

پرفروش ترین اثر از دن لای

ForbesBooks

بازرگش کن



شاه کلید رسیدن به ثروت، موفقیت و معنا

ترجمه: مجتبی ذکایی، میلاد اکبری میمندی

بازش کن

اثر

دن لاک

شاه کلید رسیدن به ثروت، موفقیت و معنا

ترجمه:

مجتبی ذکایی، میلاد اکبری میمندی

جهت تهیه کتاب به وب سایت www.avanabook.com مراجعه نمایید.

اسفند ۱۴۰۰

ستایش بازش کن

"در دنیایی که تعداد خیلی زیادی یاد میدن و تعداد خیلی کمی رهبری می‌کنند، دن با کمک به دیگران در دیدن پتانسل‌های درون خودشون و هدایت آن‌ها به وسیله یک الگو به سمت یک تغییر و رشد واقعی تبعیت شگفت‌انگیزی رو ایجاد کرده. اطلاعات دروغ نمیگن - میلیون‌ها نفر آثار اون رو خونده، دیده و گوش دادن. کارآفرینان از هر سطحی که هستند، می‌تونن از گذشته دن درس بگیرن، و نه تنها از استراتژی‌های فروش بلکه از استراتژی‌های رهبری خاصش هم نفع ببرند."

مت مید --- رئیس شرکت گریسون پیرسون کپیتال / مدیر اجرایی شرکت ایپک دیتا اند برنند لینک / @mattmead

"دن از یکی از برجسته‌ترین کارآفرینان و نکوور به یک تعلیم‌دهنده شناخته شده در سطح جهانی ارتقاء یافته. اون زندگی هزاران نفرو در سرتاسر جهان دگرگون کرده، و بهشون کمک کرده تا هر لحظه را غنیمت بشمارن. چالش‌ها، داستان‌ها و درس‌هایی که اون در این کتابش مطرح کرده نشون میدن که دن لاک مرد نظم و در حال اعمال یک تاثیر واقعی در جهانیه."

دوئین جی. کلارک --- مدیر اجرایی شرکت اجیس لیوینگ / @dwaynejclark

"اگر کارهای قبلی دن رو دوست داشتید، بازش کن همه چیز رو یک مرحله جلوتر می‌بره! دن توانایی آموزش دادن، الهام بخشیدن و انگیزه دادن به هر کسی رو دارد، از کارآفرینان استارت‌آپ گرفته تا مدیران اجرایی و صاحبان مشاغلی که درآمد هفت و هشت رقمی دارند. اون به دلیل تجارب خاصش، رشدش در زندگی و امپراطوری موفق تجاریش از دانشی حرف می‌زنه که افراد معدودی صاحبش هستند. مهم نیست که به بازایاب هستید، به استارت‌آپ، به کارآفرین، به میلیونر یا به بیکار؛ این اثر برای باز کردن پتانسیل واقعیتون سیستم‌ها و آموزش ارزشمندی رو در اختیارتون می‌ذاره و توانایی این کارو هم به شما میده."

اگر که می‌خواید امسال فقط به کتاب بخونید، این کتاب رو بخونید."

رودی ماور --- موسس و مدیر اجرایی شرکت روی ماشینز / کارشناس تبلیغات فیسبوک / @RudyMawerLife

"در دنیایی که پر شده از شخصیت‌های گرم و متزلزل که میگن هر کسی لیاقت دریافت جایزه شرکت در جنگ موفقیت رو داره، این کتاب دن لاک ندایی برای بیدار شدن که نیاز به آن شدیداً حس میشه. دن که بیانگر به داستان واقعی مدرن در زمینه موفقیت و رفتن از فرش به عرشه، به شما میگه که به چه چیزی برای ساختن موفقیت با سرعتی باورنکردنی از هر شرایطی نیاز دارید."

بدونید که اگر به دنبال به کتاب سیاسی درست دیگه هستید که به شما یاد بده در کمال راحتی از دست پتانسیلتون مخفی شوید، این کتاب برای شما نیست. اما اگر که واقعا آماده پیمودن یک مسیر قابل پیش بینی، سودآفرین و کاربردی برای رسیدن به موفقیت هستید، کتاب درستی رو در دست خود دارید."

جانانان کرونستند --- رئیس kajabi.com

"چیزی که درباره این کتاب دوست دارم اینه که دن لاک می‌تونه باهش با همه افراد با هر میزان ثروتی حرف بزنه و به اونا توصیه کاربردی و ثابت شده بده. بیشتر از این نمی‌تونم این کتاب رو توصیه کنم چون که این کتاب به تک تک ما کمک می‌کنه تا نگرش‌های قدیمی و افسانه‌های کنونی رو رها کنیم، و به چالش‌های مهم موجود در راه رسیدن به ثروت غلبه کنیم - چیزهایی که در نبود استراتژی‌ها و تاکتیک‌های موجود در این کتاب به راحتی می‌تونن هر کسی رو سرگشته کنند. این کتاب یه کتاب عالییه برای هر کسی که به دنبال یه راه ثابت شده برای رسیدن به سطح بعدی ثروته."

آن یاتچ --- یکی از موسسان شرکت پلن سایت

"دن تجارب واقعی‌ش رو برداشته و اونارو به درس‌هایی قدرتمند ولی ساده تبدیل کرده که به همه افراد در سرتاسر دنیا کمک می‌کنن تا به موفقیت‌های بی‌بدیلی دست پیدا کنند. فقط بگید من آماده یادگیریم و این آموزش درجه کمربند سیاه رو برای رسیدن به موفقیت شخصیتون باز کنید!"

