



خلاصه کتاب مدرس مرجع

آیا تا به حال فکر کرده‌اید چرا برخی از اساتید با وجود دانش فنی بسیار بالا، همچنان در سایه مانده‌اند؛ اما برخی دیگر به عنوان قطب اصلی و رهبر حوزه کاری خود شناخته می‌شوند؟

تفاوت این دو گروه نه فقط در میزان دانش؛ بلکه در «شیوه ارائه» و «مدل کسب و کار» آن‌هاست. اگر شما هم قصد دارید از سطح یک مدرس معمولی فراتر روید و به یک برند قدرتمند تبدیل شوید، مطالعه خلاصه کتاب مدرس مرجع دقیقاً همان حلقه گمشده‌ای است که دنبالش می‌گردید.

این اثر کاربردی نوشته ژان بقوسیان، استراتژیست رشد کسب و کار، دیدگاه سنتی به تدریس را کنار می‌زند و مفهوم جدیدی به نام «کارخانه تولید اطلاعات» را معرفی می‌کند. با خواندن خلاصه کتاب مدرس مرجع، درمی‌یابید تخصص به‌تنهایی کافی نیست؛ بلکه برای رسیدن به درآمد عالی و جایگاه اجتماعی ممتاز، باید بر مهارت‌هایی چون تولید محصولات آموزشی متنوع، بازاریابی تخصصی و ایجاد تحول واقعی در

زندگی مخاطبان مسلط شوید.

در ادامه، چکیده‌ای از مهم‌ترین ایده‌ها، راهکارها و اصول این کتاب ارزشمند را برای شما گردآوری کرده‌ایم تا با نقشه‌راه تبدیل شدن به یک «مدرس مرجع» و تراز اول آشنا شوید.

مدرس مرجع کیست؟

طبق تعریفی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع آمده است، مدرس مرجع کسی است که در حوزه فعالیت خود «مطرح‌ترین و بهترین» محسوب می‌شود. نشانه‌اش این است که حتی مدرس‌های دیگر برای به‌روز نگه داشتن خودشان به او مراجعه می‌کنند. چنین مدرس‌های هزاران طرفدار دارد و نگرانی مالی نخواهد داشت؛ زیرا هر محصولی که تولید کند پرفروش خواهد بود.

کار اصلی مدرس چیست؟

کار اصلی مدرس، «ایجاد تغییر در دیگران» است. نویسنده دلیل اعتماد به حرف‌هایش را سابقه ۱۰ ساله خود، فروش ۳۰۰۰ نسخه از اولین کتابش در کمتر از ۵ ماه و برگزاری دوره «کارخانه تولید اطلاعات» می‌داند. در واقع آنچه در خلاصه کتاب مدرس مرجع می‌خوانید، چکیده‌ای از تجربیات همان دوره گران‌قیمت است که به بیش از ۳۰۰۰ نفر کمک کرده تا در تدریس و برندسازی موفق شوند. او حالا به‌عنوان «مرد پشت‌صحنه مدرس‌های موفق ایران» شناخته می‌شود و این مطالب را برای دسترسی همگان منتشر کرده است.

فصل اول: پشت پرده صنعت آموزش

در این فصل از خلاصه کتاب مدرس مرجع، به این سوال کلیدی پرداخته می‌شود که چرا برخی مدرس‌ها با وجود تخصص بالا، موفق نیستند. پاسخ کوتاه این است که کافی نیست مدرس‌های عالی باشیم؛ برای کسب موفقیت‌های بزرگ باید «صنعت

آموزش» را بشناسیم. نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع تاکید می‌کند که مدرس موفق باید دیدگاه «خط تولید» داشته باشد و کار آموزش را مانند مدیریت یک «کارخانه تولید اطلاعات» ببیند.

برای مدیریت این کارخانه باید سه فعالیت کلیدی انجام شود:

۱. یادگیری

یک نکته مهم در خلاصه کتاب مدرس مرجع این است که مدرس باید روزی حداقل یک ساعت یاد بگیرد (کتاب یا تحقیق اینترنتی). او در جریان آخرین اخبار حوزه کاری‌اش است. در انتخاب کتاب سخت‌گیر باشید و هر کتابی را نخوانید؛ کتاب‌های بی‌ارزش وقت شما را تلف می‌کنند. اگر هفته‌ای یک کتاب خوب در حوزه تخصصی خود بخوانید، در سال ۵۰ کتاب خوانده‌اید و جزو برترین یادگیرندگان هستید.

بانک دانش: فرض کنید بانکی دارید که دانش خود را در آن پس‌انداز می‌کنید. شما فقط حق برداشت ۱۰ درصد موجودی خود را دارید. پس برای یک ساعت تدریس عالی، باید ۱۰ ساعت مطالعه و تحقیق کرده باشید.

۲. تولید محتوا

مدرس، محتوای آموزشی (متن، صوت و ویدیو) تولید می‌کند. اگر فکر می‌کنید اطلاعات شما در اینترنت هست، بدانید که طبق اصول مطرح شده در خلاصه کتاب مدرس مرجع، کار مدرس حرفه‌ای «کاهش گزینه‌ها» است. مردم پول می‌دهند تا بهترین گزینه را از میان هزاران گزینه اینترنتی به آن‌ها نشان دهید. برای تولید محتوا سه اصل کلیدی باید رعایت شود:

- **ساده‌سازی:** مطالب باید با یک بار خواندن قابل درک باشند.
- **کاهش حجم:** امروزه معیار آموزش خوب، طولانی بودن آن نیست؛ بلکه «کسب نتیجه» در کمترین زمان است.
- **رنگ‌آمیزی اطلاعات:** محتوا مانند غذا باید خوشمزه و زیبا باشد تا افراد مایل به استفاده از آن باشند.

۳. رشد کسب و کار

موفقیت شما به تلاش‌های بازاریابی بستگی دارد. وبسایت، فروشگاه اصلی شما در دنیا است. ژان بقوسیان استفاده از سایت وردپرسی را توصیه می‌کند. همچنین رسانه‌های اجتماعی، آهنربایی برای جذب علاقه‌مندان هستند. بخش مهمی از رشد کسب و کار که در خلاصه کتاب مدرس مرجع به آن پرداخته شده، بازاریابی محصولات و خدمات آموزشی‌تان است.

بازاریابی محصولات آموزشی

راز اصلی بازاریابی در یک جمله خلاصه می‌شود: «آموزش قبل از خرید».

