

چگونه پولساز شوید؟

خلافت
پنج

khalaghiyat.com

نیمه دوم مرداد ماه ۹۵ • شماره ۹۳ • ۳ هزار تومان

دکتر علی اصغر جهانگیری: بگویید ثروتمند شدن و موفق شدن حق ماست که پول نداریم

۵ سخنرانی محبوب
و فوق العاده در TED

دکتر محمد سیدا:
چگونه به ایده‌های خلاقانه
میلیاردی در کسب و کار
برسیم؟

۵ روش ساده برای
غلبه بر استرس از نگاه
برایان تریسی

چگونه کسب و کار خانگی‌تان را
در خانه گسترش دهید؟

این پنج سوال
موفقیت‌تان در
زندگی را پیش‌بینی
می‌کنند

جان سی مکسول:

۵ راه برای انجام کارهای روزانه
به بهترین شکل





Cristal[®]
Original

آشنای ۵۰ ساله شما

خودکار کریستال کلاسیک

✱ ۳۰۰۰ متر می نویسد

✱ جوهر بسیار غلیظ، روان و با دوام

✱ نوک متوسط

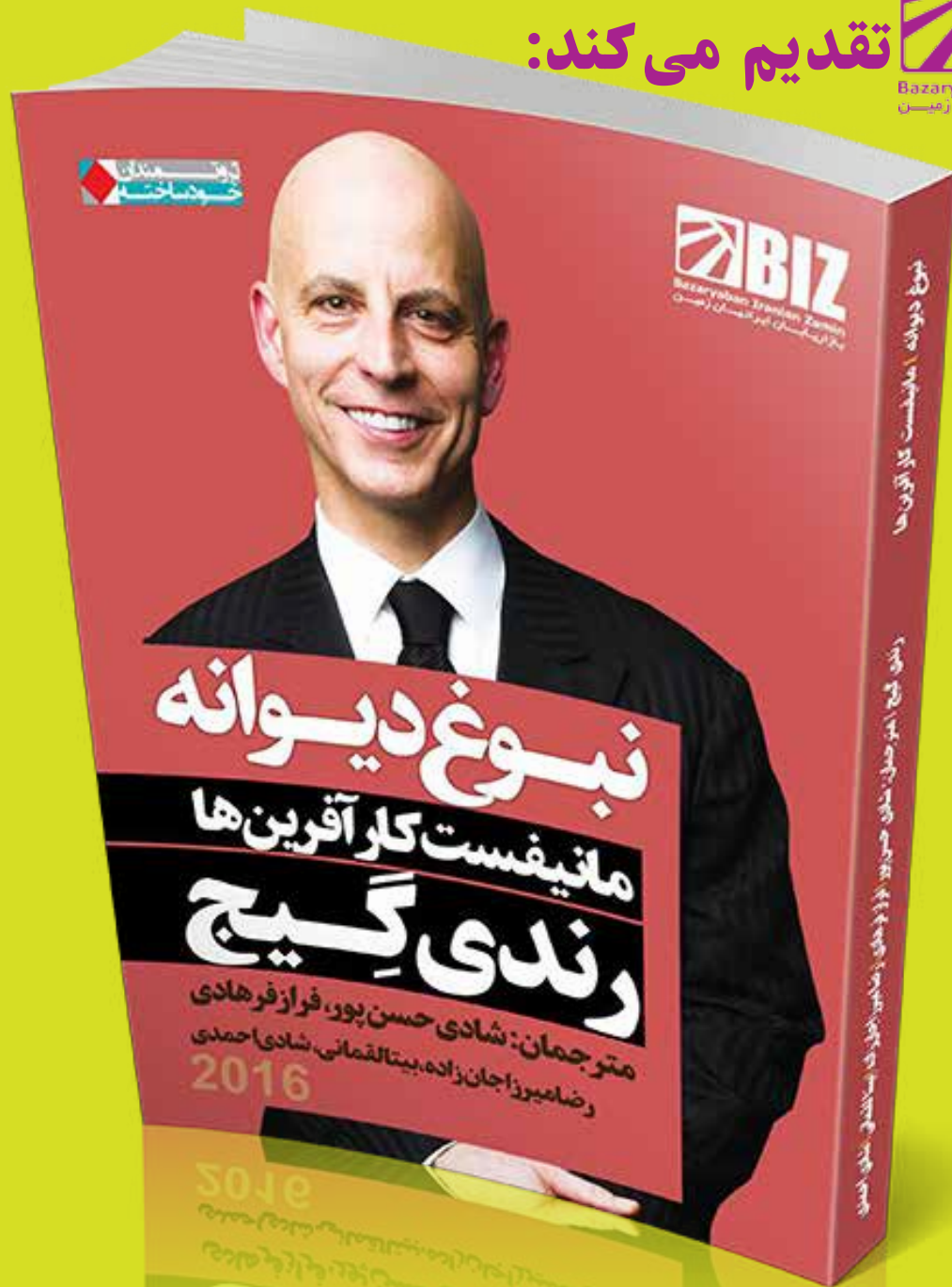
✱ با ساچمه‌ای از جنس آلیاژ تانگستن کار باید به قطر یک میلی‌متر

✱ پرفروش‌ترین خودکار در دنیا



فقط بیک مثل بیک

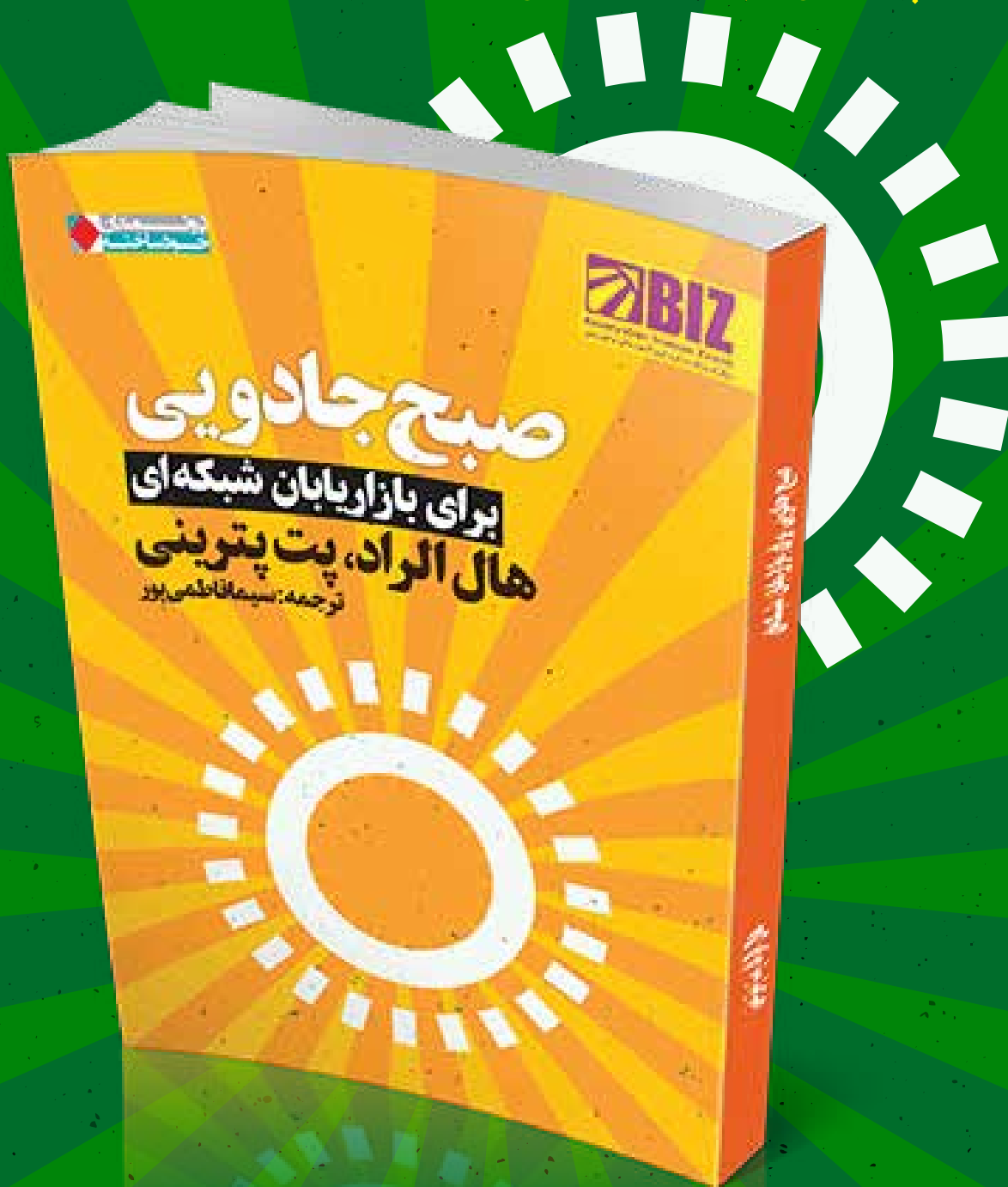
BIZ تقدیم می کند:
Bazaryaban Iranian Zamin
بازارآبادیان ایرانیان زمین



کتاب سال ۲۰۱۶ **رندی گیج** در ایران منتشر شد:

کتابی که ذهنیت شما را در مورد موفقیت مالی متحول می کند
توجه! نسخه کامل این کتاب را می توانید در ۳۰۰ صفحه فقط از ما بخواهید
برای خرید اینترنتی کتاب، به سایت bizmlm.ir مراجعه کنید

در راستای تحقق بخشی به اهداف بزرگ آموزشی جامعه بازاریابی شبکه‌ای کشور، شرکت بازاریابان ایرانیان زمین (بیز) با همکاری مجله خلاقیت، اولین اثر مشترک خود یعنی صبح جادویی برای بازاریابان شبکه‌ای را منتشر کرد. این کتاب پر فروش جهان، برای اولین بار در کشور، ترجمه و انتشار یافته است.



برای خرید اینترنتی کتاب،
به سایت bizmlm.ir مراجعه کنید

بسترسازی برای خلاقیت

دکتر سعید منصور افشار:



قبلا مباحثی را در رابطه با رسیدن به مرحله خلاقیت و موفقیت در هر برنامه‌ای که از حقوق اولیه هر شهروند است، طرح و اعلام کردیم که حتما قرار نیست هر کس برای خودش کسب و کار مستقل داشته باشد، این نوعی بخشی نگری و حامل فرهنگ و عادت‌های گریز از جمع است. از سوی دیگر نوآوری و خلاقیت، لزوما در واحد کسب و کار مشخصی به وجود نمی‌آید و نمود آن در قامت یک کارمند مسئولیت پذیر، یک کارگر وظیفه شناس یا یک مدیر رده میانی در یک سازمان پدیدار می‌شود. پس برای این که نوآوری و خلاقیت در هر سازمان صورت گیرد، پیش زمینه و بستر و امکانات باید وجود داشته باشد. هر چقدر هم که خلاق باشیم، در صورت نبودن فرهنگ احترام به جوهر کار و حرمت کارآفرین و قوانین حمایتی برای حفظ سرمایه و رفع موانع کسب و کار به معنای وسیع کلمه، هیچ موفقیتی در رسیدن به اهداف به وجود نخواهد آمد و هیچ کس قادر نخواهد بود نوآوری و خلاقیتی صورت دهد، حتی اگر از حجم بالایی از دانش و نوآوری برخوردار باشد. تاریخ تحولات اجتماعی و اقتصادی به ما می‌گوید که نوآوری، رشد و توسعه همه جانبه و خلاقیت، دقیقا از مدیریت علمی و کلان نگر هر کشور برمی‌خیزد. مگر می‌شود دهه‌ها مانع قانونی و غیرقانونی و فرهنگی در رشد و گسترش بخش خصوصی حقیقی داشته باشیم و توسعه‌ای در یک کشور صورت گیرد؟ پس در گام نخست دولت‌ها موظفند ساختارها و ارزش‌های مشترک و احترام آحاد ملت به یکدیگر را نهادینه کنند؛ دولت‌ها وظیفه دارند که اصل شرعی و قانونی حق مالکیت افراد بر اموال و دارایی شان را به رسمیت بشناسند؛ تهدید و اعمالی مانند مصادره اموال را مانند شمشیر داموکلس از بالای سر مردم و کارآفرینان بردارند؛ این که همه بپذیرند که مالکیت فردی، امتیاز نیست، حق است. از سوی دیگر مدیران ارشد دولتی بهتر است قوانین دست و پاگیری مانند قانون کارمندی و قوانین مالیاتی و تامین اجتماعی را به نفع صاحبان کسب و کار تعدیل کنند تا برخی موانع گسترش تولید از میان بروند، بدین ترتیب بستر کار فراهم خواهد شد و آن‌گاه است که مردم راه خود را پیدا خواهند کرد؛ مانند عشق به میهن و توسعه آن، دوست داشتن مردم وطن و جهان، مسئولیت پذیری در قبال کاری که به عهده گرفته است. به علاوه مردم و به خصوص نسل جوان و آینده ساز میهن، می‌باید در جهت ارتقا کیفی خلاقیت‌هایش، تعلیمات اخلاقی را در خود تقویت کند. کورذهنی و پریشان گویی را از خود دور کند. تعلیمات اخلاقی اولین کار ما باید باشد، چرا که کمال را نه دزد می‌برد، نه شاه و وزیر و خان از انسان سلب می‌کند. وارد عرصه تاریخ، فلسفه، اقتصاد و علوم انسانی شویم تا ملال از ما دور شود، بدین ترتیب است که در پیچه‌های جدید و متعدد در عرصه نوآوری و خلاقیت رویمان گشوده خواهد شد.



سال اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل

باخوانندگان

پاسخ به یک فراخوان / ۴

کارآفرینی

فضای جدید کسب‌وکار در ایران را چقدر می‌شناسید؟ / ۶
ثروتمند شدن و موفق شدن حق ماست که پول نداریم / ۸
این ۷ سوال موفقیت‌تان در زندگی را پیش‌بینی می‌کنند / ۱۰
داغ‌ترین‌های آمازون / ۱۱ / نکاتی مهم برای کارآفرینی در ایران / ۱۲ / تحولی که استارت‌آپ‌ها به وجود آورده‌اند / ۱۳
آنچه گزارش نشست خبری همایش بین‌المللی بازاریابی نوین و افزایش فروش / ۱۴ / هر کارآفرینی باید در مورد استخدام بداند / ۱۶ / زنان ایرانی برای کارآفرینی چگونه می‌توانند عمل کنند؟ / ۱۸ / مشتری‌مداری در اینستاگرام / ۲۰ / کسب‌وکار خانگی‌تان را در خانه گسترش دهید / ۲۲ / درسی که کارآفرینان اینترنتی باید از پوکمون گو یاد بگیرند / ۲۴

فکر خلاق

دو اتفاق در یک زمان / ۲۶ / چگونه به ایده‌های خلاقانه میلیاردری در کسب‌وکار برسیم؟ / ۲۸ / پنج راه حل برای انجام کارهای روزانه به بهترین شکل / ۳۰ / آنچه باعث پیشرفت نکردن شما می‌شود، چیست؟ / ۳۴ / چرا همکاران‌تان روی اعصاب شما راه می‌روند؟ / ۳۶ / پنج روش ساده که به شما کمک می‌کند بر استرس غلبه کنید / ۳۸ / انعطاف‌پذیری / ۳۹ / چهار نشانه یک رئیس وحشتناک / ۴۰ / پنج سخنرانی محبوب در TED.com / ۴۲ / قوانین روزانه جذب از نیمه مرداد تا اول شهریور / ۴۴

بازاریابی

بازاریابی بین‌المللی حتی برای کسب‌وکارهای کوچک / ۴۶ / گام به گام بازاریابی تلفنی / ۴۸ / بازاریابی موبایلی را به اولویت خود تبدیل کنید / ۵۰

فروشنده خلاق

همسر ما مادر؛ کدام يك / ۵۴ / چگونه محصولاتان را به مدیران بفروشید / ۵۶ / شیوه‌ای نوین وبی نظیر در هدفگذاری / ۵۸

جنگ ثروت

نقل قول‌های الهام‌بخش / ۶۰ / نکته طلایی از کتاب قدرت تفکر نوشته جوزف مورفی / ۶۰ / سودوکو / ۶۱ / آموزگاران پیشرفت شخصی و کاری، در یک هفته چه جملات انگیزشی نوشتند؟ / ۶۲

صاحب امتیاز و مدیرمسئول:

محمد رضا جندق‌زاده

جانشین مدیرمسئول:

محمد مهدی ربانی

سر دبیر: حسین یاغچی

دبیر اجرایی: هایده شفیعی

معاون سر دبیر: شادی حسن‌پور

دبیر هنری: محی‌الدین میرزایی

ویراستار: نیلوفر نیاورانی، بهار گائینی

دبیر بازرگانی: الهام شریفی

طراح جلد: سیدعلیرضا میرزامصطفی

بازاریابی شبکه‌ای: فراز فرهادی

سایت: محمد مهدی حیدری، مرتضی رجب‌نیا

اداری: علیرضا دباغ‌زاده

تلفن: ۸۶۰۲۳۸۱۱

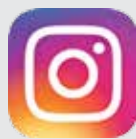
آگهی‌ها: ۸۶۰۲۳۷۱۱

چاپ: هنر سرزمین سبز

توزیع: شرکت نشر گستر ۹۶۸۶۱۹۳۳

آدرس: خیابان شهید مطهری، خیابان ترکمنستان.

بن بست توسکا، پلاک ۱۰



instagram.com/p.khalaghiyat



telegram.me/khalaghiyatmag

ثروتمند و موفق باشید

خلاقیت

khalaghiyat.com

شماره مسلسل: ۱۷۳

کد پستی: ۱۵۷۶۹۵۲۶۱۴

SMS: ۳۰۰۰۹۹۰۰۰۷۷۷۷

نظرات و پیشنهادات
خود را در مورد مجله یا
اگر مشاوره کسب و کار
می‌خواهید، از طریق
پیامک با ما
در میان بگذارید.
شماره پیامک:
۱۰۰۰۴۶۴۴۶

پاسخ به برخی از سوالات خوانندگان

پاسخ به یک فراخوان

در شماره گذشته، دکتر علی اصغر جهانگیری در یادداشت خود از خوانندگان مجله دعوت کرد که از پدیده‌های طبیعی اطرافشان مواردی را نام ببرند و برای مجله ارسال کنند تا دکتر جهانگیری ایده‌های کارآفرینانه از این پدیده‌های طبیعی ارائه دهد. برخی خوانندگان به درستی به این موارد اشاره کرده‌اند و برخی دیگر مضمون بحث را به گونه‌ای دیگر برداشت کرده‌اند و بیشتر تقاضای مشاوره داشته‌اند. برخی از این پیام‌ها را در این شماره آورده‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

■ ■ ■

۹۱۴۲۲۷-۵۱ ■

با سلام. من در شهرستان میانه، یکی از شهرهای آذربایجان شرقی زندگی می‌کنم. چه کاری رو به من پیشنهاد می‌دهید؟

۹۳۸۲۴۲-۴۴ ■

سلام مطلبتون فوق‌العاده بود. در منطقه ما پوست گردو (چوبی و پوست روی آن) و سمی‌ترین مارهای ایران وجود دارد.

۹۱۲۰۲۱-۸۵ ■

سلام آقای جهانگیری! مجتبی اکرامی هستم جایی زندگی می‌کنم که درخت گردو و هلو زیاد دارد دوست دارم کار گردشگری بکنم که اما نه سرمایه‌ای و نه زمینی که بخوام کاری انجام بدم

۹۱۹۳۰۱-۹۶ ■

سلام استاد من ساکن شهرستان سقز استان کردستانم. ۱۲۰۰ متر مربع زمین مکانیزه آبی دارم.

۹۱۲۰۳۶-۶۷ ■

من در کاشان هستم و عرقیجات زیادی در روستاهای اطراف تولید و تولید خشکبار از جمله آلو و برگه زردآلو امکان تولید دارد و البته یک سوله در منطقه صنعتی دارم، ولی نمی‌دانم چه کاری را شروع کنم

۹۱۲۰۲۱-۸۵ ■

سلام آقای جهانگیری، من در روستای خوش آب‌وهوایی در خراسان شمالی زندگی می‌کنم. قبلاً تو کار خرما بودم، الان به مشکل برخوردیم. لطفاً راهنمایی‌ام کنید هر جا و هر کاری شرافتمندانه‌ای باشد حاضر انجام بدم. ممنونم استاد گرانقدر.

■ ■ ■

۹۳۹۴۳۸-۳۰ ■

نوشته‌اید: «سلام. در حیطه کارآفرینی و مشاغل خانگی کالایی رو تولید کردم که کاربردی و زیباست؛ اما در فروش مشکل دارم. لطفاً من رو به کسی از بزرگواران مجموعه ارتباط بدین که راهنماییم کنه. ممنونم. گودزی از اراک»

خلاصه: با روابط عمومی مجله تماس بگیرید تا در این زمینه شما را راهنمایی کنند. با تشکر.

۹۱۹۷۷۳-۵۰ ■

نوشته‌اید: «با سلام خدمت دوستان خلاقیت چطور می‌تونم کتاب‌ها و سیدی‌های آموزشی دکتر علی‌اصغر جهانگیری را تهیه کنم. ممنون میشم راهنمایم کنید با به دنیا سیاس»

خلاصه: بخشی از محصولات دکتر جهانگیری در سایت shop.khalaghiyat.com موجود است که می‌توانید تهیه کنید.

۹۱۳۳۲۵-۳۷ ■

نوشته‌اید: «با سلام. از خوانندگان قدیمی مجله شما هستم. پیشنهاد می‌کنم کتاب اسرار پنهان پول نوشته مایک مالونی را برای ترجمه و چاپ مورد بررسی قرار دهید، از روی این کتاب فیلم هم ساخته شده است. با تشکر»

خلاصه: پیشنهاد شما را به همراه گروه تحریریه مجله بررسی خواهیم کرد.

۹۱۷۶۷۴-۶۷ ■

نوشته‌اید: «سلام، چرا در فروشگاه سایت فایل ویدئویی همایش‌های دکتر ادیب به فروش نمی‌رسد؟»

خلاصه: بخشی از همایش‌های ایشان به صورت ویدئویی در سایت موجود است که می‌توانید تهیه کنید

۹۳۰۶۳۳-۴۵ ■

نوشته‌اید: «با عرض سلام و خسته نباشید. من برای طراحی سایت و راهاندازی آن چند ایده مناسب می‌خوام»

خلاصه: به تاسیس فروشگاه اینترنتی تخصصی، به عنوان مثال متمرکز بر پوشاک، لوازم دیجیتال یا لوازم خانگی فکر کنید. همچنین می‌توانید نمایندگی فروش شارژ اپراتورهای تلفن همراه را نیز دریافت کنید و سیستم فروش آنلاین شارژ راه بیندازید. اگر توانایی گردآوری یک تیم بازاریابی فعال داشته باشید هم می‌توانید بانک اطلاعاتی مشاغل مختلف را ایجاد کنید تا کسب و کارهای مختلف بتوانند با ثبت‌نام و ایجاد حساب کاربری از این اطلاعات استفاده کنند.

۹۳۸۱۴۷-۱۸ ■

سلام. چرا خبری از مشاوران شما نیست؟ جناب بقوسیان کجاست؟

خلاصه: در سه شماره پیش، یادداشتی از دوست گرامی جناب بقوسیان منتشر شد و با توجه به زمان ایشان تلاش می‌کنیم به شکل منظم‌تری یادداشت‌هایشان را در خلاقیت منتشر کنیم. در مورد سایر مشاوران هم چنین روندی حاکم است. از اینکه با نشریه خودتان در ارتباط هستید، سپاسگزاریم.

۹۱۳۲۸۳-۶۱ ■

نوشته‌اید: «سلام علیک و خداقوت. خلاقیت رو عشقه. شما با مجلنئون آگاهی و اطلاعات اقتصادی ما خوانندگان رو می‌برد بالا، دمتون گرم، ایشالا صدساله بشین»

خلاصه: سیاس از شما خواننده گرامی که با مجله خودتان در ارتباط هستید.

۹۱۷۲۴۶-۰۹ ■

نوشته‌اید: «باسلام و خسته نباشید. من از سال ۹۱ و از چاپ ۱۷ با شما هستم. واقعا خدا قوت و تشکر ویژه»

خلاصه: خوشحالیم که نظر مساعد شما خواننده گرامی را جلب کرده‌ایم و امیدواریم همچنان پاسخگوی مطلوب سلیقه شما خوانندگان گرامی باشیم

۹۱۲۸۳۱-۰۳ ■

نوشته‌اید: «سلام. ضمن تشکر از مجله خوبتون من در زمینه هاستینگ و فروش سرور مجازی فعالیت می‌کنم و رقبا فراوانی در عرصه وب وجود دارد، لطفاً راهنماییم کنید که چگونه متمایز باشم. با تشکر فراوان»

خلاصه: دوست عزیز این موضوع مستلزم این است که شناخت دقیقی از فعالان این بازار و خدماتی که ارائه می‌دهند به دست آید. به طور کلی می‌توانیم به شما بگوییم که رقبا خود و خدمات‌شان را در حوزه هاستینگ به دقت بررسی کنید و نقاط خالی این خدمات را که مشتری هم به آن نیاز پنهان دارد، به دست آورید و استراتژی خود را در این حوزه بر همین اساس تعیین کنید. اگر این کار به درستی صورت گیرد و اجرا شود شانس موفقیت شما بی‌نظیر خواهد بود.

۹۳۶۵۲۴-۶۱ ■

نوشته‌اید: «با سلام؛ خواستم از کل مجموعه شما تشکر کنم. مخصوصاً به خاطر مجله شماره ۹۱ که از نظر محتوا و کیفیت مطالب به مراتب از شماره‌های پیشین بهتر بود. به امید موفقیت‌های روزافزون»

خلاصه: متشکریم که نظرات خود را با ما در میان می‌گذارید.

۹۱۴۵۲۶-۶۳ ■

نوشته‌اید: «رو بوجه‌های خلاقیت خداقوت. من به خاطر موقعیتی که دارم اعتماد به نفس خود را از دست داده‌ام و بسیار خجالتی هستم. لطفاً برای رفع خجولی و افزایش اعتماد به نفس راهکارهایی سازنده ارائه دهید»

خلاصه: در مطالب انگیزشی که از اساتید بزرگ جهان منتشر می‌شود به این مهم توجه کرده‌ایم که شما می‌توانید هم در شماره‌های گذشته و هم در مطالب آتی پیگیر این موضوع باشیم. نکته مهم این است که تلاش کنید نعمات و دستاوردهای و لو اندکی را که تا به حال در زندگی داشتید لیست کنید و در ذهن‌تان تصاویر مثبتی از خود آن‌گونه که می‌پسندید، تجسم کنید. این موارد می‌تواند به تقویت اعتماد به نفس به شکل حقیقی آن منجر شود.

اگر توانایی
گردآوری یک
تیم بازاریابی
فعال داشته
باشید هم
می‌توانید
بانک اطلاعاتی
مشاغل مختلف
را ایجاد کنید تا
کسب و کارهای
مختلف بتوانند با
ثبت‌نام و ایجاد
حساب کاربری
از این اطلاعات
استفاده کنند

اتفاقی که یک بار در جهان، پیش از مرگ وین دایر افتاد
و دیگر تکرار نمی‌شود

اثر مشترک دو استاد افسانه‌ای موفقیت شخصی: وین دایر و استر هیکس (آبراهام)



پرفروش‌ترین کتاب
سایت آمازون در زمینه موفقیت

وین دایر
(پیش از مرگ):

در این کتاب، مهم‌ترین و
کاربردی‌ترین اطلاعاتی
در مورد موفقیت در
زندگی وجود دارد که
تا ابد می‌توانید
دریافت کنید.

نظرات کاربران سایت آمازون:

من از پیام موجود
در پاسخ آبراهام به
سوالات هوشمندانه
دکتر وین دایر لذت
بردم. مطالعه‌ای بسیار
خوب بود. کاش
طولانی‌تر بود.

من این کتاب را واقعا دوست
دارم. همیشه الهام‌بخش است و
من عاشق ابزاری هستم که برای
کمک در مسیر موفقیت ارائه
می‌شوند. هریک از ما فرایندی
مخصوص به خودش برای پیروزی
دارد.

این کتاب در مورد شگفتی‌های
زندگی امروز درس می‌دهد
و می‌گوید
با احساس کردن راه‌مان، چه
شگفتی‌هایی که می‌توانیم خلق
کنیم و در زندگی‌مان شاهدش
باشیم.

نظر دکتر وین دایر در کنار آبراهام
هیکس، نظری بسیار عالی بود. پرسش‌ها
و پاسخ‌ها نقاطی درخشان بودند. من
یک بار نشستم و آن کتاب را بلعیدم.
باز هم آن را خواهم خواند و آن را به هر
کسی که آماده دریافت این پاسخ‌هاست،
هدیه می‌دهم.

برای خرید این کتاب عدد ۲۰۱۶ را به شماره ۱۰۰۰۴۶۴۴۶ پیامک کنید. قیمت: ۱۵ هزار تومان

یادداشتی از دکتر محمدحسین ادیب

فضای جدید کسب و کار در ایران را چقدر می‌شناسید؟



در دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، هشتاد درصد کارمندان ایرانی در کنار شغل اصلی‌شان، شغل دومی هم داشتند و با درآمد ناشی از شغل دوم، خانواده به توازن اقتصادی می‌رسید. با ورود به عصر دیجیتال، این مشاغل، نوعاً حذف شد؛ چون ماهیت پیش-دیجیتال داشت. در عصر دیجیتال، کمتر فردی می‌تواند تنها با یک شغل، امرار معاش کند و مشاغل نیمه‌وقت که الزاماً هم به معنای حضور فیزیکی در یک واحد نیست، به صورت گسترده جایگزین شغل دوم دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ شده‌اند. این روند به شدت رو به گسترش است و شاید الان حداقل، چهل درصد بیزنس در ایران به کسانی تعلق دارد که فاقد مکان ثابت شغلی هستند و این در وهله اول، نکته بسیار مثبتی ارزیابی می‌شود.



مشاغل بدون مکان ثابت، هزینه املاک تجاری در هزینه تمام شده واحد را هم به شدت حذف می‌کنند. به نظرم طی ۵ سال آینده مشاغلی که به یک مکان ثابت وابسته نیستند، از ۴۰ درصد فعلی به حدود ۷۰ درصد افزایش پیدا می‌کنند. فضای کسب و کار به شدت در حال دیجیتالی شدن است و کسانی که نتوانند خودشان را با این روند تطبیق دهند، بیکاران جامعه خواهند بود. حتی در صورت رونق اقتصادی هم امکان چندانی برای آنها فراهم نخواهد بود.



با دیجیتال، شما همیشه در مقصد هستید و بنابراین فاصله بین مبدا و مقصد، حذف می‌شود و این موضوع، کار را اقتصادی خواهد کرد. در دیجیتال، تولید بدون کارخانه در حال ایجاد شدن است. کمپانی فولکس واگن که جزو ده کمپانی بزرگ خودروساز در جهان است؛ فقط مجموعه‌ای از قراردادهاست و آنچه که فولکس واگن عرضه می‌کند؛ در جاهای دیگری غیر از فولکس واگن تولید می‌شود و وقتی می‌گویند فولکس واگن یکی از ده کمپانی بزرگ است؛ کسانی که فضای کارخانه را می‌بینند از کوچک بودن فضای کارخانه شگفت‌زده می‌شوند. علتش این است که محصولات در جای دیگر تولید شده‌اند و فقط در فولکس واگن این‌ها به هم متصل می‌شود.



