



انتشارات ادیبان روز

فروش آنلاین

با استفاده از فضای مجازی،
ویدئو مارکتینگ و شبکه‌های اجتماعی

مؤلف:

جفری گیتومر

مترجم:

دکتر علی مریخ نژاد اصل

مشخصات کتاب

سرشناسه: گیتومر، جفری / Jeffrey, Gitomer

عنوان و نام پدیدآور: فروش آنلاین

(با استفاده از فضای مجازی،

ویدئو مارکتینگ و شبکه‌های اجتماعی)

/ مؤلفین: جفری گیتومر

مترجم: علی مریخ نژاد اصل

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۸۰ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۴۹-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: فروش و تبلیغات در فضای مجازی و اینترنت

موضوع: Go live! : turn virtual connections into

paying customers . c۲۰۲۰

رده‌بندی کنگره: HF ۶۱۴۶

رده‌بندی دیویی: ۶۵۹/۱۴۴

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۹۴۷۷

دست اندرکاران

صفحه‌آرا: گلنوش ملاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۸۵۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب‌های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۷	پیشگفتار مترجم
۱۷	شروع: بلیط طلائی موفقیت شما!
۴۹	چالش ۱: تسلط بر صدا، زبان، محتوا و استراتژی های فروش و فروشندگی
۵۵	چالش ۲: تسلط بر فضای مجازی
۷۳	چالش ۳: تسلط بر ویدئو
۹۵	چالش ۴: تسلط بر پیام جدید
۱۲۳	چالش ۵: تسلط بر شبکه های اجتماعی
۱۳۵	چالش ۶: تسلط بر تایید اجتماعی
۱۴۳	چالش ۷: تسلط بر شوخ طبعی
۱۵۷	چالش ۸: تسلط بر خلاقیت
۱۶۹	چالش ۹: تسلط بر زمان
۱۷۳	چالش ۹،۵: تسلط بر خودتان
۱۷۷	درباره نویسنده
۱۷۸	درباره مترجم

پیشگفتار

کتاب به عنوان اصلی‌ترین ابزار انتقال دانش در قرن‌های گذشته، همواره جایگاهی مقدس و مهم در رشد تمدن‌ها و پیشرفت فکری انسان‌ها داشته است. همواره از سرانه کتاب‌خوانی به عنوان یکی از معیارها و مقیاس‌های پیشرفت اجتماعی کشورها استفاده می‌کنند. با این حال این مفهوم عمیق هم مانند بسیاری از مفاهیم اجتماعی-فرهنگی دیگر، در جامعه ما بازتولید اشتباهی داشته و جلوه دیگری یافته است و مفهومی کالایی پیدا کرده است.

با توجه به جریان اصلی تولید علم (و البته شبه علم!) در چند قرن اخیر، تقریباً همه مفاهیم، نظریات و استانداردهای علمی در همه حوزه‌ها، از کشورهای غربی (بالاخص قاره آمریکا و اروپای غربی) به دیگر نقاط جهان منتقل شده است. طبیعتاً اصلی‌ترین راه انتقال این مفاهیم، چاپ کتاب‌ها و مقالات متعدد و سپس ترجمه این محتواها به زبان‌های دیگر از جمله فارسی می‌باشد. بنابراین خواه ناخواه، ترجمه کتب علمی و عملی، اصلی‌ترین راه انتقال دانش روز دنیا به داخل کشورمان است.

با این حال، این موضوع بسیار مهم و تخصصی هم تبدیل به بازیچه‌ای برای نمایش شخصی افراد یا کسب امتیازات مختلف شده است. همانطوری که در دهه‌های اخیر، تحصیلات دانشگاهی به عنوان یک ارزش اجتماعی ظهور کرد و غول کنکور متولد شد و زبان‌های متعدد اجتماعی و روحی-روانی در پی داشت، افراد تحصیل کرده و اساتید دانشگاهی، فضای جدیدی برای مشهور شدن و کسب امتیازات مختلف پیدا کردند و آن هم ترجمه و چاپ کتاب بود!

