



مغناطیس

(هنر جذب کسب و کار)

تالیف:

جو کالووی

مترجم:

دکتر میثم نصیری

فهرست مطالب

- معرفی مترجم ۱۱
- فصل اول: دلیل اهمیت جذابیت در کسب و کار ۱۳
- هنر جذب کسب و کار ۱۴
- ایده‌هایی که در جایی کارساز هستند ۱۵
- چه مطالبی در این کتاب وجود ندارد ۱۶
- این سبک بازاریابی حلقه مفقوده شماست ۱۷
- هدف ما کجاست؟ ۱۹
- فصل دوم: قدرت تبلیغات زبانی ۲۱
- بزرگ‌ترین برنامه بازاریابی در همه زمان‌ها ۲۱
- این رستوران چه مفهومی را تداعی می‌کند ۲۲
- مهم‌ترین عامل ۲۳
- شما از چه کسی می‌پرسید؟ ۲۶
- تصمیم به خرید (یا نخریدن) ۲۷
- لحظه صفر حقیقت ۲۸
- موثرترین تغییر ۳۱
- تجدید نظر در راهبرد ۳۲
- فصل سوم: کار ساده و قابل فهم به سخت‌کوشی نیاز دارد ۳۳
- هر چه می‌توانید شفاف‌تر بیندیشید ۳۳
- فصل چهارم: سه نکته‌ای که شما می‌خواهید گفته شود ۳۵
- شما باید این طراح وب‌سایت، دکتر، کتاب، حسابدار و کامپیوتر را امتحان کنید ۳۵

- فصل دهم: ذهنیت مغناطیسی ۹۹
- رگه‌های مشترک ۹۹
- فصل یازدهم: قدیس‌های سنت پل؛ همه چیز حول محور تبلیغ زبانی می‌چرخد ۱۱۳
- مورد متفاوت با تحقیق معمول شما ۱۱۳
- چشم‌نوازترین تجربه‌ای که می‌توانید داشته باشید ۱۱۵
- یک بازی تویی کاملاً جدید ۱۱۶
- فصل دوازدهم: یک آهن‌ریا به بازار نیاز دارد ۱۲۳
- این موضوع در آن زمان ایده خوبی به نظر می‌آمد ۱۲۳
- چه کسی تاوان می‌دهد؟ ۱۲۵
- جدول‌ها و آمار خرید نمی‌کنند (دوستان نیز معمولاً از شما خرید نمی‌کنند) ۱۲۵
- یک ایده عالی در بازار غیرصحیح ۱۲۶
- فقط از شور و اشتیاق خودتان پیروی کنید. اگر ۱۲۷
- شلوغ‌ترین بازار جهان ۱۳۰
- فصل سیزدهم: درس‌هایی از یک استارت‌آپ جذاب و گیرا ۱۳۳
- نگاه به کسب‌وکار خود از یک منظر جدید ۱۳۳
- دیوید و گولیث ۱۳۴
- درس‌هایی برای همه ما ۱۳۵
- چه می‌شد اگر همه چیز را از ابتدا آغاز می‌کردیم؟ ۱۴۷
- فصل چهاردهم: چه کسی بازار مرا جابه‌جا کرد؟ ۱۴۹
- به چه کسی زنگ می‌زنید؟ ۱۴۹
- فرصت قرارگرفتن روی یک سکوی داغ ۱۵۰
- کار ما چاپ کردن چک است. خوب که چی؟ ۱۵۱
- چه کسی بازار مرا جابه‌جا کرد؟ ۱۵۳

