

چگونه کار آفرین شویم

بیداری انگیزه‌های موفقیت در ۷ مرحله
با تکیه بر کسب و کار آنلاین دیجیتال

برگرفته از آموزه‌های Anik Singal



مترجم: احسان سالاری

چگونه کار آفرین شویم

بیداری انگیزه‌های موفقیت در ۷ مرحله

با تاکید بر کسب و کارهای آنلاین

برگرفته از آموخته‌های آنیک سینگال

مترجم: احسان سالاری

سرشناسه	:	سینگال، آنیک
عنوان و نام پدیدآور	:	چگونه کارآفرین شویم / برگرفته از آموزه های آنیک <i>Singal, Anik</i>
مشخصات نشر	:	تهران، نوین توسعه، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۷۶ صفحه.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۹-۸
فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: <i>How to build an Entrepreneur</i>
موضوع	:	کارآفرینی، موفقیت
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ چ ۸ / س ۹۷ / HB ۶۱۵
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۲۱
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۱۳۱۸۴۷



عنوان:	چگونه کارآفرین شویم
مؤلف:	آنیک سینگال
مترجم:	احسان سالاری
زمان و نوبت چاپ:	۱۳۹۷، اول
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
ناشر:	نشر نوین توسعه
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۹-۸
قیمت:	۱۰،۰۰۰ تومان

کلیه حقوق کتاب برای ناشر محفوظ است.

پدر پولدار می‌گوید: بزرگترین چالش شما در زندگی، نداشتن اعتماد به نفس و تنبلی است. این نداشتن اعتماد بنفوس و تنبلی است که شخصیت شما را نشان می‌دهد و مشخص می‌کند که هستید.

اگر می‌خواهید آنچه را که هستید تغییر دهید، باید بر این عدم اعتماد بنفوس و تنبلی غلبه کنید. نداشتن اعتماد بنفوس و تنبلی، شما را محدود نگه می‌دارند و مانع رسیدنتان به آن چه از زندگی می‌خواهید، می‌شوند.

هیچ کس در این مسیر با شما نیست، مگر خودتان و تردیدهایتان

اینکه به همین حالت بمانید و تغییری در زندگیتان ندهید و به همان شیوه همیشگی زندگی کنید، آسان است. بیشتر مردم ترجیح می‌دهند که بدون تغییر به زندگی خود ادامه دهند. اگر به تردید و تنبلی غلبه کنید، راه ورود به آزادی را پیدا خواهید کرد.

فهرست

- مقدمه..... ۹
- بخش اول) هر کسی می تواند کار آفرین شود..... ۱۱
- بخش دوم) چگونه شور و اشتیاق و دانش مان را به یک
کسب و کار دیجیتال تبدیل کنیم؟..... ۲۹
- مرحله اول: پیدا کردن یک شور و اشتیاق سودآور..... ۳۱
- مرحله دوم: اطلاعات محصول..... ۳۹
- مرحله سوم: سنجش میزان سود..... ۴۵
- مرحله چهارم: تحویل..... ۴۹
- مرحله پنجم: پیام رسانی..... ۵۱
- مرحله ششم: شروع هیجان..... ۵۳
- مرحله هفتم: رشد..... ۵۹
- حرف های پایانی آنیک..... ۶۵
- سخن پایانی ناشر (نشر نوین)..... ۷۱

مقدمه

این کتاب دو بخش دارد؛ بخش اول درباره شما است. این که به چه چیزهایی نیاز دارید تا بتوانید یک کارآفرین موفق بشوید.

بخش دوم کتاب درباره ایده کسب‌وکارتان است و اینکه چگونه آگاهی و علاقه‌تان، شما را به یک کارآفرین دیجیتال تبدیل می‌کند.

علت تفاوت این دو بخش ساده است. پیش از آنکه یاد بگیرید که چه باید بکنید، ابتدا باید نگاهی به خودتان داشته باشید و خودتان را ارزیابی کنید و اگر خواهان ایجاد تغییرات باشید، پرستیژ مورد نیاز برای کارآفرین شدن را در خود پیدا کنید.

هنگامی که خودتان را مورد ارزیابی قرار می‌دهید و اصلاحات مورد نیاز را انجام دادید، زمان ایجاد کسب‌وکارتان فرا رسیده است!

بخش اول) هر کسی می تواند کارآفرین شود

لیست‌هایی طولانی از محصولات و ایده‌ها وجود دارند که منتظر فردی هستند تا آن‌ها را به یک کسب‌وکار موفق تبدیل کند. حقیقت این است که هر کسی می‌تواند به یک کارآفرین تبدیل شود. اما چرا خیلی‌ها کارآفرین نمی‌شوند؟ به عبارت ساده، برخی از افراد به **مخاطرات شخصی و معنوی** که برای این کار نیاز است، هیچ توجهی ندارند.

توجه کنید که خطرات مالی مد نظر نمی‌باشد. همانگونه که لیست‌هایی طولانی از محصولات و ایده‌ها وجود دارد، نمونه‌های زیادی هم از افرادی که کسب‌وکار بسیار موفق‌تری را از هیچ شروع کرده‌اند، وجود دارد. کارآفرین شدن نیازی به صدها هزار یا میلیون‌ها دلار پول ندارد. در بسیاری از موارد، تبدیل شدن به یک کارآفرین، تنها نیاز به یک کامپیوتر و چند صد دلار دارد.

اگر پول یک مانع نیست، سوال اینجاست که چرا هر کسی کارآفرین نمی‌شود؟

پاسخ نظم و انضباط است.

احتمالاً می‌گویید: «من بسیار منضبط هستم و تمام کارهایم را سر وقت و از روی قاعده انجام می‌دهم.»

نظم و انضباطی که در اینجا به آن می‌پردازیم، آن نظم و انضباطی نیست که معمولاً مردم از شنیدن کلمه نظم و انضباط به فکرشان می‌رسد. این‌ها نمونه‌هایی از نظم و انضباط ظاهری‌اند. آن‌ها معمولاً برای نظم و انضباط، به یک انگیزه بیرونی یا پاداش نیاز دارند. به همین دلیل است که در برنامه کاهش وزن، وقتی چند کیلو از وزن خود را کم کردند، دیگر انگیزه کافی برای ادامه برنامه را ندارند، به وزن ایده‌آل که نمی‌رسند هیچ، حتی پس از مدتی به وزن اولیه خود بازخواهند گشت.

داشتن انگیزه درونی و نظم درونی است که حتی پس از حذف پاداش یا جایزه، شما را همچنان به ادامه مسیر متعهد نگه می‌دارد.

اکثر مردم احساس می‌کنند، انضباط همان چیزی است معمولاً در موردشان رخ داده است. مثال: فریاد پدر و مادر بر سر کودکان برای تمیز کردن اتاقشان، داد زدن رئیس بر سر کارمند در مقابل سایر کارمندان.

این‌ها با نظم و انضباطی که ما معنی می‌کنیم، متفاوت است. کارآفرین شدن از طریق فریاد کشیدن دیگران بر سر شما بدست نمی‌آید. وقتی کاری را انجام می‌دهید و یا انجام نمی‌دهید، در واقع این نظم و انضباط، بخصوص نظم و انضباط درونی شماست که آن کار را انجام می‌دهد یا انجام نمی‌دهد.

نظم و انضباط درونی، به شما قدرت ترک ناحیه راحتی‌تان را می‌دهد. این مورد، نیازمند کشف واقعیت‌های جدید و ایده‌های جدید است. نظم و انضباط درونی به شما کمک می‌کند که رویا پردازی کنید و آن را در آینده ممکن سازید. همان چیزی است که اجازه می‌دهد تا از رویا پردازی صرف، رها شده و عمل کنید.

خیلی از مردم دوست دارند که کارآفرین شوند، اما فاقد مهارت، شجاعت و نظم و انضباط برای ماندن در کسب‌وکار هستند. به جای ریسک کردن در شروع کسب‌وکار، به دنبال محیط‌های امن‌تر هستند و داشتن امنیت شغلی و حقوق ماهیانه را به آزادی و ثروت بیشتر ترجیح می‌دهند. بسیاری به امنیت شغلی چسبیده‌اند زیرا ترس از شکست، برایشان بزرگتر از لذت آزادی است.

دو نوع نظم و انضباط

در بخش دوم کتاب، برنامه راهبردی رسیدن به موفقیت را بسیار روشن و شفاف توضیح می‌دهیم و دستورالعمل اسرارآمیز کارآفرین شدن را فاش می‌کنیم.

نظم و انضباط درونی، همان نیرویی است که پیش از آن که اقدامی کنید، شما را وادار به یادگیری، تفکر و بدست آوردن می‌کند. زمانی که دانش، مهارت، تجربه و طرح تولید محصول یا ایده کسب‌وکارتان را مورد ارزیابی قرار می‌دهید، اولین چیزی که به سراغ شما می‌آید، نظم و انضباط درونی است.

در مدت خود ارزیابی، به دو نتیجه خواهید رسید:

- ۱- این ایده مناسب است و می‌تواند آینده مرا تغییر دهد.
- ۲- این ایده عالی است، اما نه برای من و در این زمان. باید ایده دیگری پیدا کنم.

کلید کار، **خود ارزیابی** است. خود ارزیابی، اولین و مهم‌ترین قدم است. نتیجه خود ارزیابی باید نظم و انضباط خارجی، پیگیری، میزان تعهد و از همه مهم‌تر میزان تمایل شما را به رشد آشکار کند.

اگر پس از خود ارزیابی، کم آوردید و کوتاه آمدید، از خود بپرسید:

۱- آیا مایل به رشد نظم و انضباط خارجی‌تان هستید؟

۲- آیا مایل به تغییر در تلاشتان برای رشد هستید؟

۳- چرا حاضرید تسلیم شوید؟

اجازه دهید در مورد ترس صحبت کنیم. هر کس یک نوع ترسی دارد. لازم است که به ترس خود اعتراف کنید و مشخص کنید که کدام یک از این ترس‌ها، واقعا درست است. یک تکنیک برای روبه رو شدن با ترس‌ها، نوشتن آن‌ها است، همه را بنویسید. مهم نیست که از کدام یک بیشتر یا کمتر می‌ترسید. سپس مقابل هر ترس، بدترین حالت ممکن را بنویسید. متوجه خواهید شد که آن چنان هم که انتظار داشتید، بد نیستند.

اگر تا الان متوجه نشده‌اید که باید تغییر کنید، نه تنها اقدامات خود را، بلکه باید نگاه خود را به جهان تغییر دهید. اگر نیازی به تغییر احساس نمی‌کردید، الان در حال مطالعه این کتاب نبودید. تغییرات در امور مالی و رسیدن به آزادی با تغییر افکار آغاز می‌شود و در نهایت به تغییر اعمال شما ختم خواهد شد.

بنابراین، خود ارزیابی را انجام داده‌اید و مصمم برای حرکت رو به جلو در زندگی هستید. این عالی است، اما در عمل، هنوز کاری انجام نداده‌اید.

حالا باید ایده کسب‌وکارتان را مورد ارزیابی قرار دهید. ساده‌ترین راه برای انجام این کار، آن است که نرخ بازگشت سرمایه ایده‌تان را ارزیابی کنید. میزان انرژی، پول و زمانی که صرف کار می‌کنید را مشخص کنید و بررسی کنید آیا در بهترین حالت، بالاترین نرخ بازگشت سرمایه را دارد یا خیر.

