

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر



موسسه فرهنگ اقتصادي فکرپرتر

www.mh7.ir

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکر برتر

با تشکر از تهیه این مجله الکترونیکه

شما حق تغییر محتویات این مجله الکترونیکه را ندارید.

ولی...

شما می توانید آن را برای دانلود در سایت خود قرار دهید.

شما می توانید آن را برای دیگران ارسال کنید.

شما می توانید آن را به همراه محصولات خود به دوستان و مشتریان خود ارائه دهید.

در صورت استفاده از محتویات این کتاب لطفا نام سایت www.mh7.ir را نیز ذکر فرمایید.

تمامی حقوق مادی و معنوی این محصول متعلق به موسسه فرهنگی اقتصادی فکر برتر می باشد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: عسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکر برتر

هفته نامه الکترونیکه فکر برتر

هفته اول تیر ماه ۱۳۹۲ شماره پنجم

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی اقتصادی فکر برتر

شماره ثبت: ۴۲۴ شناسه ملی: ۱۰۸۲۰۰۹۶۵۱

مدیر مسئول: حسین اکبرپور

سردبیر: لیلا رفیع زنجانی

HOSEINAKBARPUR@YAHOO.COM

ASEMAN88_LZ@YAHOO.COM

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: عسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

با این ۱۰ نکته، شغل مورد نظرتان را بیابید

اگر از شغل خود راضی نیستید و آن را کسل کننده می دانید، دو راه پیش روی شماست. می توانید به روزهای کسل کننده و حتی گاهی پر از بدبختی در اداره ادامه دهید و یا مدتی کار را کنار بگذارید تا شغل بهتری بیابید. در ادامه ۱۰ نکته که به شما کمک می کنند تا یک فرم درخواست عالی تنظیم کنید و در مصاحبه بی نظیر باشید را خدمت شما ارائه می کنیم. امیدواریم در نهایت بتوانید در کمپانی که به آن علاقه دارید استخدام شوید.

۱- هنگام ترک شغل قبلی پل های پشت سرتان را خراب نکنید.

اگر از شغل کنونی تان متنفرید ممکن است وسوسه شوید تا پس از ترک آن همه از این نفرت باخبر شوند. همان قدر که این کار منجر به تخلیه روانی تان می شود، ممکن است در نهایت به ضررتان تمام شود. باید شرکت کنونی تان را با شرایطی مناسب ترک کنید. کسی چه می داند؟! شاید روزی با همکاران دوباره روبرو شوید یا مجبور شوید با شرکت سابقتان گرفتن اطلاعات یا انجام کاری تماس بگیرید. خراب کردن پل های پشت سر مسلما به سود شما نخواهد بود. اگر آن قدر از کارتان متنفرید که می ترسید کار دست خودتان بدهید بد نیست به نمونه نامه های استعفا مراجعه کنید و نکته هایی درباره چگونگی یک استعفای موقرانه را بخوانید. قبل از آن که استعفایتان را تسلیم کنید، آن را با یک یا دو دوست تمرین کنید و واکنش آن ها را بسنجید. اگر نظر دیگران را بپرسید و از آنها کمک بخواهید می*توانید مطمئن باشید اشتباهی که منجر به حسرت شود، نخواهید کرد

۲- درباره پیش پرداخت اولیه سوال کنید.

تبریک میگویم، شما موفق شدید برای شغل مورد نظرتان انتخاب شوید! اما اگر قبل از قبول این موقعیت کاری درباره پاداش اولیه سوال نکنید ممکن است حقوق یک ماه اضافه را از دست بدهید. اگر درخواست شما برای یک کار، مهم و

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

رقابتي باشد احتمال اين كه كمپاني پس از انتخاب تان شما را واقعا بخواهد بالا است و ممكن است در نظر داشته باشند تا با مقداري پاداش اوليه شما را بيشتر مشتاق كنند. تنها كاري كه بايد بكنيد پرسشي در اين باره است. شما تقاضاي پاداش نمي كنيد و فقط يك سوال مي*پرسيد. اين پرسش منجر ميشود كه اگر آنها واقعا مي*خواهند استخدامتان كنند براي دادن اين پاداش مصمم تر شوند. اگر نمي توانند اين پاداش را بدهند به سادگي پاسخ منفي خواهند داد و مشكلي به وجود نخواهد آمد. اين از آن سوال هاي كم خطري است كه مي*تواند پاداش فوق العاده اي به همراه داشته باشد.

۳- پاسخ های مناسب به سوالات هميشگی در مصاحبه را از قبل آماده كنيد.

نقطه ضعف اصلي تان چيست؟ اين سوال مسخره اي است اما در اكثر مصاحبه هاي كاري آن را مي شنويد. بحث در مورد چگونگي پاسخ به اين سوال بسيار است اما به نظر من بهترين روش آن است كه يك مهارت كه واقعا در آن بد هستيد و در ظاهر به شغل جديد مرتبط است اما عملا اين گونه نيست را بيان كنيد. با اين حال در حالت كلي نقطه ضعفتان خيلي نمي تواند تاثيري داشته باشد. اگر شغل جديد را مي خواهيد بايد به اين سوال پاسخ دهيد. پس دو راه پيش رو داريد: روند سوالات را كشف كنيد و از پيش پاسخ هياتان براي سوالات محتمل بعدي را آماده كنيد. براي اين كار كافي است خودتان را به جاي شركت مورد نظر قرار دهيد. چرا مي خواهند نقطه ضعف اصلي تان را بدانند؟ احتمالا بيشتر به دنبال اين هستند كه ببينند چگونه به سوالی كه در مورد آسیب پذیری شما است پاسخ می دهید، تا اين كه واقعا بخواهند بدانند در کدام بخش نياز به پيشرفت داريد. همچنين ممكن است بخواهند بدانند آیا شما توانايی سنجش واقع بينانه و دقيق توانايی هياتان را داريد يا نه. اگر روند و انگيزه پشت اين سوالات مشترك اكثر مصاحبه ها را كشف كنيد، مي توانيد راحت تر پاسخ هاي مناسب را آماده كنيد. نيازي نيست پاسخ ها را طوطي وار به خاطر بسپاريد اما تهيه ليستي از كليت پاسخ ها مي تواند بسيار مفيد باشد هر چند بايد توانايی و انعطاف لازم براي دادن پاسخ مناسب را داشته باشيد تا طبيعي به نظر برسيد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

۴- زبان اندام را یاد بگیرید تا مصاحبه موفق تری داشته باشید.

فراگیری زبان اندام در بسیاری از موقعیت ها کاربرد دارد، اما شناخت نشانه‌هایی که شما ابراز می کنید و نشانه‌هایی که از دیگران دریافت می کنید؛ می تواند در یک مصاحبه کاری فوق العاده موثر باشد. این موضوع موجب می شود در برخورد اول که بسیار تاثیرگذار است بتوانید جذاب تر و مقبول تر باشید. مهم ترین کار پرهیز از زبان اندام منفی است. باید از تیک های عصبی مثل لمس مداوم صورت یا تکان دادن پا پرهیز کنید. همچنین نباید هنگام نشستن قوز کنید. در کل باید هدفتان این باشد که بسیار راحت اما حرفه ای به نظر برسید. اگر این توانایی را دارید، موقعیت بهتری در انتظار شماست.

۵- شیک و خوش لباس در مصاحبه حضور یابید.

لباس مناسب برای مصاحبه لزوماً به معنای لباس رسمی اتوکشیده نیست. بسته به شرکت مورد نظر، ممکن است آنها شما را با لباس روزمره تان بیشتر بپسندند و یا ترجیح دهند چیزی بپوشید که نشان دهد شما بدون پوشیدن لباسی خاص، آراسته و شیک به نظر برسید. اگر نمی دانید در مصاحبه چه لباسی بپوشید، کافی است با آن شرکت تماس بگیرید و با بخش منابع انسانی صحبت کنید. ایرادی ندارد اگر آن ها بفهمند که شما قصد آمدن به مصاحبه را دارید و برای این کار می خواهید بدانید چه لباسی بپوشید. در اکثر موارد از کمک به شما خشنود خواهند شد. اگر مجبور شدید به طور ناگهانی به مصاحبه بروید لباس معمول کارمندان تجاری گزینه مناسبی است. از آنجا که بسیاری نمی دانند لباس کارمند تجاری چیست، احتمالاً با یک شلوار پارچه ای مناسب و یک پیراهن یا پلوور دکمه دار می توانید مطمئن باشید لباس نامناسبی انتخاب نکرده اید. هدفتان باید این باشد که نشان دهید می توانید با نوع پوشش تان مقبولیت و اعتبارتان را به نمایش بگذارید. اگر لباستان مناسب است، خوب اتو شده و در خانه و اوقات فراغت از کار آن را نمی پوشید، احتمالاً انتخاب درستی داشته اید.

۶- یاد بگیرید که حتی تجربه کاری بی ربط خود را نیز مرتبط با شغل مطلوبتان نشان دهید.

