



انتشارات ادیبان روز

هواداران دوآتشه

مسیری آسان برای ایجاد، حفظ و رشد

کسب و کار موفق و خلق قبیله هواداران متعصب

مؤلف:

پَت فلین

مترجم:

مجید مجیدی

بهاره طاهری پور

مشخصات کتاب

سرشناسه: فلین، پاتریک / Flynn, Patrick

عنوان و نام پدیدآور: هواداران دوآتشه

(مسیری آسان برای ایجاد، حفظ و رشد

کسب و کار موفق و خلق قبیله هواداران متعصب)

مؤلف: پت فلین

مترجمان: مجید مجیدی / بهاره طاهری پور

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۳۱۰ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۵۱-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: Superfans: The Easy Way to Stand

Out, Grow Your Tribe, and Build a Successful

Business, c۲۰۱۹

موضوع: برندسازی (بازاریابی)

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۳۲

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۳۴۱

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۲۸۹۷۵

دست اندرکاران

صفحه آرا: گلنوش صلاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



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

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

درستایش کتاب هواداران دواتشه

«مطالعه این کتاب برای هر کسی که بخواهد کسب و کار معتبری ایجاد کند که در بلندمدت استمرار داشته باشد، توصیه می شود. سیستم عامل ها تغییر خواهند کرد. فناوری تغییر خواهد کرد؛ اما چیزی که ثابت خواهد ماند این است که اگر شما بتوانید به مردم خدمت کنید و باعث شوید احساس شنیده شدن و دیده شدن داشته باشند، برنده خواهید شد. هیچ کس بهتر از پت فلین (نویسنده کتاب) قادر به صحبت در مورد ایجاد هواداران متعصب نیست»

امی پورترفیلد^۱، میزبان پادکست مشهور The Online Marketing Made Easy

«چیزی که همیشه در مورد پت برای من برجسته بوده این است که هوادارانش چقدر فداکار و وفادار هستند و من از دیدن اینکه او در کتاب هواداران دواتشه^۲ راز خود را برای همه به اشتراک گذاشته است هیجان زده هستم!»

لویس هویس^۳، میزبان پادکست The School of Greatness

«هر مجموعه ای به هوادار نیاز دارد، اما اگر شما آماده ایجاد یک کسب و کار عظیم هستید، من از نزدیک دیده ام که ایجاد هواداران دواتشه می تواند چه تاثیری در مسیر اصلی شما داشته باشد. هواداران متعصب، یکی از مهمترین دارایی های هر برند هستند و پت در کتابش دقیقاً می گوید که چگونه این کار را به روش هوشمندانه انجام دهید.»

حال الرود^۴، نویسنده مجموعه کتاب های پرفروش بین المللی «صبح جادویی»

1 AMY PORTERFIELD

2 Superfans

3 LEWIS HOWES

4 HAL ELROD

«همه برای موفقیت واقعی به هواداران دوآتشه نیاز دارند. پت فلین، پیرامون اینکه چگونه توجه مهمترین هواداران خود را جلب کرده و احترام، تحسین و اشتیاق آن‌ها را برای خود کنید، به شما مشاوره ای قدرتمند و کاربردی ارائه می‌دهد.»

مایکل هیات^۱، نویسنده کتاب‌های پرفروش نیویورک تایمز

«سرانجام! کتابی که معنی ساختن یک قبیله واقعی را توضیح می‌دهد! یافتن مسیری برای خلق جامعه هواداران در شرایطی که مخاطبین هرروز باهوش‌تر از گذشته می‌شوند و همه برای جلب توجه آن‌ها رقابت می‌کنند، بسیار سخت است. در کتاب هواداران دوآتشه، پت فلین به شما کمک می‌کند تا قبیله خود را خلق کنید و در کنار جامعه هواداران خود زندگی کنید و پیروز بازی شوید.»

امی اشمیتچر^۲، نویسنده Vlog Like a Boss و موسس Amy TV

«شگفت آور است که پت همیشه چقدر کارهای ارزشمندی را ارائه می‌دهد و این کتاب نیز از این قاعده مستثنی نیست! کتاب هواداران دوآتشه فرمول پیروزی برای موفقیت طولانی مدت در کسب و کار است. وقتی شما هوادارانی دارید که در هر جایی شما را دنبال میکنند، تغییرات فناوری زیاد مهم نیست. این کتاب را بخوانید سپس هواداران فوق‌العاده ای خواهید داشت که که پیام شما را به اشتراک می‌گذارند و تأثیر شما را در جهان افزایش می‌دهند.»

