

استعداد و قابلیت شما چیست ؟

با شناخت بیشتر از شخصیت واقعی خود ، از استعدادها و قابلیت های خود آگاه شوید . با شناخت آرزوها و اهداف خود ، اعتماد به نفس بیشتری پیدا کنید و بهتر تصمیم بگیرید .

با رفع کمرویی و آموختن آیین سخن گفتن ، راه گفتگو با دیگران را بر خود هموار سازید . با آموختن تکنیک های ساده و عملی این کتاب تضاد و تردید را از خود دور سازید و اراده خود را تقویت کنید . با آشنایی با روش الگوبرداری از گفتار بزرگان ، موفقیت خود را در بازار کار تضمین کنید . با خواندن سرگذشت زنان و مردان موفق و معروف کشورمان به راز موفقیت آنها پی ببرید . در این کتاب با سرفصل هایی چون موفقیت ، تصمیم گیری ، این اصول مهم اند ، از شکست نهراسید ، سایر عوامل موفقیت ، از وقت چگونه باید استفاده کرد ، موفقیت شما بستگی به طرز فکرتان دارد ، رمز موفقیت در بازار و... آشنا خواهیم شد .

شادی و شادمانی رابطه تنگاتنگی با میزان موفقیت در زندگی دارد . برای تداوم این شادی باید همواره از زندگی خویش رضایت داشته باشیم . انسان از لحظه ای که خود را می شناسد تا آن دم که چشم از جهان فرومی بندد پیوسته در تلاش برای دستیابی به موفقیت و کامیابی است . بنابراین تعجبی ندارد اگر همه طالب آموختن رمز و راز موفقیت باشند . نیل به موفقیت کلید و مفتاحی دارد و کسی که آن را یافت هرگز از قله شادمانی فرو نخواهد آمد . انسان با کسب موفقیت به دو پیروزی بزرگ نایل می گردد . هم به لحاظ مادی بی نیاز می شود و هم از نظر روحی و روانی شایستگی خود را به اثبات می رساند . تحقق این دو هدف ارزشمند خود مشوق انسان است تا سراسر عمر در تلاش و تکاپو باشد . انسان بی هدف کاملاً تابع حوادث و پیشامدها است . کسی که هدف روشنی در زندگی دارد ، پس از رسیدن به کامیابی احساس خوشبختی و آرامش می کند اما افرادی که اهدافی نامشخص را پی می گیرند به هر مقامی که برسند باز هم ناراضی اند .

تعیین هدف

در تعیین اهداف خویش باید از تقلید کورکورانه بپرهیزیم . برای شناخت بهتر اهداف خویش و نیز انتخابی آگاهانه از میان امکانات متعدد ، کاغذی بردارید و در گوشه ای خلوت و آرام بنشینید و کلیه اهدافی را که در سر می پرورانید در آن یادداشت کنید . پس از فراغت از این کار به سه مرحله تمرکز و تفکر ، مطالعه و مشاوره بپردازید . سپردن اندیشه ها و آرزوها به مغز و ایجاد فرصت لازم برای بررسی یکایک آنها امروزه بین همه کسانی که به نیروی شگفت انگیز مغز آگاهند متداول است .

اندیشه ، تفکر ، تمرکز

اندیشه انسان آفریننده است و افکار خلاق در ذهن او جاری اند . برای آن که از این افکار در جبهتی درست بهره گیریم باید آنها را از ادانه به ضمیر ناخودآگاه خویش بسپاریم و پس از بررسی های لازم ، فکر پویا و مثبت را از لابلای افکار متفاوت خارج سازیم .

مطالعه

پس از تمرکز و بررسی اهداف نوبت به مطالعه می رسد . خواندن افکار و سرگذشت بزرگان به ما در روند دستیابی به هدف صحیح یاری می رساند . با روش الگوبرداری و مدل سازی در وقت و پول شما نیز صرفه جویی می شود . به طوری که بعدها با آگاهی در مسیری قدم می گذارید که دیگران آن را به خطا رفته اند و برایش خسارت پرداخته اند و سرانجام مطالعه پل ارتباط دهنده مغز هاست .

مشورت

مشاوره عاملی موثر و یاری دهنده در مسیر پیروزی و موفقیت است . کسی که در امور مهم با خردمندان مشورت کند شریک عقل آنهاست . مشورت با آدم بدبین بسیار خطرناک است زیرا او جز سیاهی و تباهی و بدبختی چیزی نمی بیند و صرفاً افکار بدبینانه خود

را به شیوه ای نصیحت گونه به شما منتقل می کند. مشورت با آدم مثبت اندیش و فارغ از بدبینی ها نتیجه ای بسیار امیدوارکننده دارد. آدم خوش بین بیش از همه چیز بر مزایا و محسنات کار مورد نظر تمرکز می کند. آدم ترسو خطرات و ضررها را چند برابر می بیند. او شهامت هیچ کاری را ندارد و همیشه به نحوی ناتوانی و ترس خود را توجیه می کند.

