



رسیدن به فروش بیش از حد

راه خلق صف‌های طولانی برای یک کسب و کار

دنیل پرستلی

سرشناسه : پریستلی، دانیل، ۱۹۸۱ - م.

Priestley, Daniel

عنوان و نام پدیدآور : رسیدن به فروش بیش از حد : راه خلق صفهای طولانی برای یک کسب و کار / دانیل پریستلی ؛ ترجمه محمدرضا عمرانی ؛ ویراستار حسین یاغچی.

مشخصات نشر : تهران: نگاه نوین، ۱۳۹۶.

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۱۳-۰۵-۴

یادداشت : عنوان اصلی: ۲۰۱۵، Oversubscribed: How to Get

People Lining Up to Do Business with You

موضوع : بازاریابی

موضوع : Marketing

موضوع : مشتری شناسی

موضوع : Customer relations

موضوع : کسب و کار خرد -- توسعه

موضوع : Small business -- Growth

شناسه افزوده : عمرانی، محمدرضا، ۱۳۵۷ - مترجم

شناسه افزوده : یاغچی، حسین، ۱۳۶۱ -، ویراستار

رده بندی کنگر : ۱۳۹۶ ۴۵/پ HF۵۴۱۵

رده بندی دهی : ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی : ۵۰۴۱۹۹۴

رسیدن به فروش بیش از حد

راه خلق صفهای طولانی برای یک کسب و کار

نویسنده: دانیل پریستلی

ترجمه: محمدرضا عمرانی

ویراستار: حسین یاغچی

انتشارات: نگاه نوین

(مجموعه کتابهای ثروتمندان خودساخته)

تلفن: ۸۶۰۲۳۷۱۱

شابک: 978-600-8913-05-4

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

چاپ و صحافی: نینوا/قم ۳۷۲۳۲۵۲۱ ۰۲۵

قیمت: ۲۰ هزار تومان

فهرست

۷	پیشگفتار مترجم
۱۱	درباره‌ی نویسنده
۱۳	مقدمه
	بخش شش: یک: اصول رسیدن به تقاضای بیش‌تر
۲۱	از عرضه
۲۳	اصل یک: حرص و تقاضا قیمت را تعیین می‌کند
۳۳	اصل دوم: خدایان بازار جدا کنید
	اصل سه: چهار عامل تعادل نداشتن بازار: نوآوری،
۴۳	روابط، تسهیلات و قیمت
۵۵	اصل چهارم: محیط‌های خرید، خریدار خلق می‌کند
۶۷	اصل پنجم: متفاوت بودن خوب است
۸۳	اصل ششم: ارزش در اکوسیستم ایجاد می‌شود
	اصل هفتم: هیچ‌چیز به قطعیت فرین داده‌بودن
۹۷	آسیب نمی‌زند
	بخش دوم: روش شرکت کمپین‌محور: روش تجدید نظر
۱۰۵	اصول به استراتژی
	مرحله‌ی اول: برنامه‌ریزی کمپین: ظرفیت خود را
	بشناسید این‌که برای چه کسی ست و چه زمانی
۱۱۳	می‌توانید از آن استفاده کنید
	مرحله‌ی دوم: توسعه‌دادن تا بیش‌ترشدن تقاضا
۱۳۷	نسبت به عرضه

- مرحله‌ی سوم: وقتی تقاضا نسبت به عرضه بیش‌تر
شد، می‌توانید آسوده‌خاطر شوید ۱۵۹
- مرحله‌ی چهارم: ارائه‌ی فوق‌العاده ۱۷۷
- مرحله‌ی پنجم: جشن بگیرید و ابتکار عمل به‌خرج دهید ۱۸۷
- بخش سه: شما، گروه‌تان و زمانه‌ی دیوانه‌ای که در آن
زندگی می‌کنیم ۱۹۹
- زمان جلوگیری است ۲۰۱
- تیم ۲۰۹