بنابراین ما وارد عصر تولید بدون کارخانه، شرکت‌داری بدون کاغذ، شرکت‌داری بدون جا و سیستم مالی بدون قلم و خودکار می‌شویم. یعنی از هر چیز به میزان کمتر. این در حالی‌ست که هنوز در ایران برای موفقیت در اندیشه خرید مغازه در بهترین نقطه جغرافیایی هستند و تصور می‌کنند موقعیت جغرافیایی باعث فروش می‌شود. البته هنوز هم مزیت جغرافیایی باعث فروش می‌شود؛ اما این روند با سرعت و شتاب در حال کاهش است. در این میان خلق مزیت رقابتی حرف اول را می‌زند. شرکتی که مزیت رقابتی دارد؛ یعنی صاحب برند است. چند وقت پیش یک سخنرانی داشتم در ابرقو. در آنجا به مسوولان اداری گفتم ابرقو باید برندی متعلق به خودش داشته باشد.



آنها گفتند ابرقو فاقد نشان تمایزی‌ست. در پاسخ گفتم ابرقو یک درخت دارد که به ۴ هزار سال قبل تعلق دارد. در روز فقط ۲۰ اتوبوس توریست به این شهر می‌آیند و اگر روی این تمایز تاکید صورت بگیرد می‌توان روزانه چهار هزار اتوبوس از توریست‌ها را به این شهر کشاند. نشان ابرقو، درخت چهارهزار ساله آن است. در همین روزها یک نفر در قم مشغول پرورش خاویار است و آن را صادر می‌کند. آن هم به این خاطر که زمین کویر و آب کویر، خاویارپرور است. یکی از مزیت‌های بزرگ قم در تولید خاویار پرورشی است و در هر نقطه ایران از ابرقو تا قم باید تمایزهای منطقه یا فرد را پیدا کرد. اهل، موفق‌ترین شرکت بورسی در سال گذشته بوده است. هم مدیرعامل این شرکت، برند دارد و هم سازمان آن از برند برخوردار است و هم محصولش برند است. نشان تجاری یک پدیده منحصر به محصول نیست و برای هر سه حوزه فرد، سازمان و محصول، باید تمایز خلق کرد.



این نکته از جنبه‌ای دیگر هم قابل بررسی‌ست. اهل با وجود اینکه موفق‌ترین شرکت بورسی بوده، ولی تا حالا سود تقسیم نکرده است. این در حالی‌ست که به نظر من بزرگ‌ترین عامل رکود بورس در ایران، سودی‌ست که طی پنج سال گذشته تقسیم شده است. وقتی در بورس ایران، پولی که باید صرف نوسازی کارخانه‌ها می‌شد، تحت عنوان سود، شناسایی کردند، رکود پدید آمد. در حوزه فروش، موفق‌ترین شرکت در ایران، شرکتی بوده که با ۷ هزار میلیارد تومان فروش، جنس خودش را بدون سود فروخته است. این شرکت به دنبال افزایش ارزش برند خود بوده است و می‌خواهد برند خودش را بفروشد. این شرکت با ۷ هزار میلیارد تومان فروش به دنبال سود ناشی از فروش نیست. به دنبال سهم بازار بیشتر است؛ چرا که سهم بازار است که ارزش آفرین است. سهم بازار است که قیمت‌گذاری می‌شود و نه موقعیت فیزیکی شرکت. برند یعنی سهم بازار و به میزانی که سهم بازار اضافه شود، شرکت موفق است و نه به میزان سودآوری.

یادداشتی از دکتر علی اصغر جهانگیری



ثروتمند شدن و موفق شدن حق ماست که پول نداریم

توجه: شما می‌توانید هر پدیده‌ای در محیط اطرافتان را برای ما ارسال کنید و بپرسید که چگونه می‌شود از این پدیده‌ها کارآفرینی کرد. دکتر جهانگیری به شما پاسخ می‌دهد. پیام‌هایتان را به شماره ۱۰۰۴۶۴۴۶ پیامک کنید.

یا قلوه‌سنگ، جانوران بیابان، فضله حیوانات، گیاهانی که در کویر و بیابان خشک می‌شوند، اینها را چه کار می‌توانیم کنیم؟ مثلاً بگوییم آب اینجا دو برابر از دریا شورتر است، با آن چه باید کنیم؟ مثلاً قلوه‌سنگ که ما به آن اعتنایی نمی‌کنیم، نگاه کنیم که جهانیان با آن چه کرده‌اند:

- ۱- در معماری، در سقف، در دیوار و مصالح ساختمانی.
- ۲- در فضای سبز شهرها و در مراکز توریستی از آن استفاده کرده‌اند.

من یک قلوه‌سنگ به شما می‌دهم که روی آن نوشته شده «دوستت دارم مادر» همراه با یک قلب تیرخورده. یک گوزن، یک عالی‌قاپو، یک تخت‌جمشید روی آن نقاشی شده.

از اینکه به فراخوان بنده در شماره قبل مجله خلاقیت، پاسخ مثبت دادید، سپاسگزارم. ایده‌های شما را به تدریج در همین یادداشت‌ها بررسی خواهیم کرد. علاوه بر این می‌توانید همچنان با ما برای ارائه موضوع در تماس باشید. ما می‌خواهیم این موضوع را به ایرانیان القا کنیم که آنچه در عالم هستی محتمل وجود دارد قطعاً می‌تواند به ثروت تبدیل شود. لطفاً غیرمتحمل‌ترین چیزی را که به آن باور ندارید، عنوان کنید؛ مخاطب عزیز، چیزی را که خیلی غیرممکن می‌دانید، من آن را می‌خواهم. برگ درخت که در سراسر جهان روی زمین می‌ریزد، این هم ثروت می‌شود؟ منظورم این نیست که از آن کود درست کنیم و پای گلدان بریزیم، این ثروت نیست؛



خیلی‌ها می‌گویند ما پول نداریم، مگر ما هم می‌توانیم ثروتمند شویم؟ باید به اینها بگوییم که معروف‌ترین و سرشناس‌ترین ثروتمندان جهان یا واکسی بوده‌اند، یا روزنامه‌فروش یا دستفروش؛ مانند ادیسون، بل، کخ و... هیچ کدام اینها در خانواده مرفهی نبوده‌اند. اصولاً خلاقیت و شکوفایی در نسل مرفه رخ نمی‌دهد. پس آنهایی که پول ندارند امیدوار باشند که این موهبت حق آنهاست نه حق مرفهان. این افراد تصور می‌کنند چون پول ندارند موفق نمی‌شوند، چون سرمایه ندارند. چون بدآموزی کرده‌ایم و به اینها گفته‌ایم که سرمایه یعنی پول؛ در صورتی که ما سرمایه‌های بی‌شماری داریم که تنها یکی از آنها پول است؛ سرمایه فقط پول نیست. پس باید یاد بگیریم که:



- ۱- ثروتمند شدن و موفق شدن حق ماست که پول نداریم.
- ۲- بدانیم سرمایه فقط پول نیست.
- ۳- در عالم هستی هیچ چیزی وجود ندارد که به ثروت تبدیل نشود.

من می‌توانم با این قلوه‌سنگ‌ها در اندازه‌های کوچک‌تر با چسب دوقلو انواع عروسک‌ها را درست کنم.

می‌خواهم بگویم هر کدام از اینها دریایی از فرصت است. می‌خواستم یک شیشه ادوکلن درست کنم رویش به خط

میخی بنویسم ادوکلن کوروش، به خط میخی بنویسم زنده‌باد ایران. روی میزتان یک قلوه‌سنگ می‌گذارید و وقتی آن را باز می‌کنید، یک ادوکلن بسیار گران‌قیمت و شیک نمایان می‌شود. شما شیشه و پلاستیک نمی‌بینید، یک قلوه‌سنگ طبیعی و زیبا را مشاهده می‌کنید. همین طور لوازم تزئینی، لوازم منزل و...

اما از چه طریقی و با چه مهارت‌هایی می‌شود اینها را خوب دید و خوب معرفی کرد؟





۴- حالا برای این سه گزینه، چه لازم داریم؟ یک چیز، و آن همت است. سال‌ها از عمرمان رفته است. ۳۰ سال از عمرمان رفته است، دو روز هم رویش، باید وقت گذاشت. به خودتان بگویید آنچه را که جهانگیری می‌گوید

انجام بدهیم.

ما ایرانی‌ها در مقابل پدیده‌های نو مقاومت می‌کنیم؛ در طول تاریخ، از زمانی که رادیو آمد، آب لوله‌کشی آمد، حمام بهداشتی آمد، ویدئو آمد، بعد هم ماهواره آمد، ما همواره در مقابل این پدیده‌ها مقاومت کردیم... بعد که باورش کردیم، به شکل افراطی از آن استفاده کردیم. پس ما نباید در مقابل پدیده‌های نو مقاومت کنیم. باید پیشرفت دانش را بپذیریم. اصلاً هم به کار نسل گذشته و تقلید از آن فکر نمی‌کنیم، زیرا هم رقابتی نیست، هم کاربردی نیست و هم دیگر سود ندارد.

اولین سرمایه اراده و همت است؛ برای اینکه نترسید و این کار را بکنید، نمی‌گوییم دو سال عمر بگذار، دو روز وقت بگذار. می‌بینید آن بدبینی و بی‌اعتمادی کنار می‌رود و آن افق برای شما روشن می‌شود. بی‌شمار مثال داریم که چگونه آمدند این کار را کردند و موفق هم شدند.



اما چرا این اراده و همت وجود ندارد. اول اینکه الگوهای آموزشی‌شان غربی است؛ یک کتاب خارجی که ترجمه شده و آن کتاب خارجی را جلوی‌شان گذاشته‌اند. به این بچه‌ها یاد داده‌ایم گرافیک یعنی چه، سینما یعنی چه، تئاتر یعنی چه که همه‌شان الگوی برگرفته از یک کشور دیگر است. دوم اینکه این کتاب‌هایی که بچه‌ها مثلاً در رشته هنر مطالعه می‌کنند در سال ۱۹۷۹ ترجمه شده است یعنی نزدیک به ۴۰ سال پیش. جهانی که هر دقیقه عوض می‌شود، و هر روز شاهد یک چیز جدید هستیم، کتاب سال ۱۹۷۹ باید به موزه‌ها برود. الان پیش‌بینی می‌کنند که در چند سال آینده، موبایل‌مان به هر زبانی که به ما زنگ بزنند، برای ما به فارسی ترجمه می‌کند. یک اسپانیایی به شما زنگ می‌زند و شما فارسی می‌شنوید، شما با یک نفر، ترکی حرف می‌زنید و او انگلیسی می‌شنود، این تکنولوژی در حال همگانی شدن است؛ سیم از کره زمین جمع می‌شود؛ برق در جهان مجانی می‌شود. پس آن کتاب‌ها حتی اگر برای پارسال هم بود کهنه بود.



بعضی حکایت‌هایش ۳۰۰ سال عمر دارد، یعنی آنقدر دلنشین بوده که نسل به نسل مانده است؛ پس از همین حالا من می‌دانم که نسل بعدی هم عاشقش می‌شود. مثلاً ۸۰ درصد آهنگ‌هایی که شجریان خوانده مربوط به زمان قاجار است؛ مثلاً وقتی که دختر ناصرالدین شاه می‌خواسته است ازدواج کند، عارف عاشقش بوده است؛ شعری که عارف برای افتخار السلطنه گفته بود در شهر جنجالی به پا کرد. ۱۵۰ سال بعد شجریان آن را می‌خواند و همچنان محبوب و پرتعداد است.



آقایی به تو یاد داده که یک قاب بردار، روی بومش نقاشی بکش؛ آنقدر روی بوم نقاشی می‌کشند که دارند در پیاده‌روها می‌فروشند. این هنر است؟ بنجل‌فروشی است.

اگر نقاش هستی، بیا نقاشی بکش که با فرهنگ ما سازگار است، جامعه ما آن

را می‌فهمد، کاری متفاوت است.

شما در تئاتر کار می‌کنی، هملت را می‌خواهی اجرا کنی؟ شکسپیر را می‌خواهی اجرا کنی؟ می‌دانی این کشور خروارها سوژه‌ی تئاتر دارد؟

این ۷ سوال موفقیت تان در زندگی را پیش بینی می کنند

کریستین دنلی گرینر



و اهدافتان پرواز می کنید یا در آشیانه فعلی تان باقی می مانید.
۱- آیا رویکردی باز دارید و از لحاظ ذهنی آماده پیشرفت هستید؟
 برخی افراد معتقدند که شخصیت، هوش و خلاقیت انسان تغییر پذیر نیست؛ این افراد از لحاظ شخصی با سرعت پایینی پیشرفت می کنند زیرا می خواهند به جای تلاش برای بهبود شخصیتی، هوشی و قوه تخیل شان از شکست فرار کنند. اما افرادی که ذهنیت شان بر اساس رشد و پیشرفت شکل گرفته است، شکست را به عنوان درسی در نظر می گیرند که بر اساس آن می توانند به پیشرفت و موفقیت برسند.

ترجمه: شادی حسن پور / موفقیت تنها به پیشرفت تان در کسب و کار محدود نمی شود، بلکه دیگر جوانب زندگی، مانند ایجاد تعادل میان کار و زندگی، دنبال کردن آرزوها و اهداف مختلف زندگی و پذیرفتن شرایط و جایگاه فعلی زندگیتان را نیز در بر می گیرد. با این حال، نشانه هایی اثبات شده وجود دارند که نشان می دهند آیا در زندگی به موفقیت خواهید رسید یا خیر. در ادامه این مقاله با ده سوالی روبرو می شویم که پیش بینی می کنند آیا در آینده بال هایتان را می گشایید و به سوی موفقیت



واقعیت تبدیل کنید. درک سیلورز، که سخنرانی ای تحت عنوان «راز هایتان را در سینه نکه دارید» برگزار کرده بود، می گوید انسان برای رسیدن به اهدافش باید قدم هایی در آن مسیر برداشته، به سختی تلاش کند و تا رسیدن به هدفش از پای نایستد. اما زمانی که در مورد اهداف تان با کسی صحبت می کنید و آنها را از ماموریت تان با خبر می کنید، ذهن تان دچار این اشتباه می شود که انگار از قبل به آن هدف رسیده اید و بدین ترتیب انگیزه تان را از دست می دهید.

آنها چالش ها را با آغوش باز می پذیرند، از شکست ها جان سالم به در می برند، انتقادهای را به جان خریده و به آنها عمل می کنند و بدین شکل به اهداف شان می رسند.
۲- آیا اهداف تان را مانند رازی در سینه حفظ می کنید؟
 روان شناسان در کمال شگفتی می گویند اگر با کسی در مورد اهداف شخصی تان صحبت کنید، احتمال کمی دارد که بتوانید آنها را به



۳- آیا شاد هستید؟
 مثبت گرایی نکته اصلی رسیدن به موفقیت است و شاد بودن یکی از زیر شاخه های اصلی مثبت گرایی است. این لزوماً به معنای رضایت از زندگی و عدم تلاش برای رسیدن به اهداف و موفقیت های بزرگتر نیست، بلکه بدین معناست که از هر مرحله زندگی تان راضی باشید و از آن لذت ببرید. جرج ویان، روانکاو و نویسنده کتاب «بهشت و جهنم» معتقد است که عشق کلیدی مهم در رسیدن به شادی است. حتی اگر فردی غرق در موفقیت کاری، ثروت و سلامتی باشد، نمی تواند بدون وجود عشق در زندگی اش به شادی واقعی دست یابد.



۴- آیا عزت نفس زیادی دارید؟
 برای رسیدن به قله موفقیت باید شایستگی لازم برای رشد و پیشرفت را داشته باشید. کتی کی و کلر شیپ من، که هر دو نویسنده هستند، می گویند که عزت نفس پایین به انفعال و عدم تلاش می انجامد؛ اما اگر فردی بر اساس برنامه عمل خود پیش برود، انرژی و اعتقاد کافی برای موفقیت را به دست خواهد آورد.

۵- آیا دقیقاً همان فردی هستید که می خواستید باشید؟
 تقلید از ویژگی های رفتاری رهبران موفق کسب و کار به معنای مصنوعی بودن و کنار گذاشتن خود واقعی تان نیست، بلکه به این معناست که می خواهید نسخه جدید و بهبود یافته ای از خودتان عرضه کنید. نقش بازی کردن تا حدودی به شما کمک می کند تا اعتماد به نفس بیشتری به دست آورید.

۶- آیا جاه طلب هستید؟

یک ویژگی شخصیتی که بارها و بارها در موفق ترین افراد دنیا دیده شده است، جاه طلبی است. آنجلا داک ورث، روانشناس، هم بر روی کودکان و هم بزرگسالان تحقیق کرده و متوجه شده است که افراد جاه طلب افرادی هستند که اهدافی دارند و برای رسیدن به آنها به سختی تلاش می کنند. البته ذکر این نکته ضروری است که اگر انگیزه کافی وجود داشته باشد، همه مردم می توانند جاه طلبی را تجربه کنند.

۷- آیا ریسک پذیر هستید؟

افراد جاه طلبی که رویاها و اهدافی در زندگی دارند، تا حدودی خطرپذیر هم هستند؛ امری که شاید برای دیگران تا حدودی دشوار باشد. گاهی ممکن است در طول مسیر به بحرانی بر بخورید؛ اما اگر به خوبی آن را مدیریت کنید و خطراتی را به جان بخرید، ممکن است همان بحران به بزرگترین موفقیت زندگی تان بدل شود.

داغ ترین های آمازون

روی جلد مجله آنتروپرونر به این عناوین اختصاص یافته است:

بدون خالی کردن حسابان کسب و کاری راه اندازی کنید.
رازهای مدیرعامل: چطور افرادی کوچک به این موفقیت بزرگ رسیدند؟
تجارت الکترونیک به اوج خودش رسیده است.
پس زمینه عجیب ای بی و آمازون
هزینه‌ای که باید به خودتان بپردازید
با نسل هزاره آشتی کنید.
پنج‌ه شهر برتر برای شروع کسب و کار

برای روی جلد مجله «ساکسس» این عناوین انتخاب شده است:

بهترین آینده را برای خود بسازید.
پیتر دیامندیس هدف دیوانه‌واری دارد؛ او می‌خواهد کاری کند که شما ۱۵۰ سال،
یا خیلی بیشتر عمر کنید.
الهام بگیرید، چطور قوه تخیل‌تان را بهبود ببخشید.
هرگز نترسید: ترس‌هایی که شما را عقب نگه داشته است، کنار بگذارید.



شبکه‌های اجتماعی: ده گام اثبات شده برای این که
به نخبه‌بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی تبدیل شوید
نویسنده: جری کرشن
تاریخ انتشار: ژوئیه ۲۰۱۶

تعادلی میان کار و زندگی: کنترل امور را در دست
بگیرید
نویسنده: گروه مدیریتی چنج
تاریخ انتشار: ژوئیه ۲۰۱۶

چرا باید استخدام‌تان کنم؟
نویسنده: کریستین ساوتر
تاریخ انتشار: ۲۵ ژوئیه ۲۰۱۶

شبکه‌های اجتماعی در پی راه‌های سودی را به سوی تبلیغات
برای عموم مردم گشوده است. نیازی به پرداخت
پول نیست؛ زیرا پول الزامی نمی‌تواند موفقیت در
این شبکه‌ها را تضمین کند.
پر رنگ بودن دیگر مختص به شرکت‌های بزرگ
نیست. اصلاً اهمیتی ندارد که بخواهید کسب و
کاری در خانه راه‌اندازی یا سازمان بزرگ ایجاد
کنید. در هر صورت می‌توانید با استفاده از این
شبکه‌ها پا را از مرزهای ملی فراتر بگذارید و به
تبلیغ خود بپردازید.
آیا مایلید تمام ریزه کاری‌های شبکه‌های
اجتماعی را بیاموزید؟ پس کتاب درستی را
انتخاب کرده‌اید! در این کتاب تمام اطلاعات
ضروری برای شروع کمپین بازاریابی آنلاین‌تان
را خواهید آموخت.

تعادل میان کار و زندگی امری ضروری برای مبارزه
با استرس بوده و موفقیت فرد و شرکت را تضمین
می‌کند. استرس مربوط به سبک زندگی نامتعادل
برای‌تان هزینه‌گرافی در بر خواهد داشت؛ کارایی
را کاهش داده و ریسک مشکلات سلامتی فرد
را افزایش می‌دهد. کارمندانی که ابزار لازم برای
ایجاد تعادل میان زندگی حرفه‌ای و شخصی‌شان
را در اختیار دارند، کارمندانی شادتر، سالم‌تر و
موثرتر هستند. بسیاری از کارمندان جوان‌تر
ارزش زیادی برای تعادل میان کار و زندگی‌شان
قائل هستند. شرکت‌هایی که این تعادل را به
عنوان بخشی از فرهنگ‌شان اعمال کرده‌اند،
راحت‌تر می‌توانند کارمندان حرفه‌ای‌تری
استخدام کنند.

آیا در پیدا کردن شغلی مناسب به مشکل
برخورده‌اید؟ چطور باید نشان دهید که فردی
مناسب برای سمت شغلی موردنظر هستید؟
چطور باید مطمئن شوید که دارید در جهت
درستی گام بر می‌دارید؟ این کتاب موضوعات
مختلفی مانند پیدا کردن شغل موردنظر،
درخواست شغل و مصاحبه شغلی را در
برمی‌گیرد. همچنین تمریناتی در این کتاب
جای گرفته‌اند که شما را به فکر واداشته و
برای موقعیت بعدی شغلی آماده‌تان می‌کند.

نکاتی مهم برای کارآفرینی در ایران

یادداشتی از مهدی حمزه‌ای - کارآفرین



این یک گزاره قطعی است؛ همیشه کارآفرینانی موفق شده‌اند که خودشان بالای سر خط تولیدشان بوده‌اند. امکان ندارد کارآفرینانی را پیدا کنید که بالای سر خط تولید نبوده‌اند و موفق شده باشند. کارآفرینانی بوده‌اند که دستگاه‌هایی را برای تولید خریداری کرده‌اند و در هفته سوم-چهارم تولید از کارگران شنیده‌اند که دستگاه خراب شده و چون هیچ شناختی از دستگاه‌ها نداشته‌اند، زیر بار هزینه‌های بیشتر رفته‌اند، در حالی که این امکان بوده که چنین هزینه‌هایی را با شناخت بیشتر، کم کرد و تولید را بهینه‌تر جلو برد. در مقابل، کارآفرینانی بوده‌اند که دستگاه را خودشان از کارخانه سازنده تحویل گرفته‌اند و بعد، خودشان به کارگران آموزش کار با دستگاه را داده‌اند. مثلاً من در صنایع غذایی مارین، صرفاً خودم دستگاه‌ها را از خارجی‌ها تحویل می‌گیرم و آموزش‌ها را فیلمبرداری می‌کنم و این آموزش‌ها را در اختیار کارگرانم قرار می‌دهم. بنابراین اگر کارگر به من بگوید یکی از قطعات شکسته است؛ می‌فهمم کجای دستگاه به مشکل خورده است.



بنابراین آموختن بودجه‌بندی شاید یکی از مهم‌ترین اقدامات برای کارآفرینی اصولی و بر مدار صحیح باشد. اما این آموختن، یک مزیت بزرگ دیگر هم دارد و آن این است که کارآفرین را واقع‌گرا می‌کند. خیلی‌ها وقتی قرار است به راه‌اندازی کسب‌وکار فکر کنند، درگیر عددهایی رویایی می‌شوند که هیچ نسبتی با واقعیت ندارد و معمولاً در عمل هم به شکست می‌انجامد. وقتی می‌خواهند درگیر تهیه بودجه برای کسب‌وکار شوند، صرفاً امیدوارند که بتوانند بودجه را برای پیشبرد کار تأمین کنند. در حالی که نمی‌دانند صرف امیدداشتن، گرهی را باز نخواهد کرد و موفقیتی را به وجود نخواهد آورد. با تقویت چنین ذهنیت‌هایی می‌توان مسیر پرپیچ و خم کارآفرینی را به بهترین نحو پیمود. در کنار این موارد باید روی مرام و معرفت و انصاف، تأکید ویژه‌ای داشت. در کارآفرینی در خیلی از موارد در مقام قضاوت قرار خواهید گرفت؛ چه بخواهید و چه نخواهید. اگر انصاف نداشته باشید، آسیبی جدی بر کسب‌وکارتان و اعتبارتان وارد خواهد شد.



در برخی موارد ممکن است به مشکل خوردن دستگاه، ناشی از نارضایتی کارگر باشد که با خراب کردن دستگاه، نارضایتی خود را بروز می‌دهد. اگر کارآفرین از چم و خم ادوات تولید اطلاع نداشته باشد؛ تشخیص درستی نمی‌دهد

و این گونه وارد چرخه فرسایشی تعمیر و خرابی مجدد دستگاه می‌شود و ترکیب همین عوامل است که می‌تواند یک کسب‌وکار را با بحران‌های عدیده مواجه کند. در کنار این شناخت، می‌توان از شناختی دیگر نام برد که حلقه مشترک تمام کسب‌وکارهای موفق است و آن، مهندسی مالی و بودجه‌بندی است. حتی در اداره اقتصادی کشور هم مهم‌ترین سازمان، برنامه و بودجه است؛ به گونه‌ای که اگر این سازمان به خوبی کار کند، تحولی اساسی در اقتصاد کشور ایجاد خواهد شد. خیلی از کارآفرینان با مقوله بودجه‌بندی آشنا نیستند. مدیریت تنخواه را نمی‌دانند و گردش مالی را آنچنان که باید درک نمی‌کنند. این گونه می‌شود که کسب‌وکار از درون آسیب می‌بیند و در حالی که شاید فروش هم خوب باشد، اما سود چندانی از کسب‌وکار حاصل نمی‌شود که در نهایت به تعطیلی کسب‌وکار می‌انجامد. شما در کارآفرینی مسوولیت چند زندگی شغلی و مالی چند انسان دیگر را در قالب استخدام کردن آنها قبول می‌کنید. شما مثل یک خلبان هواپیما هستید. اشتباه یک خلبان در حین پرواز، تبعات بسیار بزرگی نه فقط برای خودش که برای کسانی دارد که به او اعتماد کرده‌اند و مسافر آن هواپیما شده‌اند. اگر از مهندسی مالی و بودجه‌بندی کار، اطلاعاتی راه‌گشا نداشته باشید، صرفاً زندگی مالی و شغلی خود را به خطر نینداخته‌اید؛ بقیه هم درگیر این مشکل شما می‌شوند.

تحولی که استارت آپها به وجود آورده‌اند

یادداشتی از دکتر سیده فاطمه مقیمی - کارآفرین



امروزه استارت آپهای مبتنی بر تکنولوژی، این امکان را به وجود آورده‌اند که برای شروع کسب و کار نیاز به سرمایه چندانی نیست؛ می‌توان از طریق یک اپلیکیشن یا سایت، کار را پیش برد و در واقع مرحله آغاز یک کسب و کار، ارزان

شده است.

اما آن هم مهارت می‌خواهد، یعنی ممکن است که شما اپلیکیشن را آماده می‌گیرید، ولی اگر متخصص استفاده از آن نرم افزار نباشید، خودش یک دغدغه به وجود می‌آورد. در دنیای امروز بسیاری از کارها از راه دور، دور کاری یا همان سیستم‌های الکترونیکی انجام می‌شود؛ ما حتی دهکده‌ی الکترونیکی داریم، بسیاری از تجارت‌ها به صورت الکترونیکی انجام می‌شود، به دلیل این که با هزینه کمتر می‌توان بهره‌وری بیشتری ایجاد کرد. از همین بانکداری الکترونیکی در کشور خودمان همه استفاده می‌کنیم، هزینه‌هایمان هم به عبارتی پایین آمده است.



اینها مواردی است که می‌شود از فرصت‌های بالفعل و بالقوه آن در بازار استفاده کرد. ولی مهم‌تر این است که بازاری را که می‌خواهیم در آن کار کنیم شناسایی کنیم.

یعنی نگاهی که من و شما به عنوان یک آدم عادی به یک بازار کار داریم با وقتی که مترصد این هستیم که کاروکسبی را راه‌اندازی کنیم، متفاوت خواهد بود. شاید من به حوزه کار یک رسانه فقط به عنوان یک مصرف‌کننده نگاه می‌کنم؛ ولی آن رسانه به محتوای تولیدی به عنوان چیزی که می‌تواند یک کسب درآمدی برای رسانه باشد، نگاه می‌کند. به همین علت اگر در حوزه‌ای هرکسی قرار است وارد شود، تحقیق را تبدیل به اولویت کند؛ تحقیق تجاری منطقه‌ای، تحقیق تجاری بین‌المللی. برای رسیدن به یک هدف همیشه باید آرمان‌های بزرگ داشت؛ اما باید قدم به قدم جلو برویم تا به آن آرمان‌های بزرگ برسیم.

من باز هم مثل همه نوشته‌هایم در مجله خلاقیت بر این نکته تاکید می‌کنم که حتما به دنبال این برویم که بهترین شرایط را برای اینکه خودمان را به دنیای امروز نزدیک کنیم به وجود بیاوریم و یکی از مهم‌ترین فلسفه‌های این کار، آموزش و مشاوره است. آموزش و مشاوره را در هر حدی از کسب و کارمان که هستیم - حتی در جایی که فکر می‌کنیم آدم موفق هستیم - باز هم فراموش نکنیم.



افرادمان متخصص تر شده‌اند یعنی مهارت‌شان بیشتر شده و توسعه کارشان بیشتر شده و تنوع کارها از کار اجرایی به کارهای خدماتی رسیده است؛ کارهای فنی تا حدودی خدماتی شده‌اند، کارهای تولیدی بیشتر به

سمت خدماتی رفته‌اند، یعنی در همه اینها تغییراتی به وجود آمده است؛ و شاید از حداقل افراد، حداکثر استفاده بهینه را در این شرایط بتوان انجام داد.

اما توصیه من این است که به صنایع نوینی که در حال حاضر دارد وارد سیستم‌ها می‌شود و به بخش‌های کارآفرینی توجه بیشتری داشته باشیم. خیلی از ایده‌ها می‌تواند شروع یک کسب و کار جدید باشد، بدون اینکه تا به حال روی آن مانور زیادی داده باشند. با تامل روی آنها می‌بینیم واقعا یک روش کم‌هزینه برای شروع بسیاری از کارها می‌تواند وجود داشته باشد. امروزه اینها در بازار با نام استارت آپها شروع کرده‌اند و دارند یک حوزه را از آن خود می‌کنند. فکر می‌کنم باید به دنبال این باشیم که با این روش‌ها و ترفندها و ارتباطات، هم دانش بیشتری کسب کنیم، هم با حداقل‌ها وارد جامعه اقتصادی شویم و هم در جامعه اقتصادی نقش آفرینی داشته باشیم. این ترفندها را باید یاد گرفت؛ چه بازاریابی باشد، چه مهارت گفت‌وگو، حتی روان‌شناسی طرف‌های مقابل در مذاکره و گفت‌وگو در ابتدای راه‌اندازی یک استارت آپ.



کنسرسیوم
کسب و کار اینترنتی ایران

گزارش نشست خبری همایش بین‌المللی بازاریابی نوین و افزایش فروش
با حضور رسانه‌ها و کارشناسان و سخنرانان و کنسرسیومی‌ها در دانشگاه تربیت مدرس

همایش ضروری و مفید برای کسب و کارهای بزرگ و کوچک و نوپا



بناگاه‌های اقتصادی ما اعم از بزرگ و کوچک و نوپا بسیار ضروری و مفید خواهد بود. مالکی به تشریح محورهای اصلی برگزاری این همایش پرداخت و گفت: معرفی ترندهای جدید بازاریابی در دنیا، شیوه‌های جذب و وفادارسازی مشتریان و ساخت مشتری، راهکارهای ایجاد هویت برند با رویکرد افزایش فروش، آشنایی با شیوه‌های طراحی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی آنلاین با رویکرد افزایش فروش، بازاریابی برای جذب سرمایه، بازاریابی با رویکرد صادرات خدمات و تولیدات، بازاریابی برای افزایش توسعه بازار، به کارگیری هوش اقتصادی در بنگاه‌ها با رویکرد افزایش سود، شیوه‌های جدید قیمت‌گذاری کالا یا خدمات و معرفی ابزارهای بازاریابی دیجیتال و اهمیت آن، از جمله محورهای اصلی برگزاری این همایش است. دبیر کنسرسیوم کسب و کارهای اینترنتی ایران با اشاره به رهنمودهای مقام معظم رهبری درباره اقتصاد مقاومتی اشاره کرد و گفت: بدون شک تجارت الکترونیکی یکی از بهترین راه‌ها برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی است و من معتقدم حلقه مفقوده اقتصاد ما بحث فروش و بازاریابی است.