کیفیت آموزش‌های رایگان باید در بالاترین سطح ممکن باشد؛ زیرا ذهنیت مخاطبان نسبت به شما، دقیقاً از همین محتوای رایگان شکل می‌گیرد. اگر آموزش رایگان شما ارزشمند باشد، مخاطب ناخودآگاه شما را به‌عنوان یک مرجع می‌شناسد. «کوبین کلی» در ایده مشهور خود می‌گوید:

["message_box text_color="light]

«برای موفقیت نیازی به میلیون‌ها دنبال‌کننده ندارید؛ تنها ۱۰۰۰ هوادار واقعی کافی است. هواداران افرادی هستند که به شما اعتماد دارند و حاضرند برای رشد خود با شما سرمایه‌گذاری کنند. این هواداران، نه با تبلیغات، بلکه با آموزش‌های رایگان و با کیفیتی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع نیز بر آن تاکید شد، ساخته می‌شوند».

[message_box/]

فصل دوم: ۱۰ محصول مدرس مرجع

در این فصل از خلاصه کتاب مدرس مرجع، به معرفی ده محصول حیاتی پرداخته می‌شود که هر مدرس برای پوشش دادن تمام گروه‌های مخاطبان به آن‌ها نیاز دارد. تجربه نویسنده نشان می‌دهد کامل بودن این سبد محصولات برای تبدیل شدن به

یک چهره شاخص ضروری است؛ چراکه هر محصول، طیف خاصی از مخاطبان را جذب می‌کند و حذف هر کدام، به معنای نادیده گرفتن بخشی از بازار است.

۱. کتاب الکترونیکی

کتاب الکترونیکی معمولاً متنی کم‌حجم (بین ۱۰ تا ۲۰ صفحه) است که در فرمت‌های PDF یا epub برای مطالعه در موبایل و کامپیوتر منتشر می‌شود. طبق آنچه در خلاصه کتاب مدرس مرجع می‌خوانیم، هدف اصلی ایبوک «فروش» نیست؛ بلکه «جذب مشتری» و «ایجاد ذهنیت عالی» است. ژان بقوسیان اشاره می‌کند خودش با اولین کتاب الکترونیکی‌اش تحت عنوان «۱۰۱ عنوان برای ساخت تبلیغات پرفروش» که صدها هزار بار دانلود شد، توانست نام خود را سر زبان‌ها بیندازد.

نکته کلیدی صنعت آموزش:

[message_box text_color="light"]

زیبایی بصری، جلد جذاب و صفحه‌آرایی حرفه‌ای (شامل عکس، نمودار و جدول) اهمیتی حیاتی دارد. هدف این است که مخاطب حتی با یک نگاه اجمالی به این نتیجه برسد که کار شما سطح بالاست.

[message_box/]

۲. کتاب چاپی

کتاب چاپی محصولی است که جایگاه شما را به عنوان «متخصص» و «کارشناس» تثبیت می‌کند. میان تمام محصولات معرفی شده در خلاصه کتاب مدرس مرجع، کتاب چاپی سریع‌ترین و بیشترین اعتبار را برای شما به ارمغان می‌آورد. برخلاف محصولات دیجیتال، کپی کردن فیزیکی آن دشوار است و سازمان‌ها برای خرید عمده ناچار هستند نسخه‌های اصل را تهیه کنند.

مدرسان بزرگ دنیا، از کتاب به عنوان ابزاری ارزان‌قیمت برای بازاریابی استفاده می‌کنند تا پس از جلب اعتماد، محصولات گران‌تر خود را بفروشند.

۳. مقاله

نوشتن مقالات قدرتمند می‌تواند جایگاه حرفه‌ای شما را تضمین کند. نویسنده تاکید دارد که بسیاری از مشتریان صرفاً با خواندن یک مقاله در مجلات معتبر (مثل موفقیت یا خلاقیت) به او اعتماد کرده و پروژه‌های بزرگی را به او سپرده‌اند.

برای چاپ مقاله در مجلات، حتماً «سخن سردبیر» و شماره‌های اخیر مجله را بررسی کنید تا با سلیقه آن‌ها آشنا شوید. همچنین، انتشار مقالات در سایت شخصیتان باعث می‌شود افرادی که در گوگل جستجو می‌کنند، شما را پیدا کنند. یکی از بهترین روش‌های یادگیری عمیق که در خلاصه کتاب مدرس مرجع توصیه شده، این است که یک موضوع را به‌عنوان پروژه تحقیقاتی تعریف کنید و برای نوشتن یک مقاله عالی درباره آن پژوهش کنید.

۴. صوت

مزیت بزرگ آموزش صوتی این است که «همراه» مخاطب است. افراد می‌توانند هنگام رانندگی، پیاده‌روی یا رفت‌وآمد به محل کار به آن گوش دهند. تولید آن بسیار ساده است و حتی با یک موبایل هوشمند و در صورت نیاز یک میکروفن یقه‌ای یا دستگاه ضبط خبرنگاری، قابل انجام است.

۵. ویدیو

ویدیو، سریع‌ترین روش برای مشهور شدن است. نکته مهمی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع بر آن تاکید شده این است: «ایده‌آل‌گرا نباشید». ابتدای کار، محتوای عالی و نحوه ارائه شما بسیار مهم‌تر از کیفیت نور و تصویر است.

تمرین کاهش اضطراب جلوی دوربین

یک چالش ۳۰ روزه انجام دهید: «هر روز یک ویدیوی ۵ دقیقه‌ای ضبط کنید». شرط مهم این است حق ندارید ضبط را متوقف کنید. اگر تیق زدید، عذرخواهی کنید و ادامه دهید. قول بدهید در پایان ماه همه را پاک می‌کنید؛ این کار ترس شما را می‌ریزد.

۶. وبینار

وبینار سمیناری است که به صورت زنده و آنلاین برگزار می‌شود. مدرس معمولاً اسلایدهای پاورپوینت خود را به اشتراک می‌گذارد و مخاطبان صدای او را می‌شنوند. این روش، محدودیت‌های جغرافیایی را برای جذب دانشجو از بین می‌برد.

۷. اشتراک پولی

این مدل شامل قرار دادن مطالب اختصاصی در بخشی از سایت است که نیاز به پرداخت حق اشتراک دارد. دوره‌های آنلاین تدریجی که محتوا را هفته‌به‌هفته باز می‌کنند، در این دسته قرار می‌گیرند؛ مثلاً به جای تحویل یک‌باره‌ی یک دوره ۵ ساعته، آن را در طول ۵ هفته ارائه می‌دهید.