مقدمه

رستوران‌هایی هستند که مردم برای‌شان صف می‌کشند. محصولات‌ی هستند که، باید در چند ماه قبل، سفارش‌شان دهید. بلیت‌هایی هستند که در اول روز فروش، همه‌شان فروخته می‌شوند. سهام‌هایی هستند که بلافاصله بعد از آزادشدن، قیمت‌شان سر به فلک می‌کشد. شیشه‌هایی هستند که قبل از ساخته‌شدن، فروخته می‌شوند. کتاب‌هایی هستند که موقعی فروش می‌روند که بیش‌تر از چند روز بعد روی کاغذ نیستند. مشاورانی هستند که تا شش‌ماه آیند، رخت‌شان پر است و آرایشگرهایی که دستمزدشان ده‌برابر گران‌تر از بقیه است. مبلمان‌هایی هستند که فقط در صورتی می‌توانید بخرید‌شان که از قبل سفارش‌شان دهید و نوشیدنی‌هایی هستند که وقتی هنوز میوه‌های‌شان از شاخه آویزان است، فروش می‌روند. بعضی‌ها دنبال مشتری نیستند، بلکه این مشتری‌ست که دنبال آن‌هاست.

در دنیایی که انتخاب‌های زیادی داریم، چرا این اتفاق می‌افتد؟ چرا با وجود انتخاب‌های زیادی که داریم، مردم برای بعضی از این انتخاب‌ها صف می‌کشند، بیش‌تر پول می‌دهند یا از قبل، رزروشان می‌کنند؟ چرا این آدم‌ها و محصولات این‌قدر خواهان دارند؟

این کتاب می‌خواهد علت این اتفاق را بگوید. علتش پدیده‌ایست به نام «بیش‌ترشدن تقاضا نسبت به عرضه» یا همان «فروش بیش از حد».

یک محصول یا برند، وقتی به سطح تقاضای زیاد می‌رسد که تعداد خریداران از فروشندگان بیش‌تر باشد؛ یعنی تقاضا به‌شدت از عرضه جلو می‌زند؛ و وقتی مردم بیش‌تر را بیش‌تر از ظرفیت موجودش می‌خواهند. این کتاب به مایه‌ست برای بیش‌ترکردن تقاضا نسبت به عرضه و دلایل اصلی به وجود آمدن این پدیده را بررسی می‌کند.

قبل از آن‌که این مفاهیم و پیشنهادها را که می‌دهم، بررسی کنیم، شاید بهتر باشد بگویم چرا باید به حرف‌های من گوش دهید. بگذارید با یک داستان شروع کنم. شرکت من برگزارکننده‌ی همایش‌های کسب‌وکار و مدیریت در کل جهان است. ما نه از سالن‌های کنفرانس معمولی در هتل‌های معمولی که از سالن‌های تئاتر و تالارهای سخنرانی استفاده می‌کنیم که اغلب، برنامه‌های مشهور در آن‌ها برگزار می‌شوند. در ضمن، همایش‌های ما پولی هستند و بر خلاف شرکت‌هایی که با کلی

تلاش، فقط پنجاه تا صد نفر در همایش‌های رایگان‌شان شرکت می‌کنند، همایش‌های ما کلی متقاضی برای شرکت کردن دارند.

مثلا در ژانویه ۲۰۱۳ ایمیلی به مشتریانم در سیدنی فرستادم و گفتم: «تعداد زیادی از بلیت همایشی که رزروش کرداید، فروش رفته است. ظرفیت سالن، هفتصد نفر است و ما الان بیش‌تر از ظرفیت فروخته‌ایم و در ضمن، کلی آدم هم در بلیت انتظار هستند. اگر مایل به فروش بلیت‌تان هستید، ما به هر دلیلی نمی‌توانید در همایش شرکت کنید، لطفاً از طریق ایمیل به ما خبر دهید. ما بلیت‌تان را به دو برابر قیمتی که پرداخته‌اید، می‌خریم.»

همان‌طور که قبل‌تر گفتم، اغلب همایش‌های کسب‌وکار در سیدنی، مجانی‌اند و تعداد شرکت‌کننده‌ها از صد نفر بیش‌تر نمی‌شود. شهروندان سیدنی که به شبکه‌ها و آشناهای محلی دسترسی دارند، این همایش‌ها را برگزار می‌کنند. همایش ما جدید و گران بود و برای یک نفر از کارکنان مان هم اهل سیدنی محسوب نبود.

ایمیل فرستاده‌شده، شوخی، ترفند یا طنز نبود؛ واقعیت داشت. بیش‌تر از ظرفیت سالن، بلیت فروخته‌ایم. دو هفته‌ی بعد، همین مشکل را در ملبورن و بعد در لندن و فلوریدا داشتیم.

