

# چرا کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» پرفروش شد؟



منبع: [www.modiresabz.com](http://www.modiresabz.com)

نویسنده: ژان بقوسیان - برگرفته از همایش  
مدرسان مرجع  
موضوع: بازاریابی اطلاعات  
برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و  
بازاریابی به سایت مدیرسبز مراجعه کنید!  
برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب  
عضو سایت مدیر سبز شوید!

شاید سخت‌ترین کار برای یک مدرس یافتن ایده محصول باشد، ایده‌ای که تا سال‌ها از آن استقبال شود و افراد زیادی حاضر باشند از آن دوره یا محصول استفاده کنند. کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» پس از ده‌ها سال هنوز پرفروش است. در این مقاله دلیل آن را توضیح می‌دهیم.

همان‌طور که در کتاب «بازاریابی عصبی» توضیح داده‌ایم، مغز ما دنبال موضوع‌های جدید است ولی مطالبی که آموزش می‌دهیم اغلب جدید نیست. بنابراین در یادگیرنده‌ها این دیدگاه وجود دارد که مطلب آموزشی ما جدید و متفاوت نیست. چگونه این مشکل را حل کنیم؟

ژان بقوسیان در همایش «مدرسان مرجع ایران» به این موضوع پرداخت که در ادامه خلاصه پاسخ او را توضیح می‌دهیم.

ما دو راهکار برای انتخاب «موضوع محصول» آموزشی داریم:

۱. موضوعی کاملاً جدید پیدا کنیم که دیگران آن را ارائه نکرده‌اند

۲. پیشنهاد جدیدی برای موضوع‌های قدیمی داشته باشیم.

گزینه دوم معمولاً راحت‌تر است. علت اینکه لازم است فکر کنیم تا ایده جدید و متفاوتی برای محصول آموزشی‌مان پیدا کنیم غلبه بر «سیستم فیلترینگ مغز» است.

مغز اغلب افراد آن قدر مطالب تکراری دریافت کرده است که وقتی می‌گوییم یک دوره آموزشی خوب داریم، سیستم فیلترینگ مغز به سرعت موضوع آموزشی ما را در کنار آموزش‌های قبلی شخص می‌گذارد که از آن آموزش‌ها نتیجه‌چندانی نگرفته است. پس یکی از سخت‌ترین کارهای مدرسان این است که با انتخاب ایده خوب برای محصول بتوانند از سیستم فیلترینگ مغز افراد عبور کنند.



## سیستم فیلترینگ مغز!

چگونه می‌توان از سیستم فیلترینگ مغز افراد عبور کرد و کاری کنیم که افراد آموزش ما را از تمام آموزش‌هایی که در عمرشان دیده‌اند متفاوت بدانند.

برای یافتن پاسخ این سوال باید بدانیم که مغز سعی می‌کند هر اطلاعات جدید را کنار اطلاعات قبلی و مرتبط قرار دهد. بنابراین مغز در مواجهه با اطلاعات جدید، ابتدا سعی می‌کند پیدا کند این اطلاعات را باید در کدام قفسه قرار دهد.

فرض کنید شما مدرس زبان انگلیسی هستید. مغز به محض دیدن تبلیغ یا موضوع آموزش شما با یک جستجوی سریع قفسه بزرگی بنام «آموزش زبان» پیدا می‌کنند که از سال‌های قبل با مطالب زیادی پر شده است. ما می‌توانیم با انتخاب بهتر ایده محصول، مغز مخاطب را وادار کنیم که یک قفسه جدید بسازد! یعنی آموزش ما از تمام آموزش‌های دیگر متمایز شود و مغز آن را در قفسه جدیدی قرار بدهد و به آن بیشتر توجه کند! این روش «وقفه الگو» یا «Pattern Interrupt» نام دارد، یعنی کاری می‌کنیم که مغز با شنیدن توضیحات محصول آموزشی ما احساس کند که هیچ قفسه‌ای برای آن در مغزش وجود ندارد و وقفه‌ای به مغز وارد می‌شود تا یک قفسه جدید ایجاد کند و این آموزش را در آن قفسه قرار دهد.