همانطوری که اهل فن و علاقه‌مندان و عاشقان واقعی کتاب می‌دانند، ترجمه کتاب‌های تخصصی فرآیندی فرسایشی، دشوار و عمیق است که صرف زمان زیاد و تمرکز عمیقی را می‌طلبد. از آنجایی که یکی از شاخص‌های فرهنگی مردم ما کوتاه‌مدت‌گرایی و تمایل به دستاوردهای سریع است، در این زمینه هم طالبان داشتن کتاب (!)، روی به میان‌برهای مختلف آوردند و هدف از ترجمه و چاپ کتاب را صرفاً تکمیل رزومه و کسب معروفیت تعیین کردند.

این فضا باعث شده در سالیان اخیر مسابقه‌ای گسترده در ترجمه کتاب‌های خارجی شکل بگیرد و این امر به خصوص در رشته‌های علوم اجتماعی و به طور خاص کتاب‌های حوزه بازاریابی و فروش بسیار پررنگ‌تر است. بسیاری از همکاران بنده بدون اینکه حتی یکبار کتاب‌های به اسم خودشان را خوانده باشند، با هزینه‌ای تقریباً اندک یا استفاده ابزاری از دانشجویان خود، صاحب کتاب‌های بروز می‌شوند و در ابرها سیر کرده و مصرف‌نمایی آن را آغاز می‌نمایند.

البته که ذات این عمل (یعنی چاپ کتاب‌های روز دنیا به زبان فارسی)، کاری پسندیده است، اما مشکل از جایی آغاز می‌شوند که وقتی این کتاب‌ها را می‌خوانید، تقریباً هیچ چیز از آن متوجه نمی‌شوید و از خواندن آن پشیمان می‌گردید. تاجایی که در سالیان اخیر بسیاری از دانشجویان، اعلام دارند کتاب‌هایی که ترجمه می‌شوند قابل فهم نیستند و ایده یا دانش خاصی به ما منتقل نمی‌کنند. در حالی که بسیاری از این کتاب‌ها توسط نویسندگان بزرگ دنیا نوشته شده و طبیعتاً دارای نقطه‌نظرات خوبی هستند که با این رویکرد اشتباه در ترجمه و موج سواری افراد، به داخل کشور منتقل نمی‌شوند. به هر حال این جریانی است که شکل گرفته و احتمالاً در آینده هم متأسفانه بر قدرت‌تر ادامه خواهد یافت! به قول حضرت مولانا:

تا در هوس لقمه نانی نانی

تا در طلب گوهر کانی کانی

هر چیزی که در جستن آئی آئی

این نکته رمز اگر بدانی دانی

حوزه مارکتینگ که شامل زمینه‌هایی همچون بازاریابی، تبلیغات، برندسازی، فروش و ... می‌باشد، در سالیان اخیر مورد لطمه جدی واقع شده است. این موضوع از دو منظر قابل بررسی است. اول، به دلیل ساده‌تر بودن رشته‌های مدیریتی در دانشگاه، بسیاری از افرادی که زمان یا توانایی لازم برای موفقیت در رشته‌های دیگر را ندارند، وارد رشته‌های مدیریتی می‌شوند که باعث شده فضای دانشگاهی این رشته‌ها به فضایی غیرعلمی، تفریحی و صرفاً مدرک‌گرایی تبدیل شود. دوم، در فضای اجرایی و عملیاتی صنعت و کسب‌وکار نیز جفای زیادی در حق تخصص "مارکتینگ" شده است. بسیاری از افرادی که در رشته‌های کامپیوتر، گرافیک، زبان و حتی دیگر رشته‌های فنی و مهندسی و هنری فعال هستند، خود را صاحب‌نظر و متخصص مارکتینگ دانسته و وارد فضای اجرایی این کار شده‌اند. این روند خصوصاً در سالیان اخیر و با رشد مفهوم دیجیتال مارکتینگ بسیار پررنگ‌تر شده است. همچنین تقریباً همه مدیران عامل و صاحبان کسب‌وکار، خود را در این حوزه صاحب‌نظر دانسته و علاقه دارند روی کوچک‌ترین اقدامات بازاریابی و تبلیغات در سازمان نظر دهند. مثلاً فرآیند برندسازی که الحاق اقدامی کاملاً تخصصی است، در مرحله آخر توسط صاحب کسب و کار کل‌زیر سوال می‌رود و تغییر می‌کند زیرا از فلان رنگ لوگوراضی نیست یا بهمان شکل لوگوتایپ به سلیقه او نمی‌خورد!

