

هفت‌ن

کاری از آکادمی دکتر علی مصریان • رسانه همراه • سال نخست • شماره هشتم • هفتم شهریور ماه سال ۱۴۰۵ • ۲۸ صفحه



اول پیرس، بعد بفروش!

مسئله واقعی مشتری، شروع هر فروش است.

پیامبر اکرم (ص): خَيْرُ الْكَلَامِ مَا دَلَّ وَ جَلَّ وَ قَلَّ وَ لَمْ يُمَلَّ؛

بهترین سخن، آن است که قابل فهم، روشن و کوتاه باشد و خستگی نیاورد.



مسیری کوتاه و سریع برای رشد کسب و کار

شناسنامه

زیر نظر آکادمی دکتر علی مصریان

مدیر مسئول و سردبیر:

دکتر علی مصریان

(کارآفرین و عضو هیات علمی دانشگاه)

نشانی پایگاه الکترونیک:

Alimesrian.ir

Noyanrestaurant.ir

اینستاگرام:



@Alimesrian

@Noyanrestaurant

هفت‌دین

شماره ۸ • شهریور ۱۴۰۵ • سال نخست



شناسنامه

۰۲



پیشخوان

۰۴



برزدسازی

۰۵



بازاریابی و فروش

۰۹



مدیریت سیستم سازی

۱۳



هوش رفتاری

۱۶



رازهای موفقیت

۱۹



ابزارهای ایجتیک

۲۲



تجربه و وفاداری مشتری

۲۵



روی جلد

۰۱



فهرست

۰۳



پشت جلد

۲۸

۷+۱

هفتک یک مجله محتوایی کوتاه، ژورنالیستی، مینیمال و قابل مطالعه برای عموم مردم است. موضوعات آن به زبان ساده به زندگی حرفه‌ای، کسب‌وکار، رفتار انسان، اعتماد، ارتباطات و تصمیم‌گیری می‌پردازد. مخاطب هفتک فقط مدیران ارشد نیست؛ بلکه می‌تواند شامل این گروه‌ها باشد: صاحبان کسب‌وکار

ارزش‌برند شما را مشتری تعریف می‌کند، نه شعارهای تبلیغاتی که پشت آن پنهان کرده‌اید.





برند تو

پاسخی است
به مسئله ای که

مشتری

بدون اینکه بلد باشد

فریاد می زند.



قبل از طراحی لوگو
نقشه درد مشتری را بکش
لوگو دنباله **نقشه** است.

تبلیغی که
مسئله را دقیق بنویسد
برای تکرار شدن
به بودجه نیاز ندارد.

اعتماد برند

از جایی شروع می شود که
مشتری با خواندن محتوای تو

حس کند این دقیقاً همان مسئله‌ی

ذهنی اوست.





مشتری خدمتِ تو را نمی‌خرد
او می‌خواهد به مسئله‌ای پایان دهد که
تو، به دلیلِ گوش‌ندادنِ کافی
هنوز آن را دقیقِ شناخته‌ای!

فروشنده

وقتی بگویند «نمی دانم»

بیشتر از وقتی که نسخه می پیچد
اعتماد می سازد.



سؤال خوب

بیشتر از جوابِ سریع می‌ارزد

چون جوابِ بی‌مسئله

پیشنهادِ بی‌خریدار است!



نقشه فروش
از گوش شنوا شروع می شود
نه از دهان گویا
اول بپرس
بعد بفروش





سیستم شنیدن مشتری را بساز

وگرنه هر روز

یک گزارش تکراری

از یک مشتری جدید می آید.



ابهام زدایی

یعنی

پرسیدنِ مسئله

نه پرسیدنِ کوتاهِ «راضی بودی؟»

وقتی فروش
به یک نفر گره بخورد
سیستم شنیدن
شرکت را از فرد
جدا می کند.

ده ثانیه سکوت

یعنی

مسئله پنهان پشت جمله را بشنوی

نه این که

جواب بدهی.

به جای برچسب زدن
به مشتری به ظاهر تندخو



زمینه‌ی تصمیم‌گیری‌اش را واکاوی کن
فهم ریشه‌ی رفتار، قضاوت‌های ذهنی را
به پلی برای حل مسئله تبدیل می‌کند.

مشتری

از ترس و امیدش حرف می زند
نه از محصول



تو فقط گوش کن
توضیح نده!

خودشناسیِ مدیر

انتخاب میان دو مسیر است:

آیا در این گفتگو به دنبال اثباتِ خود

هستم، یا قصد دارم گرهی از کارِ

مشتری باز کنم؟

قدم اول پذیرش مشتری

خالی کردن

ذهن پر از جواب خودت است.

قبل از مدیریتِ تیم
باتریِ ذهنی‌ات را شارژ کن
مدیرِ خسته
گوشِ کر دارد!



هوش مصنوعی

هزاران نظر پراکنده را به یک
الگوی روشن تبدیل می کند

کارتو

فقط این است که مسئله‌ی
واقعی کسب و کارت را
دقیق و بی ابهام
برایش تعریف کنی.

برای یافتن مسئله
حدس را کنار بگذار
و به اعداد تکیه کن
سپس درستی آن را
با شنیدن
صدای واقعی مشتریان
در خط مقدم فروش
راستی آزمایی کن.



ابزار داده را می‌چیند

اما فهم مسئله

همیشه

در سرِ صاحبِ کسب و کار

می‌ماند.

پیش از هر معامله‌ای
شنیدنِ دغدغه‌ی مشتری
کاشتن
بذرهای اعتماد
و

یک رابطه‌ی پایدار است.

مشتری

که مسئله اش را جدی گرفتی
اولین ارجاعِ توست
رضایت

از شنیده شدن می آید.

تکرارِ کیفیت
جست‌وجوی مخاطب
برای
گزینه‌های جایگزین
را

به‌طور کامل متوقف می‌کند.





مولانا:

بشنو از نی چون حکایت می کند

نی از جدایی می گوید؛
مشتري هم پیش از خرید،
از مسئله اش می گوید.



ALI MESRIAN
www.alimesrian.com