## ایده بزرگ!

بگذارید یکی از بزرگ‌ترین رازهای صنعت آموزش را با شما در میان بگذارم! دلیل پرفروش شدن بسیاری از کتاب‌های پرفروش جهان و محصولات آموزشی مطرح، استفاده از یک ایده بزرگ برای ایجاد «وقفه الگو» بوده است! چون این مفهوم کمی سخت و پیچیده است، بیایید با چند مثال موضوع را واضح‌تر کنیم.

## کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید»

علت پرفروش شدن کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» آن است که پشت موضوع این کتاب یک ایده بزرگ وجود داشت. این ایده بزرگ باعث شد مغز اغلب افراد آن را کتابی بسیار متمایز و بدون تشابه به مطالب قبلی بدانند که البته همین‌طور بود.

در طراحی محصول آموزشی، اولین کاری که باید انجام دهیم پیدا کردن یک ایده بزرگ است که در مغز افراد وقفه ایجاد کند و افراد توجهشان جلب شود.

زمانی که کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» نوشته شد بیشتر مردم به کشاورزی یا کارهای کارگری مشغول بودند. در آن دوران آقای شخصی بنام ناپلئون هیل ایده بزرگی را مطرح کرد که با صحبت‌های تمام افراد هوشمند و فرهیخته جامعه متفاوت بود. در آن دوره توصیه والدین به فرزندان‌شان برای موفقیت این بود که هرچقدر بیشتر در روز خسته شوند و تلاش کنند به همان میزان موفق‌تر خواهند بود.

کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» یک ایده جدید مطرح کرد و گفت ثروتمند شدن شما ربطی به زیاد تلاش ندارد، بلکه عامل مهم‌تر اندیشیدن است. این حرف با تمام کتاب‌ها و آموزش‌های آن دوره متناقض بود! مطمئناً شخص باهوشی مانند «ناپلئون هیل» مدت زیادی فکر کرده تا ایده کتابش چه چیزی باشد و چگونه کتاب را



نام‌گذاری کند که بلافاصله جلب‌توجه کند. این کتاب با اینکه در سال ۱۹۳۷ نوشته شده، هنوز جزو پرفروش‌ترین کتاب‌های دنیا است!

## آموزش زبان به شیوه‌ای متفاوت

Rosetta Stone شرکت معروفی در زمینه آموزش زبان‌های مختلف است. ایده این شرکت آن قدر متفاوت بود که در مغز مخاطبان وقفه ایجاد می‌کرد. ایده شرکت این بود که برای آموزش زبان چینی نیازی نیست ما چینی را به زبان فارسی آموزش دهیم بلکه مانند کودکان که از ابتدا حافظه زبانشان صفر است به شما چینی آموزش می‌دهیم و این ایده را بیان کردند که آموزش زبان بدون استفاده از زبان دیگر برای بزرگسالان امکان‌پذیر است. همین موضوع باعث شد که موفقیت میلیون دلاری در دنیا داشته باشد. پس بسیار ساده‌لوحانه است که فکر کنیم فقط موضوع این محصولات باعث موفقیتشان شده است، بلکه ایده بزرگی که پشت محصول بوده باعث موفقیت شده است و کار مهم ما به‌عنوان مدرس یافتن یا ساختن ایده‌های بزرگ است.

## آیا ایده محصول ما خوب است؟

برای آزمودن ایده‌ای که پیدا کرده‌ایم می‌توانیم ابتدا ایده را به چند نفر بگوییم و اصلاً توضیح ندهیم که محصولی در کار است. اگر مخاطبان ذوق‌زده شدند محصولتان پرفروش خواهد شد. مدرسان زیادی وجود دارند که از شما ضعیف‌تر هستند ولی فروششان از شما خیلی بیشتر است. علت این موضوع شاید وجود یک ایده بزرگ در محصولاتشان باشد. کتاب «بیندیشید و ثروتمند شوید» بدون تبلیغات زیاد پرفروش شد. پس بسیار مهم است که پشت هر محصول آموزشی یک ایده بزرگ وجود داشته باشد.