نشست خبری همایش راهکارهای بازاریابی نوین و افزایش فروش در پژوهشکده فناوری اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد.

در این نشست محمدصادق مالکی، دبیر کنسرسیوم کسب و کارهای اینترنتی ایران به اهداف برگزاری این همایش اشاره کرد و گفت: ما در کنسرسیوم کسب و کارهای اینترنتی ایران با مخاطب قراردادن مدیران و صاحبان کسب و کارها، اقدام به برگزاری همایش راهکارهای نوین بازاریابی و افزایش فروش کردیم تا بتوانیم بخشی از این خلا بزرگ کسب و کارها را به آنها نشان دهیم و علاوه بر جنبه تلنگر به آنها، دریچه‌ای به دنیای جدید بازاریابی را به روی آنها بگشاییم.

مالکی گفت: اعتقاد داریم این همایش با بهره‌گیری از برترین اساتید و متخصصان حوزه اقتصاد و بازاریابی و برگزاری کارگاه‌های تخصصی آموزشی در حاشیه آن، می‌تواند راهگشای موفقیت برای صنعت و اقتصاد و شرکت‌های دانش‌بنیان و همین‌طور شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ‌ها باشد و در نهایت معتقدیم این همایش برای تمام





کشور فراهم شده است متأسفانه استفاده لازم صورت نگرفته و کالاهایی به روسیه صادر شده است که از استاندارد لازم برخوردار نیست. به طور مثال به جای صادرات پنیر ۶۵۰ گرمی تنها ۱۸۰ گرم ماده پنیر در بسته‌بندی‌ها وجود داشته و بسیاری از کالاهای صادراتی دیگر نیز از کیفیت لازم برخوردار نبوده‌اند. جبرائیلی گفت: این شرایط نشان می‌دهد در بحث توسعه صادرات و بازاریابی نوین باید کالای صادراتی وجود داشته باشد که از کیفیت لازم برخوردار باشد و تحریم اروپا و اختلافاتی که روسیه با ترکیه داشت بهترین زمان برای استفاده از این بازار صادراتی بوده است.

جبرائیلی معتقد است: باید با روش‌های درست و اصولی و جهانی با صنعت فروش و بازاریابی آشنا شده و واردات و صادرات واقعی جایگزین تجارت رانتهی شود.

مهدی جبرائیلی در این نشست خبری با اشاره به برگزاری همایش راهکارهای بازاریابی نوین و افزایش فروش که ۲۱ مرداد در تهران برگزار می‌شود اظهار کرد: مطالعه اقتصاد کشورها نشان می‌دهد برخی از کشورها توانسته‌اند به اندازه ۲۰۰ تا ۳۰۰ سال سایر کشورها با رشد تکنولوژی بهبود وضعیت اقتصادی را به دست آورند.

او گفت: در سفر اخیر مسئولانی از سازمان تجارت جهانی این خوش‌بینی وجود داشت که بتوان در زمینه تجارت الکترونیک و بهبود زیرساخت‌های آن در کشور اقداماتی انجام داد.

جبرائیلی با بیان اینکه متأسفانه شرایط تجارت به گونه‌ای است که از برخی از فرصت‌های به وجود آمده استفاده مناسب صورت نمی‌گیرد اظهار کرد: از ۲ ماه گذشته که با بروز اختلاف میان ترکیه و روسیه فرصت لازم برای انجام صادرات به این



در ادامه حمیدرضا اسماعیل‌خو، متخصص بازاریابی دیجیتال درباره حضور مایکل لندر گفت: مایکل لندر، سخنران برتر حوزه مارکتینگ و برنده بهترین سخنران آموزشی در این حوزه است. این همایش به سمت کسب‌وکارهای دیجیتالی هدایت شده و تجارت الکترونیکی یک ابزار نیست، بلکه یک استراتژی است و در دنیای امروز دیگر بحث کسب‌وکار الکترونیکی مطرح نیست، بلکه بحث امروز بازاریابی دیجیتالی است. این موضوع در گوگل ترند به راحتی قابل اثبات است.

وی به زیرساخت فرهنگی اشاره کرد و گفت: چون هرم جمعیتی ایران در حال جوان شدن است، مسلماً فرهنگ دیجیتالی کم‌کم در میان مردم جا می‌افتد، ولی مهم‌ترین مبحث برای استفاده از کسب‌وکارهای الکترونیکی زیرساخت فرهنگی است.

متخصص بازاریابی دیجیتال در پایان گفت: همایش بزرگ راهکارهای بازاریابی نوین و افزایش فروش ۲۱ مرداد از ساعت ۸ تا ۱۹ با سخنرانی مایکل لندر، سخنران برتر حوزه مارکتینگ؛ شهرام جزایری، به عنوان نابغه فروش و اقتصاد؛ مهدی جبرائیلی، نابغه اقتصادی و تجارت بین‌الملل و دبیرکل خاورمیانه جامعه مدیران و کارآفرینان حرفه‌ای اروپا و آسیا؛ حسین طاهری، مدیر هلدینگ ۱۲۸؛ حمیدرضا اسماعیل‌خو، دکترای تخصصی مدیریت اجرایی و محمدصادق مالکی، دبیر کنسرسیوم کسب‌وکارهای اینترنتی ایران در سالن همایش‌های کتابخانه ملی برگزار می‌شود که جزییات و اطلاعات تکمیلی آن را می‌توانید در پشت جلد این شماره بخوانید، همچنین می‌توانید به سایت conf.e-act.ir مراجعه کنید.



آنچه هر کارآفرینی باید در مورد استخدام بداند

یادداشتی از مینارد وب | مترجم: شادی حسن پور

را استخدام کنید. بسیاری از کارآفرینان از این موضوع هراس دارند. اما این نوع تفکر باید تغییر کند. بنیان‌گذاران نباید از جایگاه دفاعی به کسب و کار بپردازند. هیچ‌گاه فکر نکنید که کسب و کارتان هنوز آنقدر خوب نیست که بتوانید مستعدترین افراد را استخدام کنید. در عوض، باید بدانید که باید از موضع قدرت به کارتان ادامه دهید. شما باید این ذهنیت را داشته باشید که محصول یا خدماتتان آنقدر ویژه و نایاب است که می‌توانید بهترین افراد را در تیم خود داشته باشید.

به شما تبریک می‌گوییم که می‌خواهید کسب و کارتان را توسعه دهید. ایده عالی‌تان جواب داده و حالا به افرادی خبره نیاز دارید. با این حال بیشتر کسب و کارهای نوپا نمی‌دانند که چطور باید به بهترین شکل ممکن روند استخدامی را انجام دهند. این موضوع واقعا تاسف‌برانگیز است زیرا اهمیت بسیار زیادی دارد. در هنگام شروع کار احتمالا فقط به چند نفر محدود احتیاج دارید، نه یک ارتش! پس بهتر است که فقط بهترین کارمندان



در مورد استخدام چند نکته را باید رعایت کنید:

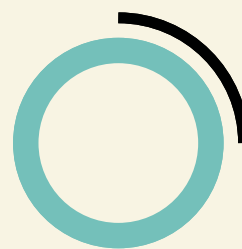
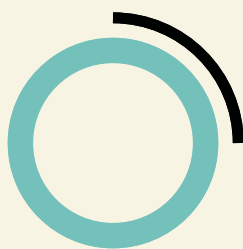
۱- همیشه در حال استخدام باشید.

من همیشه به دنبال استعدادهای مختلف بوم و معمولا یکی دو فرد آماده به کار داشتم که برای موقعیت‌های ضروری می‌توانستم آنها را به کار بگیرم. این کار را از مگ ویتمن یاد گرفتم؛ کسی که می‌دانست eBay در حال رشد است و در حالی که فعلا نیازی به کارمند جدید ندارد، به زودی باید افرادی را استخدام کند. این موضوع گاهی ممکن است تنش‌زا باشد؛ زیرا کارمندان می‌خواهند کاری انجام دهند و اگر موقعیت شغلی مشخصی نداشته باشند، فقط باید روی پروژه‌های خاص متمرکز شوند. اما این مشکل نیز معمولا خیلی زود و با ایجاد نقش‌های جدید کاری حل می‌شود.

۲- فرآیند استخدام را در دست بگیرید.

فرآیند استخدامی فقط وظیفه مدیر منابع انسانی نیست. شاید اصلا دپارتمان و مدیر منابع انسانی نداشته باشید. استخدام کردن وظیفه خودتان است. برای این کار زمان و توجه خاصی قائل شوید. زمانی که به عنوان مدیرعامل شرکت LiveOps کار می‌کردم، یکی از مدیران یکی از بزرگترین شرکت‌های طرف قرارداد ما پیشنهاد کرد که با مایک برگلسون، کارآفرین با استعدادی که به تازگی شرکتش را فروخته بود، دیداری داشته باشم. برایش چندین ایمیل فرستادم و در نهایت زمانی که پاسخ داد، از او خواستم به ما بپیوندد، اما او نپذیرفت. با این حال توافق کردیم که با یکدیگر در تماس باشیم. زمانی که شرکت WIN را تأسیس کردم، مایک ابراز تمایل کرد که به عنوان شرکت وابسته به ما بپیوندد. او موافقت کرد که برای یکی از شرکت‌های وابسته ما خدمات مشاوره ارائه کند و ما نیز توافق کردیم که شرکت او نیز به یکی از شرکت‌های وابسته ما تبدیل شود. کمی بعد، با او در مورد ایده‌ام در زمینه راه اندازی شرکت خدمات مشاوره صحبت کردم و چند ماه بعد، به همراه او ایده‌ام را عملی کردم. درسی که از این داستان طولانی می‌گیریم این است که شما باید همیشه به دنبال افراد با استعداد باشید و منتظر نمانید تا دپارتمان منابع انسانی تان این افراد را به شما معرفی کند.





۳- به خوبی با مردم رفتار کنید.

خودخواه یا مغرور بودن به شما آسیب می‌زند. بله، این شما یید که تصمیم می‌گیرید شخصی به تیم شما بپیوندد یا خیر، اما هیچ دلیلی ندارد که آنها را در طول فرآیند خجالت زده و شرمگین کنید. به تازگی یکی از دوستانم مصاحبه استخدامی خیلی بدی را گذرانده و در موردش با دوستش صحبت کرده است. از قضا شرکت موردنظر با دوست این فرد تماس می‌گیرد تا در مورد همان موقعیت شغلی با او صحبت کند اما این فرد حتی به آنها فکر نمی‌کند زیرا از قبل می‌داند که آنها چگونه رفتاری دارند. با همه با وقار و احترام رفتار کنید و نظرات مفیدی به آنها ارائه دهید. کاری کنید که همه با احساسی خوب از پیشنهاد برونند و آرزو کنید که باز هم در آینده با یکدیگر تماس داشته باشید. ما این موضوع را در شرکت WIN نیز انجام می‌دهیم. به دلیل نوع کار، باید به افرادی زیادی پاسخ منفی بدهیم اما این کار را چنان مهربانانه انجام می‌دهیم که همان افرادی که «نه» شنیده‌اند، مشتریان دیگری را نیز به ما معرفی می‌کنند!



۴- شخصا دست به کار شوید.

خودتان را پشت مردم یا فرآیند موردنظر مخفی نکنید. شاید با مخفی شدن و سپردن فرآیند استخدام به دیگران خود را از شر «نه» گفتن به مردم خلاص کنید، اما این کاری انسانی نیست. اعتبارتان را حفظ کرده و به شکلی انسانی با کاندیداهای استخدامی رفتار کنید.



۵- به دنبال افراد مناسبی باشید تا شرکتتان پیشرفت کند.

در پی افرادی نباشید که شباهت زیادی به شما دارند. به دنبال مهارت‌ها و نوع شخصیتی باشید که به آن نیاز دارید؛ افرادی که متناسب فرهنگ شرکتی شما باشند. گول نام‌های بزرگ را نخورید. این که شخصی در شرکتی بزرگ کار کرده باشد دلیل خوبی برای مناسب بودنش برای شرکت شما نیست. شاید اصلاً او نقش مهمی در آن شرکت بزرگ نداشته یا جزو افرادی بوده که شرکت عذرشان را خواسته است.



افرادی را که بیش از حد به پول اهمیت می‌دهند، نپذیرید. اگر کاندیدای موردنظر شما حقوق بالایی درخواست کرده است، باید به دقت بسنجید که آیا مهارت‌های او متناسب با این میزان حقوق هست یا خیر.

۶- کاری کنید که همه عاشق کارکردن در محیط کاری شما شوند.

شرکتتان را به جایی تبدیل کنید که مردم برای کارکردن در آنجا سر و دست بشکنند. دستاوردها، آموخته‌ها و نوع رفتارشان با کارمندان نوع محیط کاری‌تان را تعریف می‌کنند. چطور می‌خواهید مردم را جذب و حفظ کنید؟

اهداف بزرگ داشته باشید. فروتن باشید و هیچ‌گاه از بهتر شدن دست نکشید. به کارمندان‌تان اهمیت دهید. مثل اعضای خانواده‌تان به آنها احترام بگذارید. کاری کنید که وقتی کارمندان سابقان به شما فکر می‌کنند، آن را بهترین و رضایت بخش‌ترین شغلی بدانند که تا به حال داشته‌اند.

زنان ایرانی برای کارآفرینی چگونه می‌توانند عمل کنند؟

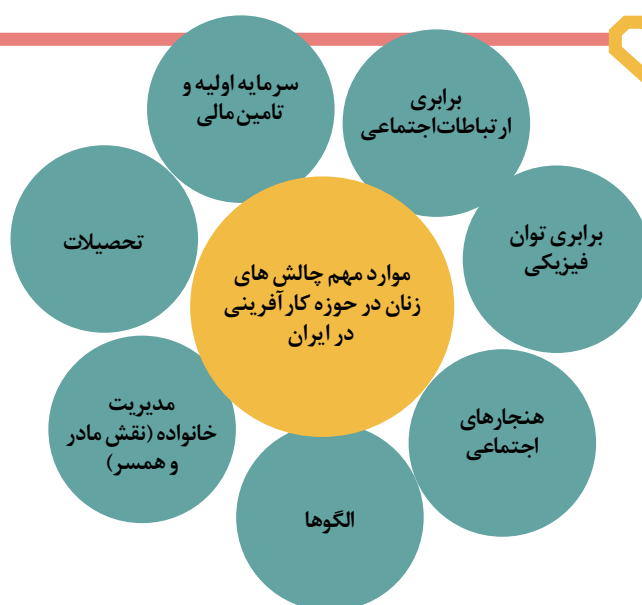
یادداشتی از مرجان آقاجان زاده هوشیار، کارآفرین



با نگاه به روابط اجتماعی کشور ایران که به‌طور بالاتر از نسبی جامعه‌ای مردسالار محسوب می‌شود، کارآفرینی زنان با چالش‌ها و موانع خاص خود روبروست. در ایران از دیرباز کارآفرینی و حمایت از خانواده و ایجاد کسب و کار متعلق به مردان بوده است. البته درصد محدودی از زنان در تاریخ صد سال گذشته در این زمینه خوش درخشیده‌اند، اما در بررسی کلان روی سخن با اکثریت زنان جامعه است. ورود به حیطه کارآفرینی با سختی‌ها و دشواری‌های فیزیکی، فرهنگی و اجتماعی همراه است و تغییر این رویکرد که زنان خانه‌دار، که عمدتاً مصرف‌کننده بوده‌اند، آیا می‌توانند در این فضا وارد شده و ادامه دهند، بسیار قابل بررسی بوده و به یک نگاه ظریف مهندسی نیاز دارد.

در مقوله کارآفرینی، مباحث علمی و تجربی بسیاری در سطح دنیا صورت گرفته است که نتایج و راهکارهای عملی و مفید و موثری را پیش روی جمعیت کارآفرین سراسر دنیا قرار داده است.

اما آنچه که اینک می‌خواهیم به آن بپردازیم، در ابتدا کارآفرینی منطقه‌ای است. گرچه واژه کارآفرینی را می‌توان مترادف ثروت‌آفرینی قلمداد کرد ولی در هر حوزه و فرهنگ و اقلیم جغرافیایی متغیر است. شرایط فرهنگی، هنجارهای اجتماعی و قوانین عرفی در این زمینه بسیار حائز اهمیت است.





مردان بوده و ارتباطات اجتماعی و اقتصادی بسیار ناچیز و اندک بود. حتی اگر بانوانی دارای سرمایه و تمکن مالی بودند، این سرمایه در دست همسران، برادران، پسران و به طور کلی محارم در چرخش بود و از عایدی آن بهره‌مند می‌شدند و به طور شخصی وارد بازار کار و اقتصاد نمی‌شدند. وجود سرمایه اولیه و تامین مالی در جامعه سنتی ایران، از دیگر مباحثی است که در خصوص زنان توجه ویژه‌ای را طلب می‌کند.

در خصوص توان فیزیکی بدیهی است که زنان جامعه ما (غیر از موارد بسیار نادر) نه علاقه‌ای به کار آفرینی در امور سخت و دشوار دارند و نه توانایی جسمی به آنها این اجازه را می‌دهد، و این موضوع مربوط به آناتومی و توان بدنی متفاوت است. ارتباطات اجتماعی در جامعه ایرانی بیشتر مختص



جز موارد نادر و معدود، کسی به خاطر ندارد که پدر خانواده‌ای سرمایه اولیه‌ای را با وجود برادران و

پسران، در اختیار زن یا دختر خانواده گذاشته باشد. اصولاً تامین جهیزیه تنها سرمایه‌ای بود که به دختر خانواده اعطا می‌شد. بنابراین یکی دیگر از چالش‌های زنان تامین مالی در راه اندازی کسب و کار به نظر می‌آید. وضعیت تحصیلات نسبت به موارد بالا، مطلوب تر بوده ولی باز هم به دلایل ذکر شده و برخی موارد دیگر در کنار فقدان تجربه، امکان رشد و تعالی در این زمینه کمتر به چشم می‌خورد.

نقش زنان در تربیت فرزندان، حضور در کانون خانواده و ایجاد یک کانون گرم و سالم، همچنین همسری مدیر و هوشمند بودن، باعث شده که مسئولیت زنان را سنگین تر و مهندسی شده تر طلب کند. زنان در عین مواجهه با چالش‌های اقتصادی و مربوط به کسب و کار که همه جوامع کارآفرین با آن روبرو هستند، دغدغه‌های تربیتی و نیازهای اولیه

خانواده و فراهم کردن بستر یک کانون سالم را نیز به دوش می‌کشند و اغلب نقش آفرینان موثر و کارآمدی هستند. بحث الگوها، بسیار حائز اهمیت است. یکی از دیگر مباحث اجتماعی چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین، نبودن الگوهای عینی در سطح جامعه امروز و با شرایط اقتصادی امروز است که سایر زنان با تاسی به آن الگوها و آموزش در زمینه رفع مشکلات پیش رو بتوانند بهتر و موثرتر عمل کنند.

در این موضوع بحث ارتباطات اجتماعی که پیشتر به آن اشاره شد، به عنوان مکمل حل معضلات و مشکلات می‌تواند راه‌گشا باشد. حتی بررسی آماری از تعداد مدارس و هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای در گذشته موید این مطلب است که غیر از نگاه جامعه به فارغ‌التحصیلان این مراکز که نگاهی سطحی و غیرجدی است، باید اذعان داشت که جامعه کار اصولی و زیربنایی را در این راستا طلب می‌کند.



البته زنان جامعه باید علاوه بر ارتقا سطح علمی و تجربی و تلاش مضاعف برای انجام بهینه امور اعم

از خانواده و حرفه‌ای، حس مطالبه‌گری به‌جا و قانون‌مند را در خود تقویت کرده و در این راستا از حضور در عرصه کارآفرینی و صنعت و اقتصاد واهمه نداشته باشند. باید خود را ثابت کنند و نگاه‌های مثبت بخش دولتی و خصوصی را به خود معطوف دارند و پس از آن، از مردان جامعه بدون نگرش منفی و خودخواهی و غرور بی‌جا استمداد و کمک بطلبند؛ و از آنان به عنوان پیش‌کسوتان عرصه اقتصاد و کسب و کار، آموزش و تجربه کسب کنند. چالش‌های پیش روی زنان در عرصه کسب و کار و کارآفرینی بسیار متعدد هستند ولی در اینجا فقط به ذکر موارد معدودی اشاره شد که اینجانب از نزدیک و به طور ملموس آن را با گوشت و پوست خود لمس و حس کرده‌ام. امیدوارم جامعه زنان کشورم در سایه اعتلای علم و اندیشه به درجه‌ای از توان‌مندی فکری و عملی برسند که شاهد شکوفایی همه بانوان سرزمین مان باشیم.

پنجره خلاقیت، مرداد ۹۵ | ۲۱



گفت‌وگو با مدیر صفحه هانی شاپ درباره تجربیات کارآفرینانه‌اش

مشتری‌مداری در اینستاگرام



شادی حسن‌پور: در ادامه گفت‌وگو با کارآفرینان اینستاگرامی در این شماره با مدیر صفحه «هانی شاپ» در اینستاگرام مصاحبه کرده‌ایم.

■ **پیج «هانی شاپ» با مدیریت چه کسی مشغول به فعالیت است؟**

هانیه شیرینی چی هستم، ۳۳ سال سن دارم، متولد شمیران ساکن محله فخرآباد هستم و فوق دیپلم دارم. پیج هانی شاپ به فروش محصولات و ملزومات هنری می‌پردازد و من هم به آموزش هنر شماره دوزی به خانم‌های علاقه مند مشغول هستم.

■ **چه چیزی باعث شد که ایده ایجاد این پیج اینستاگرامی به ذهن‌تان برسد؟**

من در یک روز داغ تابستانی در سال ۷۶، هنر زیبای شماره دوزی را از مادر عزیزم یاد گرفتیم و با توجه به علاقه‌ی شدیدی

که به این هنر داشتیم و تشویق یکی از بستگانم شروع به فعالیت اینترنتی در این زمینه کردم. مهم‌ترین هدف من در این راه این است که خانم‌ها به جای استفاده مداوم از گوشی‌های هوشمند به هنرهایی مانند شماره‌دوزی روی بیاورند و حتی از این راه کسب درآمد کنند. این هنر بین خانم‌های ایرانی به شدت رواج پیدا کرده و من با برگزاری کلاس‌های آموزشی توانستم کار خودم را شروع کنم.

■ **سرمایه اولیه شروع کارتان چقدر بوده است؟**
بزرگترین سرمایه‌ای که در ابتدای کارم داشتم، اعتماد مشتری‌ها به من بود.

■ **چه چیزی باعث تمایز کار شما نسبت به بقیه می‌شود؟**
سعی می‌کنم مشتری‌مدار باشم و در سریع‌ترین زمان ممکن به سوال‌ها و درخواست‌هایشان پاسخ دهم.

■ **چرا تصمیم گرفتید از اینستاگرام برای فروش کارهایتان استفاده کنید؟**
در حال حاضر در دسترس‌ترین و کاربردی‌ترین شبکه اجتماعی در ایران، اینستاگرام است. به خاطر همین تصمیم گرفتیم با استفاده از این شبکه اجتماعی این هنر را بین زنان ایرانی رواج دهیم.



■ **روزانه چند ساعت را به مدیریت پیج اینستاگرامی‌تان اختصاص می‌دهید؟**

مهم‌ترین اصلی که در کسب و کارم در پیش گرفته‌ام مشتری‌مداری است و همین موضوع باعث می‌شود که من در هر ساعتی به سوالات مشتریان پاسخ دهم. گاهی پیش آمده که حتی از خارج از کشور و در ساعات غیرکاری از من سوالاتی پرسیده‌اند و من واقعا دلم نیامده که معطل نگه‌شان دارم.

■ **چطور پیج‌تان را به مشتریان معرفی کرده‌اید؟**
با لطف و یاری خدا و کمک دو تا از خانم‌هایی که پیجشان بازدید بالایی دارد، توانستم مخاطبین زیادی را جذب صفحه اینستاگرامی خود کنم.



■ **با چه امکاناتی از محصولاتی که برای فروش دارید، عکس می‌گیرید؟**
با گوشی خودم (Samsung Galaxy A5) و با کمک همسر عکس می‌گیرم و با برنامه‌ی فتوشاپ عکس‌ها کدگذاری و ویرایش می‌شود.



■ **آیا خانواده‌تان از مسیر شغلی شما حمایت می‌کنند و به نظر تان این حمایت چقدر می‌تواند بر موفقیت شما تاثیر بگذارد؟**

همسر با صبوری و مهربانی خودش در این مسیر واقعا کمک بزرگی به من کرده است. همچنین مادر و برادرم هم در موفقیت من تاثیرگذار بوده‌اند که همین‌جا از تک‌تک آنها از صمیم قلب تشکر می‌کنم.

■ **در زندگی چه کسی الهام بخش/قهرمان شما بوده است؟**
پدر و مادر قهرمان‌های زندگی من هستند و هر چه در زندگیم دارم از پدر و مادرم دارم. عشق و مهربانی بی‌دریغ و مردم‌داری مهم‌ترین درس‌هایی هستند که از آنها آموخته‌ام.

■ **چه مشکلات یا موانعی را پشت سر گذاشته و یا با آنها مواجه هستید؟**
به نظر من هیچ مشکلی در هیچ کاری وجود ندارد! انسان‌ها با طرز فکر و ذهن خودشان مشکلات را به وجود می‌آورند زمانی که ما یاد بگیریم چطور به کسب و کار و زندگی‌مان فکر کنیم، تمام مشکلات از سر راه ما برداشته می‌شوند.

■ **چه آینده‌ای را برای خود و برندتان پیش بینی می‌کنید؟ آیا به ثبت رسمی آن و گسترش کار فکر کرده‌اید؟**

مطمئنم آینده‌ی روشنی در پیش رو دارم چون واقعا تمام تجربیاتم را در اختیار شاگردانم قرار می‌دهم و همین افراد به بهترین مبلغان پیچ من تبدیل می‌شوند. ثبت رسمی برند هانی‌شاپ و تأسیس آموزشگاه نیز جزء برنامه‌های کاری آینده من هستند که در حال پیگیری آنها هستم.



■ **تا به حال به چند نفر این هنر را آموزش داده‌اید؟**
فکر می‌کنم تا به امروز بالای ۱۰۰ شاگرد داشتم.

■ **برای دیگر افرادی که می‌خواهند مانند شما ایده‌هایشان را عملی سازند، چه توصیه‌ای دارید؟**
کارهای هنری مستلزم داشتن تجربه‌ی کافی هستند. من واقعا از دوستانی که می‌خواهند کارهای هنری را شروع و به آن به چشم کسب و کار نگاه کنند خواهش می‌کنم که در ابتدا سعی کنند آن هنر را به طور کامل بیاموزند و سپس به فکر شروع کسب و کارشان باشند. ضمناً باید بدانند که از چه کسی راهنمایی بگیرند تا به دلیل راهنمایی‌های اشتباه عده‌ای از مسیر درست کاری‌شان خارج نشوند.



کسب و کار خانگی تان را در خانه گسترش دهید

درو هندیگز؛ مدیر فروش، مشاور، نویسنده آزاد و متخصص بازاریابی / مترجم: سعیده فراهانی /
گسترش کسب و کار، کار ساده‌ای نیست؛ تا جایی که می‌توانید باید سخت کار کنید. هنگامی که زمان آن فرا می‌رسد که کسب و کارتان را آغاز کنید، مطمئناً سخت کار کردن برایتان امر مهمی می‌شود اما همچنان به درک تجارت و استراتژی‌های موثر برای گسترش کسب و کارتان، نیاز دارید. خواه کسب و کارتان را با ارائه خدمات جدید بخواهید رشد بدهید خواه به صورت ساده بخواهید مشتری‌های بیشتری برای فروش محصول‌تان پیدا کنید، در هر صورت چندین مرحله وجود دارد که با طی کردن آنها می‌توانید فرآیند رشد را راحت‌تر سپری کنید. امروزه، اگر بخواهید روند رشد کسب و کاری آسان‌تری داشته باشید باید توانایی تان را در ارتباط با مشتری‌های بالقوه بالا ببرید و بعضی از وظایف را که چندان به توجه شما نیازی ندارد به صورت خودکار انجام دهید. سپس می‌توانید روی کارهای مهمی که باید انجام دهید، تمرکز کنید. این هشت شیوه را انجام دهید تا بتوانید مشتری‌های بالقوه بهتری داشته باشید و یاد بگیرید که چه وظایفی را باید به صورت خودکار انجام دهید:

حضورتان را در دنیای مجازی دو برابر کنید.

بیشتر از نیمی از مصرف‌کنندگان -دقیقاً ۵۹ درصد- از گوگل برای پیدا کردن تجارتی محلی و قابل اعتماد استفاده می‌کنند. حتی اگر یک تجارت تک‌نفره دارید و از وب‌سایتی که پنج سال از عمرش می‌گذرد، استفاده می‌کنید؛ باید گفت که شبکه اجتماعی شما دیگر به اندازه کافی خوب کار نمی‌کند. وب‌سایت‌تان را به‌روزرسانی کنید و مطمئن شوید که می‌توان کارکرد وب‌سایت‌تان را روی تلفن همراه نیز مشاهده کرد. اگر مهارت‌های لازم برای به‌تر کردن وب‌سایت‌تان را ندارید و همچنین بودجه کافی ندارید تا کسی را برای این کار استخدام کنید، می‌توانید با ابزارهایی مانند Wix یا Squarespace این کار را انجام دهید.



با اینکه این ابزارها نمی‌توانند به همان خوبی سایت‌های سفارشی برای شما وب‌سایتی را بسازند، اما ابزارهای طراحی‌شان، به شما این اجازه را می‌دهد تا وب‌سایت جذابی را بسازید؛ وب‌سایتی با اطلاعاتی از شما که مصرف‌کنندگان باید آن را بدانند.

موفقیت‌های آنلاین‌تان را محاسبه کنید.

اگر حقیقتاً می‌خواهید کسب و کارتان را توسعه دهید، باید بدانید که چه چیزی برای وب‌سایت‌تان کارآمد است و چه چیزی کارآمد نیست. خوشبختانه ابزارهای تجزیه و تحلیل بسیاری وجود دارد که می‌تواند به شما بگوید که مصرف‌کنندگان چگونه جذب وب‌سایت‌تان می‌شوند. بهترین ابزارهای تجزیه و تحلیل برای شروع، ابزارهای گوگل است؛ ابزارهایی رایگان، با قابلیت استفاده آسان که می‌تواند کارکردهای قوی‌ای داشته باشد. این ابزارها به شما این امکان را می‌دهد تا ترافیک سایت‌تان را ردیابی کنید و ببینید که کاربران‌تان چگونه رفتار می‌کنند؛ کاربرانی که به دقت هر مشکلی در مسیر تغییرات شما را رصد می‌کنند.

از اقتصاد آزاد سود ببرید.

چنانچه در حال توسعه تجارت خانگی خود هستید، باید بدانید که وظایف بسیاری نیز وجود دارد که باید به آنها رسیدگی شود؛ اما ممکن است به استخدام جدید نیازی نباشد. خوشبختانه در دنیای امروز، اقتصاد آزاد در حال رشد است و استخدام افراد در پروژه دیگر کار آسانی است. اما راه‌های دیگری نیز وجود دارد. حتی اگر بخواهید کار پیچیده‌ای انجام دهید مانند درست کردن یک نرم‌افزار یا تبدیل وب‌سایت قدیمی‌تان به وب‌سایتی که در تلفن همراه هم به اجرا دربیاید.