شین کنل^۳، بنیانگذار Think Media، هم بنیانگذار Video Influencers

«من برای سالها دانشجوی پت فلین بوده‌ام و او را در حال ایجاد یک کسب و کار و جامعه باور نکردنی از برخی از پرشورترین، وفادارترین و فداکارترین مشتریانی که ممکن است وجود داشته باشد، دیده‌ام. در کتاب هواداران دوآتشه، او یک بازی گام‌به‌گام را برای ساختن جامعه ای از هواداران دوآتشه دنبال می‌کند، با همان استراتژی های مخفی

1 MICHAEL HYATT

2 AMY SCHMITTAUER

3 SEAN CANNELL

که توسط برندهایی با مشتاقترین مشتریان روی کره زمین استفاده می‌شود، از جمله برند محبوب من یعنی Lego. این کتاب را بخوانید، آنچه پت می‌آموزد را دنبال کنید و با ساختن جامعه هواداران دوآتشه شخصی خود، کسب‌وکار خود (وزندگی خود) را برای همیشه متحول کنید»

ریان لوسکو^۱، یکی از پانصد مدیرعامل منتخب مجله Inc. و نویسنده مجموعه کتاب های پرفروش Ask and Choose

«من آینده بازاریابی را دیده‌ام و آن پت فلین است»

مارک شافر^۲، نویسنده کتاب Marketing Rebellion

«من نمی‌توانم صبر کنم تا از این کتاب برای اتصال هوادارانم به یکدیگر بهره ببرم! زیرا اثر گلوله برفی واقعی است و هم برای هواداران و هم برای خود کسب‌وکار ارزش ایجاد می‌کند و هرچه سریع‌تر آموزش‌های این کتاب را شروع کنم سریع‌تر به نتیجه می‌رسم!»

جردن هاربینگر^۳، میزبان پادکست The Jordan Harbinger Show

«در کتاب هواداران دوآتشه، پت یکی از مهمترین جنبه‌های ایجاد برند و کسب‌وکار موفق را که اغلب نادیده گرفته می‌شود، باز می‌کند یعنی ایجاد، پرورش و نگهداری از هواداران پرشور. در حالی که همه در مورد اینکه چه تعداد فالوئر می‌توانند بگیرند وسواس دارند، پت توجه شما را به موارد مهم دیگری متمرکز می‌کند: اینکه چقدر از وفادارترین فالوورهایی که در حال حاضر دارید مراقبت می‌کنید. کتاب هواداران دوآتشه برای هر رهبر در هر مرحله از کسب‌وکار ضروری است»

کریستی رایت^۴، نویسنده آثار پرفروش بین‌المللی و میزبان پادکست

Business Boutique

1 RYAN LEVESQUE

2 MARK SCHAEFER

3 JORDAN HARBINGER

4 CHRISTY WRIGHT

«اگر می خواهید کسب و کارتان رونق بگیرد، به کتاب هواداران دوآتشه نیاز دارید. کتاب پت را بگیرید و هر کلمه آن را با دقت مطالعه کنید تا یک برنامه شفاف برای توسعه هواداران فوق العاده وفادار داشته باشید»

مایکل استلزنر^۱، موسس World Social Media Examiner

«در کتاب هواداران دوآتشه، پت فلین راز مخفی خود را فاش می کند! اگر کسب و کاری ایجاد کرده اید، اما نمی دانید که چه چیزی باعث می شود مشتری بماند و جریان درآمدی همچنان ادامه پیدا کند، کتاب هواداران دوآتشه فرمول را با مراحل عملی همراه با داستان های واقعی مرتبط به شما ارائه می دهد.»

نیکول والترز^۲، مدیر عامل و بنیانگذار شرکت Inherit Learning

«کتاب هواداران دوآتشه فقط یک کتاب تجاری دیگر نیست. این کتابی است که می تواند به شما در یک حرکت جهشی کمک کند. ایجاد هواداران دوآتشه، مسیر درجه یک موفقیت در بازار امروز است. جایی که تعداد بی شماری برای جلب توجه مشتری با شما رقابت می کنند. این کتاب نه تنها به شما در برجسته شدن کمک می کند، بلکه شما را به سمت فعالیت هایی با رضایت بیشتر و تأثیر بیشتر از گذشته، هدایت می کند.»

شاون استونسون^۳، نویسنده کتاب *Sleep Smarter*

«بسیاری از مردم در مورد اهمیت ایجاد مخاطب صحبت می کنند، اما هیچ کس به شما نمی گوید که چگونه این کار را انجام دهید. به همان اندازه مهم، هیچ کس تاکنون تجزیه و تحلیل نکرده است که چگونه خدمات، کلید اصلی جذب وفاداری طولانی مدت است. کتاب هواداران دوآتشه مهیج، سرگرم کننده و آموزنده است. بعد از خواندن آن، احساس انگیزه و آماده بودن برای فعالیت را خواهید کرد...»