این پدیده، اتفاقی نبود؛ بلکه همه چیز به این صورت ساماندهی شده بود و این کتاب، نشان‌تان خواهد داد که چگونه این ساماندهی انجام شد؟

مشتریان من اغلب باید از سه ماه قبل، رزرو کنند. این کار را برای سخت گرفتن به مشتریان نمی‌کنیم؛ بلکه این مدت زمانی است که مردم برای کار کردن با ما احتیاج دارند. اگر شخصی مطمئن نیست که می‌خواهد با ما کار کند، با او بحث نمی‌کنیم یا برای فروختن به او تلاشی به خرج نمی‌دهیم. مودبانه لب‌خند می‌زنیم و می‌گوییم: مشکلی نیست. ما نیازی به قانع کردن مردم نداریم؛ دیگران در صف انتظارند.

من اولین شرکت را سال ۲۰۰۲ در بیست و یک سالگی با یک شرکت تبلیغات هفت هزار دلاری تاسیس کردم. شرکت بازاریابی کوچک و متغلی که تخصصش تبلیغ همایش‌هایی در زمینه‌ی صنعت خدمات مالی بود. در دوازده ماه، بیش‌تر از یک میلیون دلار درآمد من از سیصد هزار دلار پول نقد در بانک داشتم. در بیست و پنج سالگی با استفاده از همین دیدگاه، بیش‌تر از ده میلیون دلار بدست آوردم که برای مردان جوان، رشک‌برانگیز است. در این مسیر به ایده‌های ارزشمندی در مورد شیوه‌ی بیش‌تر کردن چرخه‌ی متقاضیان یک کالا یا خدمات پی بردم.

در بیست و پنج سالگی با بهترین دوستان و شرکای تجاری‌ام به لندن نقل مکان کردم. کسب‌وکار جدیدی را با مقدار کمی سرمایه‌ی اولیه راه انداختیم و دوباره در طول دوازده ماه، میلیون‌ها دلار فروش داشتیم. در بیست و نه سالگی اولین کتابم را نوشتم و از ایده‌های نوشته‌شده در این کتاب استفاده کردم و به مقام اول کتاب‌های کسب‌وکاری سایت

آمازون رسیدیم. با استفاده از ایده‌هایی که در صفحات بعدی با شما در میان خواهم گذاشت، میلیون‌ها دلار سرمایه برای کسب و کارم به دست آوردم و به خیریه‌ها در جمع‌آوری صدها و هزاران دلار پول در مدت زمان کوتاه، کمک کردم.

هذهان‌طور که موقع مطالعه‌ی این کتاب متوجه خواهید شد، کسانی که به‌وفور، معلومات یا داشته‌شان را با دیگران تقسیم می‌کنند، هیچ کمبودی ندارند. روند به‌اشتراک گذاشتن ایده‌های بزرگ، یکی از راه‌هایی است که با استفاده از آن، تعداد متقاضی‌هایم را زیاد نگه می‌دارم. متوجه شدم که هر چه بیشتر با بقیه، معلوماتم را به اشتراک بگذارم، مردم، بیشتر تقاضا می‌کنند.

در ضمن، معتقدم که تحول این کتاب باعث بهتر شدن وضعیت هر فردی می‌شود که به‌نوعی به یک کسب و کار ربط پیدا می‌کند؛ یعنی از مشتریان که خدمات بهتری دریافت می‌کنند تا صاحبان کسب و کار که پیدا کردن مشتری جدید را متوقف کرده‌اند؛ به‌اضافه‌ی کارمندی که از کار در یک شرکت پرمشتری لذت می‌برند.

رویا و امید من قوی‌تر شدن میلیون‌ها کارآفرین و مدیر است تا بتوانند بر مشکلات بزرگ غلبه کنند. این کتاب، بخشی از آن رویاست. ایده‌های این کتاب برای کسب و کارهایی مطرح شده که به کارشان اهمیت می‌دهند و می‌خواهند محصولاتشان را بهتر به بازار معرفی کنند. این کتاب، مناسب آن‌هایی نیست که قصد