در کنار همه این مشکلات و فقدان‌ها، اساتید و علاقه‌مندان بسیاری هم در حوزه مارکتینگ زحمات بی‌شماری کشیده‌اند و اگر امروز می‌توانیم از مفاهیم بازاریابی و تبلیغات صحبت کنیم یا حتی امکان نقد این جریان را داریم، ناشی از زحمات همه این عزیزان است. به شخصه معتقد هستم خواندن کتاب‌های متعدد و مخصوصاً کتاب‌های خوب تخصصی، "قطعاً" منجر به ارتقای دانش و بهبود تعاملات فنی و اجتماعی و در نتیجه اعتلای فرهنگی می‌گردد. امروز که گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی اصلی‌ترین جریان جذب مخاطب در دنیا هستند، چه بهتر که از اینها هم در جهت کسب دانش و کتاب‌خوانی استفاده گردد. هرچند معتقدم کتاب

فیزیکی و کاغذی لذت دیگری دارد و غرق شدن در کتاب، دنیایی متفاوت است. همانطوری که حضرت سعدی اشاره دارد:

یکی از صاحب‌دلان سربه جیب مراقبت فروبرده بود و در بحر مکاشفت
مستغرق شده. حالی که از این معامله بازآمد یکی از دوستان گفت: از این
بستان که بودی ما را چه تحفه کرامت کردی؟ گفت: به خاطر داشتم که
چون به درخت گل رسم دامنی پرکنم هدیه اصحاب را، چون برسیدم بوی
گلم چنان مست کرد که دامنم از دست برفت.

کتاب پیش‌رو، اثری از جعفری گیتومر، ملقب به پادشاه فروش، است که از شناخته‌شده‌ترین نویسندگان حوزه بازاریابی و فروش در دنیاست. این کتاب از دو منظر بسیار متفاوت و کاربردی است. اول اینکه کتاب در سال ۲۰۲۰ و اوج همه‌گیری کرونا نوشته شده است. نویسنده در این سال در قرنطینه خانگی بوده و به این نتیجه رسیده فضای کسب و کار، بازاریابی و فروش در دنیا برای همیشه تغییر خواهد کرد و این تغییر تکاملی تقریباً یک دهه یعنی تا سال ۲۰۳۰ طول خواهد کشید. بنابراین این کتاب در سال ۲۰۲۱ با هدف الهام‌بخشی و آگاهی فعالان کسب‌وکار منتشر شده است. دوم اینکه کتاب متنی روان، کاربردی و صمیمانه دارد و تلاش کرده تا خیلی ساده و به صورت جعبه‌ابزاری، مسیر جدید اقدامات کسب و کاری را برای شما نشان دهد. تکنیک‌هایی که در این کتاب معرفی شده‌اند، کاملاً اجرایی بوده و قطعاً پس از اجرای آنها و مشاهده نتایج، میزان اثربخش بودن آنها را لمس خواهید کرد. اما فراموش نکنید مارکتینگ، فرآیندی زمان‌بر است و اگر نتیجه بسیار فوری می‌خواهید، حراج فروش بگذارید!

مطالعه این کتاب به همه دانشجویان، صاحب‌نظران و علاقه‌مندان حوزه بازاریابی، فروش، برندسازی و تبلیغات توصیه می‌شود. همچنین این کتاب برای فعالان صنعت، صاحبان کسب و کار و مدیران سازمانی نیز بسیار مفید و کاربردی خواهد بود. در ترجمه کتاب تلاش شده تا علاوه بر وفاداری به متن اصلی، جمله‌بندی‌ها و مفاهیمی روان و به زبان فارسی نگارش شود. طبیعتاً این کار خالی از اشکال هم نبوده و

خوانندگان محترم کتاب می‌توانند از طریق آدرس ایمیل ali.merikhnejad@gmail.com نقطه نظراتشان را برای اینجانب ارسال نمایند. در اینجا لازم می‌دانم از اساتید خوب و باسوادم در دانشگاه، مخصوصاً در دوره دکتری تخصصی، تشکر ویژه نمایم. همچنین لازم می‌دانم قدردان حمایت‌ها و تشویق‌های همسرم باشم که قطعاً اگر نبود، به دلیل مشغله زیاد اصلاً ترجمه کتاب را شروع نمی‌کردم. در نهایت حضور شما در صفحات رسمی بنده در شبکه‌های اجتماعی، باعث افتخار اینجانب است. جهت ارتباطات بیشتر در شبکه‌های زیر با یکدیگر در تماس باشیم:



@DrMerikhnejad

علی مریخ‌نژاد اصل

دکتری تخصصی (Ph.D.) مدیریت بازاریابی

مدرس دانشگاه و مشاور کسب و کار

بنیان‌گذار گروه مشاوره مارس

GO
LiVE!





