

جلد اول سری کتابهای الکترونیکی:

آموزش موفقیت در اینترنت و بازاریابی به زبان ساده



این ایبوک با مجوز کامل در اختیار شما قرار گرفته است! می‌توانید آن را بفروشید یا به بازدیدکنندگان سایت خود هدیه بدهید. یا حتی می‌توانید آن را به عنوان جایزه ثبت نام در سایت خودتان در نظر بگیرید.

با امید ایرانی سربلند و الکترونیکی!

بازاریابی، علم نافذ در تمام جوانب زندگی!

تا بحال هیچ مطلبی درباره بازاریابی منتشر نکرده‌ام، اما این اواخر تغییراتی در تفکرات افراد جامعه و پیشرفت آنان مشاهده کردم، ایشان متوجه تخصص و ارزش آن شده‌اند. این یعنی **پیشروی جامعه بسوی حرفه‌ای شدن** کارها! در این بین یک چیز مرا تشویق به نوشتن می‌کرد، توجه نکردن خیلی‌ها به ارزش والای بازاریابی بود. اینترنت را جستجو کردم و متوجه شدم تعداد سایت‌هایی که در این مورد قلم فرسایی می‌کنند، انگشت شمار است. از آنجائیکه معتقدم **بازار یابی علمی است که کل زندگی ما را تحت الشعاع خود دارد!** (بیشتر توضیح خواهم داد)، تصمیم گرفتم شروع به نوشتن کنم، اما دلایل دیگری نیز داشتم:

۱ - بالا رفتن سطح آگاهی هر جامعه نتایجی شگفت‌انگیزی برای تک تک افراد آن جامعه دارد.

۲ - مردمی که تا دیروز تیترو روزنامه‌ها را هم نمی‌خواندند، امروز ساعت‌ها وقت صرف می‌کنند و مطالب مورد علاقه خود را از اینترنت گرفته و مطالعه می‌کنند.

۳ - افرادی که تا دیروز بغیر از اتومبیل و خانه لوکس یا جواهرات گران قیمت و زمین، جای دیگری سرمایه‌گذاری نمی‌کردند، امروز (هر چند اندک) حاضرند بر روی وب سایت هم سرمایه‌گذاری کنند! (در نوشته بعدی واقعاتی را در این مورد فاش خواهم ساخت!)

۴ -

گفتم بازاریابی علمی است که کل زندگی ما را تحت الشعاع خود دارد، دکتر احمد روستا (پدر بازاریابی نوین ایران) در اولین تدریس‌شان در دانشگاه تهران، انقلاب را از دیدگاه بازاریابی مورد بررسی قرار دادند و اشاره کردند که "انقلاب اسلامی یک محصول و امام خمینی بازاریاب آن بودند" واقعا بازاریابی، علمی جهان شمول شده و خواهد شد.

شما می‌توانید حتی آرزوهای خود را نیز از دیدگاه بازاریابی مورد ارزیابی قرار دهید. اول بیائید چهار جزء بازاریابی را با هم مرور کنیم:

نیاز - نیازمند - ابزار رفع نیاز - داد و ستد

اجازه دهید یک آرزو را به اجزاء بازاریابی تفکیک کنیم، مثلا همه **جوانان آرزو دارند ثروتمند شوند** در این مثال ثروت (نیاز) جوانان (نیازمند) شغل خوب و قدرت پس‌انداز (ابزار رفع نیاز) و افزایش موجودی حساب (ستد) و زحمت و گذر عمر (داد) آن است. آری **شما بازاریاب ثروتمند شدن خود هستید.** نگران نباشید در نوشته‌های بعدی راه‌های معقول ثروتمند شدن را نیز به شما توضیح خواهم داد.

بازاریابی با نیاز شروع می‌شود و با داد و ستد پایان می‌پذیرد. بازاریابی را با فروش اشتباه نگیرید! این دو تفاوتی اساسی دارند، فروش با تولید شروع می‌شود و با داد و ستد به نتیجه می‌رسد.

روزی یکی از دوستان با من تماس گرفت و بعد از مقدمه‌چینی از من خواست برای شامپوهای تولیدیشان بازاریابی کنم، گفتم: من فروشنده خوبی نشده‌ام! فرمودند: ما شما رو قبول داریم (تعارف می‌کرد)

بعد از شرح دادن فرق فروش و بازاریابی، گفتم: ولی می‌توانم کمکتان کنم، در کشور ما اکثر جوانان (نیازمند) مشکل ریزش مو دارند (نیاز) اگر شما بتوانید به فرمولی دست پیدا کنید که این مشکل را واقعا برطرف کند (ابزار رفع نیاز) **من قول می‌دهم، همه تولیدات شما را بفروشم!** (داد و ستد).

در بازاریابی ما هنوز چیزی را برای فروش در نظر نگرفته‌ایم و اول دنبال نیاز و نیازمند هستیم، از این راه به هدف نهائی خود که همان داد و ستد است می‌رسیم. البته تمام بازاریاب‌ها با یاد گرفتن فنون نوشتن یا صحبت کردن، قادرند تبدیل به فروشندگان قدرتمند شوند.

وب سایت‌های لوکس و بدون درآمد!

در نوشته قبلی خودم به افرادی اشاره کردم که حاضرند بر روی وب سایت هم (هر چند اندک) سرمایه‌گذاری کنند و قول دادم در این نوشته بیشتر در این مورد با شما صحبت کنم.

چهار پنج سال پیش اکثر کاربران ایرانی وقت خود را با مرور کردن بی‌هدف و یا پت کردن در اینترنت سپری می‌کردند، چون آنها در مرحله آشنایی بودند و با این مرورها **حس کنجاوی خود را سیراب می‌کردند**. اما دیگر آن زمان سپری شده است، همین که شما الان این وبلاگ می‌خوانید دلیلی بر این ادعاست. **شما جزء آن دسته از کاوشگران ایرانی هستید که اینترنت را وسیله‌ای بسیار عالی برای افزایش اطلاعات خود یافته‌اید**. شما تا حدودی به ابهت اینترنت پی برده‌اید و من برای کمک در جهت آشنایی هر چه بیشتر شما این وبلاگ را راه‌اندازی کرده‌ام.

هدفمند شدن مرور صفحات در اینترنت، زنگ خطری برای آنهاست که بدون آشنایی با نیاز کاربران (عناصر بازاریابی را که به خاطر دارید؟) اقدام به راه‌اندازی سایت کرده‌اند.

چندی پیش قبض برق را مرور می‌کردم، متوجه شدم آنها هم سایت دارند! گفتم عجب، بالاخره ما هم داریم به سمت دولت الکترونیکی پیش می‌رویم، پشت کامپیوتر نشستم آدرس را وارد کردم، صفحه‌ای باز شد که کاملا نا امید کننده بود:

۱ - شش ماه از آخرین بروزرسانی سایت گذشته بود!

۲ - آنها این سایت را راه‌اندازی کرده بودند که سه برابر شدن قیمت برق را توجیه کنند!

۳ - آرم شرکت توزیع برق با حرکت ماوس می‌چرخید و آنها هنوز متوجه نشده‌اند که آرم اسباب‌بازی نیست که بچرخد!

۴ - سایت چنان ظاهر بدی داشت که که بازدید کننده را تشویق می‌کرد در همان لحظه ورود اقدام به بستن پنجره **(راجع به معنی پنجره بیشتر فکر کنید، درست مثل یک بازاریاب)** کند!

۵ - بزرگترین خدمت سایت، برای کاربری که هنوز اقدام به بستن پنجره نکرده بود، این بود که تعرفه‌های قیمت برق را می‌توانست مطالعه کند.

۶ - طراحی سایت چنان پائین بود که باور کنید یک کاربر اینترنت که آشنایی اندکی با Front Page داشته باشد می‌تواند سایتی به مراتب بهتر و کاربردی‌تر طراحی و ارائه کند!

یک ایمیل به آنها نوشتیم و گفتم: سایت شما احتیاج به کار زیادی دارد و بهتر است قبل اقدام به این کار کمی سایت‌های دیگر را مرور کرده و کمی هم مطالعه کنید. ایمیل خود را با یک سوال بدین شکل خاتمه دادم: **آیا می‌دانید با یک سایت قدرتمند، قادرید ۳۰ برابر قیمت کل قبض‌های برق درآمد کسب کنید؟**

از تعریف داستان بالا قصدم این بود که موضوع بحث امروز را برای شما ملموس‌تر کنم، حالا شما حاضرید تا با هم به عمق اسرار یک سایت موفق نفوذ کنیم. **سایت موفق ساینی است که ایجاد کننده آن در ابتدا به نیاز کاربران نیازمند فکر کند و طوری برنامه‌ریزی کند که وسیله رفع نیاز آنها را ایجاد کرده و در انتها آنها را تشویق به بازدید مجدد از سایت (داد و ستد) کند.**

۱ - سایت باید در فاصله‌های زمانی معین بروزرسانی شود والا مشتریان خود را از دست خواهد داد.

۲ - توجیه کردن یک کار اصلا ایده خوبی برای راه‌اندازی یک سایت نیست.

۳ - آرم یا لوگوی سایت باید القاء کننده هدف سایت و معنی‌دار باشد و چنان سبک شمرده نشود که بجای یک اسباب‌بازی، وسیله سرگرمی بچه‌هایی شود که مزاحم کار مامانشان هستند.

۴ - ظاهر سایت و منظره آن چنان باید زیبا طراحی شده باشد که احساس خوبی به کاربر بدهد. راجع به معنی پنجره فکر کردید؟ واقعا استفاده از این کلمه بجای نام سیستم عامل، نشان از **خلاقیت بالا و قدرت بازاریابان شرکت مایکروسافت** دارد. ما جلوی پنجره منظره‌ها را به تماشا می‌نشینیم، پنجره محیط بیرون را فیلتر کرده و بهترین عنصر موجود در آن (نور و روشنایی) را به داخل راه می‌دهد، پنجره (در مواقع احتیاج) بهترین مدخل ورودی برای هوای تازه به محیط ماست. خوب حالا که به عمق معنی پنجره نفوذ کرده‌ایم، خودتان چند سایت را مرور کنید و ببینید آنها ارزش قرار گرفتن در کادر پنجره را دارند؟ **وقتی هوا تاریک می‌شود، پرده‌ای جلوی پنجره می‌کشیم**، چرا بعضی سایتها در زمینه مشکی طراحی می‌شوند؟ زمینه مشکی فقط به درد سایت هکرها! و سایت‌هایی که ارتباطی با مرگ یا ورشکستگی یا ... دارند می‌خورد. تماشا می‌کنید یک منظره شلوغ مثل ترافیک از پنجره! به ما احساس خوبی نمی‌دهد پس سایت خود را نباید زیاد از حد شلوغ کنید. هوای تازه چیزی است که در مواقع ضروری به آن احتیاجی شدید داریم، پس سایت باید احساس تازگی را نیز به بیننده بدهد و ...

تا آنجا رسیدیم که سایت باید ارزش قرار گرفتن در پنجره را داشته باشد. با اینکه می‌توان این بحث را باز هم بازتر کرد ولی به همین اندازه قناعت کرده و سراغ مطلب بعدی می‌رویم.

۵ - **سایت باید بتواند خدمتی ارائه کند**، بحث خدمت در کشورمان به خوبی جا نیفتاده است، بعضی‌ها سایتی راه‌اندازی می‌کنند و تولیدات خود را آنجا لیست می‌کنند، چند صفحه لوح تقدیر و لوح سپاس را اسکن کرده و در سایت قرار می‌دهند. بعد همه جا شروع به صحبت از سایت خود می‌کنند درست مثل دیگر چیزهایی که نه برای استفاده (طلا و جواهرات، خانه لوکس، ماشین لوکس و ...) که برای چشم و هم چشمی خریده‌اند. **کیفیت در بالاترین حد ممکن وظیفه هر واحد تولیدی است. کیفیت فاکتور اول برای فروش یک محصول است** ولی خدمت به مصرف کننده محسوب نمی‌شود. درسته که ما محصول با کیفیت را دوست داریم، ولی اشاره به قرعه‌کشی در بین خریداران که چیز بدی نیست! هست؟ موفقیت در فروش یک محصول (چه در اینترنت و چه در خارج از آن) فقط و فقط با **خدمات واقعی** است! فکر کنید (در مورد این فکر کردن هم در آینده مقاله‌ای مفصل خواهیم نوشت) می‌خواهیم یک آگهی اینترنتی برای یک محصول بدون ارائه خدمات بدهیم. چه چیزی در آن آگهی خواهیم نوشت؟ (آقا ما یک محصول به نام ... تولید کردیم و می‌خواهیم آنرا بفروشیم.) خوب که چی؟ این آقا هر روز به مغازه می‌ره و اونجا محصول شما رو می‌بینه و

می‌دونه که هدف از گذاشتن محصول شما فروش آن است. آیا آگهی شما، جز اینکه وقت گرانهای کاربران اینترنت را بگیرد، کاری دیگری انجام می‌دهد؟

هر کس، هر زمان، با من تماس بگیرد و در مورد محصولی مشاوره بخواهد، اولین جمله‌ای که می‌گویم چنین است: **کیفیت که جای خودش! چه خدماتی به مشتریان می‌دهید؟** و اگر نتواند بیش از ۵ **خدمت واقعی** را بشمارد، به ایشان پیشنهاد می‌دهم که در این مورد ۲۴ ساعت فکر کرده و بعد با من تماس بگیرند. **شما هم چنین کنید. بازاریاب خوب دوست مشتری و کارمند فروشنده است!**

مسئولیت فروش محصولات بی‌کیفیت را به عهده نگیرید. مگر تولید کننده تمام شده است؟ بهترین سوالی که می‌توانید در مورد کیفیت از خودتان بکنید چنین است: **آیا من این محصول را می‌خرم یا خرید آن را به پدر، مادر، خواهر یا برادرم پیشنهاد می‌دهم؟ صداقت و اعتبار بزرگترین دارائی یک فروشنده تواناست!**

هر شرکت خدماتی یا تولیدی که نتواند بیش از ۵ **خدمت واقعی** برای مصرف کنندگانش در نظر بگیرد به درد همکاری نمی‌خورد! **به همین سادگی!**

بیا باید در یک مثال بازاریابی کارت‌های ملی را مورد ارزیابی قرار دهیم. درست است که داشتن یک کد منحصر بفرد خوب است ولی واقعا بانی این طرح بسترسازی مناسب برای آنها را انجام داده است؟ در همان اوایل که کارت را می‌دادند گفتند **کپی کردن کارت ملی صحیح نیست!** و حفظ بودن شماره آن کافی است. شما وقتی به یک اداره مراجعه می‌کنید، آنها شماره ملی شما را سوال کرده و آنرا وارد کامپیوتر می‌کنند، هویت شما شناسائی شده و آماده دریافت خدمات هستید (کدام خدمات؟).

خدمت واقعی داشتن کد ملی برای مشتریان، رهایی از حمل چندین مدرک شناسائی و راحتی مراجعه به هر اداره در هر زمان و بدون جمع‌آوری مدارک است. این خدمت نه تنها عملی نشده است که یک مشکل دیگر را به وجود آورده است. حفظ بودن کد ملی مورد قبول هیچ اداره‌ای نیست و باید کپی پشت و روی کارت به علاوه خود کارت را به همراه داشته باشید. کارت را می‌گیرند و به عکس و صورت شما نگاه کرده و شما را شناسائی می‌کنند. هیچ کامپیوتری در اتاقی که شما مراجعه کرده‌اید وجود ندارد تا کد شما را وارد کرده و شما را به تفصیل شناسائی کنند!

بله، درسته ایده صدور این کارت از کشورهای صاحب دولت الکترونیک گرفته شده است و در کشور ما قابل اجرا نیست! این کارت‌ها در ایران قادر نیستند **خدمت واقعی** خود را ارائه دهند! برای همین است که هنوز خیلی‌ها (آنهایی که با اداره‌ها قهرند) هنوز اقدام به گرفتن این کارت‌ها نکرده‌اند و تنها راهی که برای صدور این کارت‌ها متصور است (**فروش زورکی**) آن است که با تمام قدرت در حال اجراست.

۶ - در مورد طراحی سایت‌ها می‌توانید از تئوری **پنجره** که در قسمت اول این مقاله ارائه کردم استفاده کنید. سایت کامل و کاربردی دوست عزیزمان، گوگل قدرتمند: <http://www.google.com> را بمدت ۱ دقیقه (بدون جستجو) به تماشا بنشینید، و با دید یک بازاریاب به این صفحه نگاه کنید، ببینید که چقدر لایق قرار گرفتن در **پنجره** است. آیا می‌دانید که درآمد گوگل از چه راهی است؟ میزان درآمد آن را با درآمد کل چاه‌های نفت جهان مقایسه کنید. برای مطالعه بیشتر می‌توانید **ایبوک** خوب، نقلی و رایگان ده ترفند طراحی صفحات وب:

<http://www.clickaudit.com/goto/?110013>

که به تلاش آقای **محمود بشاش** آماده و در سایت ایشان ارائه شده است را گرفته و مطالعه کنید.

شغل جدید آنلاین (یا غیر آنلاین) خود را انتخاب کنید!

لطفا سؤالات زیر را بدقت مطالعه کرده و جواب **بله** یا **خیر** به آنها بدهید:

۱ - آیا شما نیز از شروع يك روز كاري جديد، ناراحتيد؟

۲ - آیا شما نیز از آن دسته افرادی هستید، که در محل کار خود خود منتظر گذر زمان هستید، تا هر چه زودتر به علایق خود بپردازند؟

۳ - آیا شما نیز کار خود را فقط برای امرار معاش انجام می‌دهید؟

۴ - آیا شما نیز از ابزار کاری خود نفرت پیدا کرده‌اید؟

۵ - آیا کارتان چنان باعث خستگی مفرط شما می‌شود که حتی قادر نیستید به علایق خود فکر کنید؟

اگر جواب شما به سؤالات بالا (حتی به یکی از آنها) **بله** باشد، مطالعه این مقاله لذتی وصفناپذیر به شما داده و به شما کمک خواهد کرد تا **پنجره‌ای** خلاقانه رو به لذت کاری بی‌پایان ایجاد کنید.

در کشورهای پیشرفته، اکثر افراد کار خود را هم بخاطر پول و هم بخاطر لذت آن انجام می‌دهند! همین Bill Gates رئیس شرکت مایکروسافت:

<http://www.microsoft.com>

اگر کار خود را بخاطر پول انجام می‌داد، سالها قبل خود را بازنشسته می‌کرد و در یک ویلا با چند خانم زندگی خود را به سر می‌برد! چیزی که او را از بازنشستگی می‌ترساند، از دست دادن بزرگترین لذتی است، که زندگی بدون آن ارزشی ندارد.

آنها اعتقاد دارند: کار اصل زندگی است، نه وسیله‌ای برای گذراندن آن.

آیا می‌دانید، آگهی‌هایی که با مضمون: **ثروت مند شدن بدون کار** نوشته می‌شوند، در بین کشورهای جهان سوم مشتری‌های زیادی دارند؟ ما **باید** کار کنیم، ولی کاری که **بزرگترین لذت** را برایمان به ارمغان بیاورد. اجازه دهید با یک داستان که یکی از شیرین‌ترین خاطرات من نیز هست، به اعماق نهان **افیانوس کار**، آنجائی که **به کپسول اکسیژن نیازی نیست**، نفوذ کنیم.