کریس گویلیو^۱، نویسنده کتاب *The \$100 Startup* مشهور

1 MICHAEL STELZNER

2 NICOLE WALTERS

3 SHAWN STEVENSON

«اگر کسی وجود داشته باشد که بداند چگونه جامعه ای از هواداران وفادار و متعصب را با استفاده از اینترنت جذب و ایجاد کند، او قطعاً پت فلین است! اما یک کسب و کار موفق فقط در مرحله جذب مشتری متوقف نمی شود. بلکه موضوع اصلی پیرامون خدمت به آن ها به روش صحیح و به دلایل درست است. پت در آخرین کتاب خود یعنی هواداران دواتشه، تمام تجربیات خود را در قالب یک کتابچه راهنما در اختیار شما قرار می دهد و به شما کمک می کند راهی آسان و سرگرم کننده برای رونق کسب و کار کشف کنید، در جایگاه برجسته ای قرار بگیرید و برای چیزهایی که محبوب ترین هواداران و پیروان شما بیش از هر زمان دیگری برای داشتن آن مصرا نه تقاضا دارند راه حل هایی را ارائه دهید»

کریس داکر^۲، نویسنده آثار پر فروش بین المللی و بنیانگذار سایت

Youpreneur.com

«من به طور تصادفی قدرت هواداران دواتشه را دیده ام. از شانس محض، من دیده ام که کسب و کار من به دلیل تأثیر همین قبیله از هواداران، دو برابر بیشتر شده است. با در دست داشتن کتاب پت، اکنون شروع به کار دوباره می کنم... فقط این بار با تمرکز و برنامه.»

مایکل بانگی استینر^۳، نویسنده کتاب پر فروش و مشهور The Coaching Habit

«بدون هواداران دواتشه، من نمی توانستم برند خود را به آنچه امروز هست تبدیل کنم. پت دقیقاً می گوید که هر کسی چه طور می تواند به طور ساختارمند و اجرایی، قبیله هواداران خود را ایجاد کند. قطعاً هر کسی که می خواهد یک کارآفرین شود، باید هواداران دواتشه را بخواند!»

جان لی دوماس^۴، میزبان پادکست Entrepreneurs on Fire

1 CHRIS GUILLEBEAU

2 CHRIS DUCKER

3 MICHAEL BUNGAY STAINER

4 JOHN LEE DUMAS

«یک کتابچه راهنمای عملی قدرتمند برای جذب خلق ارتباط مخاطبین با کسب‌وکار شما، مملو از داستان‌های تکان‌دهنده و تمرینات بسیار مفید. کتاب هواداران دوآتشه بهترین راهنما در مورد تحول جامعه شما از مخاطبین بی‌رغبت به هواداران فوق‌العاده است.»

جی بایر، بنیانگذار Convince & Convert و نویسنده کتاب Talk Trigger

پیشگفتار مترجمان:

شما طرفدار پروپاقرص کدام تیم هستید؟ عاشق کدام بازیکن فوتبال هستید؟ برای کنسرت کدام خواننده حاضرید بلیط بخرید و ساعت‌ها وقت صرف کنید تا دقایقی اجرای زنده او را تجربه کنید؟

آیا تا به حال دیده‌اید برخی افراد به قدری با تعصب درباره یک برند صحبت می‌کنند که تعجب می‌کنید چرا فردی اینگونه باید مدافع یک شرکت باشد؟ کدام بلاگری اینفلوئنسر را می‌شناسید که میلیون‌ها طرفدار دارد و عاشقانه او را می‌پرستند؟

همه این مثال‌ها، نمونه‌ای از شکل‌گیری «قبیله هواداران» حول یک کسب‌وکار یا یک برند شخصی است.

ست گادین^۱ در کتاب ارزشمند خود به نام «قبایل^۲» روی این موضوع مهم دست می‌گذارد که امروز انسان‌ها بیش از گذشته به دنبال عضویت در قبایل هستند و اگر به عنوان یک کسب‌وکار بتوانید قبیله‌ای خلق کنید و آن را رهبری کنید، انسان‌ها زیادی به سمت شما جذب می‌شوند تا عضو هواداران شما باشند.

این احساس نیاز به عضویت در گروهی از انسان‌های مشابه و همفکر، ریشه‌ای تاریخی دارد و به دوران اجداد ما بازمی‌گردد. زمانی که انسان‌ها به تجربه یاد گرفتند، بودن در قبیله‌ها، تضمین بقا و زنده ماندن آن‌هاست و باعث می‌شود تا نیازها خود را بهتر پاسخ بدهند.

1 Seth Godin

2 Tribes, 2014

امروز به واسطه توسعه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، شاید چهره قبیله‌ها عوض شده باشد اما همچنان همان کارکرد خود را حفظ کرده‌اند. وقتی مشاهده می‌کنید یک برند شخصی میلیون‌ها فالوئر در شبکه‌های اجتماعی دارد که با یک توصیه او به سمت خرید یک محصول یا عضویت در یک صفحه دیگر روانه می‌شوند، در حال مشاهده قبیله‌ای از هواداران خروشان هستید.

این موضوع ذهن ما را درگیر بود که با توجه به اهمیت خلق هواداران چطور می‌توانیم این امر را اجرایی کنیم تا اینکه با کتاب Superfans به قلم پت فلین آشنا شدیم. با توجه به مفهوم کتاب، تصمیم گرفتیم عنوان «هواداران دوآتشه» را برای ترجمه کتاب انتخاب کنیم. پت فلین یک پادکستر مشهور و میزبان پادکست بین‌المللی SPI است که تاکنون میلیون‌ها شنونده داشته است. وی همچنین یک یوتیوبر فعال در حوزه کسب و کار با بیش از سیصد هزار عضو است. همچنین در سایر شبکه‌های اجتماعی نیز فعال و محبوب است.