ارزیابی، هسته نظم و انضباط درونی است. رسیدن به نظم و انضباط آسان نیست و بستگی به درگیر کردن احساسات و میزان تمایلتان در رو راست بودن با خودتان دارد.

بسیاری از مردم، دائم درگیر مسائل مالی هستند، زیرا این احساساتشان است که زندگی‌شان را اداره می‌کند. به جای روبرو شدن با مسائل مالی، آن‌ها را پنهان می‌کنند. بسیاری از کارمندان، خود را پشت حقوق ماهیانه و امنیت شغلی پنهان می‌کنند.

کیفیت بالاتر زندگی با نظم و انضباط

تاکنون چند بار از دیگران شنیده‌اید که:

- من نیاز به تمرین و کم کردن وزن دارم.
- ای کاش می‌شد پول بیشتری بدست بیاورم.
- چطور می‌توانم از شر بدهی‌هایم خلاص شوم، پرداخت این بدهی‌ها خوره روح من شده‌اند.
- باید کسب‌وکاری برای خودم راه بیندازم.
- باید کسب‌وکارم را توسعه دهم.

این جملات از افرادی است که می‌دانند نیاز به تغییر دارند. رابرت کیوساکی می‌گوید: «با نظم و انضباط به کیفیت بهتری از زندگی می‌رسید». رفتن به مراحل بعدی زندگی، نیازمند تفکر بیشتر، امید و آرزوهای بیشتر و نظم و انضباط می‌باشد.

مردم اغلب بین مشکلات و رویاهایشان گرفتار هستند. می‌دانند که نیاز به تغییر دارند، اما تغییر، سخت است و آن‌ها فاقد نظم و انضباط ذاتی برای فرار از زندان افکار و ذهن خود، برای رسیدن به رویاهایشان هستند.

برخی از افراد به راحتی به مشکلاتشان عادت کرده‌اند و این چیزی است که آن‌ها را از حرکت به یک زندگی بهتر، باز می‌دارد. مشکلاتشان جزئی از زندگیشان شده است.

به عنوان مثال:

- ۱- یک فرد به راحتی می‌تواند وزن اضافه کند، زیرا رعایت برنامه غذایی و ورزش کردن برایش راحت نیست.
- ۲- یک فرد به راحتی در شغلی که حتی حقوق خوبی دریافت نمی‌کند، می‌ماند. چرا که شروع کردن کسب‌وکار برایش راحت نیست.
- ۳- یک فرد به راحتی در یک رابطه ملال‌آور می‌ماند، زیرا حتی یک زندگی کسل‌کننده با همسرش، راحت‌تر از تنها بودن است.

بهبود زندگی نیازمند نظم و انضباط است. تغییر، نیاز به فردی دارد که راحت طلب نباشد، همواره چیزهای جدید یاد بگیرد، افراد جدیدی را در

زندگی بشناسد و به فرد بهتری تبدیل شود. تا زمانی که فرد بهتر نشود، زندگی بهتر نمی‌شود. برای همین است که فراگیری نظم و انضباط (اصول نظم و انضباط) بسیار با اهمیت است.

نظم و انضباط، عامل ایجاد رهبری

این یک راز نیست که کارآفرینان باید رهبر باشند. حتی اگر شما یک تیم یک نفره هستید که در خارج از خانه کار می‌کنید، باید رهبر باشید. ممکن است متوجه نباشید، اما در هر حال شما خودتان را رهبری می‌کنید و با افرادی که حتی شاید به آن‌ها فکر هم نمی‌کنید مانند تامین‌کننده‌ها، حمایت‌کننده‌ها، تعمیرکاران و غیره یک تیم را تشکیل داده‌اید.

رهبری، راز کارآفرین شدن است. تا زمانی که می‌توانید یک رهبر باشید، نیازی به دانستن همه چیز نیست و فقط باید کمی اطلاعات از هر بخش کسب و کارتان داشته باشید. به عبارتی نیازی نیست مانند یک کارشناس حرفه‌ای، حسابدار یا وکیل، اطلاعات داشته باشید. در عوض باید بدانید که با وکیل و حسابدار و کارشناسان چگونه کار کنید و او را رهبری کنید.

هرگز نمی‌توانید رهبر باشید، مگر نظم و انضباط داشته باشید، هم نظم و انضباط درونی، هم نظم و انضباط بیرونی.

دنیا همیشه در حال نظم دادن به ماست، چه بخواهیم و چه نخواهیم. برای مثال، اگر شما در خوردن و ورزش کردن بی نظم باشید، دنیا شما را به داشتن نظم و انضباط ترغیب می‌کند. اگر شما هم‌چون افراد عامی و تحصیل

نکرده با منابع مالی‌تان رفتار کنید، دنیا شما را نظم خواهد داد، مردمان صادق دنیا، به شما درس خوب بودن را می‌دهند.

۴ بعد اصلی نظم و انضباط

خبر خوب این است که هر یک از ما دارای ۴ بعد اصلی نظم و انضباط هستیم: روانی، احساسی، فیزیکی و معنوی

تبدیل شدن به یک کارآفرین، بر هر ۴ بعد اصلی نظم و انضباط، فشار و تنش وارد می‌کند.

برای موفقیت در زندگی باید در تمام این چهار بعد قوی باشید. برای مثال: ممکن است فردی در ذهن خود بگوید: من نیاز به کاهش وزن دارم و در عمل به سراغ یک رژیم غذایی بروم. اما سه روز بعد با دیدن یک شکلات میوه‌ای خوشمزه، احساساتش زبانه بکشد و با خود بگوید: من این شکلات میوه‌ای را می‌خواهم و باید بخورم و این پایانی است برای رژیم غذایی.

برای بالاتر بردن کیفیت زندگی نیاز به قدرت ذهنی، احساسی، فیزیکی و معنوی داریم. زمانی که در یکی از این چهار بعد ضعیف باشیم، شکست به سراغ ما می‌آید.

مسلط شدن بر چهار بعد نظم و انضباط، زمان می‌برد. برای کارآفرین شدن هیچ تفاوتی نمی‌کند، باید به هر چهار بعد اصلی دست یافت.

نظم و انضباط در کسب‌وکار

برای کارآفرین شدن، تمام این ۴ بعد اصلی نظم و انضباط، شما را تحت فشار قرار خواهد داد، به خصوص بعد معنوی.

اگر فردی در بعد معنوی ضعیف باشد، سه بعد دیگر نیز ضعیف می‌شوند و تحمل این حالت برای کارآفرینان تقریباً غیر ممکن است.

یک کارآفرین باید بتواند بر ترس‌های احساسی غلبه کند، مثل نداشتن حقوق ماهیانه یا ادامه دادن به کاری که پول خوبی در آن نیست. کارآفرین باید آمادگی روانی بالایی برای یادگیری سریع داشته باشد، همچنین از قدرت فیزیکی خوبی برای کار در طول سال بدون استراحت و از همه مهم‌تر از قدرت معنوی برای روبرو شدن با سختی‌ها و چالش‌ها، برخوردار باشد.

هسته اصلی ویژگی یک کارآفرین، نظم و انضباط است.

یک کارآفرین باید در هر ۴ بعد قوی باشد:

- **ذهن:** مجموعه‌ای از مهارت‌ها است. نیاز به اطلاعات کافی برای پاسخ به سوالات، در زمان مناسب دارید. همانطور که گفته شد نیازی به دانستن همه چیز نیست و فقط باید کمی اطلاعات در هر بخش از کسب‌وکارتان داشته باشید.
- **احساس:** این جایی است که نظم و انضباط (درونی و بیرونی) نقش مهمی را ایفا می‌کنند. آیا به اندازه کافی قوی هستید که احساسات خود را کنترل کنید؟

- **فیزیکی:** به این معنی نیست که حتما باید عضلات شش تکه و فولادینی داشته باشید. حالت فیزیکی قوی، یعنی شما نیاز به مبارزه با خستگی و آمادگی کار طولانی را داشته باشید. در واقع به سلامت کلی شما اشاره دارد. زمانی که در سلامت باشید، بهتر و سریع تر فکر می‌کنید.

- **معنویت:** خواستن، توانستن است. هنگامی که در مورد اشتیاق شخصی صحبت می‌کنیم، در واقع در مورد روح او صحبت می‌کنیم. در اغلب موارد زمانی که کارآفرین در این بعد ضعیف باشد، شکست خواهد خورد و متعاقب آن سه بعد دیگر هم ضعیف خواهند شد.

روح و روان، نگهدارنده کارآفرین است.

شما می‌توانید روان خود را رشد دهید و قوی نگهدارید، از طریق:

- شناسایی چرایی خود

- پیگیری علایق شدید خود

در داستان رژیم غذایی، ناکامی فرد برای رسیدن به اهداف رژیم غذایی خود، همه چیز به نداشتن نظم و انضباط شخصی بر می‌گردد. به باشگاه‌های ورزشی شهر خود فکر کنید، بسیاری از افراد برای مدتی به باشگاه می‌روند و پس از مدتی باشگاه رفتن را ترک می‌کنند. سالن‌های ورزشی از فقدان نظم و انضباط این دسته از افراد سود می‌برند. همه ما گاهی این چنین تجربیاتی را داشته‌ایم، انکارش نکنیم، بلکه از آن‌ها درس بگیریم.

چرایی ذهن

پدر پولدار، به ما آموخت که چیزی که باعث موفقیت می‌شود، داشتن استعداد، شخصیت کاریزما و پول نیست. موفقیت در ذهن یافت می‌شود.

اغلب اوقات یک فرد برای تغییر عادت‌ها یا تقویت نظم و انضباط، ابتدا باید پاسخی برای چرایی این تغییرات در ذهنش داشته باشد. برای بسیاری از مردم، این کار سخت است، زیرا همین چرایی و پذیرش یا عدم پذیرش تغییرات، به اعتقادات و ارزش‌های آنان مرتبط است.

گاهی اوقات همین طرز فکر می‌تواند نگرش و اعتقادات را محدود کند. مانند: "هرگز ثروتمند نمی‌شوم"، "پول مرا خوشحال نمی‌کند"، پول دارها شیطانند یا سرمایه‌گذاری ریسک دارد." تا زمانی که طرز فکر تان تغییر نکند، تغییر نخواهید کرد. برای مثال: اگر معتقد باشید که هرگز پولدار نمی‌شوید، شانس شما برای پولدار شدن تقریباً غیر ممکن است. چرایی تان حتی به شما اجازه تلاش کردن هم نخواهد داد.

قبل از اینکه به چرایی‌های شما بپردازیم، اجازه بدهید درباره ظرفیت و چرایی بحث کنیم. شما می‌خواهید به این درک برسید که می‌توانید بزرگترین چرایی خود را در زندگی کشف کنید. این را همیشه در ذهن داشته باشید، هر چه چرایی کوچکتر، موفقیت کوچکتر و بالعکس، هر چه چرایی بزرگتر موفقیت بزرگتر خواهد بود.