۲۵ دیماه سال ۱۳۸۵ مقاله‌ای به یکی از روزنامه‌های ترکیه به نام Sabah (صبح) فرستادم. آنها دو روز بعد آن مقاله را با کمی تغییرات و با ضمیمه کردن ایمیل من، در روزنامه چاپ کردند. سیل نظرات خوانندگان و روزنامه‌های دیگر به جعبه ایمیل هجوم آورد و بمدت یک هفته فرصت غذاخوردن را هم از من گرفت. بعد از گذشت این یک هفته، همه رفتند پی‌کارشان الا یک نفر که همچنان به مکاتبه با من مشغول بود. این مکاتبه بعد از گذشت مدت زمانی، تبدیل به یک دوستی بسیار صمیمانه شد که هنوز هم ادامه دارد.

بعد از پنج ماه تبادل ایمیل، ایشان مرا دعوت کردند تا چند روزی مهمانشان باشم...

بالاخره تصمیم گرفتم این دعوت را بپذیرم. بعد از یک مسافرت خسته کننده با اتوبوس، به شهر و خانه دوستم رسیدم و او مرا به گرمی استقبال کرد.

وضع مالی خوبی داشت، پدر و مادرش را سالها پیش در یک تصادف ناگوار از دست داده بود و به تنهایی زندگی می‌کرد. از کمبود عاطفی رنج می‌برد و معتقد بود که در چند ماه گذشته، ایمیل‌های من این کمبود را از کاملاً جبران کرده‌اند (تعارف می‌کرد). لیسانس اقتصاد داشت، ولی در یک فروشگاه بزرگ به کار فروشندگی مشغول بود، حقوق خوبی می‌گرفت و ثروت زیادی هم از پدرش به ارث برده بود. زیبا و متین بود و سکوت خانه را با یک سگ تربیت شده شکسته بود. در طول مدت اقامتم درست مثل یک **خواهر و برادر** در آن خانه زندگی کردیم (دلیل این خواسته‌ام را طی یک مقاله در مورد قدرت فکر خواهم نوشت). کامپیوتری با مارک DELL داشت که فقط برای دانلود کتاب و فرستادن و خواندن ایمیل از آن استفاده می‌کرد. کتابخانه‌ای متوسط داشت که اکثر کتابهای آن در مورد سگ بود (به دو زبان ترکی و انگلیسی). بعد از گذشت سه چهار روز از اقامتم یک روز صبح، از خواب بیدار شد و در مورد نگرانی و نفرت همیشگی‌اش با من صحبت کرد. گفت، اصلاً کارم را دوست ندارم! و ... از او پرسیدم: آیا عشق کار با کامپیوتر داری؟ گفت نه!

گفتم: می‌خواهی جایی کار کنی که به رشته تحصیلی‌ات مربوط باشه؟ گفت نه! این رشته رو مرحوم پدرم برام انتخاب کرده بود. پرسیدم: آیا سگت را خودت تربیت کرده‌ای؟ گفت آره از کجا فهمیدی؟ گفتم کتابخونه‌ات بهم گفته! گفت درست متوجه شدی، به سگ علاقه شدیدی دارم!

گفتم: **چرا شروع به کاری که عشقت را داری نمی‌کنی؟** گفت: چه کاری؟ گفتم: همین تربیت و نگهداری از سگ! خنده معنی‌داری کرد و گفت: مگه میشه؟ گفتم چرا که نه؟ گفت توی شهر ما چنین شغلی تعریف نشده است! گفتم می‌خواهی امروز یک مسافرت به استانبول داشته باشیم؟ گفت تو می‌خواهی چی کار کنی؟ گفتم می‌خواهم زندگیت را تغییر بدهم (با خنده). با هیجان خاصی به صورتم زل زده بود، گفت چه جوری؟ گفتم نگران هزینه‌اش نباش، این مسافرت یک روزه را تو مهمان من باش! گفت بریم! بعد از صرف صبحانه عازم استانبول شدیم.

بعد از چند ساعت گردش در مرکز شهر، یک فروشگاه حیوانات خانگی پیدا کردیم، منتظر شدیم تا صاحب آنجا که یک پسر انرژی‌بخش بود فرصتی پیدا کرد تا با ما صحبتی داشته باشد. من شروع به صحبت در مورد پتانسیل و درآمدی که ممکن بود از راه سگ‌های تربیت شده بدست بیاورند، کردم. بعد از چند ساعت او با دوستم به مذاکره پرداخته و به تفاهم رسیدند تا توله‌ها را به دوست من بدهند و بعد از چند ماه تربیت شده آنها را تحویل بگیرند. این در شرایطی بود که این آقا حقوق ماهیانه خوبی هم برای دوستم در نظر گرفت. شماره حساب دوستم را برای واریز کردن حقوقش (درست سر هر ماه!) روی برگه قرارداد همراه با آدرس دوستم (برای فرستادن توله‌ها) نوشت و بعد از امضاء طرفین دوستم صاحب شغلی جدید با حقوق بالاتر شد! وقتی از فروشگاه خارج شدیم او از شدت خوشحالی گریه کرد و چنان مرا بخاطر این کارم در میان بازوانش گرفته بود که انگار **معجزه کرده بودم**. پشت سر هم می‌گفت تو واقعا زندگی منو تغییر دادی!

بعد از چند ماه که اولین توله‌های تربیت شده به بازار عرضه شدند. رئیس دوستم اطلاع داده بود که در عرض دو روز همه آنها فروخته شده و مشتریان جدید سفارش پیش برای توله‌های بعدی داده‌اند. در ضمن حقوق دوستم را بخاطر کیفیت کارش افزایش داده بود! چهار ماه پیش، دوستم و رئیسش با همدیگر ازدواج کرده و تصمیم گرفتند تا شغل پردرآمدشان را گسترش دهند. به همین منظور به آلمان رفته و یک فروشگاه در آنجا دایر کردند (حیف که نتوانستم در مراسم افتتاح فروشگاه شرکت کنم). در جواب ایمیل تبریکم نوشته بودند: تو واقعا زندگی ما رو تغییر دادی.

آن روز صبح من نمی‌دانستم که پیشنهاد من به چنین معجزه‌ای ختم خواهد شد. ولی جمله‌ای از کارلس اسکاوشین به یاد دارم که حتی یک لحظه هم فراموشش نمی‌کنم "**کاری هست که جز تو کسی قادر به انجامش نیست، جایی هست که جز تو کسی قادر به پر کردنش نیست**" شما به دنیا نیامده‌اید تا در قالبی خاص قرار بگیرید (دکتر، مهندس و ...) بدنیا آمده‌اید تا کاری را انجام دهید که نه تنها خود و خانواده خود، بلکه شهر، استان، کشور، قاره و جهان را متحول کنید!

حالا می‌دانیم، **بزرگترین لذت زندگی کار است**. حالا خوب می‌دانیم، **کاری که با عشق انجام شود می‌تواند آسایش انسانهای زیادی را تامین کند** (بیل گیتس و مایکروسافت). حالا نوبت شماست بله شما! فکر کنید. یک دفترچه یادداشت بردارید، روی آن بنویسید:

۱ - از انجام چه کاری لذت می‌برم؟

۲ - اگر کسی حاضر باشد، حقوق خوبی بابت این کار به من بدهد، **چند ساعت در روز این کار را (بدون احساس خستگی) انجام خواهم داد؟**

این دو سؤال به شما کمک خواهد کرد تا عشق خود را شناسایی کنید. **عشق شما، بزرگترین وسیله شما برای متحول ساختن جهان است!** شاید در ابتدا خیلی‌ها شما را بخاطر داشتن چنین علاقه‌ای ملامت کنند، بجای صحبت با آنها به عشق خود پردازید. اینترنت وسیله‌ای است که بیشترین قابلیت را به شما خواهد داد تا در مسیر رسیدن به آرزوهایتان قدم بردارید!

گوش کردن، به تنهایی کافی نیست، گاهی هم باید حرف بزنیم. حرف زدن به تنهایی کافی نیست، گاهی هم باید فریاد بکشیم. خواندن، به تنهایی کافی نیست، گاهی هم باید بنویسیم.

کسب ثروت در اینترنت!

لطفا سؤالات زیر را به دقت خوانده و جواب بله یا خیر به آنها بدهید:

۱ - آیا شما نیز آرزوی ثروتمند شدن دارید؟

۲ - آیا ثروتمند شدن را کاری سخت و گاهی غیر ممکن می‌دانید؟

۳ - آیا شما هم اعتقاد دارید که فقط افرادی خاص قدرت ثروتمند شدن دارند؟

اگر جواب شما به سؤالات بالا (یا حتی به یکی از آنها) بله باشد. مطمئن باشید، این مقاله برای شما نوشته شده است.

در یکی از نوشته‌های قبلی خودم قول داده بودم که در مورد ثروتمند شدن (آرزوی اکثر جوانان) بنویسم. **به تعداد انسانهای روی زمین، راه هست برای ثروتمند شدن!** (مارمولک که یادتونه؟!)

اگر مقاله قبلی را در مورد انتخاب شغل جدید نخوانده‌اید، لطفا ابتدا آن را مطالعه کرده سپس شروع به مطالعه این پست بکنید.

اجازه دهید ابتدا تعریف سرمایه و ثروت را برایتان ارائه کنم. **سرمایه** آن قسمت از دارائی ماست، که با استفاده از آن درآمدسازی می‌کنیم. **ثروت** آن قسمت از دارائی ماست، که بصورت وجه نقد در گاوصندوق یا در بانک پس‌انداز کرده‌ایم.

خانه، ماشین و دیگر وسایلی که خریده‌ایم ولی در حال حاضر ما را در افزایش درآمد یاری نمی‌کنند، جزء سرمایه یا ثروت ما محاسبه نمی‌شوند. **ثروت به ما قدرت می‌دهد**، تا هر زمان که فرصتی برای افزایش سرمایه یا سرمایه‌گذاری در جایی دیگر پیش آید، بدون معطلی بتوانیم اقدام کنیم. ثروت قدرت چانه‌زنی را در زمان معامله افزایش می‌دهد. زیاد بودن ثروت و سرمایه تأثیری مثبت و مستقیم بر میزان درآمد ما دارند.

تعریفی مختصر در مورد قدرت فکر: تصور کنید، الان یک کیلو گوجه سبز که شدیداً هم ترش هستند، به شما بدهند و شما قصد خوردن همه آنها را نکنید. تصور را همینجا ول کنید، میزان بزاز دهانتان را بسنجید، متوجهید که چقدر میزان آن بالا رفته است؟ درست است تصور کردن، بر سیستم بدن تأثیری مستقیم دارد (در مقاله دیگری راجع به تصور و قدرت فکر بیشتر شرح خواهم داد) حتی تصورات و نیازهای ما حواس ما را نیز تحت تأثیر خود دارند. مثلاً روزی که شدیداً گرسنه هستید، کلمات نوشته شده بر روی شیشه ساندویچی‌ها را می‌خوانید. همین اندازه برای ادامه مقاله امروز کافی است.

در نوشته قبلی نتیجه گرفتیم، کاری را که شما با عشق انجام دهید، قادر است زندگی همه انسانهای جهان را متحول کند! در پاراگراف قبلی نیز نتیجه گرفتیم، فکر و تصورات ما بر سیستم بدن ما تأثیر می‌گذارد. همه کارهایی که ما انجام می‌دهیم، نتیجه مستقیم افکار ماست، ما زندگی را از پنجره فکر خود تماشا کرده و تحلیل و بررسی می‌کنیم. افکار مثبت خالق مناظر مثبت برای ما هستند و برعکس. اگر افکار مثبتی داشته باشید، هنگام گوش دادن به اخبار، خبرهای مثبت را با دقتی دو چندان گوش می‌دهید.

خوب، برای خلق تحول مثبت (مثلاً ثروتمند شدن) در زندگی، اولین و مهمترین قدم تغییر افکار خودمان است. ما گفته‌های منفی زیادی در مورد پول شنیده‌ایم، مثلاً: پول فساد می‌آورد. عجب حرف نسنجیده‌ای! خود پول چیز بدی نیست! قرار نیست ما فساد یک فرد کوتاه فکر و پولدار را، نتیجه پولدار بودن بدانیم، بیل گیتس در یک مسافرت به آفریقا، هزینه واکسن‌های مالاریا را تقبل کرد. هزاران انسان پولدار و شریفی هستند که به مراکز خیریه کمک می‌کنند. درصد خیلی پائینی از آنهایی که ثروت‌سازی می‌کنند، فاسد می‌شوند، اما پولی که نه از راه تلاش و کوشش، بلکه از یک جای دیگر به جیب کسی سرازیر شود به احتمال زیاد باعث فساد او خواهد شد (بی‌جنبگی). تصمیم بگیرید بعد از ثروتمند شدن همیشه با فکر بلند به مسائل نگاه کنید. اگر پول نقد به کسی بدهید به احتمال زیاد باعث فساد او خواهید شد. به جای دادن ماهی به یک نفر همیشه ماهیگیری را به او یاد بدهید یا در راه یادگیری کمکش کنید. موضوع این مقاله را تبدیل به یک وبلاگ کنید و آنجا سعی کنید تمام **تجربیات خود از ثروت‌اندوزی را با مردم سهیم شوید**. مطمئن باشید اگر بتوانید تأثیری مثبت بر زندگی یک نفر بگذارید در بلند مدت پاداش خود را خواهید گرفت.

اصلاحات زیر را در طرز فکر خود ایجاد کنید:

۱ - پول چیز بسیار با ارزشی است به شرطی که انسانیت خود را فراموش نکنیم.

۲ - بدون سرمایه، ولی با افکار بلند، هر کسی قادر به ثروتمند شدن است.

۳ - هر واقعه‌ای در آغاز بصورت یک رویاست.

۴ - برای ثروتمند شدن احتیاجی به انحراف از معیارهای اخلاقی نیست.

۵ - برای ثروتمند شدن احتیاجی به استفاده منفی از وجود دیگران نیست.

۶ - تنها راه ثروتمند شدن تلاش و کوشش است و شما بخاطر انتخاب شغل جدید قادرید با تمام نیرو تلاش و کوشش کنید.

۷ - برای ثروتمند شدن تنها به کاری نیاز داریم که عاشق آن هستیم.

۸ - بجای آرزو کردن به مقاصد و اهداف تعریف و یادداشت شده نیاز داریم.

حال که فکر ثروت جوئی را صاحب هستید، اقدامات لازم را برایتان لیست می‌کنم:

۱ - ورزش کنید، چون لازمه سلامتی شماست و آمادگی جسمانی از خستگی شما در موقع کار کردن جلوگیری می‌کند.

۲ - منظم باشید.

۳ - همیشه در زمان حال زندگی کنید، فردا ادامه امروز شماست (به فاصله یک شب) و گذشته بانک اطلاعات تجربه‌هایتان نه بیش از آن.

۴ - برای هر فعالیت خود یک دفتر یادداشت جداگانه داشته باشید، عادت به نوشتن داشته باشید، فراموش کردن یک فکر، آسان‌تر از قلم زدن هدف نوشته شده ما در دفتر یادداشت است.

۵ - با وسواس خاصی در هر موقعیت راههای کسب سود خود را جستجو کنید. حتی در موقعیتهایی که در اول به نظرتان ضربه‌ای بر منافع شماست، یک ضرب‌المثل ترکی می‌گوید: "در هر موقعیتی سودی نهفته برای شما وجود دارد" به شرطی که زود قضاوت نکنید و کمی فکر کنید.

۶ - از زندگی یکنواخت بپرهیزید.

۷ - در هر موقعیتی با وسواس خاصی دنبال چیزی برای یاد گرفتن یا تجربه برای اندوختن باشید.

۸ - نگران امور جزئی نباشید. **نگرانی بال پرواز را از فکر شما می‌گیرد.**

۹ - خلاق باشید. بهترین سوال برای خلاق بودن چنین است: دیگر چه می‌توان کرد؟ مثلاً گرسنه‌اید و در خانه تخم‌مرغ دارید. می‌گوئید با تخم‌مرغ می‌توان املت یا نیمرو درست کرد. سوال می‌کنید: دیگر چه می‌توان کرد؟ فکر خلاقان جواب می‌دهد: خاگینه هم می‌توان درست کرد.

۱۰ - خودتان باشید. چون شما منحصر بفرد هستید.

۱۱ - هشیار باشید. و از هر چیزی که آن را کاهش می‌دهد دوری کنید.

۱۲ - اهل عمل باشید. بجای نفرین کردن تاریکی، شمعی روشن کنید. از باران گله‌مند نباشید، چتری با خود بردارید.

۱۳ - مثبت باشید. از هر چیزی استفاده کنید نه سوء استفاده.

۱۴ - بجای ولخرجی به فکر پس انداز باشید.

۱۵ - اگر در رسیدن به هدف خود مصمم باشید حتما راهی پیدا خواهید کرد.

۱۶ - هر انسانی یک سرمایه بالقوه است. تعداد کارگران شما نیز جزء سرمایه شما حساب می‌شود.

۱۷ - قدر زمان را بدانید، بجای استفاده از کلمه فردا در فکر خود بگویید یعنی ۲۴ ساعت بعد.

۱۸ - توانایی خود را افزایش دهید. چون اعتماد به نفس شما را افزایش می‌دهد.

۱۹ - هر مشکلی را با تدبیر حل کنید. (در روان‌شناسی مشکل به کاری گفته می‌شود که با تلاش و کوشش قابل انجام باشد. مثلا بارش باران برای ما مشکل به حساب نمی‌آید)

۲۰ - صرفه‌جویی کنید.

۲۱ - قبل از تصمیم گرفتن ابتدا در یک اتاق و به تنهایی همه راه‌ها را بررسی کنید.

۲۲ - دلیل موفقیت بیشتر آقایان نسبت به خانمها، بیشتر بودن قدرت ریسک آنهاست، اجازه ندهید فشارهای اقتصادی یا خانوادگی قدرت ریسک را از شما بگیرد.

۲۳ - از تجربه‌های دیگران استفاده کنید. (آموزش رایگان و عملی)

۲۴ - بیل گیتس می‌گوید: در زندگی همه چیز عادلانه نیست بهتر است با این حقیقت کنار بیائید.

۲۵ - به نتیجه بخش بودن کارهایتان ایمان داشته باشید. در هر موردی که بگوئید: امتحان می‌کنم ولی می‌دانم عملی نیست. مطمئن باشید به نتیجه نخواهید رسید.

۲۶ - اگر شک کنید دست خالی خواهید ماند و اگر به پیروزی فکر کنید موفقیت در آغوش شما خواهد بود.

۲۷ - شرایط موجود شاید آینده‌ای برای شما پیش‌بینی کند، ولی آینده شما بدست خودتان ساخته می‌شود.

۲۸ - همیشه سوالات مثبت از خود پرسید تا جوابهای بدرد بخور بگیرید. شیوه این کار چنین است: چگونه می‌توانم شجاع باشم؟ بجای، چگونه ترس خودم را مهار کنم؟ که هیچ بدرد شما نمی‌خورد. کلمات نقشی اساسی در زندگی و بازاریابی دارند! (در آینده بیشتر شرح خواهم داد) شما با سوال دوم ذهن خود را متوجه کلمه ترس می‌کنید که همیشه نتایجی منفی دارد. از فعل‌های مثبت استفاده کنید.

