

بازاریابی چابک چیست

و چطور برای موفقیت کسب و کارمان آن را اجرا کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

انجام پروژه‌های بزرگ بسیار زمانبر هستند و مدیریت زمان، کار دشواری است. با خواندن مقاله بازاریابی چابک (agile marketing) چیست متوجه می‌شوید، که چطور این مشکل را حل کنید.

معمولا مدیریت زمان کار چندان ساده ای نیست، به خصوص آنکه در حال انجام پروژه ای بزرگ باشید. روش های متعددی برای مدیریت زمان ارائه شده اند. هر روش کاربرد و بازدهی خود را دارد. بازاریابی چابک راهکار هوشمندانه دیگری ارائه می دهد که می تواند، به شما در انجام پروژه های بزرگ کمک کند .

در این نوشته می خواهیم درباره متد چابک، ابزارهای مدیریت چابک، بازاریابی چابک و نحوه اجرای این استراتژی برای هر کسب و کار صحبت کنیم. اگر در انجام پروژه هایتان زمان زیادی را از دست می دهید، این مقاله به کارتان خواهد آمد!

بازاریابی چابک چیست؟

بازاریابی چابک «agile marketing» یک شیوه مدیریتی است، که برای صرفه جویی در زمان و افزایش سرعت انجام پروژه های بزرگ طراحی شده است. این ابزار مدیریتی شرایطی را فراهم می آورد، که پروژه های بزرگ را به چند بخش کوچکتر به صورت شفاف، تقسیم می کند و برای تسریع روند کار، بر روی هر بخش مشخص، یک تیم مشغول کار می شوند. این روش نه تنها از هدر رفت زمان جلوگیری می کند، بلکه می تواند از جنبه های بسیاری مفید باشد .

برنامه نویسان و توسعه دهندگان نرم افزار به خوبی با این روش مدیریتی آشنا هستند. در واقع این شیوه نخستین بار توسط برنامه نویس ها به کار گرفته شد، اما بعد ها بازاریابان با اعمال تغییراتی توانستند از آنها بهره ببرند.

بازاریابی چابک در واقع کپی برداری از روش مدیریت چابک است، که مخصوص برنامه نویس ها می باشد. بازاریابان با استفاده از امکانات متد

چابک توانسته اند، استراتژی بازاریابی چابک را برای مدیریت کسب و کارها توسعه دهند. به این ترتیب بخش های زیادی از شیوه بازاریابی چابک و مدیریت چابک مشابه هم هستند.

هنوز هم بسیاری از برنامه نویس ها معتقدند، روش چابک برای مدیریت پروژه های نرم افزاری است و نباید در پروژه های غیر مرتبط مورد استفاده قرار گیرد، اما کارشناسان بازاریابی می گویند، از هر روشی می توان بهره برد، تا پروژه ها را به درستی مدیریت کرد. علم بازاریابی بسیار انعطاف پذیر است و می تواند از هر شرایط و قواعدی استفاده لازم را ببرد.

برای درک بهتر موضوع لازم است، عناصر متعددی را توضیح دهیم، تا به راحتی بتوانیم تمام جنبه های بازاریابی چابک را دریابیم. این توضیحات شامل تعریف مدیریت چابک و ابزار وابسته به آن هستند، که در ادامه خواهید خواند.



متد چابک یا مدیریت چابک چیست؟

برنامه نویس ها روش های مدیریتی متعددی برای انجام پروژه هایشان به کار می گیرند. یکی از این روشها «متد چابک» یا مدیریت چابک است، البته

نام های دیگری مثل؛ توسعه نرم افزار چابک نیز برای آن استفاده می شود. چابک سازی پروژه اشاره به سریع تر کردن مراحل انجام کار دارد، اما چطور؟

به صورت کلی متدهای چابک کمک می کنند، تا یک پروژه بزرگ و زمانبر به بخش های کوچکتری تقسیم شوند. سپس هر تیم یا هر عضو تیم روی یک بخش از پروژه مشغول به کار می شوند و همزمان اهدافشان را پیش می برند. اگرچه هر تیم به صورت مجزا کار می کند، اما همواره با هم در ارتباطند و نتایج کار دیگر تیم ها را می توانند مشاهده کنند. در نهایت به صورت روزانه یا هفتگی به یک جمع بندی کلی می رسند. همچنین این روش امکان آزمایش و خطا در هر بخش را فراهم می کند، بدون اینکه دیگر بخش های پروژه تحت تاثیر قرار گیرند.