ظرفیت چرایی شما

در کارآفرینی، اثر چرایی از دو راه مهم بدست می‌آید:

- ۱- اگر فکر کنید: «مایل به اشتراک گذاشتن علایق و دانشم با دیگران نیستم». این فکر، شما را نسبت به برقراری ارتباط با محیط و استراتژی‌های کارآفرینی و دیگران محدود می‌کند.
- ۲- هر فرد تا آنجا که چرایی‌هایش اجازه می‌دهد، ثروتمند خواهد بود. تنها کسی که می‌تواند ثروتمندتان کند، خود شما هستید. برای مثال، پنج گالن فقط می‌تواند، پنج گالن گاز را نگه دارند. ظرفیت همین مقدار است. وقتی که صحبت از پول می‌شود، اگر ظرفیت صدهزار دلار را داشته باشید، این تمام پولی است که می‌توانید داشته باشید، نه بیشتر.

اگر می‌خواهید کارآفرین موفق شوید، نیاز به توسعه این ظرفیت چرایی‌تان برای رسیدن به آن دارید. با توسعه این چرایی، ظرفیت خود را برای دستیابی به هدف‌تان، یعنی کارآفرین شدن افزایش می‌دهید. بیشتر مشاوران کارآفرینی بر روی چگونگی کارآفرین شدن تمرکز دارند و می‌خواهند به شما بگویند که به جای تمرکز بر این که چه باید بکنید، به چرایی خود فکر کنید.

احاطه چرایی ذهنی

پدر پولدار می‌گوید: خیلی از مردم از من می‌پرسند که چگونه کار کنیم. من به آن‌ها می‌گویم تا زمانی که کاری را درک نکرده‌اید، آن را شروع نکنید، حتی به آن‌ها گفتم باید یاد بگیرید که چگونه کاری را انجام ندهید. چگونگی

انجام کار مهم نیست، این که چرا این کار را باید انجام بدهید، مهم‌تر است. این چرایی انجام کار است که به شما قدرت چگونگی کار کردن را می‌دهد.

همانطور که پدر پولدار گفته است، دلیل اصلی که اغلب مردم نمی‌توانند کاری را انجام دهند، این است که پاسخ روشنی برای چرایی انجام آن ندارند. زمانی که پاسخی برای این چرایی پیدا می‌کنید، چگونگی انجام دادن آن آسان می‌شود. در عوض، با یافتن این پاسخ در ذهنتان که «چرا می‌خواهید ثروتمند شوید»، در اغلب شما دید خوبی برای رسیدن به ثروت ایجاد می‌کند. معمولاً یک مسیر آسان به سوی ثروتمند شدن، مسیری است که به بن بست می‌رسد. به عبارت ساده‌تر، چرایی انجام کارها فقط یک عمل ذهنی است.

دنیای خود را تغییر دهید، تا زندگیتان تغییر کند

تغییر یا توسعه چرایی‌هایتان، می‌تواند زندگیتان را تغییر دهد. صرف نظر از اینکه چقدر مطالعه می‌کنید و چقدر یاد می‌گیرید، در صورتی که روح ضعیفی داشته باشید و یا از نظر ذهنی ناتوان باشید، رسیدن به هدف بسیار مشکل است. به همین دلیل است که چرایی انجام کارها از چگونگی آن مهم‌تر است.

اگر در ذهنتان یک ایده خوب داشته باشید، ممکن است همه چیز در همان ذهنتان متوقف شود. در این مورد بحث خواهیم کرد، چرا که نمی‌خواهیم دوباره احساس ناکامی و افسردگی کنیم. باید از خودمان در برابر درد رویاهای بزرگی که امکان دارد به حقیقت نپیوندد، محافظت کنیم. همه ما درد و ناکامی را که ناشی از تحقق نیافتن رویاهایمان است تجربه کرده‌ایم.

قسمت سخت آن نظم درونی است که زمانی متوجه آن می‌شوید که در مقابل شکست مجدد، مبارزه می‌کنید، نه در مقابل رویاهایتان.

آیا تا به حال به خودتان گفته‌اید: من مریضم و از خودم خسته شده‌ام؟
آیا تا به حال، با نگاه به خودتان، به این نتیجه رسیده‌اید که باید تغییر کنید؟
تغییرات ذهنی و تغییرات ظاهری، هیچ کدام اتفاق نمی‌افتد مگر این که نظم و انضباط درونی‌تان تغییر کند، تغییری از اعماق وجودتان.

رابرت کیوساکی داستانی دارد درباره زمانی که از اعماق وجودش قصد تغییر داشت، و این که چرا تصمیم گرفت در سنین جوانی به دنبال بازنشستگی ثروتمندانه برود. در زیر برخی از خصوصیات و چرایی‌های شخصی او آمده است:

- از شکست بیزار بود و همیشه برای پول مبارزه می‌کرد.
- از متوسط بودن خسته شده بود.
- در هشت سالگی، به خانه آمد و مادرش را در حال گریه کردن در آشپزخانه دید.
- او گریه می‌کرد، زیرا در کوهی از بدهی‌ها در حال غرق شدن بود.
- او ناراحت بود، برای این که در زندگی فقط همسرش کیم را داشت و او هم اسیر مشکلات مالی زیادی بود.
- او متوجه شد که کاری که برای کیم انجام داده، مشابه کاری است که مادرش برای پدرش انجام داده است. و این زمانی بود که به چرایی آن فکر کرد.

دلیل این چرایی چیست؟

دلیل این چرایی، همان چیزی است که در روحتان، شما را به رفتن تشویق می‌کند. این یک پاداش الهام بخش و انگیزه دهنده برای کسانی است که پس از باران به تماشای رنگین کمان می‌پردازند. این چیزی است که فکر کردن به آن، شما را به لبخند وا می‌دارد. در اینجا برخی از نمونه‌ها از دلایل چرایی آمده است:

- می‌خواهم کسب‌وکار عکاسی راه بیندازم.
- می‌خواهم یک فیلمنامه بنویسم.
- می‌خواهم زمانی که بچه‌ها به مدرسه می‌روند و به خانه بر می‌گردند، در منزل باشم.
- می‌خواهم یک سازمان غیرانتفاعی برای ارائه وام به کشورهای جهان سوم تاسیس کنم.
- می‌خواهم به مسابقات دوی ماراتون بروم.
- می‌خواهم در پاریس زندگی کنم و هر روز نقاشی بکشم.
- می‌خواهم همراه همسرم با یک قایق بادبانی به دور دنیا سفر کنم.

در ابتدا همانطور که در حال توسعه چرایی خود هستید، ممکن است به دلایل زیر برسید:

- باید پول بیشتری بدست آورم.
- می‌خواهم به آزادی مالی برسم.
- می‌خواهم بازنشسته شوم.
- می‌خواهم یک خانه جدید بخرم.

• دیگر نمی‌خواهم به این کار ادامه دهم.

این‌ها لیستی از دلایل هستند، اما شاید به اندازه کافی الهام‌بخش نباشند. هنگامی که کار، کمی گره می‌خورد، وقتی به چرایی آن باز می‌گردید، باید بتواند از درون روحتان شما را تحریک کند و هنگامی که افول می‌کنید باید آنقدر قوی باشد که شما را بلند و سرپا کند.

این چرایی، در شما به طور مستمر تکامل خواهد یافت. زمانی که به چرایی دست می‌یابید از آن لذت ببرید و جشن بگیرید و سپس به چرایی‌های دیگر پردازید.

پیروی از شوق و اشتیاق

هم اکنون زمان این است که درباره شور و اشتیاق شما صحبت کنیم. برای شروع، صرفاً هیجان داشتن نسبت به محصولاتان کافی نیست، بلکه باید در مورد کسب‌وکار و ماموریتتان هیجان داشته باشید. انرژی ناشی از اشتیاق شما در مورد ایده شخصی‌تان یک احساس فوق‌العاده است و مثل یک سوخت جادویی است که در زمان‌های سخت به آن نیاز خواهید داشت. هرگز از این شور و شوقتان کم نکنید.

بسیاری از مردم فکر می‌کنند، رسیدن به پول، پایان کار است. فکر می‌کنند پول، یک شور و اشتیاق است، در صورتی که نمی‌تواند همه چیز باشد. پول آن چیزی نیست که یک کارآفرین را به راحتی از تخت‌خواب خود جدا کند. زیرا کارآفرین می‌تواند در هر جایی پول را پیدا کند و این راحت‌تر از آن است که بخواهد برای بدست آوردنش کارآفرین شود!

پول را آن جایی که برای شما مهم است، هزینه کنید. تراکنش‌های کارت اعتباری و حساب بانکی خود را ببینید. به دقت آن‌ها را بررسی کنید. بیشترین پول خود را صرف چه کاری کردید؟ بیشترین کالا یا خدماتی که گرفته‌اید چیست؟ کدام یک از خریدهایتان در راستای شور و اشتیاقتان است؟ آیا این لیست می‌تواند به شما نشان دهد که بیشتر نسبت به چه چیزهایی اشتیاق دارید؟

مرد باهوشی می‌گفت: «مردم با زبان خود دروغ می‌گویند، اما حقیقت را با کیف پولشان می‌گویند». بررسی صورت حسابتان چه حقیقتی را به شما می‌گوید؟

زمانی که مدیرعامل شرکت پدر پولدار، کسب‌وکارش را شروع کرد، فقط به دنبال اشتیاق شخصی خود، یعنی سالم زندگی کردن بود. این مدیرعامل در مورد شور و اشتیاق خود می‌گوید:

«وقتی که اولین رستورانم را راه‌اندازی کردم، هدف‌های زیادی داشتم. می‌خواستم پول زیادی بدست آورم و می‌گفتم این یک فرصت بزرگ است، اما خیلی بیشتر از این حرف‌ها بود. من عقاید فلسفی خاصی نسبت به غذا داشتم و می‌خواستم این عقاید را با جهانیان به اشتراک بگذارم. درست مثل همه چیز در جهان، کیفیت ورودی‌ها بیشترین اثر را بر روی خروجی دارد.

محصولات غذایی سالم باید در دسترس همه باشند تا بتوانند کیفیت زندگی خود را بهتر و بهتر کنند. به منظور در دسترس بودن برای همه، باید طعم و مزه خوبی داشته باشد و همزمان، قیمت آن نیز مقرون به صرفه باشد. بنابراین اقدام به ایجاد منوهای غذایی سالم کردم، بدون اینکه عطر و طعم و

مقدار آن را از بین ببرم و در عین حال همیشه تازه و مقرون به صرفه باشد و ضمناً خیلی سریع به دست خودشان و خانوادشان برسد.»

الان نیاز داریم که در این جا توقف کنیم و مطمئن شویم که در جای درستی قرار گرفته‌ایم. این که درباره چیزی شور و اشتیاق زیادی دارید به این معنی نیست که حتماً یک ایده کسب‌وکار عالی است. اجازه بدهید بررسی کنیم که کدام شور و اشتیاق، مناسب یک کسب‌وکار خوب است؟

اجازه دهید که آنیک سینگال را به شما معرفی کنیم. آنیک، یکی از رهبران کارآفرین دنیای دیجیتال و بازار دیجیتال است. شرکت پدر پولدار، سال‌ها است که با آنیک همکاری می‌کند و به نظر ما یکی از متخصصین این حوزه است.

فرمول آنیک ساده است: **شور و اشتیاق** خود را شناسایی کنید، **قابلیت ماندگاری** و **سود دهی** آن را بیازمایید و سپس آن را به یک **کسب‌وکار** تبدیل کنید.