#### هدف

هدفی را انتخاب کنید که ضمن فراهم ساختن رفاه و آسایش به شما خوشی و نشاط بخشد و به دور از چشم و هم چشمی و رقابت باشد. انتخاب هدف نیاز به اندیشه و تفکر دارد. هیچ وقت برای تغییر تصمیمتان دیر نیست، توجه به توصیه های نابجای اطرافیان و اهمیت دادن به پیش داوری های جامعه در مورد ارزش و اعتبار یک حرفه خاص مانع از انتخاب صحیح می شود. علاقه به کار و نداشتن تضاد، یک دل بودن و به دنبال کارهای متعدد نرفتن، چهار عامل مهم و اساسی در جهت نیل به موفقیت است. باید به هدف های بزرگ بیندیشیم و برای رسیدن به آنها سرسختانه تلاش کنیم. همه می توانیم جزء بهترین ها باشیم به شرطی که با تمام وجود بخواهیم و این خواست درونی و قلبی را همواره تکرار کنیم. اگر در کارها جدیت به خرج ندهیم بی استعدادترین افراد مصمم و باراده بر ما پیشی خواهند گرفت. از مغز خود باید حداکثر استفاده را ببریم و با مقاومت، سخت کوشی، نظم، دقت و شکیبایی پیمانی ابدی ببندیم.

#### شناس و اقبال چیست؟

شناس و اقبال به معنای استفاده به جا از فرصت های پیش آمده و توانایی درک موقعیت های مناسب است. به نظر فلاسفه با آری گفتن به مشکلات و تلاش و کوشش، غیرممکن ها ممکن می شود و خواستن ها به توانستن ها بدل می گردد.

#### کار بزرگ چیست؟

کار بزرگ وجود ندارد به شرطی که آنرا به کارهای کوچکتر تقسیم کنیم. از انجام کارها هراس به خود راه ندهید. با انتخاب راه و روش درست و مقاومت و شکیبایی هر کاری امکان پذیر است. همچون ذره بین همه نیرویتان را در یک نقطه متمرکز کنید. آرزوها و اهداف خود را به ضمیر باطن بسپارید تا با دقت روی آن کار کند و نتیجه صحیح را در اختیارتان گذارد.

**نقش افکار منفی، گفته های منفی خود را دنبال و از آنها جلوگیری کنید.**

هرگز ذهن خویش را با این افکار که من عوض شدنی نیستم، این جوری به دنیا آمده ام، زندگی با این حرفها تغییر نمی کند و یا وضع من با دیگران فرق دارد آلوده نسازید. اندیشه منفی همواره شما را به نتایج منفی خواهد رساند.

#### خلاقیت

هیچ گاه برای بروز خلاقیت های درونی دیر نیست و همیشه می توان از صفر آغاز کرد. کار امروز را به فردا نیندازید بلکه در صورت امکان کار فردا را امروز انجام دهید.

با سعی و کوشش مداوم به همه خواسته ها و آرزوهایتان دست می یابید. افکاری چون قسمت نبود یا من سرنوشت دیگری داشتم را از ذهن خود خارج سازید. روش الگوبرداری به ما در رسیدن به اهدافمان یاری می رساند. پس از بررسی و مطالعه هدف مورد نظر بلافاصله دست به اقدام بزنید. اجازه ندهید شکست دلسردتان کند. با تلاش و سخت کوشی بر آن فائق خواهید شد.

عشق و علاقه به هدف در مسیر به ما دلگرمی میدهد.

عشق و علاقه به هدف و آرزوهای دور و دراز پادزهر ترس و اضطراب است. با پیگیری کارها، مغز فعال تر و امید موفقیت در شما بارور می شود.

#### شکست

از شکست نهراسید و بدانید که تواناترین و لایق ترین افراد نیز با ناملایمات و سختی ها مواجه می شوند. کسانی که با اراده استوار و اعتماد به نفس بیشتر به دنبال اهداف خویش می روند، همواره پیروزند. اما کسانی که در اثر شکست مایوس می شوند هیچ راهی

به سوی موفقیت ندارند. از شکست درس عبرت بگیرید و آن را پایان کار تلقی نکنید و در پی علت ناکامی در زندگی باشید. از خود بپرسید اشکال کار چه بود و راه های جدید کدامند و برای برخاستن و دوباره آغاز کردن چه باید کرد .

نظم برای رسیدن به هدف

با نظم و ترتیب بخشیدن به اوقات روزانه، علاوه بر آن که به تمام کارهایتان رسیدگی می کنید از زمان های بیکاری خود نیز حداکثر استفاده را می برید. انسانی که آفریننده بولدوزر است باید از مخلوقش قوی تر باشد. برای رسیدن به اهداف بزرگ باید از خوشی های کوچک و گذرا صرف نظر کرد. زیاد کار کردن، در صورتی که انسان به کارش علاقه مند باشد بسیار سودمند است. قبل از آغاز هر کار باید مراحل اجرای آن را مشخص کنیم. با دوباره سنجی برنامه هایتان دست به ابتکارات و ابداعات جدید بزنید و راه حل های آسان تر و عملی تر را جستجو کنید. اگر در استفاده از امکاناتی که زندگی در اختیارمان می گذارد کوتاهی کنیم سزاوار سرزنش هستیم. اشتیاق و تدریج دو شرط اصلی موفقیت است. افکارتان را بر کسب درآمد جدید متمرکز سازید. رویایی فکر نکنید. هرگونه برنامه ریزی باید هماهنگ با امکانات و واقعیات زندگی شما باشد. ایده ها و آرزوهای بالقوه خود را هرچه زودتر به فعل درآورید تا راه خویش را به سوی موفقیت هموار سازید.

برداشتی متفاوت از سایت [ravanpajoh.com](http://ravanpajoh.com)

## بخش دوم

### موفقیت در بازار کار بخش دوم

نکات حیاتی برای کسب و مشاغل کوچک و مغازه ها

صد ایده برای بازاریابی موفق

موفقیت در فروشندگی خرده فروشی ها

هشت نکته مهم و حیاتی برای مشاغل کوچک

مساله مهمی که هر کسب و کاری با آن سروکار دارد ، معرفی خود به صورت مختصر و مفید است.