۸. کارگاه

کارگاه یک جلسه حضوری و تعاملی است که برخلاف سخنرانی یک‌طرفه، با «تمرین» و «کار عملی» همراه است. در اینجا بخشی از محتوا توسط خود شرکت‌کنندگان (مثلاً از طریق طوفان فکری) تولید می‌شود. مشخصات یک «کارگاه رویایی» طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع:

- جزوه قبل از کارگاه: ارسال منابع برای آمادگی ذهنی.
- محتوای پایان دوره: ارائه فیلم یا صوت جلسه برای مرور.
- پیگیری: ارتباط با شرکت‌کنندگان تا ۳۰ روز بعد برای اطمینان از اجرا.
- شبکه‌سازی: ایجاد گروه در شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط اعضا.
- ارزیابی: برگزاری آزمون ورودی و خروجی برای سنجش میزان رشد.

۹. همایش

همایش، سخنرانی برای جمعیتی بزرگ (۱۰۰ تا چند هزار نفر) است که معمولاً امکان پرسش و پاسخ ندارد. یک همایش استاندارد باید سه منبع درآمد داشته باشد:

- بلیت ورودی: حتی اگر ارزان یا رایگان باشد (برای برندسازی).

- محصولات سخنران: فروش محصولات در انتهای سالن که ویژگی بارز مدرسان مرجع است.
- حامیان مالی: شرکت‌هایی که هزینه‌ها را پوشش می‌دهند یا خدمات تبادلی ارائه می‌کنند.

۱۰. مشاوره

مشاوره گران‌ترین خدمت شماست و در واقع آموزشی است که برای «یک فرد خاص» شخصی‌سازی شده است. کار اصلی مشاور «کاهش گزینه‌ها» و ارائه یک نسخه دقیق برای رفع سرگردانی است. نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع توصیه می‌کند فقط به کسانی مشاوره بدهید که قبلاً از طریق کتاب‌ها یا محصولات دیگر با شما آشنا شده و به شما اعتماد کامل دارند.

فصل سوم: ساخت آموزش در رده جهانی (معیار کیفیت «ماز»)

این فصل از خلاصه کتاب مدرس مرجع، فرمولی ارائه می‌دهد که به هر مدرسی کمک می‌کند آموزشی در سطح جهانی تولید کند. طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، فرمول «ماز» معیاری است برای تولید آموزش در رده جهانی. یک آموزش جهانی از نظر محتوا عالی است، ارائه آن بسیار قدرتمند است و شامل زمینه مناسبی است.

محتوا

محتوا، ستون اصلی آموزش است. در خلاصه کتاب مدرس مرجع آمده که بدون محتوای قوی، هیچ ارائه‌ای ماندگار نخواهد بود. مدرسان معمولی فقط اطلاعات را پرتاب می‌کنند؛ مثل پرتاب مکعب‌های چوبی در اتاقی خالی؛ اما مدرس مرجع، ابتدا ذهن مخاطب را قفسه‌بندی می‌کند، سپس اطلاعات را در قفسه‌های منظم می‌چیند. به عبارتی دیگر، ابتدا «چارچوب» می‌سازد و سپس «جزئیات» را در آن قرار می‌دهد.

تولید محتوا با فرمول «دبیر»

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، یک محتوای باکیفیت ترکیبی از دانش، بینش و

راهکار است:

- **دانش:** اطلاعات عمومی و موجود در منابع مختلف.
- **بینش:** تحلیل و تجربه شخصی که مسیر را کوتاه‌تر می‌کند.
- **راهکار:** دستورالعمل‌های عملی و قدم‌به‌قدم.

تفاوت کلیدی در «بینش» است؛ چیزی که در اینترنت به‌ندرت یافت می‌شود و باعث می‌شود محتوای شما متمایز گردد.

رنگ‌آمیزی اطلاعات

محتوای خشک، ماندگار نمی‌شود. در خلاصه کتاب مدرس مرجع تاکید شده که مدرس مرجع اطلاعات را با مثال، احساس و داستان زنده می‌کند.

شش روش برای رنگ‌آمیزی محتوا

نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع شش روش اصلی را معرفی می‌کند:

- **نقل قول:** از افراد معروف برای تقویت اعتبار.
- **داستان کوتاه:** از تجربه‌های واقعی خود یا دیگران.
- **آمار و ارقام:** برای ملموس کردن واقعیت‌ها.
- **اصطلاح یا فرمول:** مثل همین «ماز» و «دبیر».
- **رویدادهای داغ:** پیوند دادن آموزش به اتفاقات روز.
- **تصویرسازی:** استفاده از تشبیه‌ها و قیاس‌های ساده و قابل‌درک.

ارائه

بخش دوم از فرمول «ماز» که در خلاصه کتاب مدرس مرجع توضیح داده شده، «ارائه» است. محتوای عالی به‌تنهایی کافی نیست؛ زیرا حتی بهترین محتوای دنیا اگر با ارائه‌ای ضعیف همراه شود، شاید فقط برای عده بسیار کمی اثرگذار باشد.

اگر شاگرد، شما را نشناسد، ذهنیت او نسبت به کیفیت آموزش شما در همان چند

ثانیه اول شکل می‌گیرد. شما قبل از اینکه فرصت ارائه محتوای عالی خود را داشته باشید، باید این ذهنیت مثبت را بسازید.

دوران توجه به آموزش صرفاً به دلیل مفید بودن محتوا تمام شده است. بسیاری از شاگردان به دلیل تمرکز پایین، محصولات آموزشی شما را تا انتها دنبال نمی‌کنند. این «ارائه» و «زمینه» است که باعث می‌شود مخاطب آموزش شما را تا انتها ادامه دهد.

معیار خلاقانه برای بررسی کیفیت ارائه

نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع یک روش جالب برای سنجش کیفیت ارائه پیشنهاد می‌کند: «ویدیو آموزشی را بدون صدا پخش کنید. اگر در کمتر از یک دقیقه احساس خستگی کردید، ارائه خوب نیست».

در حالت بی‌صدا، باید احساس کنید مدرس به موضوع مسلط است، خوشبین است، به حرف‌هایش اعتقاد دارد و در نهایت حس خوبی را به شما منتقل می‌کند.