۲۹ - دایره مشاغل تعریف شده در دنیای مجازی بسیار بزرگتر از محیط واقعی است، پس قدرش را بدانید و از آن بهره‌مند شوید.

۳۰ - زمین و زمان را بخاطر عدم موفقیت خود متهم نکنید، **باور کنید در بهترین زمان و مکان واقع شده‌اید** و تنها مانعی که تا بحال جلوی موفقیت شما را گرفته است، انتخاب نکردن شغلی بوده است که برای بوجود آوردنش پا به دنیا گذاشته‌اید.

۳۱ - حداقل ۱۰٪ از درآمد خود را (هر منبع درآمدی) را پس‌انداز کنید.

حالا دیگر آماده‌اید. می‌توانید وبلاگ یا وب سایتی برای خود راه بیاندازید. فکر کنید و ببینید که در چه زمینه‌ای می‌خواهید فعالیت کنید. چه خدمتی می‌خواهید ارائه کنید؟ سوال خلاقیت کمک زیادی به شما خواهد کرد. **لازم نیست خدمت شما بزرگ باشد.** به خاطر داشته باشید که حتما باید قسمتی از خدمات شما **رایگان** باشد. نگران نباشید این سرمایه‌گذاری (ارائه خدمات رایگان) بعد از مدتی تبدیل به درآمدی چشمگیر برای شما خواهد شد. الان در کشورمان سایت‌های زیادی بوجود آمده‌اند که امکان درج آگهی رایگان برای کاربران خود فراهم می‌آورند، بعد از گذشت یک مدت تعداد آگهی‌ها خیلی زیاد می‌شود، بعضی از صاحبان آگهی‌ها از موقعیت خود در لیست ناراضی می‌شوند و برای قرار گرفتن در صفحه اول حاضرند **پولی به دارنده سایت پردازند.** همین سایت با خدمات رایگان وارد فضای مجازی شد و بعد از مدتی بدون اینکه تمایل خود برای گرفتن پول را اظهار کند در موقعیتی قرار گرفت که همه حاضرند پولی به او بدهند تا موقعیت بهتری بدست بیاورند! همیشه به یاد داشته باشید، در **اینترنت تعداد کلیک و بازدید روزانه** قادر است موقعیت هر سایت یا وبلاگی را عوض کند. سایت آگهی و نیازمندیها، محلی برای آشنا کردن فروشندگان و مشتریان است.

تعداد این سایتها در این روزها خیلی زیاد شده است و این نشان می‌دهد که اکثر صاحبان آنها افراد خلاق نیستند! و به جای پیدا کردن عشق خود برای کار در اینترنت، اقدام به کپی کردن عشق دیگران می‌کنند. در بعضی از آنها ۴ ساعت بعد از ایجاد آگهی، آگهی شما روی سایت قرار می‌گیرد (اینها عاشق کار خود هستند) در بعضی از آنها ۲ روز بعد از ایجاد آگهی، هنوز آگهی شما بلا تکلیف است (اینها عشق دیگران را کپی کرده‌اند). شما لازم نیست کار دیگران را کپی کنید. به کتابخانه خود مراجعه کنید. اکثریت با کدام موضوع است؟ شما می‌توانید در این زمینه در اینترنت شروع به نوشتن بکنید. برای نوشتن مقاله لازم نیست حتما سایت به راه بیاندازید. وبلاگ هم کار شما را راه خواهد انداخت. یک تعداد بازدید کننده خاص را پیدا می‌کنید. بعد از مدتی مدیران سایت‌هایی که کاری در زمینه مورد علاقه بازدیدکنندگان شما انجام می‌دهند با شما تماس گرفته و اظهار تمایل برای حمایت از شما می‌کنند به شرطی که لینک سایت یا وبلاگ آنها را هم در سایت یا وبلاگ خود قرار دهید یا خدمات و تولیدات آنها را معرفی کنید. این اولین قدم شما در راه کسب درآمد از اینترنت خواهد بود.

فدریش نیچه (فیلسوف آلمانی) می‌گوید: "ای ستاره فروزان اگر افرادی که تو بر آنها می‌تابی وجود نداشتند، خوشبختی تو در چه بود؟" سایتها نیز چنین هستند، اگر بازدید کننده کمی داشته باشند به خوشبختی نمی‌رسند. اگر از سایتی استفاده می‌کنید، برای حمایت از سایت و بهتر شدن خدماتش، سایت را به هر طریق به دوستان خود معرفی کنید. یک تئوری اینترنتی می‌گوید: هر کسی قادر است حدود ۳۰۰ نفر را به بازدید از یک سایت دعوت کند. این فرهنگ در ایران به خوبی جا نیفتاده است. چرا از سایت مورد علاقه خود حمایت نمی‌کنیم؟ مگر نه اینکه از خدمات این سایت راضی هستیم؟ دو لینک در این وبلاگ گذاشته‌ام، بدون اینکه مدیران آنها را از اینکار آگاه کنم یا از ایشان بخواهم لینک وبلاگ را در سایت خود قرار دهند. چون سایت بدرد بخوری هستند، پس من وظیفه دارم از آنها حمایت کنم. حمایت از آنها بر اعتبار من نیز خواهد افزود. مگر نه اینکه اعتبار بزرگترین سرمایه يك بازاریاب است؟ این سایتها اسپانسر من نیز نیستند. تو نیکی می‌کن و در دجله انداز، که ایزد در بیابانت دهد باز.

مغز و قدرت تفکر

مدیریت انرژی:

برخلاف حیوانات که انرژی خود را فقط صرف لذت‌های غریزی می‌کنند، انسان نوع دیگری از قابلیت لذت در جسم خود دارد و آن لذت فکری است. بعضی از حیوانات مثل میمون، بهره کمی نیز از لذت فکری دارند ولی کاملترین نوع لذت فکری، در انسان است و بس.

از آنجائیکه لذت در وجود انسان به دو قسمت تقسیم شده است، او همیشه و در هر شرایطی مجبور به مدیریت انرژی خود مابین این لذت‌هاست. **ما در همه حال دنبال لذت هستیم.** تعریف ما از لذت‌ها به شرایط ما نیز بستگی دارد. در مثال قبل دیدیم که ما فقط زمانی دنبال لذت خوردن غذا هستیم که گرسنه باشیم، یعنی هیچ لذتی در دنیا مطلق نیست و با وضعیت جسمانی و نیازهای فرد ارتباط نزدیکی دارد. کسی که روی تخت بیمارستان در انتظار بهبودی است، قادر نیست فکر شرکت در کنسرت را بکند.

حس متضاد لذت، درد است. درد را گاهی می‌توان فقدان لذت نیز تعریف کرد (درد جدایی). در زندگی تا آنجائی که قادریم از درد دوری کرده و برای کسب لذت تلاش می‌کنیم. **خوشبختی یعنی نبود درد و وفور لذت.**

به سادگی در سطور بالا به نتیجه رسیدیم که همه موجودات، دنبال لذت هستند و نوع لذت ارتباطی مستقیم با خصوصیات جسمی موجود زنده دارد. از سطور بالا به دو نوع لذت انسان نیز پی بردیم:

۱ - لذت غریزی

۲ - لذت فکری

استعداد لذت غریزی در وجود همه انسانها و حیوانها وجود دارد، اما میزان آن در آنها مساوی نیست. انسانها به علت برخورداری از قدرت فکری، اوج لذت غریزی بالاتری نسبت به حیوانات دارند. در میان انسانها نیز آنهایی که فکر پر قدرتی دارند اوج لذت غریزی بالاتری نسبت به دیگران دارند.

هدف لذت‌های غریزی سلامتی و تداوم نسل است. لذت‌های غریزی وسعت کمی نسبت به لذت‌های فکری دارند. لذت‌های غریزی، منافع فردی را به دنبال دارد و میزان وابستگی ما را بالاتر می‌برد. در صورتیکه لذت‌های فکری منافع جمعی را در پی دارد و بر میزان استقلال می‌افزاید. سیستم انرژی لذت جوی ما همیشه مانند آونگی، بین **لذت‌های غریزی و لذت‌های فکری** در نوسان است. بی‌شک این دو لذت را روی یک بردار رسم کنیم قسمت چپ (منفی) نقطه صفر آنرا به لذت‌های غریزی اختصاص دهیم و قسمت راست (مثبت) آنرا به لذت‌های فکری. حال هر وقت آونگ لذت ما در قسمت مثبت این بردار است، ما مشغول لذت فکری هستیم و برعکس. نقطه صفر آنجایی است که ما عاشق شده‌ایم. ما قادریم همه لذت‌ها را در طبقه بندی غریزی یا فکری قرار دهیم. عشق حس غریبی است. **ما قادر نیستیم معشوقه خود را در قسمت مثبت یا منفی بردار قرار دهیم.** فکر به ما می‌گوید منافع گروهی و استقلال، **غریزه** می‌گوید سلامتی جسم و تداوم نسل. در اینجا است که ما متوجه می‌شویم، هیچکدام از این دو احساس قادر به تعریف معشوقه ما نیست. **بزرگترین عشق انسان، بچه اوست** که مدت زیادی بچه او بر روی نقطه صفر بردار قرار دارد و بعد از بزرگ شدن بچه، این عشق کمی به طرف مثبت بردار میل می‌کند (تلاش می‌کنیم تا او را به سر و سامان برسانیم (نفع جمعی) و بدین ترتیب استقلال خود را بیشتر کنیم). در عشق به غیرهمجنس، مردان حد منفی صفر (از طرف منفی به صفر میل می‌کنند) و زنان حد مثبت صفر، هستند.

لذت و مردان و زنان:

نسبت مغز به بدن هنگام تولد، در دخترها بیشتر از پسرهاست. پسرها موقع تولد نادان کامل هستند ولی دخترها اطلاعاتی را از مادر خود به ارث می‌برند. بعد از بزرگ شدن، پسرهایی که دنبال کسب لذت‌های فکری می‌روند نابغه می‌شوند و دخترها را پشت سر می‌گذارند و آنهایی هم که

لذت‌های غریزی را هدف زندگی خود قرار می‌دهند پایین تر از اکثریت دخترها قرار می‌گیرند و همان فاصله فکری موقع تولد بینشان حفظ می‌شود. دخترها محافظه کارند (قدرت ریسک کمتری دارند) برای همین در میان آنها نایفه و نادان خیلی کم است. **مردان سمبل پیشرفت‌های علمی جهان و زنان سمبل تدوام نسل انسانها روی زمین هستند.** مردان مسئول ساختن کره زمین و زنان مسئول تولید مثل هستند. نسبت ازدواج در بین زنان از نسبت ازدواج در بین مردان بیشتر است. محافظه کاری زنان برای دوام زندگی مشترک ضروری است و ریسک پذیر بودن مردان موجب افزایش رفاه و ثروت خانواده است. زنان با حوصله‌ای خاص عرصه مانور مردان را در زندگی مشترک، تنگ می‌کنند و قدرت ریسک آنها را تقلیل می‌دهند، به همین خاطر مردان بعد از ازدواج، کمتر دچار ورشکستگی یا رشد چشمگیر اقتصادی و علمی می‌شوند. هیچ کدام از لذت‌های غریزی بدون دلیل به وجود نیامده‌اند و همه آنها برای ادامه حیات، لازم و ضروری هستند. ولی بهترین راه بهره‌مندی از آنها راهی است که قانون (اصولی که اکثریت جامعه برای تأمین خوشبختی افراد وضع و قبول کرده‌اند) به ما نشان می‌دهد.

سیاستمداران زن می‌توانند جامعه را به طرف آرامش سوق دهند در صورتی که سیاستمداران مرد جامعه را ثروتمند یا ورشکست می‌کنند. زنان، به همان اندازه که به لذت‌های فکری گرایش پیدا نمی‌کنند از لذت‌های غریزی هم دوری می‌کنند. آنها مردان دور و بر خود یا خواستگاران خود را با زیرکی خاصی زیر نظر می‌گیرند و آنها را با **معیارهای فکری** خود می‌سنجند و در این میان مردی را که می‌تواند **پدر** خوبی برای بچه‌هایش باشد انتخاب می‌کنند. ولی مردان در انتخاب همسر خود، از **دیدگاه زیبایی** اقدام به انتخاب می‌کنند. **زن، مرد قدرتمند را دوست دارد.** چون قدرت مرد برای امنیت خانواده لازم است. این خبری بد برای مردانی است که از ورزش دوری می‌کنند و بیشتر فکر ظاهر خود هستند. **زن ابروی پرپشت را دوست دارد!** مردانی که مسیر تاریخ را عوض کرده‌اند اکثراً ابروانی پرپشت داشته‌اند. آیا متوجهید که زنها چه چیزهای هوشمندانه‌ای را از مادران خود به ارث برده‌اند؟ **زنان قدرت نمایی مردان مثل مراسم رژه را دوست دارند.** چون قدرت ارتش، امنیت کشور را بالا می‌برد و این آرزوی هر زنی است. از دیدگاه بازاریابی بهترین زمان برای تبلیغات تلویزیونی محصولات زنانه، پیش از شروع پخش مسابقات "**مردان آهنین**" است.

مرد عاشق تملك است. زن عاقل نباید این عشق را نادیده بگیرد، در غیراینصورت خانواده (اصلی‌ترین پایگاه زن) متلاشی خواهد شد. اجازه دهید يك قالب برای تعیین لذت‌های غریزی و لذت‌های فکری تعریف کرده و بعد به ادامه مطلب پردازیم.

اگر هدف هر شخص برایش کلّ فی‌النفسه باشد، او دنبال **لذت غریزی و فردی** است.

اگر هدف هر شخص جزئی از کلّ بزرگتری باشد، او دنبال **لذت فکری و اجتماعی** است.

مثلاً اگر شما ثروت را هدف کلی خود بدانید، ثروت برای شما لذتی غریزی و فردی است. اما اگر شما ثروت را لازمه سرمایه‌گذاری در يك پروژه تولیدی و ایجاد شغل برای افراد جامعه و بدین ترتیب بهبود وضعیت جامعه بدانید، ثروت برای شما لذت فکری و اجتماعی خواهد بود. یا اگر ثروت را لازمه امور خیریه (عام‌المنفعه) بدانید، باز هم ثروت لذت فکری و اجتماعی شماست.

بعضی مواقع باید این منفعت اجتماعی مورد نظر ما، اختلال در کل بزرگتری را ایجاد نکند در غیراینصورت **لذت فکری** ما به همان **لذت غریزی** میل خواهد کرد. مثلاً صدام برای کسب ثروت بیشتر که به هر حال موجب بهبود وضع اقتصادی کشورش می‌شد، کشورگشایی را در هدف خود قرار داده بود، اما این هدف او اختلال در نظم جامعه جهانی را موجب شد و این لذت او لذتی غریزی به حساب آمد. خیلی از ثروتمندان جهان پول‌های خود را در بانک‌های سوئیس سرمایه‌گذاری می‌کنند، این یعنی خیانت به جامعه خود و کمک به بهبود وضع کشور سوئیس، این ثروتمندان افرادی **وطن‌فروش و کاسب لذت‌های غریزی** هستند. آنها چنان کوتاه فکر هستند که نمی‌دانند فرزندان آنها در آینده کتک این ندانم کاری آنها را خواهند خورد. هیچ فرد ژاپنی یا کره‌ای پول خود را در بانک کشور دیگری پس‌انداز نمی‌کند! برای همین است که آنها جزء کشورهای پیشرفته شده‌اند. در کشور ما متأسفانه داشتن پول در يك بانک سوئیس مد شده است و هر کسی که به این مقام برسد فردی های‌کلاس است (از ماست که بر ماست).

لذت‌ها و صنعت:

در سال ۱۸۸۲ مجلس عوام انگلستان قانونی به تصویب رساند که به موجب آن، حقوق زنان کارگر به خودشان تعلق داشت و شوهران آنها هیچ سهمی در این درآمد نداشتند. انقلاب صنعتی شروع شد. زنان که تا دیروز وظیفه بچه‌داری و اداره امور خانواده را به عهده داشتند از خانواده دل‌کنند و به سوی کارخانه‌ها روانه شدند. دیگر حقوق می‌گرفتند و محتاج مردان نبودند. بچه‌دار شدن مانعی در برابر کار آنها شده بود. به اندازه شوهران خود یا بیشتر از آنها حقوق می‌گرفتند. چندین سال محتاج شوهران خود بودند، اما دیگر قدرتی به دست آورده بودند که آرزوی آن را در سر داشتند. مردان ثروتمند، که عامل اصلی چنین قانونی بودند از وضع موجود راضی بودند، زنان با حقوق کمتر نیز راضی به کار بودند (چون حقوق آنها فقط در راه لذت‌های فردی آنها خرج می‌شد نه لذت‌های اجتماعی "خانواده"). کارخانه‌داران مرد از شنیدن صدای لطیف زنان در کارخانه خود احساس لذت می‌کردند و این از خستگی آنها می‌کاست. زنان برای دریافت حقوق بالاتر تشویق به کسب درجات علمی بالاتری می‌شدند. آنها به دانشگاه‌ها روانه شدند و موفق به دریافت مدارک دانشگاهی شدند.

اخلاق در جامعه فقط توسط کلیسا تعریف می‌شد. قدرت کلیسا نیز از راه ترساندن مردم بود. **انسان همیشه از ناشناخته‌ها می‌ترسد.** با بالا رفتن علم، میزان ناشناخته‌ها و ترس نیز کمتر و کمتر می‌شود. پیشرفت علم باعث کاهش بیش از پیش قدرت کلیسا شد. زنان نیز که دیگر دیدگاه علمی وسیعی کسب کرده بودند، ترس کمتری داشتند و این باعث سقوط اخلاق در اروپا شد. زنان دیگر نمی‌خواستند ازدواج کرده و خود را پایبند خانواده کنند، مردان نیز به همان اندازه از ازدواج گریزان بودند چون:

۱ - آنها برای نشستن در خانه و مواظبت از فرزندان ساخته نشده بودند.

۲ - با کار کردن زنان، عشق تملک آنها رنگ خود را از دست داده بود.

۳ - از وفاداری همسران خود اطمینان نداشتند.

۴ - زندگی در يك خانه زن سالار به صلاح آنها و فرزندانشان نبود.

۵ - گونه‌های سرخ که زمانی هر مردی را شاعر می‌کرد، جای خود را به گونه‌های رنگ شده داده بود.

۶ - لباسهای فانتزی که تخیل مرد را باعث می‌شد، جای خود را به لباسهای کوتاه داده بود که قدرت تخیل مرد را پائین آورده بود و بدون تخیل شاعرانه مردانه، واقعا این موجود ضعیف، زیبا به نظر نمی‌رسید.

۷ - مردان هزینه ازدواج را برای بدست آوردن زن دست دوم زیاد می‌دیدند.

۸ - زنی که اخلاق را زیر پا گذاشته بود، نه لایق خانواده که متاع خوبی برای لذت‌های زودگذر بود.