اثربخشی يك معرفي خوب و جامع اعم از کتبی ، شفاهی ، ویدئویی ، یا دیجیتالی می تواند به اندازه اولین ملاقات افراد با یکدیگر مهم باشد و تصویری ماندگار در ذهن مخاطب ایجاد کند.

برقراري يك ارتباط خوب با مخاطب علاوه بر شرایط مساعد منبع ارسال، گیرنده، وسیله ارسال و محیط انتقال، به صراحت، روشنی، وضوح، ترتیب، طبقه بندی و جامعیت خود پیام نیز بستگی دارد.

لازم به یادآوری نیست که مطلب کنونی ناظر بر این ویژگی اخیر بوده که برای مشاغل کوچک به معرفی کسب و کار و محصولات و شرحی در مورد مدیران کفایت می کند. هر کسب و کار باید این هشت نکته را آماده در دست داشته باشد و در هر نقطه تماس با مشتریان بالقوه، از آن ها جهت معرفی خود، استفاده کند. جای تعجب است اگر در شرایطی که مشتریان به اندازه کافی در مورد شما نمی دانند از آنان توقع داشته باشید تا شما را انتخاب کنند پس همین امروز نسبت به تهیه این مطالب در هر قالبی که مناسب می دانید اقدام کنید.

شرح مختصری از کسب و کار:

مردم اعم از مشتریان، تامین کنندگان، کارکنان، خبرنگاران و تمامی کسانی که ممکن است به نحوی بخواهند راجع به هویت شرکت یا کسب و کار چیزی بدانند، باید در کمترین زمان بیشترین اطلاعات را دریافت کنند، بنابراین چنین شرحی باید دارای مطالبی با عناوین زیر باشد:

**تاریخ تاسیس کسب و کار.**

**محل دفتر مرکزی و دفاتر یا نمایندگی ها.**

**نام و شرح مختصری از موسس و مدیران ارشد و سوابق آن ها.**

**شماره تلفن ها و دیگر وسایل تماس.**

**بیانیه ماموریت مختصر.**

معرفی محصولات : برای هر یک از محصولات یا خدمات خود باید متنی شامل موارد زیر را آماده داشته باشید:

کاری که محصول انجام می دهد.

ویژگی های متمایز و منحصر به فرد .

مقایسه با محصولات مشابه در بازار.

سطح کیفیت محصول.

تعهداتی که برای عملکرد صحیح و سالم محصول وجود دارد ضمانت، خدمات، و...

قیمت

**شرح حال مختصری از بنیانگذاران و مدیران ارشد :**

باید شرح حال مختصر و مفیدی در مورد هر یک از بنیانگذاران و نیز اعضای هیات مدیره را آماده داشته باشید. این شرح حال یا بیوگرافی می تواند موارد زیر را شامل شود :

تحصیلات و دوره های غیر آکادمیک.

تجربیات مرتبط.

موفقیت ها و افتخارات.

فعالیت های گروهی و ویژگی های کارهای گروهی انجام شده.

### بیانیه ماموریت:

یک بیانیه ماموریت می تواند در کارکنان ایجاد انگیزه کند و آنان را در مورد فعالیت و اهداف مجموعه راهنمایی کند. این بیانیه زمینه اصلی فعالیت و چشم اندازهای آتی را اعلام می کند و به این ترتیب می تواند شرایط بروز ظهور خلاقیت ها و ایده های جدید را در کارکنان فراهم آورد. شما حتی می توانید این بیانیه ماموریت را به سرمایه گذاری بالقوه، وام دهندگان و یا رسانه ها اعلام کنید و به این وسیله منشور شغلی خود را به دیگران ابراز و آنان را به وضوح در مورد فعالیت خود آگاه کنید.

**تاریخچه کسب و کار:** علاوه بر «شرح مختصری از کسب و کار» (موضوع بند یک) که اصولاً فهرستی از واقعیت ها را در مورد شغلشان بازگو می کند، اکنون باید در یک پاراگراف امکانات و شرایط را در بدو تاسیس و راه اندازی، همچنین اشاره های مختصری به مسیر رشد طی شده و توانایی های فعلی ارائه کنید.

**فهرستی از مشتریان سرشناس و طرف های مهم کاری:** ارائه فهرستی از مشتریان، طرف های کاری در زنجیره تامین و یا زنجیره توزیع که برای عموم شناخته شده هستند نظیر شرکت ها، موسسات و برندهای معتبر می تواند برای مشتریان بالقوه و نیز جذب سرمایه گذار مفید واقع شود.

رپورتاژ آگهی در جراید و یا رسانه های صوتی و تصویری:

هنگام افتتاح کسب و کار و یا معرفی محصول جدید، در نظر داشته باشید که چاپ رپورتاژ آگهی در روزنامه ها و نشریات و یا ارائه آن به صورت صوتی و تصویری در رسانه های مرتبط با توجه به نکته اشاره شده در ابتدای این مقاله یعنی رعایت نکات الزامی برای به حداکثر رسانیدن اثر بخشی ارتباط با مخاطب، فرصت خوبی برای شناساندن کسب و کارتان به مردم است.

این شیوه به هنگام شرکت در نمایشگاه های مختلف نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. رپورتاژ آگهی شما باید مطالب زیر را شامل شود:

دارای آرم مجموعه شما باشد.

مقدمه ای در مورد نقش صنفی و صنعتی کسب و کارتان در حیطه کلان اقتصاد جهانی و یا ملی.

تاریخچه کسب و کار

شرح مختصری از کسب و کار (بند یک)

معرفی محصولات (بند 2)

مقالات و یا خبرهایی که در رسانه ها و از قول شخصیت های گوناگون سیاسی، اجتماعی و علمی- فرهنگی، راجع به کسب و کار شما مطرح شده است.