برای اینکه مشتریان به برند شما اعتماد داشته باشند و همچنین برای کسب شهرت، از ابزارهای پشتیبانی از مشتری مانند Freshdesk استفاده کنید؛ ابزاری که به پیگیری سوالات مشتریان می پردازد. این ابزار به شما کمک می کند تا به سرعت به پرسش های مشتریان پاسخ دهید و در عین حال باعث صرفه جویی در زمان تان می شود.

بیشتر در شبکه های اجتماعی حضور داشته باشید.

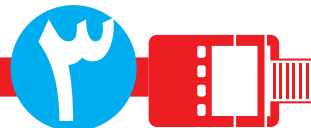
به طور میانگین کاربران اینترنت ۱/۷۲ ساعت از وقت روزانه شان را در شبکه های مجازی سپری می کنند. این شبکه ها می توانند سکویی باشند تا با استفاده از آن بتوانید مشتری های بیشتری داشته باشید. ابزاری مانند Hootsuite به شما این امکان را می دهد تا همه حساب های کاربری شبکه های مجازی تان را در یک صفحه داشته باشید. نه تنها این نرم افزار مدت زمانی را که باید در اینترنت سپری کنید کاهش می دهد بلکه به شما کمک می کند تا بتوانید تصور عمیق تری نسبت به رفتار مخاطبان تان داشته باشید.



فرآیند پرداخت حقوق و مزایا را کارآمد سازید.

اگر کسب و کارتان به نقطه ای رسیده است که می خواهید تیم کارمندان را گسترش دهید، به شما تبریک می گویم. قدم بزرگی پیش روی شماست. اما مدیریت دستمزدها می تواند وقت گیر باشد مخصوصا اگر کارمندی برای رسیدگی به این کار نداشته باشید. ابزارهای مانند Zenefits و Gustro به روند پرداخت حقوق و مزایای کارکنان و همین طور مالیات های شما رسیدگی می کند.

افراد بسیاری وجود دارند که ایده های بزرگی برای تجارت در ذهن دارند اما این ایده ها به کارآفرینان بزرگی برای اجرایی شدن و به موفقیت رسیدن، نیاز دارند. از این راهنمایی ها برای افزایش تعداد مشتری های تان استفاده و انرژی خود را صرف مشکلات بزرگ کنید.



می توانید با کسانی که به طور آزاد کار می کنند، ارتباط برقرار کنید و کارها را از این طریق انجام دهید. وقتی یک بار این کار را انجام دهید، دیگر نیازی نیست به طور مداوم به آنها دستمزد پرداخت کنید.

کمپین بازاریابی خود را به صورت خودکار تنظیم کنید.

ای میل ابزار قدرتمندی برای پیدا کردن مشتری های جدید و راضی نگه داشتن مشتری های سابق تان است. اما ای میل فرستادن به همه لیست مشتری ها، کار زمانبری است. MailChimp برنامه ای است که تمام سیستم ای میل شما را به صورت خودکار درمی آورد، روش های آسانی را برای ابزارهای طراحی شما ارائه می کند و به خوبی تجزیه و تحلیل می کند. استفاده از ابزارهای خودکار برای بازاریابی از طریق ای میل، باعث صرفه جویی در زمان می شود و کمپین تان را موثرتر می سازد.

خدمات رسانی به مشتریان را سرعت ببخشید.

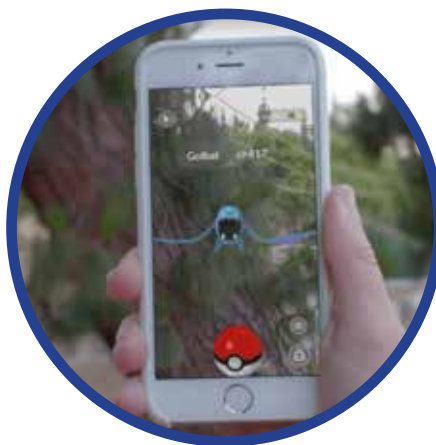
امروزه مصرف کنندگان از ما انتظار محصولی عالی همراه با خدمات عالی را دارند. در حقیقت ۶۶ درصد از مشتریان اگر خدمات پس از فروش را عالی نبینند، به فروشنده دیگری رجوع می کنند.

وقت تان را تنظیم کنید.

هنگامی که به تنهایی یک کسب و کار را اداره می کنید یا حداقل یک یا دو همکار دارید، مدیریت زمان برای موفقیت شما، امری ضروری می شود. ممکن است نقش ها و وظایف بسیاری در کارتان داشته باشید و نتوانید از پس مسئولیت های متعدد بر بیایید. یک نرم افزار برای تنظیم زمان به نام Toggl وجود دارد که کمک می کند تا روزتان را زمان بندی کنید و مطمئن شوید که زمان زیادی را بر روی یک کار سپری نکرده اید. اگر می خواهید همه زمانتان را تنظیم کنید، Harvest گزینه مناسب تری است.



۴ درسی که کارآفرینان اینترنتی باید از پوکمون گویاد بگیرند



توماس اسمیل / مترجم: شادی حسن پور: همه دارند در مورد پوکمون گو صحبت می کنند؛ بازی رایگانی برای موبایل که دنیای واقعیت و مجاز را با یکدیگر تلفیق کرده است. می توانید در این دنیای واقعی جدید با راه رفتن بر اساس نقشه، هیولاهای دوست داشتنی را شکار کنید؛ هیولاهایی که در هر جا، از جمله حیاط خلوت خانه تان نیز حضور دارند!

این بازی که به طور رسمی در تاریخ ششم جولای سال ۲۰۱۶ منتشر شد، خیلی زود توانست در فرهنگ و رسانه جای خود را باز کند و به موضوع مکالمات مردم بدل شود.

اگر می خواهید کسبوکار آنلاین خود را گسترش دهید، می توانید نکات بسیاری از این بازی را که ارزش کنسول نینتندو را تا ۷۰۵ میلیارد دلار افزایش داده، فرابگیرید. در ادامه به چهار نکته‌ای اشاره می کنیم که مالکان کسبوکار آنلاین می توانند از پوکمون گو بیاموزند.

یک استراتژی چندکاناله در پیش بگیرید.

یکی از جذابیت های پوکمون گو این است که تجربه کاربری منحصر به فردی ارائه می دهد: اتفاقاتی که در درون بازی می افتند به محیط دنیای واقعی ارتباط دارند. می توانید هنگام راه رفتن و حرکت کردن در دنیای واقعی هیولاهای بازی را شکار و مراحل بازی را طی کنید. بسیاری از کسبوکارهای شناخته شده مانند وال مارت تلاش می کنند استراتژی چندکاناله ای را در پیش گیرند. آنها از قبل حضور خود را در دنیای واقعی تثبیت کرده اند و حالا هم می خواهند دنیای مجازی را تحت سیطره خود در آورند.

مالکان کسبوکار آنلاین باید درست برعکس فکر کنند: آنها باید بعد از تثبیت حضور قدرتمندانه شان در دنیای مجازی، به فکر ایجاد فروشگاه یا شرکتی در دنیای واقعی باشند. این موضوع برایشان فرصت های بیشتری ایجاد می کند.

به روش هایی فکر کنید که می توانید تجربه خرید آنلاین و حضوری را به شکلی یکپارچه به مشتری ارائه کنید. به عنوان مثال، می توانید در جلسات حضوری بعدی تان از آبیپ استفاده کنید یا آدرس وبسایت تان را در کمپین های تبلیغاتی پستی به صورت کدهای QR ثبت کنید تا مخاطبان با اسکن کردن آن کد به طور مستقیم وارد سایت شما شوند. سعی کنید ارتباطی جذاب بین دنیای واقعیت و دنیای مجازی ایجاد کنید.

تعامل و بازی سازی را وارد کسبوکار تان کنید.

بازی همیشه جذاب است. و اگرچه هم بازی های جذاب داریم و هم حتی بازی های وحشتناک، اما باز هم اگر درگیرشان شوید، بارها و بارها برایشان وقت می گذارید؛ به خصوص برای بازی هایی که مورد پسندتان واقع شده اند.



سازندگان بازی می‌دانند که بازی‌های نقش‌آفرین تا چه حد اعتیادآور هستند زیرا فرد با گذراندن هر مرحله و توانا تر شدن شخصیتش در بازی احساس پیشرفت می‌کند.

پوکمون گو نیز نه تنها از این لحاظ فرقی با بازی‌های دیگر ندارد، بلکه پیشرفته‌تر هم شده و معنای جدیدی به «امتیاز جمع کردن» بخشیده است. علاوه بر این، جنبه اجتماعی بازی و لذت بردن از بازی به همراه دوستان نیز به این اپلیکیشن اضافه شده است. می‌توان هم به شکل تفریحی این بازی را انجام داد و هم به عنوان «گیمری» حرفه‌ای که تا همه امتیازها را از آن خود نکند، دست از بازی نمی‌کشد!

بنابراین چه بخواهید برخی جوانب تعامل و بازی‌سازی را به کسب‌وکارتان اضافه کنید و چه الگوی تجاری‌تان را کاملاً بر این اساس طراحی کنید، استفاده از بازی موقعیت خوبی در اختیاران قرار می‌دهد تا بتوانید کاربران‌تان را درگیر کنید و از آنها بخواهید باز هم به شما سر بزنند.

در بازاریابی‌تان از تصاویر یا شخصیت‌های نمادین استفاده کنید.

بی‌شک یکی از دلایل موفقیت عظیم بازی پوکمون گو این است که برندی شناخته‌شده و قدیمی است. این بازی در ابتدا در سال ۱۹۹۵ تولید شد و بازی‌های مختلفی بر اساس بازی اولیه در کنسول‌های متفاوت ساخته شد. اگر اینها را نیز در نظر بگیریم، کمیک‌ها و انیمه‌های بسیاری از شخصیت‌های این بازی ساخته شده است.

آیا می‌توانید گرافیک‌های استفاده‌شده را با شخصیت‌هایی را برای‌تان طراحی کند که به نوعی نشان‌دهنده کسب‌وکار شما باشد؟ آیا می‌توانید این شخصیت‌ها را در بازاریابی و برندسازی خود به کار بگیرید؟ آیا می‌توانید امتیاز شخصیت‌های مشهور را خریداری کنید تا از آنها برای تبلیغ محصولاتتان استفاده کنید؟ این سوالات را از خود و شرکای‌تان بپرسید زیرا مردم به برندهایی بیشتر علاقه دارند که بشناسندشان یا به نظرشان آشنا بیایند. به روش‌هایی فکر کنید که برای مردم آشنا به نظر برسد و خاطرات خوبشان را جلوی چشمشان بیاورید.

هم حس همکاری ایجاد کنید و هم حس رقابت.

یکی از جذابیت‌های پوکمون گو این است که می‌توانید به همراه دوستان‌تان بازی کنید. بعد از کسب امتیازی خاص، بازی به شما پیشنهاد می‌کند تا به یکی از سه تیم بپیوندید و شما می‌توانید با استفاده از هیولاهایی که گرفته‌اید به دفاع بپردازید. هر دو روی سکه اینجا به کار آمده است؛ هم رقابت و هم همکاری. این چیزی است که پوکمون گو را چنین جذاب کرده است.

مالکان کسب‌وکار باید به خوبی بدانند که هم حس همکاری و هم رقابت، موقعیت‌های بسیار خوبی پدید می‌آورد. همکاری می‌تواند بازارهای جدیدی پیش‌رویتان ایجاد کند و تجربه‌های ارزشمندی را در اختیاران قرار دهد. رقابت باعث می‌شود روی پاهای خود بایستید و سعی کنید با نوآوری بر دیگر رقبای حاضر در حیطه کاریتان پیروز شوید.

درس‌های بی‌شماری می‌توان از بازی پوکمون گو آموخت. این بازی لزوماً اولین بازی به این شکل نیست اما قطعاً معروف‌ترین آن است. نینتندو با استفاده از احساس نوستالژی و شبکه‌های اجتماعی توانسته است این بازی را به شکلی ویروسی به محبوبیت برساند.



دو اتفاق در یک زمان

یادداشتی از محمود معظمی



۱

به خاطر نوع زندگی و حرفه‌ای که انتخاب کرده‌ام، زیاد سفر می‌کنم، به خصوص با هواپیما. در یکی از سفرهایی که قصد داشتم بروم، وارد فرودگاه شدم. در صف ایستادم. یک ساعتی گذشت و هیچ پیشرفتی دیده نمی‌شد. یواش یواش داشت در پرواز هواپیما تاخیر می‌شد و مردم خسته در کمال تعجب می‌دیدند که هیچ تغییری به وجود نمی‌آید و صف جلو نمی‌رود. افرادی که باید بلیت‌ها و بارها را کنترل می‌کردند، گیج بودند و فقط با کامپیوتر بازی می‌کردند. مردم عصبی و خسته شده بودند. نیمه‌های شب بود. تا این که آفایی آمد و گفت از ته صف بیاوید آن طرف. خوشبختانه من با این که ته صف بودم، از آن طرف نفر اول شدم و رفتم آن طرف و کار ما را راه انداختند. بعد متوجه شدم کسانی که پشت کانترها ایستاده بودند، از مدیریت فرودگاه رنجور و ناراحتند و به همین جهت کار نکردن کامپیوترها را بهانه می‌کنند و کار مردم را راه نمی‌اندازند. مدیریت آن بخش، با یک بی‌سیم آمد و با تشر به همه گفت: «به شما نشان می‌دهم. کاربر گتان را می‌بینیم

که چند تا مسافر زده‌اید و...» کلی تهدید کرد. وقتی این صحبت‌ها را شنیدم، متعجب شدم که چطور می‌توان فرودگاهی را با این روش اداره کرد. از آنجا که دلم می‌خواست کمکی کرده باشم، کارم که راه افتاد، ایشان را صدا کردم و گفتم پیشنهادی برای شما دارم. خیلی مودبانه به من گفتند کارتان چیست؟ گفتم من کاری ندارم، پیشنهاد دارم. به نظر من یکی از مشکلات سیستم این است که افرادی که پشت این کامپیوترها نشسته‌اند، تایپ ده‌انگشتی بلد نیستند و با یک انگشت این کار را انجام می‌دهند و این سبب کند شدن روند کارشان شده است. اگر دو هفته برای آموزش آنها وقت بگذارید، یاد خواهند گرفت که چطور ده‌انگشتی تایپ کنند. انتظار داشتم از من تشکر کند. ولی گفت اینها که کارکن نیستند. من پدر اینها را درمی‌آورم. متوجه شدم جای درستی حرفم را زده‌ام. گفتم هر طور صلاح بدانید. شما مدیر هستید و کارتان را بلدید. و آنجا متوجه شدم چرا این فرودگاه به هم ریخته است. چون نمی‌شود کاری به این عظمت را با تهدید و ضرب و شتم اداره کرد.

۲

با تاخیر سوار هواپیما شدیم و در آنجا اتفاق جالبی افتاد. به محض این که نشستیم، خلبان میکروفونش را باز کرد و بابت تاخیر از همه عذرخواهی کرد و وقتی راه افتادیم، به ما گفت من به شما قول می‌دهم شما را حتی پنج دقیقه زودتر به مقصد برسانم. چون بعضی‌ها نگران از دست دادن پروازهای بعدی‌شان بودند. او مردم را به آرامش دعوت کرد و تا مقصد، سه مرتبه عذرخواهی کرد که ما را با تاخیر سوار کرده بود. و من در تعجب بودم. وقتی هنگام فرود خواستیم خارج شویم، دیدیم دم در ایستاده و تبسمی بر لب دارد، همه را بدرقه کرد و به همه خوشامد گفت. من در تعجب بودم. یک مدیر که تمام تاخیرها به عهده سوءمدیریتش است، حتی وقتی از کسی راهنمایی می‌شود، نه تنها تشکر نمی‌کند، بلکه می‌گوید اینها کار نمی‌کنند، اینها حرف گوش نمی‌کنند. و کسی که اصلاً نقشی در تاخیر نداشته، چون خودش و هواپیمایش آماده بوده‌اند، سه دفعه در طول پرواز و یک بار هم موقع پرواز از مسافران بابت تاخیر عذرخواهی می‌کند و به آنها قول می‌دهد مسئله‌شان را حل کند و

سر وقت مسافران را برساند. حتماً برای افزایش سرعت هواپیما و افزایش احتمالی مصرف سوخت از مدیرانش اجازه گرفته تا مردم سر وقت به مقصد برسند. خیلی برای من مایه تعجب بود که چرا یک جا، کسی که مسئول است و باید عذرخواهی کند و از همکارانش درخواست کند کمک کنند که کار مردم را راه بیندازند، پرخاشگری می‌کند، وقتی به او راه حل نشان می‌دهیم، به جای تشکر انکار می‌کند. و در جای دیگر، شخصی دیگر که هیچ مسئولیتی در این تاخیر نداشته، با آن روش سنجیده و مهربانانه برخورد می‌کند. به عقیده شما، این تفاوت از کجا ناشی می‌شود؟ چرا یک خط هوایی موفق است و در اوج کساد می‌شود؟ بعضی هواپیمایی‌ها رشد می‌کند و سود دارد و برخی دیگر زمین می‌خورند؟ من بسیار پرواز کرده‌ام. هواپیمایی‌های بسیار مشهوری را دیده‌ام که زمین خورده‌اند. چون فکر کرده‌اند اگر از غذای مسافر بزنند یا فلان هزینه را خرج نکنند، صرفه‌جویی خواهند کرد. توجه نکرده‌اند که سوءمدیریتشان سبب زمین خوردنشان می‌شود. یکی از آنها هم هواپیمایی کاناداست: Air Canada که با خست‌هایش مشتری را ناراضی می‌کند. البته صرفه‌جویی است ولی آنقدر در جاهای دیگر اتلاف

انرژی و وقت دارد، که این مدیریت اگر متوجه باشد، می‌تواند از آن چالش‌ها فرصتی بسازد. آیا من و شما در زندگی‌مان و در مسئولیتی که داریم، مثل مدیر فرودگاه عمل می‌کنیم یا مثل آن خلبان؟ دنبال مقصر می‌گردیم یا سعی می‌کنیم کاری را که به عهده ماست درست انجام دهیم و به کسانی که به ما اعتماد کرده‌اند کمک کنیم؟ اگر الان یک چنین مسأله‌ای در مورد تربیت فرزندان برای شما رخ دهد، یا همسران (خانم یا آقا) از شما ناراضی باشند، واکنش شما چه خواهد بود؟ می‌گویید مگر خودت که هستی؟ یا می‌گویید متأسفم که چنین شده، من چه کمکی می‌توانم به شما بکنم؟ اگر فرزندان در درسی نمره پایینی گرفته، او را بی‌استعداد و خنگ خطاب خواهید کرد یا خواهید گفت که: «عزیزم، اشکالی ندارد. حالا چه کار می‌توانیم بکنیم که مسأله را با هم حل کنیم، می‌خواهی برایت معلم بگیرم؟ می‌خواهی از دوستان کمک بگیری؟» اگر در سیستمی اداری باشید که کارها درست پیش نرود، همکارانتان را متهم می‌کنید یا انگشت اشاره‌تان به سمت خودتان می‌رود و از خودتان می‌پرسید: «من چه کار کنم که در کارمندانم انگیزه ایجاد شود، چه کار کنم که آنها با علاقه کار کنند، چه کار کنم که راه حل بدهند؟»



۳

تحويل بگیرد. چند دقیقه معطل شدم که شخصی که قرار بود با من ملاقات کند، همراه نگهبان پیدایش شد. وقتی با آنها صحبت و مسائل را گوشزد می کردم، می گفتند بودجه نداریم. می گفتند به نظر شما برای خرید یک جنس چقدر باید معطل شویم. گفتم بستگی به جنسش دارد، بین ۴۸ ساعت تا یک هفته. گفتند بعضا شش ماه طول می کشد تا سفارشی که از بخش فنی داده شده، از انبار بیاید و تایید شود. به آنها عرض کردم شش ماه طول می کشد کاری انجام شود. شش ماه حقوق و بیمه و اجاره و هزینه آب و برق و تلفن و هزینه سربار می دهید و وقتی موقع درمان می شود، می گوید پول نداریم. اگر الان به آنها بگوییم ماشینت را عوض کنی، فلان مشکل حل می شود، بلافاصله اقدام به تعویض ماشین و پرداخت پول آن می کنند. ولی اگر به آنها بگویی باید به این انسان ها کمک کنی و دید مدیریت به آنها باید عوض شود، چه؟

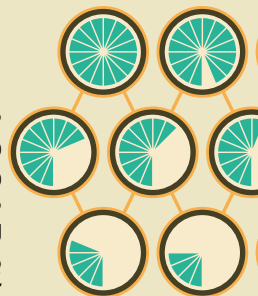
اگر حتی همکاران ما کم کار هستند یا بد کار می کنند، از خودمان سوال کنیم: «من چه کار می کنم که اینها به کارشان علاقه ندارند، چرا در کار تخریب ایجاد می کنند، چرا کار را عقب می اندازند و یک کار یک ماهه را در دو ماه انجام می دهند؟...» مرا به شرکتی دعوت کرده بودند. شرکت بزرگی هم هست. و من به آنها عرض کردم اگر من بیایم آنجا، با این مطالب A و B و C و D و اینها کاری ندارم؛ کار من با انسان هاست. اگر انسان ها کار را دوست داشته باشند همه چیز درست خواهد شد و اگر دوست نداشته باشند، همه چیز خراب خواهد شد. شروع دوست داشتن اینجا هم این است که سازمان و مدیریت کاری کند که من از کار کردن در اینجا خوشحال باشم. شرکتی عریض و طویل با آن همه مهندس و طرح و برنامه و سازمان بود و وقتی من وارد شدم، گیج شده بودم. کسی نبود مرا

۴

خلبان به راحتی می توانست بگوید ما از این فرودگاه ناراضی هستیم و شکایت خواهیم کرد. اما چنین نکرد. با خودش فکر کرد که «اینها مسافر من هستند و باید به مقصدشان برسند. چه کار می توانم بکنم که زودتر آنها را به مقصد برسانم.» اجازه گرفت تا به جای ۸۰۰ کیلومتر در ساعت، مثلاً ۱۰۰۰ کیلومتر در ساعت برود. سوخت بیشتری مصرف کرد ولی مشتری را راضی نگه داشت. و من ۱۰ سال است که با این خط هوایی پرواز می کنم. مسئولیت بپذیریم و بدانیم که موثریم. انتخاب با ماست که فرار کنیم یا مسئولیت بپذیریم. حتماً دومی را برمی گزینید. چه در خانواده و چه در سازمان و چه در شهرتان. برای آگاهی از همایش ها و محصولات آموزشی محمود معظمی، لطفاً عبارت KG را به شماره ۰۶۴۴۶۱۰۰۰ ارسال فرمایید.

به او می گویم باید این روش را در پیش بگیریم، می گوید نه، روش خودم. می گویم آقای عزیز، من دعوت شده ام برای کمک، یا شما؟ من آمده ام کمکتان کنم! می گوید شما مگر نمی گوید حق با مشتری است؟ من هم مشتری شما هستم! می گویم دوست عزیز، شما داری پول می دهی که مشورت بگیرم. اگر من وکیل باشم، باید نظر حقوقی را که می فهمم بگویم. چرا می خواهید حرف خودتان را پیش ببرید؟ در آنجاست که قرارداد مرا و پول مرا قطع می کنند. فقط برای این که اثبات کنند حق با آنهاست. خب شرکتشان همانی است که می بینید! همه چیز باید تغییر کند الا خودشان! میان عاشق و معشوق، هیچ حائل نیست / تو خود حجاب خودی حافظ، از میان برخیز! بپذیریم. مدیر فرودگاه یا خلبان دانا. به دیگران واگذار کنیم یا مسئولیت بپذیریم؟

به آنها شرح دادم اگر شما همکار خانم دارید، باید خانمی را موظف کنید که با اینها در تماس باشد، برای نوع غذایشان، مرخصی های به موقع و مواردی از این دست، فقط به این خاطر که آنها خانم هستند. وقتی این خانم ها بدانند شما در کشان می کنید و به آنها کمک می کنید، برای شما جان خواهند داد. اگر آقای کارمند شماست، درکش کنید. او می خواهد احساس امنیت کند. می خواهد بداند در این سیستم چه کاره است. آنجا که جای ورود به انسان هاست، معمولاً چرخ مال لنگ می زند. این تجربه تلخ را نه یک بار و نه دوبار، که چندین بار در شرکت هایی که به عنوان مشاور با آنها در ارتباط بوده ام، دیده ام. مدیری با من صحبت می کند و وقتی



تاقانون اثر مرکب را ندانید

موفقیت تان در زندگی، غیرممکن است

برایان تریسی: کتاب اثر مرکب، گنجینه ای ست از

آیده ها برای رسیدن به موفقیت هایی بزرگ تر از آن چه تاکنون فکر

می کردید که ممکن است

برای خرید این کتاب عدد ۳۷۹ را به

شماره ۰۶۴۴۶۱۰۰۰ پیامک کنید

چاپ پانزدهم



یادداشتی از دکتر محمد سیدا

چگونه به ایده‌های خلاقانه میلیاردي در کسب و کار برسیم؟



بسیاری از افراد بوده‌اند که سرمایه داشتند، ارثی به آنها رسیده یا حتی دانش آن را هم داشتند، درس خواندند ولی موفق نبوده‌اند؛ در کنار اینها افراد دیگری بوده‌اند که سرمایه کمتری داشتند یا اصلاً بدون سرمایه بودند، از زیر صفر شروع کردند، خلاقیت‌هایی داشتند، ذهن قوی‌ای داشتند و در این زمینه هوش و استعداد داشتند، هوش و استعدادشان در آن رشته و در آن کار رشد کرده است و به موفقیت رسیده‌اند. پس این هوش، یک جورهایی حرف اول را در موفقیت می‌زند. چندین عامل می‌تواند تاثیرگذار باشد که افراد، این هوش را داشته باشند؛ یکی، ژن است، دوم، محیط و مورد مهم‌تر اینکه آن توانمندی و استعداد را بتوانند به فعل در بیاورند و فعالش کنند. ما توانمندی و قدرت زیادی داریم؛ قدرت فکری و ذهنی؛ مغزمان صد میلیارد سلول عصبی دارد و هر سلول مانند یک کامپیوتر است. چقدر از این قدرت و توانمندی استفاده می‌کنیم؟

یک بخش خیلی مهم برای شکوفایی توانایی‌های ذهنی، علاقه است؛ علاقه یک شرط اساسی است که باعث می‌شود اگر روی یک موضوع متمرکز بشویم و به آن علاقه‌مند باشیم، استعدادمان در آن زمینه رشد کند. در فوتبال یک نفر رونالدو و مسی می‌شود، یک نفر در ریاضی پروفیسور هشترومی می‌شود، در تجارت و کسب و کار هم به همین صورت؛ استعدادمان که رشد کرد، می‌توانیم موفق باشیم. مثالی می‌زنم، در بهشهر یک آقایی هست که تخمه می‌فروشد، قطب اقتصادی مازندران شده است؛ به او می‌گویند حاج علی. به حاج علی مشهور است. اوایل کار با استکان، تخمه می‌فروخته، فرمول پخت تخمه را بلد بوده، یک زیرپله اجاره می‌کند، فروشش زیاد بوده و بعد، مغازه بزرگ‌تری را اجاره می‌کند و الان چندین مغازه دارد. زمین می‌خرد. مزارع تخمه آفتابگردان مال خودش است. از شهرهای دیگر صف می‌بندند و الان تبدیل به قطب اقتصادی شده است. یک ثروتمند میلیاردي است؛ آن هم با تخمه فروختن.

ما باید آن زمینه ذهنی و استعداد و توانمندی‌ها را فعال کنیم. اما به چه صورت باید فعال کنیم؟ خب روش‌هایی هست که در این یادداشت برای تان مطرح می‌کنم. مثال دیگری برای تان بزنم؛ رفته بودیم اربیل، سراغ یک رستوران خوب را گرفتیم، گفتند ابوشهاب؛ رفتیم سیتی ابوشهاب، چیزی مثل همین پدیده شاندیز، شهر رویایی بود؛ هتل و مرکز خرید و شهر بازی داشت. من رستورانی به آن بزرگی در تهران هم ندیده بودم. آنقدر بزرگ بود که برنامه‌های وزارتخانه‌ها را آنجا می‌گذاشتند. روی منو عکس ابوشهاب بود که او را با یک گاری در حال فروختن ساندویچ نشان می‌داد. ابوشهاب نوشته بود این شهری که می‌بینید، شهر رویاهای من است؛ روز اول که ساندویچ می‌فروختم، این تصور در ذهنم بود که من یک روز یک شهر و رستوران به این بزرگی می‌سازم.

اگر آن موقع ابوشهاب به دیگران می‌گفت من یک رستوران بزرگ و یک شهر می‌سازم، می‌گفتند او کلاهش داغ شده یا خیلی خسته شده و هذیان می‌گوید؛ ولی ابوشهاب به کارش اعتقاد و ایمان داشت و استعدادش در این زمینه شکوفا شد. موقعی که ما در حالت خاصی قرار می‌گیریم، ایده‌ای به ذهنمان می‌رسد و به آن اعتقاد داریم، تردید نداشته باشیم و بدانیم که این نیروی درونی درست است، با افرادی که می‌توانند کمکی به ما بکنند مشورت کنیم، ضرورتی ندارد که با همه در میان بگذاریم که حتی دلسرد و مسخره و ناامیدمان کنند.



من روز اولی که در مورد حافظه شروع کردم، در دوران دبیرستان بود که کتابی خواندم و به هم کلاسی ها گفتم همه می توانیم با این روش ها شاگرد اول باشیم؛ خیلی ها مسخره ام کردند. من خودم ادامه دادم، الان همان هایی که در دوران دبیرستان مسخره ام می کردند، می آیند وقت می گیرند یا برای برنامه ها من را دعوت می کنند و می گویند: شما آن موقع می گفتید، اما ما جدی نگرفتیم.

پس موقعی که ایده ای به ذهنمان می رسد و به آن ایمان و اعتقاد داریم، پیگیر آن باشیم. اما چگونه این توانایی های ذهنی را در استارتاپ ها یا کسب و کارهای مان جاری کنیم؟ یا به بیان دیگر اگر کسی بخواهد یک کسب و کار کوچک راه اندازی کند، برای رسیدن به یک ایده خلاقانه، چه پیش زمینه های ذهنی ای باید داشته باشد؟

در این زمینه باید بگوییم قبل از هر چیزی باید آرامش داشته باشد؛ این آرامش باعث می شود مغز بهتر کار کند. آرامش باعث می شود ما به حالت خلسه برویم، زمانی که این حالت آرامش را داریم، مغز و حافظه بهتر عمل می کند، می توانیم بر موضوعات تخصصی خودمان متمرکز بشویم و البته قلم و کاغذ کنارمان باشد تا ایده ها را بنویسیم؛ چون بعدا ممکن است یادمان برود. بلافاصله یادداشت کنیم حتی در جاهای مختلف، مثلا در رختخواب هستیم، در حالت ریلکس و آرامش. موضوعی را بگوییم شاید برای شما خنده دار باشد؛ هفته گذشته همراه خانواده سه تا بالش خریدیم، هر بالش ۴۸۰ هزار تومان، تشک اش هم به قیمتی بسیار گران؛ چرا؟ برای اینکه بیشتر از یک سوم از عمرمان، در خواب هستیم و در خواب شارژ می شویم؛ در طول روز خسته می شویم و انرژی از دست می دهیم، شب که می خوابیم این انرژی را دوباره به دست می آوریم.