بخش دوم) چگونه شور و اشتیاق و دانش‌مان را به یک کسب‌وکار دیجیتال تبدیل کنیم؟

به سادگی: ۷ مرحله ساده برای راه اندازی کسب‌وکار

وقت آن رسیده که دقیقاً ببینیم برای راه اندازی کسب‌وکار چه باید بکنیم. در این کتاب تمام آن چیزی که نیاز دارید را برایتان توضیح می‌دهیم. کافی است هر مرحله را دنبال کنید. در کمتر از چند هفته، کسب‌وکارتان را راه اندازی می‌کنید و تراکنش‌های آنلاین را تجربه می‌کنید.

اجازه بدهید برویم سراغ مراحل!

مرحله اول: پیدا کردن یک شور و اشتیاق سودآور

به دنبال شور و اشتیاق خود بروید، آماده سخت کوشی و فداکاری باشید و از همه مهم‌تر، اجازه ندهید کسی رویاهایتان را محدود کند.

– **دونوان بیللی (Donovan Bailey)**

هیچ چیز، آزادی بخش‌تر از این نیست که کاری را که دوست دارید با عشق انجام دهید. دیدن افرادی که هر روز از شغل و کارشان نفرت دارند، بسیار آزار دهنده است. حتی بدتر از آن، زمانی است که افراد بسیار موفقی را می‌بینیم اما حال و روز خوبی ندارند و از زندگی لذت نمی‌برند. آن‌ها در زندگی حرفه‌ای خود در دام پول افتاده‌اند و همواره در استرس و ناراحتی به سر می‌برند زیرا آن شور و اشتیاقی که باید را ندارند.

دلیل شماره یک ما برای یک زندگی آزاد، همین شور و اشتیاق و زندگی کردن با این شور و اشتیاق است و حتی بیدار شدن از خواب در هر صبح و شروع به کار کردن خیلی راضی کننده و هیجان‌انگیز است. اولین راه برای داشتن یک زندگی حقیقی راحت و رضایتبخش، پر کردن اطرافمان با شور و اشتیاق است، زندگی رضایت بخش‌تر خواهد بود وقتی هر روز صبح به اشتیاق کسب‌وکارمان از خواب بیدار شویم. حتی اگر میلیون‌ها دلار در بانک

داشته باشید، تازمانی که یک زندگی پر از شور و اشتیاق نداشته باشید هرگز آزادانه زندگی نخواهید کرد.

به ما اعتماد کنید. بسیاری از ما در شرکت پدر پولدار هر دو حالت را دیده‌ایم. امروز ما خوشبختیم، چون هر روز که از خواب بیدار می‌شویم کاری که عاشق آن هستیم را انجام می‌دهیم. خیلی از وقتمان را با صحبت کردن و آموزش در مورد کارآفرینی می‌گذرانیم. زمانی هم که هر شب به رختخواب می‌رویم، می‌دانیم که به هزاران نفر برای رسیدن به آرزوهایشان کمک کرده‌ایم.

شور و اشتیاق: کلید رسیدن به موفقیت

البته برای ساختن یک کسب‌وکار مطابق با شور و اشتیاق، لازم است بدانید که شور و اشتیاق شما در چیست. خبر خوب این است که می‌توانید کسب‌وکارتان را مطابق شور و اشتیاق خود بسازید. ما عاشق این هستیم که به مردم کمک کنیم تا رویاهای خود را به واقعیت تبدیل کنند.

تا به امروز هیچ چیز، خوشحال‌کننده‌تر از دریافت یک ایمیل از کارآموزانمان نبوده است. ایمیلی که در آن از زندگی متفاوت خود و این که اکنون با رویاهایشان زندگی می‌کنند، گفته‌اند.

شور و اشتیاق، کلید موفقیت شما است. آن را به یاد داشته باشید تا ۹۰ درصد از راه موفقیت را طی کنید. به هر حال، آیا داشتن شور و اشتیاق به تنهایی کافی است؟ اگر شور و اشتیاقتان رفتن به دریاچه و پریدن در آن بود،

چه می‌شود؟ آیا واقعا با این موضوع می‌شود یک کسب‌وکار راه بیندازید؟ متاسفانه، جواب منفی است.

زمانی که لیستی از شور و اشتیاق‌هایتان دارید، باید آن‌ها را در معرض «آزمون کسب‌وکار» قرار دهید. باید مطمئن شوید که شور و اشتیاقی که بالاترین ارزش تجاری را دارد و سود خوبی به شما می‌دهد را انتخاب کنید.

آیا شور و اشتیاق‌تان سودآور است؟

چه نوع شور و اشتیاقی سودآور است و قابلیت رسیدن به یک میلیون دلار را دارد؟ واقعا تنها چهار چیز لازم است و آن‌ها مثل کلید هستند. این عوامل هرگز نباید نادیده گرفته شوند، در غیر این صورت خودتان را برای شکست آماده کنید.

۱. شور و اشتیاق

ما می‌دانیم و همیشه این را نیز گفته‌ایم که هیچ وقت سعی نمی‌کنیم شما را تحریک کنیم، ما فقط می‌خواهیم که شما به مقصد برسید و به همین دلیل اینجا هستیم. ماه‌های اول کسب‌وکار، همیشه سخت است. به موانعی می‌رسید، سود کمتری خواهید داشت و نیاز به تعهد دارید. هنگامی که زمان سخت می‌گذرد و در حال راه اندازی کسب‌وکارتان هستید، یک شانس قوی‌تر برایتان باقی مانده و آن راه اندازی کسب‌وکار مطابق با همان شور و اشتیاق خودتان است و این همان دلیلی است که شما را سرپا نگه خواهد داشت. بسیاری از افراد شکست می‌خورند و موفق نمی‌شوند، زیرا کسب‌وکارشان را

فقط برای پول شروع کرده‌اند. اگر در روزهای اول به سود نرسند، همه انگیزه خود را از دست خواهند داد، پس لطفاً از این دسته از افراد نباشید.

۲. مخاطبین

باید مطمئن شوید که عده‌ای از مردم جهان هستند که در شور و اشتیاق شما شریک خواهند شد. برای مثال: اگر اشتیاق شما، یک نوع غذای خاص است که تنها در مناطق دور افتاده پیدا می‌شود. خب این عالی است. با این حال، فقط عده بسیار معدودی در جهان، در شور و اشتیاق شما شریک خواهند بود و از همان ابتدای کار یک مبارزه سخت را آغاز خواهید کرد. شروع این کار را به شما توصیه نمی‌کنیم. همیشه گفته‌ایم که مطمئن باشید که حداقل یک میلیون نفر در جهان، خود را با اشتیاق شما شریک خواهند کرد.

۳. پول

داشتن مخاطب، یک مقوله است و از طرفی باید اطمینان حاصل کنید که این مخاطبین قادرند برای ایده شما پول پرداخت کنند. اطلاعاتی که در اختیارشان می‌گذارید بایستی به اندازه کافی ارزشمند باشد تا دلیلی برای کشیدن کارت اعتباری و یا پرداخت پول باشد.

یک تست نهایی برای آسان‌تر شدن زندگیتان وجود دارد. تا زمانی که عامل چهارم وجود ندارد، حتی نباید به این سه عاملی که ذکر شد فکر کنید.

۴. رقابت

رقابت یک عامل خوب است، هرگز توصیه نمی‌کنیم که به بازاری که در آن رقیبی ندارید، بروید. بسیار عالی است اگر بقیه هم مشابه کار شما را انجام می‌دهند.

زیرا:

- رقبا هستند که به بازار اعتبار می‌دهند و می‌دانید که در این بازار سود وجود دارد.
- می‌توانید محصولات خود را در بازاری که رقبا ایجاد کرده‌اند، وارد کنید.
- رقبا می‌توانند شرکای شما شوند و محصولات شما را تبلیغ کنند.

شما رقابت می‌خواهید و رقابت عالی است.

در حال حاضر، اجازه بدهید فرض کنیم باید رقابت کنید و رقبا لیستی از محصولاتتان را می‌بینند. چه حدس می‌زنید؟

با استفاده از ابزارهای زیر ارزیابی خود را از سهم بازار به پایان برسانیم. این ابزارها رایگان و به راحتی در دسترسند:

- سایت amazon.com: استفاده از سایت آمازون اطلاعات خوبی را در زمینه رقبا و فروش محصولات به شما می‌دهد.
- پلتفرم تبلیغاتی فیسبوک: فیسبوک دارای ابزار تجزیه و تحلیل شگفت‌انگیزی است و می‌توانید از این ابزار رایگان استفاده کنید.

- سایت clickbank.com: یکی از منابع خاص و مورد علاقه ما است، برای نمایش این که فروش محصولات خوب است یا خیر کاربرد دارد.
 - ابزار کلمات کلیدی گوگل: با یک مرور سریع و رایگان جستجوهای کاربران در سایت گوگل، از میزان محبوبیت محصول مطلع شوید.
- اطمینان حاصل کنید که شور و اشتیاقتان می‌تواند شما را به یک میلیون دلار برساند و این قوانین طلایی را دنبال کنید.

شور و اشتیاق‌هایی که سودآورند

نقطه شروع اینجاست و برای شروع چند ایده برایتان داریم. بهترین موضوعات برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار آنلاین در این سه حوزه قرار دارند:

۱. سلامت، بهداشت و درمان (جسمی، روحی و عاطفی)
۲. سرمایه‌گذاری (کسب‌وکار و ...)
۳. روابط (ازدواج، دوستیابی و ...)

این به این معنی نیست که تنها همین سه حوزه وجود دارد، حوزه‌های بسیار زیادی وجود دارند اما در این سه حوزه موفقیت‌های بزرگی را مشاهده کرده‌ایم. در اینجا به چند نمونه دقیق‌تر از این سه حوزه اشاره می‌شود:

- کاهش وزن
- حیوانات خانگی
- بدنسازی
- کاریابی

بخش دوم) چگونه شور و اشتیاق و دانش‌مان را به یک کسب‌وکار دیجیتال تبدیل کنیم؟ ||| ۳۷

- تغذیه سالم
- مشاوره دوستیابی
- سرمایه گذاری
- هیپنوتیزم
- الکترونیک

تا زمانی که شور و اشتیاق، مخاطبان زیادی که پول می‌دهند و رقیب را در بازار دارید، می‌توانید در هر حوزه‌ای موفق شوید.

مرحله دوم: اطلاعات محصول

بباید دانشتان را در زندگی وارد کنیم.

قبل از اینکه به این موضوع بپردازیم، می‌خواهیم در مورد تضاد پیش آمده برای یکی از کارآموزان صحبت کنیم.

بیشترین اعتراضاتی که می‌شنویم:

- اعتراض یک: من یک نویسنده نیستم و نمی‌دانم چگونه برای یک محصول اطلاعات بنویسم.
- اعتراض دو: هیچ کاری بی‌خودتر از آموزش دیگران نیست.
- اعتراض سه: من هیچ دوره آموزشی را نگذرانده‌ام.

و اما پاسخ ما این است: آیا ذهن‌ت را آماده یادگیری کرده‌ای؟ ایجاد اطلاعات با ارزش درباره محصولی که مطابق با علایق بازار باشد، کار چندان سختی نیست. قصد داریم با یک سیستم دقیق این را به شما نشان دهیم. ما این سیستم را به صورت یک علم درآورده‌ایم. خیلی از دوستان از این سیستم استفاده کرده‌اند و کسب‌وکارهای خوبی راه اندازی کرده‌اند.