در نظر داشته باشید انباشته کردن مطالب ممکن است موجب شود ناخودآگاه به چاپ و آگهی مطالب قدیمی و ناکارآمد پردازید. بنابراین بهتر است هر کدام از این مطالب را در يك فایل رایانه ای نگهداری کنید تا به هنگام نیاز برای دور جدیدی از رپورتاژ آگهی، آن ها را به روز کرده و اقدام کنید.

**بریده اخبار:** کسی را مسوول جمع آوری و بایگانی عنوان بندی شده بریده های روزنامه و جراید و یا جمع آوری اخبار مربوط به کسب و کار خود نکنید. آن ها را به صورت دوره ای (روزانه یا هفته ای) مرور کنید و آن را برای تهیه مرجع (رفرانس) و ارایه به دیگران استفاده کنید.

همین چند اقدام می تواند به افزایش اثربخشی شیوه معرفی شما به دیگران که در فرصت هایی نادر فراهم می آید منتهی شود. فراموش نکنید اولین برخورد همیشه تعیین کننده مکان و موقعیت شما در اذهان مخاطبانتان خواهد بود، پس آن را مهم شمارید و نسبت به برپا کردن آن حساسیت داشته باشید گروه علمی: مدیریت کسب و کار ، محمد سالاری

### بخش سوم

#### صد ایده برای بازاریابی ، فعالیت هایی برای موفقیت در بازاریابی

هرچقدر استراتژی جامعی برای بازاریابی داشته باشید، باز از دانستن نکاتی جهت هدف گیری دقیق مشتریان محصولات و خدمات تان بی نیاز نخواهید بود. در ذیل یکصد نکته بازاریابی برای کلیه کسب و کارهای خرد و کلان ارائه می گردد.

1. ایده های کلی
2. نگذارید روزتان بدون پرداختن به حداقل یک فعالیت بازاریابی شب شود.
3. درصدی از درآمد ناخالص خود را به عنوان بودجه سالیانه بازاریابی تعیین کنید.
4. هر سال اهداف خاص بازاریابی را تعیین و هر سه ماه یک بار آنها را ارزیابی و تنظیم نمایید.
5. یک پوشه برای نگهداری ایده های بازاریابی اختصاص دهید.
6. هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراه تان داشته باشید.
7. یک سنجاق سینه شخصی با آرم شرکت تان طراحی کنید و در جلسات به کت خود بزنید.
8. بازار هدف
9. نسبت به تحولاتی که شاید روی بازار هدف، محصول یا استراتژی بازاریابی شما تاثیر بگذارد، هوشیار باشید.
10. مطالعات تحقیق بازاریابی درباره حرفه، صنعت، محصول و گروه های بازار هدف خود را بخوانید.
11. آگهی های رقبای خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید.
12. از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه هایی برای بهبود کیفیت شوید.
13. از مشتریان سابق بپرسید چرا شما را رها کردند.
14. بازار جدیدی شناسایی کنید.
15. به یک فهرست پستی مربوط به حرفه تان بپیوندید.
16. توسعه محصول

17. یک خدمت، تکنیک یا محصول جدید ارائه دهید.
18. نسخه ای ساده تر، ارزان تر یا کوچک تر از محصول یا خدمت خود پدید آورید.
19. نسخه ای شکیل تر، گران تر، سریع تر یا بزرگتر از محصول یا خدمت خود ارائه دهید.
20. خدمات خود را بهنگام کنید.
21. آموزش، منابع و اطلاعات
22. یک تیم مشاوره در زمینه بازاریابی و روابط عمومی مرکب از همکاران و صاحبان کسب و کارهای مشابه را گرد هم آورید و به تبادل اندیشه و مسائل صنفی بپردازید.
23. برای کارکنان خود یک صندوق پیشنهادات بگذارید.
24. در سمینارهای بازاریابی حضور یابید.
25. کتاب های بازاریابی را بخوانید.
26. مشترک نشریات مکتوب و اینترنتی بازاریابی شوید.
27. هرماه یک جلسه بازاریابی با کارکنان یا مباحثان خود بگذارید تا درباره استراتژی و وضعیت بازار بحث کنید و ایده های تازه بگیرید.
28. به انجمن یا سازمان های مرتبط با حرفه تان ملحق شوید.
29. یک پوشه را برای یافتن طراح، نویسنده و سایر حرفه ای های بازاریابی کنار بگذارید.
30. یک مشاور بازاریابی جهت همفکری استخدام کنید.
31. «سفری خلاق» به شهر یا کشوری مترقی داشته باشید تا تکنیک های بازاریابی آنجا را یاد بگیرید.
32. قیمت گذاری و پرداخت .
33. ساختار قیمت گذاری تان را تجزیه و تحلیل کنید و ببینید کجای آن نیاز به اصلاح و تنظیم دارد.
34. به مشتریان امکان دهید با کارت اعتباری پرداخت کنند.
35. به مشتریان ثابت، تخفیف دهید.
36. شگردهای معامله پایاپای را بیاموزید. به اعضای برخی باشگاه ها، گروه های حرفه ای و سازمان ها در مقابل تبلیغ محصولات و خدمات شما در نشریات شان تخفیف بدهید.
37. برای «پرداخت های سریع» و نقد، تخفیف قائل شوید و از مشتریان ثابت به صورت قسطی پول بگیرید.
38. ارتباطات بازاریابی
39. برای مشتریان کنونی و بالقوه تان یک خبرنامه منتشر کنید.
40. بروشوری از محصولات و خدمات تان را چاپ کنید.
41. همراه بروشورهای خود یک برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمبرش را شما پرداخته اید. بدین ترتیب می توانید بازخورد ارزشمندی از مشتریان دریافت کنید.
42. یادتان باشد کارت ویزیت درون جعبه کارایی ندارد، حتما آن را پخش کنید. به هر مشتری بالقوه دو کارت ویزیت و بروشور بدهید تا یکی را نگه دارد و دیگری را به دوستانش بدهد.
43. برای هرکدام از بخش های بازار هدف تان یک کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلا یکی برای سازمان ها و نهادهای دولتی و یکی برای کاسب کارها و مصرف کنندگان)
44. یک پوستر یا تقویم با آرم شرکت تان چاپ کنید و به مشتریان هدیه بدهید.
45. روی سربرگ، برگه های فاکس یا صورتحساب، شعار یا جمله ای در وصف فعالیت خود به چاپ برسانید.
46. در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.
47. یک فهرست پستی جدید را امتحان کنید. اگر به ثمر نانشست، آن را به فهرست های کنونی پست مستقیم خود بیافزایید یا به فکر کنار گذاشتن فهرستی بیافزاید که توقعات شما را برآورده نمی کند.
48. برای بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت های رنگی یا بزرگ استفاده کنید یا نامه هایی را روی کاغذ سفید بدون خط بفرستید تا کنجکاری گیرنده را برانگیزد.
49. رابطه با رسانه ها
50. از انتشار نشریات جدید متوجه شوید تا اخبار خود را به رسانه و فرد مناسب بفرستید.