مایکل ای. هال --- تاجر و مشاور اجرایی مدیران اجرایی

"وقتی که یه کارآفرین موفق هستید، تصمیم‌گیری درباره اینه که وقتی همه چی داره خوب پیش میره چه چیزی رو ارتقاء دهید، سخته. این کتاب کلیدی رو در ذهن من زد. بعد از خوندن این کتاب، با استفاده از استراتژی‌های دن بیشتر روی این مسئله متمرکز شدم که چه چیزی رو در تجارت‌م ارتقاء بدم. این کتاب برای هر کسیه که گرسنه بیشتریته."

توربن پلتزر --- موسس و مدیر اجرایی شرکت تی پی ای مدیا / @torbenplatzter

"دن لاک یه کارآفرین شگفت‌انگیزه. اون نه تنها شخصا نتایج خارق‌العاده‌ای رو رقم زده بلکه واقعا از بقیه می‌خواد که وارد عمل بشن و به نتایجی استثنائی برسن."

دن از تجربه‌های خودش آموزش میدده. اون دروس و اصولی رو که در طول مسیرش یاد گرفته به استراتژی‌های ساده‌ای تبدیل کرده که می‌تونن در غلبه کردن به چالش‌های موجود در راه رسیدن به مرحله بعدی موفقیتتون بهتون کمک کنند - حالا این مرحله بعدی هر چی که می‌خواد باشه."

برایان اسکودامور --- موسس و مدیر اجرایی برندهای OYE / @BrianScudamore

"من یه نویسنده و کارآفرین و یکی از مشاوران شرکت آمازون هستم، و یه دهه تجربه کاری دارم. داستان‌ها و روحیه دن به من انگیزه دادن تا خودم رو رشد و تواناییام رو در زمینه درآمدزایی بیشتر توسعه بدم. کمک به دیگران در توسعه تجارت‌های الکترونیکی‌شون علاقه منه و استراتژی‌هایی که از این کتاب یاد گرفتم، به من کمک می‌کنند که احتمال موفقیت مشتریام و خودم رو بیشتر کنم."

آکمی سو فیشر --- موسس و مدیر اجرایی شرکت لائو اند لائو / @akemisue

تقدیم به همسر، جنی لی، که دوست و همراهم است.

تو بیشتر از آنچه هستی که من بتوانم درخواست کنم.

پشت هر مرد موفق، یک زن باهوشتر از اوست.

از این که در زندگی من آن زن باهوشتر بودی متشکرم.

تقدیم به پدرم، که امیدوارم این کتاب را ببیند.

تقدیم به تیمم که زندگیشان را وقف کمک به سازمان، دیدن بینشمان و انجام ماموریتمان کردند.

تقدیم به پیتر لو که شب‌های زیادی را تا دیروقت صرف ویرایش این کتاب کرد.

تقدیم به چارلی فاسکو، که مرا به نوشتن این کتاب وادار کرد.

تقدیم به دانش آموزانم در سرتاسر جهان. آموزش دادن به شما برای من یک افتخار بود.

تقدیم به تو که تلاش می‌کنی نسخه بهتری از خود باشی.

فهرست مطالب

۸	مقدمه
۱۳	بخش ۰: چطور موفقیتیم، ثروتم و معنایم را رقم زدیم
۳۰	بخش ۱: ثروتتان را رقم بزنید
۳۹	بخش ۲: الگوی ثروتتان را رقم بزنید
۵۷	بخش ۳: توانایی‌های پردرآمدتان را رقم بزنید
۷۰	بخش ۴: شانستان را رقم بزنید
۷۰	بخش ۵: قدرت شخصیتان را رقم بزنید
۹۰	بخش ۶: سودآوریتان را رقم بزنید
۱۰۶	بخش ۷: فروشتان را رقم بزنید
۱۲۱	بخش ۸: رشد تجارتتان را رقم بزنید
۱۳۰	بخش ۹: حاشیه سودتان را رقم بزنید
۱۳۹	بخش ۱۰: سرمایه اجتماعیتان را رقم بزنید
۱۴۸	نتیجه‌گیری

نمی‌دونم چرا این کتاب رو می‌خونید.

شاید در فرودگاه منتظرید، و جلد کتاب توجهتون رو جلب کرده. دارید این کتاب رو ورق می‌زنید و نمی‌دونید که برش دارید یا نه. یا شاید یکی از دوستاتون این کتاب رو بهتون داده. شاید یکی از طرفدارای من در رسانه اجتماعی هستید و می‌دونید که من کیم.

نه. من واقعا نمی‌دونم که چرا دارید این کتاب رو می‌خونید. ولی تنها چیزی که می‌دونم اینه که اگه دارید این کتاب رو می‌خونید، به دنبال بیشترید.

ببینید، افراد زیادی نمی‌خوان زندگیشون رو به هیچ طریقی ارتقاء بدن. اغلب اوقات، این افراد حس می‌کنن که گیر افتادن، انگار که قدرت اعمال تغییرو ندارن، و برای همین زندگی رو همونجوری که هست می‌پذیرن.

ولی شما فرق دارید.

شما چیز دیگه‌ای رو باور دارید. شما معتقدید که تمایل دارید به ایجاد تغییر، معتقدید که توانایی موفق شدن رو دارید، و این که می‌تونید نسخه بهتری از خودتون باشید.

شما معتقدید که توانایی رقم زدن سرنوشتتون رو دارید.

حالا ممکنه کتاب های متفاوت زیادی رو درباره موفقیت، ارتقاء خود، ثروت و تجارت خونده باشید. این کتاب شاید اولین "نمایش توسعه فردیتون" نباشه. علی‌رغم این که چیزای زیادی رو از کتابای مختلفی یاد گرفتید و اون کتابا چیزای زیادی رو به شما یاد دادن، بذارید ازتون به سوال بپرسم.