من اکثر مواقع تلاش می کنم به گونه ای از تجربه های کاری قبلی ام صحبت کنم که مرتبط با شغل مورد نظرم به نظر برسند. معنای این کار دروغگویی نیست. تنها کاری که باید بکنید این است که بخشی از سابقه تان را که در گرفتن شغل جدید موثر هستند پررنگ تر نمایش دهید و تمرکز بیشتری روی این بخش ها بگذارید. اگر شغل کنونی شما کاملا متفاوت از شغلی است که به دنبالش هستید ، به همه کارهای غیر معمولی که در شغل کنونی انجام داده اید بیاندیشید. اکثر مواقع نمونه هایی مرتبط با شغل جدید پیدا خواهید کرد، چرا که شما به دلیل علاقه تان به این نوع کارها از فرصت های پیش آمده در کارتتان برای انجام آنها با اشتیاق استفاده کرده اید. اگر موردی پیدا نکردید ایرادی ندارد، هیچ وقت دیر نیست. از همین حالا می توانید سابقه مرتبط با شغل مورد علاقه تان را در محل کار کنونی ایجاد کنید تا بعدها هنگام مصاحبه کار جدید از آنها استفاده کنید. به عنوان مثال اگر زمینه کاری تان به دور از ابتکار و نوآوری است، اما شما دوست دارید یک طراح خلاق باشید فرصت های مناسب بسیاری دارید. اگر کارتتان به گونه ای است که باید نمودارها و فلوجارت های زیادی تولید کنید، راه های خلاقانه ای برای جذاب تر کردن آنها بیابید. اگر شرکتی که در آن کار می کنید قرار است یک سفر کوتاه کاری یا آموزشی ترتیب دهد، از آنها بخواهید تا بروشور یا بنر آن را شما طراحی کنید. زمانی که من در دفتر پشتیبانی مشتریان کار می کردم، همیشه پوسترهایی با مضمون جوک های مربوط به دفتر یا تصاویری بر اساس گفته های خنده دار مشتریان درست می کردم. گاهی آنها را در مصاحبه های کاری ام برای ارائه مهارت های فتوشاپ خود نشان می دهم. شاید فکر کنید این کار احمقانه است ولی نتیجه آن است که نه تنها قابلیت های من را به نمایش می گذارد، بلکه نشان می دهد که چقدر با تیم رابطه نزدیکی داشته ام. اگر خودتان را وقف کارتتان کنید متوجه می شوید که همان سابقه به ظاهر بی ربط شما می تواند به راحتی به بسیاری از مشاغلی که درخواست آن ها را داده اید مرتبط شود. ممکن است شروعی که انتظارش را دارید برایتان اتفاق نیفتد اما اگر در کار سختکوش باشید، به زودی راهش را خواهید یافت.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

۷- به جای جستجوی موقعیت و رتبه کاری بهتر است به دنبال کمپانی

بهتری باشید تا شغل بهتری داشته باشید.

داشتن شغل عالی فقط به معنای لذت بردن از انجام آن نیست، بلکه محیط کاری مناسب نیز بسیار مهم است. یعنی باید به دنبال کمپانی هایی باشید که سابقه مقبولی در رفتار با کارکنانشان دارند. نیازی نیست تقاضای کار به گوگل بدهید، شما می توانید به دنبال شرکت هایی باشید که مزایای زیادی دارند. برای این کار کمی تحقیق نیاز است. همه کاری که باید بکنید این است که با آنها تماس بگیرید و سعی کنید با همه کارکنان صحبت کنید. به آنها بگویید "من قصد دارم به شرکتی که شما در آن کار می کنید تقاضای کار بدهم اما قبل از آن مایلم درباره کار کردن در آنجا بیشتر بدانم. ممنون می شوم اگر بگویید کار کردن در آنجا چگونه است." اکثر افراد از به اشتراک گذاشتن نظراتشان خوشحال می شوند و اگر سرشان شلوغ بود می توانید در وقت دیگری با آنها تماس بگیرید. اگر شرایط به نظر خوب بود، هنگام دادن درخواست کار می توانید روی دوستی که در آنجا پیدا کرده اید برای کمک حساب کنید. در واقع با یک تیر دو نشان زده اید. اگر شرایط آن طور که دوست دارید پیش نرفت، Glassdoor یک منبع آنلاین است که تجربیات افراد را درباره کمپانی های مختلف در اختیار شما قرار می دهد.

۸- در سایت های کاریابی غیر رسمی و مرتبط با یک شغل خاص نیز به

جستجو پردازید.

اگر جای خاصی را برای کار کردن مد نظر ندارید، می توانید به جستجوی در چندین گزینه پردازید. اما اگر برای این کار سراغ سایت های محبوب مثل Monster و Craiglist بروید، به دنبال سوزنی در کاهدانی خواهید بود. این بدان معنا نیست که این سایت ها شغل مناسبی در جاهای مختلف ندارند، اما در خیل عظیمی از موقعیت های نامطلوب پیشنهاد شده سر در گم خواهید شد تا شاید بتوانید گزینه مورد نظرتان را بیابید. به جای روش سنتی، یک سایت غیر رسمی چون OneDayOneJob.com را امتحان کنید، که پیشنهاداتی را به صورت روزانه به شما ایمیل می کند. SimplyHired به ظاهر یک سایت کاریابی استاندارد است، اما لیست هایی را به طور مستقیم از وب سایت کمپانی ها تهیه می کند. TweetMyJobs کار جستجو را برای شما ساده تر می کند. کافی است بگویید چه نوع کاری می*خواهید تا گزینه های مختلف را به محض یافتن برای شما SMS، توییت و یا ایمیل کند. حتی اگر چند سالی

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

است که از دانشگاه فارغ التحصیل شده اید، شاید بدتان نیاید به لیست مشاغلی که به فارغ التحصیلان جدید ارائه شده نگاهی بیاندازید. حتی اگر احساس کنید بهتر از این مشاغل حق شماست، از این طریق می توانید بفهمید کدام کمپانی ها به دانش آموختگان دانشگاه شما علاقه بیشتری نشان می دهند. می توانید برای موقعیت های بهتر نیز به سایت کمپانی مراجعه کنید و برای آنها درخواست ارسال کنید. به جای آن می توانید روی سایت هایی که نوع خاصی از مشاغل را هدف قرار داده اند و مطلوب شما نیز هستند، تمرکز کنید. مثلا Dice.com یک گزینه مناسب برای مشاغل مرتبط با تکنولوژی است و Authentic Jobs یک گزینه عالی برای طراحان و توسعه دهندگان می باشد. شغل مورد نظرتان را به همراه عبارت "Job Search site" در یک موتور جستجو وارد کنید تا شاید ابزاری را بیابید که روی نظر و گزینه مطلوب شما تمرکز بیشتری داشته باشد. البته سایت های معرفی شده، غیر ایرانی بودند. شما می توانید به جای آنها از وب سایت هایی همچون، IranTalent، JobIran، Karyab، Estekhdam، Banki و ... در ایران استفاده کنید.

۹- هنگام تهیه رزومه از کلمات معمولی و عامیانه استفاده نکنید.

وقتی رزومه خود را می نویسید، نباید از لحنی استفاده کنید که شما را مثل سایر افراد نشان می دهد. یعنی از اصطلاحات رایج و تکراری (مثل با انگیزه، خلاق، پویا) و عبارات کلیشه ای (مثل دقیق و جزء گرا، پایبند به کار تیمی، مهارت های ارتباطی عالی) پرهیز کنید. همچنین عباراتی چون "منابع و مدارک در صورت درخواست شما ارائه می شوند" جملات زائدی هستند که فقط فضا را اشغال می کنند و نیازی نیست که در رزومه نوشته شوند. بد نیست اگر در انتها یک بار رزومه را از انتها به ابتدا بخوانید تا اگر خطایی بود آن را اصلاح کنید و وقتی کار پایان یافت می*توانید آن را روی RezScor اجرا کنید تا در صورت امکان آن را بهینه کند.

۱۰- گردآوری یک رزومه کاری که بتواند مخاطب را تحت تاثیر قرار دهد.

با وجود این که من اصولا به رزومه اعتقادی ندارم (چرا که معمولا خیلی سریع مرور می شود و معمولا دقیق مورد بررسی قرار نمی گیرد) اما اکثر مشاغلی که به دنبالشان هستید تقاضای رزومه خواهند کرد. کمی خلاقیت می تواند شما را به گزینه ای منحصر به فرد و متفاوت تبدیل کند. ابزار آنلاین در این زمینه می توانند بسیار مفید باشند، به خصوص اگر به دنبال چیزی نه چندان معمولی باشید Visualize.me می تواند یک اینفوگرافیک جذاب را برای رزومه شما خلق کند. سایت هایی چون Re.vu و Zerply به شما کمک می کنند تا صفحات حرفه ای را ایجاد کنید

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

که می توانند به عنوان رزومه دیجیتال مورد استفاده قرار گیرند About.me و Flavors.me نیز می توانند همین کاربرد را داشته باشند. بهترین ابزاری که به کارتان می آید را استفاده کنید و مطمئن شوید که رزومه تان برجسته و منحصر به فرد باشد. بیشتر اوقات، این کار به سادگی انتخاب فونت و رنگ مناسب است. زیاد طول نمی کشد تا یک رزومه زیبا و حرفه ای بسازید، پس در طراحی آن کمی دقت کنید تا بخشی از توده رزومه های خوانده نشده نباشید.

دپارتمان مدیریت فروش و بازاریابی

الفبای فروشندگی در بازار ایران

اگر قرار باشد درباره چند شغل پردرآمد و جذاب دنیا صحبت کنیم، بدون شک یکی از آنها فروشندگی خواهد بود؛ شغلی که می تواند دوش به دوش پزشکان، جراحان و متخصصان فناوری اطلاعات قرار بگیرد و به همان اندازه حرف برای گفتن داشته باشد. به خصوص که این شغل در تمام کشورهای دنیا یک شغل معتبر به شمار می آید و مردم، احترام بسیار زیادی برای فروشندگان قائلند.

فروشندگی یعنی فراز و فرود چراکه اقتصاد کشور و تمام دنیا مدام در حال بالا و پایین شدن است. این مساله در ایران هم مصداق داشته و دارد. کارشناسان بازار تجارت خرد عقیده دارند بازار کالاها و خدمات در داخل کشور به شدت رقابتی شده و با بازار پنج، شش سال قبل به کلی متفاوت است. یکی از این کارشناسان فروش در این باره می گوید: هم اکنون تعداد کارخانه هایی که محصولی را تولید می کنند یا شرکت هایی که خدماتی را ارائه می دهند، بسیار زیاد شده و کالایی را نمی توانید پیدا کنید که در انحصار یک شرکت باشد، بنابراین مزیت های رقابت در چیزهای دیگری تعریف می شود از جمله روش های فروش، فروشندگان و سیاست هایی که شرکت ها برای فروش در نظر می گیرند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

فروشنندگان، خط مقدم سازمان ها

در حقیقت، فروش درست مثل دیگر زمینه های کاری، به یک علم تبدیل شده که هر کس، بیشتر از آن بهره بگیرد، موفق تر عمل می کند، در دنیای امروز بیزینس، فروشنده ها نوک حمله سازمان ها و شرکت ها قرار دارند و عملکرد آنهاست که یک برند را معتبر می کند!