مردان به دست قوانینی که خود نوشته بودند جامعه را به ورشکستگی کشانده بودند. آنها خواسته یا ناخواسته، ارزش‌های گذشته را پایمال کرده بودند. لذت‌های زودگذر این جامعه، به ضرر مردان و زنان تمام شده بود. صنعتی شدن از يك طرف و سقوط ارزش کلیسا از طرف دیگر، باعث افزایش روابط جنسی شده بود. هیچکدام از دو جنس از وضع فعلی راضی نبودند، چون ارزش آنها به اندازه يك بازیچه جنسی پائین آمده بود. **خانه‌ها و**

باغچه‌های زیبا که روزگاری محل بازی بچه‌ها بود، جای خود را به **آپارتمان‌هایی** که مناسب پذیرائی از مهمانان ورشکسته شهوت بود، داده بود. کم‌کم نارضایتی بالا گرفت. میزان خودکشی بالا رفت. این زندگی نمی‌توانست خوشبختی هیچکدام از دو جنس را فراهم آورد. فلسفه پوچ‌گرایی رواج پیدا کرد. خودکشی دیگر به بدی گذشته نبود و جزء فضائل این نسل شده بود. زنان که آرزوی سبقت گرفتن از مردان را داشتند، پیروزی خود را چنان باارزش نیافتند که بخاطر کسب آن جشن بگیرند.

انقلاب صنعتی اگرچه در نظر اول مدینه فاضله لذت‌های فکری و اجتماعی بود، در واقعیت به نتیجه‌ای بیشتر از لذت‌های غریزی نرسید. علم با همان قدرتی که ستون‌های اخلاق را خراب کرده بود، اخلاق نوینی را ایجاد کرد. **هر عمل یا تفکری که به ضرر اجتماع باشد شر و هر عمل یا تفکری که به نفع فرد و اجتماع باشد خیر است.** افراد تحصیل کرده با این تعریف اخلاق نوین را یاد گرفتند و به سمت جامعه‌ای بهتر حرکت کردند. زنان دریافته بودند که **زن کامل** بودن بهتر از **مرد ناقص** بودن است. شهوت‌رانی، موقع مرگ، افکار منفی خود را نیز با خود به گور بردند و جای آنها را فرزندان زنان و مردان قهرمانی که هنوز ارزش خانواده را می‌دانستند گرفتند. زنان فهمیدند که سبقت گرفتن از مردان یعنی تنهائی و فساد! آنها دریافته بودند که لذت جنسی، روزگاری يك راه‌حل طبیعی برای ادامه حیات بود و این لذت نمی‌تواند هدف زندگی يك انسان باشد. مردان و زنان متوجه شدند که عشق تملك مرد و عشق مادری زن با ارزشترین خیر از دیدگاه اخلاق نوین و حافظ خانواده و نسل است. آنها از آپارتمان‌ها دور شدند و طعم لذت واقعی را در صدای (سرشار از روح زندگی) فرزندان خود چشیدند. آنها با صبر زنانه خود پدر سالاری را (البته در اندازه معقول آن) به خانواده بازگرداندند، چون می‌دانستند هیچ عشقی در جهان بی‌دلیل به وجود نیامده است. مردان نیز یاد گرفتند که استفاده از قدرت فیزیکی در خانواده، نه باعث دوام آن که دلیل سقوط خانواده خواهد بود. آنها پدران و شوهرانی شده بودند که با وجود داشتن قدرت فیزیکی، هیچگاه از آن در محفل خانواده استفاده نمی‌کردند. آنها به خوبی دریافته بودند؛ **قدرت آنهایی که با ایجاد ترس، سعی بر تسلط دارند، پوشالی است و دیر یا زود زایل خواهد شد.**

ژاپنی‌ها و کره‌ای‌ها با مطالعه انقلاب صنعتی در انگلستان تجربه‌ای گران‌بها بدست آوردند و هیچگاه در چنگال فساد اسیر نشدند! آنها با کمک مطالعه، از روی این دوران سیاه جهش کردند و به سعادت رسیدند. هنوز هم در این کشورها خانواده ارزشمندترین نهاد جامعه به شمار می‌آید. زنان ژاپنی و کره‌ای هنوز هم از پارچه زیاد در لباس‌های خود استفاده می‌کنند. آنها موهای خود را پسرانه اصلاح نمی‌کنند چون به خوبی دریافته‌اند که زن کامل بودن بهتر از مرد ناقص بودن است.

متأسفانه به دلیل پائین بودن میزان مطالعه در کشور ما و دیگر کشورهای جهان سوم، این کشورها در حال حاضر شروع به تجربه کردن تجربه تلخ انگلستان کرده‌اند. **تجربه را تجربه کردن خطاست!** آیا ما (من و شما) دوست داریم نسل قربانی این تجربه باشیم؟ جایی خوانده بودم، **انسان همیشه از مرگ می‌ترسد** و تنها زمانی بر این ترس غالب می‌آید که اولین فرزند خود را در آغوش بگیرد! معصومیت آن زنی را که تا دیروز سینه‌هایش را از دیگران پنهان می‌کرد، موقع شیر دادن فرزندش در میان جمع را تجسم کنید. **آیا لذتی بالاتر از این برای موجودی فناپذیر می‌توان تصور کرد؟** به شما قول می‌دهم که اگر در مقابل این سیل گسترش شهوت نایستیم، ما را نیز با خود خواهد برد. چندین کتاب را به صورت خلاصه همراه با تفکرات خودم در اینجا برای شما نوشته‌ام با معرفی کردن سایت به دوستان خود، آنها را هم با ما (من و شما) همراه کنید تا با کمک همدیگر جلوی این سیل ویرانگر را بگیریم. آگهی‌های استخدام را از نظر بگذرانید، هشتاد و سه درصد آنها (محاسبه شده از آگهی‌نامه محلی پرنیان) برای استخدام خانمها نوشته شده‌اند! به نظر شما ما به چه سمتی در حال حرکتیم؟ آیا غیرت ما (من و شما) اجازه چنین تجربه‌ای را به ما خواهد داد؟ موقع شنیدن خبر خودکشی عزیزانمان چه عکس‌العملی نشان خواهیم داد؟

اگر بی‌تفاوت بنشینید و منتظر باشید تا دیگران اقدامی بکنند، چاره‌ای جز تجربه کردن چنین دورانی نخواهیم داشت. من در این وبلاگ شروع به نوشتن کردم، چون می‌دانم، کاری هست که کسی جز من قادر به انجامش نیست و جایی هست که کسی جز من قادر به پر کردنش نیست. اگر مرد عمل باشیم، قادر خواهیم بود مثل ژاپنی‌ها و کره‌ای‌ها این دوران را تجربه نکرده، سپری کنیم، در غیر اینصورت از همینک باید طنابی برای خود

بخیریم! آن کسی که به شما تلقین کرده، يك نفر قادر به انجام هیچ تغییری در سرنوشت جامعه نیست، احمق و استثمارگری بیش نیست. مطمئن باشید هیچ مانعی قادر به مقاومت در برابر انسان مصمم نیست! ده نفر مصمم از ما (من و شما) + قدرت اینترنت = قدرتی بیکران!

مغز انسان:

مغز انسان در تمامی فعالیت های ارادی و غیر ارادی در گیر میباشد. احساسی که الان دارید، کاری که الان در حال انجام آن هستید و ... شاید باور نکنید اما مغز انسان حتی در شکل گیری شخصیت شما نیز موثر می باشد. بنابراین اگر مغز درست کار کند شما می توانید زندگی خوب و متعادلی داشته باشد و اگر مشکلی در عملکرد آن باشد طبیعتاً " نخواهید توانست زندگی خوبی داشته باشید.

پیچیده ترین عضو بدن انسان:

این عضو بسیار پیچیده حدود 2 درصد وزن بدن شما را دارا می باشد، بنابراین یک انسان 75 کیلوگرمی مغزی در حدود 1.5 کیلوگرم دارد. با وجود آنکه تنها 2 درصد از وزن بدن شما را شامل می شود بین 20 تا 30 درصد از انرژی شما را مصرف می کند. به بیان دیگر 20 تا 30 درصد کالری که از مصرف غذا به بدن شما می رسد توسط مغز مصرف می شود. دقت کنید که نسبت وزن مغز به وزن کل بدن در انسان از همه موجودات زنده بیشتر می باشد.

در مغز شما حدود 100 بلیون سلول مغزی وجود دارد که بصورت یک شبکه بسیار پیچیده با یکدیگر در ارتباط هستند. محاسبات نشان می دهد که در حدود 1,000,000 بلیون ارتباط نقطه به نقطه میان سلولهای مغزی در مغز انسان وجود دارد. برای بدست آورده ایده از بزرگی این عدد، همین قدر بدانید که از تعداد ستاره کائنات بیشتر می باشد. بنابراین جای تعجب نیست اگر مغز را پیچیده تر از بزرگترین کامپیوتر های جهان فرض کنیم. دانشمندان نسبت توانایی قویترین کامپیوتر های جهان را به مغز انسان، در حد مغز یک موش می دانند.

مراقب مغز خود باشید:

مغز انسان بسیار نرم می باشد و ماهیت فیزیکی آن چیزی شبیه به کره نرم یا تخم مرغ خام می باشد. خلقت انسان بگونه ای است که جمجمه از این ماده نرم محافظت می کند. اما کوچکترین ضربه ای که به جمجمه وارد شود و آنرا خدشه دار کند ممکن است صدمات جبران ناپذیری به مغز وارد کند. پس مواظب جمجمه خود باشید.

رابطه میزان دانش انسان به حجم مغز:

مشاهدات دانشمندان نشان می دهد که ارتباط خاصی میان میزان توانایی مغزی انسان با حجم یا وزن آن ندارد. یک مغز بزرگ بالقوه توانایی آنرا دارد که سلولهای بیشتر و ارتباطات بین سلولی بیشتری را پذیرا باشد اما هیچ دلیلی ندارد که یک دانشمند، مغز بزرگتری از یک فرد عادی داشته باشد. همانگونه که مطالعه انجام شده روی مغز آلبرت اینشتین نشان می دهد ابعاد و وزن مغز او کمتر از حد متوسط بوده است. (منبع: سایت سیمرغ: <http://www.senmerv.com/archives/000009.php>)

قابلیت های مغز:

بعد از این اطلاعات زیست شناختی در مورد مغز، اجازه دهید با نحوه کارکرد این عضو گرانبها آشنا شویم. در يك كتاب (حدود پانزده سال پیش مطالعه کرده بودم و الان اسم آن را به خاطر ندارم) خوانده بودم که افراد عادی برای انجام کارهای روزانه خود از ۵ تا ۷ درصد مغز خود استفاده می‌کنند و بعضی افراد توانسته‌اند با تمرین‌های خاص تا مرز ۱۳ درصد هم پیشرفت کنند. اما در يك مقاله علمی خوانده بودم که افراد خاصی قادر به استفاده از ۳ درصد مغز خود شده‌اند و افراد عادی در طول حیات خود فقط از ۱ تا ۲ درصد قدرت مغز خود استفاده می‌کنند. آن کسی که قادر به استفاده از ۳ درصد قدرت مغز خود است **گری کاسپاروف** قهرمان اسبق شطرنج جهان است. شخصا اعتقاد دارم که روزی **شطرنج** تنها وسیله گزینش قابل قبول در جهان خواهد شد.

آمار بالا را همیشه مد نظر دارم اما معتقدم **در لحظاتی خاص هر کسی دانسته یا ندانسته حتی بالاتر از ۳ درصد قدرت مغز خود استفاده کرده و لذت آن را نیز چشیده است.** به علت شرایط خاص فیزیکی از بچگی با کتاب زندگی کرده‌ام و تنها امیدي که برای پیشرفت داشتم همین مغزم بوده است. در مورد آن زیاد مطالعه کرده و در هر شرایطی قابلیت‌های آن را زیر نظر گرفته و تجاربی اندوخته‌ام که در این مقاله آنها را با شما در میان خواهم گذاشت.

يك روز مادرم را سوار موتور کرده و با سرعت برای انجام کاری حرکت کردیم. يك تاکسی جلوی من ترمز کرد و من که فاصله مجاز را رعایت نکرده بودم (با سرعت ۶۰ کیلومتر در ساعت) به تاکسی برخورد کرده و سرنگون شدم. سرنگونی ما بیشتر از ۲ ثانیه طول نکشید، اما باور کنید برای من این ۲ ثانیه بیشتر از ۳۰ ثانیه طول کشید. بعد از برخورد شیشه جلوی موتور به تکه‌های ریزی تقسیم شد و من دیدم که آنها به آرامی به طرف صورتم می‌آیند، سرم را خم کردم و در عین حال دستم به طرف مادرم دراز کرده و مانع برخورد سر او با آسفالت شدم. در این زمان که سر خود را زیر فرمان موتور برده بودم، دیدم که سیم‌های باتری پاره شد و باتری از زیر صندلی بیرون آمد و آرام آرام به طرف سینه من در حال حرکت است، در آن لحظه که تمام بدنم روی زمین بود به زحمت سینه خود را از هدف آن خارج کردم، ولی باتری در لحظه آخر به سمت راست قفسه سینه من برخورد کرد. مردم ریختند و موتور را از روی ما برداشتند و من هنوز هم این لحظات را به صورت آهسته می‌دیدم. از آنجایی که قبلا چنین تجربه‌ای نداشتم، فکر کردم که مرده‌ام، چون دیدن دوییدن مردم در حالت آهسته بیشتر به فیلم شبیه است تا به واقعیت، همه ما را نگاه می‌کردند و من که واقعا احساس می‌کردم مرده‌ام، دلم به حال خودم سوخت و شروع به گریه کردم، راننده تاکسی به آرامی به من نزدیک شد و علت گریه‌ام را پرسید، تازه متوجه شدم که هنوز زنده‌ام و چنان هیجان زده شده بودم که گریه را قطع کرده و دستانم را روی گونه راننده تاکسی گذاشتم و با هیجان صورت او را بوسیدم و با دستانم که روی گونه او بود گرمی زندگی را با تمام وجود احساس می‌کردم. دیگر همه چیز عادی شد، سینه‌ام کمی درد می‌کرد ولی اصلا برایم مهم نبود حال مادرم را پرسیدم، حال او هم خوب بود فقط زانوی چپش کمی آسیب دیده بود. راننده هم از زنده بودن ما خیلی خوشحال بود و اصلا فکر پلیس و جریمه گرفتن از ما نبود. گفت: اگه اجازه بدین می‌تونم شما رو به کلینیک برسونم و من که خیلی خوشحال بودم تشکر کردم و گفتم خودمون می‌ریم.

بعد از آن حادثه، حدود يك هفته این اتفاق را در ذهن خود مرور می‌کردم و با اطلاعات خودم سعی در تشریح این اتفاق داشتم. آری، من در آن لحظات کوتاه، چند درصدی بیشتر از حد معمول از قدرت مغزم استفاده کرده بودم. چندین ماه با خودم کلنجار رفتم که این لحظه را تبدیل به علم کرده و قابلیت مغز خودم را افزایش دهم و با آموزش دادن آن به دیگران، قدمی کوچک ولی محسوس در پیشرفت جهان بردارم. بعد از گذشت هفت ماه از آن اتفاق، هنگام ظهر که در حال آمدن به منزل بودم. ماشینی با سرعت تمام از ماشین جلویی خودش سبقت گرفت و به سمت موتورم حرکت کرد، من هر چقدر که به سمت راست کنار کشیدم فایده‌ای نداد و بالاخره ماشین با موتورم برخورد کرد و بدون اینکه متوجه شود تعادل مرا به هم زد و رفت. تلاش زیادی کردم تا از افتادن موتور جلوگیری کنم اما نشد و در حال سقوط من دوباره آن لحظه لذت بخش را تجربه کردم. فرمان به صورتم برخورد کرده بود و خون از صورتم سرازیر شده بود، ولی اصلا احساس درد نمی‌کردم. روی زمین نشسته بودم و به این لحظه عجیب فکر می‌کردم.

بعد از آن چندین کتاب از ماکسول مالتز و دکتر دابلیو وین‌دایر خواندم، اینترنت را زیر و رو کردم اما هیچ اطلاعاتی برای تشریح این اتفاق پیدا نکردم. در اجتماعاتی که عضو آن بودم این اتفاق را تعریف کردم و از آنها نیز خواستم که اگر چنین تجربه‌ای داشته‌اند برای من بازگو کنند. بعد از چند روز دانه‌هایی که کاشته بودم شروع به رشد کرد و من چندین اتفاق را از زبان دوستانم شنیدم که همگی در يك نقطه مشترك بودند، در همه اتفاقات **زمان به کندي سپري شده بود!** این اتفاقات را روی کاغذ نوشتم و شروع به بررسی کردم. در همه آنها يك چیز مشترك یافتیم و آن این بود که مغز ما در زمانهایی این عکس‌العمل را نشان داده است که **جان ما یا یکی از عزیزان ما در خطر بوده است!** در کتابهای ماکسول مالتز چیزهایی در مورد تصویر ذهنی خوانده بودم. **"مغز ما فرقی میان واقعیات و تصور قائل نمی‌شود"** از این دو نکته می‌توانستم استفاده کنم تا کارایی مغز را افزایش دهم. دوستی زنگ زد و از من خواست متن يك آگهی را در مورد محصولاتش (که از کیفیت آنها خبر داشتم) برای یکی از آگهی‌نامه‌های محلی بنویسم. برای نوشتن متن آگهی تقاضای يك روز زمان کردم. گفت: قبلا ده دقیقه وقت می‌خواستی، حالا چی شده که يك روز زمان می‌خواهی؟ گفتم: می‌خوام چیزی بنویسم که واقعا برایت فروش داشته باشد. به اتاق تنهایی خودم رفتم و حدود سه ساعت در تنهایی تصور کردم که موفقیت این آگهی با سلامتی دوستم در ارتباط است و اگر این کار را نتوانم درست انجام دهم دوستم ورشکست شده و شاید این ورشکستگی او را مجبور به خودکشی کند. متن آگهی را نوشتم و به دوستم رساندم. دو روز بعد از انتشار آگهی، دوستم تماس گرفت و از من دعوت کرد تا شام را بیرون از خانه مهمان او باشم. با کمال میل قبول کردم و به دیدار او شتافتم. جلوی غذاخوری ایستاده بود تا رسیدم مرا در آغوش گرفت، انگار چندین سال بود که مرا ندیده بود. خیلی صمیمانه از من تشکر کرد و گفت: **آگهی واقعا معجزه کرده است!** از شدت هیجان دستانم را روی گونه‌های گرم او گذاشتم و او را بوسیدم (درست مثل لحظه‌ای که راننده تاکسی را بوسیده بودم) و به او تبریک گفتم. آری همان تجربه را بصورت کنترل شده و بدون کوچکترین درد بوجود آورده بودم.

حالا در هر شرایطی که باشم، کارهای خیر خود را با سلامتی و آبروی عزیزانم ارتباط می‌دهم و نتایج شگفت‌انگیز آن را مشاهده می‌کنم. در مقاله قبلی خودم **"شغل جدید و آنلاین (یا غیر آنلاین) خود را انتخاب کنید"** يك داستان در مورد دوست ترکیه‌ای خود نوشته بودم و دلیل همبستری نکردن با او را به این مقاله موکول کرده بودم. اجازه دلایل را برایتان لیست کنم:

۱ - وقتی از کشور خودتان خارج می‌شوید اولین نظری که خارجی‌ها در مورد شما دارند این است که شما يك تروریست هستید مگر اینکه عکس آن را ثابت کنید. تروریست منافع، قوانین و امنیت جوامع را فدای لذت‌های خودش می‌کند. پس او انسانی است که به طرف لذت‌های غریزی میل می‌کند. برای اثبات غلط بودن این نظر شما چاره‌ای ندارید جز اینکه نشان دهید میل به لذت‌های فکری دارید.