51. در روزنامه های عادی یا اقتصادی و نشریات تخصصی مطلب بنویسید.
52. مقاله ای به قلم خود چاپ کنید و نسخه های آن را برای همکاران تان بفرستید.
53. در تنظیم اخبار فعالیت شرکت خود کوشا باشید و آنها را به موقع و چندین بار برای مطبوعات ارسال کنید.
54. یکصدمین، پانصدمین یا یکصد هزارمین مشتری خود را در مطبوعات معرفی کنید.
55. یک جایزه سالیانه به راه اندازید و آن را در بوق و کرنا کنید. مثلاً می توانید به بهترین کارمند سال شرکت یا سازمان خود جایزه بدهید.
56. در زمینه رسانه و روابط عمومی آموزش ببینید یا مطالبی درباره آن بخوانید.
57. در برنامه های رادیویی و تلویزیونی حضور یابید.
58. در مورد صنعت یا تخصص خود سفارش یک برنامه تلویزیونی بدهید و آن را به شبکه محلی خود بدهید تا به عنوان یک برنامه عادی پخش کند.
59. نامه ای به سردبیر روزنامه یا مجله محلی تان بنویسید و او را به ناهار دعوت کنید.
60. اخبار خود را همراه عکس مربوطه به مطبوعات بفرستید.
61. مرتباً روزنامه ها و مجلات را برای یافتن فرصت های روابط عمومی بخوانید.
62. برای مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصی کسب و کارتان بفرستید.
63. در صنعت خود تحقیق کنید و پس از کشف یافته ای مهم، آن را در اختیار مطبوعات بگذارید.
64. خدمات مشتری و رابطه با مشتری
65. از مشتریان تان بخواهید که بازگردند.
66. تماس های تلفنی مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.
67. روی دستگاه پیامگیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعات کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.
68. روی دستگاه پیامگیر تلفن، پیامی بیادماندنی یا «نکته روز» را ضبط نمایید.
69. برای مشتریان تان نمایش یا هر رویداد جالب دیگر را سازماندهی کنید یا بلیت تئاتر و سینما و... برایشان بفرستید.
70. در دفترتان با حضور مشتریان یک سمینار برگزار کنید.
71. تشکرنامه های دستنویس خوش خط برای مشتریان بفرستید. می توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبت های سال، کارت تبریک ارسال کنید.
72. مقالات جالب را کپی کنید و همراه کارت ویزیت و بروشورتان برای مشتریان کنونی یا بالقوه بفرستید.
73. بخشی از وب سایت خود را به مشتریان اختصاص دهید.
74. هر از گاهی دکور محل ملاقات خود با مشتریان را از نو طراحی کنید.
75. شبکه رابط ها و تبلیغ دهان به دهان
76. به یک اتاق بازرگانی یا سایر سازمان های مرتبط بپیوندید.
77. بروشور خود را برای اعضای سازمان هایی که عضویت شان را دارید، بفرستید.
78. در ایام تعطیل، میهمانی تجاری بگیرید.
79. پس از شرکت در یک همایش، برای شرکت کنندگان آن نامه بفرستید.
80. تبلیغات
81. در فصل های اوج فعالیت تجاری برای کسب و کارتان تبلیغ کنید.
82. یک شماره تلفن راحت و بیادماندنی بگیرید.
83. برای سایت اینترنتی خود، آدرس بیادماندنی انتخاب کنید و آن را در کلیه ارتباطات بازرگانی قید نمایید.
84. از طریق پست مستقیم، کسب و کار خود را مشترکاً با سایر حرفه ای ها تبلیغ کنید.
85. در یک دایرکتوری ویژه یا کتاب زرد تبلیغ نمایید.
86. به منظور دستیابی به بازارهای خارجی، آگهی دو یا چند زبانه چاپ کنید. این آگهی را در نشریه ای پرمخاطب قرار دهید.
87. به مشتریان خود هدایای تبلیغاتی نظیر خودکار، پدماوس یا ماگ بدهید.
88. درون پاکت نامه یا مرسولات پستی، چیزی برجسته بگذارید تا کنجکاوی گیرنده تحریک شود.
89. مقابل پیاده روی دفترتان به کمک لیزر یک پیام تبلیغاتی بتابانید.