تمام کارآموزانی که به آن‌ها کمک کرده‌ایم، پیش از این، هرگز اطلاعات محصول را ننوشته بودند و چیزی در این خصوص نمی‌دانستند. بعضی از آن‌ها پدر بزرگ و مادر بزرگ بودند و برخی هم کارگر ساختمانی. پیشینه و

مجموعه مهارت‌های شما، لزوماً ارتباطی با این که می‌توانید اطلاعات محصول را ایجاد کنید یا نه، ندارد.

در اینجا پنج مرحله که برای ایجاد اطلاعات محصول با ارزش نیاز دارید، آورده شده است:

۱. در مورد اطلاعات موجود محصول تحقیق کنید.
۲. نگاه خاص خود را به محصول پیدا کنید.
۳. نوع رسانه خود را انتخاب کنید: نوشتاری، صوتی و یا محصولات تصویری.
۴. یک طرح کلی از محصول بنویسید.
۵. مسئولیت‌ها را مشخص کنید و یک جدول زمانی برای آن تعیین کنید.

محصولتان را ایجاد کرده‌اید یا هنوز کمی وقت می‌خواهید؟ با ایجاد کدامیک از این سه نوع محصول راحت‌ترید؟ نوشتاری، شنیداری یا چند رسانه‌ای؟

یک رویکرد روشمند برای انتخاب نوع محصولی که می‌خواهید ایجاد کنید وجود دارد. به عبارت دیگر محصول شما می‌تواند مختص به شما و بر اساس تمایلات شما باشد.

هنگام انتخاب کردن از بین گزینه‌ها باید این موارد را مد نظر قرار دهید:

۱. قیمت محصول شما چقدر است؟

بخش دوم) چگونه شور و اشتیاق و دانش‌مان را به یک کسب‌وکار دیجیتال تبدیل کنیم؟ ||| ۴۱

۲. کاری را که انجام می‌دهید دوست دارید یا از انجام آن خجالت می‌کشید؟

۳. آیا مایل به کمک گرفتن از دیگران برای ایجاد اطلاعات محصول خود هستید؟ مرحله به مرحله به شما کمک می‌کنیم. اینکه دوست دارید بر روی چه چیزی سرمایه‌گذاری کنید ۱۰۰ درصد به خود شما باز می‌گردد.

بیا باید کمی عمیق‌تر به نوع محصول بپردازیم.

• محصولات نوشتاری

محصولات نوشتاری دیجیتال در اشکال مختلف آمده است. می‌توانند خیلی ساده به صورت کتاب‌های الکترونیکی باشند و یا به قسمت‌های کوچک‌تر و ساده‌تر تقسیم شوند و در اختیار مخاطبین قرار گیرند. بسیاری از اوقات، صرفاً راهی که برای نمایش اطلاعات مشابه به کار می‌برید، به طور دراماتیکی می‌تواند ارزش مالی محصولتان را بالا ببرد.

حالا اگر محصولات نوشتاری را می‌خواهید، آیا خودتان مجبورید که بنویسید؟ پاسخ منفی است. اگر یک محصول نوشتاری را می‌خواهید، نویسندگان قابلی هستند که می‌توانند روایت‌ها، تجربیات و درس‌های شما را گرفته و آن‌ها را به متون نوشتاری تبدیل کنند.

• محصولات صوتی

بسته به قیمت محصولی که قصد خرید آن را دارید، محصولات صوتی یک مرحله بالاتر از محصولات نوشتاری هستند. محصول می‌تواند یک کتاب صوتی باشد. فرایند تولید محصولات صوتی با فرایند تولید محصولات نوشتاری خیلی تفاوت ندارد. تنها تفاوت آن تهیه یک میکروفون ارزان و نرم‌افزارهای ضبط صدای رایگان و خواندن نوشته‌ها می‌باشد. اگر نمی‌خواهید به خود زحمت خواندن بدهید، نرم‌افزارهایی هستند که به صورت هوشمند، متن را می‌خوانند. به یاد داشته باشید که انواع مختلفی از محصولات صوتی و استراتژی‌های متنوعی برای ایجاد آن‌ها وجود دارد، پس اصلاً کار سختی نیست. در انتخاب اینکه کدام یک با خواسته‌های شما بیشترین تطابق را دارد، آزاد هستید.

- ضبط مستقیم: در مدت چند ساعت می‌توانید یک محصول صوتی درجه یک بسازید و یک بسته اطلاعاتی ارزشمند تولید کنید.
- متن و خواندن: به کمک نیاز دارید؟ آیا با خواندن متن احساس خوبی دارید؟ انجام این کار خیلی ساده است. ابتدا، محصولات نوشتاری بسازید و به سادگی آن را بخوانید و ضبط کنید.
- مصاحبه‌گری: اجازه بدهید دیگران برای شما کار کنند. یک نسخه از نرم‌افزار اسکایپ را دانلود کنید. با دانلود نرم‌افزارهای ضبط صدا، به سراغ متخصصان حوزه کاری خود بروید و با آن‌ها صحبت کنید و مطالب را ضبط کنید. به همین سادگی.

در حال حاضر واقعا باید درک کنید که: اگر ذهن خود را آماده این کار کنید و این سیستم را دنبال کنید، به راحتی می‌توانید محصول خود را تولید کنید. حتما که نباید یک استاد دانشگاه باشید.

• محصولات تصویری

این نوع محصول دارای ارزش بالایی است. اما توام با تصورات غلط است. هر بار که به یک کارآموز تولید محصول تصویری را پیشنهاد می‌دهیم، عادت کرده‌ایم این پاسخ را بشنویم: از دوربین نفرت دارم و نمی‌توانم فیلم بسازم.

اما باید بپرسید: چطور می‌توان از یک محصول تصویری، صدها یا حتی هزاران دلار بدون نشان دادن خودمان در جلوی دوربین، بدست آورد. راه‌های زیادی برای تولید یک ویدئوی درجه یک وجود دارد، زیرا از حالت‌های مختلفی می‌توانید استفاده کنید. در اینجا برخی گزینه‌ها آمده است:

- تولید تصویر از صفحه نمایش: ضبط تصویر از صفحه مانیتور خیلی ساده است. برای مثال به راحتی می‌توانید از اسلایدهای پاورپوینت یا هر چه که در مانیتور پخش می‌شود تصویر تهیه کنید، بدون این که نیاز باشد خودتان در ویدئو باشید.
- انجام مصاحبه‌های وینار: این استراتژی دو چیز برای شما دارد. اول این که نیازی نیست خودتان مقابل دوربین باشید و دوم این که نیازی به تولید محتوا توسط خودتان نیست. به راحتی می‌توانید مصاحبه وینار را با متخصصان موجود تهیه کنید.
- وینارها را به صورت سریالی اجرا کنید: ایجاد یک سری از فایل‌های پاورپوینت در زمینه موضوعاتی که قصد تدریس آن را

دارید. به سادگی تصویر اسلایدها را در صفحه نمایش خود ضبط کنید و هر بار قسمت‌هایی از آن را در اختیار مخاطبین قرار دهید که در این صورت صرفاً یک محصول ندارید، بلکه یک دوره با ارزش دارید.

- فیلم بسازید: فیلم‌ها دارای ارزش زیادی هستند. علاوه بر آن یک فرصت برای ایجاد رابطه با مخاطبین خواهید داشت. اما توجه داشته باشید تا زمانی که با انجام دادن آن راحت نیستید لازم نیست آن را انجام دهید. محصولات نوشتاری، صوتی و تصویری باید حرفه‌ای و با ارائه اطلاعات ارزشمند همراه باشند. میزان تجربه شما مهم نیست، خوشحالیم که در تمام مراحل روی پای خود بوده‌اید. بنابراین بدون توجه به جایگاهی که در زندگی دارید اطلاعات محصولات دیجیتال خود را خواهید داشت.

مرحله سوم: سنجش میزان سود

- شما: یک ساندویچ مک دونالد بزرگ می‌خواهم.
- صندوقدار: سیب زمینی سرخ کرده هم می‌خواهید؟
- شما: حتما
- صندوقدار: یک نوشابه چطور؟ قیمت آن تنها یک دلار است.
- شما: بله، چرا که نه!

در این مثال، شما دو برابر آن چیزی که در نظر داشتید، هزینه کردید و از طرفی، احساس بهتری هم داشته و راضی و خوشحال بودید.

همین فرایند را می‌توانید در چاپ و نشر دیجیتال داشته باشید. در واقع در چاپ و نشر دیجیتال ساده‌تر و قوی‌تر است.

می‌دانید قیف مشتری چیست؟ دو نوع قیف وجود دارد.

پر کردن قیف مشتری: گفتگوی خرید مک دونالد مثال خوبی برای این است. هنگامی که در این استراتژی در روند خرید، فروشنده محصولات اضافی و بیشتری به مشتری می‌دهد و در واقع سبد خرید مشتری (قیف) را پر می‌کند.

یکی از ساده‌ترین راه‌ها برای سودآور شدن اساسی کسب‌وکارتان این است که یک طرح پیگیری بسیار خاص برای یک هفته بعد از اولین مشتری داشته باشید.

آیا خودتان مهارت فروش دارید؟ قطعاً ندارید. در کسب‌وکار آنلاین، تکنولوژی این کار را برای شما به صورت خودکار انجام می‌دهد. فناوری‌های متعددی برای فروش این محصولات به صورت آنلاین وجود دارد و در هر لحظه می‌توانید یک فروش داشته باشید.

واقعیت این است که به صورت علمی انواع مختلفی از فروش محصولات وجود دارد:

- **پیشنهاد اصلی فروش پایین:** ۹۷-۹۹ درصد از مردمی که سایت شما را می‌بینند بدون این که چیزی از سایت بخرند، سایت را ترک می‌کنند. این یک واقعیت تلخ است و تقریباً راهی برای جلوگیری از آن وجود ندارد. با این حال، این بدان معنا نیست که به آن‌ها اجازه رفتن بدهیم. تا جایی که ممکن است نیاز به پیدا کردن راهی برای بدست آوردن ارزش از طریق همین بازدیدکنندگان داریم.
- **تشویق برای خرید بیشتر:** این سریع‌ترین و ساده‌ترین راه برای دو برابر شدن سود بدون افزایش بازدید کننده است.
- **سبد خرید فروش پایین:** اضافه کردن ۵۰ درصد دیگر به فروش با اضافه کردن خودکار یک صفحه ساده به سایت.

- **برگشت تا پایان فروش:** در مدت ۳۰ روز بعد از خرید مشتری جدید، با ارائه تخفیف‌های بعدی، می‌توانیم شاهد حداقل ۱۰۰-۱۵۰ درصد افزایش فروش به همان مشتری باشیم.
- **توسعه خدمات:** قبل از آنکه مشتری خدمتی را بخواهد، به او آن خدمت را پیشنهاد دهید و خدمات بهتری به او ارائه دهید.

این کتاب به شما یاد می‌دهد که به دانستن چه چیزهایی نیاز دارید، اما عمیقاً به مطالب ورود پیدا نمی‌کند. شما بایستی جزئیات هر یک از فروش بالا و فروش پایین را یاد بگیرید. این بخش‌ها می‌توانند قاتل کسب‌وکار دیجیتال شما باشند.