هادی بهاری، مدیر فروش شرکت «به پخش» در این باره می گوید: «با علم بر دانش فروشنده گی و بیزینس، خیلی چیزها تغییر می کند و جالب است بدانید که در راس تمام اینها، طبقه بندی فروشنندگان است. به این معنا که کار فروشنده از کار ویزیتور و همچنین بازاریاب متفاوت می شود چون فروشنده باید در مغازه و محل کارش بنشیند و منتظر مشتری باشد ولی چون ویزیتور، باید برای عرضه کالایش، به مکان های مختلف برود، به برنامه ریزی متفاوتی تخمین درآمد کم یا زیاد در فروشنده گی، متغیرهای زیادی دارد. درآمد فروشنندگان، ویزیتورها و حتی مدیران فروش به مسائل مختلفی از جمله علم شناخت بازار تا کالایی که فروشنده، آن را می فروشد، بستگی دارد نیاز دارد چون ویزیتورها با مسیروندی روبه رو می شوند و باید از زمانی که پای شان را از خانه بیرون می گذارد تا آخرین ساعت روز، بدانند که به کدام خیابان، مغازه یا سوپرمارکت و... بروند.

سخت ترین نوع فروش

در دنیای تجارت امروز، بنابر دسته بندی فروش سنتی و مدرن، خدمات هم فروخته می شوند. کاری که جزو دشوارترین انواع فروش محسوب می شود. آموزش، شرح خدماتی که برای یک شرکت یا منزل طراحی شده و نمونه هایی از این دست، جزو فروش خدمات قرار می گیرد چراکه فروشنده باید چیزی را بفروشد که قابل لمس و دیدن نیست. بهاری با اشاره به این موضوع می گوید: این فروشنندگان باید باد هوا را بفروشند چون مشتری نمی تواند یک کالای خاص را نشان و کاربری های مختلف آن را برای مشتری شرح دهد و بعد، او را به خرید آن کالای خاص تشویق کند بلکه او باید در عوض آنقدر نسبت به خدماتی که می خواهد به خریدار بدهد، اطلاعات داشته باشد و بازار مصرف آن را بشناسد که بتواند مشتری اش را درباره استفاده از آن خدمات متقاعد کند. وی ادامه می دهد: درحقیقت اگر فروشنده ای خیلی خوب، بازار هدف کالا را شناسایی کند و بداند که مشتری چه نیازهایی دارد، همان باد هوا را هم راحت می تواند بفروشد. ویزیتور یا فروشنده ای در این کار موفق است که بداند وقتی برای عرضه کالای خود به یک

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

سوپرمارکت وارد می شود، نباید نیاز صاحب مغازه را برطرف کند بلکه باید بداند نیازهای مراجعان آن مغازه را بسنجد و کالایی متناسب با آن به سوپرمارکت ارائه کند

هشت تا ۱۰ میلیون درآمد در یک ماه

تخمین درآمد کم یا زیاد در فروشندگی، متغیرهای زیادی دارد. درآمد فروشندگان، ویژگی‌ها و حتی مدیران فروش به مسائل مختلفی از جمله علم شناخت بازار تا کالایی که فروشنده، آن را می فروشد، بستگی دارد. صادقی در این باره می گوید: حقوق یک فروشنده معمولی، همان نرخ است که وزارت کار و تامین اجتماعی مصوب کرده اما یک فروشنده حرفه ای حتی میزان این حقوق را نمی داند چون آن قدر سنجیده و علمی حرکت می کند که با پورسانت های دریافتی اش، درآمدی میلیونی دارد. البته درآمد میلیونی که صادقی درباره آن صحبت می کند، مخصوص فروشندگان سنتی نیست و بیشتر شامل حال فروشندگان و بازاریابانی می شود که متدهای جدید را برای کارشان لحاظ می کنند و با توجه به شرایط اجتماعی و اقتصادی می دانند که چه چیزی را به چه کسی بفروشند. در کنار آن رقبا، مصرف کنندگان جدید و مشتری های شان را می شناسند و تمام این موارد را تجزیه و تحلیل می کنند فروشندگان با این شرایط، ماهانه ۸ تا ۱۰ میلیون به واسطه پورسانت فروش کالا یا خدمات درآمد دارند. اما در کنار فروشندگانی که درآمد میلیونی دارند، کسانی هم وجود دارند که بسیار کمتر از همان فروشندگی، اگرچه یک کار کاملاً تخصصی، حرفه ای به حساب می آید اما خیلی از ما آن را انتخاب می کنیم چون چاره دیگری نداریم حقوق مصوب وزارت کار، کسب می کنند مثل فروشندگان مترو یا دستفروشان با اینکه هیچ کدام از آنها مجبور به پرداخت مالیات و اجاره بهای محل فروش و هزینه های همانند آن نیستند ولی از آنجاکه شیوه های جدید و تازه خرید و فروش را نمی دانند یا چون صرفاً برای کسب درآمد روزانه، فروشندگی را پیش گرفته اند، نتیجه دلخواه را نمی گیرند و نتیجه کار، دلزدگی از فروشندگی می شود. این در حالی است که به گفته محیا صادقی، مدیر فروش و بازاریاب، بسیاری از این فروشندگان، استعداد خوبی در امر فروشندگی دارند و پس از گذراندن یک دوره کوتاه مدت و فراگیری متدهای فروش می توانند به استخدام سازمان هایی که فروشنده نیاز دارند، درآیند یا در همان کاری که انجام می دهند، درآمد بیشتری داشته باشند و صاحب کسب و کاری سودآور شوند.

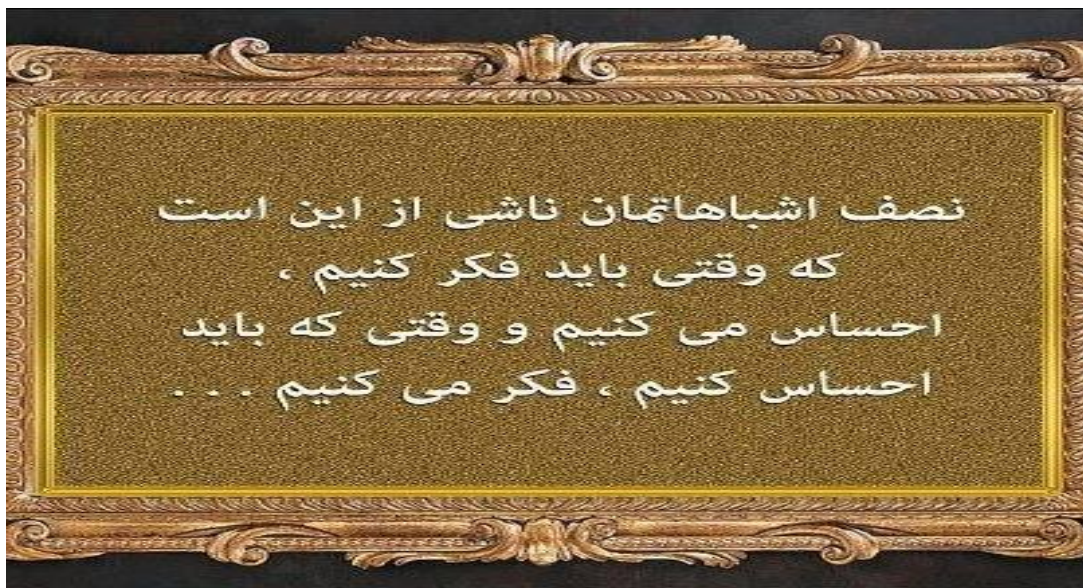
آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیک فکرپرتر

فروشنده‌گی، اجبار یا انتخاب؟

اگر حتی یک بار هم در تمام عمرتان از متروی تهران استفاده کرده باشید، با فروشنده های گوناگون، اعم از کم سن و سال، زن، مرد و کودک روبه رو شده اید؛ فروشنده هایی که از شیرمرغ تا جان آدمیزاد می فروشند. آدم هایی که کاسبی شان خوب است اما به اکثر چهره ها که نگاه می کنید، نارضایتی از آن موج می زند. فروشنده‌گی، اگرچه یک کار کاملا تخصصی، حرفه ای و جذاب به حساب می آید اما انگار این مساله برای خیلی از ما پذیرفته شده که اگر کاری برای انجام دادن نداشتیم، فروشنده‌گی، تنها گزینه موجود است و باید از سر ناچاری به آن پناه برد. با وجود تمام بحث های حرفه ای پیرامون فروشنده‌گی، این شغل هنوز هم به دو دسته تقسیم می شود؛ اولی که بیشتر مردم آن را می شناسند، فروشنده‌گی سنتی است. بازاری ها و کسانی که به واسطه شغل پدرشان وارد این کار شده اند، جزو این دسته به حساب می آیند. چنین افرادی معمولا هیچ شناختی از بحث های گوناگونی که پیرامون شناخت بازار و مصرف کننده مطرح می شود، ندارند. هرچند که فروش سنتی آنها به معنای عدم موفقیت آنها نیست اما این یک واقعیت است که فروشنده‌گان سنتی، چیزی درباره متدهای جدید خرید و فروش و بیزینس نمی دانند. فروشنده‌گان مدرن درست در مقابل فروشنده‌گان سنتی قرار می گیرند. این دسته نه به واسطه سرمایه بلکه به این دلیل که مهارت و استعداد زیادی داشته یا این مهارت را به دست آورده اند، به فروشنده‌گی می پردازند. دیدگاه و تحلیل متفاوتی از بازار، مشتری و مصرف کننده دارند و به شکل دیگری با کار فروش درگیر هستند.



آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

نه گام طلایی برای جذب مشتری

۱- برای جذب مشتری جدید هیچ گاه از مشتری قدیمی غافل نشوید.

اگر چه جذب مشتری جدید کاری جذاب است ولی اگر مشتری قدیمی چنین بپندارد که اهمیت خود را از دست داده است از شما دور خواهد شد.

۲- پس از بروز مساله (از نظر ارتباط با مشتری) هر چه سریع تر آن را حل کنید .

هیچ سازمان، کالا یا خدمتی نمی تواند برای همیشه کامل باشد. در ارتباط سازمان با مشتری امکان دارد، مساله یا شکایتی به وجود بیاید. اگر سازمانی بتواند ثابت کند که در برابر مشتری پاسخ گوشت و برای او ارزش قائل شود، در آن صورت شکایت تبدیل به ابراز نظر مثبت و موجب افزایش وفاداری مشتری خواهد شد. معمولاً افراد آخرین رویداد را بیشتر در ذهن خود نگه می دارند و اگر آخرین رویداد این باشد که سازمان برای حل مساله دریغ نکرده است، این اقدام میتواند موجب حفظ و تقویت ارتباط با مشتری شود. کل داستان در این است که مشتریان ناراضی بیش از مشتریان راضی، دوست و رفیق دارند. از همین دیدگاه تمایل بیشتری دارند که درباره حرکت نامناسب یک فروشگاه یا ناراضی خود از یک محصول و خدمات به دوستان، خانواده و همتایان بگویند، ولی درباره خوبی سازمان یا فروشگاه سخن زیادی بر زبان نمیارند.

۳- همیشه حالت بدون باخت به وجود بیاورید .

هیچ گاه نباید مشتری بازنده باشد. اگر در یک معامله مشتری بازنده باشد، احتمال کمی وجود دارد که باز هم به آن فروشگاه مراجعه یا از همان محصول استفاده کند. در اینجا دو راه حل وجود دارد که هم مشتری و هم فروشنده می توانند برنده باشند:

الف) فروشنده برای حفظ مشتری و افزایش وفاداری او در مواردی سود کم را تحمل کند. البته برای یک دوره کوتاه مدت.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

ب) دادن پاداش، بابت وفاداری مشتری که در نتیجه در هر معامله سود فروشنده اندکی کمتر می شود ولی با افزایش تعداد مشتری ها این کمبود جبران خواهد شد.

۴- همیشه حق با مشتری نیست ولی مساله مهم تفهیم این موضوع به مشتری است .

اغلب مشتری مرتکب اشتباه می شود. امکان دارد مشتری انتظارات نامعقولی داشته باشد. این یک واقعیت است که سازمان بدون مشتری نمی تواند وجود داشته باشد اما کارکنان واحد فروش باید بتوانند به مشتری تفهیم کنند که اشتباه از جانب او بوده است، ولی باید در این کار ظرافت عمل وجود داشته باشد.

۵- مشتری خواستار لذت است نه تامین رضایت .

فقط تامین رضایت مشتری موجب ایجاد وفاداری وی نسبت به سازمان نخواهد شد، بلکه لذت بردن از محصول و خدمات موجب افزایش وفاداری خواهد شد. اگر سازمان ها بتوانند با مشتریان صمیمی شوند و به خواست مشتری گوش دهند موجب خواهند شد که آنان از این رابطه لذت ببرند. برای اینکه مشتری از محصول لذت ببرد نباید هزینه محتمل شود. اگر خدمت ارائه شده از حد انتظار بیشتر باشد، موجب لذت بردن وی از این خدمت خواهد شد.

۶- نباید فراموش کرد که مشتری حق انتخاب دارد .

از آنجا که بازارها روز به روز بیشتر می شوند، هیچ سازمانی نمی تواند در مورد وفاداری مشتریان مطمئن باشد. بسیاری از مشتریان به ظاهر راضی به محض اینکه روزنه ای پیدا شود به شرکت رقیب روی می آورند. هر سازمانی که متوجه وجود فرصتی شود باید تماس های خود را با مشتریان بیشتر و رابطه را تقویت نماید. یک تلفن به مشتری برای آگاهی از دیدگاه وی درباره خرید می تواند رابطه را تقویت نماید.

۷- برای پی بردن به خواست مشتری به حرف های او گوش فرا دهید .

دوره ای که سازمان ها تصمیم می گرفتند چه کالایی را عرضه کنند و سپس آن را به مشتری تحمیل می کردند به سرعت به پایان می رسد. تنها راهی که می توان متوجه خواست مشتری شد این است که به حرف های آن ها گوش فرا دهیم. اگر کسی حرف بزند و ما به او گوش ندهیم، با ما خداحافظی خواهد کرد. ارتباط با مشتری بر پایه همین اصل قرار دارد. یکی از سریعترین راه ها برای از دست دادن مشتری این است که آنها را نادیده گرفته و به آنها توج نکنیم.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

۸- درباره کالا و خدمات دیدگاه مثبت داشته باشید .

کسانی که برای یک سازمان کار می کنند باید در مورد آن سازمان و محصولات آن همواره تصویر مثبتی به مشتری ارائه کنند. می گویند یک کارخانه بزرگ تولید خودرو دارای دو توقفگاه بود. توقفگاه نخست که از خیابان مجاور قابل مشاهده بود متعلق به آن دسته از کارکنان بود که با خودروی تولیدی همین شرکت به محل کار خود می آمدند. کارکنانی که با خودروهای تولیدی شرکت های دیگر به آنجا می آمدند ناگزیر بودند در توقفگاه دوم، دورتر از خیابان مجاور توقف کنند . شرکت دارای این دیدگاه بود که اگر مشتریان بالقوه مشاهده کنند که کارکنان شرکت از محصولات شرکت های رقیب استفاده می کنند ، این پرسش در ذهن آنها خطور می کرد.

۹- خود را به جای مشتری بگذارید تا احساسات او را درک کنید.

همیشه ارزش آن را دارد که خود را به عنوان مشتری بدانید که به سازمان وارد می شود. همیشه خود را به جای مشتری بگذارید و آنگاه پرسید: آیا این سازمان از ورود من استقبال به عمل می آورد؟ هر قدر مشتری را بیشتر درک کنید توازن بین مشتری و محصول به صورتی در می آید که کفه ترازو به نفع مشتری سنگین تر خواهد شد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: عسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

دپارتمان خلاقیت و موفقیت

۱۲ روش برای ایجاد خلاقیت و ایده های

بزرگ در ذهن

خلاقیت باعث بروز افکار بزرگ در انسان میشود. اما معمولاً سخت ترین مرحله نقطه شروع است. افکار بزرگ ما را به سمت پیشرفت راهنمایی کرده و فردایی روشن را برایمان به ارمغان می آورند. با به کارگیری اصولی که در این قسمت برای شما شرح می دهیم می توانید یک تجارت بزرگ و بی نقص راه اندازید. ما متأسفانه ذهن خود را به انجام این امور عادت نداده ایم. این امر سبب میشود تا توانایی خود را برای دامن دادن به تصورات و تخیلات از دست داده و در نتیجه قدرت تخیل خود را به کار نگیریم. به همین دلیل فرصتهای بی شماری را به آسانی از دست می دهیم .

ایده های بزرگ از محلی فرای باورهای شخصی نشات می گیرند. باید به دوردست ها بنگرید و افکار متفاوت را آزمایش کنید تا به نتیجه مطلوب دست پیدا کنید .

عده ای با به کار نرفتن ذهن خود آنرا به طرز وحشتناکی بی حس و کرخت می کنند، چنین رفتاری باعث می شود درخت افکار شما هیچ گاه به بار نشیند .

۱- زیاد مطالعه کنید

ذهن شما همانند بدنتان برای اینکه رشد پیدا کرده و پرورش یابد نیازمند تمرین و تحرک است، و چه تمرینی بهتر از کتاب خواندن. سعی کنید با افکار و عقاید انسان های موفق در طول تاریخ آشنا شوید. شرح حال و تاریخچه زندگی هر

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

یک از آنها را مرور کنید و از آن درس بگیرید. با مطالعه این کتب می توان حدس زد که چگونه این افراد بزرگ ذهن خود را برای رسیدن به بهترین ها پرورش داده بودند. همچنین می توانید مجلاتی نظیر تجارت و یا اقتصاد روز را نیز مطالعه کنید. با آگاهی از نظرات دیگران پیرامون مسایل مختلف شما سطحی نگری را کنار می گذارید و با یک دید عمقی به موضوعات مختلف می نگرید .

۲- فرصت هایی را که در آن ذهن شما خلاق است از دست ندهید

شاید بروز بسیاری از مسائل را به شانس واگذار می کنید. تصور شما نادرست است. شاید بعضی مواقع حس می کنید که مغزتان اصلا کار نمی کند و هیچ عکس العملی از خود نشان نمی دهد. اما مواقعی هم وجود دارد که ذهنتان به قدری فعال است که می خواهید انیشتن را به رقابت دعوت کنید. تنها مشکل موجود این است که این زمان طلایی مواقعی که شما به آن نیاز دارید، ظاهر نمیشود. زمانی که ذهن در حال فوران است تا آنجا که می توانید به افکار خود پر و بال دهید. اجازه دهید افکارتان مثل آب آتش نشانی به بالاترین نقطه صعود کنند. هنگامی که برای پرواز کردن به ذهن خود فضا می دهید، او شما را به دوردست ها خواهد برد و نتایج شگفت انگیزی را بدست خواهد داد .