آیا در اعماقتون حس می‌کنید که هنوز به قسمتی سر جاش نیست؟ انگار که دارید به پازل رو درست می‌کنید، و بعضی از قسمت‌هارو دارید اما تصویر کلی رو هرگز ندیدید؟

شما دارید دنبال اون ارتباط گم شده می‌گردید. شما دنبال اون اطلاعاتی هستید که همه نقاط رو به همدیگه متصل می‌کنه. شما دنبال اون کلیدی هستید که هر در دیگه‌ای رو برای شما باز می‌کنه.

اگر که چنین فردی هستید، هدف من دادن این کلید به شماست.

امیدوارم که این کتاب نه تنها به دیدگاه جدید رو بهتون بده، بلکه مهمتر این که به نقشه راه رو بهتون بده تا هر چیزی رو که در گذشته یاد گرفتید به کار بگیرید و نکاتی رو که یاد گرفتید به شیوه‌ای واضح و مختصر به همدیگه متصل کنید.

اگه دارید این کتاب رو می‌خونید، احتمالش هست که چیزی که می‌خوام بهتون بگم مطلب جدیدی نباشه.

من ادعا نمی‌کنم که یه ابر متفکر مبتکر هستم. حقیقت اینه که من فکر می‌کنم درباره ابتکار شدیداً اغراق شده. شما همیشه می‌تونید یه فرد پیشگام رو تشخیص بدید، وقتی که این فرد در حالی که دسته تیرهاش رو روی کمرش گذاشته، روی زمین دراز کشیده.

نه من یه متفکر مبتکر نیستم. من یه کارآفرینم. من یه ترکیب کننده هستم. من ایده‌هارو می‌گیرم، بهترشون می‌کنم، و بعد بهتر از بقیه پیادشون می‌کنم.

چیزی رو که مفیده جذب کنید، چیزی رو که مفید نیست کنار بذارید، و چیزی رو که خاص خودتونه اضافه کنید

بروس لی

بیشتر کتابا بهتون می‌گن که این کارو بکنید و اون کارو نکنید؛ این کارو نکنید، به جاش اون کارو بکنید. من اینجا نیستم که چنین کاری رو انجام بدم. این کتاب اینجاست تا یه دیدگاه جدید رو باهاتون به اشتراک بذاره، و همچنین سیستمی رو باهاتون به اشتراک بذاره که بهتون نشون میده چطور متفاوت فکر کنید.

چالش من به عنوان یه تعلیم دهنده تغییر دادن شیوه تفکر شماست. تغییر دادن نحوه تفکرتون روش انجام دادن کاراتون رو تغییر میده. قسمت هیجان انگیزش برای من اینه که شیوه‌ای که شما کاراتون رو انجام می‌دید به طور اجتناب ناپذیری وادارتون می‌کنه که نتایج متفاوتی رو ایجاد کنید.

حالا یه سری اطلاعات هست که من با شما به اشتراک می‌ذارمشون و شما شاید باهاتون موافق باشید و شایدم نباشید. هیچ ایرادی نداره، هر چیزی که من یادتون میدم بر مبنای تجربه منه، بنابراین این آموزه‌ها درست نیستند، غلط هم نیستند. صرفاً تجربه‌های من هستند.

همه کاری که می‌تونم انجام بدم و چیزی که می‌تونم در اختیارتون بذارم، از تجارب من نشات می‌گیرن.

من ازتون می‌خوام این کتاب رو جوری بخونید که انگار در یه کافه نشستید و دارید یه کتاب می‌خونید. چیزی که به نظرتون مفید میاد ازش استخراج کنید و به کار بگیرید. اگر که این روال جواب داد که عالیه کتاب رو نگه دارید. اگر جواب ندارد، باز مشکلی نیست، این کتاب رو بذارید کنار. هیچ احساسات تعصبی و سختی نداشته باشید. من معتقدم که همه ما باید اینجوری یاد بگیریم.

چرا بعد از ده سال سکوت دارم این کتاب رو می‌نویسم

در دهه دوم زندگیم، حدود دوازده تا کتاب چاپ کردم، از جمله یه کتاب پرفروش و موفق که بیش از صد هزار نسخه ازش در سرتاسر جهان فروش رفت. فکر کردم که اون کتاب آخرین کتابمه، و به مدت ده سال تو فکر نوشتن یه کتاب دیگه نبودم.

خب، چرا دارم این کتاب رو می‌نویسم؟ چرا الان؟

مردم این کتاب رو تقاضا کردن.

در طول دهه گذشته، ماموریت من شروع یه جنبش اقتصادی جهانی بود از طریق قدرت دادن به مردم و ارتقاء تواناییشون در داشتن درآمد بیشتر. همینطور که دانش آموزام و طرفدارام رو در سرتاسر جهان ملاقات می‌کردم، به داستان‌ها و سرگذشتاشون هم گوش می‌دادم.

من داستان‌های زیادی رو از دانشجوهای دانشگاهی شنیدم که از دانشگاهشون فارغ التحصیل شدن و شغلی پیدا نکردن. علی‌رغم این که چهار سال در دانشگاهشون درس خوندن، کارفرماها در مصاحبه‌ها بهشون می‌گن که تجربه کافی ندارن.

برای همین برمی‌گردن به دانشگاه‌هاشون و بیشتر مقروض میشن؛ اونا یه مدرک MBA می‌گیرن یا یه مقطع تحصیلی دیگه رو هم پشت سر می‌ذارن و حتی سخت‌تر تلاش می‌کنند. حالا وقتی که می‌شینن روی صندلی روبروی کارفرما، بهشون گفته میشه که بیش از حد تجربه دارن. گاهی اوقات شغلی که دارن برایش آماده میشن، تا زمانی که می‌خوان از دانشگاه فارغ التحصیل بشن، از صفحه روزگار محو میشه.