زمینه

«زمینه» سومین بخش از فرمول «ماز» در خلاصه کتاب مدرس مرجع و به معنای محیط، فضا و تمام عناصر حسی (بصری، شنیداری و...) است که محتوای شما را در بر می‌گیرد. این عامل به‌طور ناخودآگاه بر قضاوت مخاطب تاثیر می‌گذارد.

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، «زمینه» فقط مختص ویدیو نیست؛ بلکه در تمام اشکال آموزش وجود دارد:

- **ویدیو:** کیفیت فیلم، نورپردازی، دکور و اشیایی که در پس‌زمینه هستند.
- **کتاب:** کیفیت کاغذ، جنس جلد و کیفیت چاپ.
- **همایش:** زیبایی سالن، کیفیت سیستم صوتی و نورپردازی صحنه.
- **صوت:** کیفیت ضبط و نبود صداهای مزاحم در پس‌زمینه.

سه نقش کلیدی «زمینه»

در این بخش از خلاصه کتاب مدرس مرجع، سه نقش اصلی زمینه معرفی شده است:

۱. **نشان دادن موفقیت:** «زمینه» باید نشان دهد شما خودتان فردی موفق و حرفه‌ای هستید (مثلا مدال‌ها در پس‌زمینه آموزش ورزشی).

۲. **همخوانی با محتوا:** «زمینه» باید پیام محتوا را تایید کند. (مثلا آموزش مدیریت در دفتر کار ضبط شود؛ اما آموزش تفریح و استراحت در طبیعت).

۳. **کاهش حواس‌پرتی:** «زمینه» نباید شلوغ باشد و توجه مخاطب را از پیام اصلی منحرف کند (مثلا قاب عکس‌های زیاد در پس‌زمینه).

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، «زمینه» می‌تواند آموزش شما را تقویت کند (مخاطب می‌گوید «او موفق است»)، آن را تضعیف کند (مخاطب می‌گوید «او موفق نیست») یا خنثی باشد (مثلا یک پس‌زمینه ساده).

فصل چهارم: نوشتن کتاب در ۳۰ روز

این بخش از خلاصه کتاب مدرس مرجع به یک روش ساده، گام‌به‌گام و کاملا عملی برای نوشتن کتاب در مدت ۳۰ روز می‌پردازد. این فرمول، مخصوص مدرس‌هایی است که می‌خواهند با سرعت و نظم، کتابی تاثیرگذار و حرفه‌ای بنویسند و از آن برای افزایش اعتبار و فروش خود استفاده کنند.

مزایای نوشتن کتاب

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، نوشتن کتاب فقط یک فعالیت فرهنگی نیست؛ بلکه یکی از قوی‌ترین ابزارهای بازاریابی شخصی است. در این بخش، پنج مزیت اصلی نوشتن کتاب برای مدرس‌ها آورده شده است:

- ایجاد اعتبار سریع
- افزایش فروش محصولات دیگر
- دعوت به سخنرانی
- تسهیل چاپ مقاله در مجلات
- مصاحبه در رسانه‌ها

چهار کار نویسنده

نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع چهار وظیفه اصلی برای نگارش کتاب معرفی می‌کند:

- ۱. نوشتن متن:** ابتدا هر فصل را در فایل جداگانه‌ای در نرم‌افزار Word بنویسید تا ساختار کار منظم‌تر شود.
- ۲. ویرایش:** ویرایش، کاری کاملاً تخصصی است و باید بادقت انجام شود. برای ویرایش اولیه، می‌توانید از افزونه رایگان ویراستیار استفاده کنید.
- ۳. صفحه‌آرایی:** در این مرحله، متن شما به قالب کتاب تبدیل می‌شود. برای نتیجه حرفه‌ای‌تر، نرم‌افزار Adobe InDesign بهترین گزینه است.
- ۴. طراحی جلد:** جلد، اولین برخورد مخاطب با کتاب شماست. طراحی باید جذاب و متناسب با موضوع باشد. معمولاً طراحی جلد با نرم‌افزار فتوشاپ انجام می‌شود و شامل سه بخش، از جمله جلد جلو، عطف و پشت جلد است.

چهار کار ناشر

در این قسمت از خلاصه کتاب مدرس مرجع، وظایف ناشر به تفصیل شرح داده شده است:

- ۱. ثبت در کتابخانه ملی:** ناشر با ثبت کتاب در کتابخانه ملی، برای آن شابک (ISBN) دریافت می‌کند. این شماره، شناسه بین‌المللی کتاب شما است.
- ۲. دریافت مجوز وزارت ارشاد:** هر کتاب باید برای چاپ رسمی، از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز بگیرد.
- ۳. چاپ کتاب:** پس از تایید، کتاب در چاپخانه منتشر می‌شود. تیراژ پایین‌تر، معمولاً به معنی هزینه بیشتر برای هر نسخه است.
- ۴. اعلام وصول:** در نهایت چند نسخه از کتاب چاپ‌شده به وزارت ارشاد تحویل داده می‌شود تا مراحل رسمی انتشار تکمیل شود.

روش ۶-۳-۶ برای نوشتن کتاب در ۳۰ روز

این روش ساده که در خلاصه کتاب مدرس مرجع معرفی شده، فرمول اختصاصی

مدرس مرجع برای تبدیل ایده به کتاب در زمان کوتاه است.

۱. انتخاب یک موضوع خاص و نتیجه محور

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، موضوع شما باید واضح، کاربردی و محدود باشد.

• **مثال نامناسب:** مدیریت زمان

• **مثال مناسب:** مدیریت زمان با موبایل برای مدیران

۲. انتخاب ۶ موضوع اصلی

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، کتاب را به ۶ فصل (یا قفسه اصلی) تقسیم کنید. برای الهام گرفتن از ساختار کتاب‌های مشابه، می‌توانید از [Google Books](#) یا فروشگاه‌های آنلاین کتاب کمک بگیرید.

۳. انتخاب ۳ زیرمجموعه برای هر موضوع

در این مرحله از خلاصه کتاب مدرس مرجع، برای هر یک از ۶ موضوع اصلی، سه زیرموضوع مشخص کنید. در مجموع ۱۸ زیرمجموعه خواهید داشت که اسکلت کتاب را می‌سازد.

۴. نوشتن ۶ پرسش برای هر زیرمجموعه

برای هر زیرموضوع، شش سوال بنویسید. به این ترتیب، در پایان ۱۰۸ سوال خواهید داشت که پایه محتوای کتاب شما است.