موقعی که در رختخواب هستیم، در حالت آرامش و راحتی، شب ها یا صبح ها بعد از بیداری، ایده هایی به ذهنمان می رسد، یادداشت کنیم. یا موقعی که در تنهایی، در عالم خودمان هستیم؛ در اتوبوس، مسیر طولانی را می رویم، ایده هایی را که به ذهنمان می رسد یادداشت کنیم. ایده کلاس های حافظه در اتوبوس به ذهن من رسید؛ مسیر طولانی ای را تنها بودم، در عالم خودم بودم، این ایده به ذهنم رسید که می توانم این کارها را در قالب آموزش و کلاس دریاورم، و شروع کردم؛ اوایل ایده ام کامل نبود؛ ولی روز به روز کامل تر و تجربه ام بیشتر شد. زیر دوش که هستیم، احساس خوبی به ما دست می دهد و فکرهای بسیاری به ذهنمان می رسد، وقتی بیرون می آییم یادداشت کنیم. اینها راه هایی است که با استفاده از فرمول های درست سبک زندگی به ایده هایی خلاقانه برای راه اندازی یک کسب و کار می رسیدیم.



یکی از روش های تقویت حافظه، خواب راحت است. حتی خواب نیمروز هم بسیار اهمیت دارد، دانشمندان بررسی کرده اند که اگر چند دقیقه در وسط روز بخوابیم، مغزمان fresh می شود و حافظه مان بهتر عمل می کند؛ دانشمندان سوئیدی از کارمندان تست گرفتند، یک بار هم در حال خوابیدن آزمایش کردند و مشاهده کردند وقتی بعد از ظهر یک خواب کوچک می کنند رانندگانشان بالاتر می رود.

جدیدترین یادداشت جان سی مکسول

پنج راه حل برای انجام کارهای روزانه به بهترین شکل



دشوار؛ دریافتی کم و با فاصله زیاد؛ همگی می‌توانند وسوسه رها کردن کسب‌وکار، تغییر مسیر و اعتراف به شکست را در وجودتان ایجاد کنند. وقتی چنین احساسی داشتید، باید بدانید که کارتان یکنواخت شده است. همه کارآفرینان، پس از این که ساعت‌ها و روزهایی را صرف رتق و فتق امور کاری‌شان می‌کنند، دچار این یکنواختی می‌شوند. یکنواختی سخت و نفرت‌انگیز است. حتی می‌تواند مهارت، قوه تخیل و اراده‌تان را تحت تاثیر قرار دهد. یکنواختی، بسیاری از کارآفرینان را از مسیر شغلی‌شان دور کرده است؛ چون آنها آمادگی لازم برای این موضوع را نداشتند. کارآفرینانی که به تنهایی کار می‌کنند، بیشتر در معرض این موضوع قرار دارند. هیچ کس در اطراف‌شان نیست که بخشی از این بار سخت و دشوار را به دوش بکشد یا در هنگام ناامیدی، نور امیدی دوباره به دل آن کارآفرین بتاباند.

مترجم: شادی حسن‌پور
کارهای یکنواخت و روزمره کارهای دشواری هستند. کارهایی خسته‌کننده. یکنواختی دشمن مهارت، قوه تخیل و اراده است. اکنون زمان خوبی است برای کارآفرینی.

مردم، که به تکنولوژی و ارتباطات ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجهز شده‌اند، در همه جای دنیا یا به راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید مشغولند یا دارند از شغل‌های قبلی‌شان استعفا می‌دهند. احساس آنها را در هنگام پیدا کردن اولین مشتریان‌شان، اولین فروش‌شان و اولین مشتری ارجاعی‌شان درک می‌کنم. من هم این احساس را داشته‌ام. هرچقدر هم که نسبت به کسب‌وکارتان اشتیاق داشته باشید، باز هم پس از مدتی این اشتیاق از بین می‌رود. ساعات کار طولانی؛ کار سخت و



موفقیت یک کارآفرین به نحوه عملکرد او در زمانی بستگی دارد که کسب‌وکارش کمی اوج گرفته و کارهای بیشتری نسبت به زمان شروع بر عهده او قرار گرفته است. با پنج موردی که در ادامه مقاله عنوان می‌شود، می‌توانید با یکنواختی شغل‌تان مبارزه کنید و کارهای روزانه را به بهترین نحو انجام دهید:



حواستان به حرف‌های‌تان باشد:

وقتی به یکنواختی دچار می‌شوید، افکار و حرف‌های نادرستی به ذهن‌تان خطور می‌کند که بیشتر آنها منفی‌گرایانه و بدبینانه است. ممکن است جملاتی مانند «نباید این کار را انجام می‌دادم» یا «هیچ راهی برای انجام دادن این کار ندارم» به زبان بیاورید. به هر حال یکنواختی هر نوع خوش‌بینی را از ذهن‌تان دور می‌کند. وقتی خود را مجبور کنید که حرف‌های مثبتی به زبان آورید؛ حتی وقتی می‌خواهید در مورد بدترین اشتباهات‌تان صحبت کنید؛ از آن ناامیدی که می‌تواند شما و کسب‌وکار‌تان را به زمین بزند، دوری می‌کنید. وقتی جمله «دفعه قبل نباید...» را به «دفعه بعد باید...» تبدیل می‌کنید، مسیر پیش روی‌تان هموارتر به نظر می‌رسد. انتخاب با دقت افکار و حرف‌های‌تان می‌تواند به شما کمک کند تا انرژی مثبت لازم برای گذراندن موفقیت‌آمیز روزهای‌تان را در اختیار شما بگذارد.

۳

زمان خود را کنترل کنید

آن متعهد باشید. هیچ کار دیگری در آن زمان انجام ندهید. همچنین نباید در ساعات تفریحی‌تان نیز مسائل کاری‌تان را سرسامان دهید. ساعات تفریحی را به عنوان زمانی برای استراحت، کسب انرژی مجدد و خالی کردن ذهن‌تان از هر مسأله‌ای در نظر بگیرید. روش دوم این است که هر شب قبل از خواب، لیستی از برنامه‌ها و کارهایی ترتیب بدهید که باید انجام شوند. در کتاب «افراد موفق چگونه فکر می‌کنند؟» فصل کاملی را به چنین تفکر پیشگامی اختصاص داده‌ام؛ اما خلاصه این فصل این است: وقتی قبل از خواب برنامه‌های روز بعد را می‌چینید، پس از بیداری بهتر می‌توانید کارهای موردنظر را انجام دهید.

نرخ رشد شخصی خود را تنظیم کنید

بسیار در مورد اهمیت رشد شخصی نوشته‌ام، پس سخنم را کوتاه می‌کنم. باید محدودیت‌هایی برای کسب‌وکار خود تنظیم کنید. خیلی پیش‌تر از زمانی که بازار یا مردم بخواهند در مورد کسب‌وکار شما تصمیم‌گیری کنند، شما خودتان باید میزان موفقیت خود را تنظیم کنید.

یکی از بی‌رحمانه‌ترین ویژگی‌ها، یکنواختی تقویم است! قرارهای ملاقات، موعدهای مقرر، کارهایی ناتمامی که باید انجام شوند... اگر نمی‌توانید برنامه‌های خود را کنترل کنید، آنها شما را کنترل می‌کنند. دو روش موردعلاقه‌ام در رسیدگی به برنامه‌های روزانه را در اختیارتان می‌گذارم که اگر از آنها استفاده کنید، به سرعت نتایج خوبی به دست می‌آورید. اول آن که محدوده زمانی مشخصی را برای ساعات کاری‌تان مشخص کنید. صدای اعتراض‌تان را می‌شنوم! نمی‌توانید حتی یک ساعت را برای کار کردن از دست بدهید؟ می‌دانم وقتی که دست تنها هستید، همین یک ساعت‌ها هم ارزش زیادی برای‌تان دارد. اما اجازه دهید توضیح دهم! اگر تمام مدت زمان بیداری‌تان را به کار اختصاص دهید، حداقل سه یا چهار ساعت آن را برای گشت و گذار در اینترنت یا انجام کارهای شخصی از دست می‌دهید. ساعات روزانه مشخصی را به کار اختصاص دهید و به

۴

اگر می‌خواهید کسب‌وکارتان پیشرفت کند، باید خودتان نیز به صورت شخصی پیشرفت کنید. کتاب‌هایی در حوزه کاری خود مطالعه کنید. در همایش‌ها، کنفرانس‌ها و کارگاه‌های یک روزه شرکت کنید. در کلاس‌های مرتبط ثبت‌نام کنید. هر کاری که برای به‌روزر بودن نیاز است انجام دهید تا همیشه در حال رشد باشید. کسب‌وکارتان نیز همراه شما رشد خواهد کرد.

ارتباطات خود را حفظ کنید

ممکن است کارآفرینان در تله دیگری به نام «تنهایی» گیر بیفتند. وقتی که شما مسئولیت همه چیز، از فروش گرفته تا جارو کردن زمین را خود به عهده می‌گیرید، ممکن است به تنهایی دچار شوید. اگر می‌خواهید زندگی شخصی و کاری‌تان به یکنواختی دچار نشود، باید راه‌هایی برای ارتباط با دیگران پیدا کنید. این یعنی باید در مکان‌هایی حضور پیدا کنید که شانس دیدار با دیگران را داشته باشید. کنفرانس، مکان ایده‌آلی برای این هدف است. سعی کنید به انجمن‌های آنلاین یا محلی بپیوندید. اتاق‌های بازرگانی نیز مکان مناسبی برای دیدار با دیگران است. سازمان‌های مرتبط به کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند موقعیت‌های آموزشی و شبکه‌سازی زیادی را برای کارآفرینان نوپا فراهم کنند. طوری برنامه‌ریزی کنید که حداقل ماهی یک بار در چنین شرایطی قرار بگیرید تا هم با افرادی فوق‌العاده آشنا شوید و هم روابط دوستانه و کاری و حتی شراکتی برای آینده خود ترتیب ببینید.

۵

جشن بگیرید؛ شما موفق شدید!

مردم اغلب چنان درگیر به دست آوردن اهداف‌شان هستند که وقتی به آنها می‌رسند، حتی فرصت جشن گرفتن هم ندارد. آنها به زندگی کاری یکنواخت خود ادامه می‌دهند. پس باید چه کار کنید؟ جشن بگیرید. خوشحال باشید. اگر کاری را در موعد مقرر انجام دادید، پنج دقیقه در مورد آن فکر کنید تا حس پیروزی و کامل شدن به سراغ‌تان بیاید. اگر به موفقیت بزرگ‌تری رسیدید، دوستان و خانواده خود را به صرف شام دعوت کنید و جشن بگیرید. حتی می‌توانید برای انجام دادن برخی کارهای روزانه حوصله سر بر نیز جوایز کوچکی برای خود ترتیب دهید؛ جوایزی به کوچکی یک فنجان اسپرسو! هر چیزی که بعد از زرق و برق‌های اولیه به آن دست پیدا کنید، موفقیت‌تان را نشان می‌دهد. یا یک کسب‌وکار می‌تواند از یکنواختی نجات پیدا کند و پیروز می‌شود و یا اسیر آن شده و هر چه به دست آورده را می‌بازد. راه‌اندازی یک شرکت، موفقیت بزرگی است. اما اگر بتوانید خوب صحبت کنید، خوب رفتار کنید، خوب رشد کنید و به خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنید و همچنین جشن گرفتن پیروزی‌های‌تان را فراموش نکنید، می‌توانید استارت‌آپ خود را به شرکتی موفق بدل کنید.

یک کتاب واقعا تحول‌بخش برای موفقیت در بازاریابی و فروش

راهکارهای عملی برای موفقیت قطعی در بازاریابی شبکه‌ای فقط در کتاب بسیار پر فروش «ستاره بازاریابی شبکه‌ای شوید»

جان میلتنون فاگ: سارا رایبیز (نویسنده این کتاب) یکی از موفق‌ترین بازاریابان دنیاست که همیشه تحسینش کرده‌ام. بهتر از او کسی را برای یادگیری پیدا نمی‌کنید.

برای تهیه این کتاب، عدد ۲۱۰ را به شماره ۱۰۰۰۴۶۴۴۶ پیامک کنید.



بزرگترین همایش بازاریابی شبکه ای در ایران رکورد حضور افراد در همایش توسط شرکت بیز شکسته شد

۲۴ تیرماه ۱۳۹۵ در تاریخ صنعت بازاریابی شبکه ای کشور ثبت شد. روزی که بیش از ۵۰۰۰ جوان ایرانی از سراسر کشور در اصفهان دور هم جمع شدند تا با هم اندیشی و حمایت شرکت بیز چرخ های اقتصادی این مرز و بوم را هرچه سریعتر و قوی تر بچرخانند.

۱



۲- این مراسم که باحضور مردم از ساعت ۱۶ آغاز شد با قرائت قرآن مجید و سرود مقدس جمهوری اسلامی ایران شکل رسمی به خود گرفت تا ساعت ۲۱ ادامه پیدا کرد. همچنین پیام جناب آقای دکتر عطاران، رییس هیئت مدیره شرکت بیز برای حضار محترم قرائت شد.

۲





۳- سخنران ویژه این مراسم جناب آقای امیر مهدی سادات اعلایی، مربی تغییر و تحول فردی بود. سخنرانی آقای سادات اعلایی، فضای ویژه ای را بر سالن حکمفرما کرد که در نوع خود بی سابقه بود.

۳



در پایان این مراسم تمامی حضار، باهم، هم قسم شدند که برای رسیدن به اهدافشان و چرخاندن چرخ اقتصاد کشور، از هیچ تلاشی دریغ نکنند و با انرژی و انگیزه مضاعف برای رسیدن به آرزوهای مقدسشان زحمت بکشند.

۴





یادداشتی از رندی گیج

آنچه باعث پیشرفت نکردن شما می‌شود، چیست؟

۱

مترجم: سعیده فراهانی
اگر از بیشتر مردم پرسید که چه عواملی باعث عدم پیشرفت آنها می‌شود، می‌توانند فهرست بلندبالایی را نام ببرند. متأسفانه، این فهرست در اکثر مواقع اشتباه است. به این علت که معمولاً عوامل بیرونی زیادی را شامل می‌شود که این امر باعث می‌شود که افراد مشکلات واقعی‌شان را تشخیص ندهند و از پذیرفتن نقش‌شان به عنوان خالق زندگی خود، امتناع کنند. شریک زندگی، همسر قبلی یا رئیس نادانان و یا حتی دولت و اقتصاد کشور نیز نمی‌تواند علت عدم دستیابی شما به اهدافتان باشد.

۳

در اغلب کارهایی که مردم در زندگی‌شان انجام می‌دهند، باید مسئولیت بر عهده خود آنها باشد. هنگامی که درباره این موضوع مقاله‌ای نوشتم، تعدادی از افراد این حقیقت را با من در میان گذاشتند که موانعی که باعث عدم پیشرفتشان می‌شود، تنبلی و تاخیر خود ماست. این یک واقعیت است که عادات بد می‌تواند مانع دستیابی به اهداف شود. مهم است که عادات‌های روزانه‌ای داشته باشید که بتوانند به شما قدرت دهند و حرکات‌های رو به جلو را برایتان آسان سازند. اما تشخیص دادن عادات‌های بدی که دارید، تنها نیمی از راهی است که باید طی کنید به این علت که آنها تنها نشانه هستند، نه علت. راه پایان دادن به عادات بد، راهی ساده است: آنها را تشخیص دهید و عادات‌های خوب را جایگزین‌شان کنید؛ بعد از آن تلاش کنید که عادات خوبتان را گسترش دهید. توسعه عادات خوب باعث موفق شدن افراد می‌شود؛ کاری که باعث تشویق شما به ادامه دادن مسیر می‌شود. اما نباید فقط در این مرحله باقی بمانید. باید تفکر انتقادی داشته باشید و از خودتان پرسید که چرا و چگونه به عادات‌های بدتان اجازه پیشروی دادید. در اینجا، چهار علت احتمالی‌ای را که باعث عدم پیشرفتتان می‌شود معرفی می‌کنیم. عادات‌های بد شما حاصل یکی از این چند علت است.

۲

هنگامی که این اثرات بیرونی را به عنوان عوامل عدم رسیدن موفقیت در نظر بگیرید، باید گفت که شما در حال بازی کردن نقش یک قربانی هستید که علاقه‌ای ندارد مسئولیت زندگی‌اش را بر عهده بگیرد. امروزه این اتفاق بسیار رایج است؛ از آنجا که الگوهای رفتاری بی‌شماری در فرهنگ عامه وجود دارد که از این فکر حمایت می‌کند که هیچ چیزی تقصیر شما نیست. همه چیز می‌تواند به خاطر تربیت، جامعه یا سیستم باشد و هیچ مسئولیتی متوجه شما نیست. اما آیا این تفکر درست است؟ در دنیای حقیقی، هر کسی بعد از هر شکستی که متحمل می‌شود، جایزه دریافت نمی‌کند. بهتر است به جای شکست خوردن و سرزنش کردن دیگران، مسئولیت کارمان را بر عهده بگیریم، در این صورت، ممکن است در ابتدا بعضی از پیروزی‌ها را از دست بدهیم ولی برنده نهایی زندگی‌مان می‌شویم به این علت که موانعی را باعث شکستمان می‌شدند دیگر پشت سر گذاشته‌ایم.

راز حقیقی موفقیت

راه درست برای رسیدن به موفقیت این است که از شیوه‌های خود فراتر بروید: باورهای‌تان را مورد بررسی قرار دهید و همین‌طور رفتارها و کارهایی را که انجام می‌دهید - کدام یک از آنها باعث عدم موفقیت شما می‌شوند.

شما در حال نابود کردن خودتان هستید چرا که فکر می کنید لایق آن هستید

۴

این شایع ترین علت است. آگاهانه به دنبال موفقیت می روید ولی نا آگاهانه خودتان را تخریب می کنید. وقتی این کار را انجام می دهید که خودتان را درگیر باورهای محدود کننده، کرده باشید. این باورها می توانند کوچک و موقعیتی باشند مانند اینکه برای رسیدن به بعضی از موقعیت های خاص، بسیار جوان هستید. یا می توانید بزرگ تر و ساختاری باشند مانند بعضی از باورهای اعتقادی مبنی بر اینکه لایق شادی نیستید یا پاداش شما در دنیای دیگری داده می شود. هر کدام از این باورها می تواند باعث شود که موفقیت و شادی تان را بین ببرید. این علت ما را به علت بعدی می رساند...

ترس از شکست

این ترس، قابل درک است. دائم فکر می کنیم که شکست چیز بدی است و به هر قیمتی باید جلوی آن را گرفت. یک جور رسانه ای درست کرده ایم که در آن شکست امری مسخره و باعث شرمساری معرفی شده است. بیشتر مردم این ترس را دارند بنابراین اصل اساسی هر استراتژی ای که افراد آن را دنبال می کنند با این فرض همراه است که چگونه مانع شکست شویم. اما این فرض اولیه، اشتباه است.

شکست در تضاد با موفقیت نیست. در بسیاری از موارد، شکست عملاً یک قدم (یا شاید دو یا ده قدم) به سمت موفقیت است. وقتی این حقیقت را درک کنید، می توانید به خودتان اجازه بدهید که به هر موفقیت غیرممکنی دست یابید. مگر اینکه ترس دیگری داشته باشید...

ترس از موفقیت

ترس از موفقیت، علت دیگری است که اغلب مردم از آن آگاه نیستند. در حقیقت هر کسی که ترس از موفقیت دارد، نمی داند که اصلاً چنین ترسی وجود دارد. افراد اغلب ترس های خودشان را در قالب ترس از شکست تعریف می کنند اما ترس اصلی ای که می تواند یکی از عوامل شکست هم باشد، ترس از موفقیت است.

۵

این ترس از این میل ما ناشی می شود که می خواهیم دوست داشته شویم و همه جا ما را بخواهند. این میل زمانی بسیار زیاد می شود که در میان افرادی باشیم که به ما اجازه دهند در جایی که هستیم باقی بمانیم - این ترس وقتی که به سطح بالایی از موفقیت برسیم، می تواند تهدیدی جدی باشد. حداقل چند میلیارد نفر در این سیاره هستند که این فکر اشتباه را دارند که پول چیز بدی است، افراد پولدار بدجنس هستند و فقیر بودن امری معنوی است. اگر کسانی که دوست شان دارید این فکر را داشته باشند، احتمالاً باید برخی از این ملاحظات و ترس ها را برای موفق شدن داشته باشید. اما ترس حقیقی شما این است که دیگر دوست تان نداشته باشند. زمانی که این حقیقت را دریابید که کسانی که شما را واقعاً دوست دارند بهترین چیزها را برای شما می خواهند، این ترس را از بین می برید و خودتان را رها می کنید تا به آنچه که می خواهید برسید. مگر اینکه از یک موضوع دیگری رنج ببرید...

۷

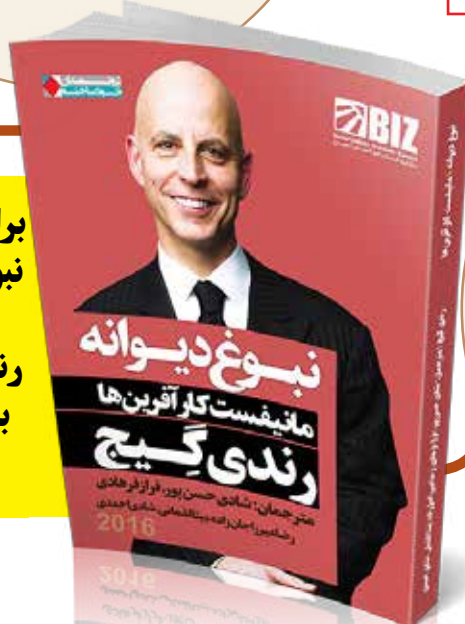
بر خلاف تصویری که در ۱۵ دقیقه قبل داشتید، رسیدن به موفقیت، امری ممکن و شدنی است. چرا که اکنون می توانید دست از قربانی بودن و مقصر جلوه دادن عوامل بیرونی بردارید. می توانید باورهایتان را بررسی کنید و ببینید که عادت های تان از کجا سرچشمه می گیرد و تشخیص بدهید که چه مهارت یا دانشی را باید به دست بیاورید. اکنون برای از بین بردن عواملی که باعث شکست تان می شود و همین طور برای رسیدن به اهداف تان، باید تنها به یک سوال مرتبط پاسخ دهید: چطور می توانم فرد بهتری باشم؟

۶

دانش و مهارت های لازم را به دست نیآورده اید.

از این موضوع نباید شرم منده باشید. تنها چیزی که می تواند باعث شرمندگی شما شود این است که در این موقعیت باقی بمانید. حداقل ده میلیون مهارت وجود دارد که به سادگی می توانید با جست و جو کردن در یوتیوب به دستشان بیاورید. میلیون ها مهارت دیگر نیز وجود دارد که می توانید آنها را از طریق کلیپ های ویدئویی، آموزش ها و مقالات در وبسایت ها، کتاب ها و منابع دیگر به دست بیاورید. تقریباً امروزه تمامی دانش بشر را می توان با جست و جو کردن در اینترنت به دست آورد.

برای خرید پیامکی کتاب
نبوغ جادویی؛ مانیفست
کارآفرین ها؛ اثر
رندی گیج، عدد ۶۰۰۰ را
به شماره ۱۰۰۰۴۶۴۴۶
پیامک کنید



چرا همکاران تان روی اعصاب شماراه می روند؟

پاول وایت؛

روانشناس، سخنران و مربی



مترجم: سعیده فراهانی /
با این کسه همه ما روزهای
خوب و بدی داریم، به نظر
می رسد برخی از مردم به
سختی می توانند با دیگران
کنار بیایند.

گاهی این تفاوت از نقطه
نظر شخصیتی است. این افراد طرز فکری
نسبتاً منفی داشته و حتی می توان گفت
که انسان های بد خلقی هستند. آنها لبخند
نمی زنند و حال و هوای بدی دارند. باید بدانیم
در اطراف ما افرادی وجود دارند که بسیار
زودرنج هستند و به راحتی دلشان می شکنند.
این حالت دمدمی مزاج بودنشان، دیگران را
گیج کرده و باعث دلخوری می شود.

به عنوان یک روانشناس می خواهم توضیح
دهم که چگونه بسیاری از افراد، رفتار و
عکس العمل های دیگران را به کارهای خودشان
نسبت می دهند. به طور کلی ما تمایل داریم تا
کارهای خودمان را به عنوان علت رخدادها یا
عکس العمل دیگران معرفی کنیم. اما معمولاً
علت مشکلات، رفتار ما نیست.

امروزه تحقیقات نسبتاً خوبی در این زمینه
انجام شده است. تحقیقاتی که نشان می دهد
افراد تمایل دارند تا تاثیرشان روی جهان
اطرافشان و حتی زندگی شخصی شان را
بیش از حد نشان دهند. ضمناً، این طرز تفکر
می تواند اساس شکل گیری یک سری خرافات
باشد- خرافاتی که عادت های مختلفی را
در شما تقویت می کند؛ مثلاً همان لباس یا
همان شلوار را بپوشید یا در جای مشخص و
تکراری ای بنشینید تا تیم محبوب تان برنده
شود.

با این که معمولاً اعتقاد داریم که افراد
باید مراقب رفتارشان باشند و مسئولیت
کارهایشان را بپذیرند، اما در این مورد معتقدم
بهترین کار این است که خودمان و کارهایمان
را علت رفتار دیگران نبینیم.



در عوض به دنبال دلایل
پنهانی باشیم؛ دلایلی که
نهایتاً رفتار آزاردهنده و
زودرنجی همکاران مان را
مشخص می کنند.

در اینجا به برخی از دلایل
بد خلقی و آزاردهنده بودن
همکاران تان اشاره می کنم.

۱- ممکن است حالشان خوب نباشد

افراد معمولاً وقتی از نظر جسمانی حال
خوبی ندارند، بدخلق تر می شوند. این امر
می تواند به علت کمبود خواب یا مشکلات
فیزیکی باشد. همچنین ممکن است
بیماری هایی نظیر میگرن، کمر درد و سایر
بیماری های جسمانی باعث این موضوع
شوند. بسیاری از کارمندان درباره حال
جسمانی شان صحبت نمی کنند؛ بنابراین
بسیاری از اطرافیان نمی دانند که آنها واقعا
حالشان خوب نیست.

**۲- شاید مشکلی در زندگی شخصی شان
داشته باشند.**

مسائل استرس زای زندگی شخصی بسیار
طاقت فرسا هستند. بسیاری از افراد
مسائل شخصی شان را با دیگران مطرح
نمی کنند. بنابراین بهتر است بدانید که
مسائل زیادی در پشت صحنه زندگی
همکاران تان وجود دارد که ممکن است
اذیت شان کند؛ مسائلی که شما چیزی از
آنها نمی دانید و از جمله آنها می توان به
مشکلات ارتباطی، کشمکش با فرزندان،
فشارهای مالی یا مشکلات خانوادگی
اشاره کرد. ممکن است بسیاری از ما در
زندگی شخصی مان، تحت فشار باشیم.



در این حالت اکثر افراد
در محل کارشان در پاسخ
به تقاضایی که معقول و
منطقی است، عصبانی
می شوند و دیگران را آزار
می دهند.

**۳- ممکن است دچار ترس یا اضطراب شده
باشند.**

کج خلقی، شکل خفیفی از عصبانیت یا
افسردگی است. حالتی که می تواند پوششی
برای افکار و احساسات پنهانی ما باشد. در
آمریکا، بسیاری از افراد یاد گرفته اند که
بروز احساسات منفی، چه مستقیم چه
غیرمستقیم، کار درستی نیست. از این رو
تلاش می کنند احساسات شان را در درون
خود نگه دارند. دو نمونه از این احساسات
منفی رایج در میان بسیاری از افراد ترس
و اضطراب است. فرهنگ ما به بسیاری
از ما این باور را القا کرده که ترسیدن یا
مضطرب بودن خوب نیست. بنابراین تلاش
می کنیم تا این احساسات را سرکوب کنیم.
اما ترس و اضطراب ما از طریق کج خلقی
ها و ترش رویی هایمان با دیگران، خود را
نشان می دهد.



۴- شاید ناامیدی گریبان‌شان را گرفته است.

گاهی ممکن است افراد در مورد مسائل زندگی و کاری، یا برخی از مسائل خاص در محیط کار، دچار ناامیدی شده و به افرادی آزاردهنده

و ترش‌رو تبدیل می‌شوند.

در بسیاری از موقعیت‌ها، وقتی شخصی ناامید است، شاید بهتر باشد آن را فقط کمی عصبانیت تلقی کنیم. معنای دیگر لغت ناامید این است که شخص به بن بست رسیده و به هدفی که برای رسیدن به آن تلاش کرده، دست نمی‌یابد. ناامیدی می‌تواند باعث عکس‌العمل‌های منفی ما در هر موقعیتی شود؛ صرف نظر از این که شاید موقعیت کنونی مان باعث ناامیدی شده است. در این حالت بدون توجه به موقعیتی که در آن هستیم، سریعاً واکنش نشان می‌دهیم.

۵- شاید احساس با ارزش بودن نمی‌کنند.

هنگامی که کارمندان احساس می‌کنند که برای سرپرست و مدیرشان یا برای همکاران‌شان ارزشی ندارند، واکنش رایجی را نشان داده و تبدیل به فردی تحریک پذیر، بدخلق و حساس می‌شوند. نوعی از ناامیدی زمانی در محل کار اتفاق می‌افتد که باور داریم همکاران مان باید برای کاری که انجام داده‌ایم، ارزش قائل باشند اما این اتفاق نمی‌افتد و ناراحتی بسیاری را برایمان ایجاد می‌کند.



به عنوان مثال در پروژه‌ای که من و همکارانم انجام داده‌ایم، به افراد کمک کردیم تا زبان تحسین و قدردانی دلخواه‌شان را مشخص کنند؛ درواقع از آنها می‌خواهیم که بگویند

چه شیوه‌ای از قدردانی را ترجیح می‌دهند. به عنوان مثال افرادی که تشکر زبانی را می‌پسندند، به هر انتقادی نیز حساس هستند. و همچنین کسانی که برای زمان‌شان ارزش قائل هستند، از این که به راحتی از تیم کنار گذاشته شوند، دلگیر می‌شوند.

چگونه باید واکنش نشان دهید؟

با اینکه بهتر است دلایل احتمالی کج خلقی همکاران‌تان را بدانید، اما نهایتاً یک سوال باقی می‌ماند: «چه کاری باید انجام داد؟» واکنش مناسب می‌تواند این باشد: «اخیراً متوجه شده‌ام که خیلی زود ناراحت می‌شوی. حالت خوب است؟ آیا اتفاقی افتاده؟» در مقابل، واکنش نامناسب این است که همکاران‌تان را متهم کنید و با صدایی بلند فریاد بزنید: «جدیداً فوق‌العاده بدخلق شده‌ای. موضوع چیست؟»



در عوض شما می‌توانید جملات‌تان را در قالب جملاتی مانند «به نظر می‌رسد...» یا «متوجه شده‌ام که...» ببرید. این کار کمک می‌کند تا بیان شما کمی نرم‌تر شود. بعد

از آن، می‌توانید سوال‌تان را بپرسید؛ سوالی که نگرانی شما را نشان دهد. به طور مثال: «حالت خوبه؟» باید این را بدانید که بلافاصله عکس‌العمل مثبتی را ممکن است مشاهده نکنید. تلاش کنید تا با حالتی جنگجویانه یا دفاعی رفتار نکنید. درحقیقت، وقتی به شکل مناسبی از همکاران‌تان سوال بپرسید، بعد از مدتی همکاران‌تان نزد شما برمی‌گردد و توضیح می‌دهد که چه احساس خوبی نسبت به نگرانی شما درمورد خودش داشته است.