- یک استاندارد جدید برای عملکرد..... ۱۹۰
- من عاشق آنها شدم..... ۱۹۱
- تا وقتی که آنها این کار را نکرده‌اند..... ۱۹۱
- خیلی کم، خیلی دیر..... ۱۹۲
- پاسخ به هنگام..... ۱۹۳
- متاسفم، این روش به درد من نمی‌خورد..... ۱۹۴
- فصل نوزدهم: کسب و کارهای جذاب فردا..... ۱۹۷**
- شتاب تغییر افزایش خواهد یافت..... ۱۹۷
- مشتریان شما به تازگی تغییر کرده‌اند..... ۱۹۸
- اگر مشتریان را معطل کنید با شکست روبه‌رو می‌شوید..... ۱۹۸
- مشتریان شما ارتباطات فوق‌العاده دارند..... ۱۹۹
- هر کسی در سازمان شما باید بر مشتری متمرکز باشد..... ۱۹۹
- شما باید یک سیر تحولی از حرف‌زدن به بازار و از بازار به حرف‌زدن با بازار را
طی کنید..... ۱۹۹
- چیزی را به من بفروش که می‌خواهم..... ۲۰۰
- به جمعیت‌شناسی پشت‌گرم نباشید. به من پشت‌گرم باشید..... ۲۰۰
- داشتن فناوری صحیح خیلی خوب است. داشتن کارکنان صحیح از آن هم بهتر
است..... ۲۰۱
- ارزش افزوده جدید عبارت است از «آسان و ساده»..... ۲۰۱
- از فیلم‌ها استفاده کنید..... ۲۰۱
- در مبانی اصلی کسب‌وکار خود پیروز شوید..... ۲۰۲



این تصویری است که از جذابیت داریم و این همان هنر جذب کسب و کار است.

- ۱۵۶ ما در دوران جالبی زندگی می‌کنیم
- ۱۵۹ فصل پانزدهم: شما اخراج هستید!
- ۱۵۹ خطاهای مهلک کسب و کارها
- ۱۶۰ جو کالووی با یک شرکت تلفن قطع همکاری می‌کند
- ۱۶۱ مازک سانبورن با یک رستوران قطع ارتباط کرد
- ۱۶۳ قطع رابطه لری وینگت با شرکت سازنده در گاراژ، شرکت تهویه هوا و پزشکش
- ۱۶۵ قطع رابطه رندی لنینگتون با شرکت خدمات مراقبت از باغچه با عنوان رندی
- ۱۶۷ اسکات مک کین انکولوژیست خود را برکنار کرد
- ۱۶۸ موضوع به نبود عامل تعجب مربوط نمی‌شد
- ۱۶۹ کلام آخر و به یادماندنی
- ۱۷۱ فصل شانزدهم: ارتباطات گیرا
- ۱۷۱ به عقب برگردید
- ۱۷۳ سیاست خرده‌فروشی را تمرین کنید
- ۱۷۵ هنر گمشده نامه‌های دست‌نوشته
- ۱۷۹ فصل هفدهم: از دست دادن جادوی جذابیت
- ۱۷۹ آیا یک آهن‌ربا می‌تواند قدرت خود را از دست بدهد؟
- ۱۸۰ نقد و بررسی‌های تمجیدوار، غذای شگفت‌انگیز فرانسوی
- ۱۸۲ دیگر به خوبی گذشته‌ها نیست
- ۱۸۳ شما در هر دست بازی به اندازه همان دست می‌توانید برنده یا بازنده باشید
- ۱۸۴ دروغ بزرگ
- ۱۸۴ از خوب به عالی و سپس ترک میدان
- ۱۸۷ فصل هجدهم: مزیت شگفت‌انگیز و ساده‌ای که از آن غفلت شده است
- ۱۸۸ برایان در سریع‌ترین زمان با شما تماس خواهد گرفت

من این تصویر را در یک صبح بارانی و دلگیر از داخل خودرو خودم گرفتم. اینجا بیرون فروشگاه پن کیک در نشویل ایالت تنسی است. پیام اصلی این کتاب و مفهوم اصلی آن برای کسب و کار ما به طور کامل در این تصویر دیده می‌شود: پیام ما این است که در کار خود به قدری خوب باشید که مشتریانان این موضوع را به سایرین بگویند و موجی ثابت از مشتریان جدید را به سوی شما روانه کنند.