مرحله چهارم: تحویل

هنگامی که محصول خود را تولید کردید، مرحله بعدی چیست؟

حالا وقت آن رسیده که محصول خود را به بازاری که تشنه آن است برسانید. در این مرحله برخی کارآموزان کمی عصبانی می‌شوند. این اولین گام از فرایندی است که شامل تکنولوژی می‌شود.

در دنیای امروزی نیازی نیست جزئیات زیادی در خصوص تکنولوژی بدانید. امروزه در دنیای متفاوتی هستیم.

• برون سپاری

می‌توانید کسی را برای کمک به خودتان استخدام کنید.

• فناوری اتومات

این مورد علاقه ما است. برای تمام کسب‌وکار خود می‌توانید از تکنولوژی‌های شگفت‌انگیز استفاده کنید. فقط چند دکمه در سایت خود قرار می‌دهید و در عرض چند ساعت آن را اجرا کنید. نیازی نیست از برنامه‌نویسی، میزبانی سایت و ... اطلاعاتی داشته باشید. سیستم‌ها همه چیز را برای شما انجام می‌دهند. امروزه راه اندازی و بالا آوردن یک سایت تقریباً کار آسانی است و به معنای واقعی کلمه، این بخش یکی از ساده‌ترین بخش‌های کار شما است.

مرحله پنجم: پیام رسانی

هنگامی که محصول خود را تولید کرده‌اید و تحویل آن به مشتری را مشخص کرده‌اید، زمان آن رسیده که به چشم‌انداز خود توجه کنید. به خصوص، تنها توجه به آن کافی نیست، بلکه باید اقدام کنید.

اقدام، یعنی خود را وادار کنید که به سود برسید و آن را از طریق پیام فروش انجام دهید. پیام فروشی که به چشم‌انداز مشتریان تبدیل شده است. جایی که رویاهای خود را برای رسیدن به آزادی مالی می‌سازید.

اجازه ندهید کلمه فروش شما را بترساند. شما با مردم رو در رو نمی‌شوید و به ندرت تلفنی با آنها صحبت می‌کنید. به سادگی باید طبق گام‌های تعریف شده حرکت کنید. سه ابزار اصلی شامل:

- فروش آثار متنی: الگوهای زیادی برای نوشتن این آثار وجود دارد.
- فروش آثار تصویری: نرم‌افزارهای زیادی برای ساخت این گونه تصاویر و فیلم‌ها وجود دارد.
- وبینار: این یکی از بهترین حالات فروش سریع است. در حال حاضر در شرکت پدر پولدار، در جستجوی ساده‌ترین ابزارها برای فروش وبینارها هستیم.

این مهم است و توجه داشته باشید که هر یک از ابزارهای پیام رسانی فروش، سیستم و الگوی ساده‌ای را دنبال می‌کنند. هرگز نگران اختراع دوباره

چرخ نباشید. به یاد داشته باشید که هر یک از این ابزارهای فروش، مزایا و معایب خود را دارد و بر اساس موقعیت، مخاطب و قیمت متفاوت هستند.

مرحله ششم: شروع هیجان

یک سوال احمقانه! وقتی یک دهه پیش، ناسا می‌خواست موشک به فضا بفرستند، آیا دانشمندان بلافاصله گفتند: خیلی خب بچه‌ها، بر روی ماه بنشینید؟ نه، آن‌ها چنین کاری نکردند. به عنوان یک موضوع مهم، در همان ابتدا که فرود آمدند، تنها چیزی که درباره آن صحبت می‌کردند این بود که چطور که یک موشک قوی برای بیرون رفتن از فضا بسازند و بعد از آن همین یک هدف را داشتند و بالاخره یک روز در ماه فرود آمدند.

جواب ما این است: چرا بازاریاب‌های آنلاین به طور مداوم سعی می‌کنند که همیشه در فروش خود یک انفجار داشته باشند. از سوی دیگر، بازاریاب‌های دیجیتالی را می‌بینیم که بدون داشتن تجربه کافی، فقط شروع می‌کنند و منتظر زمان مناسب برای بدست آوردن میلیون‌ها دلار می‌مانند.

مرحله شروع هیجان را می‌توان به سه فاز تقسیم کرد:

- تست گرفتن
- تبدیل شدن به نماد
- اعلام رسمی

هر کدام از این سه فاز می‌تواند تا هر زمانی که می‌خواهید ادامه داشته باشد، با این حال اگر سیستم را به طور دقیق دنبال کنید هر کدام از این فازها نباید زیاد طول بکشد.

تست گرفتن: فرض می‌کنیم محصول شور و اشتیاق خود را تولید کرده‌اید، نحوه فروش آن را مشخص کرده‌اید و همه چیز آماده است. الان وقت تست محصول است. وقتی که محصولاتان را تست می‌کنید، یعنی دو چیز مهم را تست می‌کنید:

- بعد فنی: آیا کار می‌کند؟
- نرخ تبدیل فروش: آیا تبدیل خوبی است؟

قبل از این که آن را در سایت خود بارگذاری کنید، یک بار خودتان آن را سفارش دهید و مطمئن شوید که همه مراحل ثبت سفارش درست کار می‌کند. به لحاظ فنی درست کار کرد، زمان آن رسیده که تبدیل فروش را تست کنید. تست گرفتن نیازمند کمی سرمایه‌گذاری در بخش ترافیک سایت می‌باشد. با کمتر از ۳۰۰ دلار می‌توانید این تست را انجام دهید.

نکته کلیدی که باید به خاطر داشته باشید این است که نحوه فروش خود را به خوبی طراحی کرده باشید. در واقع ریسک نکرده‌اید و پول شما به سرعت باز خواهد گشت. خبر خوب این است که تمام هزینه‌های جانبی به شما بر می‌گردد. نیاز به مشتری دراز مدت دارید. سرمایه‌گذاری در این حوزه و در هر تجارتی بسیار امن است.

با این حال، همچنان به شما توصیه می‌کنیم به آرامی و متناسب پیش بروید. هرگز بدون تست کردن محصول خود و اطلاعات مورد نیاز، وارد تجارت نشوید، مخصوصاً تا زمانی که اطمینان کسب کنید قدرت استراتژی فروش، حداقل ۹۰ درصد از قیف فروش را بازگشت خواهد داد. اگر برنامه

ترفع محصول خود را به خوبی پیاده کنید، به طور متوسط از هر کلیک ۱ دلار بدست خواهید آورد.

تبدیل شدن به نماد: شاید یکی از بزرگترین ابزارهای بازاریابی موجود در کسب‌وکار باشد. بهترین بخشی است که کارآموزان ما هر روز از آن استفاده می‌کنند. حتی اگر در حال ورود به عرصه جدیدی هستید و کسی آن را نمی‌شناسد، تبدیل به نماد شدن یعنی تنها نیاز به برقراری یک نفر با عرصه جدیدی که ایجاد کرده‌اید، دارید. به شما نشان می‌دهیم که چگونه می‌شود حداقل یک نفر را پیدا کنید که به ایمیل شما واکنش نشان دهد. این کار سخت نیست، فقط یک بازی اعداد است.

اگر حداقل یک ایمیل یا چت اسکایپ ارسال کنید، حداقل یک نفر به شما پاسخ می‌دهد و اگر همین یک رابطه را مدیریت کنید به خوبی در راه موفقیت قدم گذاشته‌اید. این فرد می‌تواند محصول شما را تبلیغ کند و تبدیل به دوست شما شود و باید به خوبی از آن مراقبت کنید. زمانی که او محصولاتان را تبلیغ می‌کند مطمئن باشید که به نتایج بسیار خوبی می‌رسید.

به یاد داشته باشید که تجارت شما بسته به همین افراد است که می‌توانند مشتریان دیگری برای محصولاتتان بیاورند، پس، دادن کمیسیون به آن‌ها را فراموش نکنید. این افراد هم انتظار دارند با معرفی هر مشتری، کمیسیون خود را دریافت کنند. هر چه این کمیسیون را بیشتر کنید، عالی‌تر است. چرا در مورد این کمیسیون‌ها اصرار می‌کنیم؟ چون که قبل از تبدیل شدن به نماد، ریسک‌های بیشتری نداشته باشید.

چگونه عوامل (بازاریابی) و ویروسی شروع می‌شوند؟ (زیاد شدن‌های پیاپی) به زودی پس از تبلیغ محصول، نتایج آن را خواهید دید. با فرض این که نتایج درخشان و خریدار هم راضی باشد، به سادگی از او بخواهید که شما را به حداقل سه دوست دیگرش معرفی کند. به یاد داشته باشید اگر کسی در این عرصه جدیدی که ایجاد کرده‌اید، با شما همراه می‌شود، بسیاری از افراد دیگر خواهند آمد و می‌توانند دوست شما شوند.

از بازاریابی اینترنتی، سرمایه‌گذاری، تا توسعه شخصی و دوست‌یابی شاهد راه‌اندازی کسب‌وکارهای بزرگی که تا یک میلیون دلار در ماه درآمد داشته‌اند بوده‌ایم.

به یاد داشته باشید این که خجالتی یا درونگرا باشید، مهم نیست. تبدیل به نماد شدن تماماً در پشت کامپیوتر شما انجام می‌شود و از چیزی جز ابزار الکترونیکی استفاده نمی‌کنید.

اعلام رسمی: زمانی که در مدت چند هفته به یک نماد تبدیل می‌شوید، شبکه‌تان رشد می‌کند، ارتباطاتتان زیاد می‌شود و در این مدت قیف فروش خود را آزمایش می‌کنید. راه اندازی خود را به طور رسمی اعلام کنید. در این مرحله، به شدت به سیستم اعطای کمیسیون وابسته‌اید. کنار هم قرار دادن تمام مراحل به خودی خود، یک هنر است که بیان آن در محدوده این کتاب نیست. با این حال کارآموزان به جزئیات زیادی رسیده‌اند و به نتایج بزرگی دست یافته‌اند.

اگر به درستی مسیر تبدیل شدن به نماد را گذرانده باشید، می‌توانید اعلام رسمی خود را داشته باشید. بخش مهمی از اعلام رسمی، این است که

بدانید در چه بازه زمانی باید این کار را انجام دهید و جوایزی را به مشتریان اختصاص دهید. شاید یک بازه زمانی سه هفته‌ای را برای این کار در نظر بگیرید. در واقع، شما در حال اجرای یک مسابقه هستید و برای حمایت از مشتریان، جوایزی را در نظر می‌گیرید. زمانی که ببینید مشتری‌ها چگونه نسبت به این سه هفته واکنش نشان خواهند داد متعجب خواهید شد و در این مدت ایمیل‌های سفارش زیادی را دریافت خواهید کرد. مهم این است که مطمئن شوید پیشنهادهایی که داده‌اید، در این مدت تست شده‌اند و مشتری از آن‌ها راضی خواهد بود.

مرحله هفتم: رشد

تا به این مرحله، کسب و کارتان قطعه به قطعه ساخته شد. حالا آماده باشید که یک موتور با قدرت ۵۰۰ اسب بخار به کسب و کارتان وصل کنید و یک انفجار بزرگ داشته باشید. این جایی است که شروع به ساخت یک برند بزرگ می‌کنید و طرفداران واقعی خود را خواهید داشت.