یادداشتی از برایان تریسی

پنج روش ساده که به شما کمک می‌کند بر استرس غلبه کنید



۱

مترجم: افسانه محمودی یزدانی
استرس بخشی طبیعی و عادی در زندگی انسان است- نمی‌توانید از آن اجتناب کنید، بنابراین چگونه آن را مدیریت می‌کنید؟ ما هر روز با استرس روبه‌رو می‌شویم: هنگام رانندگی در ترافیک، عقب‌ماندن از برنامه و مدیریت پروژه‌های بزرگ. باید یاد بگیریم که چگونه بر استرس غلبه کنیم تا زندگی پرثمر و شادتری داشته باشیم.

۲

این شماره راه‌هایی را معرفی می‌کنم که از طریق آنها بر استرس در زندگی خود غلبه می‌کنم و می‌دانم که برای شما هم کارایی خواهند داشت. در اینجا پنج راه برای غلبه بر استرس وجود دارند:
برای روزتان برنامه‌ریزی کنید. از پیش در مورد بخش‌های مختلف روز و فعالیت‌های خود را برنامه‌ریزی کنید.

۳

به خصوص اگر روزهای سختی را در زندگی‌تان می‌گذرانید. داشتن برنامه برای روزتان به شما احساس کنترل داشتن بیشتر بر زندگی‌تان را می‌دهد. مجبور نخواهید بود فکر کنید که تصمیم بعدی‌تان چه باشد یا بعد از این چه کاری انجام دهید. تخصص یافتن در مدیریت زمان سطح استرس را به شدت کاهش می‌دهد.

۴

خرد کردن هر کار و فعالیت در روز یا هفته باعث می‌شود که آن تصویر بزرگ کمتر ترسناک باشد.
روی مهم‌ترین کار خود تمرکز کنید. وقتی استرس زیادی را تجربه می‌کنید، تنها روی مهم‌ترین کار خود تمرکز کنید که می‌تواند باعث ارتقای زندگی‌تان شود. می‌توانید از ابزارهایی که پیش از این در مورد آنها صحبت کردیم.

۵

همچون قانون ۲۰-۸۰ استفاده کنید تا انتخاب و تعیین هدف‌تان را آسان‌تر کند. تعیین اولویت‌های روشن برای کار هر روزتان، پیش از آغاز کار، مقدار زیادی از استرستان را کاهش خواهد داد. سپس، خود را مجبور کنید تا با مهم‌ترین کار خود آغاز کنید و تا زمانی که به اتمام برسد، آن را ادامه دهید.
بیشتر استراحت کنید. شگفت‌آور است که چگونه بسیاری افراد از یک کار برابر دچار استرس بیشتری می‌شوند و این تنها به این دلیل است که آنها خسته هستند.

۶

خستگی باعث می‌شود تا استرس بیشتری را در مدت طولانی‌تری تجربه کنید. بدنی که بیشتر تحت مراقبت است، در طولانی‌مدت خدمات بهتری به شما می‌رساند و به طور طبیعی استرستان را کاهش خواهد داد. اگر روز خود را به خوبی برنامه‌ریزی می‌کنید، در این صورت برنامه‌ریزی برای خواب بیشتر نباید مشکلی داشته باشد.
در مورد موقعیت خود حرف بزنید. کسی را بیابید که دوستش دارید، به او اعتماد دارید و احترام می‌گذارید؛ و با او در مورد وضعیتی که تجربه می‌کنید صحبت کنید؛ از آنها توصیه بخواهید. گاهی با صدای بلند صحبت کردن در مورد یک مساله باعث کاهش نگرانی و استرس می‌شود.
در جست‌وجوی درس باشید. یکی از مواردی که برای کاهش استرس در زندگی‌تان می‌توانید انجام دهید این است که از خود بپرسید:

«از این تجربه چه درسی می‌توانم بگیرم؟ این تجربه چه چیزی را می‌خواهد به من بیاموزد؟»
از خود بپرسید که آیا در آینده باید کاری را بیشتر انجام دهید، یا کمتر، تا از این نوع استرس پرهیز کنید.
اگر به درون تجربه‌ای بنگرید و به دنبال درسی در میان تجربیات سخت‌تان باشید، همیشه درسی را خواهید یافت.
اینها پیشنهاد من برای کاهش استرس در زندگی‌تان هستند، امیدوارم همان‌گونه که به من کمک کردند شما را نیز یاری کنند.
پیش از اینکه بحث را ببندیم، می‌خواهم با جمله‌ای با شما خداحافظی کنم که به دوستانتان بگویند: «در هر مانع، دانه‌ای از مزایای برابر با آن مانع قرار دارد. آن را بیابید.»

از مطالعه این بخش سپاسگزارم و به خاطر داشته باشید که اگر می‌خواهید آینده‌تان را تغییر دهید، دست به کار شوید و همین حالا اقدام کنید.

انعطاف پذیری

جدیدترین یادداشت‌های دارن هاردی را فقط در خلاقیت بخوانید

است در تمام طول مسیر دستیابی به اهدافتان منعطف باقی بمانید. اگر به برخی از مهم‌ترین لحظات زندگی‌تان که تغییرات چشمگیری برایتان در برداشتند، نگاهی بیندازید، شرط می‌بندم که بسیاری از آن لحظات، ناگهانی و غیرمنتظره رخ دادند. زندگی یک راز است و شما نمی‌توانید خیلی با قطعیت در مورد برنامه‌هایتان صحبت کنید. اگر بخواهید خیلی سفت و سخت به هدف‌گذاری‌تان بچسبید، از اتفاقات ریز و درشت دیگر غافل خواهید شد و چه بسا موقعیت‌های خوبی را از دست می‌دهید.

آیا این اصطلاح را شنیده‌اید «من بمیرم هم این کار را انجام می‌دهم»؟ من در سال‌های اولیه هدف‌گذاری و دستیابی به اهدافم تقریباً مُردم! همچنین موقعیت‌های بسیاری را در طول مسیر از دست دادم. چنان روی اهدافی که برای خود تعیین کرده بودم متمرکز می‌شدم و تعصب داشتم که چشمانم راه و روش‌های آسان‌تر یا اهداف قبلی‌ام را نمی‌دیدند. یکی از مهم‌ترین نکاتی که در هدف‌گذاری باید رعایت کرد این است که بدانید چطور باید تمرکزتان را روی اهداف حفظ کنید و در عین حال، نسبت به تغییرات انعطاف‌پذیر باشید. بسیار مهم



می‌دانید که قانون مورفی بر همین پایه استوار است «هر خطایی که ممکن باشد، احتمالاً رخ خواهد داد». خیلی به اهدافتان وابسته نباشید. شما باید آنها را در طول مسیر دوباره ارزیابی کنید و تغییرشان دهید.

همانطور که کسب‌وکارتان هیچ‌گاه دقیقاً مانند برنامه اولیه کسب‌وکار پیش نمی‌رود، برنامه زندگی‌تان نیز همین گونه است. سختگیر نباشید. نباید اصرار کنید برنامه‌تان درست مانند آنچه روی کاغذ آورده‌اید پیش برود؛ انعطاف‌پذیر باشید. نگرش داشته باشید. ذهن باز داشته باشید؛ اما انعطاف‌پذیری‌تان را نیز حفظ کنید.

وقتی با کن بلانچارد، یکی از نخبگان دنیای مدیریت، مصاحبه می‌کردم، او گفت: «وقتی دارید برای چیزی برنامه‌ریزی می‌کنید، اتفاق دیگری رخ می‌دهد. زندگی همین است.» واقعاً درست است.

«پس چرا اصلاً باید برنامه‌ریزی کنیم وقتی هیچ چیز طبق برنامه ما پیش نمی‌رود؟!» داشتم همین فکر را می‌کردید، مگر نه؟ منج‌تان را گرفتم! همانطور که استراتژیست بزرگ نظامی آلمان در قرن نوزدهم می‌گوید، «هیچ برنامه جنگی پس از برخورد با دشمن درست طبق برنامه پیش نمی‌رود» درست گفته است و زندگی واقعی همین است.



آیزنهاور می‌گوید: «هنگام برنامه‌ریزی‌های جنگی متوجه شده‌ام که برنامه‌ریزی کاری بی‌فایده، ولی در عین حال اجتناب‌ناپذیر است.»

بنابراین با برنامه باشید ولی انعطاف‌پذیر باشید. وقتی مردم بخواهند خشک و غیرمنطقی با برنامه‌هایشان رفتار کنند، موفقیت از آنها دور می‌شود. باید آنقدر انعطاف‌پذیر باشید که وقتی تیراندازی شروع شد، برنامه‌تان را تغییر دهید و بگویید «او! نظرم عوض شد! فعلاً سنگر می‌گیرم!»



چهار نشانه یک رئیس وحشتناک

نیل پیتل؛ مدیر فروش، کارآفرین و متخصص بازاریابی آنلاین / مترجم: سعیده فراهانی



رئیس خوب بودن کار آسانی نیست. در حالی که خصوصیات بسیاری وجود دارد که می‌تواند شما را به رئیس خوب تبدیل کند، ویژگی‌هایی نیز وجود دارند که می‌توانند از شما رئیس وحشتناک بسازند. اگر در گذشته رئیس بدی داشته‌اید، احتمالاً این را می‌دانید که کارمندان در چنین شرایطی هیچ

تمایلی برای ارائه عملکردی خوب ندارند. متأسفانه، بسیاری از کارفرمایان وحشتناک حتی متوجه نمی‌شوند که در حال سخت تر کردن شرایط برای کارمندان‌شان هستند. و به علت این بی‌خبری، نه تنها به کارمندان آسیب می‌رسانند، بلکه کسب و کار خود را نیز به خطر می‌اندازند. اما اگر شما نیز رئیس بدی باشید، چگونه باید متوجه این موضوع شوید؟ ممکن است قوانین و مقررات در دفتر کارتان به خوبی رعایت شود اما هنگامی که می‌بینید کارمندان به دلیل ترس از صحبت کردن، پیشرفتی در کار ندارند، واقعاً متوجه مشکلات می‌شوید.

بنابراین به عنوان رئیس بد باید چه کاری انجام دهید؟ در اینجا تعدادی از هشدارهای رایجی را بیان می‌کنیم که اگر به آنها توجهی نشود، می‌توانند خود به یک مشکل بدل شوند.

۱- عدم اعتماد به کارمندان

گاهی اوقات وحشتناک بودن کارفرمایان به دلیل آن است که فکر می‌کنند خیلی خوب می‌توانند کارهای خاصی را انجام دهند یا همه کارها را به عهده کارمندان‌شان می‌اندازند. این رفتاری فوق‌العاده ناامیدکننده و غیر مسئولانه است اما فقط وقتی رفتار بدی تلقی می‌شود که کارفرما بخواهد همه کارها را خود انجام بدهد.

هنگامی که یک رئیس بخواهد در هر کاری دخالت و به کارمندان کمک کند، حتی زمانی که آنها به کمک او احتیاجی نداشته باشند (یا حتی بدتر از آن، بخواهد درباره موضوعی که از آن اطلاعی ندارد، نظر بدهد)، ممکن است کارمندان به سختی بتوانند به کارشان ادامه دهند. اگر رئیس هستید که مشغله زیادی دارید و وقت سرک کشیدن به کارمندان‌تان را ندارید، باید انتظارات‌تان را به روشنی بیان کرده و از همان اول کار افرادی را استخدام کنید که می‌توانید به آنها اعتماد کنید. حتی اگر در هنگام کمک به دیگران نیت خوبی داشته باشید، باز هم باید بدانید که این نیت ممکن است دیگر مفید نباشد و فقط سرعت کار را پایین بیاورد. عدم کنترل ممکن است برای برخی از افراد کار سختی باشد، اما چنانچه افراد صحیحی را در تیم خود به کار گرفته باشید، کارها بسیار هموارتر انجام خواهد شد.



علاوه بر آن، زمانی که کارمندان احساس کنند به آنها اعتماد شده است، احتمال بیشتری دارد که بخواهند نظرات جدیدی ارائه کنند، ریسک پذیر شوند و در نقش خود پیشرفتی داشته باشند.

۲- احترام نگذاشتن به حریم شخصی کارمندان

این عادت خاص به اشکال متفاوتی ظاهر می‌شود. به عنوان مثال، هنگامی که در هر ساعت غیرکاری از روز یا هر روزی از هفته با کارمندان‌تان تماس بگیرید. یا ممکن است انتظار داشته باشید که او فراتر از حد معقول و منطقی روی کارش انرژی و وقت بگذارد.

شکل‌های دیگری نیز برای اعمال فشار بر روی کارمندان‌تان وجود دارد که بدون ایجاد تنفر یا خستگی می‌توانید کار بیشتری از آنها بخواهید. اگر کارمندی حین خستگی یا بیماری جسمی و روحی کار کند، هیچ فایده‌ای برای کسی ندارد. البته رئیس‌هایی نیز وجود دارند که حریم شخصی کارمندان‌شان را رعایت نمی‌کنند، حال آنها را بد می‌کنند، رفتار مناسبی با کارمندان ندارند و فشار زندگی شخصی خود را بر سر کارمند خود خالی می‌کنند. این کارفرمایان معمولاً کارفرمایانی خودشیفته، بدنام و متکبر هستند و از کارمندان خود حمایت نمی‌کنند.



۳- امر و نهی کردن به کارمندان

هنگامی که می‌خواهید درباره مهارت‌ها و خصوصیات یک رئیس خوب صحبت کنید، باید توجه زیادی به ارتباطات داشته باشید.

زمانی که کارفرمایی نتواند ارتباط روشنی با کارمندان خود برقرار کند از طریق ایمیل، چهره به چهره یا پیامک ممکن است کارمند سردرگم شود. در چنین شرایطی کارمندان وقتشان را صرف انجام کاری می‌کنند که نیازی به انجامش نیست یا کار مهمی را به خوبی یا در زمان مقرر انجام نمی‌دهند.

بعضی از کارفرمایان نیز خواسته‌هایشان را بر سر کارمندان فریاد می‌زنند و به همین دلیل افراد در صورت نیاز به کمک یا توضیح بیشتر نمی‌توانند درخواستی از رئیس‌شان داشته باشند. در چنین شرایطی، حتی اگر کار موردنظر به سرانجام برسد، کارمند نمی‌تواند رشد و پیشرفتی داشته باشد.

با ایجاد محیطی راحت و ارتباطی باز با کارمندان، نه تنها کارمندان کارها را به درستی و به راحتی انجام خواهند داد، بلکه محیطی سالم تر و جذاب تر به وجود خواهد آمد.

علاوه بر این، داشتن محیط کاری جذاب و سالم مزایای زیادی دارد که از جمله آن می‌توان به رضایت بیشتر کارمندان و استرس کمتر اشاره کرد.

چاپ چهاردهم



بعد از کتاب بسیار پرفروش اثر مرکب، این بار،
کتاب
سال ۲۰۱۵ نویسنده آن، دارین هارزی تقدیم می شود:

کتاب دیوانگان ثروت ساز

رابرت کیوساکی: آینده متعلق است به کار آفرینان و کتاب جدید دارین
دستورالعملی است که کار آفرینان آینده برای شروع، رشد و حفظ یک کسب و کار
موفق به آن احتیاج دارند: آن هم در دنیای وحشی و پر پیچ و خم کار آفرینی.

برای خرید این کتاب عدد ۴۵۶۷ را به شماره

۱۰۰۰۶۶۴۶ پیامک کنید

۴- عدم قدرشناسی نسبت به کارمندان

به رسمیت شناختن کارمند
امر مهمی است اما بسیاری از
کارفرمایان به مزایای این امر
توجهی نمی کنند. قدردانی
یا تلاش به اذعان مسئولیت
دشواری که کارمند در پروژه ای
به عهده گرفته، اعتماد به
نفس بیشتری را به او داده،
عملکردش را بهتر می کند
و روابط حرفه ای را ارتقا
می بخشد.

۴

نتیجه گیری

ریاست به مهارت های گسترده ای
احتیاج دارد و حتی بهترین
کارفرمایان نیز باز هم می توانند
برخی از این مهارت هایشان را ارتقا
بدهند.

متأسفانه، بیشتر کارمندان آن
قدر در محیط کار احساس راحتی
نمی کنند که در صورت بروز مشکل
به رئیس شان اطلاع بدهند. حتی
بسیاری از کارفرمایان، با وجود نیت
خوبی که دارند، باز هم ناخواسته
محیطی سمی در محل کارشان
ایجاد می کنند.

با توجه به برخی از این هشدارها
می توانید متوجه برخی از اشتباهات
و عادت های بد خود شوید و برای
جلوگیری از رشدشان اقدامی انجام
دهید.

۵

پنج سخنرانی محبوب در TED.com

۱

ترجمه: شادی حسن پور

اگر به آن مخلوط ویروسی سخنرانی‌های انگیزه‌بخشی در مورد تحصیلات، الهام گرفتن و نوع نگرش را نیز اضافه کنید، موارد لازم برای شکل گرفتن سخنرانی پربیننده را خواهید داشت که میلیون‌ها نظر در مورد آن دریافت خواهید کرد.

شما چه دنبال سخنرانی برجسته بگردید که از آن‌ها در هنگام سخنرانی خودتان تقلید کنید و چه بی‌هیچ دلیل خاصی می‌خواهید خودتان را به چالش بکشید، در این جا پنج سخنرانی مشهور تاریخ TED آورده شده است. از آن‌ها لذت ببرید.

کن رایبنسون: مدارس چگونه خلاقیت دانش‌آموزان را

از بین می‌برند

کودکان به طور طبیعی خلاق هستند، درست تا زمانی که ما آموزش آن‌ها را شروع می‌کنیم. سر کنت رایبنسون به شوخی خواستار توقف ۸۱ دقیقه‌ای سیستم آموزش سنتی شد که استعداد کودکان را هدر می‌دهد. او ما را به چالش می‌کشد تا اساسا در روش آموزش به کودکان تجدیدنظر کنیم. او از معلمان خواست که کودکان را به ورزش، آزمایش و اشتباه کرده تشویق کنند.

رهبران کسب‌وکاری می‌توانند نظریه رایبنسون را تا حدودی برای الهام‌بخشیدن به تیم کسب و کار خود به کار گیرند. به کارمندان خود اجازه اشتباه کردن بدهید. اشتباه کردن چیز بدی نیست. بلکه دروازه ورود به نوآوری است.

۲

امی کادی: زبان بدن شما شخصیت‌تان را شکل می‌دهد

اگر به طور معمول حالت دست به سینه به خود می‌گیرید، مشاهده برنامه «زبان بدن ۱۰۱» امی کادی شاید شما را قانع کند که این عادت را بلافاصله کنار بگذارید و دستانتان را رها کنید. این دانشمند علوم اجتماعی که سخنرانی‌اش احتمالا اخم را از صورت‌تان کنار می‌زند، می‌گوید که زبان ما به صورت کاملا مشخص در مورد ما به اطرافیان مان می‌گوید و این موضوع ممکن است به موفقیت ما ارتباط زیادی داشته باشد. یک مساله قطعی وجود دارد: بعد از مشاهده دوره آموزشی بیست دقیقه‌ای کادی به نام «حالت بدن قدرتمندانه» با حالتی صاف‌تر راه رفته یا می‌نشینید. به یاد داشته باشید که «ترفندهای کوچک می‌توانند به تغییرات بزرگ منجر شوند.»

۳

سایمون سینک: مدیران بزرگ چگونه فعالیت را به دیگران القا می‌کنند

سایمون سینک، مردم‌نگار، با ستایش پیشگام بودن و تحسین روحیه سرکش شخصیت‌های نمادین تاریخی مثل مارتین لوتر کینگ، برادران جونیور و برادران رایت به مردم جرات می‌دهد تا روحیه نوآورانه داشته باشند و به شکلی فکر، عمل و ارتباط برقرار کنند که کاملاً برعکس افراد دیگر باشد. نویسنده کتاب کلاسیک و انگیزه‌بخش «با چرا شروع کن» در سخنرانی‌اش توضیح می‌دهد دایره طلایی چیست. این یک وسیله برقراری ارتباط است که با اشتیاق در مورد آن چه بدان اهمیت می‌دهید یا باور دارید، صحبت می‌کند. او می‌گوید که شرکت اپل این کار را کرده و به موفقیت رسیده است. پس شرکت شما نیز می‌تواند این کار را بکند.

۴

برونه براون: قدرت آسیب‌پذیری

تحقیر، شرمندگی و خجالت زمینه‌های مطالعه‌ای هستند که برونه براون در آن تخصص پیدا کرده است. افراد کمی هستند که در مورد این احساسات صحبت می‌کنند. استاد پژوهش دانشگاه هوستون و نویسنده پنج کتاب پرفروش در زمینه قدرت بخشیدن به خود در سخنرانی‌های طنزآمیز خود به ما یادآوری می‌کند که با خودمان روراست باشیم. چگونه؟ با قبول کردن عیوب خود، کاری که جامعه، چه در خانه و چه در محل کار ما را تحت فشار قرار می‌دهد تا انجام ندهیم. براون در عوض از شما می‌خواهد که خودتان باشید، خود واقعی و کاملاً آسیب‌پذیر. زمانی که این‌گونه باشید، نسبت به خود و دیگران مهربان‌تر خواهید شد. آسان نیست، ولی وقتی قبول کنید چه کسی هستید؛ نه این که چه کسی باید باشید؛ طبق گفته براون، رابطه عمیق‌تر و پرمعناتری با دیگران برقرار خواهید کرد. ضمناً، با خودتان کلنجار نروید. شما برای خودتان کافی هستید.

۵

جیل بولت تیلور: سکته‌ای در نگرش من

وقتی دکتر جیل بولت، پژوهشگر مغز دانشگاه هاروارد، گفت که سکته‌ای در نگرش او پدید آمده است، معنای واقعی سکته را هدف قرار داده بود. او یک روز صبح در سن ۷۳ سالگی دچار سکته مغزی مغربی شد. یک رگ خونی در مغز او به طور ناگهانی پاره شد. او فقط توانست با صدای آرامی تقاضای کمک کند. دست راست او کاملاً فلج و دنیا برایش تیره و تار شد. شما نمی‌توانید حدس بزنید وقتی او فهمید دچار سکته مغزی شده بود، چه فکری از سرش گذشت: وای! خیلی

باحالیه! چند متخصص مغز فرصت این را دارند مغز خودشان را بررسی کنند؟ جالب است، مگر نه؟ او در سخنرانی کاملاً شخصی خود ما را به سفر هشت ساله بهبود سلامتی خود برد. او توضیح داد که چگونه دوباره از ابتدا شروع به یادگیری راه رفتن، حرف زدن و فکر کردن کرده بود و البته از «سکته‌ای در نگرش» خود به عنوان یکی از بازماندگان سکته مغزی پرده برداشت. این موضوعی ساده اما پیچیده است: ذهن ما می‌تواند دروازه‌ای به سوی رهایی باشد، تنها اگر ما آن را انتخاب کنیم.

قوانین روزانه جذب از نیمه مرداد تا اول شهریور

آبراهام هیکس در کتاب «بخواهید تا به شما داده شود» از گفت و گوهای خود با شخصیت آبراهام سخن می گوید که سبب الهام بخشی او بوده است. بعد از آن کتاب، استر هیکس آثار دیگری هم از گفت و گوهای الهام بخش خود با آبراهام منتشر کرده است. او یادداشت های روزانه ای هم از گفته های آبراهام دارد که در مورد قانون جذب است و آموزه هایی کلیدی را در قالب گفتارهایی کوتاه ارائه می دهد. ما در هر شماره از مجله این گفتارهای روزانه قانون جذب را در اختیار شما خوانندگان گرامی قرار می دهیم تا شما هم به شکل به روز همچون سایر مردم علاقه مند به قوانین جذب در جهان، این یادداشت های کوتاه الهام بخش را مطالعه کنید. فقط این توضیح را بدهیم که کلام آبراهام پیچیدگی های خاص خود را دارد که لازم است در حین خواندن با تامل بیشتری خوانده شود.

دوشنبه	یکشنبه	شنبه
۱۳۹۵ ۱۸ مرداد ۵ ذی قعدة	۱۳۹۵ ۱۷ مرداد ۴ ذی قعدة	۱۳۹۵ ۱۶ مرداد ۳ ذی قعدة
۸ August	۷ August	۶ August
جریانی از زندگی در شما جاری است؛ جریان شفافیت، جریان سلامتی، جریان فراوانی و... و در هر شرایطی یا به این جریان اجازه می دهید در وجودتان جاری شود، یا اجازه نمی دهید. این که دیگران چقدر از این جریان ها استفاده کنند، هیچ ارتباطی به میزان استفاده شما ندارد. این جریانات تا جایی که ذهنتان اجازه دهد، فراوان خواهند بود.	داشتن احساسات منفی و دلگیرکننده احتمالاً به دلیل این است که دارید در مقابل چیزی که می خواهید مقاومت می کنید و این مقاومت حالتان را بد کرده است. این موضوع روی جسمتان اثر می گذارد؛ حتی اجازه نمی دهد که تجربیات خوبی داشته باشید.	هر زمان که احساس خوبی نداشتید، بایستید و به خود بگویید «هیچ چیز مهم تر از داشتن احساسی خوب نیست. من الان می خواهم دلیلی برای احساسی خوب پیدا کنم.» تا احساسی بهتر داشته باشید.
پنجشنبه	چهارشنبه	سه شنبه
۱۳۹۵ ۲۱ مرداد ۸ ذی قعدة	۱۳۹۵ ۲۰ مرداد ۷ ذی قعدة	۱۳۹۵ ۱۹ مرداد ۶ ذی قعدة
۱۱ August	۱۰ August	۹ August
دلیل وجود خواسته ها و اهداف برای رسیدن به تصمیمات یا نقاط تمرکز این است که آنها چیزهایی هستند که زندگی می بخشند. بدون خواسته ها و آرزوها، نیروی زندگی در وجود هیچ کدام از ما جاری نمی شود.	قانون جذب می گوید «ارتعاشات همواره با یکدیگر هماهنگ می شوند». وقتی که آرزوی جدیدی در دلتان پدید می آید، این آرزوی جدید، چه قدرتمند باشد و چه ضعیف، ارتعاشات افکار شما را به خود جذب می کند. این یکی از اصول دنیای ماست: وقتی که بخواهید، همیشه دریافت خواهید کرد. مردم فکر می کنند که باید با کلمات چیزی را بخواهند، یا حتی با اعمال، اما کائنات به کلمات یا اعمال شما کاری ندارد؛ جهان به ارتعاشات فکری تان پاسخ می دهد.	بهترین استفاده را از جایگاه فعلی تان بکنید و نهایت تلاش تان را بکنید تا انرژی تان را با جایگاه تان هماهنگ کنید؛ زیرا کوچک ترین ذره ای از ناراحتی و حسرت، مانع از عملکرد صحیح انرژی و در نتیجه پیشرفت شما می شود.

یکشنبه ۱۳۹۵

۱۱ ذی‌قعدة

۲۴ مرداد

14 August

شما می‌خواهید مورد تحسین واقع شوید. اگر چه اتفاقات فعلی زندگی‌تان را دوست داشته باشید، باز هم دلیل نمی‌شود که تحسین بیشتر یا موفقیت‌های بیشتری نخواهید. بهترین حالت ممکن این است که از جایگاه فعلی‌تان راضی باشید و هنوز برای موفقیت‌های بیشتر مشتاق.

شنبه ۱۳۹۵

۱۰ ذی‌قعدة

۲۳ مرداد

13 August

فرزندم، هیچ‌گاه کاری را انجام نخواهم داد، اگر بدانم خودت می‌توانی انجامش دهی. هرگز فرصت اثبات قدرت و توانایی‌ات را از تو نخواهم گرفت و اجازه نخواهم داد که موقعیت‌ها را خودت کشف کرده و به ثمر برسانی. من همیشه به عنوان مشتاق‌ترین هوادارت پشتت خواهم ایستاد. اما کاری را که مقدر شده خودت انجام دهی، به عهده نخواهم گرفت.

جمعه ۱۳۹۵

۹ ذی‌قعدة

۲۲ مرداد

12 August

هر جا هستید خوب است... از همان جایی که هستید می‌توانید به هر جایی که می‌خواهید برسید. دیگر کافی است. جایگاه فعلی خودتان را با جایگاه افراد دیگر مقایسه نکنید. تنها چیزی که باید مقایسه کنید، جایگاه فعلی‌تان با جایگاهی است که از ته دل می‌خواهید به آن برسید.

خلاقیت

چهارشنبه ۱۳۹۵

۱۴ ذی‌قعدة

۲۷ مرداد

17 August

اگر چیزهایی در مورد اشخاص دیگر وجود دارد که شما دوست ندارید، تنها یک دلیل دارد، شما با توجه به آنها باعث احیایشان می‌شوید. شما بدون آن که از قانون جذب خبر داشته باشید و تنها از طریق عادت قدیمی مشاهده کردن، با چیزهایی هماهنگی ارتعاشی پیدا کرده‌اید که علاقایی به آنها ندارید.

سه‌شنبه ۱۳۹۵

۱۳ ذی‌قعدة

۲۶ مرداد

16 August

وقتی در مورد چیزی که می‌خواهید و دلیل خواستن‌تان صحبت می‌کنید، معمولاً در وجودتان مقاومت کمتری نسبت به وقتی احساس می‌کنید که در مورد چیزی که می‌خواهید و نحوه رسیدن‌تان به آن صحبت می‌کنید. وقتی سوالاتی مطرح می‌کنید که پاسخی برایشان ندارید، سوالاتی مانند چگونه، کجا، چه زمان، چه کسی و... ارتعاشی مخالف با ارتعاش خواسته‌تان ایجاد می‌کنید.

دوشنبه ۱۳۹۵

۱۲ ذی‌قعدة

۲۵ مرداد

15 August

اگر فقط یک هدف داشتید و آن هم داشتن احساسی خوب بود، دیگر به حرف‌های دیگران اهمیتی نمی‌دادید و نمی‌گذاشتید که حرف مردم حالتان را بد کند. می‌توانستید با موفقیت و به شادی زندگی کنید و همیشه به هدف اصلی زندگی‌تان برسید.

خلاقیت

شنبه ۱۳۹۵

۱۷ ذی‌قعدة

۳۰ مرداد

20 August

اگر هدف‌تان کمک باشد، چشمان‌تان مشکل را نمی‌بیند، بلکه کمک کردن را می‌بیند؛ و این امری متفاوت است. زمانی که به دنبال راه حل هستید، احساس مثبتی دارید، اما زمانی که به مشکلی فکر می‌کنید، سرشار از انرژی منفی هستید.

جمعه ۱۳۹۵

۱۶ ذی‌قعدة

۲۹ مرداد

19 August

آیا هنر اجازه دادن را با خود تمرین می‌کنید یا اجازه ندادن را؟ آیا به خودتان اجازه می‌دهید تا با شخصیتی که واقعاً هستید همگام شده و با جهان هستی ارتباط برقرار کنید؟ زیرا شما متولد شده‌اید که این گونه باشید.

پنجشنبه ۱۳۹۵

۱۵ ذی‌قعدة

۲۸ مرداد

18 August

تنها راهی که برای فکر نکردن به چیزی دارید، این است که به چیز دیگری فکر کنید. به عبارت دیگر، تنها راه برای توجه نکردن به یک فکر این است که توجه‌تان را به چیز دیگری معطوف کنید.