پت فلین در کتاب خود، بر اساس تجربیات شخصی و مشاهده موفقیت سایر کسب و کارها و برندهای شخصی فعال در شبکه‌های اجتماعی، راهکارهای کاربردی و اجرایی را ارائه می‌دهد تا ما را گام به گام به سمت خلق قبیله‌ای از هواداران دوآتشه هدایت کند. مثال‌های ملموس در کنار ایده‌های جذاب و همچنین شناخت مسیری که شخص پت فلین پیموده است باعث جذابیت بیشتر کتاب شده است.

همچنین یک دوره آموزشی هدیه توسط نویسنده برای کتاب تدوین شده که مکمل مطالب کتاب است و می‌توانید از طریق لینک موجود در کتاب این دوره را نیز دانلود و مشاهده نمایید.

خوشحالیم این فرصت را داشتیم این کتاب جذاب را به زبان فارسی ترجمه و تقدیم شما کنیم. از جناب آقای دامن صلاحی مدیر انتشارات ادیبان روز نیز تشکر می‌کنیم که

زحمت آماده‌سازی و انتشار این کتاب را بر عهده گرفتند و امیدواریم با مطالعه و اجرای راهکارهای کتاب شما هم در مسیر خلق قبیله هواداران دوآتشه گام بردارید.

قبیله هواداران دوآتشه، ثروت واقعی یک برند است.

مجید مجیدی؛

عضو هیئت علمی مدرسه عالی کسب و کار ماهان

بهاره طاهری پور

کارشناس مدیریت ارتباط با مشتریان

هدیه کتاب برای شما

برای اینکه در مسیر خلق قبیله هوادارن دوآتشه و مسیر آموزشی این کتاب موفق تر باشید، یک دوره آموزشی رایگان آماده کرده‌ام که شامل کاربرگ های قابل دانلود، محتوای ویدیویی و همه منابع و پیوندهای ذکر شده در این کتاب است. این اولین قدم شما برای کسب بهترین نتیجه از این کتاب است، بنابراین توصیه می‌کنم همین الان ثبت نام کنید. مطالب تکمیلی در این دوره آموزشی رایگان و براساس بخش ها و فصل های این کتاب سازماندهی شده است و به راحتی می‌توانید آنچه را که نیاز دارید پیدا کنید. منتظر شما هستم. برای دسترسی رایگان به دوره آموزشی مکمل کتاب از طریق آدرس زیر به وبسایت نویسنده متصل شوید:

www.yoursuperfans.com/step1

فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۱۹	درباره نویسنده
۲۱	مقدمه
۳۱	معرفی: پارادایم هوادار دو آتشف
۵۱	بخش اول: تبدیل مخاطبین غادی به مخاطبین فعال
۵۵	فصل اول: Lyrics مخاطبین را بیاموزید
۶۷	فصل دوم: یخ شکنی کنید
۸۳	فصل سوم: بردهای سریع ایجاد کنید
۹۳	فصل چهارم: دلورین برانید!
۱۰۳	فصل پنجم: هر دست دادنی را پاسخ دهید
۱۱۳	بخش دوم: تبدیل مخاطبین فعال به جامعه دارای تعامل
۱۱۹	فصل ششم: اجازه دهید فرصت پرتاب داشته باشند!
۱۲۹	فصل هفتم: اجازه دهید تصمیم بگیرند
۱۴۱	فصل هشتم: چالش ایجاد کنید
۱۵۱	فصل نهم: درب های کارخانه را باز کنید
۱۶۵	فصل دهم: یک رویداد زنده اجرا کنید
۱۷۵	فصل یازدهم: به جامعه هواداران خود نام و هویت بدهید
۱۸۷	فصل دوازدهم: هواداران خود را دور هم جمع کنید
۱۹۷	فصل سیزدهم: مخاطبین خود را برجسته کنید
۲۱۳	بخش سوم: تبدیل جامعه طرفداران به قبیله هواداران دو آتشف
۲۱۹	فصل چهاردهم: لیموترش ها را به خاطر بسپارید

فصل پانزدهم: پیام‌های غیرمنتظره بفرستید ۲۲۹

فصل شانزدهم: هواداران‌تان را درگیر برند خود کنید ۲۳۹

فصل هفدهم: دسترسی پلاتینیوم (VIP) پیشنهاد دهید ۲۵۵

بخش چهارم: نیمه تارک هواداران دوآتشه ۲۷۵

فصل هجدهم: شش تله پنهان در مسیر خلق هواداران دوآتشه ۲۷۹

فصل نوزدهم: اجتناب از جلب توجه ناخواسته ۲۹۷

کلام آخر: هواداران دوآتشه، منتظر شما هستند ۳۰۷

مقدمه:

مطمئن نبودم باید چه انتظاری داشته باشم و کاملاً صادقانه بگویم، کمی از چیزی که همسرم آوریل قرار بود درباره‌اش توضیح بدهد می‌ترسیدم. در طول شام، یکی از گفتگوهای معمول خودمان در مورد شیوه زندگی در دوران دبیرستان را داشتیم، قبل از ازدواج و بچه دار شدن. ما در یک دبیرستان درس خواندیم و حلقه دوستان مشابهی داشتیم، بنابراین همیشه سفر به گذشته و صحبت در مورد اینکه چقدر عجیب و غریب بودیم و چه علایقی داشتیم، خاطره‌انگیز هست.