90. برچسب های جالبی برای نصب روی شیشه اتومبیل طراحی و بین مشتریان توزیع کنید.
91. آگهی های خود را کدگذاری و نتایج شان را دنبال کنید.
92. تابلو ساختمان تان و تابلوهای راهنمای داخلی و خارجی آن را بهبود ببخشید.
93. اگر فکر می کنید آرم شرکت شما منسوخ شده، آن را از نو رنگ آمیزی کنید.
94. حامی مالی یک مسابقه ورزشی یا برنامه رادیویی و تلویزیونی شوید.
95. رویدادهای ویژه
96. در نمایشگاه های مربوط به حرفه تان، حتما یک غرفه بگیرید.
97. همراه سازمان های غیرانتفاعی، مانند موسسات حمایت از کودکان معلول، اسپانسر یک برنامه یا ضیافت شوید.
98. در دبیرستان ها سخنرانی کنید و به دانشجویان درباره حرفه آینده شان توصیه کنید.
99. خیابانی در منطقه جغرافیایی تان انتخاب و اعلام کنید که نظافت آن را سازمان یا شرکت شما برعهده می گیرد. رهگذران با دیدن نام و آرم شما، متوجه اقدام پسندیده تان خواهند شد.
100. بخشی از وقت و پول خود را به سازمان های خیریه یا غیرانتفاعی اختصاص دهید و نتایج آن را در مطبوعات به چاپ برسانید.
101. یک سی دی یا فیلم آموزشی درباره خدمات خود تهیه کنید.
102. کتاب تالیف کنید.
103. ایده های فروش
104. روزنامه ها و نشریات تخصصی را برای به دست آوردن فرصت های تازه تجاری و آگاهی یافتن از عزل و نصب های شرکت ها بخوانید.
105. شعارها و استراتژی های بازاریابی تان را به اطلاع وکیل، حسابدار، بانکدار، تعمیرکار و کانون تبلیغاتی تان برسانید و بدین ترتیب نیروی فروش خود را به رایگان گسترش دهید.
106. ساعات فعالیت خود را افزایش دهید.
107. حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهید.
108. نمونه های محصولات خود را در دفترتان به نمایش بگذارید.
109. به مشتریان سابق تلفن بزنید یا برایشان نامه بفرستید تا آنها را دوباره جذب کنید.
110. از طریق اینترنت سفارش بگیرید.
111. به مشتریان اینترنتی خود اطمینان دهید که سیستم امنیتی سایت شما قابل اعتماد است.
112. از زمان پاسخگویی به سفارش ها بکاهید و روند سفارش مجدد را تسهیل کنید.
113. منبع : روزنامه تفاهم برگرفته از سایت MLM.IR:

## بخش چهارم

راهکارهایی برای موفقیت در فروشندگی

**بیشتر خرده فروشان را می توان به دو دسته تقسیم کرد:**

- 1- آنهایی که در برابر تغییر مقاومت کرده و نسبت به آن بیزارند. 2- آنهایی که تغییر را با روی باز می پذیرند و خود را با آن هماهنگ میکنند. اگر شما 12 روش کاربردی زیر را به کار گیرید در امر فروشندگی موفق خواهید بود چون این راه حل ها حاصل تجربه خرده فروشان زیادی در سراسر جهان است
- 2- **خودتان را بشناسید:** علایق، مهارت ها و توانایی های خود را بشناسید حفظ کار و کسب فعلی بهتر از خلق یک شغل جدید است بنابراین باید از خود گذشتگی کنید نقش اساسی شما در ایفای وظایفی چون بازاریابی، فروش و سرپرستی کارکنان است که شما در همه اینها به تنهایی موفق نیستید بنابراین باید بدانید که کدام بخش را می توانید به تنهایی اداره کنید و در کدام بخش به کمک احتیاج دارید به همین خاطر است که باید با دیدی بی طرفانه به تمام نقاط قوت و ضعف خود دقت کنید
- 3- برنامه رو به جلو داشته باشید: بسیاری از فروشگاه ها توسط افرادی اداره می شوند که اطلاعات چندانی نسبت به شغل خود ندارند، اگر شما همانند مالک یک فروشگاه تخصصی ورودی و خروجی شغل خود را ندانید خیلی زود شغل خود را