اگرچه مدیریت چابک در سال ۲۰۰۱ به صورت رسمی و استاندارد تعریف و معرفی شد. اما سابقه استفاده از آن به سالها قبل از آن باز می گردد. ویکی پدیا در این باره اینگونه نوشته است: سابقه توسعه متدهای چابک به سال ۱۹۵۷ بازمی گردد و مارتین فولر «Martin Fowler» به عنوان یکی از نخستین بنیان گذارهای کلیدی این سبک مدیریتی شناخته می شود.

اما بیانیه چابک چه می گوید؟

در فوریه ۲۰۰۱ چندین توسعه دهنده نرم افزار دهنده گرد هم آمدند، تا در مورد متدهای چابک به یک تفاهم و استاندارد برسند و روشی را به جهانیان معرفی کنند، که بتوانند به کمک آن پروژه ها مدیریت کنند. در واقع «توسعه چابک نرم افزار» از آن زمان در قالب یک بیانیه معرفی شد.

اصول چابک کدامند؟

طراحان متد چابک، اصولی را نیز برای آن در نظر گرفتند، که نشان از پیشرفته بودن این روش مدیریتی می باشد. برخی از این اصول عبارتند از:

- جلب رضایت مشتری از طریق تحویل زودتر از موعد پروژه

- ایجاد تغییرات لازم با توجه به نیازمندی های پیش آمده در هر زمانی، حتی اگر پروژه در اواسط کار یا رو به اتمام باشد.
- همکاری نزدیک بین مشتری، کسب و کار و تیم توسعه
- گفتگوی رو در رو برای ایجاد ارتباط بهتر از هر روش دیگری است
- ایجاد جلسات همفکری می تواند، شفافیت به وجود آورد و راهکارهای جدیدی نمایان سازد.



تعریف بخش های مرتبط با مدیریت و بازاریابی چابک

متد چابک اینگونه عمل می کند، که قبل از هرکاری تیم باید به درک دستی از محصولی که قرار است، طراحی شود برسد.

داستان مشتری «User stories»

برای اینکه تیم دریابد محصولی که باید طراحی کند، چه خصوصیاتی داشته باشد. نیاز دارد از دیدگاه مصرف کننده در مورد یک محصول ایده آل با خبر باشد. برای همین داستان کاربر یا داستان مشتری پایش به ماجرا باز می

شود. داستان کاربر در واقع ذهنیت مشتری و انتظاراتش از یک محصول عالی را بیان می کند.

برای آگاهی از نظر کاربران یا مشتری، باید برایش داستانی بسازید. داستان کاربر به طور خلاصه و شفاف، نظر مشتری در مورد محصول خوب را بیان می کند. یوزر استوری برخلاف نامش زیاد طولانی نیست و می تواند در یک جمله خلاصه شود. نمونه ای از داستان مشتری که می توانید بنویسید، اینگونه است:

به عنوان من را می خواهم، تا را داشته باشم.

می توانید از کاربران، صاحب پروژه، مشتری یا هرکس دیگری که با این پروژه در ارتباط است، بخواهید تا جاهای خالی را به دلخواه خودش پر کند. در نهایت با جمع بندی به یک دید کلی برسید. قسمت های خالی می تواند اینگونه پر شوند:

به عنوان یک کاربر اینستاگرام من قابلیت تماس تصویری را می خواهم، تا با خانواده و دوستان ارتباط داشته باشم.

در نهایت تیم کاری، با لیست کردن یوزر استوری ها به ترتیب اهمیت در میابند، که قرار است چه کارهایی انجام دهند، تا هدف نهایی اجرایی شود.

صاحب محصول «Product Owner»

صاحب محصول همان سرمایه گذار اصلی است، که ایده اصلی پروژه را داده است. به بیان ساده تر همان کسی که تیم توسعه یا بازاریابی برای او کار می کند. این فرد در نهایت باید تصمیم بگیرد، که محصول نهایی چه ویژگی هایی داشته باشد. یوزر استوری و هر ایده دیگری باید در نهایت توسط صاحب محصول تایید شوند، تا تیم بتواند کارش را شروع کند.

بک لاگ محصول «Product Backlog»

بک لاگ محصول لیستی است که همه آنچه که از محصول نهایی انتظار می رود داشته باشد، در آن گنجانده شده است. این لیست توسط صاحب محصول تهیه می شود. بک لاگ می تواند با کمک یوزر استوری و دیگر

مواردی که صاحب محصول و تیم توسعه به توافق رسیده اند تهیه شود. در واقع بک لاگ همان نقشه راهنمای کار است.