۳- یک دفترچه یادداشت به همراه داشته باشید

هنگامیکه افکار بی نظیر به ذهن شما خطور می کنند از ذخیره کردن آنها اطمینان خاطر حاصل کنید. در این امر به یادداشت های ذهنی اکتفا نکنید زیرا ممکن است به دست فراموشی سپرده شوند. سعی کنید همیشه یک دفترچه یادداشت و یا یک ضبط صوت به همراه داشته باشید به ویژه در کنار تخت خواب خود برای مواقعی که افکار طلایی در حدود ساعت ۲ نیمه شب به ذهن شما خطور می کنند. هنگامیکه افکارتان در جایی ثبت شوند، شما به راحتی می توانید به آنها دسترسی پیدا کنید و آنها را به سرعت به کار ببندید. افکار بزرگ نیز مانند میوه ها فقط تا زمانی که تازه و شاداب باشند قابل استفاده هستند .

۴- از افکار دیگران بهره بجوید

بهره جستن از افکار و عقاید دیگران نیز به نوبه خود روش مناسبی برای گسترش ایده های شخصی شماست. افراد مختلف دارای نقطه نظرات و چشم اندازهای متفاوتی هستند. توانایی های آنها مختلف است و سوابق و پیشینه های متفاوتی دارند. کارکرد ذهن افراد منحصر به فرد است. با مطرح شدن یک بحث در میان جمع ، آنقدر پیشنهاد های مختلف شنیده می شود که نیمی از آنها هرگز به ذهن شما نمی رسیدند. به این طریق شما میتوانید با کوله باری

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب وکار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

سرشار از افکار متفاوت در جاده تصمیم گیری گام بردارید . نسبت به نظر هیچ کس بی توجهی نکنید . شاید در نگاه اول احمقانه به نظر برسند اما شاید مانند صدف هایی باشند که در خود گوهرهای گرانبهائی را جای داده اند. درست نیست که در مورد نظر دیگران به قضاوت بنشینیم سعی کنید به جای قضاوتهای بیهوده آن ها را سبک سنگین کرده و در امور روزمره خود به کار بندید .

۵- تغییراتی در محیط اطراف خود ایجاد کنید

گاهی اوقات تنها چیزی که باعث می شود ذهن خسته شما را دوباره به کار اندازد تغییر وضع ظاهری محیط اطرافتان است. اگر چشم انداز پیرامون شما تغییر کند، ذهن شما نیز به صورت ناخود آگاه به سمت یک دیدگاه جدید تغییر جهت می دهد. اگر تمام مدت در پشت میز خود بنشینید ذهن خود را در آن شرایط محدود می کنید و هیچ فضایی برای برانگیختگی او باقی نمی گذارید .

بنابر این میتوانید پیاده روی کنید، به باشگاه ورزشی بروید، کنار آب رود بنشینید و در کل به یک مکان جدید قدم بگذارید تا ذهن شما نیز بتواند آزادانه به تمرین و تقلا پردازد.

۶- بر روی شکاف میان دو نسل خط بطلان بکشید

ذهن کودکان تروتازه و شاداب است. آنها جسور هستند و احساساتشان از طریق فشار های اجتماعی سرکوب نشده است. به جهان با شگفتی می نگرند و مانند بزرگترها پاکی و معصومیت خود را از دست نداده اند. با کودکان پیرامون مسائل مختلف صحبت کنید تا با نقطه نظر ساده و بی آرایش آنها آشنا شوید. اگر می خواهید مشکلی را حل کنید نظر آنها را نیز جویا شوید. عقاید آنها شما را به تعجب وا می دارند. آنها قصد تاثیرگذاری در دیگران را ندارند و همه چیز را تنها با اتکا بر پاکی و صداقت بیان می کنند . از سوی دیگر با افراد سالخورده و مسن نیز مشورت کنید. آنها مدت ها پیش با تمام این مشکلات مواجه شده اند و با آن دست و پنجه نرم کرده اند. تجربیاتشان آنقدر سودمند و با ارزش است که هیچ قیمتی را نمی توان بر روی آن گذاشت. پس آنها را دست کم نگیرید، با دیدگاههایشان نسبت به زندگی آشنا شوید و از آنها درس بگیرید. قطعاً شما را به سوی جهت مناسب هدایت می کنند و از مشکلات در امان خواهید بود .

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

۷- به رفیق شفیق خود مراجعه کنید

همه ما دوستی داریم که به نظر میرسد توانایی پاسخ به تمام مسائل و مشکلات ما را دارد. چرا تنها در مورد مشکلات شخصی از او کمک می خواهید؟ بد نیست گاهی در مورد مسائل مهمتر نیز از او یاری بجوئید .

۸- به توانایی های خود اتکا کنید

قواعد و اصول کلی را برای یک لحظه هم که شده فراموش کنید. این رهنمون ها در جای خود مفید هستند اما ممکن است مانند یک چشمبند عمل کرده و قدرت داشتن دید وسیع را از شما بگیرند و اجازه دیدن چشم اندازهای متفاوت را به شما ندهند. هرزگامی خود را از قید و بند قوانین آزاد کنید. شما می توانید بدون توجه به کارآیی روش های گذشته به آسانی و بدون بروز هیچ شک و تردیدی در راه مورد نظر خود گام بردارید. کمی جسارت به خرج دهید و سیستمهای فعلی را زیر سوال برید .

۹- در حیطه کاری خود به فعالیت پردازید

خیلی خوب است که به ذهن خود اجازه دهید آزادانه به گردش پردازد. اما این گردش باید در حیطه دانش شما انجام پذیرد. اگر یک طراح هستید لازم نیست راه حلی برای مشکلات اقتصادی پیدا کنید. افکار شما تنها در رشته ای که مهارت دارید خوب کار می کنند و در سایر رشته ها نتیجه ای مصیبت بار را به دنبال خواهند داشت. اگر نیاز به ورود به قلمرو دیگری را دارید بهتر است قبل از هر کار با یک متخصص مشورت کنید و اجازه انجام کلیه امور را به دست او بسپارید تا با استفاده از دانش و تخصص خود عمل کند .

۱۰- به ذهن خود آزادی عمل دهید

آیا با تمرین های رایج نویسندگان آشنایی دارید؟ آنها برای مبارزه با محدودیت ها یک روش بسیار جالب را برگزیده اند. فقط کافی است قلم را بر روی کاغذ گذاشته و هر آنچه که در ذهنتان است را بر روی کاغذ بیاورید. میتوانید از مشکلات شروع کنید و به دنبال هیچ گونه ارتباطی در دست نوشته های خود نباشید. مهم نیست که تا چه حد عبث و نامعقول به نظر می رسند. بعدا می توانید مثل یک جدول تناوبی آنها را سازماندهی کنید، در آخر نیز امکان دارد به چیزی دست پیدا کنید که بیهوده و بی ربط باشد اما چیزی که در این مبحث حائز اهمیت است این است که شما به

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیک فکرپرتر

ذهن خود اجازه غرق شدن در مسائل مختلف را داده اید و این خود یک امتیاز محسوب می شود. هیچ کس نمی داند شاید به نتیجه ای برسید که سال ها منتظر آن بوده اید .

۱۱- ایده های گذشته را از نو بسازید

افکار شما مثل کامپیوتر هستند. هر چند وقت یک بار نیاز است که سخت افزار آن را ارتقا دهید. ایده های بزرگ گذشته را پیش روی خود بگذارید و بر روی آن ها عملیات نوسازی انجام دهید. آن ها را اصلاح کنید و برای بهبودی آن ها تلاش کنید. ضامم لازم را نیز برای تقویت هر چه بیشتر به آنها بیفزایید. این کارها را می توان با نوشتن عقاید اولیه خود بر روی کاغذ و نظم دادن به آشفتگی ذهنتان انجام دهید. عالی به نظر میرسد پس منتظر چه هستید؟ بهتر است در انجام آن تعجیل کنید .

۱۲- از الهه وجودتان یاری بخواهید

آیا یک شی، آهنگ، مکان و یا یک شخص خاص وجود دارد که حضور و یا تجسم او برای شما خوشایند بوده و به ذهنتان نیرویی همچون قدرت موتور جت می دهد. از هیچ تلاشی برای رسیدن به آن مضایقه نکنید. تنها یک چنین چیزهایی هستند که شما را به سمت ابتکارات بدیع رهنمون می سازند. از وجود آن بهره بجوید و اجازه دهید تا انوار طلایی آن به درونتان نفوذ کند و ذهن شما را در بر گیرد .

یک ایده بزرگ از چه ویژگی هایی برخوردار است

شرکت ها و کمپانی های بزرگ به ویژه آن دسته که بر روی مسائلی نظیر طراحی و تبلیغات کار می کنند، سرمایه گذاری های عظیمی صرف می کنند تا به کارکنان خود آموزش دهند که چگونه میتوانند ذهن خود را آزاد کنند تا سرچشمه ایده های بزرگ باشند. خیلی از آنها از کارمندان درخواست ارائه لیست هفتگی ایده ها را میکنند. در چنین محیطی چیزی به عنوان فکر بد وجود ندارد فقط بعضی ایده ها خام هستند . بنابراین خیال بافی و رویا پردازی کنید تا ذهن شما به نظریه پردازی عادت کند و از قلمرو سادگی بیرون آید. قدری افسار گسیخته باشید تا پندار شما به بلندی ها پرواز کرده و اوج گیرد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

پرورش ذهن برای موفقیت

در این مقاله تمرینهایی ارائه می شود که اگر آنها را فرا گرفته روزانه به کار گیرید، شخص خوش بین و مثبتی خواهید بود. هر چه بیشتر در این راهها تأمل کنید احساس بهتری خواهید داشت و هر چه بیشتر تمرین کنید سریعتر و راحتتر عمل خواهید کرد. و به موفقیت نزدیکتر می شوید.

۱- درباره آینده فکر کنید.