۲ - از دیدگاه اخلاق نوین هر ارتباط جنسی خارج از چارچوب خانواده، مقام شما را هم در جمع خانواده، هم در اجتماع خود و هم در چشم شریک جنسی‌تان پایین می‌آورد. خودتان را ارزان حراج نکنید.

۳ - در کشورهای خارج، ایرانی‌ها را ورشکسته شهوت می‌دانند (چون اکثر ایرانی‌ها کارهایی کرده‌اند که باعث بوجود آمدن این دیدگاه شده است). بهبود این دیدگاه آنها وظیفه ملی ماست.

۴ - هر زمان که با دختری همبستری کنید، در حال تباه کردن آینده او هستید و این یعنی تسلیم در برابر لذت‌های غریزی.

۵ - کارهای خیر خود را با سلامتی و آبروی عزیزانتان ارتباط دهید. همبستری کردن آبروی کشور عزیزتان را خواهد برد. کشور خود را ارزان ن فروشید.

نتایج حاصل از عدم همبستری با دوستم:

۱ - او متوجه شد که نظر دولتها در مورد یکدیگر شامل حال مردم کشورها نمی‌شود.

۲ - من هنوز هم مقام خود را پیش او حفظ کرده‌ام و حتی بعد از ازدواج او دوستی ما گسترش پیدا کرده و شامل شوهرش نیز شده است.

۳ - او متوجه شد که همه ایرانی‌ها ورشکسته شهوت نیستند و می‌توان در این مورد به آنها اعتماد کرد.

۴ - پیش وجدان خودم سرافکنده نیستم چون آینده او را تباه نکرده‌ام. حتی اگر امروز نیز به خانه آنها بروم می‌توانم به راحتی به چشمان شوهرش نگاه کرده و حرف بزنم.

۵ - وقتی داشتم به کشور عزیزم برمی‌گشتم، خودم را مثل نام کشورم پاك احساس می‌کردم. چون در حد توانم اسم مقدسش را تبلیغ کرده بودم.

مغز ما توسط اطلاعات موجود در آن اقدام به تصمیم‌گیری می‌کند و برای گرفتن تصمیم‌های بزرگ احتیاج به منبع عظیمی از اطلاعات دارد. هر روز سعی کنید حداقل يك صفحه کتاب یا يك مقاله اینترنتی بخوانید.

گفتم افراد خاصی قادر به استفاده از ۳ درصد قدرت مغز خود هستند. اگر با ۳ درصد بتوان کارهای شگفت‌انگیزی را مثل کاسپاروف انجام داد، پس تصور کنید استفاده از ۱۰۰ درصد قدرت آن باعث چه اتفاقاتی خواهد شد؟ به نظر من اگر چنین چیزی اتفاق بیافتد، **ما تبدیل به منبعی از انرژی می‌شویم که قادر است همه چیز را تغییر دهد!** آیا فکر می‌کنید رسیدن به چنین مرزی ممکن است؟ **به نظر من بله! تعجب نکنید بله! همه انسانها رسیدن به مرز ۱۰۰ درصد را تجربه کرده‌اند!** چرا امروز زیاد تعجب می‌کنید؟ عجله نکنید شرح خواهم داد. ابتدا باید بگویم عذاب وجدان، بزرگترین مانع برای استفاده از درصد بالای قدرت مغز است. این عذاب همیشه قسمتی از قابلیت‌های مغز شما را به خود اختصاص داده و منابع مغز شما را تلف می‌کند. هر چه میزان عذاب وجدان بیشتر باشد به همان اندازه قابلیت‌های مغزتان کاهش می‌یابد. موقع خوابیدن بدن شما در حالت ریلکس قرار می‌گیرد. میزان خودآگاهی شما پائین‌تر می‌آید و در این شرایط مغز شما کار کمتری (نسبت به موقع بیداری) انجام می‌دهد. افرادی که وجدان راحتی دارند، در لحظاتی خاص به مرز ۱۰۰ درصد می‌رسند. شخصا چندین بار چنین چیزی را تجربه کرده‌ام و مطمئنم شما نیز آنرا تجربه کرده‌اید ولی نتوانسته‌اید آن را به درستی تجزیه و تحلیل کنید. در لحظاتی خاص، شما متوجه می‌شوید که **لحظه‌ای از زندگی** را قبلا با تمام جزئیات تجربه کرده‌اید. من به دقت چنین لحظاتی را زیر نظر گرفته‌ام. بعد از آن لحظه اتفاقات، خوب پشت سر هم اتفاق می‌افتد. بعضی‌ها می‌گویند **"این لحظه قبلا هم تکرار شده فکر می‌کنم این لحظه را در خواب دیده‌ام ولی آن خواب را فراموش کرده‌ام"** چندان هم ادعای غلطی نیست. آنها این لحظه را موقع خواب ندیده‌اند بلکه برنامه‌ریزی کرده‌اند. بعد از چنین لحظاتی همیشه منتظر اتفاقات خوبی باشید که موقع خواب و با قدرت ۱۰۰ درصد مغز خود برنامه‌ریزی کرده‌اید. آنهایی که چنین لحظاتی را زیاد تجربه می‌کنند اکثرا انسان‌هایی هستند که زیاد خواب نمی‌بینند. خواب دیدن، نیز منابع مغز شما را تلف می‌کند. پس برای افزایش میزان چنین لحظاتی، تمرین کنید که کمتر خواب ببینید.

میزان اتفاقات خوب در زندگی هرکس نسبت مستقیمی با میل شخص به طرف لذت‌های فکری دارد.

چگونه يك سایت تبلیغاتی راه‌اندازی کنیم و چگونه از سایت تبلیغاتی استفاده کنیم.

با سلام حضور خوانندگان گرامی، تصمیم گرفتم در این مقاله به بررسی سایت‌های تبلیغاتی بپردازم چون یکی از مهمترین فاکتورهای حضور فعال در اینترنت همین سایتها هستند.

حال اجازه دهید خصوصیات سایت‌های موفق تبلیغاتی را تك تك ذكر کرده و نحوه بهینه و کاربردی کردن آنها را ذكر كنم. استانداردهای يك سایت تبلیغاتی موفق بدین شرح است:

۱ - دادن اجازه رقابت به آگهی دهندگان: سایت‌های تبلیغاتی باید سیاستی اعمال کنند که آگهی دهندگان بتوانند به راحتی با همدیگر به رقابت بپردازند. برای تامین این منظور بهتر است:

(الف) صفحه اول سایت خود را به سه قسمت تقسیم کنند: در بالا آگهی‌های ویژه عکس‌دار، در وسط آگهی‌های ویژه متنی و در پایین صفحه، آگهی‌های رایگان. بدین ترتیب آگهی دهندگان اجازه پیدا می‌کنند که برای دیده شدن در صفحه اول باهم رقابت داشته باشند.

(ب) محدود کردن تعداد آگهی توسط هر ایمیل به دو عدد: بعضی از آگهی دهندگان با يك ایمیل آدرس اقدام به درج چندین آگهی آن هم با عکس واحد می‌کنند، اگر ما محدودیت درج ۲ آگهی را در سایت اعمال کنیم آنها به جای درج چندین آگهی، مجبور می‌شوند چندین محصول خود را در يك یا دو آگهی قرار دهند، بدین ترتیب:

(۱) ما به دیگر مشتریان که فقط يك آگهی درج کرده‌اند، احترام گذاشته و از پیمان شدن حق ایشان توسط دیگران جلوگیری می‌کنیم.

(۲) در صفحه اول سایت از تنوع آگهی بیشتری برخوردار می‌شویم، که کیفیت صفحه اول سایت را بالا می‌برد.

(۳) وقتی یکی از مشتریانی که چندین آگهی در سایت دارند، اقدام به بروزرسانی آگهی‌های خود می‌کند، دیگر آگهی‌ها به صفحه دوم و گاهی سوم منتقل می‌شوند. این باعث می‌شود بازدید از آن آگهی‌ها پائین آمده و ما چندین مشتری بالقوه خود را از دست بدهیم. اگر محدودیت را اعمال کنیم يك مشتری باعث از دست رفتن چندین مشتری نخواهد شد!

۲ - داشتن پیش‌تیبانی آنلاین: ما باید در ساعات پربازدید سایت حتما بتوانیم از طریق یاهو مسنجر با مشتریان سایت ارتباط داشته باشیم. بدین طریق آنها احساس خواهند کرد:

(الف) که ما در کنار آنها هستیم و حاضریم مشکلات آنها را حل کنیم.

(ب) هیچ حقی از آنها ضایع نکرده‌ایم و خود را مسئول پاسخ‌گویی به آنها می‌دانیم.

(ت) ارزش آنها را می‌دانیم.

اگر نتوانیم از طریق یاهو مسنجر با مشتریان سایت ارتباط داشته باشیم. لاقلاً باید در کمتر از ۴ ساعت بتوانیم به ایمیل آنها پاسخ بدهیم. در این مورد حتما در قسمت **تماس با ما** فرمی قرار دهید تا مشتریانتان مجبور نشوند برای فرستادن يك ایمیل، از چندین پنجره یا برنامه عبور کنند. به خاطر داشته باشید آنها **کارهای دیگری نیز برای انجام دادن دارند.**

۳ - داشتن PageRank: خیلی از سایت‌ها با روش‌های خاص اقدام به افزایش کنتور بازدید از سایت می‌کنند که این نشان از تقلب آنها برای کسب درآمد زیاد، بدون رساندن سود به مشتریان دارد. همیشه به یاد داشته باشید **پیشرفت مشتریان، باعث پیشرفت شماست نه افزایش میزان**

بازدید بصورت تغلیبی. در این مورد سایت‌های صادق، سایت‌هایی هستند که اقدام به درج Page Rank در صفحه اول خود می‌کنند و پیج رنک ۲ تا ۳ برای يك سایت تبلیغاتی امتیاز خوبی است.

۴ - تایید به موقع آگهی: در یکی از مقالات قبلی هم نوشته بودم که سایتی که بعد از ثبت آگهی به شما وعده دو روز (۴۸ ساعت) برای تایید آگهی می‌دهد به درد نمی‌خورد و يك سایت مرده است. در این مورد برای کشور ما ۸ ساعت و کمتر از آن زمان استاندارد است.

۵ - حذف نکردن بدون دلیل آگهی: اگر يك آگهی تایید نشد آنرا حذف نکنید، يك ایمیل به درج کننده آن بفرستید و اشکالات آگهی را ذکر کرده و از او بخواهید تا در ۲۴ ساعت اشکالات آن را رفع و دوباره برای تایید به شما بفرستند. سایت‌هایی که آگهی مشتریان را حذف می‌کنند، بدون اینکه حتی حذف شدن آن را اطلاع دهند، ارزش مشتری را نمی‌دانند و هیچ امیدی به پیشرفت ندارند.

۶ - تعطیل نکردن سایت در روزهای تعطیل: سایت مغازه نیست که کسی بخواهد در تعطیلات نوروز آن را به مدت ۱۳ روز تعطیل کرده و به گردش برود. به یاد داشته باشید در اینترنت زمان ارزش زیادی دارد!

۷ - ندادن اجازه به تبلیغات با کلمات مغایر فرهنگ کشور: اخیرا در یکی از سایت‌های تبلیغاتی چند آگهی دیدم که به شدت متعجب شدم.

آگهی با عنوان: ازدواج موقت

یا آگهی با عنوان: ... بزرگ کننده ... مردان

یا آگهی با عنوان: ... بزرگ کننده ... خانمها

مدیر سایت‌های تبلیغاتی باید توجه داشته باشند که وجود چنین آگهی‌هایی باعث بی‌آبرویی سایت آنها می‌شود. فکر می‌کنید چند نفر به این محصولات احتیاج پیدا می‌کنند؟ یا چند نفر زن بیوه هستند که آمده‌اند در سایت شما دنبال مردی هستند که آنها را بصورت موقت صیغه کند؟ در سری مقالات قبلی خودم با عنوان "**مغز و قدرت تفکر**" خصوصیات مردان و زنان را شرح داده‌ام. بعد از مطالعه آن مقاله مطمئنم، متوجه خواهید شد که آگهی دهندگان و اکثر بازدید کنندگان از آگهی‌های ازدواج موقت مردان هستند! پس هیچوقت اجازه درج آگهی ازدواج موقت در سایت خود را به هیچ احدی ندهید. در مورد محصولات ... بهتر است فقط اجازه درج يك آگهی به فرد مورد نظر بدهید آن هم با این عنوان "**مردان و زنان متاهل بخوانند**" و به این مشتری بگویید تا محصولات خودش را داخل این آگهی لیست کند. آگهی‌های چنین محصولاتی بازدید کنندگان خوب و خریداران کمی دارند و در استانداردهای آماری که در قسمت دوم این مقاله عرض خواهم کرد این آگهی‌ها جایی ندارند. بعد از ورود این آگهی‌ها به سایت، بازدید دیگر آگهی‌ها تحت تاثیر قرار گرفته و در این شرایط شما خیلی از مشتریان خود را از دست می‌دهید و بعضی دیگر از آنها سعی می‌کنند عنوان آگهی خود را تغییر دهند بدین شکل: مثلا من در سایت شما يك آگهی دارم به این عنوان "**موفقیت در اینترنت**" بعد از ورود آن آگهی‌ها، بازدیدکنندگان آگهی را از دست می‌دهم و به جای حذف آگهی خود، فکر می‌کنم که بیشتر بازدیدکنندگان سایت شما افرادی هستند که به چنین کلماتی حساسیت دارند، بعد عنوان آگهی خود را بدین صورت تغییر می‌دهم "**سایتی در اینترنت به راه بیاندازید که بیشتر از سایت‌های ... درآمد داشته باشد**" من بازدید کنندگان آگهی خود را دوباره به دست می‌آورم اما در این مدت شما خیلی از مشتریان روزانه خود را از دست داده‌اید و مشتریان دیگر نیز مثل من تیرهای خود را تغییر می‌دهند و سایت شما تبدیل به سایتی می‌شود که والدین متفکر، از ورود کودکان خود به آن جلوگیری کرده و بعد از مدتی سایت فاسد شما، فیلتر شده و به کار خود پایان می‌دهد.

۸ - حذف به موقع آگهی‌های مرده: مدت زمان کوتاهی را برای حضور آگهی در سایت خود بدهید (برای سایت‌های موفق حداکثر ۳ ماه زمان خوبی است) و بعد از اتمام آن زمان يك ایمیل به درج کننده آن بفرستید و از ایشان بخواهید تا در مدت يك هفته آگهی خود را به روز رسانی کرده یا حذف کند. بعد از گذشت يك هفته، اگر درج کننده آگهی هیچ عکس‌العملی نشان نداد، آگهی را حذف کنید. این سیاست باعث می‌شود، همیشه سایت شما زنده و سر حال باشد و مهمتر از آن اینکه باعث می‌شود سایت شما به گورستان آگهی تبدیل نشود. اگر يك بازدید کننده به سایت مراجعه کرده و يك آگهی مرده ببیند تصور می‌کند که سایت تبدیل به موزه شده است و تنها کاری که می‌تواند بکند این است که تماشا کرده و از آن خارج شود.

۹ - اجازه درج آگهی ویژه رایگان در مدت معین: همیشه برای خدمات رایگان مدت معینی در نظر بگیرید و به هر طریق این را به اطلاع مشتریان خود برسانید. بعد از اتمام آن مدت بدون تمدید کردن، ارائه خدمات رایگان را قطع کنید. سود حاصل:

الف) مشتریان شما متوجه شوند که زمان برای شما معنی دارد.

ب) مشتریان شما را به عکس‌العمل سریع وادار می‌کند (اگر اجازه یکساله به آنها بدهید، بعد از دیدن آگهی شما، درج آگهی را به زمان دیگری موکول می‌کنند و بعدا این امکان را فراموش کرده و آگهی شما بی‌ارزش می‌شود، اما اگر يك فرصت مثلا ده روزه به آنها بدهید آنها مجبور به عکس‌العمل سریع می‌شوند. تجربه ثابت کرده است که مدت زمان‌های کوتاه بازدهی بالایی دارند.)

پ) گرفتن آمار در فاصله زمانی معین راحت‌تر است و می‌توانید از اطلاعات آماری بدست آمده در جذب مشتریان بیشتر استفاده کنید.

۱۰ - داشتن خلاقیت در تایید یا عدم تایید آگهی: هیچوقت بخاطر يك شك نابجا اقدام به عدم تایید آگهی نکنید. فراموش نکنید که کار شما در ارتباط با اینترنت است و اینترنت منبع عظیمی از اطلاعات و اطلاعات رفع کننده هرگونه شك و شبهه‌ای است. به يك آگهی شك می‌کنید که قوانین شما را زیر پا گذاشته است. به لينك موجود در آگهی سر بزنید و از کار سایت سر در بیاورید. سوال خلاقیت که یادتان هست؟ **دیگه چه کار می‌توانم بکنم؟** اگر متوجه شدید که سایت يك سایت مفید است و جملات موجود در آگهی باعث ایجاد شك در شما شده است، يك ایمیل به درج کننده آگهی بفرستید و بخواهید تا جملات مورد نظر شما را اصلاح کند.

۱۱ - احترام به اطلاعات محرمانه مشتریان: در حفظ اطلاعات مشتریان خود کوشا باشید. آدرس ایمیل مشتریان شما با ارزشترین منبع درآمد شماست، آنها را با دیگران به اشتراك نگذارید. يك سایت آگهی جدید التاسیس اقدام به جمع کردن آدرس ایمیل از دیگر سایت‌های آگهی کرده بود و بعد اقدام به ارسال ایمیل تبلیغاتی به آنها کرده بود (**در آینده يك مقاله نیز در مورد بازاریابی از طریق ایمیل خواهم نوشت**) کار آنها نه بد بود و نه خوب، اما يك اشکال بزرگ داشت. آنها آدرس ایمیل‌ها را در قسمت To وارد کرده بودند. اولین چیزی که دریافت کننده ایمیل در مورد این سایت فکر می‌کند این است که ایشان ارزشی به اطلاعات محرمانه آنها قائل نیستند. هر آدرسی که در قسمت To وارد می‌شود برای دریافت کننده ایمیل نیز قابل رویت است. حالا که شما ریسک فرستادن اسپم را پذیرفته‌اید لاقلاً آدرس‌ها را در قسمت BCC وارد کنید. هر وقت که به چندین نفر ایمیل ارسال می‌کنید حتما این موضوع را مد نظر داشته باشید.

۱۲ - اجتناب از دادن قول‌های دروغین: همان ایمیل که اطلاعات محرمانه مشتریان بالقوه خود را فاش کرده بود، در متن ایمیل قول داده بود که با ثبت آگهی در سایت آنها، آگهی را روزانه به بیست هزار نفر نشان دهد. من يك آگهی در سایت ایشان ثبت کردم و خواستم اطلاعاتی در مورد سایت‌شان بدست بیاورم. بعد از گذشت ۱۸ روز آن آگهی فقط سه بار کلیک خورده بود! يك ایمیل به آنها فرستادم و چند پیشنهاد ارائه کردم تا با

رعایت آنها بتوانند سایت خود را بهینه کنند. به ایمیل جواب ندادند و هیچکدام از پیشنهادات را هم مد نظر قرار ندادند! اینها کسانی هستند که هدف اصلی‌شان کسب درآمد بدون در نظر گرفتن منافع مشتری است.

