

راه اندازی مدل کسب و کار عضویتی در همهی صنایع

# مشتری خودکار

چگونه مشتریان را به مشتریان تبدیل کنیم؟

جان واریلو

بنیان گذار SellabilityScore.com و مؤلف «ساخته شده برای فروش: راه اندازی

کسب و کاری که بدون شما مسیر موفقیت را می پیماید»

ترجمهی هدی پری زاده



مؤلف: جان واریلو  
ترجمه: هدی پری زاده  
شابک: 978-600-8237-82-2  
ISBN: 978-600-8237-82-2

# فهرست مطالب

۹	پیشگفتار مترجم
۱۱	پیشگفتار نویسنده
۱۳	مقدمه
۲۱	بخش اول: مشترکین از مشتریان بهتر هستند
۲۳	فصل ۱: چه کسی پیروز اقتصاد عضویتی است؟
۴۱	فصل ۲: چرا به مشتریان خود کار نیاز دارید؟
۵۹	بخش دوم: ۹ مدل کسب و کار عضویتی
۶۱	فصل ۳: مدل وبسایت با امکان عضویت
۷۱	فصل ۴: مدل کتابخانه‌ی «هر چه می‌توانید بخورید»
۷۹	فصل ۵: مدل باشگاه خصوصی
۸۷	فصل ۶: مدل جلوی صف
۹۵	فصل ۷: مدل محصولات مصرفی
۱۰۵	فصل ۸: مدل جعبه‌ی شگفتانگیز
۱۱۳	فصل ۹: مدل ساده‌کننده
۱۲۱	فصل ۱۰: مدل شبکه‌های
۱۲۹	فصل ۱۱: مدل آسودگی خاطر
۱۳۷	بخش سوم: راه‌اندازی کسب و کار عضویتی خودتان
۱۳۹	فصل ۱۲: ریاضیات جدید
۱۵۵	فصل ۱۳: مکش ذره‌ذره‌ی وجه نقد در مقابل سرازیر شدن آن
۱۶۹	فصل ۱۴: روان‌شناسی فروش حق عضویت
۱۸۷	فصل ۱۵: رشد و توسعه‌ی کسب و کار
۲۱۱	فصل ۱۶: تأملات



## بیشگفتار مترجم

منبع اصلی درآمد هر کسب‌وکاری، مشتریان تکراری آن کسب‌وکار است. اما همه‌ی مشتریان به اندازه‌ی کافی خوب نیستند، بازارها تغییر می‌کنند و رقبا نیز بی‌رحم هستند. پس چگونه می‌توان یک جریان ثابت درآمدی از کسب‌وکار ایجاد کرد؟ راز آن، یافتن و نگه داشتن «مشتریان خودکار» است.

این روزها تقریباً هر چیزی را که نیاز داشته باشید، می‌توانید به راحتی از طریق اشتراک و عضویت تهیه کنید. شما می‌توانید از طریق اسپاتیفای، نت‌فلیکس، و نیویورک‌تایمز اشتراک خود را به صورت ماهیانه تمدید کنید و هر ماه مواد غذایی مورد نیاز خود را با عضویت در *آمازون فریش* دریافت کنید، یا به جای تلف کردن وقت‌تان برای خریدن تیغ اصلاح، به عضویت *دلار شیو کلاب* در آیید.

به گفته‌ی جان واریلو، نویسنده‌ی کتاب *مشتری خودکار*، این اقتصاد عضویتی در حال ظهور، فرصت‌های بزرگی را برای شرکت‌هایی که می‌دانند چگونه «مشتریان» را به «مشترکان» تبدیل کنند، ایجاد کرده است. مشتریان خودکار کلید افزایش جریان نقدی، رشد و ارزش شرکت شما هستند.

واتزآپ، سرویس پیام‌رسان مبتنی بر اینترنت که فیس‌بوک آن را به قیمت ۱۹ میلیارد دلار خریده است، در نظر بگیرید. در حالی که سایر پیام‌رسان‌های مشابه در ازای خدمات‌شان، کاربر را با تبلیغات متعدد بمباران می‌کردند، واتزآپ حق عضویت سالانه‌ی ۱ دلاری را برای هر کاربر در نظر گرفت. این همان پیام‌رسان تقریباً رایگان و بدون تبلیغاتی است که هر کاربری به راحتی به عضویت آن در می‌آید.

همان‌طور که واریلو نشان می‌دهد کسب‌وکارهای عضویتی به شرکت‌های حوزه‌ی فناوری و رسانه محدود نمی‌شوند. هر شرکتی در هر صنعتی، می‌تواند طرح عضویتی متمایزی را در کسب‌وکار خود ایجاد کند. پس فارغ از نوع کسب‌وکار و نوع صنعت، همه‌ی شرکت‌ها می‌توانند با درک و به‌کارگیری مفهوم مشتری خودکار، این رویکرد موفق را در کسب‌وکارشان پیاده کنند و از مزایای آن بهره‌مند شوند.