در مورد غذاهایی که می‌خوردیم و نمایش‌هایی که قبلاً تماشا می‌کردیم صحبت کردیم و طبیعتاً همیشه درباره موسیقی مورد علاقه خود بحث می‌کردیم. دهه نود (میلادی) دهه جالبی برای موسیقی بود. من عاشق همه نوع موسیقی بودم، از اسنوپ داگ^۱ گرفته تا بلینک ۱۸۲^۲ و حتی یک میکس موسیقی داشتم که شامل گوئن استفانی، اینکوبوس و لینکین پارک بود.

اما برای همسرم آوریل، تنها یک گروه در زندگی او مهم است: پسران بک استریت.^۳ یا آنطور که خودش دوست دارد آن‌ها را صدا کند: «پسرانش»

من همیشه می‌دانستم که او به این گروه علاقه دارد. آوریل تمام آلبوم‌هایشان را روی سی‌دی داشت، به کنسرت‌هایشان می‌رفت و حتی عکس‌هایی از آن‌ها را در کلاسور مدرسه‌اش داشت؛ اما تا آن شب خاص که بعد از شام، برای اولین بار حقایقی را درباره احساسی که به این گروه موسیقی داشت بیان کرد، از میزان واقعی علاقه‌مندی او اطلاعی نداشتیم. آوریل گفت: «من چیزی دارم که باید به شما نشان دهم»

1 Snoop Dogg

2 Blink-182

3 Backstreet boys

بلافاصله، در ذهنم درباره یک طرح از خوانندگان گروه بک استریت بویز شروع به تصور کردم که احتمالاً آوریل آن روی بدنش تتو کرده و به من چیزی نگفته است! اما خوشبختانه موضوع این نبود اما با موضوع شگفت‌انگیزتری برخورد کردم.

آوریل داخل کمد رفت و یک سطل پلاستیکی مات بزرگ بیرون آورد و روی زمین گذاشت. سنگین به نظر می‌رسید. پشت آن نشسته بود و از من پرسید: «مطمئنی می‌خواهی آن را ببینی؟»

با اکراه گفتم: «بله». چگونه می‌توانستم در این مرحله نه بگویم؟ او به آرامی درپوش را برداشت و من بلافاصله چشمانم را به پوستر قدی یکی از اعضای گروه بک استریت بویز که مستقیماً به من خیره شده بود، قفل کردم. آن عضو بلند قد، چشم آبی و بلوند گروه یعنی نیک کارتر بود که روی یک پوستر قدی در برابر من قرار داشت. او نگاهی نافذ داشت، انگار می‌گفت: «سلام آوریل. خوشحالم که دوباره تورا می‌بینم» و با اشاره‌ای به من می‌گفت: «این یارو کیه؟»

من کوتاه قد هستم و چشمان قهوه‌ای و موهای مشکی دارم، نقطه مقابل نیک کارتر. در پایین پوستر مجموعه‌ای از برنامه‌های کنسرت‌های گروه بود؛ و سپس، چیزی را دیدم که حتی تا آن زمان نمی‌دانستم وجود دارد: اکشن فیگور^۱های اختصاصی اعضای گروه بک استریت بویز! هرپنج نفر! برای هر عضو گروه یک مجسمه اختصاصی! صبر کنید باز هم چیزهای دیگری وجود داشت ...

مجلات مرتبط با این گروه موسیقی، پاکت‌هایی که نمی‌دانستم داخل آن‌ها چیست و مهمترین مورد که یک عکس قاب شده از نیک کارتر بود. به اندازه کافی دیده بودم. از آن نقطه به بعد می‌دانستم که آوریل فقط طرفدار بک استریت بویز نیست. او در آن زمان یک «هوادار دوآتشه»^۲ بود (و البته هنوز هم هست).

۱ Action figures مجسمه‌های پلاستیکی اختصاصی هستند که از سلبریتی‌ها، ورزشکاران یا اشخاص مشهور در یک حالت خاص طراحی و ساخته می‌شوند

اما نمی دانستم که هواداری بیش از حد آوریل درباره گروه بک استریت بویزو داستان‌هایی که بعداً در مورد شیوه ایجاد چنین هوادارانی یاد گرفتم، برای کمک به من در خلق یک کسب‌وکار شخصی چند میلیون دلاری همراه با هواداران دوآتشه در سراسر جهان، چقدر مؤثر و حیاتی خواهد بود.