تولید ویدئو و فعالیت مجازی، زمان
موفقیت شما را کوتاه می‌کنند،
موفقیت در فروش، موفقیت در
زندگی و خلق میراث ماندگار از خود!

بهترین زمان شروع استفاده از
پادکست، ۱۰ سال پیش بود!
فرصت دوباره برای شروع، همین
فرداست!

جفری گیتومر





شروع

بلیت طلایی

موفقیت شما!

ما در دورانی زندگی می‌کنیم که خلاقیت و نوآوری، بلیط طلایی شما برای موفقیت است. دورانی که به لطف تکنولوژی در حال پیشرفت، فرصت‌ها، ارتباطات و مشاغل پُررونی خلق می‌شوند، حتی در کوچکترین شهرهای دنیا، مانند شهر شما!

از تجربه شخصی خودم تعریف می‌کنم. وقتی ۱۸ سالم بود، اولین کسب و کار خود را راه‌اندازی کردم. تا قبل از آن، هفته‌ای ۹۰ ساعت در سه جای مختلف، کار فروشندگی می‌کردم. وارد بازاریابی شبکه‌ای شدم. هرچند این مسیر ایده‌آل و مقصد نهایی‌ام نبود، اما تلاش کردم تا برای فروش محصولات، توانایی استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را بدست آورم.

از آن زمان، وارد چندین مسیر مختلف شغلی شدم تا بتوانم جایگاه خود را به عنوان یک بازاریابی دیجیتال در بازار تثبیت کنم. ابتدا وارد کار تولید پادکست^۱ شدم. فهمیدم اینجا خانه‌ام است! به جای اینکه از آنچه در صنعت پادکست وجود داشت دنباله‌روی کنم، از خودم پرسیدم چه فضایی برای نوآوری وجود دارد؟ چطور می‌توانم از این فضا برای رشد ارتباطم با مخاطبان و تبدیل آنها به مشتریان وفادار، استفاده کنم؟

همه چیز از زیر سوال بردم، همه چیز را ارزیابی کردم، وارد عمل شدم و شروع به بردن کردم!



فضای آنلاین و ابزارهایی که در اختیار من بازار یاب قرار می‌داد، باعث شد تا به عنوان دانشجوی ترک تحصیل کرده، بتوانم کسب و کار خود را به گردش مالی شش رقمی برسانم، آن هم کمتر از یک سال! برای اینکه تصویر کامل‌تری داشته باشید، دفتر کسب و کار من اتاق خواب خانه‌ام بود، با لپ‌تاپی قدیمی که هاردش در حال زوال بود، در شهری بسیار کوچک در ایالت ایندیانا^۱. شهری واقعا کوچک. در حقیقت، تعداد ایمیل‌های مشتریان من از ساکنین شهرم بیشتر بود!

و حدس بزنید چی شد؟ من دیگر از این قاعده مستثنی نیستم، من یک قانون جدید هستم!

ابزارهای دیجیتالی که امروز در خدمت شما هستند، بسیار گسترده‌تر، حرفه‌ای‌تر، راحت‌تر و جذاب‌تر هستند. آنها سبک زندگی شما را تغییر می‌دهند، همانطوری که سبک زندگی من را تغییر داده‌اند.

ابزارهای دیجیتالی و فضای مجازی^۲ در حال تغییر بازی کسب و کار و زندگی هستند و شما فرصت فوق‌العاده‌ای دارید تا یاد بگیرید چگونه از زمان، خلاقیت و خدمات برای تغییر خود و کسب آزادی مالی و رشد درآمد استفاده کنید، همانطوری که من انجام دادم.

نکته کلیدی این است: شما باید عاشق کاری باشید که انجام می‌دهید، در اعماق آن غوطه‌ور شوید، اشتباه کنید و در حین کار و حرکت، یاد بگیرید. هیچکس بهتر از پادشاه فروش^۳ این را به شما یاد نمی‌دهد!