- هزاران هزار نفر شما را توسط ایمیل دنبال خواهند کرد.
- هزاران نفر حرکات شما در رسانه‌های اجتماعی دنبال خواهند کرد.
- صدها روابط کلیدی (مشتری، تبلیغ) شکل خواهد گرفت.
- ماه به ماه، اندازه کسب و کارتان رشد خواهد کرد.

مرحله هفت، زمانی است که کار روزانه قبلی خود را ترک می‌کنید و کنترل آینده مالی خود را در دست می‌گیرید و در آزادی به سر می‌برید.

رفتن به مرحله هفت، در ۵ حوزه کلیدی متمرکز می‌شود:

- ۱- لیست ایمیل‌های خود را بسازید: اندازه این لیست برابر با اندازه کسب و کار شما است. اگر می‌خواهید رشد کنید، این لیست را توسعه دهید.
- ۲- ترویج محصولات وابسته: تخصص‌های زیادی در عرصه جدیدی که ایجاد کرده‌اید وجود دارد. هیچ مشکلی با ایجاد یک سود در کنار

آن‌ها وجود ندارد. محصولات وابسته به محصول اصلی را شناسایی و ترویج دهید.

۳- مطالب پایه بازاریابی را یاد بگیرید: با استفاده از آن، محصولات خود را ترویج کنید. این استراتژی برای وبینارها زمانی که بیش از ده هزار نفر را در لیست ایمیل خود دارید، کاربرد بسیار خوبی دارد.

۴- توسعه افقی و عمودی: محصولات بیشتری تولید کنید. تنوع محصول ایجاد کنید. هیچ راه بهتری برای اضافه کردن صفر به جلوی مبلغ درآمدها با تولید محصولات بیشتر و تکرار این ۷ مرحله ندارید. به یاد داشته باشید که همه کسانی که می‌شناسید در لیست ایمیل باشند.

۵- استفاده از روابط و شبکه سازی برای ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی: بیشترین چیزی که به شما مرتبط می‌شود این است که کسب‌وکارها را ترویج کنید و بیشتر از گذشته مشتریان به شما هجوم بیاورند. آن را به یک اولویت تبدیل کنید و یک قلمرو پر سود بسازید.

رشد یک شبه اتفاق می‌افتد؟ البته که نه. اما اگر خودتان را متعهد به این پنج حوزه کلیدی بدانید، خواهید دید که همه چیز رشد خواهد کرد:

- لیست شما
- اعتماد به نفس شما
- مشتریان شما
- روابط شما
- فروش شما

• سود شما

اجازه بدهید جلوتر نرویم. اولین ماموریت شما راه اندازی کسب‌وکارتان است. یک عرصه جدید در بازار ایجاد کنید و محصول خود را تولید کنید.

زمان مناسب

هم اکنون زمان مناسبی برای شروع کسب‌وکار چاپ و نشر دیجیتال است. پیگیری اطلاعات به شما ثابت خواهد کرد که بهتر از این زمان، زمانی مناسب‌تر برای کار چاپ و نشر دیجیتال وجود نداشته است. ابتدا به شما نشان می‌دهیم که چرا زمان مناسبی برای شروع کسب‌وکار آنلاین است و پس از آن به طور مشخص درباره مدل کسب‌وکار چاپ و نشر دیجیتال بحث خواهیم کرد.

- تا پایان سال ۲۰۱۶، بیش از ۵۰ درصد از کسب‌وکارهای کوچک در ایالات متحده به طور مستقیم تحت نفوذ اینترنت خواهند بود.
منبع: موسسه تحقیقات فورستر
- ۵۹۲ بلیون دلار. این مبلغی است که شرکت‌ها در سال ۲۰۱۵ برای تبلیغات آنلاین خود سرمایه گذاری کرده‌اند.
- اگر روند دنیای کسب‌وکار را دنبال کنید، میزان سرمایه‌ای که صرف تبلیغاتشان می‌کنند را مشاهده می‌کنید.
- ۸۲ درصد از خریداران کلیدی، وقت خود را صرف تحقیق و خرید آنلاین می‌کنند.

- هر ماه بیش از ۱۰ میلیارد جستجو در گوگل انجام می‌شود که ۷۸ درصد از آن کاربران ایالات متحده هستند و محصولات و خدمات آنلاین را جستجو می‌کنند.
- بازار، به وضوح متصل به اینترنت است.
- در سال ۲۰۱۴، ۳۰۴ میلیارد دلار خرید و فروش آنلاین در ایالات متحده ثبت شده است.
- کسب‌وکارهای آنلاین بیش از ۱۵ درصد نسبت به سال گذشته رشد داشته‌اند.

بیباید با حقیقت روبرو شویم. کاملاً روشن است که همه چیز در حال حرکت به سمت اینترنت است. اگر می‌خواهید کسب‌وکار خود را شروع کنید و رویاهایتان را به حقیقت برسانید، باز کردن یک فروشگاه فیزیکی دیگر بهترین راه نیست.

صدها راه برای شروع کسب درآمد آنلاین وجود دارد و اما چرا کسب‌وکار چاپ و نشر دیجیتال بهترین استراتژی است:

- در سال ۲۰۱۳، آمازون اعلام کرد که فروش کتاب دیجیتال، از فروش کتاب فیزیکی بیشتر شده است و این نشان می‌دهد، آینده از آن چاپ و نشر دیجیتال است.
- ۵,۵ میلیارد دلار: آمازون تخمین زد که در سال ۲۰۱۴ این مقدار، اطلاعات دیجیتال بفروشد.

- در حالی که کتاب‌های فروشی‌های سنتی فروشگاه‌های خود را می‌بندند، از سال ۲۰۰۸ به بعد، هر سال خرید و فروش چاپ و نشر دیجیتال ۱ میلیارد دلار رشد داشته است.
- انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۶، فروش کتاب‌های الکترونیکی به ۱۰ میلیارد دلار برسد.
- تا سال ۲۰۲۰، کتاب‌های دیجیتالی که خود نویسنده منتشر می‌کند، بهتر از کتاب‌های سنتی فروخته خواهند شد.
- سایت clickbank.com (رهبر صنعت چاپ و نشر دیجیتال) تولیدات این سایت بیش از یک میلیارد دلار فروش داشته است.

این‌ها واقعیت‌ها هستند، این دوره کاملاً برای توسعه محصول و در کنترل گرفتن آینده مالی‌تان، مناسب است.

پنج دلیل برای این که بهترین مدل کسب‌وکار در حال حاضر، مدل کسب‌وکار آنلاین است:

- ۱- کنترل و تنظیم خودکار آن: لیست خود را به مشتریان بالقوه تبدیل کنید. تمام مراحل چاپ و نشر دیجیتال اتومات است.
- ۲- «اطلاعات»، تمام آن چیزی که نیاز دارید: مردم برای یادگیری چیزی که ارزش دارد، پول خوبی می‌دهند. خوشبختانه اینترنت سرشار از مطالبی است که همیشه نیاز داشته‌اید.
- ۳- برون سپاری: اجازه دهید دیگران برای شما کار کنند. نوشتن مطالب، طراحی سایت و ضبط ویدئوها را به کارشناسان زیادی که به سرعت و ارزان کارها را انجام می‌دهند بسپارید.

۴- کاملا مجازی در هر لحظه و هر کجا: چاپ و نشر دیجیتال نیازی به فضای فیزیکی ندارد. تمام آن چیزی که نیاز دارید یک کامپیوتر و شور و اشتیاقی است که به دیگران آموزش دهید.

۵- پرواز تا بی‌نهایت-رشد، رشد و رشد: آیا یک لیست بزرگتر می‌خواهید؟ آیا می‌خواهید بیشتر بفروشید؟ ارزش بیشتری ارائه کنید و محصولات متنوع بیشتری تولید کنید. کسب‌وکارتان را توسعه دهید و یا در عرصه‌های جدید و بکر، محصول تولید کنید.

صدها راه برای شروع کسب‌وکار آنلاین وجود دارد، اما این راه را ضمانت می‌کنیم، زیرا در حال حاضر موثرتر، سریع‌تر و آسان‌تر از چاپ و نشر دیجیتال وجود ندارد.

حرف‌های پایانی آنیک

در حال گام برداشتن در اولین مرحله برای رسیدن به بزرگترین اتفاق زندگی خود هستید؟

سیزده سال پیش، من همین جایی بودم که شما الان هستید.

گرسنه بودم و مصمم!

آماده تغییر بودم!

اما قصد نداشتم فقط کنترل زندگی‌ام را بدست بگیرم....

می‌خواستم یک نام از خودم بسازم و بین هزاران نفر، متفاوت زندگی کنم.

در آن زمان، مانند یک رویای دور از دسترس به نظر می‌رسید. به خصوص این که تنها ۱۰۰ دلار داشتم و تجربه و دانش فنی من در حد صفر بود.

چیزی که می‌دانستم، این بود: برای رسیدن به رویاها و ایجاد چیزی که جهانم را تغییر دهد، نیاز به این داشتم که از درون یک کارآفرین شوم و این را به دنیای بیرون خودم انتشار دهم.

در آن زمان هیچ ایده‌ای برای انجام کاری نداشتیم. هیچ سیستم و مدلی را نمی‌دانستیم.

چه کار کردم؟ روزی ۱۴ ساعت وقت خود را در اینترنت می‌گذراندم و از هر کسی سراغ ایده‌ای را برای فرار از این وضعیت می‌گرفتم.

وقتی امیدهایم را مرور می‌کنم، حتی آن امیدهای واهی، قربانی بسیاری از تبلیغات آنلاین بودم و خیلی سریع سقوط می‌کردم.

ایده‌ها را پشت هم دنبال می‌کردم اما دائما شکست می‌خوردم.

این وضعیت دقیقا ۱۸ ماه ادامه داشت.

خیلی دردناک بود که هیچ چیز در مورد درآمد آنلاین یا شروع یک کسب‌وکار نمی‌دانستم، اما تلاش خودم را می‌کردم.

صد دلار داشتم و می‌خواستم زندگی‌ام را کنترل کنم. می‌خواستم کارهای بزرگی انجام بدهم.

این یک کار بسیار بزرگ است.

اما در نهایت رویاهای من به حقیقت پیوست، نه شانسی و نه تصادفی.

با فداکاری بی‌امان و پشتکار جسورانه!

در نهایت گام به گام به موفقیت رسیدم.

این ۱۳ سال خیلی زود گذشت، به بیش از ۱۰۰ میلیون دلار با تولید اطلاعات دیجیتال رسیدم.

اگر شما ده سال پیش به من می‌گفتید که ۱۰ میلیون دلار در سال از طریق اطلاعات دیجیتال بدست آوردید، به شما می‌خندیدم.

به من می‌گفتند: «این پول را از طریق هک کردن اطلاعات بدست آورده‌ای؟»

زمانی که تازه شروع کرده بودم، هیچ ایده‌ای جز کسب‌وکار آنلاین نداشتم. باور می‌کنید یا نه. در واقع دنبال امتیاز یک فروشگاه آنلاین بودم که بتوانم آن را بخرم.

خیلی خنده‌دار بود، چون که پولی نداشتم.

هفته‌ها جستجوی من در گوگل طول کشید تا به طور تصادفی عبارت «بازاریابی اینترنتی» را پیدا کردم.