در واقع، اجازه دهید این را دوباره بیان کنم:

«سفر خلق هوادار دوآتشه آوریل، به من آموخت که چگونه با ایجاد هواداران دوآتشه خود در سراسر جهان، یک کسب‌وکار موفق چند میلیون دلاری ایجاد کنم.»

من هیچ‌آهنگ موفق یا آلبوم پلاتینیومی ندارم. من اکشن فیگور خودم را ندارم و قطعاً پوسترفدی من نیز چاپ نشده است!

با این حال، من یک کسب‌وکار پررونق دارم که ماحصل طرفداران فوق‌العاده‌ای است که پشت آن ایستاده‌اند. وقتی در مورد مکانی که در آن حضور خواهم داشت پست می‌گذارم، می‌توانم تضمین کنم که وقتی به آنجا برسم، دست برخی از طرفدارانم را می‌فشارم. وقتی پیرامون محصول جدیدم که بزودی منتشر می‌شود مطلب به اشتراک می‌گذارم، گاهی اوقات فهرستی از هزاران هوادار دوآتشه دارم که می‌خواهند اولین کسانی باشند که آن را به دست می‌آورند و حتی پیش خرید می‌کنند. هنگامی که رقبا پشت سر من بدگویی می‌کنند یا قصد تخریب غیرمنصفانه من را دارند، هواداران دوآتشه‌ام هستند که به حساب آن‌ها می‌رسند.

«طرفداران مهم هستند، اما هواداران دوآتشه مهمترین سرمایه هستند.»

هر کسی طرفدار چیزی است، اما اگر شما یک هوادار دوآتشه هستید، کمی متفاوت رفتار می‌کنید به‌گونه‌ای که برای دیگران، این اقدامات شما در قبال آن موضوع مورد علاقه‌تان، ممکن است مضحک به نظر برسد.

فقط برای دیدن خواننده مورد علاقه خود و حضور در کنسرت او، دویست کیلومتر رانندگی خواهید کرد.

هر چیزی که مربوط به سری فیلم مورد علاقه‌تان باشد را می‌خرید.

در طول هفته ساعت‌های بی‌شماری را در گروه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی بحث می‌کنید و مشتاقانه از نظریه‌های طرفداران خود در برابر نظریه‌های دیگران دفاع خواهید کرد.

شما به طور خستگی‌ناپذیر یادگاری‌ها و نمادهای گروه مورد علاقه‌تان را جمع‌آوری می‌کنید و آن‌ها را در جعبه‌ای در کمد خود برای یک دهه ذخیره می‌کنید تا یک روز همسر آینده‌تان را شکنجه کنید! (نیک کارتر خیلی از من خوش‌تیپ‌تر بود و نمی‌توانستم حسادت نکنم!)

به عنوان یک هوادار دوآتشه، شما همچنین تبدیل به یک سفیر فعال و مصمم برای تبلیغ و دفاع از برند یا موضوع مورد علاقه خود می‌شوید.

در مورد آن به دوستان و خانواده خود می‌گویید، حتی اگر نمی‌خواهند بشنوند. درباره موضوعات مرتبط با آن شخص یا برند خاص، عکس می‌گیرید و بلافاصله آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارید.

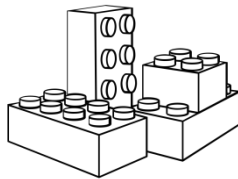
حتی ممکن است یک کانال یوتیوب یا یک پادکست در مورد آن راه‌اندازی کنید و با گذشت زمان، افراد بیشتری را تحت تأثیر قرار خواهید داد تا شروع به دوست داشتن آن موضوع کنند.

هواداران دوآتشه زمان، پول و مهم‌تر از همه احساسات را روی موضوعی که دوست دارند سرمایه‌گذاری می‌کنند. وقتی تیم برنده می‌شود، هواداران دوآتشه نیز احساس می‌کنند که برنده شده‌اند. وقتی تیم می‌بازد، این یک تراژدی است. در هر صورت، یک هوادار دوآتشه به احتمال زیاد چند قطره اشک می‌ریزد. یک هوادار دوآتشه تأثیرگذار و تأثیرپذیر است.

معمولاً تصور می‌شود که هواداران دوآتشه فقط برای اشخاص یا خوانندگان، گروه‌های موسیقی، فیلم‌های چند قسمت و تیم‌های ورزشی وجود دارند. این تصور حاصل چیزی است که رسانه‌ها به شما القاء می‌کنند و نشان می‌دهند فردا سلبریتی

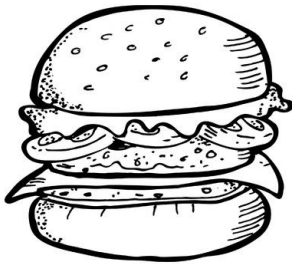
میلیون‌ها طرفدار دارد؛ اما آنچه از آن غافل هستیم، هواداران خرد و گسترده‌ای است که در حول محور موضوعات مختلف پیرامون ما زندگی می‌کنند.