خلاقیت

خلاقیت

خلاقیت

«بازاریابی در لیگ جهانی» نوشته دکتر محمود محمدیان - بخش دوم

بازاریابی بین‌المللی حتی برای کسب‌وکارهای کوچک

۱



طبق وعده‌ای که داده بودیم، از این شماره می‌خواهیم موضوع بازاریابی بین‌الملل را شروع کنیم و قدم به قدم به افراد بگوییم برای ورود به بازار بین‌الملل، چه گام‌هایی را باید بردارند. دوست داریم کسانی که این متن را می‌خوانند، فکر نکنند که حتماً باید یک شرکت بزرگ محسوب شوند تا بتوانند صادرات داشته باشند. در واقع، این متن را لزوماً برای کسی نمی‌نویسیم که در پتروشیمی فعالیت می‌کند، در حوزه انرژی فعالیت می‌کند؛ اگرچه بخش زیادی از صادرات کشور ما و برخی از کشورهای به اینها وابسته است، اما طبیعتاً صادرات می‌تواند حتی برای کسب‌وکارهای کوچک هم اتفاق بیفتد. موضوعی که در کشور ما خیلی شایع است، این است که کسب‌وکارهای کوچک فکر می‌کنند که باید در حد کشوری فعالیت کنند و وقتی بحث صادرات می‌شود احساس می‌کنند صادرات شامل حال آنها نمی‌شود. وقتی به کشورهای توسعه‌یافته نگاه می‌کنیم، مثلاً کشوری مثل آمریکا، که برندهای بزرگی در آن به وجود آمده‌اند، می‌بینیم ساختار صادرات آمریکا را فقط برندهای بزرگش هدایت نمی‌کنند؛ بخش زیادی از برندهای متوسطش هم هستند که در حوزه‌های صادراتی فعالیت می‌کنند. نکته دوم این است که بعضی‌ها فکر می‌کنند وقتی راجع به صادرات صحبت می‌کنیم، فقط کالاهای ملموس مدنظر ماست. حقیقت این است که بخش زیادی از صادرات دنیا را خدمات شکل می‌دهد. امروزه تفکیک کالا و خدمت کار خیلی سختی است؛ اینطور نیست که بگوییم من کالا تولید می‌کنم، مثلاً میوه تولید می‌کنم، فرد دیگری بگوید من دارم خدمت تولید می‌کنم. خدمت و کالا به شدت به هم گره خورده‌اند. درواقع تعریف درست این است که ما با کسب‌وکارهایی سروکار داریم که بخش زیادی از آنها ممکن است کالا یا بخش وسیعی از آنها ممکن است خدمت باشد. کسب‌وکاری که تولید خالص **pure product** یا خدمت خالص **pure service** باشد، خیلی کم اتفاق می‌افتد.



می‌خواهم این موضوع را از یک جنبه دیگر هم نگاه کنم؛ می‌خواهم بگویم فقط صنعتگر ما نیست که در حوزه بین‌الملل ناموفق است. خود ما هم تعاملاتمان با دنیا کم است. به عنوان یک فرد حقیقی، من به عنوان استاد دانشگاه و شما به عنوان یک کاسب، به عنوان یک دانشجو، تعاملاتمان با دنیا کم است. این کم بودن تعاملات با دنیا در صنعت، خودش را نشان می‌دهد؛ من دانشگاهی در حوزه علم تعاملات با دنیا کم است، طبیعتاً در صنعت هم اندک است؛ یعنی ما نمی‌توانیم به صنعت خرده بگیریم.



بنابراین ممکن است شرکت‌های کوچکی باشند که به وسیله چند جوان کارهای خدماتی انجام می‌دهند، یا چند جوان که یک شرکت خدمات مهندسی دارند یا چند جوان که یک شرکت خدمات نرم‌افزاری دارند، اینها هم می‌توانند به صادرات فکر کنند؛ یعنی اگر تعدادی از افراد هستند که یک نرم‌افزار CRM تولید کرده‌اند، اینطور

نیست که بحث صادرات با بازاریابی شامل آنها نشود.

نکته سوم این که دوست دارم کسانی که این متن را می‌خوانند، به این موضوع توجه کنند که ما صادرات را با بازاریابی بین‌المللی تا اطلاع ثانوی در بحث‌هایمان مترادف هم به کار می‌بریم، بعداً می‌گوییم که بازاریابی فقط اساساً صادرات نیست، صادرات یکی از شاخه‌های آن است.

اینها را عرض کردم که تأکید کنم عده بیشتری می‌توانند متن ما را بخوانند. دوست دارم این جسارت را به خودم بدهم که بگویم در واقع همه خواننده‌های این مجله، می‌توانند به موضوع صادرات فکر کنند. حالا ممکن است بعضی‌ها زودتر بتوانند شروع کنند و بعضی‌ها دیرتر.

در ادامه بهتر است کمی با حقایق بازار خودمان روبه‌رو شویم. یکی از مشکلاتی که در مملکت ما وجود دارد، این است که ما آمار قابل اتکا نداریم؛ یعنی در حوزه‌های مختلف وقتی می‌خواهیم بحث و تبادل نظر کنیم، آمار نداریم. این درست است ولی بالاخره ما مجبور هستیم به این آماری که هست، با همان درصد خطاهایی که دارد، اتکا کنیم. ما در مملکتی زندگی می‌کنیم که طبق آمار مختلفی که ارائه می‌شود، ۸۵۰۰ نفر صادرکننده داریم، وقتی می‌گوییم فرد، منظورم شخصیت حقیقی و حقوقی با هم است. همه ۸۵۰۰ فرد، فعال نیستند. گفته می‌شود (البته زیاد دقیق نیست) ما در ایران ۳۰۰ صادرکننده ملی داریم و هزار صادرکننده استانی. ممکن است دوستان به آمار و ارقام دیگری برسند ولی حداقل این آمار یک پیش‌زمینه ذهنی به آنها می‌دهد. این رقم قابل اتکایی نیست؛ مملکتی مانند مملکت ما، با این گستره وسیع، با این همه امکانات و توانمندی‌ها در حوزه معدن، کشاورزی، انرژی و حوزه‌های مختلف، منطقاً اگر یک کشور صادرکننده بود، عدد باید از اینها بالاتر می‌بود؛ این نشان می‌دهد که کشور، آنچنان در فعالیت‌های بین‌الملل نبوده است. وقتی آمار و ارقام صادراتی‌مان را نگاه می‌کنیم، بخش زیادی از صادرات ما در حوزه نفت و گاز و میعانات گازی است؛ خوب است خواننده‌ها بدانند که میعانات گازی در حدود ۱۰ درصد صادراتمان را تشکیل می‌دهد و دولت گاهی اینها را در آمار صادرات حساب می‌کند. وقتی از صادراتمان نفت و گاز و میعانات گازی را خارج کنیم، صادرات ما اصلاً قابل توجه نیست. پتروشیمی را اگر خارج کنیم، رقم از این هم بیشتر افت می‌کند. وضعیت صادرات کشور ما اساساً خیلی خراب است و قبل از اینکه توافق هسته‌ای انجام شود، صادرات نفتمان هم به شدت افت داشت و درآمدهای ارزی به شدت کاهش پیدا کرد. این وضعیت صادرات این کشور است که نشان می‌دهد ما صادرکننده نیستیم، نشان می‌دهد ما در تعاملات بین‌المللی حوزه کسب‌وکار توانایی لازم را نداریم.



برای همین هم هست که ما در ایران ادبیات مختص به خودمان را در تجارت داریم و گاهی اوقات ادبیاتمان، مجزا از ادبیات دنیاست. مثلاً در دنیا ممکن است طلا تغییراتی داشته باشد، بورس تغییراتی داشته باشد، ما همگن با آنها این تغییرات را نداریم. این فضا نشان می‌دهد که واقعاً ما در صادرات خوب نبوده‌ایم.

اما وقتی در سال‌های اخیر نگاه می‌کنیم، مخصوصاً پروفیسور ادیب مطلبی را در شماره‌ی گذشته نوشته بودند که چرا رفته‌رفته افراد پولدار کم‌سواد دارند کم می‌شوند و تعداد افراد پولدار باسواد اضافه می‌شود - این خودش نشان می‌دهد ما با یک generation، با نسلی در ایران روبه‌رو هستیم که اینها تحصیلات دارند، لزوماً دانشگاهی نه، سواد دارند، بینش دارند و توانسته‌اند یکسری کسب‌وکارها را ایجاد کنند، استارت‌آپ‌هایی را به وجود آورند، کارآفرینی ایجاد کنند، ولی هنوز از لاک فضای داخل، خارج نشده‌اند. این به ما نوید می‌دهد که شاید اگر ما روی این قشر کار کنیم، که این قشر همین شماهایی هستید که دارید مجله را می‌خوانید، اگر این پوسنه را کنار بزنیم و ذهن شما را حساس کنیم که بله، کسب‌وکار شما، همین کسب‌وکار آنلاینی که شما دارید، همین چند دانشجویی که یک کسب‌وکار دارید، شما باید صادرات داشته باشید؛ این می‌تواند مبنای کار ما قرار گیرد.

گام به گام با بازاریابی تلفنی



تام اگلهوف / مترجم: شادی حسن پور / این روزها اینترنت، پیامک، فکس و ایمیل به ابزارهای اصلی کسب و کارهای کوچک و بزرگ تبدیل شده‌اند. اما هنوز هم تلفن پر استفاده ترین ابزار بازاریابی است. بسیاری از مشتریان در شهرهای کوچک هنوز هم وقتی به خرید چیزی فکر می‌کنند، به دفترچه‌های تلفنشان مراجعه و با فروشگاه مورد نظر تماس می‌گیرند. پس بی‌بردن به اهمیت تلفن بسیار ضروری است. همچنین باید بدانید که چطور از آن به بهترین شکل ممکن استفاده کنید.

اولین قانون در استفاده از تلفن این است که بدانید دارید با شخصی مکالمه می‌کنید. آیا وقتی دوستان را در خیابان می‌بینید، مانند پشت تلفن با او صحبت می‌کنید؟



بستن معامله

اولین قانون فروش این است که «وقتی منطق و احساسات رو در روی هم قرار بگیرند، همیشه احساسات برنده خواهد شد.» اگر فکر می‌کنید که مشتریان تان می‌نشینند و مزایای محصولات یا خدمات شما را با رقبا مقایسه می‌کنند، کاملاً در اشتباهید. مردم از روی احساسات خرید می‌کنند و سپس سعی می‌کنند با دلیلی منطقی تصمیماتشان را توجیه کنند. کافی است که مزایایی از محصول تان را به رخ مشتری بکشید که می‌دانید به آنها علاقه دارند.

هیچ کس به دریلی با مته یک اینچی علاقه‌ای ندارد، بلکه به مزیت و کارایی آن توجه می‌کنند. مشتریان دریل فقط یک سوراخ یک اینچی روی دیوارشان می‌خواهند.

مردم خواهان مزایا هستند. این موضوع، موضوعی کاملاً احساسی است. مزایا و کارایی یک محصول به مردم احساس رفاه می‌بخشد و رفاه یک احساس است. به احساسات مشتری توجه کنید.

قانون دوم فروش این است که سفارش بگیرید. دلیلی که معمولاً مردم برای عدم خرید یک محصول عنوان می‌کنند این است که «هیچ کس از من نخواست که سفارشی بدهم.»

فراموش نکنید که پس از پایان توضیحات تان، چگونگی سفارش را نیز توضیح داده و یا همان موقع روند فروش را آغاز کنید.



چند باید و نباید در زمینه فروش تلفنی

صدایی آرام، خوشایند و صادق داشته باشید.

در هنگام گفتگوی تلفنی لبخند بزنید.

روی کلمات انتخابی تان کار کنید و بهترین لغات و جملات را به کار ببرید. به یاد داشته باشید که پای تلفن باید بهترین تصویر ذهنی را برای مشتری خلق کنید.

سرعت ادای کلمات تان را بر اساس سرعت کلام مشتری همگام کنید. خیلی آرام یا خیلی سریع صحبت نکنید.

اگر شما با آنها تماس گرفته‌اید، در ابتدا پرسید که آیا زمان مناسبی برای صحبت کردن هست یا خیر.

به طور خلاصه و با لحنی ساده صحبت کنید.

مطمئن شوید که پاسخ تمام سوالات احتمالی را در ذهن یا روی کاغذی در روبرویتان دارید تا بتوانید هر چه سریع تر کار مشتری را راه بیندازید.

متکلم وحده نباشید. به مشتری نیز فرصت صحبت کردن، سوال پرسیدن یا نظر دادن بدهید.

هیچ گاه صحبت مشتری را قطع نکنید.





بسیاری از شما پاسخ منفی می‌دهید. زیرا در خیابان مکالمه‌ای رو در رو دارید و در هنگام صحبت کردن لب‌خند می‌زنید. پشت تلفن هم لب‌خند بزنید. مطمئن باشید او متوجه لب‌خندتان خواهد شد. وانمود کنید که شخص در مقابل چشمانتان ایستاده است.

قانون دوم استفاده از تلفن این است که شخصی که سوال می‌پرسد، همیشه کنترل مکالمه را در دست می‌گیرد. اگر مشتری از شما سوال بپرسد، او شما را تحت کنترل خود قرار داده و شما در حالت دفاعی قرار می‌گیرید. تا زمانی که مجدداً کنترل مکالمه را در دست نگیرید، نمی‌توانید به خوبی بفروشید.

تا زمانی که اطلاعاتی نداشته باشید، نمی‌توانید به مشتری

اطلاعات بدهید.

نماینده فروش باید اطلاعات زیادی در مورد محصول یا خدمات مورد نظر داشته باشد. خدمات پس از فروش، میزان فروش محصول، تخفیف‌های فعلی، صحت سفارشات یا اطلاعات مشتری و ...

نمایندگان فروش همچنین باید با بخش‌های مختلف سازمان و افرادی که در آن کار می‌کنند آشنا باشند تا در صورت لزوم بتوانند به مشتری را به آنها ارجاع دهند.

مراحل فروش

مقدمه

وقتی که مکالمه تلفنی برقرار می‌شود، اطلاعاتی شامل نام شرکت و نام خودتان را به مشتری عرضه کنید: «روز بخیر، فلانی هستم و از شرکت ایکس تماس می‌گیرم.»



به یاد داشته باشید که این جمله، اولین تأثیری است که روی مشتری می‌گذارد. پس اهمیت زیادی برای این جمله قائل باشید. زیرا شاید مشتری تنها بر اساس همین جمله بخواهد در مورد خرید از شما

تصمیم‌گیری کند.

کشف نیازهای مشتری

سوالات باز بپرسید. سوالاتی که نتوان با جواب بله یا خیر به آنها پاسخ داد. به مشتری اجازه دهید تا حدی که دلش می‌خواهد صحبت کند؛ حرف‌هایش را قطع نکنید. به یاد داشته باشید کسی که سوال می‌کند در راس مکالمه قرار می‌گیرد. مشتری چه درخواستی دارد؟ آیا قبلاً چنین خریدی داشته است؟ چه چیزی در خرید قبلی‌شان برایشان لذت بخش بوده است؟ از چه چیزی خوششان نیامده است؟ سطح خدمات پیشین چه میزان بوده است؟



در مورد هر محصول یا خدمات مجموعه سؤالاتی وجود دارد که می‌توان از مشتری پرسید. بدون این که کنترل مکالمه را از دست بدهید، سعی کنید به همراه مشتری به این سوالات پاسخ دهید.

توصیه محصولات دیگر (استراتژی بیش فروش)

همانطور که اشاره شد، نمی‌توانید بدون دریافت هیچ اطلاعاتی از مشتری چیزی به او پیشنهاد دهید. برای معرفی محصولاتتان به مشتری می‌توانید بگویید «بر اساس آنچه شما گفتید، من ... را به شما پیشنهاد می‌کنم که...». همچنین می‌توانید استراتژی بیش فروش را در پیش گرفته و بگویید «افراد زیادی بودند که ... را نیز به سبب خریدشان اضافه کرده اند» و بدین نحو، محصولات و خدمات مرتبط دیگری را نیز به مشتری پیشنهاد دهید.

مثبت کردن پاسخ منفی مشتری!

پاسخ منفی در واقع پاسخ منفی نیست. بلکه درخواستی برای کسب اطلاعات بیشتر است. نکته‌ای که باید در نظر بگیرید این است که دو نوع پاسخ منفی وجود دارد:

پاسخ منفی معتبر: «سایز پای من ۳۸ است ولی شما این سایز را برای این مدل ندارید». این پاسخی منفی ولی قابل قبول است.

پاسخ منفی غیرمعتبر: «محصولتان خیلی گران است» یا «خوب به نظر می‌رسد اما قبل از این که این همه هزینه کنم، باید بیشتر فکر کنم». در بیشتر اوقات این پاسخ منفی اصلاً قابل قبول نیست. اگر مشتری نمی‌تواند چنین هزینه‌ای بپردازد، چرا پس اصلاً به دنبال چنین محصولی می‌گردد؟

چیزی که در واقع مشتری می‌خواهد بیان کند این است که «هنوز آنقدر از مزایای این محصول نگفته‌اید که مرا برای خرید قانع کنید». اگر مشتری‌ای واقعا نمی‌تواند چنین هزینه‌ای بپردازد، جامعه هدف‌تان را به اشتباه انتخاب کرده‌اید.

شما چیزی از دست نداده‌اید. اگر آنها نتوانند از شما خرید کنند، از رقبایان نیز خریدی نخواهند کرد.

بازاریابی موبایلی را به اولویت خود تبدیل کنید

۳- شبکه‌های اجتماعی پلتفرم تبلیغاتی اختصاصی نیز ارائه می‌کنند

فیس بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی به پتانسیل قوی بازاریابی موبایلی پی برده‌اند و پلتفرم تبلیغاتی اختصاصی خود را راه‌اندازی کرده‌اند تا شما بتوانید به راحتی به مشتریان بالقوه خود دسترسی داشته باشید. به سادگی انتخاب گزینه تبلیغات می‌توانید از این پلتفرم بهره ببرید. اگر از قبل حساب کاربری خود را در شبکه اجتماعی مورد نظر ساخته باشید، این کار تنها چند ثانیه زمان خواهد برد.



رهان الجز/ مترجم: شادی حسن پور/
بازاریابی موبایلی دیگر برای همه شناخته شده است و هر روز شرکت‌های بیشتری از مزایای آن بهره می‌برند. اگر برند شما از قافله عقب مانده است، هر چه زودتر باید دست بجنبانید؛ وگرنه خیلی از رقبایتان عقب خواهید افتاد. در ادامه به هفت دلیلی می‌پردازیم که چرا مدیران بازاریابی (ارشد) باید بازاریابی موبایلی را در اولویت قرار دهند.

۱- گوگل اینطور می‌گوید

اگر قرار باشد تنها با یک دلیل شما را راضی به استفاده از بازاریابی موبایلی کنیم، همین مورد را بیان می‌کنیم: آپدیت موبایل گدون گوگل وبسایت‌هایی را که بازاریابی موبایلی را هنوز شروع نکرده‌اند، جریمه می‌کند. وبسایت شما باید «موبایل فرندلی» باشد تا بتوان به آسانی در گوشی‌های هوشمند به مرور آن پرداخت. به عبارت ساده‌تر، گوگل به عنوان جریمه رتبه شما را در صفحات جستجو پایین می‌آورد. این جریمه‌ها در طول زمان جدی‌تر می‌شوند. اگر شرکت شما هنوز تاثیر این موضوع را احساس نکرده است، مطمئن باشید که به زودی احساس خواهد کرد.

۲- موبایل به جمعیت مخاطب جدیدتر و گسترده‌تری دسترسی دارد.

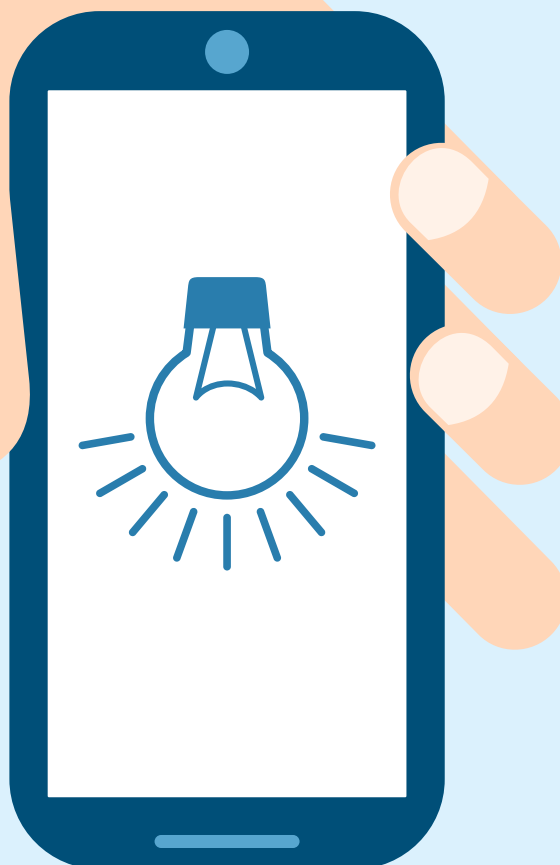
آیا می‌دانستید که برخی از مردم دیگر از کامپیوتر استفاده نمی‌کنند؟ تعداد فزاینده‌ای از مردم منحصر از دستگاه‌های موبایل استفاده می‌کنند. اگر بازاریابی موبایلی را شروع نکنید، به این مشتری‌های جدید و بالقوه دسترسی نخواهید داشت.





۴- موبایل امکاناتی نظیر واقعیت مجازی ارائه می‌کند.

تکنولوژی‌های جذابی مانند واقعیت مجازی باعث می‌شوند که تبلیغات موبایلی کارایی و جذابیت بیشتری برای مردم داشته باشد. کسب سود از بازاریابی موبایلی هیچ‌گاه به این آسانی نبوده است. هر کسب و کاری در هر صنعتی می‌تواند از این نوع بازاریابی بهره ببرد.



یافته است. دلیل این موضوع افزایش میزان رقابت در بازار بوده است.

همین ماجرا در مورد بازاریابی موبایلی صدق می‌کند. شما باید هر چه زودتر دست به کار شوید. بهتر است که همین الان شروع به کار کنید، زیرا هزینه‌های فعلی بسیار کمتر از هزینه‌های آینده است. در آینده شاید برای کوچک‌ترین تبلیغاتی مجبور شوید خیلی ولخرجی کنید!

تا اگر به عنوان مثال ایمیل تان نادیده گرفته شد، باز هم مشتری شما را در شبکه اجتماعی ببیند.

۶- تبلیغات در آینده گران‌تر خواهد شد. تبلیغات فیس بوک نمونه بارزی است که نشان می‌دهد وقتی یک روش بازاریابی به محبوبیت می‌رسد، چه اتفاقی می‌افتد. در طول یک سال گذشته، هزینه تبلیغات در این شبکه اجتماعی چندین بار و بدون هیچ دلیل مشخصی افزایش

۵- چندین بار به سراغ مشتری بروید.

اگر از استراتژی‌های دیگر تبلیغاتی استفاده می‌کنید، به یاد داشته باشید که ممکن است مخاطبین تان از دستگاه‌های موبایل‌شان نیز استفاده کنند. بهتر است به روش‌های مختلفی تبلیغ کرده و خود را به مشتری تان یادآوری کنید



اجازه می‌دهد تا بیش از پیش به مشتری خود نزدیک شوید. همین موضوع احتمالاً باعث می‌شود که راحت‌تر بتوانید بینندگان را به مشتری تبدیل کنید.

بازاریابی موبایلی آمده تا بماند و مطالعات نشان می‌دهد که این نوع بازاریابی در آینده سهم بیشتری را از آن خود خواهد کرد. شرکت‌هایی که از الان دست به کار نشده‌اند، در آینده به سختی می‌توانند وارد میدان شوند و احتمالاً باید هزینه بیشتری نیز پرداخت کنند. این هفت دلیل زمینه استفاده از بازاریابی موبایلی را برای مدیران بازاریابی فراهم می‌کنند.

۷- شخصی است.

برندها همیشه به دنبال این هستند که به مخاطب هدف‌شان نزدیک‌تر شوند، اما از طریق کامپیوتر به سختی می‌توان به مخاطب نزدیک شد. دستگاه‌های موبایل اما فرق دارند. آنها وسایلی شخصی هستند که مردم همیشه با خودشان حمل می‌کنند. انسان در گذشته با هیچ دستگاه دیگری چنین رابطه عاطفی‌ای نداشته است. بازاریابی موبایلی بیشتر یک روش شخصی سازی شده بازاریابی است زیرا به شما



همایش
فرازان



Deutsch-Iranische
Industrie- und Handelskammer
اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان



International Study & Business Trip

2- 9th Oct. 2016

Germany - Hannover & Dusseldorf

ششمین تور آموزشی و تجاری مدیران

۱۸-۱۱ مهر ماه ۱۳۹۵ / آلمان (هانوور و دوسلدورف)



Improve Your Business Decisions & Leadership Skills

“بازدید از کمپانی های مطرح جهان و ملاقات با مدیران ارشد سازمانهای پیشرو در
کشور آلمان و یادگیری رموز موفق مدیران به صورت عملی”

- ۸ کارگاه آموزشی تخصصی مدیریت با ترجمه همزمان
- اقامت در هتل های ۵ ستاره در شهرهای هانوور و دوسلدورف
- اخذ ویزای شینگن از کشور آلمان



Contact Us

+98-21 88059430-1
+98-21 88601626-7

www.hamayeshfarazan.org

Follow us on instagram: hamayeshfarazan



2nd Int'l Conference on future Studies

8-9th Sep. 2016 / Tehran - Iran

همایش
فرزان



دومین همایش بین المللی "آینده پژوهی"

۱۸-۱۹ شهریور ماه ۱۳۹۵ / مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما

**DR. Nick
BINEDÉL**



Gordon
Institute of Business
Science
University
of Pretoria

✓ دکترای مدیریت از دانشگاه مطرح و اشنگتن
و استاد دانشگاه London Business School
و دانشگاه Erasmus
✓ بنیانگذار و مؤسس یکی از بهترین و بزرگترین
دانشگاه های جهان در آفریقای جنوبی (GIBS)
بر اساس دیدگاه مجله "فایننشال تایمز"

**DR. RAY
HAMMOND**



UNIVERSITY OF
OXFORD



Cass Business School

✓ دریافت کننده مدال طلای سازمان ملل
در سال ۲۰۱۰ به دلیل ۲۵ سال خدمت
به صنعت آینده پژوهی و پیش بینی آینده
✓ نویسنده ۱۴ عنوان کتاب در حوزه آینده
پژوهی در سال ۱۹۸۰ و اولین کتاب در صنعت
اینترنت با عنوان راهنمای آنلاین

**DR. GRAEME
CODRINGTON**



London
Business
School

✓ مدیر عمل سازمان تحقیقاتی Tomorrow
در حوزه شناسایی نیروهای اخلاکگر
در سازمان ها و اقتصاد جهانی
✓ نویسنده ۴ کتاب پرفروش از جمله
"راهنمای آینده"

**DR. SIMON
MOORES**



FUJITSU



✓ سفیر اسبق تکنولوژی در دولت انگلستان
(Technology Ambassador)

✓ ریاست اجلاس های مهم بین المللی از
جمله اجلاس جرائم اینترنتی، دولت
الکترونیک

✓ پیش بینی دنیای کسب و کار در
۵ سال آینده

✓ آخرین و خارق العاده ترین تکنولوژی
های نوظهور در جهان

✓ از هم گسیختگی دیجیتال و
واقعیت مجازی

✓ مدل های جدید کسب و کار و
نیروهای انسانی متفاوت در سال
۲۰۲۵

**DR. PIETER
GELDENHUYS**



Northwest
UNIVERSITY



✓ مدیر عامل "موسسه استراتژی و
نوآوری" یا تمرکز بر تکنولوژی های نوظهور

معاون نوآوری و آینده پژوهی اتحادیه
بین المللی مخابرات "در ژنوسوئیس"

هزینه ثبت نام عادی: ۶۵۰/۰۰۰ تومان

در پایان دوره گواهینامه معتبر بین المللی آموزشی به امضاء همه اساتید اهدا خواهد شد.



Follow us on Instagram:
hamayeshfarazan

www.hamayeshfarazan.org

۱- ۸۸۰۵۹۴۳۰ (۰۲۱)
۷- ۸۸۶۰۱۶۲۶ (۰۲۱)

تلفن های تماس:

همسر یا مادر؛ کدام يك

درس های فروش بیمه با حمید امامی



و اینکه آنجا چطور زندگی کرده است، از نقاط قوت و ضعف زندگی و کار در خارج از کشور و همچنین از موفقیت هایی که در کشور آفتاب تابان به دست آورده است، برایمان بگوید.

با پیشنهاد من، برق شادی در چشمانش به راحتی قابل رویت بود. روی صندلی اش جابه جا شد و آرنج هایش را روی میز گذاشت؛ به سمت من متمایل شد و شروع کرد به صحبت کردن از روز و شب هایی که در غربت گذرانده بود. از اینکه توانسته بودم این حس را در وجودش ایجاد کنم، احساس رضایت عمیقی نسبت به خودم داشتم. و از اینکه فرصتی پیدا کرده بود تا در مورد دستاوردهای زندگی اش برای دیگران تعریف کند، خیلی خوشحال بود. با خودم فکر می کردم ما چقدر و به چه سادگی می توانیم به انسان ها کمک کنیم تا حال خوبی پیدا کنند و چه وقت هایی به سادگی از کنار این فرصت ها می گذریم.

آقای ملکی، دوست قدیمی ام را در یکی از مهمانی های دوستانه دیدم. مدت ها بود که خارج از کشور کار کرده بود؛ در ژاپن از هر کاری که می توانست انجام دهد، فروگذار نکرده بود، از کار در رستوران و کارگری ساختمان و کار در کارخانه تا سرپرستی خط تولید. سرمایه ای را برای خودش دست و پا کرده بود و برای ادامه زندگی به ایران برگشته بود. از دواج کرده بود و دو تا بچه داشت. وضعیت ظاهری آقای ملکی نشان از موفقیت مالی داشت. همین طور که سر میز نشسته بود، در چشمانش خیره شده بودم؛ غم عمیقی را در چشمانش حس کردم؛ تضاد زیادی بین درون و بیرونش احساس کردم. طبع فروشنده ای ام گل کرد و با قصه فروش بیمه، سر صحبت را باز کردم. ابتدا ترغیبش کردم تا در مورد تجربیات سفرش به ژاپن برایمان بگوید



آقای ملکی در مورد کارهایی که در ژاپن انجام داده بود و درباره اینکه در شروع کار با چه مشکلاتی مواجه شده بود و روزهای سخت ابتدای ورود به ژاپن، و چگونگی به دست آوردن کار صحبت کرد؛ از روند رو به رشدش که چگونه پله های ترقی را طی کرده و از غلبه بر مشکلات و استقامت و تلاش های خستگی ناپذیرش گفت که او را به سرپرستی خط تولید رسانده است؛ همچنین از شیوه پس انداز و سرمایه گذاری با پول های کمی که داشته و توانسته برای خودش در ایران یک آپارتمان بخرد و کار و کسب موفق را داشته باشد. حرف های آقای ملکی داشت به انتهای می رسید ولی من به هدفی که دنبالش بودم، نرسیده بودم. با یک سوال دیگر، دوباره به حرف آمد. پرسیدم آقای ملکی الان از وضعیت موجود راضی هستی؟ همه چیز آن طور که می خواهی هست؟ نفس عمیقی کشید. به خوبی می شد آه کشیدنش را احساس کرد. لبخند تلخی زد و ادامه داد، همه چیز خوب است فقط یک موضوع خیلی عذاب می دهد. گفتیم خیر باشد. سرش را پایین انداخت و به ظرف میوه روی میز خیره شد و ادامه داد، بزرگ ترین معضل زندگی من شده مادرم، نمی دانم چه کار کنم؟ حرفش را قطع کردم و با لحنی حاکی از کنایه گفتم: آقای ملکی مگر می شود مادر آدم معضل بشود؟ با چشمانی پر از اشک ادامه داد، آخر می دانی، من میان دو مرز قرار گرفته ام، یک طرف زن و بچه هایم و طرف دیگر مادرم قرار دارد.