- از دست خواهید داد به گونه ای که کارشناسان علت 80 درصد ورشکستگی ها را در 5 سال نخست کار پول نمی دانند بلکه فقدان اطلاعات و دانش تخصصی می دانند رمز موفقیت شما در این است که بدانید چگونه میتوان با اجرای یک برنامه تجاری موثر تصمیمات صحیح گرفت
- 4- ضعف خود را بشناسید: اگر شما معنای دانش انجام کار را به خوبی درک کرده باشید می توانید از یک گوشه رقابتی سود ببرید ت های که ممکن است بقای شما را به چالش بکشد: رقابت، اندازه خدمات، موقعیت، باز ایایی، نوع مشتریان، تامین کنندگان و استراتژی های قیمت رقبا، محیط بازار، محیط کسب و کار محلی، ظرفیت خالی فضاهای تبلیغاتی، درآمد خانواده، سطح تحصیلات افراد، گروه سنی، جمعیت نژادی، آمار مشتریان بالقوه که یک فوشنده با ایجاد درک درستی از همه این موارد می تواند در امر فروش موفق بوده و از سایر رقبای خود در بازار پیشه گیرد.
  - 5- مشتریان خود را درک کنید: آیا به سخن مشتریان خود توجه می کنید؟ اگر بر اساس خواسته مشتریان خود عمل کنید خواهید دید که آن ها از شما خرید خواهند کرد و باعث رونق کسب و کارتان می شوند.
  - 6- سوابق مالی خود را حفظ کنید: اگر ندانید پولتان به کجا می رود به زودی بازی را واگذار می کنید در بازی تجارت که با رایانه انجام می شود سوابق مالی به مثابه تجهیزات راهبردی هواپیما است که میزان ارتفاع، جهت و سرعت را تعیین می کند پس سعی کنید در امر فروشنده خود را فردی خوش حساب که چک هایش همیشه پاس می شود نشان دهید.
  - 7- نقدینگی خود را مدیریت کنید: کسب و کار بدون نقدینگی جریان ندارد و این بسته به بزرگی یا کوچکی کار نیست نقدینگی برای یک سازمان همانند خون در رگ های انسان است پولی که به سازمان وارد و از سازمان خارج می شود عواملی هستند که کسب و کار شما را سالم نگه میدارند اگر شما بر جریان نقدینگی خود آگاه باشید و منابع ورودی و علت خروجی آن را بدانید نباید نگران بی پولی باشید
  - 8- روش های مدیریت سالم را به کار گیرید: مالک فروشگاه مدیر فروشگاه است این جمله بیانگر این مسئله است که با فکر و اراده کسب و کارتان را از بالا به پایین اداره کنید در تصمیمات خود به مشتریان پیشنهاد خدمت دهید، منابع و زمان را مدیریت کنید و روش تجارت کردن درست را بدانید، در امر فروشنده از کارکنان خود قدر دانی کرده و به اندازه توان و کار آن ها به آنها مزد دهید، به طور مستمر کارکنان خود را آموزش دهید تا با شیوه های جدید انجام کار آشنا شوند این امر زمینه دخالت کارکنان را در امر تصمیم گیری و زمینه موفقیت فروشنده را فراهم می کند
  - 9- تصویر و ذهنیت ممتاز خود را توسعه دهید: تصویر و ذهنیتی که از خود در دید مشتری ایجاد می کنید زمینه رونق کسب و کارتان را فراهم می کند برای اینکه در امر فروشنده موفق باشید سعی کنید ظاهر فروشگاهتان را به گونه ای جذاب کنید تا مشتریان جذب فروشگاه شوند
  - 10- داری های خود را کنترل کنید: نقش دارایی ایجاد فروش است، تمام فروشگاه های خرده فروشی نیازمند به مدیریت دارایی ها ایشان می باشند این سرمایه شماس است که روی قفسه های فروشگاه تان نشسته است که خرده فروشان کوچک تنها به این دارایی ها توجه می کنند و نمی توانند درک درستی از مصرف این دارایی ها توسط مشتریان داشته باشند ولی فروشندگان موفق می دانند که بر اساس نیاز و انگیزه مشتریان چه کالاهایی به فروش خواهد رفت و چه کالاهایی در قفسه خواهند ماند
  - 11- برای درک کامل طبیعت خرده فروشی خرید و برای سود بیشتر قیمت گذاری کنید: قیمت اولیه کالای شما، برآوردی موقت از چیزی است که قرار است مشتری آن را خریداری کند بنابراین سعی نکنید که قیمت کالای خود را بی جهت افزایش دهید بلکه سعی کنید تا با ایجاد جشن و زرق و برق میزان فروشتان را افزایش دهید و مشتریان را جذب کنید تا از فروشگاهتان به میزان بیشتری خرید نمایند. در ضمن برای اینکه قیمت کالا مناسب باشد برای مشتریان نیز گران تمام نشود سعی کنید کالا را به صورت عمده فروشی بخرید تا قیمت کمتری را بپردازید در نتیجه با پیشنهاد قیمت هوشیارانه جدید و با ارزش، به مصرف کننده قادر خواهید بود تا مشتریان بیشتری را جذب کنید میانگین معاملات فروش خود را افزایش دهید و فرصت های بیشتری را جهت ملاقات مشتریان از فروشگاهتان فراهم کنید
  - 12- از حرفه ای ها درس بگیرید: برای تسلط یافتن در مهارت های اداره یک کسب و کار، نیازمند تجربه بسیاری هستید
  - 13- در هنگام نیاز کمک بگیرید: مشارکت و مساعدت از محیط خارج می تواند قدم بزرگی برای شروع باشد؛ برای کمک گرفتن از دیگران مغرور نباشید

حمید رضا ترکمندی [umzmanagement.ir](http://umzmanagement.ir) از سایت

## بخش پنجم

در همین راستا شش عامل برای موفقیت در معاملات سهام را در انتها درج میکنم .

## رازهای موفقیت

خوش بینی بیش از حد مانند شمشیر دو دم است که می تواند هم به شکست و هم به موفقیت منجر شود.

شما با در نظر گرفتن همزمان این نکات و عملی کردن آنها می توانید موفقیت خود را در بازار سهام بطور محسوسی افزایش دهید...

در تجارت ، هر کاری دو برابر آنچه فکر می کنید هزینه دارد و 3 برابر مدت زمانی که پیش بینی می کنید به طول می انجامد.

برای شروع راه موفقیت ، داشتن یک ایده ی خوب تنها چیزی است که به آن نیاز دارید.

پیشرفت در تجارت نتیجه ی یافتن راه های سریع تر ، ارزان تر ، بهتر و آسان تر برای انجام یک کار است.