جمله‌ای از بزرگ‌ترین اندیشمند کسب و کار در عصر ما یعنی دلیو ادواردز دمنینگ، بهترین زیرنویس برای این تصویر است: «سود کسب و کار از مشتریانی ناشی می‌شود که دوباره مراجعه می‌کنند، اینها مشتریانی هستند که از کالا یا خدمات شما تعریف می‌کنند و دوستانشان را همراه خود می‌آورند.»

این موضوع یک اتفاق طلایی برای هر نوع کسب و کار است. در تعریف ما جذابیت یعنی این که مشتریان به سوی شما روانه شوند.

هنر جذب کسب و کار

بسیار خوب، شما چگونه این کار را انجام می‌دهید؟ پاسخ سریع این است که کار خود را به طرز باورنکردنی‌ای خوب انجام می‌دهم. خیلی خوب است که مردم این موضوع را مطرح می‌کنند. در مورد فروشگاه پن کیک باید بگوییم که با ترکیبی از مکان عالی و کیک‌های واقعا خوشمزه که فروشندگان حرفه‌ای به قیمت منصفانه عرضه می‌کنند مواجه هستیم. خیلی ساده به نظر می‌رسد اما نباید خودتان را گول بزنید که این کار ساده‌ای است. این گونه نیست چرا که یک لباس نمی‌تواند قواره تن همه باشد؛ بنابراین این کتاب یا هر کتاب دیگری نیز نمی‌تواند به شما در مسیر موفقیت و تکیه بر قله کسب و کار کمک کند.

آنچه باعث موفقیت یک کسب و کار می‌شود آنقدر ساده است که شما دستی به پیشانی



خود بکشید و بگویید «اوه، منکه این را می دانستم». از سوی دیگر، هزاران روش برای انجام این کار وجود دارد و باید حساب کنید که کدام روش ها با شاخص های کسب و کار شما تناسب بیشتری دارند. شاخص های کسب و کار شما عبارت اند از: فرهنگ، الگوی کسب و کار، نقاط قوت و ضعف، مزایا و معایب، شخصیت شما و شخصیت افرادی که با شما کار می کنند، ارزش های شما، چشم انداز و ماموریت شما (اینها همگی بخش های درهم آمیخته ای هستند که از شما به طور متمایز یک رهبر کسب و کار می سازند)، کارکنان شما به عنوان یک گروه که در نهایت همه این موارد با هم یک کسب و کار را تشکیل می دهند. اگرچه همه کسب و کارها با یکدیگر متفاوت هستند، ولی همه کسب و کارها یک ویژگی مشترک دارند؛ همگی به دنبال مشتری هستند و به مشتریان نیاز دارند.

ایده هایی که در جایی کارساز هستند

ما قصد داریم به کسب و کارها، و هر نوع سازمان جذابی نگاهی بیندازیم و ببینیم که واقعا چه چیزی در آنها وجود دارد که در جذب مشتریان جدید موثر واقع می شود. چیزی که من بیش از همه در مورد این ایده ها دوست دارم این است که آنها می توانند در جذب کسب و کار به سمت یک شرکت بزرگ، یا یک بنگاه اقتصادی خانوادگی، یک دفتر حقوقی، یک استودیوی رقص، یک تیم بیس بال، یک مغازه خرده فروشی، یک سازمان غیرانتفاعی، یک حق امتیاز، یک مشاور، یک بیمارستان یا هر نوع تلاش کاری دیگر یاری رسان باشند. این ایده ها در همه جا کاربرد دارند و به درد شما می خورند.

در این کتاب به شما خواهیم گفت که افراد و کسب و کارهای جذاب، چگونه این ویژگی را بر یک مبنا و اساس ثابت حفظ می کنند. با مشاهده ایده هایی که کاملا برای شرایط شما مناسب هستند به نکات و فکرهای خوبی در ذهن خود پی خواهید برد. حرف مرا باور