۵. یافتن پاسخ برای ۱۰۸ سوال

پاسخ دادن به سوال‌ها، بخش اصلی تولید محتواست. نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع توصیه می‌کند برای پاسخ‌ها از منابع متنوع استفاده کنید:

• بینش و تجربه شخصی خودتان (مهم‌ترین منبع)

• جست‌وجو در منابع معتبر اینترنتی

• کتاب‌های مرتبط (با ذکر منبع)

• مصاحبه با افراد خبره در حوزه موضوع

• نظرسنجی از مخاطبان یا دانشجویان خود

۶. تبدیل پاسخ‌ها به محتوای کتاب

در مرحله نهایی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع شرح داده شده، پاسخ‌های شما نباید به صورت پرسش و پاسخ باقی بمانند. این ۱۰۸ پاسخ، مواد خام کتاب هستند. حالا باید آن‌ها را بازنویسی، ترکیب، حذف یا ادغام کنید تا ساختار نهایی فصل‌ها شکل بگیرد.

نکته کلیدی:

["message_box text_color="light]

اگر روزی فقط به ۴ سوال پاسخ دهید، در کمتر از ۳۰ روز (دقیق‌تر ۲۷ روز) کتابتان آماده است.

[message_box/]

فصل پنجم: بازآفرینی اطلاعات

در این بخش از خلاصه کتاب مدرس مرجع، با مفهومی بسیار مهم در صنعت آموزش آشنا می‌شویم که کمک می‌کند با یک بار تولید محتوا، به مخاطبان بسیار بیشتری دسترسی پیدا کنید.

۴ گروه یادگیرندگان

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، مخاطبان شما را می‌توان به چهار دسته اصلی تقسیم کرد:

• **خواننده:** ترجیح می‌دهد کتاب، مقاله و متن بخواند.

• **شنونده:** دوست دارد در زمان‌های مُرده (مثل رانندگی یا پیاده‌روی) به آموزش‌های صوتی و پادکست گوش دهد.

• **بیننده:** با ویدیو، فیلم آموزشی و وبینار ارتباط بهتری برقرار می‌کند.

• **عمل‌کننده:** یادگیری از طریق تعامل را ترجیح می‌دهد و باید در کارگاه‌های حضوری، همایش‌ها یا جلسات مشاوره شرکت کند.

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، بهترین راه برای خدمت‌رسانی به تمام این چهار گروه، «بازآفرینی اطلاعات» است.

بازآفرینی اطلاعات چیست؟

در این قسمت از خلاصه کتاب مدرس مرجع، بازآفرینی اطلاعات این‌گونه تعریف شده: «تغییر فرمت محتوا، عمق آن یا هر دو، برای دسترسی به مخاطبان بیشتر و افزایش نرخ یادگیری».

شما می‌توانید یک محتوا را به سه شکل بازآفرینی کنید:

۱. تغییر فرمت

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، در این روش محتوا ثابت است، اما شکل آن عوض می‌شود.

مثال: تبدیل یک مقاله (متن) به یک پادکست (صوت).

۲. تغییر عمق

در این روش که در خلاصه کتاب مدرس مرجع توضیح داده شده، فرمت ثابت است؛ اما میزان جزئیات آن کم یا زیاد می‌شود.

مثال: تبدیل یک فیلم آموزشی ۱ ساعته (عمق زیاد) به خلاصه‌ای ویدیویی ۱۰ دقیقه‌ای از نکات کلیدی (عمق کم).

۳. تغییر فرمت و عمق

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، در این روش همزمان عمق و فرمت محتوا را تغییر می‌دهیم.

مثال: تبدیل یک کتاب ۲۳۲ صفحه‌ای (متن، عمق زیاد) به یک خلاصه صوتی ۱ ساعته (صوت، عمق کم).

انواع بازآفرینی

نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع سه نوع بازآفرینی را معرفی می‌کند:

- ۱. محصول به محصول:** تبدیل یک محصول پولی به محصول پولی دیگر (مثلاً تبدیل کتاب به کتاب صوتی).
- ۲. محصول به محتوا:** تبدیل بخش‌هایی از یک محصول پولی به محتوای رایگان (مثلاً انتشار رایگان یک فصل از کتاب در سایت).
- ۳. محتوا به محصول:** تبدیل یک محتوای رایگان که بسیار پرطرفدار بوده (مثل یک مقاله سایت) به یک محصول پولی کامل (مثل یک دوره ویدیویی).

ترس مدرس تازه‌کار

در این بخش از خلاصه کتاب مدرس مرجع، به یکی از نگرانی‌های اصلی مدرسان تازه‌کار پرداخته شده است. بسیاری از مدرسان تازه‌کار از تکرار مطالب خود هراس دارند. آن‌ها می‌ترسند اگر مطلبی را که در یک محصول آموزشی (مثلاً کتاب) گفته‌اند، در کارگاه حضوری نیز تکرار کنند، مخاطبانی که کتاب را خوانده‌اند، دلزده شوند.

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، دیدگاه مدرس مرجع دقیقاً برعکس است. مدرس مرجع می‌داند کار اصلی او «ایجاد تغییر» در شاگرد است و ایجاد تغییر تنها با یک ابزار قدرتمند ممکن می‌شود: «تکرار».

داستان واقعی

ژان بقوسیان مثال می‌زند وقتی برایان تریسی به ایران آمده بود، در همایش خود دقیقاً مطالبی را ارائه داد که در فصل جدیدترین کتابش وجود داشت؛ باین‌حال او که تمام آن مطالب را خوانده بود، باز هم از شنیدن سخنرانی لذت برد.

فصل ششم: روش بازاریابی مدرس مرجع

نویسنده در این فصل از خلاصه کتاب مدرس مرجع تاکید می‌کند محتوای عالی، زمانی مفید واقع می‌شود که با بازاریابی حرفه‌ای همراه باشد.

۱. زنجیره محصولات

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، هیچ مدرس مرجعی در جهان وجود ندارد که فقط یک محصول داشته باشد. زنجیره محصولات به معنای داشتن چندین محصول (رایگان، ارزان، متوسط و گران) است که هرکدام به صورت مستقیم یا غیر مستقیم، محصولات دیگر این زنجیره را تبلیغ می‌کنند.

[message_box text_color="light]

استراتژی کلیدی: «بخش عمده بازاریابی شما باید بر محصولات رایگان و ارزان متمرکز باشد».