۱۳ - اجتناب از افزایش بی‌دلیل کنتور آگهی‌ها: هیچوقت کنتور آگهی مشتریان را بی‌دلیل افزایش ندهید چون در قسمت دوم این مقاله که در مورد نحوه استفاده از سایت‌های تبلیغاتی است استانداردهائی را ذکر خواهم کرد که مشتریان با مد نظر قرار دادن آنها متوجه خواهند شد که کنتور آنها نه از طریق بازدید که توسط دست‌اندرکاران سایت افزایش یافته است.

۱۴ - کمک کردن به مشتریان جهت درج آگهی‌های استاندارد: خیلی از درج کنندگان آگهی، اطلاعات کافی در مورد نحوه درج آگهی موفق ندارند. در سایت شما اقدام به درج آگهی می‌کنند. آن آگهی بعد از گذشت چند روز هنوز در زیر خط استاندارد قرار دارد و هیچ بازدیدکننده‌ای ندارد. در این شرایط **مشتری را به حال خودش ول نکنید!** بدون در نظر گرفتن نوع آگهی (رایگان یا ویژه بودن) يك ایمیل به او بفرستید و بخواهید تا با شما يك ملاقات آن لاین (از طریق مسنجر) داشته باشد. قبل از ملاقات، آگهی را مطالعه کرده و اشکالات آن را یادداشت کنید. تخصصتان را به کار بگیرید تا بتوانید مشکل او را مرتفع سازید. اگر تخصص کافی در مورد نوشتن آگهی ندارید از افراد متخصص مشاوره بخواهید یا به مشتری بگوئید تا با این افراد مکاتبه کرده و مشاوره رایگان بگیرد. مطمئن باشید این کار شما بی‌نتیجه نمانده و بعد از موفقیت آگهی مشتری او این لطف شما را به هر طریق ممکن تلافی خواهد کرد.

۱۵ - داشتن دلیل قانع کننده نسبت به پورتال کردن سایت: سایت‌هائی هستند که تبدیل به پورتال می‌شوند ولی این پورتال شدن سود آنها را کمتر می‌کند! خدمت خوانندگان عزیز باید عرض کنم که يك پورتال مجموعه‌ای از چندین سایت است. مثلا يك پورتال ورزشی می‌تواند شامل يك سایت فوتبال، يك سایت والیبال، يك سایت شطرنج و ... باشد. سایت بلاگفا يك پورتال است. وبلاگ‌های موجود در بلاگفا زیر مجموعه آن هستند و آدرس زیر مجموعه پورتالها با WWW شروع نمی‌شود. خدمات پورتال وسعت زیادی دارد و مشتریان پورتال‌ها در کار با آنها خدمات ارزنده‌ای دریافت می‌کنند. چند سایت تبلیغاتی در اینترنت دیده‌ام که تبدیل به پورتال شده‌اند. اما مدیران این سایت‌ها باید توجه داشته باشند که پورتال کردن يك سایت نباید هدف نهایی و تخصصی سایت را پامال کند. پورتال‌ها بازدید کننده زیاد و پیچرنك بالاتری نسبت به سایت‌ها دارند اما افزایش پیچرنك با تبدیل سایت به پورتال همیشه نمی‌تواند مفید باشد. يك پورتال تبلیغاتی اگر اقدام به اضافه کردن يك سایت بازی برای بچه‌ها در زیر مجموعه خود بکند می‌تواند بازدید و پیچرنك خود را افزایش دهد اما **خوانندگان این وبلاگ!** و **افراد متخصص** در زمینه درج آگهی هیچوقت گول چنین پورتال‌هایی را نخواهند خورد! چون آنها خوب می‌دانند افزایش تعداد بچه‌هائی که بصورت آن‌لاین در پورتال بازی می‌کنند هیچ نفعی برای آگهی آنها ندارد. تقسیم پورتال به زیر مجموعه استان‌ها هم زیاد خوب نیست چون آگهی‌نامه‌های محلی کار زیر مجموعه‌های پورتال شما را به خوبی انجام می‌دهند. اگر قصد دارید سایت تبلیغاتی خود را به پورتال تبدیل کنید بهترین ایده تقسیم پورتال به زیر مجموعه، طبقه‌بندی‌های موجود آگهی‌ها در سایت است. مثلا يك زیر سایت درباره آگهی سایت‌های آموزشی، يك زیر سایت درباره آگهی سایت‌های صنعتی و ... بدین طریق بازدید کنندگان سایت در یافتن آگهی مورد نظر خود دچار مشکل نشده و آگهی دهندگان نیز مطمئن خواهند شد که در جایی دیده می‌شوند که دوست دارند دیده شوند. پورتال کردن سایت منافع زیادی دارد ولی يك زیر سایت غیر تخصصی تمام رشته‌های شما را پنبه خواهد کرد. **تخصص سایت خود را ارزان حراج نکنید!**

۱۶ - اجتناب از درج اخبار در سایت تبلیغاتی: همان طور که در قسمت قبلی شرح دادم اضافه‌کردن چیزهای ببرد نخور از کیفیت و تخصص سایت شما خواهد کاست. در بعضی سایت‌ها قسمتی از صفحه با ارزش خود را به اخبار اختصاص می‌دهند، همیشه در اختصاص قسمتی از صفحه خود به يك موضوع خاص از خود سوال کنید: **آیا این قسمت سایت را تخصصی می‌کند یا غیر تخصصی؟** اگر تخصصی می‌کند که هر چه سریعتر اقدام کنید و اگر غیر تخصصی می‌کند که اصلا چنین کاری را انجام ندهید. (در مقاله‌ای که بعدا در مورد بازاریابی از طریق ایمیل خواهم نوشت راهکاری به شما نشان خواهم داد که فقط سایت‌های تخصصی می‌توانند از آن طریق کسب درآمد کنند) سایت شما مخصوص آگهی است آنهایی که علاقه‌ای به خواندن اخبار دارند حتما آدرس پورتال‌های اخبار را هم می‌دانند.

۱۷ - استفاده از کلمات کلیدی مخصوص هر آگهی جهت کمک به موقعیت آگهی در نتایج موتورهای جستجوگر: فرمهای درج آگهی را طوری طراحی کنید که درج کنندگان آگهی بتوانند کلمات کلیدی مربوط به آگهی را نیز در آنجا قرار دهند. بدین ترتیب موتورهای جستجوگر نیز به افزایش بازدید آگهی‌های شما کمک خواهند کرد. همه تلاش خود را به کار بگیرید تا آگهی مشتریان شما در صفحه اول موتورهای جستجوگر دیده شوند. این سود دو طرفه سایت شماست، بازدید کننده يك آگهی که از طریق موتور جستجوگر وارد سایت شما شده است قبل از دیدن آگهی وارد سایت شما می‌شود و آدرس آن را به خاطر می‌سپارد و شما قبل از مشتری از این کار سود می‌برید. اگر درج کننده، هیچ اطلاعاتی از نحوه انتخاب کلمات کلیدی ندارد، باز هم با ایمیل او را راهنمایی کنید.

۱۸ - لینک دادن به سایت‌ها یا وبلاگ‌هایی که مقالات آموزشی در مورد طرز نوشتن آگهی خوب دارند: يك قسمت از صفحه اول را به لینک‌هایی اختصاص دهید که مقالات آموزشی خوب در مورد نوشتن آگهی دارند. این لینک‌ها را در زمان‌های کمک به مشتریان پیشنهاد کنید و از آنها بخواهید تا با افزایش اطلاعات خود، آگهی خود را بهینه‌سازی کند. همه قسمت‌های سایت را با تخصص سایت بسنجید. نیازهای مشتریان خود را همیشه مد نظر قرار دهید. چند درصد از آگهی دهندگان سایت شما اصول نوشتن آگهی خوب را می‌دانند؟ چرا به جای دادن صد هزار تومان اعتبار بلاعوض به مشتریانتان جهت درج آگهی ویژه بدون بازدید! يك کتاب آموزشی درج آگهی خوب هدیه نمی‌دهید؟ خیلی از آنها واقعا نمی‌دانند از چه عکسی برای آگهی خود استفاده کنند! حتی در دادن هدیه هم تخصص سایت را فراموش نکنید!

۱۹ - کمک گرفتن از افراد متخصص و مشاوره با آنها در جهت حرفه‌ای کردن هر چه بیشتر سایت: اینترنت جایی است که شما به راحتی می‌توانید افراد متخصص در هر امری را پیدا کرده و از آنها مشاوره بگیرید. افراد متخصص قادرند تخصص سایت شما را افزایش دهند! در هیچ کجای دنیا شما به اندازه اینترنت قادر به یافتن خدمات رایگان نیستید. خیلی از افراد متخصص در سایت خود اقدام به عرضه خدمات رایگان می‌کنند. چرا از آنها استفاده نمی‌کنید؟ معنی خدمات را به خوبی متوجه شده‌اید و حتی در سایت خود ارائه می‌دهید. اما از خدمات دیگران استفاده نمی‌کنید.

۲۰ - افزایش اطلاعات روزانه در مورد تبلیغات: آنهایی که مطالعه نمی‌کنند ارزش مشاوره گرفتن و استفاده از تجربیات دیگران را نمی‌دانند. حال که يك سایت تبلیغاتی دارید، چرا در این مورد اطلاعات خود را افزایش نمی‌دهید؟ در زمانهایی که بنا به دلایلی قادر به مطالعه نیستم، در کانالهای مختلف تلویزیونی به تماشای آگهی‌های تبلیغاتی مشغول می‌شوم و جملات و تصاویر آنها را مورد ارزیابی قرار داده و نکات مثبتی زیادی می‌آموزم. شما هم چنین کنید!

۲۱ - امکان به روزرسانی آگهی توسط مشتریان: در سایت خود حتما امکان بروزرسانی آگهی را قرار دهید! اگر این امکان در سایت شما وجود نداشته باشد مشتری شما آگهی را درج کرده و بعد از اتمام دوره چند ماهه آگهی به سایت شما بازخواهد گشت، تازه اگر در این مدت آدرس سایت شما را فراموش نکرده باشد! اما اگر امکان بروزرسانی را در سایت داشته باشید، مشتری برای حضور در صفحه اول و لیست شدن در بالای نتایج جستجو سایت، روزانه به سایت شما مراجعه کرده و آگهی خود را بروزرسانی خواهد کرد و از این طریق بازدید سایت شما بالا رفته و به نسبت آن پیچرنگ شما نیز افزایش خواهد یافت که این ترافیک حق شماست. **از حق خود نگذرید!** امکان بروزرسانی نشان از پویایی سایت دارد و رقابت حاصل از این کار به نفع سایت شماست.

۲۲ - پرهیز از تبلیغات بوسیله پنجره‌های خود بخود باز شونده: از پنجره پاپ‌آپ یا همان پنجره‌های خود بخود باز شونده پرهیزید. ۷۸ درصد کاربران اینترنت از پنجره پاپ‌آپ متنفرند! شما که دوست ندارید این تنفر به اسم و آدرس سایت شما سرایت کند؟ در مقاله قبلی خودم که در مورد سایت‌های لوکس و بدون درآمد نوشته بودم به خصوصیات پنجره اشاره کرده بودم. پنجره‌های پاپ‌آپ منظره بدی را ایجاد می‌کنند و کاربران به سرعت آنها را می‌بندند. برای جلب احترام کاربران حتی از پنجره‌های شناور نیز پرهیزید. پنجره‌های شناور قسمتی از صفحه را اشغال می‌کنند و کاربر

احساس می‌کند که شما با این کار راحتی و مرور بدون مزاحمت را از او گرفته‌اید. حتی يك پنجره ثابت که روی قسمتی‌هایی از سایت را گرفته است و حتی دکمه‌ای برای بستن دارد اما با بارگذاری مجدد صفحه دوباره ظاهر می‌شود از ارزش سایت شما می‌کاهد.

۲۳ - فعال کردن اکانت از طریق ایمیل: به محض ثبت نام يك کاربر با يك ایمیل، اجازه کار کردن و درج آگهی را به ایشان ندهید. حتما از ایشان بخواهید تا از ایمیل دریافتی اشتراك خود را فعال کرده و سپس به کار خود ادامه دهد. تصور کنید يك کاربر با آدرس ایمیل يك شرکت اقدام به ثبت نام کرده و يك آگهی ورشکستگی یا يك آگهی با جملات توهین‌آمیز در مورد آن شرکت درج نماید. سایت خود را بازچه دست چنین افرادی نکنید.

۲۴ - استفاده از آدرس ایمیل بعنوان نام کاربری: کاربران را مجبور به ایجاد نام کاربری مخصوص سایت خودتان نکنید. تجربه نشان داده است که آنها از این روش چندان خرسند نیستند. آنها با آدرس ایمیل خود به صورت روزانه کار می‌کنند و آن را بهترین وسیله برای شناخته شدن خود در اینترنت می‌دانند. وقتی شما از آنها می‌خواهید تا يك نام کاربری مخصوص سایت شما ایجاد کنند آنها شروع به برآورد خدمات شما و میزان حافظه خود می‌کنند و خیلی وقتها از این کار منصرف می‌شوند. بار حافظه آنها را زیاد نکنید. آدرس سایت شما و سپس پسورد مخصوص سایت شما بیشترین چیزی است که شما می‌توانید از حافظه آنها انتظار داشته باشید. در بعضی شرایط کاربری دوست دارد که آگهی ثبت کند و از آگهی خود چشم داشت مالی ندارد و بسته به شرایط اجتماعی خود دوست دارد که اسم خود را نیز ذکر نکند. او را مجبور به این کار نکنید. در فرم ثبت آگهی از این کاربران بخواهید تا در قسمت اسم، مثلا بنویسند (ناشناخته) بدین طریق شما اصول اینترنت را نیز در نظر گرفته‌اید. اکثر کاربران اینترنت در موارد کمی دوست دارند شناخته شوند!

۲۵ - ندادن اجازه به درج عکس تکراری: این کار باعث می‌شود که زیبایی ظاهری سایت شما بیشتر و محلی جذاب برای کاربران شما باشد. اما همیشه در این مورد خلاق باشید. خلاقیت همیشه نتایج خارق‌العاده برای شما به همراه دارد. اگر يك مشتری اقدام به درج چند آگهی (البته بعد از این، اجازه درج بیش از دو آگهی را به آنها نخواهید داد) با يك عکس کرد، از روی آن عکس به سادگی نگذرد. اگر عکس مورد استفاده لوگوی سایت مشتری است که هیچ ایرادی ندارد اجازه این کار را به او بدهید چون لوگو ارزش زیادی برای هر مدیر سایتی دارد. اگر مشتری از عکسی استفاده کرده که لوگوی سایتش هم نیست این نکته را از طریق ایمیل به او اطلاع دهید و از او بخواهید تا عکس دیگری را انتخاب کند. اگر مشتری دلیلی را ذکر کرد که شما آن عکس را با میزان موفقیت آگهی او در ارتباط دیدید به او اجازه دهید برای بار دوم نیز از آن استفاده کند. بخاطر داشته باشید: قوانینی که جلوی موفقیت سالم افراد و جامعه را بگیرد جزء بی‌ارزشترین قوانین هستند. در درج عکس نیز به مشتری کمک کنید. اجازه ندهید مشتری از عکس آگهی دیگران در دیگر سایتها استفاده کند.

۲۶ - ایمیل‌های سایت را فقط خودتان بازبینی نمائید: تجربه ثابت کرده است که مدیران سایتها همیشه قادر نیستند به تنهایی کارهای سایت را انجام دهند و در زمانهای معین از افراد دیگری نیز کمک می‌گیرند. بخاطر داشته باشید دادن اجازه مدیریت سایت به يك فرد عصبانی و خشک و خالی به مدت يك ساعت می‌تواند زحمات چندین ساله شما را به باد بدهد. سایت شما مانند درخت میوه‌ای است که شما در طی چندین سال آبیاری کرده و به بار رسانده‌اید، اجازه ندهید يك نفر کوتاه فکر با کوبیدن يك میخ آن را بخشکاند. از افرادی کمک بگیرید که به **حسن نیت و تکامل فکری** آنها ایمان کامل دارید. فردی که قدرت ظرفیت انتقادپذیری ندارد، شاید يك آگهی را به خاطر عصبانیت، از سایت حذف کند و حذف شدن آن آگهی ممکن است باعث نارضایتی صاحب آن شده و به دنبال آن مشتری دیگری که توسط این شخص به سایت شما راهنمایی شده بود، برای حمایت از دوست خود آگهی خود را از سایت شما حذف کند و این دوره تسلسل ادامه پیدا کرده و سایت به جایی می‌رسد که شما قادر نیستید دلیل شکستش را پیدا کنید. در سایت خود از مشتریان بخواهید که شکایات و انتقادات خود را از طریق ایمیل به شما ارسال کنند. خود را متعهد به جواب دادن به ایمیل‌ها بکنید و هیچوقت پسورد ایمیل سایت را حتی به نزدیکترین کسان ندهید. همیشه به خاطر داشته باشید عزیزترین کسان شما نیز به اندازه شما در راه به ثمر رسیدن سایت زحمت نکشیده‌اند.

۲۷ - سرعت سایت خود را قربانی هیچ فاکتوری نکنید: سرعت هر سایت بزرگترین فاکتور موفقیت آن سایت است. میزان پهنای باند شما نسبت مستقیمی با میزان موفقیت سایت شما دارد. به اندازه انتظاری که از سایت دارید اقدام به تهیه پهنای باند آن نکنید.

۲۸ - خلاقیت را از یاد نبرید: مدیر محترم یکی از سایت‌های تبلیغاتی يك ایمیل ارسال کرده و گلابه کرده بودند که چرا در مورد کپی کردن سورها سایت‌ها چیزی در این مقاله نوشته نشده است. باید به عرض مدیران محترم سایت‌ها برسانم که خلاقیت بزرگترین عامل موفقیت در کلیه زمینه‌های زندگی است. هنرپیشه‌های زیادی در عرصه طنز فعالیت می‌کنند ولی هیچکدام از آنها به اندازه آقای مهران مدیری محبوبیت ندارند. تفاوت مهم کارهای آقای مهران مدیری با آنها خلاقیت است. من این همه فاکتور را برای موفقیت يك سایت تبلیغاتی لیست کردم. نگاه کنید هیچکدام از سایت‌های تبلیغاتی همه این فاکتورها را در سایت خود ندارند. **بیا تا گل برفشانیم و می در ساغر اندازیم / فلك را سقف بشکافیم و طرحی نو دراندازیم.** هیچ سایتی کامل نیست، بجای کپی کردن سورها سایت، سورها اختصاصی خود را طراحی و مورد استفاده قرار دهید.

بعد از انتشار این مقاله، اولین سایتی که اقدام به اعمال تغییرات در جهت بهبود خدمات خود برآمد، سایت ایران‌وب‌شاپ <http://www.clickaudit.com/goto/?108929> بود که پیشنهاد می‌کنم حتما از این سایت و خدمات ارزنده‌اش استفاده کنید. دست اندرکاران این سایت خدمات طراحی وب سایت را نیز انجام می‌دهند که به خاطر تجربه بالا، بهترین گزینه برای گرفتن مشاوره یا راه‌اندازی سایت تبلیغاتی است.