همسرم از اینکه مادرم با ما زندگی می کند، ناراحت است و اعصابم را بهم ریخته است. از طرفی مادرم هم مریض است و نمی توانم تنهایش بگذارم. انتخاب بین این دو نفر برایم غیر ممکن شده است. زندگی برایم به یک جهنم واقعی تبدیل شده است. وقتی به دنیا آمدم، سه ماه بود که پدرم از دنیا رفته بود، و مادرم سه ماه آخر بارداری اش نمی دانم با چه امیدی بچه بی پدرش را با خودش حمل می کرد؛ پس از به دنیا آمدن من، با کارگری و زحمت کشیدن و ارنیه ناچیزی که از پدر خودش به جای مانده بود، من را بزرگ کرد، به مدرسه فرستاد؛ شب ها خسته و کوفته از سر کار به خانه برمی گشت و تازه اول سروکله زدن با من و رسیدن به درس و مشق های من بود. حرفش را قطع کردم و پرسیدم شغل پدرت چه بود؟ «پدرم مکانیک ماشین های سنگین بود.» پرسیدم بیمه تامین اجتماعی نداشت؟ «نه، هیچ بیمه ای نداشت. یک شب از سر کار برمی گردد خانه، با مادرم شام می خوردند و از مادرم می پرسد بچه مان را چند روز دیگر تحویل می دهی؟ مادرم هم به او می گوید مگر تعمیرگاه است؟ کلی با هم می خندند و سپس می خوابند؛ صبح مادرم برای نماز صبح بیدار می شود، پدرم را صدا می زند، هر چه صدا می زند جوابی نمی شنود، متوجه می شود پدرم در خواب فوت کرده است، و از همان روز، روزهای سخت زندگی مادرم شروع می شود. با سختی ها کنار می آید، با اینکه خواستگاری های زیادی داشته هرگز راضی نمی شود که ازدواج کند.»



منتشر شد:

چاپ سوم



همه‌ی آنچه
می‌خواهید در مورد
فروشنده‌ی بیمه
بدانید، در این کتاب
از حمید امامی
خواهید یافت

برای خرید این کتاب، عدد ۱۳۳۸ را به
شماره‌ی ۱۰۰۰۴۶۴۴۶ پیامک کنید.



گفتم چه عالی، فکر خیلی خوبی است، ولی حالا که نمی‌توانی برگردی، چه کار می‌کنی؟ گفتم می‌سوزم و می‌سازم. پرسیدم خودت چه بیمه‌ای داری؟ گفتم هیچ بیمه‌ای ندارم. پرسیدم چرا هیچ بیمه‌ای نداری؟ گفتم من نیازی به بیمه ندارم. گفتم پدرت فکر می‌کرد به بیمه نیاز پیدا کند؟ اگر سروکار مادرت به خانه سالمندان نبفتد، افسوس نمی‌خورد که چرا بیمه ندارد؟ اگر یک وقت بلایی سرت بیاید و مادرت تنها بشود، چه وضعیتی خواهد داشت؟

گفت هیچ، نابود می‌شود. خانه که به نام خانمم است، و مغازه هم هنوز قسط دارد، دوتا بچه دارم و از مغازه هم خانمم ارث می‌برد، چیزی برای مادرم نخواهد ماند. تازه بیچاره دست و پای ندارد دنبال ارث و میراث برود. با تمام وجودش من را بزرگ کرد که عصای دستش بشوم. گفتم کلید حل مشکلات پیش من است. البته نه برای زمان زنده بودن، بلکه برای زمانی که اگر بلایی سرت آمد، مادرت آواره نشود. موافقی؟ گفتم مادرم همه زندگی من است، هر کاری بتوانم حاضرم برایش انجام دهم. پرسیدم حاضری پنج درصد درآمد سالیانه‌ات را سرمایه‌گذاری کنی تا زمانی که خودت زنده هستی نگران آواره‌شدن مادرت نباشی، بعد از مادرت هم بچه‌هایت این تجربه دردناک خودت را نداشته باشند؟ گفتم این خیلی عالی است، باید چه کار کنم؟

فرم پیشنهاد بیمه عمر را از کیف در آوردم و خودکار را دستش دادم. فرم پیشنهاد را پر کرد و گفت حالا باید چه کار کنم؟ پرسیدم موبایل بانک داری؟ یا کارت‌خوان بدهم خدمتتان؟ خنده‌ای کرد و موبایلش را از روی میز برداشت و شماره کارت را گرفت و دو میلیون تومان به حسابم واریز کرد. من یک گام به آرزوی دیرینه‌ام نزدیک‌تر شدم (هر ایرانی یک بیمه عمر و سرمایه‌گذاری). همکاران عزیز، برای آسان کردن مسیر فروش، از مشتری‌تان بخواهید در مورد سه زمان برای شما صحبت کند:

۱- از گذشته‌اش برایتان بگوید.
۲- از وضعیت کنونی‌اش بگوید.
۳- از برنامه‌های آینده‌اش بگوید.
به دست آوردن این اطلاعات، کلید طلایی فروش است و به راحتی دروازه‌های تسخیرناپذیر فروش را برای شما باز می‌کند.



سال‌ها گذشت و با هم زندگی کردیم. هزینه تحصیل و مخارج دوران سربازی را مادرم با کار کردن و سختی تأمین می‌کرد. بالاخره سربازی هم تمام شد و من باید برای کار و زندگی مستقل آماده می‌شدم. یکی از دوستانم که دایی‌اش ژاپن کار می‌کرد و در سربازی با هم آشنا شده بودیم و عشق ژاپن بود -اصلاً به خاطر گرفتن پاسپورت و سفر به ژاپن سربازی رفته بود- قرار شد با هم برویم ژاپن و با کمک دایی‌اش کار پیدا کنیم و زندگی کنیم. موضوع را با مادرم در میان گذاشتم. مادرم هم موافقت کرد و از من قول گرفت فقط زن ایرانی بگیرم، دلش نمی‌خواست عروس خارجی داشته باشد، می‌گفت خارجی‌ها ما را درک نمی‌کنند. من هم به مادرم قول دادم برایش عروس ایرانی بگیرم. مادرم یک بار دیگر دار و ندارش را وسط گذاشت، پول بلیت و ارز و بقیه هزینه‌های من را تأمین کرد و پسرش را به ژاپن فرستاد. شهاب، دوستم، ژاپن ازدواج کرد و من بعد از جمع و جور کردن یک سرمایه به ایران برگشتم. مادرم آرزو داشت دامادی من را ببیند، بساط عروسی من و همسر را راه انداخت.



اوایل زندگی برای اینکه مستاجر نباشیم، تمام پول‌ها را برای خرید خانه و مغازه دادم و کلی هم زیر بار وام و بدهکاری رفتم، و با سختی و مکافات با همسر کار کردیم و بدهی‌ها را پرداختیم تا اوضاع روبه‌راه شد و خدا را شکر وضعیت خوبی داریم. ولی مدتی است خانمم سر ناسازگاری با مادرم گذاشته و می‌گوید چرا ما باید خرج مادرت را بدهیم؟ مگر من گناه کرده‌ام؟ مادرت را ببر و بگذار خانه سالمندان. هر چه خواهش و تمنا می‌کنم گوشش بدهکار نیست. من که از خانه بیرون می‌روم احساس می‌کنم مادرم در خانه عذاب می‌کشد. خواهر و برادری هم ندارم که مادرم را پیش آنها بگذارم. اگر بمیرم حاضر نیستم مادرم را بیرون کنم، از طرفی همسر سال‌ها زحمت کشیده، دوتا بچه دارم، امکان گرفتن پرستار و خانه مستقل برای مادرم را هم ندارم. زندگی بدجوری به کامم زهر شده، بداخلاقی‌ها و تهدیدهای همسرم کلافه‌ام کرده است.

پرسیدم مادرت درآمد یا حقوقی ندارد؟ گفتم نه، کاش مادرم یک حقوق و درآمدی داشت که حداقل زحمات من به خاطر حقوقش هم که شده، مادرم را تحمل می‌کرد. بدبختانه مادرم موقعی که کار می‌کرد، حاضر نمی‌شد خودش را بیمه کند، می‌گفت همان پولی که می‌خواهم به بیمه بدهم، برای پسرم سرمایه‌گذاری می‌کنم که «عصای دستم در پی‌ری بشود». پرسیدم اگر برگردی به بیست سالگی، برای مادرت چه کار می‌کنی؟ گفتم از آب و نانم می‌زدم و مادرم را بیمه می‌کردم.

چگونه محصولتان را به مدیران بفروشید

فرانک ویسگاتیس / مترجم: شادی حسن پور



برای فروش فقط به محصول و ویژگی‌های آن بسنده نکنید.

اگر فروشندگان با محصولی که می‌خواهند آن را به فروش برسانند نا آشنا باشند، شرکتشان به آنها کمک می‌کند و فروشندگان را به سلاح «ویژگی‌های خاص و برتر محصول» مجهز می‌کند. این رویکرد از دو جنبه خطرناک است: فروشنده نظر خودش را به مشتری تحمیل می‌کند و نظر او را نمی‌پرسد و تمرکز بر تعداد زیادی از ویژگی‌های محصول، مانع عملکرد مناسب فروشنده در معرفی محصولش خواهد شد.

واقعیت امروزی این است که چرخه توسعه و تولید فشرده‌تر شده است. پروفیسور ریگانتر مک گرث، از مدرسه عالی تجارت کلمبیا، کتاب‌هایی در این زمینه نوشته و خاطر نشان کرده است که مزایای رقابتی پایدار و طولانی‌مدت محصولات یک استثنا هستند، تا یک قاعده.

حتی اگر فروشنده‌ای مزایای محصولی را بسیار دوست داشته باشد، باز هم استفاده از این مزایا در هنگام فروش در سطوح بالا دشوار خواهد بود.



روی مسائل کاری و نتایج محصولاتان بر کسب‌وکار تمرکز کنید.

عادت‌های قدیمی فروش هنوز ادامه دارند. همه از فروشندگان انتظار دارند که در زمینه محصول موردنظر تخصص داشته باشند. شرکت‌ها هنوز هم دوره‌های آموزشی طولانی‌مدتی برای فروشندگان برگزار می‌کنند تا با محصول آشنا شوند در حالی که بازار کار فعلی بیشتر به متخصصان فروش و بیزینس نیاز دارد و مدیران اجرایی کمی هستند که حوصله معرفی طولانی‌مدت محصول را داشته باشند. مشغله آنها بسیار زیاد است و فقط می‌خواهند بدانند که ارزش و پتانسیل محصول شما در چیست.

بدانید که زمان به نفع شما عمل نمی‌کند.

مطالعه‌ای که اخیراً از سوی کمپانی مایکروسافت صورت گرفته است، نتایج عجیبی را نشان می‌دهد. این پژوهش نشان می‌دهد که در چند سال اخیر دامنه توجه و تمرکز مردم به شکل قابل توجهی کاهش یافته است. از سال ۲۰۰۰ به بعد، دامنه توجه مردم یک‌سوم کاهش داشته و به هشت ثانیه رسیده است. برای این که این موضوع را به شکل ملموس‌تری احساس کنید، باید بدانید که دامنه توجه فعلی ما یک ثانیه کمتر از ماهی قرمز است!



حواس ما به دلیل توسعه فناوری در زندگی به طور مرتب پرت می‌شود. نمی‌دانم اگر این پژوهش صرفاً در مورد مدیران اجرایی یا مدیران عامل صورت می‌گرفت، چه نتایجی حاصل می‌شد. بر اساس تجربیات من، بسیاری از مدیران عامل، بیش از عموم مردم، از اختلال بیش‌فعالی نقص توجه رنج برده و در حفظ تمرکز مشکل دارند. وقتی فروشندگان موقعیت مناسبی برای صحبت کردن با مدیران اجرایی ارشد به دست آورند، باید حواسشان به دامنه توجه آنها باشد. اگر فروشنده‌ای نتواند این کار را به درستی انجام دهد، به مشکل برخورد خواهد خورد.

تجربه خرید بهتری فراهم کنید تا نتیجه بهتری به دست آورید.

یکی از معدود مزایای رقابتی پایدار فراهم کردن تجربه خریدی

برتر برای آنهاست. با پنج گام زیر می‌توان این کار را انجام داد: در یابید که آنها می‌خواهند چه نتیجه کاری به دست آورند. به آنها کمک کنید تا دریابند که چرا نمی‌توانند در محیط کاری فعلی‌شان به نتایج دلخواه برسند. فقط ویژگی‌هایی از محصولاتان را ذکر کنید که به مشکل آنها مرتبط است.

ارزش‌گذاری کنید.

به خریداران این قدرت را بدهید تا به اهداف موردنظرشان برسند.

بعد از تماس موفقی که در زمینه فروش داشتید، بسیار مهم است که خلاصه‌ای از آنچه را که مورد بحث قرار گرفت به همراه مراحل بعدی برای مدیر مورد نظر ارسال کنید زیرا مدیران اجرایی علاقه دارند مسیر مشخصی را پیش روی خود ببینند.



همایش انقلاب کارآفرینی ۱

ENTREPRENEURIAL
REVOLUTION *Change Needs Courage*

تغییر جسارت میخواد

برای برپا کردن انقلابی
در حوزه کارآفرینی و تغییر
و تحول فردی عدد ۱۳ را به
۰۳۰۹۰۰۰۰۱۰۰۰۰ ارسال کنید.

زمان: پنجشنبه ۴ شهریور
ظرفیت محدود



سادات اعلایی: مدلی تغییر و تحول فردی
رکورد دار سفرانی در بزرگترین همایش ایران



دکتر مقیمی: کارآفرین برتر جهان اسلام





حسین یاغچی
سر دیبر

حسین یلچی
سرمدیور

در این شماره دکتر محمدحسین ادیب در یادداشت خود به عصر جدید شرکت‌داری و کارآفرینی اشاره می‌کند: «بنابراین ما وارد عصر تولید بدون کارخانه، شرکت‌داری بدون کاغذ، شرکت‌داری بدون جا و سیستم مالی بدون قلم و خودکار می‌شویم. یعنی

جناب حمید امامی در یادداشت این شماره‌ی خود، راهکاری برای فروش ارائه داده است که در نوع خود می‌تواند بسیار راهگشا باشد. در بخش پایانی مقاله‌ی حمید امامی می‌خوانیم: «همکاران عزیز، برای آسان کردن مسیر فروش، از مشتری‌تان بخواهید در مورد سه زمان برای شما صحبت کند: ۱- از گذشته‌اش برایتان بگوید. ۲- از وضعیت کنونی‌اش بگوید. ۳- از برنامه‌های آینده‌اش بگوید.» در ادامه از شیوه‌ای بنویسید که با استفاده از این راهکار به یکی از مشتریان مهم‌تان فروش انجام خواهید داد. توضیح‌تان هر چه جامع‌تر باشد، بهتر است.

[illegible]

رمق را می گیرند و رکود پدید می آورند. شناخت این هزینه های پنهان، یکی از مهم ترین وظایف هر شخص، چه در زندگی شخصی و چه در زندگی حرفه ای می تواند باشد. در ادامه پنج هزینه پنهان را شناسایی و فهرست کنید و راهکارهایی برای مقابله با آن روی کاغذ بیاورید.

از دوست گرامی، جناب مهدی حمزه ای، در این شماره یادداشتی می خوانیم که در بخشی از آن به اهمیت شناخت بودجه بندی و مسائل مالی پرداخته می شود. در زندگی شخصی و نیز در کسب و کارهای مان، هزینه های پنهانی وجود دارد که همچون خونریزی پنهان درون بدن،

یادداشتی بی نظیر در این شماره از رندی گیج منتشر شده با عنوان: «آنچه باعث پیشرفت نکردن شما می شود، چیست؟» پیشنهاد می کنم حتما این یادداشت بی نظیر را بخوانید. داخل پراتز بگویم که کتابی هم از رندی گیج با نام «نبوغ دیوانه» منتشر شده که تبلیغش در این شماره هست و اطمینان دارم یکی از بهترین کتاب هایی خواهد بود که در عمرتان می خوانید. در بخشی از یادداشت رندی گیج در این شماره به موضوع لایق ندانستن خود برای موفقیت اشاره می شود. اینکه مثلا خود را جوان تر از آن می دانید که موفق باشید و تصوراتی از این دست. شما درگیر چه تصوراتی هستید که مانع موفقیتتان می شود؟ ۵ موردش را شناسایی کنید و در جدول زیر بنویسید و دلیلی ضد آن بیاورید که نشان می دهد، تصورتان اشتباه است.

پاسخی برایشان ندارید، سوالاتی مانند چگونه، کجا، چه زمان، چه کسی و ...، ارتعاشی مخالف با ارتعاش خواسته تان ایجاد می کنید.» در واقع، استر هیکس می گوید به جای اینکه درگیر این موضوع شوید که چگونه می توانید به خواسته تان برسید، به این پردازید که چرا باید به آن هدف برسید. ۳ هدف مهم زندگی تان را در جدول پایین بنویسید و علتی را که می خواهید به آنها برسید، به صورت دقیق روی کاغذ بیاورید. همین می تواند بهترین تمرینی باشد که برای رسیدن به اهداف تان می توانید انجام دهید.

باز هم می خواهم به تقویم قانون جذب و دیدگاه های زیبا و متحول کننده استر هیکس (آبراهام) اشاره کنم. در بخشی از تقویم قانون جذب این شماره به موضوع هدف گذاری پرداخته می شود و شیوهی هدف گذاری صحیح و اصولی. در این بخش آمده: «وقتی در مورد چیزی که می خواهید و دلیل خواستن تان صحبت می کنید، معمولا در وجودتان مقاومت کمتری نسبت به وقتی احساس می کنید که در مورد چیزی که می خواهید و نحوه رسیدن تان به آن صحبت می کنید. وقتی سوالاتی مطرح می کنید که

۱۰ نکته طلایی از کتاب قدرت تفکر نوشته جوزف مورفی

یادداشتی از منیر جوادی پور، مشاور کتاب



جملات الهام بخش

- مال از بهر آسایش عمر است، نه عمر از بهر گرد کردن مال. «سعدی»
- افکار، انرژی هستند و شما می‌توانید دنیای خودتان را با افکارتان آباد یا نابود سازید. «سوزان تیلور»
- اشتباه عملی است که از انسان سرمی‌زند. شما ممکن است شکست بخورید اما به خاطر آن تبدیل به یک شکست‌خورده نمی‌شوید. «هایدن سارجنت»
- هر گاه بر تردیدهایتان غلبه کردید، می‌توانید حقیقتاً زندگی کنید. «آلبر ماله»
- مهم‌تر از این که در کجای مسیر باشی این است که در مسیر باشی. «جان لویی»
- اگر همواره مانند گذشته بیندیشید، همیشه همان چیزهایی را به‌دست می‌آورید که تا به حال کسب کرده‌اید. «فاینمن»
- کسی که چرایی در زندگی دارد؛ با هر چگونه‌ای خواهد ساخت. «نیچه»
- فرق بین خوب و عالی فقط اندکی تلاش بیش‌تر است. «کلارنس بیگی مان»
- هیچ‌کس نمی‌تواند از حدودی که برای خویش تعیین نموده، جلوتر رود. هر که طالب بزرگی است نباید خود را کوچک بشمارد. «اورایزن اسوت ماردن»
- آن عده از انسان‌ها که از حرکت و رشد می‌ترسند، به وسیله زندگی بلعیده می‌شوند. «پتی هنسن»
- آن‌هایی که انجام کاری را غیرممکن می‌دانند نباید مانع انجام آن کار توسط دیگران شوند. «مارتین لوتر کینگ»
- آن که خود را به امور کوچک سرگرم می‌کند، چه بسا که توانایی کارهای بزرگ را ندارد. «لاروشفوکو»
- شما بدون تسلط بر خودتان نمی‌توانید فاتح دیگران باشید. «کیم وو چونگ»
- حافظه خوب حافظه‌ای است که بداند چگونه امور بی‌اهمیت را فراموش کند. «کلیفتون فادیمن»



۱- مورفی ذهن نیمه‌هوشیار را تاریکخانه‌ای می‌داند که ما در آن تصاویری را ظاهر می‌کنیم که قرار است در زندگی واقعی‌مان ظهور پیدا کنند. وقتی ذهن هوشیار شاهد یک اتفاق باشد از آن عکس می‌گیرد و آن را به یاد می‌آورد و ذهن نیمه‌هوشیار برعکس عمل می‌کند یعنی قبل از اینکه یک اتفاق بیفتد آن را می‌بیند (به همین دلیل است که نیروی شهود اشتباه نمی‌کند).

۲- ذهن نیمه‌هوشیار به فکری که از روی عادت می‌کنیم پاسخ می‌دهد. این بخش از ذهن، کاملاً خنثی است و خوشحال است که هر عادت

۳- این یک واقعیت تلخ است اما آشنایی با ذهن نیمه‌هوشیار باعث پیشرفت‌مان می‌شود؛ به این معنی که ما فقط با کنترل کردن تصاویری که وارد ذهن نیمه‌هوشیارمان می‌کنیم می‌توانیم زندگی‌مان را از نو بسازیم. این نکته به علاوه دستورالعمل‌ها و جملات تلقینی مثبت که بهترین تأثیر را روی ذهن نیمه‌هوشیارتان خواهند داشت، کتاب مورفی را به ابزاری برای آزادی تبدیل کرده‌اند.



درک ذهن نیمه‌هوشیاران به عنوان یک مکانیسم عکسبرداری، دغدغه و تلاش سخت را برای تغییر دادن زندگی‌تان از بین می‌برد زیرا فقط کافی است تصاویر قبلی را با تصاویر جدید جایگزین کنید سپس خواهید دید که به چه سادگی زندگی‌تان تغییر می‌کند.

۴- ذهن نیمه‌هوشیار با ذهن هوشیار تفاوت زیادی دارد. یکی اینکه نمی‌توان به هیچ کاری مجبورش کرد. اگر با آرامش به این مسئله ایمان داشته باشید که می‌تواند به آسانی کاری را که به او محول کرده‌اید انجام بدهد به بهترین شکل پاسخ می‌دهد. سخت تلاش کردن که ممکن است برای انجام کاری که به ذهن هوشیارتان محول کرده‌اید موثر باشد، باعث شکست ذهن نیمه‌هوشیار می‌شود زیرا تلاش سخت به ذهن نیمه‌هوشیارتان این طور القا می‌کند که مشکلات زیادی در راه رسیدن به هدف‌تان وجود دارد.

۵- علاوه بر ایمان همراه با آرامش، احساسات نیز باعث افزایش سادگی کار ذهن نیمه‌هوشیار می‌شوند.



یک ایده یا فکر به تنهایی ممکن است ذهن هوشیار را تحریک کند اما ذهن نیمه‌هوشیار دوست دارد همه چیز «با احساسات» همراه شود. وقتی یک فکر به احساس و یک تصویر به اشتیاق تبدیل می‌شود ذهن نیمه‌هوشیار با سرعت و فراوانی چیزی را که می‌خواهید به شما تحویل می‌دهد.

۶- مورفی می‌گوید ایمان به عملکرد ذهن نیمه‌هوشیار از دانستن شیوه کارکرد آن مهم‌تر است. ویلیام جیمز، پدر روانشناسی آمریکا، معتقد بود بزرگ‌ترین کشف قرن نوزدهم، کشف قدرت ذهن نیمه‌هوشیار بود که به قدرت ایمان اضافه شد.

سودو کو

برای مدیران

سخت

8				6			5	7
			4		3			
		6		1				
5	4					3	9	
				4				
	7	2					6	4
				5		6		
			3		8			
4	8			7				5

آسان

				1	2			
	8	4		9			7	
1			3				9	
8			4		2	7		
	6			5			3	
		1	8		9			6
	5				3			2
	2			8		1	4	
		3	6					



شاید این مسئله که شما می‌توانید با تغییر دادن فضای ذهنتان زندگی‌تان را تغییر بدهید، در کنار کشف قاره‌های جدید، الکتریسته یا نیروی بخار در کتاب‌های تاریخ نیامده باشد اما همه افراد بزرگ از آن باخبر هستند.

۷- مورفی می‌گوید: «قانون ذهن شما همان قانون باور است.» اعتقادات ما زندگی‌مان را می‌سازند. ویلیام جیمز متوجه شده بود هر چه که مردم انتظارش را داشته باشند اتفاق می‌افتد و اصلاً مهم نیست در زمانی که به چیز مورد نظرشان فکر می‌کنند آن چیز وجود دارد یا خیر.

۸- انسانی که از نظر روانی آشفته است با فردی که از نظر روانی سالم است از نظر قدرت باور، برابری می‌کند. وقتی یک دیوانه در آسایشگاه روانی می‌گوید الویس پریسلی است «دروغ نمی‌گوید» زیرا واقعاً فکر می‌کند که پریسلی است. ما باید از همین قدرت برای اهداف سازنده استفاده کنیم. آرزو نکنیم بلکه مطمئن باشیم همسر ایده‌آل یا نابغه دنیای تجارت هستیم. راهش فقط این است که هدفی را که تقریباً احمقانه و غیرممکن به نظر می‌رسد انتخاب کنیم و به آن باور و ایمان داشته باشیم؛ مثلاً چیزی که یک سال پیش در نظرمان غیرممکن بود و در عین حال آرزوی قلبی ماست.



۹- امروزه پزشکان به این نکته پی برده‌اند که دارونماها اگر با دستورالعمل‌های حاکی از اطمینان پزشک به بیمار همراه شوند که مثلاً: «این حتماً موثر است»، باعث بهبودهای معجزه‌آسایی می‌شوند. مورفی می‌گوید معجزات درمانی فقط نتیجه پیروی بدن از دستورات ذهن نیمه‌هوشیار است که می‌گوید: «تو کاملاً سالم هستی» آن هم در زمانی که طبیعت کنج‌کاو ذهن هوشیار آرام گرفته و خاموش است.

۱۰- مورفی می‌گوید: «احساس ثروتمند بودن» ثروت را در عالم واقع ایجاد می‌کند. ذهن نیمه‌هوشیار قانون بهره مرکب را درک کرده و از آن پیروی می‌کند. یعنی واریزهای کوچک ذهنی که به طور دائم و در طول زمان انجام می‌شوند به صورت مرکب درآمده و یک اصل بزرگ فراوانی را در ذهن شکل می‌دهند. او به خواننده نشان می‌دهد دقیقاً چطور سیگنال‌های مناسب را به ذهن نیمه‌هوشیارش بفرستد تا مطمئن باشد که این تصاویر فراوانی در دنیای واقعی، خودشان را نشان می‌دهند.

monir641@yahoo.com



آموز گاران پیشرفت شخصی و کاری، در یک هفته چه جملات انگیزشی نوشتند؟

لطیف احمدپور: در هر شماره مجله می‌توانید جدیدترین و بهترین نقل قول‌ها از اساتید بزرگ موفقیت در جهان را در طول دو هفته اخیر بخوانید. این نقل قول‌ها از روی صفحه اینستاگرام این اشخاص مطرح، انتخاب شده است.

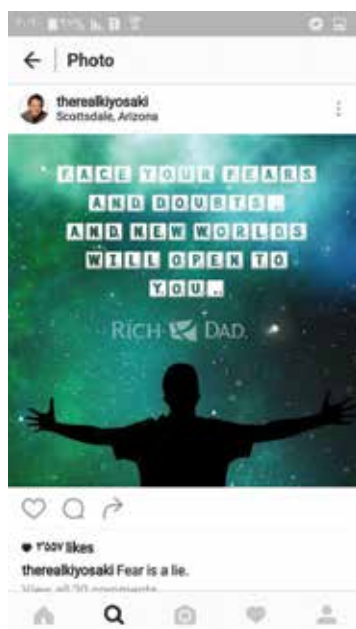




Connect with Instagram



صفحه رسمی مجله ساکسس:
یاد بگیرید زمانی که در جستجوی
اهداف و رویاهایتان هستید، با آنچه که
دارید شاد باشید. «جیم ران»



صفحه رسمی جک
کنفیلد:
همه چیزهایی که
در طلبشان هستید
در آن سوی ترس
قرار دارند. «جک
کنفیلد»

صفحه رسمی رابرت
کیوساکی:
با ترس‌ها و
تردیدهایتان روبرو
شوید. با این کار
جهان جدیدی به
رویتان باز می‌شود.



صفحه رسمی اریک
وور:
هیچ آسانسوری برای
موفقیت وجود ندارد.
شما مجبورید از پله‌ها
بالا بروید.

صفحه رسمی زیگلار:
نگرش چیز کوچکی
است که تفاوتی بزرگ
پدید می‌آورد.



میخواهید هر روز صبح بهترین اساتید موفقیت در جهان، جدیدترین فنون برای موفقیت در زندگی را به شما بگویند؟



آخرین ترندهای موفقیت در زندگی را از اساتید برتر
جهان همزمان با بقیه ی مردم جهان یاد بگیرید
به همراه آزمون ماهانه برای کارمندان سازمان ها

ما سیستمی را ایجاد کرده ایم که شما می توانید هر روز درس های جدید
تجاری و انگیزشی بهترین اساتید ایران و جهان را در حین صبحانه بخوانید
و در زندگی تان به کار بگیرید. ویدیوها، صوت ها و مطالب، هر روز به
ایمیل یا تلگرامتان ارسال خواهد شد.

آثار روزانه اساتیدی نظیر: برایان تریسی، آنتونی رابینز،
جان سی مکسول، رابرت کیوساکی، جک کنفیلد، دارن
هاردی و....

با عضویت در سیستم اشتراک روزانه
مطالب سایت مجله خلاقیات، تحول فردی
و شغلی را واقعا تجربه کنید



جهت دریافت اطلاعات بیشتر از
QR Code زیر استفاده کنید



۵۵٪ تخفیف تابستانی

هدیه: ارسال رایگان ۷۰ کتاب پی دی اف انگیزشی
به همراه بیش از ۲۰۰ کلیپ انگیزشی در دو دی وی



MAKE
A BIG
DIFFERENCE



BANA SHINE
Go on Shine Bright

گروه طراحی و اجرای معماری داخلی

بنا شاین

● طراحی و اجرای معماری داخلی

● طراحی و اجرای نما

● بازسازی

● مبلمان

گروه پناشاین به عنوان دپارتمان معماری داخلی شرکت سیف بنا با سابقه‌ای درخشان در صنعت ساختمان، سالهاست در زمینه‌های معماری داخلی، نما، مبلمان و مرمت فعالیت نویسی را آغاز نموده است. پناشاین افتخار دارد که به عنوان اولین گروه ارائه دهنده خدمات یکپارچه در زمینه Remodeling از مرحله طراحی تا اثاث کشی حرفه‌ای و مبلمان خدمات خود را به مشتریان با بالاترین کیفیت ارائه می دهد.

تلفن: ۰۲ - ۹۸۲۱ ۲۲۸۱۶۴۶۰

+۹۸ ۹۱۲۱۴۸۵۴۶۵

پست الکترونیکی: Info@banashine.com

پایگاه اینترنتی: www.banashine.com

کانال تلگرام: @Banashine

حساب اینستاگرام: #Banashine

تهران - خیابان پاسداران شمالی - ضلع

جنوب شرق چهارراه فرمانیه - جنب بن

بست ترنج - پلاک ۵۱۹

کدپستی: ۱۹۵۷۹۴۳۱

همایش بزرگ راهکارهای بازاریابی نوین و افزایش فروش

مرکز همایش‌های کتابخانه ملی

اعطای گواهی نامه بین المللی

www.conf.e-act.ir

۰۲۱-۶۶۹۵۰۰۹۴



کنسرسیوم
کسب و کار اینترنتی ایران



Community of Professional Managers
& Entrepreneurs Europe & Asia

جامعه مدیران و کارآفرینان حرفه ای اتحادیه اروپا و آسیا



دکتر حمیدرضا
اسماعیل خو



شهرام جزایری



دکتر مهدی جبرائیلی



محمدصادق مالکی



آیت حسینی



حسین طاهری

ویژه کسب و کارهای اینترنتی
و مدیران بازاریابی سازمان ها

۲۱ مرداد ۱۳۹۵

به همراه کارگاه‌های جانبی



مایکل لندر

رئیس آکادمی آموزش بازاریابی اروپا

tlgrm.me/eactir

[instagram.com/e_act.ir](https://www.instagram.com/e_act.ir)