[message_box/]

در این بخش از خلاصه کتاب مدرس مرجع، ژان بقوسیان زنجیره یکی از محصولاتش را این‌گونه شرح می‌دهد: «ابتدا دوره صوتی آنلاین «افزایش عملکرد» را ساختم. به دلیل استقبال عالی، آن را به «همایش» تبدیل کردم. سپس «فیلم همایش» را فروختم. در قدم بعد، مطالب را به «کتاب» تبدیل کرده و در نهایت با عمیق‌تر کردن مطالب، کتاب دومی نوشتم که ۸۰,۰۰۰ نسخه فروخته شد».

پرش در زنجیره

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، مخاطب، پله‌ها را لزوماً به ترتیب طی نمی‌کند. گاهی یک نفر با دیدن یک ویدیو رایگان و عالی، آنقدر قانع می‌شود که مستقیماً گران‌ترین محصول شما (مثلاً دوره چند میلیونی) را می‌خرد.

محصولات رایگان شما «تعیین‌کننده‌ترین» محصولات شما هستند.

۲. ساخت تریبون

در این قسمت از خلاصه کتاب مدرس مرجع تاکید می‌شود موفقیت و فروش، نصیب مدرس می‌شود که بهترین «تریبون» را در اختیار دارد. تریبون در بازاریابی مدرن، «سکوی سخنرانی» شما است. این سکو، همان «اطلاعات تماس» هزاران هوادار است که خودشان آن را در اختیار شما قرار داده‌اند.

تربیون این قدرت را می‌دهد که هر لحظه اراده کردید، بتوانید به تمام هواداران‌تان پیام دهید و مثلا اعلام کنید کتاب جدیدتان چاپ شده است. قدرت، دست کسی است که تربیون بزرگتری دارد.

سه قدم برای ساخت تربیون

نویسنده در خلاصه کتاب مدرس مرجع سه مرحله کلیدی برای ساخت تربیون معرفی می‌کند:

۱. ایجاد ترافیک: ابتدا باید افراد علاقه‌مند را با تبلیغات به یک مکان مشخص (مانند سایت، رسانه اجتماعی یا سالن همایش) هدایت کنید.

۲. پیشنهاد بدون ریسک: بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، شما نمی‌توانید از یک غریبه انتظار خرید داشته باشید. باید پیشنهادی به او بدهید که ریسکی برایش نداشته باشد. بهترین پیشنهاد بدون ریسک برای یک مدرس، آموزش رایگان و ارزشمند است.

۳. گرفتن اطلاعات تماس: در ازای دادن آن آموزش رایگان، از مخاطب اطلاعات تماسش را می‌خواهید.

۳. ساخت کمپین

طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع، کمپین، سلسله‌ای از عملیات بازاریابی (مانند ارسال چند ایمیل آموزشی و تبلیغاتی پشت سر هم) است که مخاطب را قانع می‌کند اقدام دلخواه شما را انجام دهد.

هدف کمپین، افزایش «اعتماد» و «علاقه» مخاطب است. کمپین فرایند آشنایی تا خرید را، که در حالت طبیعی و اتفاقی شاید یک سال طول بکشد (دیدن ویدیو، سپس خواندن مقاله، سپس خرید کتاب، سپس ثبت‌نام در دوره)، به چند روز فشرده می‌کند و کنترل آن، کاملا دست شما است.

سه گام اجرای کمپین

در این بخش، سه مرحله اجرای کمپین به شرح زیر توضیح داده شده است:

۱. آموزش قبل از خرید

پس از گرفتن ایمیل، بلافاصله شروع به ارسال ایمیل‌های آموزشی رایگان و خودکار می‌کنید. این کار اعتماد ایجاد می‌کند؛ چون بدون درخواست پول، در حال کمک کردن هستید.

۲. پیشنهاد محصول ردنشده

بر اساس خلاصه کتاب مدرس مرجع، هدف از این محصول، سود کردن نیست؛ بلکه تبدیل کردن «علاقه‌مند» به «خریدار» است. کسی که حتی ۱۰۰۰ تومان از شما خرید کند، ترسش از خرید آنلاین از شما می‌ریزد و آمادگی خریدهای بزرگتر را پیدا می‌کند.

چند مثال:

- یک محصول داندودی با قیمت بسیار پایین (مثلاً ۱۰۰۰ تومان).
- یک کتاب چاپی رایگان که مخاطب فقط هزینه پست آن را می‌پردازد.
- محصولی با هدیه بسیار بزرگ (مثلاً فروش کتاب با قیمت عادی + هدیه رایگان صوت یک کارگاه گران‌قیمت).

۳. پیشنهادهای بیش‌فروشی

پس از اینکه مخاطب اولین خرید ردنشده را انجام داد، اعتماد او جلب شده و می‌توانید بلافاصله پیشنهادهای بزرگتر و گران‌تری به او بدهید.

نکته طلایی:

[message_box text_color="light]

مهم‌ترین دارایی شما صرفاً «فهرست ایمیل علاقه‌مندان» نیست؛ بلکه فهرست «خریداران» شما است. کسی که حتی یک ریال به شما پرداخت کرده، اعتماد بسیار بیشتری به شما دارد و احتمال خرید مجدد او بسیار بالاتر از فردی است که فقط محتوای رایگان دریافت کرده است.

[message_box/]

فصل هفتم: شخصیت مدرس مرجع

رسیدن به موفقیت نهایی در این مسیر، نیازمند داشتن یک «شخصیت» خاص و اثرگذار است. در هر حوزه‌ای، تنها افراد انگشت‌شماری موفق می‌شوند به جایگاه رفیع «مدرس مرجع» دست پیدا کنند. پیش از بررسی ویژگی‌ها، در خلاصه کتاب مدرس مرجع تعریف دقیقی از این جایگاه ارائه شده است: «مدرس مرجع کسی است که به الگو و معیاری برای شاگردان و حتی سایر مدرسان حوزه خود تبدیل می‌شود. نشانه بارز او این است وقتی محصولی جدید تولید می‌کند، اولین خریدارانش رقیبان او هستند تا بتوانند کارشان را ارتقا دهند».

هنر چنین فردی فقط فن بیان قوی یا تدریس عالی نیست؛ بلکه داشتن حرف‌های جدید و ارزشمند است. او مخترع مطالب نیست؛ اما با تحلیل و تجربه، «ارزش افزوده» ایجاد می‌کند و صرفاً تکرارکننده نیست. به همین دلیل هوادارانش به او اعتماد کامل دارند و گاهی بدون نیاز به تبلیغات و صرفاً با شنیدن خبر انتشار اثر جدید، آن را می‌خرند.