نوشتن مطلب برای مدیران سایت، کاری بس لذت بخش است. می‌دانم این مقاله وقت زیادی را از شما خواهد گرفت و اگر خسته نمی‌شدم (حدود يك هفته برای نوشتن این مقاله تلاش کرده‌ام) و از حوصله شما نیز اطمینان داشتم، می‌توانستم شماره لیست را به حدود ۴۸ برسانم. ولی همین اندازه هم کافی است. مطمئنم اگر مدیر يك سایت همه این مطالب را مد نظر قرار دهد، قادر خواهد بود در مدتی کوتاه، به بزرگترین سایت آگهی تبلیغاتی کشور تبدیل شده و درآمدی چشمگیر از سایت خود کسب کند. در قسمت دوم این مقاله به بیان مطالبی در مورد استفاده بهینه از سایت‌های تبلیغاتی خواهیم کرد.

دوستان عزیز و خوانندگان وبلاگ، من هم مثل شما کار می‌کنم و نوشتن مطلب در این وبلاگ هیچ نفع مالی برای من ندارد. بزرگترین هدفی که از نوشتن در این وبلاگ دارم، کمک کردن به شما در زمینه استفاده بهینه از اینترنت در کسب درآمد است. در این راه هم فقط نکته‌هایی را به شما بازگو می‌کنم که بعد از چندین سال تجربه به دست آورده‌ام و به بازدهی آنها اطمینان کامل دارم. بعضی از مقالات وبلاگ بازدید کمی نسبت به دیگر مقالات دارند و شما علاقه‌ای به خواندن آنها نشان نداده‌اید، اما مطمئن باشید نکاتی را در آن مقالات ذکر کرده‌ام که بعدا برای موفقیت در اینترنت حتما به آنها احتیاج پیدا خواهید کرد. تا قرار دادن مقاله بعدی در وبلاگ، حتما فرصت کرده و مقالاتی را که مطالعه نکرده‌اید، مطالعه کنید.

در ابتدا اجازه دهید از همه شما عزیزان تشکر کنم. بعد از انتشار اولین قسمت این مقاله دوستان زیادی به وبلاگ سرزدند و مقالات آن را مطالعه کرده و با ارسال نظر یا ایمیل مرا مورد لطف خود قرار دادند و ثابت کردند بهترین مردم دنیا هستند. زمانی که قصد کردم به کشورم بازگردم و تجربیات خود را در کشورم به کار گرفته و حتی در يك وبلاگ این تجربیات را با شما عزیزان به اشتراک بگذارم، توسط خیلی‌ها سرزنش شدم. اما بعد از انتشار قسمت اول این مقاله، شما جواب آنها را به خوبی دادید. درست ۴ ساعت بعد از انتشار مقاله سیل نظرات و ایمیل‌ها به وبلاگ و جعبه پستی من سرازیر شد. خیلی هیجان زده شدم، شما نشان دادید، مردمی قدر شناس هستید. آن کس که خدمتی هر چند کوچک نسبت به شما انجام دهد، حمایت شما شامل حال او خواهد شد و شما تلافی زحمات او را خواهید کرد. (چه ثروتی با ارزش‌تر از این است؟) از نوشتن در وبلاگ قصد دیگری بجز خدمت به شما ندارم چون شما لایق بزرگترین خدمت‌ها هستید. در مقالات قبلی مطالب مقدماتی را برایتان نوشتم و در قسمت اول این مقاله شروع به ارائه راه‌حل‌های عملی کردم، نظرات صمیمانه و گرم شما مرا امیدوار به ادامه راه انتخابی کرد. **دوستان عزیز تشکر صمیمانه مرا پذیرا باشید!** آرزوی قلبی من، پیشرفت کشور عزیزم، در همه عرصه‌ها، مخصوصا اینترنت است! **من عاشق نام عزیز کشورم و مردم شریف آنم!**

در این قسمت مطالبی را خواهم نوشت که بیشتر به درد استفاده کنندگان از سایت‌های تبلیغاتی می‌خورد. اما این دلیل نمی‌شود که مدیران سایت‌های تبلیغاتی اقدام به مطالعه این مقاله نکنند، در این مقاله استانداردهایی ذکر شده است که آنها با مد نظر قرار دادن این استانداردها قادر به بهینه کردن سایت خود خواهند بود.

خوانندگان عزیز ویلاگ، شما به خوبی می‌دانید که درج آگهی یکی از مهمترین فاکتورهای موفقیت در هر زمینه‌ای است. برای معرفی فروشگاه خود، احتیاج به درج آگهی در آگهی‌نامه محلی دارید. برای معرفی سایت خود، احتیاج به درج آگهی در سایت‌های تبلیغاتی انگلیسی دارید. بالاخره برای شناخته شدن، باید آگهی ثبت کنید. دو سایت رقیب را با هم مقایسه کنید. آن سایتی موفق‌تر است که بتواند، در بهترین سایت‌های آگهی، با بهترین عکس، بهترین تیتر و بهترین متن همراه با لینک، آگهی درج کند. برای همین منظور در اولین مرحله که به يك سایت تبلیغاتی وارد شدید، اقدام به درج آگهی نکنید. چندین بار در طی چندین روز به این سایت سربریزید و با در نظر گرفتن استانداردهای زیر سایت را مورد ارزیابی قرار داده و سپس اقدام به درج آگهی بکنید. اما استانداردهائی که يك سایت تبلیغاتی باید داشته باشد:

۱ - سایت را از لحاظ رقابتی مورد ارزیابی قرار دهید: دقت کنید مدیر سایت، فاکتور رقابت را چگونه در سیاست سایت لحاظ کرده است. در بعضی از سایت‌ها در صفحه اول فقط آگهی‌های ویژه عکسدار به نمایش درمی‌آیند. این یعنی مدیر سایت به شما اجازه نمی‌دهد قابلیت سایت را با يك آگهی رایگان بسنجید. شما برای سنجش قابلیت سایت مجبور به پرداخت وجه هستید. شما مجبور به معامله‌ای هستید که اجازه بررسی کیفیت محصول به شما داده نمی‌شود. فراموش نکنید ۶۲ درصد بازدید آگهی‌ها در صفحه اول سایت خلاصه می‌شود. شاید در بالای نتایج جستجو در مورد محصول تولیدی باشید، ولی فراموش نکنید اکثر بازدید کنندگان، جنس مورد نظر خود را در صفحه اول سایت جستجو می‌کنند و حوصله تایپ کلمه و نگاه کردن به نتایج جستجو را ندارند. شانس شما زمانی افزایش می‌یابد که بازدید کننده بتواند با کمترین کار، آگهی شما را ببیند. سایت‌هایی که آگهی‌های رایگان را در صفحه اول نشان نمی‌دهند بیشتر به فکر درآمد هستند تا به فکر مشتریان! در این مورد کمی فکر کنید. قوانین سایت را مطالعه کنید و ببینید سایت اجازه درج چند آگهی را به يك نفر می‌دهد. اگر هیچ محدودیتی در این مورد وجود نداشته باشد، شانس شما برای حضور در صفحه اول بسیار پائین خواهد آمد. مثلا اگر يك نفر برای چندین محصول خود اقدام به درج چندین آگهی بکند و روزانه آنها را پروزرسانی کند آگهی شما به صفحات دوم، سوم و ... منتقل شده و بازدید آن به شدت کاهش خواهد یافت. تجربه ثابت کرده است، سایتی که اجازه درج بیش از دو آگهی را نمی‌دهد بهترین سایت از لحاظ امکانات رقابتی است.

۲ - سایت را از دیدگاه پشتیبانی آنلاین بررسی کنید: اگر مدیر سایتی در ساعات پر بازدید سایت، آنلاین نباشد، معلوم می‌شود که چندان علاقه‌ای به این کار ندارد و بی‌علاقگی مدیر، بیشتر نشان از عدم موفقیت سایت دارد. شما که دوست ندارید در سایتی آگهی درج کنید که موفق نیست! پشتیبانی آنلاین در ضمن نشان از صداقت مدیر سایت دارد و کار کردن با انسان‌های صادق نتایج مثبتی دارد.

۳ - صفحه اول را به دنبال Page Rank جستجو کنید: اکثر سایت‌های موفق تبلیغاتی، در صفحه اول خود، پیچرنک سایت را درج می‌کنند. داشتن پیچرنک ۲ تا ۳ در کشور ما برای يك سایت تبلیغاتی خوب است. در مورد سایتی که پیچرنک را در صفحه اول ندارد، شما مجبور به کسب اطلاعاتی از اینترنت هستید که وقت‌گیر است. زیاد هم نمی‌توان به آمارهای ارائه شده در هر وب سایت اطمینان کرد. سایت‌های درج کننده پیچرنک ارزش زیادی به وقت شما قائل هستند، ارزش آنها را بدانید.

۴ - استاندارد نایب آگهی در کشور ما: زمان استاندارد برای تأیید آگهی در کشور ما کمتر از ۸ ساعت می‌باشد. اگر در سایتی به درج آگهی پرداختید و بعد از ارسال آن، سایت به شما وعده دو روزه برای تأیید آگهی داد، مطمئن باشید، مدیر وب سایت علاقه زیادی به کار خودش ندارد و بیشتر وقت خود را به کارهای دیگر اختصاص می‌دهد. همیشه سعی کنید کارهای خود را به افراد متخصص واگذار کنید.

۵. ارسال دلیل حذف آگهی: اگر در ساینی به درج آگهی پرداختید (حتما قوانین سایت را مطالعه کنید سپس به درج آگهی پردازید) و آگهی شما حذف شد، بدون اینکه ایمیلی دریافت کرده باشید، دیگر تلاش نکنید تا حتما در آن سایت آگهی داشته باشید. همیشه به خاطر داشته باشید، هر کلیک و بازدید از سایت سرمایه آن سایت است. اگر مدیر سایت قدر شما را نمی‌داند، پس با قوانین اینترنت آشنایی ندارد. کار با افراد قدر ناشناس نتیجه‌ای ندارد، سایت دیگری را انتخاب کنید.

۶. تعطیل نکردن سایت در روزهای تعطیل: صبح يك روز تعطیل به مدیر سایتی که نظر شما را جلب کرده است، يك ایمیل ارسال کرده و سوالی از ایشان بپرسید و بخواهید تا از طریق ایمیل جواب شما را بدهند. اگر در کمتر از ۴ ساعت جواب ایمیل خود را نگرفتید، از خیر این سایت بگذرید. بزرگترین مزیت اینترنت نبود تعطیلی در آن است. اگر مدیر سایتی، در روزهای تعطیل، سایت را به حال خود وا بگذارد مطمئنا در تعطیلات نوروز مشکلات زیادی گریبانگیر شما خواهد بود. در اینترنت تعطیلی نداریم!

۷. سایت را در مورد کلمات مغایر با فرهنگ کشور بررسی کنید: تیر آگهی‌های سایت را ارزیابی کنید، اگر متوجه يك آگهی شدید، که تیری مغایر با عرف و فرهنگ کشور ما دارد از خیر درج آگهی در این سایت بگذرید. مثلا يك آگهی با عنوان ازدواج موقت در يك سایت دیدید. آیا دوست دارید در این سایت با مردی رقابت کنید که می‌خواهد زنان بیوه را صیغه کند؟ آیا رقابت کردن با چنین فردی، از ارزش شما و محصول شما نمی‌کاهد؟ درست است که صیغه کردن کاری شرعی است ولی عرف جامعه ما با این کار مشکل اساسی دارد. به یاد داشته باشید، ملاک سنجش خدمات و محصولات شما در اینترنت، رقیبان شما هستند.

۸. سایت را از لحاظ آگهی‌های مرده بازبینی نمایید: به قسمت جستجوی سایت تبلیغاتی رفته و کلمه‌ای کلیدی در مورد محصولی که می‌خواهید آگهی آن را درج کنید، جستجو کرده و نتایج را به صورت موشکافانه بررسی کنید. آیا در بین نتایج، تبلیغی هست که تاریخ آن گذشته است؟ آیا تبلیغی هست که سایت آن بسته شده است؟ کلا آیا تبلیغی هست که مرده باشد؟ یکی از بزرگترین مشکلات پیشرفت آگهی در هر سایت، آگهی‌های مرده آن سایت است. شما باید در این سایت با يك آگهی که هیچ ارزشی ندارد رقابت کنید. مثلا شما می‌خواهید آگهی فروش يك فیلم را به قیمت ۲۰۰۰ تومان در سایت ثبت کنید. يك آگهی مرده در مورد همان فیلم، در سایت هست که قیمت همین فیلم را ۱۰۰۰ تومان اعلام کرده است. مشتری شما این آگهی را نیز خواهد دید. نتیجه چه خواهد شد؟ مشتری شما آن آگهی مرده را دنبال خواهد کرد، ولی به نتیجه نرسیده و در عین حال، از خیر خرید از شما نیز خواهد گذشت. او فکر خواهد کرد، اگر از شما خرید کند، متضرر خواهد شد. پس سعی نکنید با آگهی‌های مرده رقابت کنید. در مورد چنین آگهی‌هایی می‌توانید با مدیر سایت مکاتبه کنید.

۹. لینک‌های سایت آگهی را در وبلاگ‌ها دنبال کنید: اگر سایتی نظر شما را جلب کرد و پیچرنک خوبی هم داشت، به <http://www.google.com> سرزنید و در قسمت جستجو چنین تایپ کنید link:siteaddress بجای siteaddress آدرس سایت را بدون http بنویسید و اینتر را فشار دهید. در میان نتایج، دنبال آدرس وبلاگ‌ها بگردید. به همه وبلاگ‌ها سرزنید. بعضی از افراد اقدام به درج لینک سایت آگهی، در وبلاگ کرده‌اند و هیچ مطلبی مفیدی هم در وبلاگ ننوشته‌اند، یا حتی پا را از این هم فراتر گذاشته، کدهایی را در وبلاگ‌ها قرار داده‌اند و از هر ۳۰ ثانیه، يك پنجره پاپ‌آپ بازدیدکنندگان وبلاگ را به سایت آگهی می‌برد و بدین ترتیب پیچرنک سایت آگهی بالا می‌رود. اما اگر در وبلاگ مطالب مفیدی در مورد درج آگهی بود و هیچ خبری هم از پنجره پاپ‌آپ نبود. این سایت يك امتیاز مثبت از شما می‌گیرد. وبلاگ بعدی را امتحان کنید.

۱۰. خلاقیت مدیر سایت را در تایید یا عدم تایید آگهی بسنجید: اکثر سایت‌های تبلیغاتی در قوانین خود درج کرده‌اند که درج دو آگهی با يك عکس امکان‌پذیر نیست. ولی مطمئن باشید عکس با لوگو فرق دارد اگر لوگوی سایت شما توسط يك متخصص طراحی شده است شما می‌توانید از آن در چندین آگهی خود استفاده کنید. اگر آگهی شما در این شرایط تأیید شد که مدیر سایت تبلیغاتی سواد بالایی در مورد اینترنت دارد. اگر تأیید نشد، يك ایمیل به ایشان بفرستید و فرق عکس را با لوگو شرح دهید.

۱۱. احترام به اطلاعات محرمانه مشتریان: بعضی از سایت‌های تبلیغاتی برای شناساندن خود، به افرادی که در دیگر سایت‌های تبلیغاتی آگهی درج کرده‌اند، ایمیل ارسال کرده و از ایشان می‌خواهند تا آگهی خود را در سایت ایشان هم درج کنند. به قسمت بالای این ایمیل نگاه کنید. اگر آدرس اشخاص دیگر را هم که این ایمیل را گرفته‌اند، مشاهده می‌کنید، از درج آگهی در سایت ایشان خودداری کنید. مدیر این سایت تبلیغاتی جزو کسانی که اطلاعات محرمانه مشتریان را بی‌ارزش می‌داند، شاید در آینده اطلاعات دیگر شما را نیز بفروشد.

۱۲. فریب ادعاهای دروغین ایمیل‌های تبلیغاتی را نخورید: در آینده مقاله‌ای در مورد طرز نوشتن آگهی و ایمیل خوب، خواهم نوشت. خوب و دروغ فرق زیادی دارند. يك سایت تبلیغاتی ایمیلی فرستاده بود و قول داده بود روزانه آگهی‌های درج شده را به بازدید ۲۰۰۰۰ نفر برساند!! من در سایت ایشان يك آگهی درج کردم و بعد از گذشت چند روز، کنتور آگهی من فقط ۳ را نشان می‌داد! ایمیلی به مدیر سایت ارسال کرده و چندین پیشنهاد برای بهترین شدن سایت‌شان دادم. اما هیچ عکس‌عملی از ایشان ندیدم. مدیران چنین سایت‌هایی با این کار تلاش می‌کنند، يك نام دامنه یا سایت خود را در مدت کوتاهی به شهرت برسانند، بعد آن را به دیگران بفروشند. تخصص ایشان سایت تبلیغاتی نیست. گول چنین افراد سودجوئی را نخورید و مواظب باشید تا به چنین افرادی کمک نکنید. اینها دنیا را فقط از پنجره منافع خود نظاره می‌کنند.

۱۳. استانداردهای کشورمان در مورد کنتور آگهی: حداقل بازدید روزانه يك آگهی، ۲ بازدید در ۲۴ ساعت است. البته بعد از گذشت يك روز، اقدام به حذف یا ویژه کردن آگهی خود نکنید. بعد از گذشت ده روز از درج آگهی به کنتور آن نگاه کنید. اگر بیش از ۲۰ بازدید داشت که سایت خوبی را برای درج آگهی انتخاب کرده‌اید و گرنه، مطمئن باشید که مشتریان شما زیاد به این سایت سر نمی‌زنند و از ویژه کردن آگهی در این سایت خودداری کنید. بعد از گذشت مدت ۱ ماهه، آگهی خود را حذف کنید. خوب حالا فرض کنیم بازدید بیش از ۲ بار در روز بود. تجربه ثابت کرده است حداقل از هر ۷ بازدید آگهی، يك بازدید کننده به سایت شما مراجعه می‌کند. و حداقل از ۱۰ بازدید سایت، يك نفر اقدام به خرید محصول یا گرفتن خدمات از شما می‌کند. اگر این حداقل‌ها در مورد آگهی شما صدق نمی‌کند، چندین مورد را باید با دید تردیدآمیز بررسی کنید. **الف)** اگر کنتور آگهی شما مثلا ۱۴ را نشان می‌دهد و هنوز هیچ کس به سایت مراجعه نکرده است (توجه داشته باشید که برای بدست آوردن این آمارها، باید آگهی شما لینک‌دار باشد، هزینه درج لینک به مدت ۱ ماه چندان هم زیاد نیست، آن را بپردازید). تیترا آگهی خود را بررسی کنید. آیا تیترا آگهی با متن آگهی ارتباط کافی دارد؟ اگر تیترا نا مربوط با متن آگهی انتخاب کرده‌اید مسلما آگهی شما نظر افرادی را جلب کرده است که علاقه‌ای به محصول شما ندارند.