بنابراین باید چه کار کنند؟ این افراد حس می‌کنند که دستبند به دستاشون زده شده، علی‌رغم این که کاری رو انجام دادن که قرار بوده انجام بدن. ولی فقط دانشجویها و دانش‌آموزا نیستن که کشمکش دارن. کارآفرین‌ها هم میان سراغ من و از درداشون می‌گن.

اونا در دیده شدن محصولاتشون مشکل داشتن، نمی‌تونن محصولی رو برای فروش گیر بیان، هزینه‌های فعالیتشون بالاست، هزینه‌های کلیشون داره بالا میره، و هنوزم مشکلات بیشتری در انتظار تک‌تکشونه. فناوری داره موانع ورود به بازارو کمتر می‌کنه و بازار هم از همیشه رقابتی‌تره.

در مجموع هدایت یه تجارت داره چالش برانگیزتر میشه. حتی کارآفرینان موفق که "تونستن از موانع بگذرن" هم میان سراغ من و نگرانی‌هاشون رو درباره موندن در تجارتشون با من به اشتراک می‌ذارن.

اونا مطمئن نیستن که آیا موفقیتی که ساختن دووم میاره یا نه، نمی‌دونن چطور موفقیتشون رو حفظ کنند یا چطور موفقیتشون رو به مرحله بعدی برسونن. تکنولوژی‌های جدید وارد بازار میشن و بساط کل تجارتشون رو جمع می‌کنند.

اونا می‌دونن که رسانه اجتماعی قویه، و می‌دونن که یه شیوه جدید هدایت تجارت در حال پدیداریه، ولی نمی‌دونن که چطور خودشون رو با این تغییر وفق بدن. حالا که طعم موفقیت مالی رو چشیدن، فهمیدن که نام بازی ثروتمند شدن نیست، بلکه ثروتمند موندنه.

از این کتاب چی نصیبتون میشه

در طول بیست سال زندگی و تجارتم، درس‌ها و اصولی کلیدی رو یاد گرفتم که من رو از یه مهاجر آسیایی فقیر با ۱۵۰۰۰۰ دلار بدهی به رئیس یه سازمان جهانی تبدیل کردن. وقتی که این درس‌هارو دنبال کردم، موفق شدم. وقتی که از این اصول نافرمانی کردم، شکست خوردم. پس چه می‌خواید در کارتون موفق بشید، چه می‌خواید راه خودتون رو هموار کنید، و چه می‌خواید یه شرکت تاسیس کنید که دووم بیاره، ایده‌های مفیدی رو در این کتاب پیدا می‌کنید.

اولش خیلی خوب با من آشنا می‌شید. می‌بینید که چطور تو زندگی هیچی بهم داده نشده و چطور از هیچی به موفقیت رسیدم.

تنها مفهوم کلیدی که فلسفه من رو درباره موفقیت مالی هدایت کرده، *مثلث ثروت*. در بخش ۱، شمارو با مثلث ثروت و دلیل این موضوع آشنا می‌کنم که چرا (برخلاف باور عموم) شروع کردن یه تجارت یه قدم وحشتناک اول برای رسیدن به موفقیت و ثروته. مثلث ثروت سه مرحله داره - و بیشتر افراد کارارو با ترتیب نادرستی انجام میدن. من در مثلث ثروت ترتیب درست انجام دادن کارهارو برای رسیدن به موفقیت بهتون نشون میدم.

من شمارو با شش الگوی جهانی ثروت آشنا می‌کنم. این موارد الگوها و پروفایل‌هایی هستن که به شما کمک می‌کنن تا رابطتون رو با پول شناسایی کنید و بفهمید که در سفر رسیدن به مقصد ثروت کجا هستید. بعد از این که درباره موقعیتتون به شفافیت رسیدید، می‌تونید اولین مرحله مثلث ثروت رو شروع کنید.

اولین مرحله مثلث ثروت دست پیدا کردن به توانایی پردرآمده که بهتون کمک می‌کنه تا هزینه‌هاتون رو بپردازید. این توانایی قابلیتیه که بهتون کمک می‌کنه نسبت به رکود و بحران‌های اقتصادی مقاوم بشید. بیشتر مدیران و کارآفرین‌های موفق در قدم اولشون با یه تجارت شروع نکردن؛ اونا با یه توانایی پردرآمد شروع کردن. در بخش ۳، درباره قدرت این توانایی یاد می‌گیرید و این که چرا مشکلات مرتبط با بدهی در واقع مشکلات پنهانی هستن که به استعداد و توانایی فرد ربط دارن.

ولی حتی در توانایی‌های پردرآمد هم یه ابرتوانایی وجود داره که بیشتر افراد ندارن. این توانایی هنر دست پیدا کردن به حداکثر میزان بهره وریه. در بخش ۶ یاد می‌گیرید که چطور در حداقل زمان ممکن به حداکثر میزان نتایج دست پیدا کنید. این بخش درباره مدیریت زمان نیست - خیلی از این موضوع فاصله

داره. در این بخش می‌بینید که چرا توانایی بهره‌وری هنر تسلط داشتن بر خوده و می‌بینید که چطور اعمال چند تغییر ساده در روتین کنونی‌تون میزان نتایج‌تون رو چند برابر می‌کنه.