اولین و مهمترین تمرینی که می توانید داشته باشید، جهت یابی برای آینده است تا بیشتر درباره آینده تان بدانید. این یکی از معمولترین صفات رهبران و انسانهای موفق است خصوصاً مردان و زنانی که در کار، اجتماع یا زندگی شخصی مسئولیت بزرگ یا موقعیتی خاصی دارند. نتایج تحقیقات بر روی ۳۳۰۰ رهبر مشخص شد که آینده نگری یکی از صفات مشترک در آنها بوده است. رهبران دید بهتری از آینده برای خود، خانواده و تشکیلاتشان دارند. آنها در قله پیشرفت خود آینده ایده آلی را می بینند. پس تلاش می کنند تا آن آینده ایده آل را به یک واقعیت در حال و گذشته خود تبدیل کند. رهبران موفق بیشترین زمان خود را به اندیشه درباره آینده اختصاص می دهند. مردم آینده نگر می اندیشند که به کجا می روند و آن را با موقعیت کنونی مقایسه می کنند. همچنین به این فکر می کنند که در آینده چه تغییراتی باید و چه تغییراتی نباید صورت گیرد. متأسفانه شاید کمتر از ۱۰ درصد از مردم آینده نگرند. اکثر مردم به یکی از این موارد متمایلند: لذت آنی، گذران روز و شب یا در مورد گذشته و اینکه چه اتفاقی افتاده است. چگونه می توانید بگویید آیا شخص آینده نگری هستید یا نه؟ ساده است! با مطرح کردن این سؤال از دیگران و حتی از خودتان که زندگی شما در ۵ سال آینده چگونه خواهد بود. مردم آینده نگر یک پاسخ فوری برای این سؤال دارند. آنها می توانند بگویند در ۵ سال آینده چه می خواهند و چه کاری می خواهند انجام دهند. آنها تصاویر ذهنی روشنی از کاری که می خواهند انجام دهند، درآمد، خانواده، نوع زندگی، سلامتی و سطح موفقیت در سالهای پیش رو دارند. مردم عادی بندرت به جزئیات آینده فکر می کنند و آینده آنها تیره و مبهم است. اغلب اگر از آنها بخواهید اهداف خود را شرح دهند، رنجور می شوند. در این رابطه، نظم و ترتیب بسیار مهم است. مردم موفق تصور واضحی از اینکه که هستند، چه می خواهند و قصد بدست آوردن آن چه را می خواهند، دارند. اما مردم ناموفق همواره سردرگم و بی اطمینان درباره آینده و اینکه که هستند و چه می خواهند و قصد رفتن به کجا دارند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

برای تمرین اینگونه عمل کنید:

در کمال مطلوب پیوسته نتایج یا راه حلی برای هر مسئله در زندگی تصور کنید. در اینجا برای سه تا پنج سال آینده یا حتی بیشتر برنامه ریزی می کنید و این باعث می شود. یک تصویر ذهنی از نوع زندگی و دوره زندگی خود در هر مقامی که هستید، بسازید. به فکر خود اجازه دهید آزاد و شناور باشد. لحظاتی را تصور کنید که هیچ محدودیتی ندارید. تصور کنید که شما همه علوم و تجربه لازم برای کار را دارید. تصور کنید پول زیاد و هر آنچه را میخواهید بدست خواهید آورد. اگر در تصورات خود باور کنید که می توانید در دنیای واقعی آزادانه رویای خود را به حقیقت تبدیل می کنید. یک لیست خیالی بسازید. در این لیست هر آنچه را که می خواهید زندگی شما در آینده باشد، اهداف و راههای رسیدن به آن را بنویسید. اگر ازدواج کرده اید اجازه دهید همسر شما لیست خیالی را تکمیل کند. آینده ای برای خود بسازید که در آن سریعتر به تصاویر ساخته ذهن خود می رسید. اگر چه شما نمی توانید با موانعی که هست رو به رو شوید.

۲- یک دید ۵ ساله بیافرینید.

اهداف را بنویسید و آنها را اولویت بندی کنید. برای تنظیم یک استراتژی که شما را به اهداف می رساند از پرسشهایی که با «چگونه» شروع می شود، استفاده کنید. استفاده منظم از کلمه چگونه مانند پله ای شتابدهنده از ذهن شما است که موتور استعداد شخص شما را زنده می کند. بهترین دستاورد از فکر کردن به آینده این است که چگونه می توانید هدفهای آینده را در واقعیتهای کنونی پیاده کنید. و شما نسبت به خود خوش بین تر و مثبت تر خواهید شد. شما انرژی و اشتیاق بیشتری را تجربه می کنید. با جرأت بیشتری ارتباط برقرار می کنید ارتباط بزرگتر و سودمندتر.

۳- هر روز خود را تست کنید.

هر بخش زندگی یک آزمایش است. انسان همیشه با فراز و نشیب زندگی و اتفاقات غیر منتظره در حال امتحان است. راه و روشی که نسبت به دنیای اطراف واکنش نشان می دهید. مانند امتحان دادن است. شاید بزرگترین امتحان سنجش توانایی برای فکر و گفتگو درباره آینده است و صرف بیشترین زمان درباره آنچه می خواهید انجام دهید و جایی که می روید. این فکر بایستی نقطه مرکزی افکارتان باشد.

۴- درباره اهداف خود فکر کنید.

مردم موفق بیشترین زمان خود را به تفکر درباره اهدافشان و اینکه چگونه می توانند آنها را بدست آورند، صرف می کنند. مردم ناموفق زمان زیادی را در مشکلات و انتقاد از زمان و نالیدن به بخت می گذرانند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

جهت یابی درست برای آینده با دید طولانی مدت امکانپذیر است. گاه جهت یابی آنقدر دقیق است که آشکارا آنرا لمس می کنید. مردم بی هدف مثل کسانی اند که مجازات آنها کار کردن است. آن هم برای مردمی که به دنبال اهدافشان هستند. کلید تنظیم کردن اهداف این است که آنها را بر روی کاغذ بیاورید. مردان و زنان موفق با یک خودکار در دستشان فکر می کنند. و قبل از آنکه اهداف را با چشم ببینید به آنها شکل می دهید. اهداف قابل لمس و بهم پیوسته و موضوعی برای کاربری مثبت و مشخص می شود. نوشتن اهداف ذهن مثبت شما را فعال می کند و به شما انرژی می دهد همچنین توانایی های شما را بالقوه می کند. یکبار پروژه را کنترل و تمرین می کنید آنوقت قادر خواهید بود تا گام بردارید و پیشرفت کنید. طوری که ممکن است در دو سال و حتی در ده سال گذشته چنین پیشرفتی نداشته باشید .

۷ گام برای تنظیم اهداف

۱. تصمیم بگیرید واقعاً در زندگی چه می خواهید بدست آورید. اکثر مردم این عمل ضروری را انجام نمی دهند.
۲. آنچه می خواهید به طور واضح و مشخص بنویسید. آنرا قابل اندازه گیری سازید. هدفی را که ننویسید یک نقشه خیالی است و انرژی به دنبال آن وجود ندارد.
۳. یک فرجه برای اهداف خود تنظیم کنید. ذهن ناخودآگاه شما روی هدفهای مشخص هر لحظه پیشرفت می کند.
۴. یک لیست از آنچه که می خواهید بدست آورید تهیه کنید. به لیست خود هر چیزی از وظایف جدید و فعالیتهای نو که می خواهید اضافه کنید لیست خود را تا هنگامیکه کامل شود نگه دارید.
۵. لیست خود را در یک نقشه سازمان دهید که شما چه نیاز دارید تا ابتدا انجام دهید و چه چیزی بعداً تصمیم بگیرید که چه و چگونه باید انجام دهید، نقشه را اصلاح کنید تا کامل شود.
۶. با نقشه عمل کنید. هر چیزی را انجام دهید، نه هر چیز را، اما شروع کنید. شگفت انگیز است که چه تعدادی از مردم شکست می خورند زیرا آنها بدوون نقشه کار کرده اند.
۷. تصمیم بگیرید هر روز چه کاری انجام دهید که شما را به هدف نزدیکتر کند. این نظم و ترتیب در عمل است که شما را قادر می سازد هر روز مقدار حرکتتان را بهبود بخشید. عمل روزانه انگیزه شما را افزایش می دهد و به شما انرژی می دهد. این نیت، عمل روزانه، می تواند در اطراف زندگی شما بچرخد. یکبار که شما تصمیم بگیرید و هدفهایتان را بنویسید، در همه اوقات صبح، ظهر و شب به آنها فکر می کنید. و تنها سؤالی که می پرسید این است که چگونه می توانید آنها را بدست آورید.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب وکار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکر برتر

۵ — سر سپردن به انجام امری و برتری طلبی

سومین حالت برای موفقیت گرایش به برتری است. مردم موفق در آنچه که انجام می دهند خیلی خوب هستند شما باید همیشه در انجام کارهایتان خیلی خوب باشید. مهم نیست چقدر کوشش و فداکاری لازم است و مهم نیست چقدر زمان می گیرد. شما بایستی بلند شوید، مسئولیت بپذیرید و خودتان را سرویس دهید. اگر می خواهید مسیری از زندگی را شروع کنید. در ابتدا لازم است در زندگی کمک کنید. یک تصمیم بگیرید تا در آنچه که انجام می دهید عالی باشید و سپس آنرا در مسیر زندگی بدست آورید. دوم در این مسیر توقف کنید، یک تصویر وابسته به موقعیت در پیشرفت شخصی بسازید و سپس برگردید و فیلم خود را تماشا کنید. مسیر اصلی را پیدا کنید و در آن باقی بمانید. یک قدم از دیگران جلوتر گام بردارید. چیزهای جدید در هر روز یاد بگیرید و تمرین کنید. به سمت جلو حرکت کنید هیچ جنبشی را از دست ندهید خبر خوب اینکه مسیر زندگی هرگز بسته نمی شود آن ۲۴ ساعته باز است. هر کسی می تواند آنچه بیشتر مهم است بدست آورد. خواسته خود را به عنوان هدف قرار دهید آنرا بنویسید یک نقشه بسازید و روی آن هر روز کار کنید یک هفته، یک ماه، یک سال از حالا شما به اطراف آن نگاه خواهید کرد و مطمئن باشید از پیشرفتی که در طول زندگی خود می کنید متعجب می شوید.