دکتر فان تارپ در مقاله ای تحت عنوان شش نکته کلیدی برای موفقیت در معاملات بازار سهام می نویسد:

بحث هایی که در ادامه مرور خواهید کرد، در واقع شش بخش از مواردی هستند که در هر سیستم سرمایه گذاری باید در نظر گرفته شوند. برخی افراد می گویند این شش مورد رازهای موفقیت هستند ، اما واقعیت آن است که هیچ رازی در سرمایه گذاری و موفقیت در معاملات وجود ندارد و حتی من با نامیدن اصول و متغیرها و نکته ها به نام «راز» موافق نیستم . چون هنگامی که آنها را راز می نامید، به آن معنا است که احتمالاً برای خودتان هم به درستی شناخته نشده اند ، کسی به شما درباره آنها توضیح نخواهد داد و احتمالاً کسی هم آنها را به درستی یاد نخواهد گرفت.

در معامله گری و سرمایه گذاری شش متغیر زیر حائز اهمیت فراوان هستند:

1. اعتماد به سیستم سرمایه گذاری اولین نکته است؛ یعنی چه درصدی از مواقع معاملات و سرمایه گذاری هایتان سودآور هستند. به طور مثال، اگر شما ده معامله روی سهام انجام دهید و 6 مورد از آنها سودآور باشد، قابلیت اعتماد به شما 60 درصد خواهد بود. در واقع این عدد نشان می دهد که چند درصد در معاملات خود درست تصمیم می گیرید .
2. نکته دیگر، میزان و نسبت سودآوری به زیان آوری معاملات است. مثلاً، اگر 1 درصد در یک معامله سود کرده اید و 1 درصد در معامله دیگری زیان کرده اید، نسبت سود و زیان شما یک به یک خواهد بود. اما اگر در یک معامله 10 درصد سود کنید و در معامله دیگری 1% زیان کنید، این نسبت از 10 به 1 تغییر می یابد. همیشه باید این نسبت را در نظر داشته و سعی کنید آن را در کنترل خود در آورید. در همین رابطه، باید همیشه میزان ریسک خود برای یک معامله مشخص را پیش از انجام معامله برآورد نمایید و بر اساس آن اقدام کنید .
3. نکته سوم، هزینه انجام یک سرمایه گذاری و معامله است. گاهی کارمزدهای کارگزار و دیگر هزینه های انجام معاملات مثلاً سودی که باید بابت پولی که وام گرفته اید بپردازید، بسیار زیاد است و باید همیشه مراقب آن بود. گاهی، افراد این هزینه ها را در نظر نمی گیرند و این دید نادرستی از میزان سودآوری معاملات به شما خواهد داد .
4. نکته دیگر این است که هر از چند مدت یک بار موقعیت و فرصت انجام یک معامله را به دست می آورید. در صورتی که سه متغیر اول را ثابت در نظر بگیرید، مجموع تاثیری که آنها بر جای می گذارند، به اینکه هر از چند مدت یکبار معامله می کنید، وابسته خواهد بود. در صورتی که سیستم شما به درستی کار کند و بر اساس سه فاکتور یادشده فوق بتوانید سودهایی را به دست آورید، هر چه بیشتر موقعیت های سرمایه گذاری برای خود ایجاد نمایید و از آنها استفاده کنید، سود بیشتری خواهید برد. به این ترتیب ایجاد فرصت ها مساله مهمی برای موفقیت در سرمایه گذاری به شمار می رود.
5. نکته پنجم، حجم یا اندازه پولی است که به هر یک از معاملات و موقعیت های سرمایه گذاری خود اختصاص داده اید. در واقع می توان گفت اثر تجمیعی چهار مورد یاد شده در قبل، کاملاً به مورد پنجم، یعنی حجم خرید وابستگی دارد. بر اساس منطق و با فرض اینکه به دقت از سیستم خود برای انجام معاملات پیروی نمایید، هر چه درصد بیشتری از سرمایه خود را

برای ورود به یک سرمایه‌گذاری اختصاص دهید، موفق‌تر خواهید بود. یکی از دلایل آن این است که هزینه انجام معاملات در مقادیر سنگین‌تر به نسبت کمتر خواهد بود و سودآوری تصمیم‌های درست شما را پررنگ‌تر خواهد کرد.

6. مورد آخر، اختصاص میزان سرمایه به هر مورد سرمایه‌گذاری است. تنوع‌بخشی و مدیریت پرتفولیو و مدیریت پول از بحث‌های مربوط به همین عامل هستند. البته باید دانست، سرمایه‌گذاران مختلف ریسک‌های متفاوتی برای خود تعریف می‌کنند و بر همان اساس میزان سرمایه اختصاص یافته به یک نوع سرمایه‌گذاری را تعیین می‌کنند. بحث کنترل ریسک نیز خود از اهمیت خاصی برخوردار است. البته هر معامله گر بنا به متغیرهای زیادی می‌تواند میزان ریسک خود را محاسبه نماید. به گفته وارن بافت همیشه باید از ریسک اجتناب کرد. پذیرفتن ریسک بیشتر بدون توجه به خطراتی که به دنبال دارد باعث از دست رفتن سرمایه می‌شود. اصل اول همیشه باید حفظ سرمایه اولیه باشد.

اکنون می‌دانید که برای موفقیت در معاملات، این شش متغیر که بسیار عملی و قابل درک هستند باید همیشه با دقت و حساسیت زیاد در نظر گرفته شوند. شما با در نظر گرفتن همزمان این نکات و عملی کردن آنها می‌توانید میزان موفقیت خود در بازار سهام را افزایش دهید.