بعد از رسیدن به حداکثر میزان بهره‌وری شخصی یاد می‌گیرید که چطور به حداکثر میزان بهره‌وری مالی دست پیدا کنید. چه می‌خواید در شرکتتون ارتقاء شغلی پیدا کنید، چه می‌خواید رئیس خودتون بشید، چه می‌خواید کارمندا‌تون رو به یه توانایی قدرتمند مجهز کنید، این بخش روال جدیدی رو پیش پاتون می‌ذاره. درباره مفهوم های تیکت کلوزینگ یاد می‌گیرید و این که چطور می‌تونید بدون استفاده از هیچ تاکتیک کثیف، سست یا پرفشاری معامله‌ها و مذاکرات رو به طور موثرتری نهایی کنید.

در بخش ۸، با مرحله دوم مثلث ثروت آشنا می‌شید - تجارت مقیاس پذیر. در این بخش درباره سه ستون رشد تجارت یاد می‌گیرید و این که چطور درآمدتون رو با یه نرخ نمایی افزایش بدید. بیشتر تاجرا یک یا دو ستون از این سه ستون رو برای خودشون ساختن، اما اگر که هر سه ستون در کنار همدیگه کار نکنن، این افراد به همه گزینه‌های روی میز دسترسی نخواهند داشت.

یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده طول عمر یه تجارت، حاشیه سود اون تجارته. در بخش ۷ یاد می‌گیرید که چطور از طریق فروش محصولاتتون با قیمت بالاتر حاشیه سودتون رو بالا ببرید. می‌بینید که حاشیه سودتون وقتی که موضوع تبلیغات، آزمایش، تحقیق و سنجش تجاربتون به میون میاد، به شما برتری رقابتی میده.

و در آخر نسبت به چیزی بینش پیدا می‌کنید که من فکر می‌کنم یکی از سرمایه‌های نادیده گرفته شده هر تجارته. این سرمایه چیزیه که من بهش میگم سرمایه اجتماعی. من معتقدم که در عصر امروزی سرمایه اجتماعی حتی از سرمایه مالی هم مهمتره. این سرمایه باعث شده که کایلی جنر بیست و چهار ساله به جوونترین میلیاردر تاریخ تبدیل بشه. اگر یه شرکت یا برند دارید که می‌خواید رشدش بدید و نگهش دارید، این بخش یه چهارچوب رو برای توسعه سرمایه اجتماعی‌تون در اختیارتون می‌ذاره.

اگر که برای شروع آماده‌اید، برید به صفحه بعدی.

بخش ۰: چطور موفقیتیم، ثروتم و معنایم را رقم زدیم

پسر مهاجر فقیر آسیایی

کل این داستان با یه عشق بازی شروع شد.

من تو هنگ کنگ به دنیا اومدم. من عاشق پدر و مادرم بودم، اما اونا عاشق همدیگه نبودن. وقتی که من هنوز تو شکم مادرم بودم، پدرم با کس دیگه‌ای عشق بازی کرده بود. اگرچه مادرم صدمه دیده و عصبانی بود، نمی‌خواست که پسرش تو یه خانواده از هم پاشیده شده بزرگ بشه. برای همین اون با پدرم موند. ولی وقتی که من چهارده سالم بود، مادرم دیگه نتونست تحمل کنه و تصمیم گرفت که منو با خودش به یه کشور دیگه ببره - به کانادا. ما در یه کشور جدید و غریب مهاجر شدیم، و هیچ ارتباطی و هیچ پولی نداشتیم و اصلاً هم انگلیسی بلد نبودیم.

مادرم که یه زن خانه دار بود، یه دفعه مجبور شد که یه تامین کننده باشه. من باید خودم رو با یه محیط کاملاً متفاوت وفق می‌دادم. چند روز اول پر از وحشت و اضطراب بودن. ما در محله سوری زندگی می‌کردیم، یکی از خطرناکترین محله‌های ونکوور. سه روز طول کشید تا من جرات کنم از آپارتمان کوچیک تک خوابمون برم بیرون و تو خیابون قدم بزنم.

من یکی از تنها سه بچه چینی محصل در مدرسمون بودم، و اگر که فکر می‌کنید نژادپرستی تو کانادا وجود نداشته، تجربه من داستان متفاوتی رو براتون تعریف می‌کنه. تو مدرسه من بچه نامرئی بودم. من نمی‌تونستم یک کلمه انگلیسی حرف بزنم و نمی‌تونستم هیچ دوستی پیدا کنم. من آخر کلاس می‌نشستم و هیچوقت دستم رو بلند نمی‌کردم. بعد از تموم شدن کلاس مستقیم می‌رفتم سراغ کمدم و کیفم رو برمی‌داختم، بدون این که با کسی تو راهرو ارتباط چشمی برقرار کنم یا به کسی نگاه کنم. انقدر خجالتی بودم که حتی وسط راهرو راه نمی‌رفتم، برای همین کنار راهرو راه می‌رفتم. من اون بچه‌ای بودم که ممکن بود مدت‌ها باهاش برید مدرسه بدون این که حتی اسمش رو بدونید. اگر که به عکس گروهی فارغ التحصیلیم نگاه کنید، همه بچه‌های محبوب رو کنار همدیگه و من رو در یه گوشه تنها می‌بینید.

برای همین قلدرها منو هدف قرار می‌دادن.

وقت نهار این سه بچه بزرگ منو از در ورودی مدرسه می‌کشیدن توی زمین چمن و منو تا سر حد مرگ کتک می‌زدن. شاید فکر می‌کردن که من هدف آسونی براشون هستم. من فقط ۶۳/۴۷ کیلوگرم وزن داشتم - مثل یه شاخه کوچیک درخت به نظر می‌رسیدم. اونا منو می‌نداختن روی زمین، دورم جمع می‌شدن و در حالی که من رو زمین بودم بهم مشت و لگد می‌زدن. این کتک کاری چند باری اتفاق افتاد. حتی امروز هم می‌تونید جای یه زخم رو روی چونه من ببینید.