ب) اگر ۱۰ نفر به سایت شما مراجعه کرده و هنوز کسی اقدام به خرید نکرده است. متن آگهی را بررسی کنید. آیا متن آگهی با محصولات ارتباط کافی دارد؟ اگر در متن آگهی در مورد خدمات یا محصولات خود بزرگنمایی کرده‌اید، این بزرگنمایی، مشتری را در مورد خدمات شما مشکوک کرده است. متن آگهی را اصلاح کنید.

پ) اگر فاکتورهای بالا را به خوبی در تیترا و متن آگهی منظور کرده‌اید، دیگر می‌توانید به کار سایت مشکوک باشید. یا تنظیمات سایت به هم خورده است و کنتور آگهی‌ها در هر ساعت به صورت غیرواقعی افزایش می‌یابد (يك ایمیل به مدیر سایت بفرستید و این موضوع را اطلاع دهید). یا دست‌اندر کاران سایت کنتور را بالا می‌برند، که نوعی از کلاهبرداری است (باز هم می‌توانید از طریق ایمیل علت را جویا شوید).

باید به عرض برسانم، محصولات جنسی به علت جلب نظر قشری وسیع، با این استانداردها سازگاری ندارند.

اگر همه حداقل‌ها در آگهی شما به نتیجه رسیده است. بعد از ۵ مورد فروش، مطمئن باشید بازار هدف خود را پیدا کرده‌اید. آگهی خود را در این سایت ویژه کرده و از سود بالای آن بهره‌مند شوید.

۱۴ - برای نوشتن آگهی‌های خوب از مدیر سایت کمک بگیرید: اگر هیچ نوع اطلاعاتی در مورد نوشتن آگهی ندارید يك ایمیل به مدیر سایت بنویسید و درخواست کمک کنید. ایشان به دلیل اداره سایت تبلیغاتی و دیدن کنتور آگهی‌ها و آشنایی با افرادی که قادرند آگهی‌های خوب درج کنند، بهترین گزینه برای درخواست کمک هستند. ایشان قادرند بهترین پیشنهادهای را به شما ارائه کنند تا بتوانید آگهی‌های خوب درج کنید.

۱۵ - اطلاعاتی در مورد پورتال یا سایت تبلیغاتی بدست بیاورید: گاهی شما برای درج آگهی بجای يك سایت، يك پورتال را انتخاب می‌کنید. پورتال و سایت با هم تفاوت دارند. باید به عرض برسانم که پورتال مجموعه‌ای از چندین سایت است. برای تشخیص پورتال از سایت، به سایت <http://www.google.com> رفته و چنین تایپ کنید:

site:siteaddress

بجای siteaddress آدرس سایت را بدون http و www وارد کنید مثلا برای بدست آوردن زیر سایت‌های بلاگفا تایپ کنید: site:blogfa.com حال به نتایج حاصل نگاه کنید. در نتایج بدست آمده قسمت اول آدرس‌ها با همدیگر تفاوت دارند. یا در بعضی دیگر، قسمت اول مشترك و بعد از ممیز زیر سایت‌ها لیست شده‌اند. هماهنگی زیر سایت‌ها را با تخصص سایت تبلیغاتی بسنجید. بعضی پورتال‌ها زیر سایت‌هایی غیر تخصصی دارند که این برای شما خبر خوبی نیست. پورتالی تبلیغاتی که يك زیر سایت بازی بچه‌ها دارد، پیج رنگ بالائی دارد در صورتی که بالا بودن این پیج رنگ، هیچ نفعی عاید آگهی شما نخواهد کرد. در نگاه اول هم سعی نکنید پورتال را محکوم کنید. پورتال‌هایی هست که زیر سایت‌های غیرتخصصی دارند اما! با تبلیغات هدفمند، این ضعف را به نقطه قوت تبدیل کرده‌اند. مثلا يك پورتال تبلیغاتی، يك زیر سایت فوتبال نیز دارد (نقطه ضعف) به پورتال سر می‌زنید، مشاهده می‌کنید که در حاشیه این زیر سایت، آگهی‌هایی مرتبط با فوتبال به نمایش درآمده‌اند که تجربه ثابت کرده، قرار گرفتن آگهی‌ها در صفحه‌هایی که با علاقه کاربر در ارتباط است بهترین نوع تبلیغات اینترنتی است (نقطه قوت). در حال حاضر هیچ پورتالی بدین شکل در کشور ما وجود ندارد. ولی این دلیل نمی‌شود که در آینده از قابلیت چنین پورتال‌هایی غافل شویم.

۱۶ - لینک سایت یا وبلاگ‌های مرتبط با درج آگهی را در سایت جستجو کنید: مدیران سایت‌های تبلیغاتی که علاقمند به کار خود هستند، حتما آدرس سایت یا وبلاگ‌هایی را که مقالاتی در مورد نوشتن آگهی خوب دارند، در يك قسمت از سایت خود لیست می‌کنند یا کتابخانه‌ای در این مورد به مشتریان خود هدیه می‌دهند. حتما از این منابع استفاده کنید. مدیران سایت‌های تبلیغاتی متخصص یافتن مقالات خوب در مورد آگهی هستند. ایشان در فرصت‌های پیش آمده، اینترنت را جستجو و مقالات را مطالعه و بهترین مقالات را تشخیص داده و به صورت کتاب یا لینک سایت، در سایت خود درج می‌کنند. موتور جستجوی گوگل در امتیاز دادن به سایت‌ها، این فاکتور را در الگوریتم خود دارد. لینک‌های مفید در مورد آگهی، قادر است بر امتیاز مثبت هر سایت تبلیغاتی بیافزاید و بعد از مدتی در بالا بردن پیج‌رنگ سایت تبلیغاتی، نقشی اساسی ایفاء کند.

۱۷ - امکان به روزرسانی آگهی: از امکان به روزرسانی آگهی در سایت مطمئن شوید. سایت‌هایی که امکان به روزرسانی ندارند، قدرت رقابت را از شما می‌گیرند. شما قادر نیستند با فعالیت خود، جایگاه خود را در سایت بهبود ببخشید. اکثر سایت‌هایی که امکان به روزرسانی ندارند، مملو از آگهی‌های مرده‌اند. آدرس این سایت‌ها به راحتی از حافظه کاربران پاک می‌شود. تجربه ثابت کرده است، سایت‌هایی که امکان به روزرسانی دارند در بلند مدت قادر به حفظ بازدید کنندگان خود هستند.

۱۸ - پنجره‌های خود بخود باز شونده منابع اینترنت شما را تلف می‌کنند: این اصل فقط شامل سایت‌های تبلیغاتی نبوده و کلیه سایت‌های اینترنتی را شامل می‌شود. پنجره‌های خودبخود باز شونده یا پاپ‌آپ مورد تنفر کاربران اینترنت، مخصوصا کاربران dialup هستند. در مقالات انگلیسی، تبلیغات بوسیله پاپ‌آپ‌ها را هم جزو سیاست‌های تبلیغاتی ذکر کرده‌اند، ولی من شدیداً با چنین تبلیغاتی مخالفم و تجربه، درست بودن مخالفتم را بارها ثابت کرده است. کاربران اینترنت چیزهایی را که خودشان پیدا می‌کنند بیشتر از چیزهای تحمیلی دوست دارند. پس **درج آگهی در يك سایت**

تبلیغاتی اولویت بالاتری نسبت به فرستادن ایمیل دارد. همچنان که بهینه کردن وب سایت برای موتورهای جستجوگر، اولویت بالاتری نسبت به درج آگهی دارد. هیچوقت با پاپ آپ کار نکنید و از کار کردن با سایت‌های عاشق پاپ آپ خودداری کنید.

۱۹ - از درج آگهی در سایتی که اکانت آن از طریق ایمیل فعال نمی‌شود بترسید: آیا دوست دارید کس دیگری با درج آدرس ایمیل شما و با هویت جعلی شما به درج آگهی در سایت تبلیغاتی اقدام کند؟ اگر رقیب شما با آدرس ایمیل شما یک آگهی در یک سایت درج کند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اگر سایتی با چنین قابلیتی پیدا کردید، حتما از طریق ایمیل مدیر آن را از خطرات چنین سیاستی با خبر کنید.

۲۰ - برخورد نامناسب یک کارمند ناراضی را به حساب مدیر سایت نگذارید: در مواقع ارتباط از طریق مسنجر، بعضی مواقع با برخورد نامناسبی روبرو می‌شویم. در این مواقع بجای سر و کله زدن با این فرد، یک ایمیل به مدیر سایت بفرستید و زمان و تاریخ دقیق برخورد نامناسب را به اطلاع ایشان برسانید. این ایمیل به او کمک خواهد کرد تا فرد کوتاه فکر را شناسائی کرده و آموزش‌های لازم را به او ارائه کرده و از طریق ایمیل عذرخواهی خود را به اطلاع شما برساند. اگر در جواب ایمیل، مدیر سایت از برخورد کارمند خود حمایت کرد، از خیر درج آگهی در این سایت بگذرید و این برخورد نامناسب را به دوستان خود نیز اطلاع دهید.

۲۱ - سرعت سایت تبلیغاتی را حتما در نظر بگیرید: سرعت یکی از مهمترین فاکتورهای موفقیت هر سایتی است. از درج آگهی در سایتی که سرعت پائینی دارد جدا خودداری کنید. مشتری بالقوه شما که از طریق dialup به اینترنت متصل شده است، قادر به مشاهده آگهی شما نخواهد بود.

۲۲ - حرفه‌ای‌های درج آگهی را شناسائی کنید: در هر سایت تبلیغاتی، آگهی‌هایی را که بیشترین بازدید را داشته‌اند، در نظر بگیرید. تیترو متن این آگهی‌ها را به دقت مطالعه کنید. تلاش کنید تا نویسنده آنها را شناسائی کنید. اگر تجربه قبلی نوشتن آگهی ندارید، تیترو متن این آگهی‌ها را سرمشق خود قرار دهید و اقدام به نوشتن آگهی کنید. اینترنت را به دنبال نام نویسنده این آگهی‌ها جستجو کنید. آنها بعد از چندین سال تجربه بهترین سایت‌های درج آگهی را شناسائی کرده‌اند و این می‌تواند ایده خوبی به شما، جهت شناسائی سایت‌های موفق تبلیغاتی بدهد. اگر بعد از سرمشق قرار دادن آگهی‌های متخصصین باز هم آگهی شما بازدید کمی داشته باشد، از طریق ایمیل از این افراد مشاوره بخواهید، اگر برای کمک به شما درخواست هزینه کردند، زیاد مهم نیست، آنرا بپردازید و از تجربه گرانبهای ایشان سود ببرید.

۲۳ - رقیبانتان را بشناسید: یکی از مهمترین فاکتورهای موفقیت در اینترنت رقابت است. در سایت‌های تبلیغاتی رقیبانتان را شناسائی کنید. تیترو متن آگهی‌های آنها را به دقت مطالعه کنید. از تیترو متن آگهی آنها، نیز برای نوشتن آگهی، کمک بگیرید. دنبال آگهی‌های رقیبانتان در اینترنت بگردید. رقیبانتان، بهترین سایت‌های تبلیغاتی مرتبط با محصول و خدمات شما را شناسائی کرده‌اند. حضور ایشان در اینترنت غنیمتی برای شماست. تیترو متن، خدمات، جوایز و ... را به دقت در یک کاغذ ثبت کنید. در حین نوشتن متن آگهی، همه فاکتورهای بالا را در نظر بگیرید و خدمات خود را بصورت رقابتی در متن آگهی قرار دهید. ترتیب خدمات شما نباید با ترتیب خدمات رقیبانتان یکی باشد. جملات شما باید صورت متفاوتی با جملات رقیبانتان داشته باشد. پاراگراف‌های شما باید کاملا با پاراگراف‌های رقیبانتان متضاد باشد. فقط به ذکر خدمات خود بپردازید و در این هنگام خود را با کس دیگری یا رقیبانتان مقایسه نکنید. اصلا حرفی از رقیبانتان به میان نیاورید. اصلا نامی از هیچ کس به میان نیاورید فقط و فقط خدمات خود را معرفی کنید. مواظب ذهن خواننده آگهی باشید، اگر اشتباهی در این بین مرتکب شوید بر تعداد بازدیدکنندگان سایت رقیبانتان خواهید افزود. اگر متن آگهی شما ذهن بازدیدکننده را متوجه رقیبانتان کند در این مواقع بازدید آگهی بالا رفته ولی بازدید سایت شما بشدت کاهش خواهد یافت و استانداردهای بالا (حداقل‌های ذکر شده در قسمت ۱۳ این مقاله) در مورد آگهی شما صدق نخواهد کرد. در خارج از کشور به نویسندگان آگهی‌های فروش میلیونی، زرگران کلمات می‌گویند.

۲۴ - خصوصیات مشتریان بالقوه خود را در نظر بگیرید: اگر مصرف کنندگان محصولات یا خدمات شما، قشر وسیعی از جامعه هستند، بهترین گزینه برای آگهی، تلویزیون می‌باشد. اگر مصرف کنندگان شما، قشر وسیعی از خانمها هستند، آگهی شما باید بین ساعات ۹ تا ۱۱ شب، قبل از يك سريال عاشقانه یا خانوادگی یا قبل از پخش مسابقات قویترین مردان پخش شود. اگر مصرف کنندگان شما، قشر وسیعی از آقایان هستند، آگهی شما باید بین ساعات ۹ تا ۱۲ شب، قبل از يك مسابقه فوتبال یا قبل از پخش اخبار سراسری، پخش شود. اگر مشتری بالقوه شما دائم با ماشین در حال جابجائی است، بهترین موقع و وسیله برای پخش آگهی قبل از اخبار ساعت ۲ ظهر از طریق رادیو است. اگر قشر وسیعی از مشتریان بالقوه شما در کارگاه بصورت نشسته مشغول کار هستند (مثلا قالیبافان) بهترین موقع برای پخش آگهی از ساعت ۱۰ تا ۱۲ قبل از ظهر از طریق رادیو است.

اگر قشر وسیعی از مشتریان بالقوه شما، مغازه‌دار هستند بهترین گزینه برای آگهی شما، آگهی‌نامه‌های رایگان هستند. اگر مشتریان بالقوه شما افراد تحصیلکرده هستند، چه گزینه‌ای بهتر از روزنامه‌های کثیرالانتشار؟ اگر دایره خدمات شما به استان یا شهر شما ختم می‌شود، در ضمیمه رایگان روزنامه‌های کثیرالانتشار اقدام به درج آگهی کنید. و ...

همیشه به خاطر داشته باشید درج یا پخش آگهی از رسانه‌های بالا در دوره زمانی کوتاهی پاسخگوی نیازهای شماست. برای افزایش بازدهی آنها، شما باید در آگهی خود آدرس سایت اینترنتی خود را نیز بگنجانید. بدین ترتیب شما قادر خواهید بود ارتباط خود را با مشتریان حفظ کرده و در آینده از این مشتریان بالقوه استفاده بهینه بکنید. **قبل از پخش آگهی، حتما سایت خود را راه‌اندازی کنید!**

۲۵ - تا جایی که دوست دارید در مورد خدمات خود شرح دهید: هیچوقت نوشتن يك آگهی را کاری آسان تصور نکنید. برای نوشتن يك آگهی خوب به ۲ تا ۳ ساعت وقت نیاز دارید. ابتدا نیازهای مشتری خود را در يك صفحه یادداشت کنید. خدمات خود را در صفحه‌ای دیگر بنویسید. خدمات را با نیازهای مشتری در هم بیامیزید و بدین طریق جملات اولیه آگهی را به دست بیاورید. در تیترو متن آگهی کمترین استفاده را از کلمات "من" و "ما" بکنید. در عوض از کلمه "شما" تا جایی که می‌توانید استفاده کنید. آگهی را از دیدگاه مشتری بنگرید. هیچوقت از جملات دلخواه خود استفاده نکرده در عوض بیشترین استفاده را از جملات دلخواه مشتری بکنید. بزرگترین نیاز مشتری، جهت خرید محصول شما را در نظر گرفته و در اولین سطور آگهی در قالب يك یا چندین سوال از مشتری بپرسید (مثلا: **آیا هنوز هم از تلویزیون قدیمی استفاده می‌کنید؟** جمله‌ای مناسب جهت درج در آگهی فروش تلویزیون‌های مدل جدید). به خاطر داشته باشید، بعضی از مشتریان، دیگر در آینده آگهی شما را نخواهد خواند پس از موقعیت استفاده کنید و کاملا خدمات خود را شرح دهید. برای تامین نظر همه مشتریان در پاراگراف اول (پنج تا شش جمله) بزرگترین خدمات خود را به صورت خلاصه شرح دهید و در پاراگراف‌های بعد خدمات جزئی‌تر خود را به طور مشروح بنویسید. نوشتن بدین صورت، باعث می‌شود آنهایی که وقت کمی دارند پاراگراف اول را بخوانند و آنهایی که وقت کافی دارند تا آخر آگهی را مطالعه کنند.

باز هم تکرار می‌کنم **هیچوقت کالاهای بدون کیفیت را تبلیغ نکنید!** آگهی نویس خوب بودن بهتر از دروغگو بودن است.

همین اندازه برای این مقاله کافی است، تکنیکهای نوشتن آگهی خوب را در مقاله‌ای دیگر شرح خواهم داد.

دوستان عزیز، حتی نصف استانداردهای سایت‌های تبلیغاتی را که در این مقاله ذکر کرده‌ام در سایت‌های تبلیغاتی فارسی‌زبان نخواهید یافت، ولی مطمئنم به زودی همه آنها، بالاتر از این استانداردها قرار خواهند گرفت. از مدیران محترم سایت‌های تبلیغاتی خواهشمندم بعد از بالا بردن استانداردهای سایت خود، با ایمیل، به من اطلاع دهند تا لینک سایت‌شان را در این وبلاگ قرار دهم.

تاخیر در ارسال قسمت دوم این مقاله به دلیل عملیات کابل برگردان شرکت مخابرات بود، که ۴ روز مرا از نعمت اینترنت محروم کرده بود. پوزش مرا بپذیرید.

دوست دارید مقاله بعدی در چه موضوعی نوشته شود؟

در یاهو مسنجر، آیدی این وبلاگ را در لیست دوستان خود قرار دهید تا من بعد از ارسال مقاله، بتوانم شما را باخبر کنم.

از اینکه ایبوک اول را دانلود کرده و مطالعه کردید، متشکرم. این ایبوک شامل ده مقاله اول وبلاگ بود. برای اطلاع از بروزرسانی وبلاگ حتما یاهو آیدی وبلاگ: masters.marketing را در مسنجر خود add کنید. اگر سوالی داشتید از طریق ایمیل برای من بفرستید masters.marketing@yahoo.com تا در اولین فرصت به آن جواب دهم. بعد از رسیدن تعداد مقالات به بیست عدد، در ایبوک دوم جمع‌آوری شده و بر روی اینترنت قرار خواهد گرفت تا شما بتوانید آن را دانلود کرده و در هر مکانی اقدام به مطالعه آن بکنید. بعد از خواندن مطالب، حتما در وبلاگ اقدام به درج نظر کنید: <http://marketingmasters.blogfa.com> آدرس وبلاگ را همیشه به خاطر داشته باشید. این وبلاگ متعلق به شماست، با نظرات سازنده خود مرا در ارائه مقالات مفید یاری کنید.

حق یارتان، خدا نگهدارتان باد.