بگذارید خاطره‌ای بگویم. چند وقت پیش که با جفری و جنیفر تماس گرفتم، بسیار عصبی بودم، حتی کف دستم عرق کرده بود و ضربان قلبم تند می‌زد. در اپلیکیشن زوم^۴

1 Indiana
2 Virtual
3 King of Sale
4 Zoom



منتظر آنها بودم. من برای پادکست آنها به نام *فروش یا بمیر!*^۱، اصلاحاتی فرستاده بودم. البته پادکست موفق آنها، میلیون‌ها بار دانلود شده بود و آنها نویسندگان پُرفروشی بودند. اگر بخواهم صادق باشم، ویراستاری پادکست آنها هم مانند کارهایی بود که قبلاً انجام داده بودم، پادکستی عالی و بی نقص بود. اما این پادکست چه تاثیری روی کسب و کار آنها داشت؟ تقریباً هیچی!

بنابراین به آنها گفته بودم باید کل روش تولید پادکست را تغییر دهید. مطمئن نبودم که واکنش آنها به این نظر چگونه باشد. اما جفری و جنیفر گیتومر^۲ قدرت و ارزش خلاقیت و نوآوری را می دانستند. آنها قدرت زیر سوال بردن وضعیت فعلی برای رسیدن به شرایط بهتر را درک کرده اند. آنها بر اساس شرایط جدید اقدام می کنند.

به یاد دارم روزها و حتی هفته ها بعد، درباره مکالمه آن روزمان در زوم، با آنها صحبت می کردم و اصلاحات دیگری هم اعمال کردیم. وقتی این رویکرد را اتخاذ کردیم، هر روز به پیشرفت های خوبی رسیدیم و هفته به هفته تغییرات بزرگ و مثبتی پدید آمد.

خیلی سخت است که باور کنید کل صنعت پادکست، فضای مجازی و لایو^۳ در شبکه های اجتماعی، در مسیر اشتباهی قرار دارد! شما به مربیان، اساتید و اطرافیان خود نگاه می کنید، همه آنها در حال تولید پادکست و برگزاری وینار^۴ هستند. شما فکر می کنید: "من هم باید همین کارها را انجام دهم، این روش موفقیت در فضای آنلاین است". بنابراین شما کارهای دیگران را قدم به قدم تکرار می کنید. اوه! این اصلاً خوب نیست! این در مورد همه جنبه های کسب و کار صادق است، این طور نیست؟

1 Sell or Die

2 Jeffrey and Jennifer Gitomer

3 Live

4 Webinar



شما می بینید و تقلید می کنید. شما افراد موفق را دنبال می کنید. صفحات آنها را در شبکه های اجتماعی رصد می کنید. پادکست و فعالیت مجازی شما باید دقیقا مشابه این افراد موفق باشد. مگه نه؟! درست است؟

من شما را به چالش می کشم و می خواهم از دریچه ای متفاوت نگاه کنید و به وضوح بگویید که از نظر شما، موفقیت در فضای مجازی و دنیای دیجیتال چیست و چه تعریفی دارد؟ از شما می خواهم که در دنیای فروش آنلاین، مفهوم محبوبیت = موفقیت را کنار بگذارید.

ما دو دختر سه و پنج ساله داریم. وقتی با هم سرم درباره نقش خودمان در زندگی آنها و صحبت می کنیم و اینکه عمیق ترین خواسته و آرزوی ما برای آنها چیست، همیشه به یک چیزی رسیدیم: شادی، سلامتی و موفقیت برای آنها. این آرزوها، از طرف ما به آنها نمی رسد، بلکه چیزی است که خودشان باید بدست آورند. همانطور که شما تعریف مشخصی از زندگی خود دارید. ما فرزندانمان را راهنمایی می کنیم اما در نهایت، موفقیت و خوشحالی آنها باید ناشی از انتخاب های خودشان باشد.

از نظر شما، موفقیت چه شکلی است؟ چه تعریفی دارد؟ قطعاً مشابه تعریف بقیه نیست.

حدس می زنم تعریف شما از مفاهیم فوق، شامل جنبه هایی همچون سبک زندگی شما در جامعه، اثرگذاری روی دیگران، اهداف بلندمدت و حساب بانکی پُرپول باشد.