یه روز مامانم یه دیکشنری انگلیسی رو به عنوان هدیه تولد برام خرید که کلمات انگلیسی رو به کلمات چینی ترجمه می‌کرد. ۳۰۰ دلار پولش بود - که ما این مبلغ رو نداشتیم - ولی مامانم پول جمع کرد و خریدش چون بهترین‌هارو برای من می‌خواست. من اون دیکشنری رو گنجینه خودم می‌دونستم. هر روز با خودم می‌بردمش مدرسه و کلماتی رو داخلش وارد می‌کردم که نمی‌فهمیدمشون تا بتونم با کلاس پیش برم. هر روز سخت باهاش کار می‌کردم. بالاخره داشتم پیشرفت می‌کردم. شاید بالاخره می‌تونستم دستم رو تو کلاس بلند کنم یا چندتا دوست جدید پیدا کنم؟

یه روز همون سه بچه‌ای که منو کتک زدن، دیدن که دارم از دیکشنری استفاده می‌کنم. اونا اومدن سراغم و گفتن، "هی، چرا وقت ناهار داری ریاضی تمرین می‌کنی؟ احمق. بدش به من." اولش اون وضعیت رو درک نکردم. من سعی کردم براشون توضیح بدم و گفتم، "نه، این یه دیکشنریه. مامانم برام خریدتش. لطفا بهم پشش بدید." اما اونا گوش ندادن. می‌دادنش به همدیگه، وقتی من سعی می‌کردم پشش بگیرم از روی سرم برای همدیگه می‌نداختنش، و بعدش ...

شترق!

اونا دیکشنری رو از پنجره انداختن بیرون. ما تو طبقه دوم بودیم. من صدای خوردن دیکشنری به پیاده رو رو شنیدم، و می‌دونستم که اون ۳۰۰ دلاری که مامانم به سختی به دست آورده بودش، ریخته شده بود تو فاضلاب. من عصبانی بودم.

نمی‌خواستم که مامانم بفهمه. نمی‌خواستم بفهمه که تلاش سختش هیچ نتیجه‌ای نداشته. نمی‌خواستم که دوباره صدمه ببینه. برای همین وقتی که خونه بودم با دیکشنری الکترونیکی خراب کار می‌کردم و تظاهر می‌کردم که کار می‌کنه، ولی تو مدرسه یه دیکشنری کاغذی داشتم که از کتابخونه گرفته بودمش. من هر کلمه‌ای رو که باید یادش می‌گرفتم داخلش جستجو می‌کردم و حداقل پنجاه بار با صدای بلند تکرارش می‌کردم تا مطمئن می‌شدم که می‌تونم درست تلفظش کنم.

تا حالا این حس رو داشتید که انگار دنیا علیه شماست علی‌رغم این که هیچ اشتباهی نکردید؟ من چنین حسی داشتم. اینا فقط چند نمونه از اتفاقاتی زیادی بودن که برای من رخ دادن.

بعدازظهری که دنیای من رو زیر و رو کرد

یه بعدازظهر، کیف مدرسم رو انداختم روی کیسه خوابی که در اتاق نشیمن داخلش می‌خوابیدم، و متوجه شدم که در اتاق مامانم بسته است، و اون داره با تلفن با یه نفر حرف می‌زنه. وقتی که مکالمه تموم شد، اون از اتاق اومد بیرون. هیچوقت چهره‌ای رو که روی صورتش بود، فراموش نمی‌کنم. اشک داشت از گونه‌هاش سرازیر می‌شدن. انگار که کل روز رو داشته‌گریه می‌کرده. اون ناامید به نظر می‌رسید.

"مامان، چی شده؟"

"بابات زنگ زده بود. اون دیگه نمی‌تونه برای ما پول بفرسته."

"چی؟ منظورت چیه؟"

"کارش... کارش ورشکست شده."

من معتقدم که هر کسی به لحظه‌ای رو تو زندگیش داره که همه چی در اون لحظه براش تغییر می‌کنه. اون لحظه اون فرد رو کاملاً تغییر میده، و فرد دیگه هرگز نمی‌تونه به اون آدم سابقه که بوده، تبدیل بشه. من به این لحظه‌ها میگم "لحظه‌های تعریف کننده." بیشتر مردم فکر می‌کنند که لحظه‌های شاد و الهام بخش بهشون شکل میدن. حقیقت نداره؛ درد این کارو می‌کنه.

لحظات تعریف کننده درد جهنم رو دارن؛ اونا شمارو می‌شکنن. اونا شمارو تکه تکه می‌کنن و عزمتون رو می‌سنجن. اگر که بتونید راهتون رو از بین این لحظه‌ها پیدا کنید و اونا رو پشت سر بذارید، به نسخه بهتری از خودتون تبدیل می‌شید - به نسخه جدید.

لحظات تعریف کننده فریبنده هستن چون وقتی که اتفاق میفتن تغییر کردن زندگیتون رو حس نمی‌کنید. اون لحظه‌ها مثل یه برخورد دردناک با یه سطح بتنی هستن؛ شما شوکه می‌شید چون کل دنیاتون شروع می‌کنه به خراب شدن روی سرتون. لحظاتی که زندگیتون رو تغییر میدن این حس رو دارن که انگار نمی‌تونید هوای کافی رو وارد ریه‌هاتون کنید. من می‌دونم چون وقتی مامانم از اتاقش اومد بیرون دقیقاً همین حس رو داشتم. چنین حسی داشتن وقتی که من، دن لاک، باید پا پیش می‌داشتم و یه مرد می‌شدم.