۶ — در نتایج متمرکز شوید

شما نیاز دارید تا خوش بینی خود را افزایش دهید. مردم موفق پیوسته به اهدافی که چشم انتظار هستند فکر می کنند می نویسند و طراحی می کنند. جهت یابی اهداف قسمت بحرانی از نقطه کانونی فرایند است. در جهت یابی نتایج شما لیستی از هر آنچه که باید انجام دهید تهیه می کنید قبل از اینکه شروع کنید شما لیست خود را اولویت بندی می کنید. مهمترین چیزی که می توانید انجام دهید انتخاب کنید و سپس تمرکز کنید. در انجام یک عمل پشتکار داشته باشید بدون تفریح و حواس پرتی، تا آن کار کامل شود. در اینجا سوالاتی مطرح شده است که پاسخ به آنها جهت یابی برای رسیدن به اهداف را مشخص می کند.

۱. با ارزشترین فعالیتهای من چیست؟ چه چیزهایی هستند که انجام می دهید و به ارزش بیشتر کارهای شما کمک می کند؟ اگر مطمئن نیستید، یک لیست از همه فعالیتها و وظایف بنویسید و برجستگی آنها را مشخص کنید. آنها را به طور واضح با همکاران مطرح کنید.
۲. نتایج کلیدی من چه هستند؟ نتایجی که بی تردید باید بدست آورید چه هستند؟ یک روش عالی برای اینکه وظایفتان را انجام دهید و کارتان را به نحو عالی انجام دهید.
۳. چه می توانم انجام دهم تا یک دگرگونی در کار من باشد؟ این وظیفه ای است که خود باید انجام دهید. هیچکس قادر به انجام آن نیست.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

۴. چگونه از زمان بیشترین استفاده را ببرم؟ این سؤالی است که باید در هر ساعت از روز از خود پرسید و پرسیدن و پاسخ دادن به این سؤال کلیدی برای به نقطه اوج رسیدن است.

۷- تمرکز درباره راه حلها

فلسفه خوش بینی و عملکرد بالا که در قسمتهای قبلی در مورد آن صحبت کردیم برای ساختن رویاهاست. در این مرحله درباره راه حلی برای مشکلات فکر می کنید. شما فکر می کنید چه می توانید انجام دهید و چگونه مشکلات حل می شوند بجای اینکه در انتظار اتفاقات آینده باشید و یا بدنبال کسی که قابل سرزنش است، بگردید! مردم ناموفق بیشتر درباره مشکلات صحبت می کنند. اما فکر کردن درباره مشکلات سبب می شود خیلی منفی، عصبانی و بدبین شوید. و فکر کردن درباره راه حل ها سبب خوش بینی، خلاقیت و مثبت اندیشی می شود. زندگی از توالی مشکلات تشکیل شده، آنها پایان نمی پذیرند. آنها مشابه موجهای اقیانوس هستند، یکی پس از دیگری. اگر شما نرمال زندگی می کنید، امروزه زندگی شما مشغول است، شما احتمالاً یک بحرانی از انواع گوناگون مشکلات را هر دو یا سه ماه خواهید داشت. توانایی شما برای حل مشکلات بزرگ موفقیت شما را تعیین می کند. مهم نیست چه شغلی دارید می توانید این عبارت را قیچی کنید و بنویسید «حلال مشکلات» اینکه شما چه کسی هستید و در طول روز چه انجام می دهید تنها سؤال این است که چقدر در حل کردن مشکلات خوب پیش می روید؟ مردم خیلی موفق مشکلات بزرگ را حل می کنند و مردم ناموفق مشکلات کوچک را حل می کنند. راه حلال مشکلات شدن اینست که فکر کنید و درباره راه حلهای ممکن در بیشتر اوقات صحبت کنید. شما باید از خود پرسید راه حل مشکل چیست؟ چه باید اکنون انجام دهید؟ مرحله بعدی چیست؟ چگونه ما این مشکل را حل کنیم؟ چقدر اثر مخرب آنرا محدود کنیم؟ چگونه می توانیم از اتفاقات دوباره مانع شویم؟

۸- وقف کردن خودتان برای یادگیری در تمام عمر

یک مثل غربی هست که می گوید: «زندگی شما بهتر می شود، تنها هنگامیکه شما بهتر شوید.» مردم متمایل به نتیجه جبهتیابی، مشتاق برای یادگیری و ایده های جدید تمرین می کنند، تکنیکها روشها و استراتژی. آنها برای اطلاعات جدید عجله دارند. شما ظرفیت زیادی دارید و در بیشتر زمینه ها عالی می شوید. ذهن شما مانند یک ماهیچه است. اگر از آن استفاده نکنید آنرا از دست می دهید. در قرن ۲۱ آینده متعلق به کسانی است که در همه چیز تلاحیت دارند. و متعلق به مردمی است که خیلی خوب کار انجام می دهند. برای بیشتر بدست آوردن باید بیشتر یاد بگیرید. باید ارزش خود را افزایش دهید. باید ظرفیت خود را برای بهتر شدن افزایش دهید. در حال خواستن باشید هر روز چه می توانم انجام دهم برای اینکه ارزش من بیشتر شود. اینجا تمرینی ارائه می شود که می تواند شما را به سمت قله حرکت دهد و شما را در آنچه برایتان مهم است موفق سازد.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

کنار گذاردن ۳ درصد از درآمد برای افزایش قابلیت‌های شما کافیست. این ۳ درصد معجزه آساست. هر تومان که برای یادگیری و بهتر شدن می پردازید، چند برابر آن به درآمد شما افزوده می شود. این فرمول ساده ای است که موفقیت مادام العمر را به همراه دارد و می تواند شما را غنی سازد. شما بیشترین ارزش دارائی تان هستید. توانایی شما به خوب فکر کردن، عمل کردن، کمیت و کیفیت علم و ایده های در دسترس وابسته است. باید دائماً ذهن تان را تغذیه کنید. برای افزایش بیشتر استعدادهایتان باید تواناییهایتان را به روز کنید.

۳ کلید برای پرورش جهت‌یابی وجود دارد. اول یک ساعت یا بیشتر درباره رشته کاری خود مطالعه کنید. دوم از پخش اتومبیل یا واکمن در هنگام رانندگی یا در هنگامی که به جایی می روید و یا در موقع ورزش، گوش دهید. از این آموزش هنگام رانندگی معادل حضور در دانشگاه را بدست می آورید. سوم به هر نیروی مفید و سمیناری که می توانید پیدا کنید توجه کنید حتی اگر پول زیادی بپردازید یا مساحت طولانی را طی کنید.

۹- ده سال زودتر از موعد بازنشستگی استراحت کنید.

دندانسازی را می شناختم که برای شرکت در یک کنفرانس که در هنگ کنگ اجرا می شد، پول زیادی پرداخت. در یکی از جلسات او تکنیکی از فن دندانسازی را یاد گرفت. بعد از آن سمینار، او آن فن را در مورد دندانهای بیماران اجرا کرد و خیلی زود بعنوان متخصص این فن مشهور شد. بیماران زیادی از مسافتهای دور برای معالجه به وی مراجعه می کردند. ۵ سال بعد وی تکنیک خود را فروخت و به عنوان یک میلیونر در ۵۱ سالگی بازنشست شد. او هرگز بعد از آن کار نکرد. در یک خانه زیبا، مشرف به اقیانوس زندگی می کرد و از یک زندگی شگفت انگیز لذت می برد. او به من گفت که این روش عملی موفق، مرا به یک دندانپزشک موفق از نسل خودم تبدیل کرد. اگر شما خودتان و آینده تان را باور دارید در رابطه با تواناییهایتان سرمایه گذاری خواهید کرد. هر چقدر بیشتر سرمایه گذاری کنید بیشتر خودتان را باور خواهید کرد. موضوعات مهمی را که می توانید، یاد بگیرید تا به خود کمک کنید و هدفهای مهمی که هر روز به آنها فکر می کنید را بدست آورید. مجهول «X» را در زمینه تخصصی از علم یا مهارت خود قرار دهید، درباره آن فکر کنید و هر روز مطالعه کنید. روی علم خودتان به طور ویژه و تخصصی کار کنید، روی خودتان کار کنید مثل اینکه همه آینده شما وابسته به آن است.

۱۰- اکنون آن را انجام دهید.

دهمین خصوصیت از مردم موفق اقدام است. امروز تصمیم بگیرید احساسی از ضرورت عمل را در خود تقویت کنید. امروزه همه بی صبر و باعجله هستند. به همین دلیل اغلب مردم سرعت را با کیفیت برابر می دانند. اگر شما سریع عمل کنید آنهایی که نیاز و خواسته ای از شما دارند به طور خودکار فرض می کنند که کار شما دارای ارزش بیشتری نسبت به کسی است که آهسته کار می کند.

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

حرکت سریعتر شما باعث می شود تجربیات بیشتری بدست آورید. تجربیات بیشتر باعث می شود سریعتر یاد بگیرید، بهتر شوید و در انجام کارهایتان ترقی کنید. هر چه سریعتر حرکت کنید اعتماد به نفس شما بیشتر می شود. وقتی با احترام به خود و سربلندی شخصی سریعتر حرکت کنید، محبوبیت، ارزش و احترام شما در میان مردم اطراف سریعاً افزایش می یابد. مردم موفق درباره آینده آله فکر می کنند و تصور می کنند کمال مطلوب آنها، این خواهد بود. پس برای پیوستن رؤیا به واقعیت تلاش می کنند. در نهایت اقدام به عمل در کار و زندگی می کنند و فوراً انجام وظایف خود را شروع می کنند. آنرا اکنون انجام دهید! اکنون انجام دهید.