فریبکاری دارند و می‌خواهند با اغفال خریداران‌شان به یک فروش سریع یا یک پیروزی ناگهانی دست پیدا کنند. قبل از شروع، مطمئن شوید پیشنهاد فروش‌تان واقعا برای مردم مفید است. باید مشتاق کارتان و تاثیری که روی دنیا می‌گذارد، باشید. باید عاشق کارتان باشید و به مشتریان‌تان و کسانی که می‌خواهند مدت زیادی در کسب و کارتان باشند، اهمیت دهید. در ادامه‌ی این کتاب، موارد را در مورد شما، مسلم در نظر می‌گیرم. در صورتی که تقاضا بیش‌تر از عرضه باشد، می‌توانید با خیال راحت، کارتان را به بهترین شیوه‌ی ممکن انجام دهید. با جای آن‌که دنبال مشتریان جدید باشید، می‌توانید زمان بیشتری را برای مشتریان فعلی‌تان بگذارید. جای آن‌که فکرتان مشغول فروختن محصولات‌تان باشد، زمان بیش‌تری برای نوآوری دارید و به‌جای گم‌شدن بین بقیه‌ی برندها، این‌جا، شما فرصت ساختن برند خودتان را می‌دهد.

دلیل نوشتن این کتاب، آشنایی من با چالش‌هاست که اغلب کارآفرینان و رهبران کسب و کارها با آن دست به‌گriبان‌اند.

ما در روزگار بی‌نظیری زندگی می‌کنیم که مدام در حال تغییر است. خیلی از ایده‌هایی که پنج سال پیش، جواب می‌دادند، الان نتیجه نمی‌دهند. همه برای نوآوری و به نتیجه رسیدن، تحت فشارند. دهه‌ای که در پیش داریم، هم چالش برانگیز است و هم الهام‌بخش. سرعت تغییر دارد

بیش تر می شود و کسب و کارها و جامعه در ده سال آینده،
مثل امروز عمل نخواهند نکرد.

خیلی ها این تغییرات را به شکل موج بزرگی تصور
می کنند که آن ها را جارو می کند و به دریا می اندازد؛
در حالی که کسانی هم هستند که آن را به شکل موجی
می بینند که می توانند روی آن سوار شوند و لذت ببرند.
اگر شبیه من هستید، به سختی پارو خواهید زد تا روی
موج سوار شوید.

وقتی به آخر این کتاب رسیدید، از روش بیش تر کردن
تقاضا نسبت به گذشته خبر خواهید بود. من روند رسیدن
به جایگاه حسرت برانگیز خواسته شدن از طرف مشتریان را
خواهم گفت. البته بستان به شما دارد که این روند را
در کسب و کارتان استفاده کنید یا بسعی و خطا، روند
درست را گیر بیاورید. حرف زدن راحت است، ولی عمل به
آن سخت است. جدی بگیریدش، چون فوق العاده جواب
می دهد. به محض آن که تقاضا بیش تر از عرضه شد،
درآمدتان و جذابیت کار، بیش تر می شود و فرصت های
بیش تری را جذب می کنید.

شما دنبال فرصت ها نمی گردید، بلکه فقط فرصت ها
پیش آمده را مدیریت می کنید.

ایمیل شما به جای تعداد بی شمار کارهایی که باید
انجام شوند، پر از شانس های موفقیت خواهد بود.
در این کتاب فقط اصول بازاریابی و روش های دادوستد
را نمی گویم، بلکه بعضی مشکلاتی را بررسی می کنم که

اغلب کسب‌وکارها از آن رنج می‌برند و اصول و روایت‌هایی را که فلسفه‌ی بنیادین این کتاب هستند، مطرح می‌کنم. هدفم این است که شما این مفاهیم را عمیقاً درک کنید و تصمیمات بهتری بگیرید و با دورنمای بهتری مشغول کسب‌وکارتان شوید.

شاید احتیاج باشد این کتاب را چندبار بخوانید تا ایده‌ها در ذهن‌تان ته‌نشین شوند و به آن عمل کنید. بعضی از این مفاهیم به ترفات، در بطن داستان‌هایی هستند که روایت می‌کنیم. فروش پر نقش‌ونگار گران‌قیمتی وجود دارد و شما به‌شکل آرام‌تر آن هستید. ولی اگر در جای درستی نایستید، کلیت این نقش‌ونگار زیبا را نمی‌توانید ببینید. لازم است چند قدم روید عقب تا نمای کلی‌اش را ببینید. امیدوارم این کتاب به مای کلی‌تری از خودتان و کسب‌وکارتان به شما بدهد.

سفری را همراه هم شروع می‌کنیم که مبدأ آن جایی است که همین حالا در آن هستید. بعد از جایی است که می‌خواهید باشید.