همه کارایی که کردم برای پول نبودن. فقط دیگه نمی‌خواستم دوباره گریه کردن مامانم رو ببینم. در اون لحظه قول دادم که مهم نیست چه اتفاقی بیفته، نمی‌خوام دوباره اون چهره رو روی صورت مامانم ببینم. این چیزی بود که سفر کارآفرینی من رو شروع کرد.

اولین ۱۰۰ دلاری شیرینترین ۱۰۰ دلاریه

اولش فکر کردم که کار پیدا کردن جواب همه مشکلات مالی من خواهد بود. "اگر که می‌خواهی پول در بیاری، یه کار گیر بیار!" این چیزیه که همه میگن، برای همین من به این حرف گوش دادم و در یه فروشگاه چینی شروع کردم به بسته بندی مواد غذای.

من در شیفت‌های ده ساعته با حداقل دستمزد کار می‌کردم و روی پاهام وایمی‌سادم و دوباره و دوباره همون حرکات تکراری رو انجام می‌دادم که ذهنم رو بی‌حس می‌کردن. من صبر و حوصله بسیار کمی برای چنین کاری داشتم، برای همین بعد از چند ماه اون کارو ول کردم.

"باید یه راه بهتری برای پول در آوردن باشه، ولی چطور؟" من هر روز درباره این موضوع فکر می‌کردم. اینجا بود که اولین ایدم به ذهنم رسید.

یه روز داشتم تو محلمون می‌دویدم، و یه آقای سالخورده محترم رو دیدم، احتمالاً هفتاد سالش بود، که داشت ماشین چمن زنیش رو خیلی آهسته هل می‌داد. اینجور به نظر می‌رسید که انگار انجام دادن این کار براش مشکله، برای همین ازش پرسیدم که آیا برای هل دادن ماشین چمن زنی کمک می‌خواد یا نه. اون گفت آره، و من رفتم داخل حیاطش و کارو براش تموم کردم. وقتی که داشتم از اونجا می‌رفتم، اون جلوم رو گرفت و یه اسکناس ۲۰ دلاری رو از جیبش در آورد و بهم داد.

اینجا بود که چراغی در ذهنم روشن شد. می‌تونستم این کارو برای سایر افراد انجام بدم و پول بیشتری در بیارم! این شروع اولین کارم بود - کار هل دادن ماشین چمن زنی. من فقط یه بچه بودم و برای خریدن یه ماشین چمن زنی پول نداشتم، ولی به اندازه کافی باهوش بودم که با اون آقای سالخورده محترم قرار بذارم.

"هی، ظاهراً اون ماشین چمن زنی برای شما یکمی زیادی سنگینه. نظرتون چیه که من هر هفته رایگان چمنای حیاطتون رو بزنم و شما بذارید که من از ماشین چمن زنیتون برای کارم استفاده کنم؟"

اون یه لحظه فکر کرد و بعد گفت، "آره، حتما، چرا که نه. بهرحال من که خیلی ازش استفاده نمی‌کنم." بوم. من اولین قراردادم رو بستم.

با این حال داشتن یه سرویس برای ارائه فقط قدم اول بود. قدم بعدی فروش سرویس بود. برای همین من در همه خونه‌هارو تو محلمون زدم و از همسایه‌هامون پرسیدم که آیا می‌خوان که چمنای حیاطشون رو بزنم - و همشون درخواستم رو رد کردن. احساس خیلی بدی داشتم و هنوزم مجبور بودم که چمنای حیاط خونه پیرمرد رو بزنم - رایگان. بعدش ایده "شگفت‌انگیز" بعدیم ظاهر شد. خالم تو کار چاپ بود. اون آگهی چاپ می‌کرد ولی به یه نفر برای پخش کردنشون نیاز داشت.

"خاله، من برگه‌های آگهی‌ت رو رایگان برات پخش می‌کنم - اگر که بذاری درباره کار چمن زنی‌م پشتشون تبلیغ کنم!"

اون یه لحظه فکر کرد و بعدش گفت، "چرا که نه؟ بهرحال من به یه نفر نیاز دارم که برام پخششون کنه." بوم. یه قرار کاری دیگه هم بسته شد.

وقتی که خالم گذاشت من آگهی‌اش رو براش توزیع کنم و تبلیغ کار خودمم پشت آگهی‌اش باشن، فکر کردم که اون هفته هزاران دلار پول در میارم. نقشه‌های بزرگی برای انجام دادن با اون پول کشیده بودم.

حتی نگران این بودم که چطور بین موفقیت تجاریم و مدرسم تعادل برقرار کنم. با این عزم و انگیزه جدید، پنج هزار آگهی رو پخش کردم. بعد رفتم خونه و نشستم کنار تلفنمون و منتظر تماس موندم.

یه ساعت گذشت ... کسی زنگ نزد. سه روز گذشت ... کسی زنگ نزد. شماره اشتباهی رو گذاشته بودم پشت آگهیها؟ نه. شماره تلفن رو چک کردم - درست بود. پس برای چی هیچ کسی زنگ نمی‌زد؟ اونا چمن داشتن که باید زده میشد، پس چرا هیچ کسی بهم زنگ نمی‌زد؟

نتیجه اولین "کمپین بازاریابیم" یه صفر چاق بزرگ بود.

دوباره افتادم به فکر اولین "مشتریم"، - اون آقای سالخورده محترم. چه کاری رو متفاوت انجام داده بودم؟ اینجا بود که جواب به ذهن خطور کرد - اولین درسی که یاد گرفتم و هنوز تا امروز روی نحوه تجارت کردنم تاثیر داره. من /ول/ چمنای حیاط اون آقای سالخورده محترم رو زدم و بعدش محصولم رو فروختم.