دپارتمان تبلیغات و اطلاع رسانی

۱۰ راه برای اداره کمپین تبلیغاتی

۱۰ راه برای اداره کمپین تبلیغاتی ایده های متنوعی در نشریات چاپ و منتشر می شود که گاه در انبوه مطالب به خوبی آشکار نیست. از آنجا که خواننده علاقه مند به دانستن است، گزینش این مطالب نیز در خور توجه است چون می تواند دانش و تجربه ارزشمندی تقدیم خواننده کند. «۱۰ راه برای اداره کمپین تبلیغاتی» از آن دست مطالبی است که مترجم با نگاه خود آن را برگزیده و سپس به ترجمه آن اقدام کرده است. متن حاضر صاف و سراسر است به اصل موضوع پرداخته و دستورالعمل های کاربردی خوبی دارد که می تواند کارگزاران تبلیغاتی را به خوبی راهنمایی کند از آن رو که هزینه های مطلوبی را به کار اندازند و پاسخ مطلوبی بگیرند. این در حالی است که کارگزاران تبلیغاتی بیش از دیگران می دانند چه بسیار هزینه های سنگینی که صرف فعالیت های تبلیغات می شود اما در عمل نتیجه سودمندی عاید نمی شود. از این رو متن حاضر متنی خواندی است با سودمندی های فراوان که در پی می آید .

۱- برنامه بازاریابی شما

هیچ چیز بیشتر از برنامه بازاریابی نمی تواند به شما کمک کند تا اهداف خود را بشناسید. شما با خلق و دنبال کردن برنامه بازاریابی خود چیزهای بسیاری راجع به شرکت خود، رقیبان و اهداف بلندمدت خود می آموزید. دانستن اینکه چه نوع تبلیغاتی برای شما بهترین است بسیار ضروری به نظر می رسد .

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

۲- ایجاد طرح عملیاتی

به محض داشتن طرح بازاریابی خود باید یک طرح عملیاتی اتخاذ کنید. این مدل به شما نشان می دهد چگونه افرادی که مستقل کار می کنند (حتی شرکت های تبلیغاتی) نقشه و طرح عملیاتی خود را اجرا می کنند. نقشه عملیاتی اطلاعات ضروری به شما می دهد که می توانید در اداره استراتژی تبلیغاتی خود از آن استفاده کنید .

۳- بودجه تبلیغاتی خود را تعیین کنید .

اینکه شما چگونه تبلیغ می کنید به بودجه تبلیغاتی شما بستگی دارد. شما نیاز دارید هزینه تبلیغاتی خود را درست و با استراتژی به کار برید. اگر شما تنها سهم اندکی از پول خود را به تبلیغات (آگهی) اختصاص دهید به این معنی است که تمام آن را به محصولی اختصاص داده اید که ساعت دو صبح (از رسانه ای مانند تلویزیون) پخش می شود، اول بدانید چه مقدار پول برای تبلیغات خرج خواهید کرد، آن گاه می توانید تصمیم عاقلانه ای بگیرید که چگونه آن را ایجاد کرده و در چه رسانه ای قرار دهید .

۴- فرصت های سازگار با توان مالی خود را آشکار کنید .

اداره کمپین تبلیغاتی شما به این معناست که شما باید خودتان مدیر رسانه خود باشید. شما باید بهترین جای تبلیغ خود و بهترین فرصت متناسب با بودجه خود را پیدا کنید. اگر شما به بودجه خیلی اندکی محدود هستید می توانید راه های فرعی بسیاری به جای تبلیغات با هزینه های بالا را پیدا کنید .

۵- مخاطب و جامعه هدف خود را بشناسید .

تبلیغات شما وقتی جامعه هدف خود را تحت تاثیر قرار ندهد موثر نخواهد بود. اول مخاطبان خود را بشناسید قبل از اینکه تبلیغ خود را خلق کنید. مثلاً اگر کارخانه شما اسکوتو برای بزرگسالان تولید می کند نیازی به سرمایه گذاری برای تبلیغات در شبکه MTV ندارید .

۶- در رسانه های مناسب تبلیغ کنید .

شما باید قادر باشید از تمام رسانه ها و ابزارهای تبلیغاتی که در جهت منافع شماست، استفاده کنید. خرج کردن هزینه های بسیار توسط ای میل های تبلیغاتی در جایی که می توان هزینه تبلیغاتی را صرف تبلیغات چاپی کرد، مشتری

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

هفته نامه الکترونیکه فکرپرتر

های شما را به کمتر از تعدادی که می توانستید داشته باشید محدود می کند. به همه رسانه ها فکر کنید به جامعه هدف خود بیندیشید، به برنامه بازاریابی خود نگاهی بیندازید و نقش عملیاتی خود را ببینید سپس تصمیم بگیرید که چه رسانه ای برای تبلیغ و با توجه به هزینه شما بهترین است .

۷- از کار کردن با افراد مستقل نهراسید .

اگر نمی توانید از پس هزینه های آژانس های تبلیغاتی برآیید می توانید با طراحان مستقلی کار کنید. حرفه ای ها می دانند که چه چیزی یک تبلیغ خوب را می سازد. بسیاری از این طراحان مستقل در آژانس های مختلف کار کرده اند در نتیجه شما می توانید از تجربه آنها نیز استفاده کنید. همچنین اینگونه طراحان می تواند به شما کارهای کپی و مواد مرغوب و با قیمت مناسب بدهند .

۸- ثبات مهم است .

اگر شما تبلیغات تلویزیونی و رادیویی، تبلیغات چاپی و کمپین های اینترنتی اجرا می کنید در آنها ثبات و یکدستی را حفظ کنید. یک گوینده و موسیقی واحد را برای تبلیغات خود به کار برید. در اقلام چاپی نیز باید از رنگ ها و فونت های مشخصی استفاده کنید. از یک شعار استفاده کنید، با این کار همه چیز را برای مشتری بالقوه خود مثل شعار، رنگ، فونت، گوینده و هر چیزی که به کمپین تبلیغاتی شما مربوط است تثبیت خواهید کرد .

۹- دفعات تبلیغ

خریدن فضایی برای تبلیغ در یک شبکه رادیویی که فقط یک بار ساعت ۳۰:۴ صبح پخش می شود خیلی واکنش مخاطب را بر نمی انگیزد. شما به تبلیغاتی نیاز دارید که تعداد دفعات تکرار بیشتری داشته باشد تا شانس اینکه مخاطبان بیشتری را جذب کنید بیشتر شود. اگر شما یک کمپین اینترنتی را اداره می کنید برای تعداد دفعات آن تصمیم گیری کنید. دفعه اولی که تبلیغ خود را می فرستید باید به این فکر کنید که قرار است چند بار آن را بفرستید و بعدی ها چگونه باشند؟ قبل از شروع به عمل به این سوال ها جواب بدهید تا موفقیت شما افزایش یابد .

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب وکار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت

زمانی که تمام اینها به کمک شما نمی آیند و هنوز شما سوالات زیادی دارید و با مشکلات زیادی مواجه هستید، کتاب های زیادی هستند که می توانند برای پیدا کردن مخاطب از آنها استفاده کنید. همچنین به دنبال عنوان هایی باشید که تازه انتشار یافته تا شما را در قله اطلاعات تبلیغات نگه دارد.

مخاطبین موسسه فرهنگی اقتصادی فکر برتر

کارفرمایان: برخلاف تصورات رایج، کارفرمایان کسانی هستند که همواره در جستجوی نیروی کارآمد و استعدادهای پنهان جهت کسب و کار خود میگردند.

کارجویان: هر فردی که اراده انجام کاری را داشته و در صدد انتخاب بهترین جایگاه یا شغل متناسب با خود میباشد.

کارآفرینان: کارآفرینان مدیران یا مالکانی هستند که با راه اندازی یک واحد تولیدی یا تجاری از اختراع بهره برداری میکنند. این افراد معمولاً قابلیت راه اندازی یک کسب و کار مستقل را داشته و بعنوان یک کارفرما عمل میکنند.

دانشجویان: پرسشگری است که در مرحله ای از زندگی به فرآخور آینده شغلی خود نسبت به انتخاب یک رشته تحصیلی اقدام کرده. از دغدغه های اصلی آنان میتوان انتخاب شغل متناسب با تحصیلاتشان را نام برد.

دانش آموزان: افراد مستعدی که در حساسترین دوره عمر خود آینده شغلی خود را میسازند.

والدین و سرپرستان: کسانی که به هر دلیلی در زمینه اشتغال با افراد فوق ارتباط دارند.

www.mh7.ir

آموزش، مشاوره، طراحی، اجرا، پشتیبانی

در زمینه های: کسب و کار، کارآفرینی، مدیریت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیک، خلاقیت و موفقیت

خدمات موسسه فرهنگي اقتصادي فکر برتر

مشاوره در خصوص نماياندن استعدادهاي افراد کارجو و مطابقت آن با شغلهاي متناسب

مشاوره به کارفرمايان در خصوص انتخاب استعدادهائي با تطابق نياز شغلي خود (استعداد يابي درون سازماني و بيرون سازماني)

مشاوره به افرادي با قابليت کارآفريني جهت چگونگي به انجام رساندن يک کسب و کار موفق.

مشاوره به دانشجويان و دانش آموزان در خصوص يافتن استعدادهائي خود و آينده نگري شغلي

مشاوره به والدين و سرپرستاني که به دلایل مختلف در خصوص شغل و يا آينده شغلي وابستگان خود نگراني دارند.

در صورت امکان، نسبت به معرفي کارجو به کارفرما و بالعکس مطابق با ضوابط طرفين اقدام ميگردد.

توانائي شما در هر زمينه که قابليت کمک به انجام يک کار، راه اندازي يک کسب و کار يا مشاوره راداشته باشد پس از بررسي مورد استفاده قرار گرفته و شما بعنوان يک همکار با مزايای توافقي مورد استفاده (ترجيحا در فضاي مجازي) قرار خواهيد گرفت (در خصوص بيان توانايي خود دقت لازم را در صفحه عضويت بکار ببريد).

www.mh7.ir

آموزش، مشاوره، طراحي، اجرا، پشتيباني

در زمينه هاي: کسب و کار، کارآفريني، مديريت فروش و بازاریابی، تجارت الکترونیکه، خلاقیت و موفقیت