گذشته از آن، باور این که در داخل خانه و از پشت کامپیوتر بتوانم پول در بیاورم، سخت بود.

صادقانه بگویم، به نظر می‌رسید که بیش از حد درست بود و یک انجمن اینترنتی باور نکردنی را پیدا کردم و شروع کردم به خواندن مطالب افرادی که در واقعیت به صدها دلار درآمد رسیده بودند.

اعضای این انجمن درست مثل من و شما بودند و می‌خواستند از داخل خانه با اینترنت و کامپیوتر پول در بیاورند.

از شما می‌پرسم، چطور مردم عادی از این طریق پول در می‌آورند؟

ساده است، آن‌ها بازاریابی آنلاین می‌کردند.

خیلی کنجکاو بودم، حداقل بگویم که یک معدن طلا کشف کرده‌ام، به طوریکه بلافاصله توهم میلیون‌ها دلار پول را داشتم. من قبلاً لذت صرفه جویی را درک کرده بودم و دقیقاً می‌دانستم که چه باید بکنم.

اما زندگی به من نوشیدنی و آب نبات چوبی نمی‌داد، باید خودم آن‌ها را بدست می‌آوردم.

چرا؟ چون من با هیچ سیستم و مدلی کار نکرده بودم. کشف قدرت درونی خودم بزرگ‌ترین مبارزهام بود.

۱۸ ماه طول کشید تا بالاخره اولین دلار را به صورت آنلاین بدست آوردم.

درست است.

۵۴۸ روز...

برای تنها یک دلار ناچیز!

اما همین یک دلار، مدت‌ها انتظار و سخت مبارزه کردن برای بدست آوردنش، کاملاً زندگی من را تغییر داد.

و من اینجا هستم که به شما بگویم اگر مطابق اقدامات این کتاب پیش بروید، پس از یک دهه زحمت کشیدن به بزرگ‌ترین دارایی خود می‌رسید.

به معنای واقعی هر چیزی که در این کتاب آمده است را انجام داده‌ام. پس از گذراندن سال‌های سخت و آموزش این سیستم، الان به ساده‌ترین راه برای شروع کسب‌وکار رسیده‌ام.

چاپ و نشر دیجیتال و فروش آنلاین، تا حد زیادی در رسیدن به صد میلیون دلار به من کمک کرده است. به همین دلیل برای آموزش به ۲۵۰ هزار کارآموز در سراسر جهان افتخار می‌کنم.

این مدل کسب‌وکار ساده به من کمک کرد تا به یکی از رهبران بازاریابی آنلاین تبدیل شوم. به همین دلیل افتخار می‌کنم که برنده جایزه از نیوز ویک و بیش از ۵۰۰ شرکت دیگر شده‌ام.

گذشته از موفقیت فوق‌العاده من، به اطراف خود نگاه کنید. در حال حاضر صنعت چاپ و نشر دیجیتال همه را می‌خواند، یاد می‌گیرد و رشد کند. اشتباه نکنید، جهان جذاب چاپ و نشر دیجیتال را از دست ندهید. برگ برنده شما در زندگی برای شروع کسب‌وکار است.

می‌دانید چرا؟

۱. شما در شور و اشتیاق خودتان غوطه‌ور خواهید شد. هر روز همان کاری را انجام می‌دهید که دوست دارید.
۲. با کسب‌وکار سودآور خود، از آزادی باور نکردنی لذت خواهید برد. رئیس خودتان خواهید بود، همان کاری که می‌خواهید را انجام می‌دهید و زمان بیشتری را با خانواده می‌گذرانید.
۳. هیچ سقف شیشه‌ای برای درآمد و یا رشد کسب‌وکارتان وجود ندارد. تا جایی که می‌توانید پیشرفت کنید.

بر خلاف ۱۳ سال پیش و زمانی که شروع کردم، شما در حال حاضر بزرگترین فرصت را دارید، چون هر آن چه که نیاز دارید بدانید در دسترس شما است و من مشتاقم که آن را در دستان شما بگذارم. شروع فوق العاده‌ای داشته باشید.

سخن پایانی ناشر (نشر نوین)

توضیحات و خوش‌بینی‌های این کتاب، شاید در ۲-۳ سال پیش تا حد زیادی صادق بود، ولی به نظر ما، امروزه رقابت در فضای مجازی و دنیای آنلاین بسیار بیشتر شده و نیاز به آماده‌سازی و تلاش بیشتری است.

ما در نشر نوین، همواره تلاش داشته و داریم تا آخرین مطالب و تجارب روز دنیا در این حوزه را ترجمه و منتشر کنیم تا کمکی هر چند کوچک به کارآفرینان و استارت‌آپ‌های ایرانی داشته باشیم. اگه در این حوزه مشغول به فعالیت هستید و یا تمایل دارید وارد آن شوید، شاید بد نباشد خواندن کتاب‌های زیر را در لیست کارهای روزانه‌تان قرار دهید.

مجله کسب و کار هاروارد (Harvard Business Review)

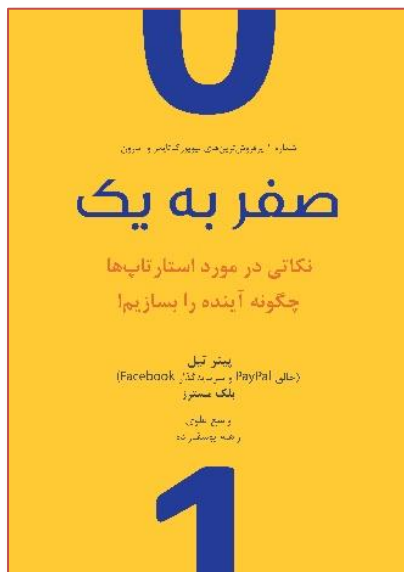


مجله کسب و کار هاروارد، آخرین مطالب، مقالات و یافته های روز دنیا در حوزه های مختلف مدیریت را منتشر می نماید. خواندن این مجله، برای همه مدیران، کارآفرینان و کارشناسان مفید و راه گشاست.

نشر نوین افتخار دارد تاکنون ۱۳ شماره از این مجله ارزشمند را ترجمه و به رایگان در اختیار خوانندگان فارسی زبان قرار داده است. برای دریافت و مطالعه آرشیو کامل آن، اپلیکیشن اختصاصی «مجله هاروارد» را دانلود و نصب نمایید:

Hbr.nashrenovin.ir

صفر به یک؛ نکاتی در مورد استارت‌آپ‌ها / چگونه آینده را بسازیم

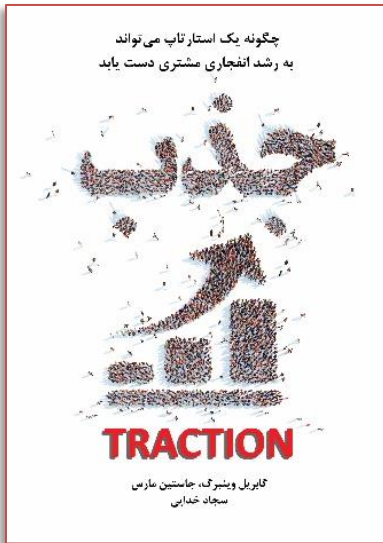


تقلید از یک الگو، آسان‌تر از خلق چیزی نو است. انجام دادن کاری که می‌دانیم چگونه باید آنرا انجام داد، جهان را ۱ به n می‌برد و چیزی آشنا به آن می‌افزاید. اما با نوآوری و خلق چیزی جدید، از صفر به یک می‌رسیم.

- ✓ شماره یک پر فروش‌ترین‌های نیویورک تایمز
- ✓ پر فروش‌ترین کتاب «کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک»
- ✓ نوشته پیترو تیل؛ بنیانگذار پی‌پال و سرمایه‌گذار فیسبوک، اسپیس‌ایکس، لینکدین و ...

جذب؛

چگونه یک استارت‌آپ می‌تواند به رشد انفجاری مشتری دست یابد



جذب (ترکشن)، بهترین شیوه برای بهبود شانس شما برای موفقیت یک استارت‌آپ است. جذب، نشانه‌ای از آن است که شما در مسیر درست قرار دارید. جذب، قدرتمند است. مواجهه با ریسک‌های فنی، بازاری، و تیمی، با جذب، ساده‌تر است. همچنین تامین سرمایه، استخدام، مسائل مربوط به رسانه‌ها، شراکت‌ها، و تملک‌ها، بسیار ساده‌تر هستند.

✓ جزو ۱۰ کتاب پر فروش حوزه کارآفرینی و بازاریابی در سایت

آمازون

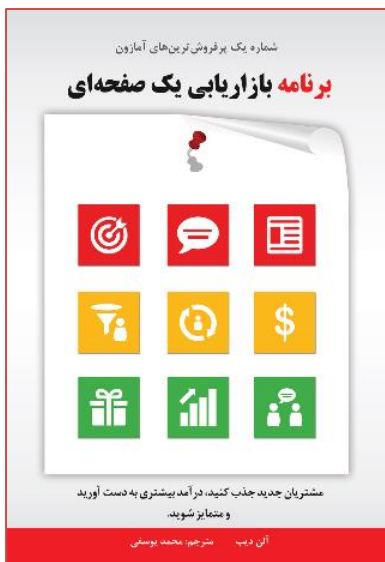
بازاریابی هکر رشد؛ آینده روابط عمومی، بازاریابی و تبلیغات



نسل جدیدی از برندهایی نظیر فیسبوک، توئیتر، دراپ باکس، Airbnb و... حتی ذره‌ای از بودجه‌شان را هم صرف بازاریابی سنتی نکرده‌اند؛ هیچ گونه تبلیغ روزنامه و تلویزیونی، هیچ بیلборدی! در عوض آنها به استراتژی بازاریابی جدیدی - هک رشد - تکیه کرده تا بتوانند با وجود بودجه اندکشان (در

ابتدای کار)، به افراد بسیار زیادی دسترسی پیدا کنند. هکرهای رشد، کتاب راهنما و روش‌های سنتی را کنار گذاشته و سراغ ابزارهایی رفته‌اند که قابل آزمایش، ردگیری و مقیاس‌پذیر باشند. آنها معتقدند که محصولات و کسب‌وکارها باید آنقدر تکرار و بهینه‌سازی شوند که آماده ایجاد واکنش‌های انفجاری باشند.

برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای (ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط)



برای ساختن و اداره یک کسب‌وکار موفق، باید از انجام فعالیت‌های بازاریابی تصادفی و پراکنده دست برداریم و از یک برنامه بازاریابی قابل اتکا و منسجم برای داشتن یک رشد پیوسته استفاده کنیم. به طور سنتی، تهیه برنامه بازاریابی، یک فرآیند سخت و زمان‌بر است و به همین دلیل هم به ندرت انجام می‌شود.

آلن دیب، که یک کارآفرین سریالی و بازاریاب موفق است، در کتاب «برنامه بازاریابی یک صفحه‌ای»، روش و ابزاری ساده و سریع برای ساخت برنامه بازاریابی در اختیار ما قرار می‌دهد. این برنامه، واقعا یک صفحه‌ای است و از ۹ بخش تشکیل می‌شود. با کمک آن، به راحتی می‌توانیم مسیر بازاریابی خود را ترسیم کرده و آن را اجرا کنیم.

اطلاعات بیشتر:

<http://nashrenovin.ir>