در ادامه، ۵ خصوصیت کلیدی که طبق خلاصه کتاب مدرس مرجع برای رسیدن به این جایگاه ضروری هستند، بررسی می‌شوند:

۱. الگو باشید

شما باید تجسم عینی آموزش‌هایتان باشید. کتاب مثال می‌زند که مشاوران تغذیه‌ای که خودشان اضافه وزن دارند یا پزشکانی که سیگار می‌کشند، هرگز نمی‌توانند مرجع باشند. مدرس مرجع مدام از خود می‌پرسد: «اگر همه شاگردانم دقیقاً شبیه من شوند، آیا دنیا جای بهتری خواهد شد؟». رعایت اخلاق، به‌ویژه صداقت، از هر چیزی مهم‌تر است. هرگز نباید برای بزرگ‌نمایی، اصول اخلاقی را زیر پا بگذارید. همچنین الگوها همیشه پیشرو هستند؛ آن‌ها اولین کسانی هستند که موارد جدید را تست کرده و نتیجه را به شاگردان منتقل می‌کنند.

حفظ فاصله

نکته ظریفی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع به آن اشاره شده، «حفظ فاصله» است. شما باید همیشه در حال رشد باشید. اگر شاگرد احساس کند به سطح علمی شما رسیده است، دیگر شما را دنبال نخواهد کرد. هرچه این فاصله تخصصی و شخصیتی بیشتر باشد، حرف‌هایتان نفوذ بیشتری دارد و به تلاش کمتری برای بازاریابی نیاز خواهید داشت.

۲. اقتدار داشته باشید

شاگردان عاشق مدرس مقتدر هستند؛ نه فردی که در کلامش تردید دارد. این «قطعیت» شماست که شاگرد را وادار به اقدام می‌کند. به جای گیج کردن شاگرد با گزینه‌های متعدد، با استفاده از بینش خود بهترین گزینه را با قاطعیت پیشنهاد دهید. همچنین باید شجاعت اصلاح کردن شاگردان را داشته باشید و اگر مسیر را اشتباه می‌روند، به آن‌ها اخطار دهید؛ حتی اگر موقتا ناراحت شوند.

اگر در جمعی کسی با شما مخالفت کرد، نباید خودتان را ببازید. حفظ خونسردی و پاسخ دادن با اقتدار و بدون اضطراب، نشانه مدرس مرجع است.

۳. تحلیل‌گر باشید

شاید بپرسید مطالب نابی که یک مدرس مرجع ارائه می‌دهد از کجا می‌آیند؟ پاسخ «تحلیل» است.

بسیاری از کتاب‌های پرفروش جهان نتیجه تحلیل‌های موشکافانه هستند. نویسندگان در خلاصه کتاب مدرس مرجع توصیه می‌کند به جای جستجوی ساده در اینترنت، خودتان فعالانه عملکرد کسب‌وکارها یا افراد موفق را تحلیل کنید. از طریق همین تحلیل عمیق است که می‌توانید ارتباطات پنهانی را کشف کرده و حرفی برای گفتن داشته باشید که دیگران از آن بی‌خبرند.

۴. ترغیب‌گر باشید

برای ایجاد تحول، باید بتوانید در دیگران «انگیزه» ایجاد کنید. یکی از بهترین روش‌ها، پیوند دادن آموزش‌ها به «رویاهای شاگرد» است. باید نشان دهید این

مطالب چگونه او را به آرزویش می‌رساند. همچنین برای قوت قلب دادن به شاگردان، از گذشته خود و ترس‌هایی که داشته‌اید بگویید تا بدانند شما هم روزی جای آن‌ها بوده‌اید. یک مدرس حرفه‌ای، کمال‌گرایی شاگرد را اصلاح می‌کند و او را به سمت «عمل‌گرایی» سوق می‌دهد، حتی اگر شروع کارش ناقص باشد.

۵. با ملاحظه باشید

شما زمانی به اوج می‌رسید که یک «انسان خارق‌العاده» باشید. هدف نهایی در خلاصه کتاب مدرس مرجع صرفاً پول نیست؛ بلکه لذت بردن از کمک به دیگران است. اگرچه داشتن دوره‌های گران‌قیمت طبیعی است؛ اما مدرس مرجع همزمان محتوای رایگان زیادی تولید می‌کند تا روی زندگی افرادی که توان مالی ندارند نیز اثر بگذارد. موفقیت شاگردان باید دغدغه اصلی شما باشد و حتی اگر سود مالی کمی ببرید، باید به تعهدات خود در قبال آن‌ها پایبند بمانید.

فصل هشتم: ایجاد تحول در زندگی دیگران

«تحول»، مفهومی بسیار عمیق‌تر از آموزش صرف است. فرض کنید شاگرد در نقطه «الف» (وضعیت فعلی) قرار دارد و پس از آموزش شما باید به نقطه «ب» (وضعیت مطلوب) برسد. در نقطه «ب»، نه تنها دانش و مهارت‌های فرد تغییر کرده؛ بلکه «خود فرد» نیز متحول شده و به انسان بهتری تبدیل شده است.

نکته مهمی که در خلاصه کتاب مدرس مرجع به آن تاکید شده این است برای ایجاد این تغییر، انتقال «دانش، بینش و راهکار» کافی نیست؛ زیرا ممکن است شاگرد اصلاً ترغیب به اجرای آن‌ها نشود. نکات این فصل اطمینان می‌دهد آموزش‌هایتان اجرا می‌شوند.

در ادامه ۱۰ نکته کلیدی برای ایجاد تحول را مرور می‌کنیم:

۱. برداشتن موانع ذهنی

بسیاری از افراد به این دلیل به رویاهایشان نمی‌رسند که باورهای محدودکننده‌ای

دارند. آن‌طور که در خلاصه کتاب مدرس مرجع می‌خوانیم، بهترین راه برای شکستن این موانع، «نمایش نمونه‌های موفق» است. برای مثال سایت «دیجی‌کالا» یک نمونه موفق بود که مانع ذهنی «نبود امکان فروش اینترنتی در ایران» را برای هزاران نفر شکست.

۲. صحبت با فرد «ب»

شاگردان نباید خود را فرد مبتدی ببینند؛ بلکه باید با آن‌ها طوری صحبت کنید که انگار «هم‌اکنون» به فرد موفق (نقطه ب) تبدیل شده‌اند. نویسنده به تجربه‌ای از دکتر آزمندیان اشاره می‌کند که در ابتدای دوره سخنرانی گفتند: «می‌خواهم با شما به‌عنوان سخنرانان حرفه‌ای صحبت کنم». این تغییر لحن باعث می‌شود انگیزه شاگرد برای شنیدن ادامه مطالب چندبرابر شود.