اسکرام مستر «Scrum Master»

اسکرام یک چارچوب است، که در مدیریت چابک کاربرد اصلی دارد. اسکرام پروژه های بزرگ را به اجزای کوچکتر تقسیم می کند و یک چرخه از اجزای به هم پیوسته به وجود می آورد، تا در نهایت یک پروژه جامع تعریف شود. این روش امکان مدیریت و پیشبرد هر بخش به صورت جداگانه را می دهد. تیم اسکرام در واقع همان تیمی است که روی بخش های مختلف یک پروژه بزرگ کار می کنند.

اسکرام مستر به رهبر تیم اسکرام گفته می شود، تیمی که پروژه را انجام می دهند. رهبر تیم مسئول ایجاد هماهنگی بین همه اعضای فعال در جریان پروژه و برگزاری جلسات و ... است.



اسپرینت «Sprint»

هدف اصلی از مدیریت چابک در واقع مدیریت زمان است! از این رو باید هر بخش از کار یا هر یوزر استوری، در زمان مشخصی انجام شود. به مدت زمانی که قرار است، تا تعداد مشخصی یوزر استوری انجام شوند، یک Sprint

گفته می شود. زمانی که به هر اسپرینت داده می شود، توسط اعضای تیم مشخص می شود و قاعده خاصی در این باره وجود ندارد. به بیان دیگر به مدت زمانی که تعیین می شود، تا هر مرحله از پروژه انجام شود، یک اسپرینت می گویند.

اسکرام روزانه «Daily Scrum»

اسکرام روزانه یا جلسات ایستاده توسط اسکرام مستر به صورت سرپایی ترتیب داده می شوند، تا به صورت روزانه دست یافته های روز قبل مشخص شوند. در این گردهمایی رویه کاری روزانه مشخص می شود و اگر نیاز به اعمال تغییراتی در روند انجام بخشی از پروژه باشد، در اسکرام روزانه اعلام می شود. از آنجایی که هدف سرعت انجام کار است، جلسات به صورت سرپایی و بدون تشریفات برگزار می شوند، که می تواند زمان آن بسیار کوتاه در حد چند دقیقه باشد.

روش کانبان «Kanban method»

روش کانبان یکی از متدهای دیگری است، که در کنار اسکرام می تواند بهره وری را افزایش دهد. کانبان در واقع روشی برای به تصویر کشیدن روند کار، توسط تیم های مختلف در حال انجام پروژه است. به این صورت که با نصب یک بورد روی دیوار یا ساخت یک صفحه گرافیکی در رایانه، بخش های مختلف تیم اسکرام را مشخص می کنید. به این ترتیب موارد لازم زیر هر دسته را یادداشت می کنید، تا همه از روند انجام کار با خبر باشند. مهمترین هدف بکارگیری کانبان حذف هرج و مرج درون پروژه و تمرکز بر اولویت ها است. کانبان با شفاف سازی می تواند راه حل های جالبی برای حل مشکلات مرتبط با پروژه نمایان سازد.

از مهمترین مزایای استفاده از کانبان می توان این موارد را برشمرد:

- حذف موارد اضافی و صرفه جویی در وقت
- پاسخگویی سریع به هر نوع تغییری در فرایند
- ایجاد سیستم قابل درک و اجرا

- شفاف سازی مسئولیت ها
- ارائه اطلاعات مفید و ارزشمند
- ارائه گزارش کامل و بصری از رشد پروژه



مدیریت پروژه ها به روش چابک چگونه است؟

حالا که با اجزای مختلف برای به کارگیری روش چابک آشنا شدید، بد نیست مروری هم بر روش انجام فرآیند داشته باشیم و سپس بررسی کنیم که بازاریابی چابک چیست و چطور باید آن را انجام داد.

مراحل به کارگیری فرایند چابک از این قرارند:

۱. در ابتدا صاحب محصول خلاصه ای از هدف و تمام ویژگی های مورد نظر محصول و ایده هایی که دارد را تهیه می کند.

۲. به کمک اعضای تیم و سایر افراد مرتبط لیستی از یوزر استوری ها نوشته می شود.

۳. همچنین یک لاگ محصول نیز به صورت مشخص طراحی شده و همواره از آن استفاده می شود، تا هدف واضح تر باشد.

۴. اسکرام مستر با ترتیب دادن جلسه ای، برنامه ریزی اسپرینت را انجام می دهد. در این جلسه برای هر یک از یوزر استوری ها زمانی در نظر گرفته می شود.

۵. با استفاده از متد کانبان یوزر استوری ها سازماندهی می شوند و نقش اعضای تیم مشخص خواهد شد.

۶. پس از شفاف سازی و تعیین اولویت ها و نقش افراد، به صورت روزانه اسکرام مستر، اقدام به برپایی جلسات سرپایی روزانه می کند، تا پیشرفت کار به صورت روزانه رصد شود.