به عنوان مثال، لگو^۱ وجود دارد. بسیاری از مردم لگورا دوست دارند، اما این شرکت دارای زیرمجموعه بزرگی از طرفداران فوق‌العاده است که از افراد مختلف از هر طبقه تشکیل شده است. این اسباب بازی کلاسیک و جاودانه که به افراد امکان می‌دهد تقریباً هر ایده‌ای را زنده کنند، الهام‌بخش یک جامعه هواداران اختصاصی که شامل طرفداران بزرگسال لگوست و اصطلاحاً AFOL^۲ نامیده می‌شوند. این گروه با هم در



جلسات و کنفرانس‌ها شرکت می‌کنند و درباره لگو و علایق خود گپ‌وگفت می‌کنند. در واقع، همانطور که در فصل ۷ خواهید دید، این هواداران دوآتشه لگوبوند که به نجات آن از ورشکستگی کمک کردند. آن‌ها به معنای واقعی کلمه شرکت را نجات دادند.

یا برند In-N-Out Burger کالیفرنیا را در نظر بگیرید که به دلیل غذاهای بسیار خوشمزه‌اش و «منوی سری و اسرارآمیز» آن که باعث می‌شود طرفداران احساس کنند خودی و محرم سازمان هستند، هواداران بسیاری را به دست آورده است. این شرکت



همچنین به دلیل پرداخت حقوقی بیشتر از نرخ بازار به کارکنان خود و همچنین این واقعیت که هنوز متعلق به خانواده مؤسس خود است و برند را با فرانچایز یا عرضه سهام به بازار سهام تضعیف نکرده است، بسیار تحسین می‌شود.

1 Lego

2 Adult Fans of LEGO

هارلی دیویدسون^۱ نیز وجود دارد. این برند موتورسیکلت دارای گروه مشهوری از طرفداران است که با پیام اصالت، آزادی و خودابرازی، پراوازه شده‌اند. این شرکت میزبان رویدادهایی در سراسر کشور از طریق گروه مالکان هارلی (HOG) است که هزاران نفر را به خود جذب می‌کند و نوع خاصی از انرژی را برای طرفداران به ارمغان می‌آورد. این طرفداران، حمایت خود از برند را از طریق پیراهن، کلاه، ژاکت، زیورآلات، سربند و حتی خالکوبی‌های اختصاصی مرتبط با برند هارلی دیویدسون، ابراز می‌کنند.



اگر در تلاش برای ایجاد یک برند شخصی یا یک کسب و کار موفق در حوزه‌های مختلف هستید یا هنرمند، موسیقیدان، یوتیوبر، وبلاگ نویس یا پادکستر هستید و دنبال رشد کسب و کار خود می‌گردید، هواداران دوآتشه نیرویی است که تضمین رشد و رگ حیاتی تجارت شماست.

هواداران دوآتشه، کسب و کار شما را پرنرژی نگه می‌دارند.

هواداران دوآتشه شما قدرت‌ها و توانایی‌های خاصی دارند که می‌توانند از مأموریت شما پشتیبانی کنند و این چیزی است که آن‌ها را فوق‌العاده می‌کند.

1 Harley Davidson

2 Harley Owners Group

وقتی قبیله‌ای از هواداران دوآتشه می‌سازید، در حال ساختن یک برند آینده‌نگر هستید که به شما امکان موفقیت می‌دهد، مهم نیست که محیط تجاری یا فناوری چگونه به نظر می‌رسد.

راه‌اندازی یک کسب‌وکار به این معنی است که بایستی در چندین حیطه از استراتژی گرفته تا بازاریابی، تأمین مالی، استخدام و موارد دیگر، فعالیت داشته باشید؛ اما تمرکز بر تجربیاتی که هواداران دوآتشه ایجاد می‌کنند، مهم‌تر از هر فعالیت دیگری در تجارت شما است. این مهم‌تر از دریافت سرنرخ‌های بیشتر، دنبال‌کنندگان بیشتر، بازدیدهای بیشتر یا مشترکین بیشتر است. این حتی مهم‌تر از ایجاد لیست ایمیل شما و به دست آوردن مشتریان بیشتر است. چرا؟

زیرا وقتی روی ایجاد هواداران دوآتشه تمرکز می‌کنید، در نتیجه، ترافیک بیشتر، فالوورهای بیشتر، بازدیدهای بیشتر و مشترکین بیشتری خواهید داشت. شما یک قبیله قوی و هدفمندتر خواهید ساخت که برای حمایت از شما و کاری که انجام می‌دهید از جان مایه می‌گذارند. آن‌ها برای اقدام در راستای خواست شما، درگیرتر، هیجان‌زده‌تر و راغب‌تر هستند؛ و ضمانت آن‌ها نیز به احتمال زیاد از شما خرید خواهند کرد!

هواداران دوآتشه واقعاً تضمین بقاء کسب‌وکار شما هستند.

متأسفانه، بیشتر کسب‌وکارها تلاش خود را بر روی ساخت هواداران دوآتشه متمرکز نمی‌کنند. بله می‌توانید بدون وجود قبیله‌ای از هواداران متعصب، یک کسب‌وکار موفق بسازید، اما زمان و هزینه بسیار هنگفتی را صرف تلاش برای جذب افراد بیشتری خواهید کرد. حتی اگر مخاطبین مطلوب خود را پیدا کنید، هیچ تضمینی وجود ندارد که دوباره بازگردند.