اگر بخواهم دقیق تر حدس بزنم، احتمالاً تعداد فالوورها^۱، ویوی^۲ و ویدئوها و تعداد کامنت های^۳ پُست آخرتان در اینستاگرام^۴، بخشی از این تعریف نخواهد بود. وقتی شما روی ارتباط با آدم ها، تسلط بر بازاریابی دیجیتال، فروش اثربخش و نوآوری تمرکز کرده اید، این اعداد اهمیتی ندارند.

1 Follower
2 View
3 Comment
4 Instagram



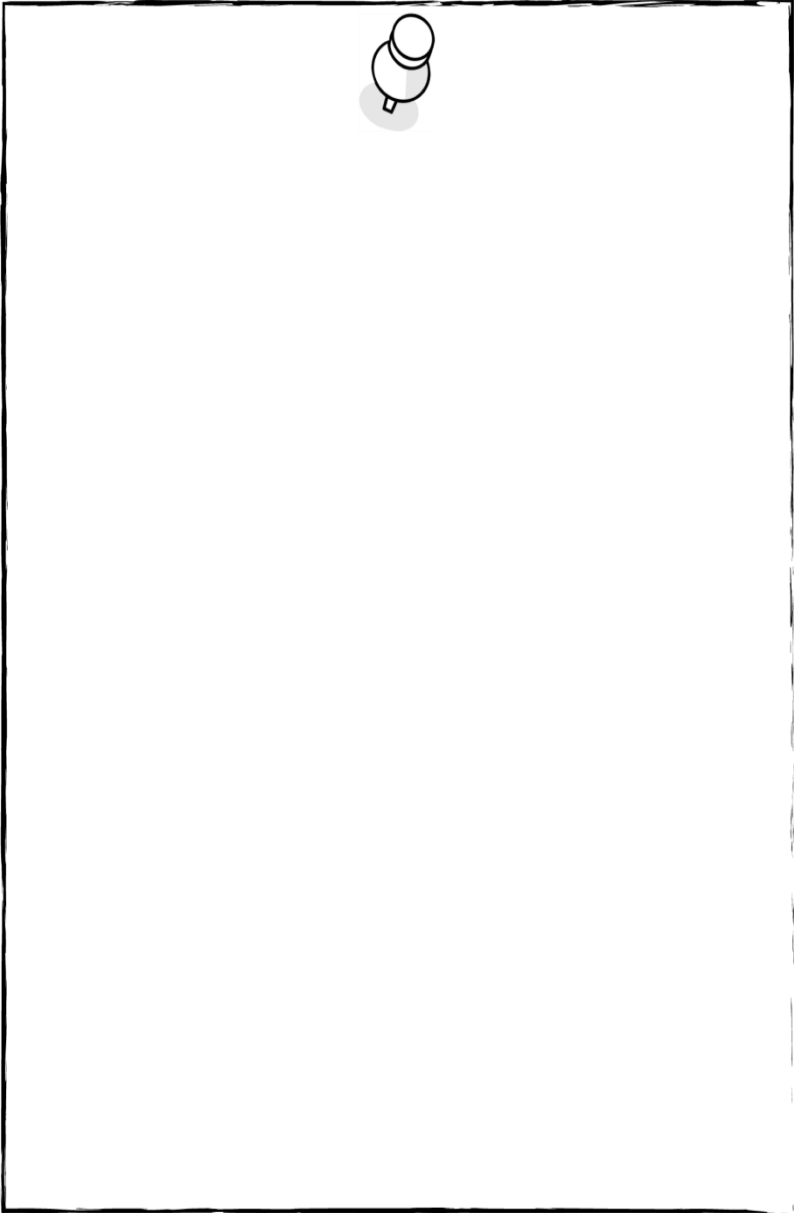
محبوبیت، موفقیت نیست! این را همیشه به یاد داشته باشید.
جفری قصد دارد در این کتاب به شما یاد دهد که چگونه در دنیایی که سریع‌تر از
تمام تصورات در حال رشد و تکامل است، قاعده‌مند باشید و اصول خود را رعایت
کنید. بر مفاهیمی که در این کتاب آمده مسلط شوید تا بتوانید از قدرت شبکه‌های
اجتماعی، ویدئو و پادکست برای فروش آنلاین از هر جایی، استفاده کنید، بدون اینکه
نگران تعداد فالوورها باشید!
وقتش رسیده. آنلاین بفروش! و نسخه موفقیت خود را در فضای مجازی، ترسیم کن!