۳. ایجاد واقع‌بینی

شما نباید دیدگاهی غیرواقعی در شاگرد ایجاد کنید. برخی مدرسان کار را بسیار آسان نشان می‌دهند که باعث سرخوردگی شاگرد در اولین برخورد با سختی‌ها می‌شود. برخی دیگر مسیر را آنقدر سخت و ناممکن جلوه می‌دهند که شاگرد دچار یأس می‌شود. هنر شما ایجاد «خوش‌بینی همزمان با واقع‌بینی» است.

۴. تعریف هدف‌های سخت

برخلاف تصور عمومی که اهداف باید ساده باشند، خلاصه کتاب مدرس مرجع پیشنهاد می‌کند که «هدف‌های سخت» تعریف کنید. این چالش‌ها هستند که انگیزه ایجاد می‌کنند؛ زیرا انسان‌ها دوست دارند حس «برنده شدن» در یک بازی سخت را تجربه کنند. نویسنده مثال می‌زند که برای شاگردی که عقب افتاده بود، دستوری سخت صادر کرد: «تمام تکالیف را در دو روز کامل انجام بده». شنیدن این هدف سخت، به‌جای ناامیدی، در شاگرد «ذوق‌زدگی» و تحرک ایجاد کرد.

۵. ایمن‌سازی احساسی

یک حقیقت تلخ وجود دارد: شاگرد در کلاس انگیزه می‌گیرد، اما به محض ورود به «دنای واقعی»، محیط و اطرافیان این انگیزه را می‌کشند. راهکار چیست؟ باید شاگرد

را از لحاظ احساسی «ایمن» کنید. پس از آموزش با او در ارتباط باشید و بگویید که از سختی شرایطش آگاهید، اما او محکوم به موفقیت است. همچنین قرار دادن او در جمع شاگردان موفق دیگر، انگیزه‌بخش است.

۶. حفظ توجه مخاطب

بهترین و ساده‌ترین روش برای حفظ توجه، «طرح پرسش» است. آموزش‌هایی که مدام از جملات خبری استفاده می‌کنند، خواب‌آور می‌شوند. حتی در ویدیو، خود سوال پرسیدن (بدون منتظر ماندن برای جواب)، ذهن مخاطب را درگیر می‌کند. استفاده از «معما» نیز روش موثر دیگری است.

۷. ایجاد رقابت سالم

می‌توانید با برگزاری مسابقات و چالش، رقابت سالم ایجاد کنید. همه عاشق برنده شدن هستند. در نظر گرفتن جایزه برای کسانی که تکالیف را بهتر یا زودتر انجام می‌دهند، معجزه می‌کند.

۸. نمایش به‌جای آموزش

بسیاری از مدرسان فقط تئوری می‌گویند. نویسندگان در خلاصه کتاب مدرس مرجع توصیه می‌کند که عملی کار کنید. مثلاً به‌جای تئوری بازاریابی، یک سایت موفق واقعی را جلوی شاگردان «تحلیل» کنید؛ یا به‌جای حرف زدن درباره طراحی سایت، خودتان پیش چشم شاگردان، یک سایت را از صفر بسازید.

۹. ایجاد حلقه‌های باز

در پایان هر آموزش، باید در ذهن شاگرد «حلقه‌های باز» ایجاد کنید تا مشتاق ادامه دادن باشد. به روندها و ایده‌های جدید یا «حالت‌های خاص» اشاره کنید (مثلاً: این تکنیک برای همه جا خوب است، اما در شرایط بحرانی روش دیگری داریم که بعداً می‌گویم). همیشه «قدم بعدی» یادگیری را برای شاگرد مشخص کنید.

۱۰. ترغیب به گزارش نتیجه

آخرین نکته این است شاگردان را ترغیب کنید نتیجه کارهایشان را به شما «گزارش» دهند. وقتی شاگرد بداند باید پاسخگو باشد، انگیزه بیشتری برای اجرا پیدا می‌کند.

معیار موفقیت شما!

در نهایت، معیار موفقیت شما در خلاصه کتاب مدرس مرجع، نه میزان درآمد شماست و نه تیراژ کتاب‌هایتان. مهم‌ترین معیار این است شاگردانتان چقدر نتیجه گرفته‌اند. لذت‌بخش‌ترین لحظه زمانی است که می‌بینید شاگردان به کمک آموزش‌های شما، به موفقیت‌های بزرگ رسیده‌اند. هدف باید «ارائه آموزشی باشد که باعث تحول دیگران شود»؛ در غیر این صورت، فقط یک تولیدکننده محتوا هستید؛ نه یک «مدرس مرجع».

از مطالعه تا ساخت امپراتوری آموزشی

آنچه تا اینجا خواندید، چکیده‌ای از نقشه‌راه موفقیت در صنعت آموزش بود؛ اما همان‌طور که در خلاصه کتاب مدرس مرجع بارها تاکید شد، «دانستن» به تنهایی کافی نیست؛ رمز اصلی در «اقدام» و «اجرا» است. خواندن نقشه گنج، شما را ثروتمند نمی‌کند؛ باید کفش‌ها را بپوشید و قدم در مسیر بگذارید.

شاید الان با خود فکر کنید: «چطور این ۱۰ محصول را تولید کنم؟»، «چطور دقیقا بازاریابی کنم؟» یا «چطور سیستم‌سازی کارخانه اطلاعات را پیاده‌سازی کنم؟». خبر خوب این است ما در مدیرسبز تمام این «چگونه‌ها» را در یک دوره جامع، عملی و قدم‌به‌قدم آماده کرده‌ایم. این کتاب در واقع، درس‌های تئوری دوره‌ای بسیار بزرگ‌تر و عملیاتی به نام «دوره کارخانه تولید اطلاعات» است.

اگر می‌خواهید از سطح یک خواننده فراتر بروید و واقعا به یک «مدرس مرجع» تبدیل شوید که دیگران آرزوی جایگاهش را دارند، جای شما در این دوره خالی است. در «کارخانه تولید اطلاعات»، شما فقط یاد نمی‌گیرید؛ بلکه تحت نظارت و با دستورالعمل‌های دقیق، کسب‌وکار آموزشی خود را خشت‌به‌خشت بنا می‌کنید.