به علاوه، شما خود را مستعد پذیرش ریسک تغییرات الگوریتم در موتورهای جستجو یا شبکه‌های اجتماعی، تغییر و تحول‌های بازار، رقبا باهوش و حتی هکرها خواهید کرد که هر یک از آن‌ها می‌توانند یک شبه کسب‌وکار شما را از بین ببرند. بارها و بارها این اتفاق را دیده‌ام و هرگز زیبا نیست.

مجموعه ای از هواداران دوآتشه بسازید و مهم نیست که چه اتفاقی می افتد، آن‌ها همیشه در کنار شما خواهند بود.

به جای صرف هزینه برای تبلیغات، زمان بیشتری را برای انسان‌ها اختصاص دهید. به جای نگرانی در مورد آخرین استراتژی‌های رشد، نگران شناسایی و رسیدگی به بزرگترین دغدغه‌ها و مسایل مخاطبان هدف خود باشید.

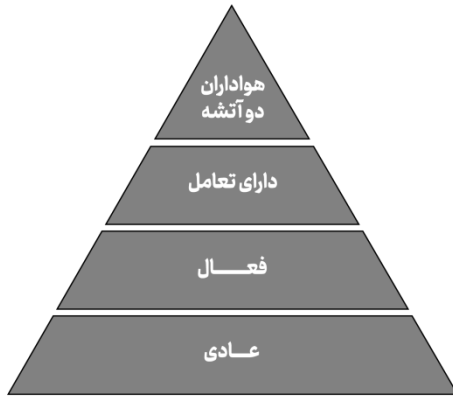
به جای اینکه بفهمید چگونه نرخ تبدیل خود را بهینه کنید، شاخصی را که می‌توانید به طور واقعی با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید و احساس خاص بودن را در آن‌ها ایجاد کنید، بیابید.

اشتباه نکنید! این امر مهم است که روی مواردی مانند ایجاد ترافیک و بهبود نرخ تبدیل تمرکز کنید، اما در صورتی این موضوع بازگشت سرمایه خواهد داشت که تجربه ارائه شده به مخاطبین خود را با اکسیری که به شما کمک کند هواداران دوآتشه ایجاد کنید، ترکیب کنید.

اما متأسفانه تمام کاری که بسیاری از کسب‌وکارها انجام می‌دهند این است که سخت کار کنند و زمان و پول خرج کنند تا به مخاطبان نشان دهند هیچ چیزی وجود ندارد که واقعاً احساس خاص بودن در آن‌ها ایجاد کند و هیچ انگیزه‌ای برای بازگشت مجدد به کسب‌وکار وجود ندارد.

مطمئن باشید هیچ فردی طرفدار چیزی نیست که احساس خاص بودن در او ایجاد نکند.

هواداران دوآتشه در رأس مسیری هستند که من دوست دارم آن را «هرم هواداری» بنامم. آن‌ها کوچکترین بخش از مخاطبان شما هستند، اما بزرگترین تسهیل‌گران برند و قلب تپنده کسب‌وکار هستند.



شما در این کتاب موارد بیشتری از هرم هواداری را خواهید دید، زیرا ما استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی را بررسی می‌کنیم تا مخاطبان‌تان را از مرحله مخاطبین عادی به طرفداران فعال و سپس دارای تعامل و در نهایت هواداران دوآتشه واقعی تبدیل کنید.

هواداری آوریل برای گروه بک استریت بویز، ممکن است در آن لحظه‌ای که در اتاقش دراز کشیده بود و تلاش می‌کرد تا دلشکستگی خود را ترمیم کند، شعله ور شده باشد، اما از آن شب شروع نشده بود.

او به خاطر همین یک آهنگ در آن لحظه یک هواداردوآتشه نشد. او به خاطر لحظات بسیار بسیار زیادی از شنیدن موسیقی این گروه، دیدن آن‌ها در تلویزیون، صحبت در مورد آن‌ها با دوستانش و خیره شدن به نگاه نافذ نیک کارتر و موهای بلونش، یک هواداردوآتشه شد.

و به همین ترتیب، هواداران دوآتشه شما نه به خاطر یک لحظه جادویی بزرگ، بلکه به خاطر آن لحظات جادویی کوچکتر مکرر و مستمر، به شما خواهند پیوست.

چه یک یوتیوبر خجالتی باشید که تازه شروع به کار کرده‌اید، چه رهبری از پانصد شرکت برتر جهان، هواداران دوآتشه شما منتظرند تا با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. شما فقط باید این سفر را ایجاد کنید و جاده را هموار کنید که مطمئناً و پیوسته مخاطبین را به

هوادارانی دوآتشه هدایت کنید. اکنون می‌خواهم داستانی درباره اولین هواداردوآتشه خودم برایتان تعریف کنم.