این خلاصه ای بود از روش مدیریت پروژه های به روش چابک. حالا که با چگونگی کارکرد متد چابک آشنا شدید، نوبت به تعریف و نحوه استفاده از بازاریابی چابک می رسد.

بازاریابی چابک چه مزیت هایی دارد؟

همواره گفته ایم وقت طلاست، پس چرا از این طلا به درستی استفاده نکنیم؟ بازاریابی چابک برای این منظور توسعه داده شده که علاوه بر منابع مالی از منابع دیگر، مثل زمان و منابع انسانی نهایت استفاده بشود. زمان بندی برای انجام پروژه ها به روش چابک را دیدیم، بی شک این متدها می توانند، در هر پروژه بزرگی علاوه بر پروژه های نرم افزاری مورد استفاده قرار گیرند.

۱. به کمک بازاریابی چابک می توانید در زمان صرفه جویی کنید و در مدت زمان کمتری پیشرفت خوبی داشته باشید. مدیریت زمان می تواند بیشتر از هر چیزی صاحب محصول را راضی کند.

۲. با انتخاب اولویت های درست، می توانید به بهترین شکل بخش های مختلف از جمله بخش فروش یک شرکت را در مسیر درست قرار دهید و از این طریق فروش محصولات را بیشتر کنید.

۳. سازگاری متد بازاریابی چابک با تغییرات این امکان را به شما می دهد، تا با روند بازار همسو شده و در برابر تغییرات ناگهانی، ناچار به اتخاذ استراتژی های عجیب و غریب نباشید. بازاریابی چابک این امکان را می دهد، تا در هر بخشی از برنامه تغییراتی را اعمال کنید، بدون اینکه سایر بخش ها را به هم بریزید.

۴. بازاریابی چابک روی ارتباطات بسیار شفاف و صریح عمل می کند و وظایف هر بخش مشخص می شوند. همچنین با برگزاری جلسات روزانه همه اعضای تیم از چند و چون روند کار آگاهی می یابند. روش کانبان، بهترین شیوه برای نمایش روند کار است که در بازاریابی چابک کاربرد فراوانی دارد.

۵. نتیجه گیری سریع از دیگر مزایای استراتژی بازاریابی چابک است. در روش سنتی اهداف بزرگی مشخص می شوند و سپس تیمی مسئول اجرای آن می شود. زمان و بودجه زیادی صرف این کار می شود، که گاهی هیچ نتیجه خاصی در بر ندارد. اما روش چابک مارکتینگ این امکان را می دهد، که اهداف را به بخش های مختلف و مستقل و در عین حال مرتبط تقسیم کرد، هر بخش را به صورت روزانه یا هفته ای مورد آزمایش داد، نتیجه کار را بررسی کرد و اگر جواب نداد روش دیگری اتخاذ کرد. این موضوع نه تنها از هدر رفت زمان و هزینه های کلان جلوگیری می کند، بلکه در زمان کوتاهی، نتیجه هر تصمیم و عمل مشخص می شود.

۶. در روش های دیگر بازاریابی احتمالاً مدیر شرکت با مدیر تیم بازاریابی با هم در ارتباطند و باقی اعضای تیم و سایر بخش های سازمان با هم مرتبط نیستند. در روش چابک شرایطی ایجاد شده تا همه اعضای تیم با اعضای مدیریتی شرکت در تعامل باشند و با همفکری بهترین راهکارها را انتخاب کنند.

۷. مشتری محور بودن بازاریابی چابک همواره می تواند نظرات مشتری ها را در روند کار دخیل کند. داستان مشتری دقیقا برای این کار طراحی شده است. با تغییر رفتار مشتری می توان، سریعاً بخش های مختلف را در راستای رضایت مندی مشتری سازماندهی کرد.

۸. بازاریابی چابک به شما اجازه خواهد داد، تا همزمان بر روی همه بخش های یک پروژه بزرگ کار کنید. در روش های دیگر تا یک مرحله از کار انجام نشود، امکان کار روی مرحله دیگر وجود ندارد، اما متد اسکرام این محدودیت ها را برداشته است. هر بخش می تواند به صورت مستقل به کارش ادامه دهد و در نهایت با تلفیق به بخش های دیگر یک نتیجه واحد پدید می آید.

این ها نمونه هایی از مزایای بازاریابی چابک بودند، اما همه آنها نیستند. احتمالاً هر پروژه های که با این شیوه مدیریت شود، دستاوردهای اختصاصی خودش را هم خواهد داشت. در ادامه خواهیم گفت که چطور باید بازاریابی چابک را در کسب و کارتان پیاده کنید.