تارا کاترمن^۱

بنیانگذار موسسه تولیدات پادکست

Tara Counterman

1 Tara Counterman





در این کتاب چه خبر است ...

یادگیری از طریق وضوح شنیداری و دیداری.

مرا ببین! مرا گوش کن! کی؟ تو!

با من حرف بزن. به من پیام متنی نده. با شنیدن لحن صدای من و گوش سپاری به

من و دیدن هیجان و احساس من، مراد رک کن!

هزینه تفسیر نادرست یک پیام متنی ارسال شده از طریق ایمیل یا پیامک، خیلی

بیشتر از آن است که فکر می کنی!

قدرت برون گرایی احساسی، فهمیده بودن، معتقد بودن و صادق بودن، خیلی زیاد است!

قدرت تولید پادکست، اجرای نمایش خاص خودتان همراه با ارزش نامحدود بازاریابی

و فروش!

پادکست بفروش یا بمیر! ما دومیلیون دانلود داشته، اسرار سودآوری در کسب و کار به

راحتی قابل فهم و اجراست!

ارزش فروش و کسب پول در لایوشدن!

ارزش فروش و استراتژی در فضای مجازی!

ارزش فروش و استراتژی در تولید ویدئو!

استراتژی های نوظهور فروش در ۱۰ سال آینده:

دهه جاری، از سال ۲۰۲۰ تا سال ۲۰۳۰، دهه‌ی ظهور توست!

در یک کلام ...:

وقتی می گویم "ویدئو"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می آید؟

وقتی می گویم "ویدئوی خودت را بساز"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می آید؟



وقتی می گویم "ویدئوی خودت را بساز و آن را برای مشتری بفرست تا به او چیزی بفروشی"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "جلسه مجازی"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "تماس فروش مجازی"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "جلسه آشنایی با مشتری بالقوه در زوم"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "پادکست را شروع کن"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "هر هفته لایو اینستاگرام داشته باش"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "کانال یوتیوب^۱ خودت را بساز"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "هر روز در اینستاگرام استوری^۲ بذار"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "در تمام ایمیل‌های فروش، یک ویدئو هم ارسال کن"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

ذهنتان می‌آید؟

وقتی می گویم "به همه دوستان در لینکداین^۳، یک ویدئو ارسال کن"، چه کلمه‌ای به ذهنتان می‌آید؟

به ذهنتان می‌آید؟

کلمه‌ای که به ذهنتان می‌رسد باید این باشد: الان! اگر دو کلمه به ذهنتان می‌رسد،

باید این باشد: همین الان!

اما اگر پرسید "چگونه ویدئو و فضای مجازی قدرتمند می‌شود؟"، می‌گویم "الان نه!"

جفری گیتومر

پادشاه فروش

1 Youtube

2 Story

3 LinkedIn



پی‌نوشت:

تقویمتان را ببینید....

این کتاب در سال ۲۰۲۰ و با هدف یک
دهه‌ی آینده، نوشته شده، نه برای
شش ماه پس از اتمام پاندمی کرونا!

ممکن است تاریخ‌ها جابجا شوند و
شما چندسال بعد این کتاب را
بخوانید،

اما اصول جدید ارتباطات و
استراتژی‌های فروش تغییر نمی‌کنند!

جفری گیتومر





حداقل برای یک دهه‌ی آینده،
فضای مجازی، ویدئو، لایو، ارائه از راه
دور، بازاریابی دیجیتال، یادگیری
آنلاین، مذاکره از راه دور و فروش
آنلاین اینجا در کنار شما هستند!

و احتمالاً در آینده هم بیشتر شوند!

جفری گیتومر





درباره این‌ها فکر کنید:

مشتری چه زمانی از وبسایت شما
بازدید می‌کند؟

می‌خواهید درباره شما چه فکری کنند؟

آنها الان درباره شما چه فکری می‌کنند؟

می‌خواهید درباره شما چه بگویند؟

آنها الان درباره شما چه می‌گویند؟

می‌خواهید چکار کنند؟

آنها الان چکار می‌کنند؟

به این سوالات پاسخ دهید!

حالا روی جواب‌هایتان کار کنید!