه کنید. این کتاب ابزارهایی در اختیارتان می‌گذارد تا شواهد واقعی موفقیت خود را بسازید و کسب‌وکاری ایجاد کنید که نه‌تنها سودآور باشد؛ بلکه آزادی و اعتمادبه‌نفس واقعی برایتان به ارمغان آورد.