چطور بازاریابی چابک را در کسب و کارمان اجرا کنیم؟

مراحل انجام کار برای بازاریابی مشابه، مراحل مدیریت پروژه به روش چابک هستند، به این صورت که:

۱. داستان کاربر یا مشتری های خود را بنویسید

نوشتن داستان مشتری مثل همان یوزر استوری است، که در بالا توضیح داده شد. برای این کار می توانید از اعضای تیم، صاحب محصول، مدیریت، کارمندان، مشتری ها و هر کسی که فکر می کنید، از این محصول قرار است، استفاده کند کمک بگیرید. با دانستن نظر مشتری در مورد محصول می توانید، بهترین نوعش را طراحی و تولید کنید. طوری که مشتری کاملاً از نتیجه کار راضی باشد.

۲. هدف را مشخص کنید

با استفاده از داده هایی که از داستان مشتری جمع آوری کردید و ایده های صاحب محصول و در نظر گرفتن همه جوانب، هدف پروژه را مشخص کنید و به ترتیب اولویت لیست بندی کنید. باید بدانید که قرار است، چه کاری انجام دهید و هدف از این همه برنامه ریزی چیست!

۳. یک تیم اسکرام بسازید

تیم اسکرام همان تیمی خواهد بود که قرار است، پروژه را به موفقیت برساند. برای این کار باید ابتدا اسکرام مستر جلسه ای ترتیب دهد و با کمک اعضای تیم پروژه را به چند بخش مجزا تقسیم کند، همچنین می بایست برای هر بخش از پروژه اسپرینت مشخصی تعریف شود. سپس بنا به توانمندی های افراد هر یک یا هر چند نفر، بخشی از پروژه به آنها محول شود. و انتظار می رود که در مدت زمان مشخص شده به اتمام برسد. اعضای تیم می توانند در همان جلسات روزانه که سرپایی اجرا می شوند، پیشرفت ها یا مشکلات خود را بیان کنند، تا در باره آنها گفتگو

شود. در این جلسات معمولاً کارهایی که روز قبل انجام شده، مرور می شوند و کارهایی که قرار است، امروز انجام شود سازماندهی می شوند.

۴. از استراتژی کانبان استفاده کنید

پیش تر توضیح دادیم که کانبان چطور در روند انجام پروژه شفاف سازی می کند. استفاده از این متد هم اعضای تیم و هم مالک محصول را از روند انجام کار مطلع می کند و شفاف سازی به عمل می آورد، تا از دوباره کاری جلوگیری شود.

برای طراحی کانبان خود می توانید از انواع روش ها کمک بگیرید. از طراحی کانبان روی یک وایت برد گرفته تا استفاده از نرم افزار های مخصوص و گرافیکی. هر روشی که راحت تر می توانید آن را مدیریت کنید مناسب خواهد بود. روش کانبان همه چیز را واضح به شما می گوید، که از کجا و چه زمانی شروع کرده اید، در کدام مرحله از کار هستید و چقدر مانده تا به هدف برسید؟ بدین ترتیب روحیه همکاری تیمی افزایش پیدا می کند.

۵. جلسات نتیجه گیری برگزار کنید

پس از تمام شدن هر اسپرینت می توانید، جلساتی برگزار کنید و در آن روش کاری که در دوره قبلی انجام دادید را مرور کنید. قطعاً در زمان انجام هر اسپرینت برخی اشتباهات صورت می گیرند و برخی نکات مثبت کشف می شوند. می توانید لیستی از کارهایی که باید و نباید انجام دهید را به عنوان تجربه تهیه کنید و در اسپرینت های بعدی به کار ببرید.

این روش به شما کمک خواهد کرد، که حتی از اشتباهات نیز استفاده درست کنید و دیگر آنها را تکرار نکنید. می توانید به همین ترتیب پروژه خود را به شیوه بازاریابی چابک مدیریت کنید، تا به موفقیت برسید.



سخن پایانی

در روزگار امروزی شیوه های مدیریت پروژه انجام کارها را سریعتر کرده اند. بازاریابی چابک یکی از این استراتژی هاست که از متدهای چابک مخصوص برنامه نویسان الگو گرفته شده است. در این روش ابزار گوناگونی به کار گرفته می شود، تا زمان به خوبی مدیریت شود. با بکارگیری این شیوه بازاریابی امکان انجام کارهای بزرگ در سریعترین زمان فراهم می شود. فقط باید به درستی هدف مشخص شود. بازاریابی چابک همانطور که از نامش پیداست، فرآیند کار بازاریابی را سریعتر می کند. شما از چه شیوه ای پروژه های خود را مدیریت می کنید؟