من مجهز شده به این درک، به یه محله پیشرفته‌تر در منطقمون رفتم و خونه‌ای رو دیدم که بلندی چمناش تا کمر من رسیده بود. اون فرصت من بود. من ماشین چمن زنی رو آوردم، چمنارو زدم و نشستم روی دالون جلوی خونه، منتظر صاحب خونه تا بیاد.

وقتی که صاحب خونه اومد، حتی خونش رو نشناخت. اون با ماشینش از خونش رد شد و بعد دنده عقب برگشت، چون چمنای خونش خیلی کوتاه‌تر از قبل شده بودن.

اون پرسید، "اینجا چه خبره؟"

"خب راستش خانم، من فقط یه بچه‌ام که دارم سعی می‌کنم یکم پول در بیارم، و دیدم که چمنای حیاط خونتون انقدر بلند شدن که به این فکر افتادم که کمکی کنم."

برخلاف انتظارم، اون زن بابت این کارم قدردان بود.

"اوه، ممنون! شوهرم همیشه داره کار می‌کنه، برای همین وقت رسیدگی به چمنارو نداره. این ۱۰۰ دلار برای شما، بابت زحمتی که کشیدید."

بوم. من اولین قرارداد ۱۰۰ دلاریم رو زدم، و اولین ۱۰۰ دلاری همیشه شیرینترین ۱۰۰ دلاریه.

هشدار: کاری که من کردم *کاملاً* غیرقانونی بود. شما نمی‌تونید همینطوری وارد ملک یه نفر دیگه بشید و شروع کنید به زدن چمناش. من توصیه نمی‌کنم که کاری رو که من کردم بکنید. من فقط یه پسر خنگ بودم که داشتم سعی می‌کردم یکم پول در بیارم.

شما باید از یه جایی شروع کنید، درست؟

چطور در عرض سه سال خودمون رو ۱۵۰۰۰۰ دلار بدهکار کنیم - کاری نداره!

بعد از شروع کار چمن زنیم در سن هفده سالگی و فهمیدن این که این کار در بلندمدت منو ثروتمند نمی‌کنه، شروع کردم به رفتن سراغ سایر ایده‌های کارآفرینی.

شاید شما بتونید این موضوع رو بفهمید. وقتی که داشتم ایده‌های کاری رو "بررسی" می‌کردم، فکر می‌کردم که هر فرصتی که پیدا می‌کنم قراره "رخداد بزرگ بعدی" باشه. در طول سه سال بعدش، هر چیزی رو امتحان کردم. از فروش دستگاه‌های فروش خوراکی گرفته تا تعمیر کامپیوتر، تا ارائه خدمات، تا بازیابی شبکه‌ای - اگر که هر چیزی شانس کمی برای درآمدزایی داشت، من می‌رفتم سراغش، که کار خیلی خیلی احمقانه‌ایه. من در سیزده کار مختلف شکست خوردم تا به اولین موفقیت رسیدم، ولی هیچی درد آخرین کارم رو نداشت.

من از شکست خوردن تو دوازده کار اولم ۱۲۰۰۰۰ دلار بدهی داشتم. به بالاترین حد بدهی کارت اعتباریم رسیده بودم، از همه فامیلم پول قرض گرفته بودم، و حتی از مامانم یکم پول قرض گرفته بودم. من بی‌رحم بودم. هنوز باور داشتم که می‌تونم همه چی رو درست کنم. اون موقع هنوز تو شرکت بازیابی شبکه‌ای بودم. من همه پلای پشت سرم رو با بیشتر دوستانم و خونوام خراب کرده بودم چون همه چیزی که می‌تونستم دربارش حرف بزنم اون شرکت بازیابی شبکه‌ای بود و این که چقدر عالی‌ه. تا حالا دوستی داشتم که ازتون بخواد برای خوردن قهوه باهاش برید بیرون و بعدش یه "فرصت کاری" غیرشفاف رو بهتون پیشنهاد بده؟ من این آدم بودم. دوستانم و خونوام شروع کردن به دوری کردن از من چون همه چیزی که می‌تونستم دربارش حرف بزنم درگیر کردنشون در فرصت بازیابی شبکه‌ایم بود.

دیگه دوست یا خونواده‌ای نداشتم که حسرتشون رو بخورم، برای همین باید راه‌های دیگه‌ای رو پیدا می‌کردم تا از طریقشون افراد رو وارد تیمم کنم. بنابراین یه "ایده عالی" دیگه به ذهنم رسید و شروع کردم به گذاشتن کارت تبلیغاتیم در ساختمون‌های اداری به امید این که یه نفر بهم زنگ بزنه و باهام قهوه بخوره.

برخلاف انتظارم، یه نفر زنگ زد. ما برای خوردن قهوه همدیگه رو ملاقات کردیم، و من مطالبم رو براش ارائه کردم. من بهش گفتم که چقدر شرکتم عالی‌ه و این که پول در آوردن چقدر می‌تونه آسون باشه.

"شما باید سه نفر پیدا کنید که به تیمتون ملحق بشن. بعد اون سه نفر هر کدومشون سه نفر دیگه رو عضو تیمشون می‌کنند. و اینجوری قبل از این که خودتون بفهمید، بازنشسته شدید."

"دن باید همینجا حرفت رو قطع کنم."

"ها؟ داشتم می‌رسیدم به بهترین قسمتش."

"نه، اراثت عالی بود. ولی من یه چیز بهتری برات دارم. به نظر آدم باهوشی میای، و من داشتم دنبال یه نفر دقیقا مثل تو می‌گشتم تا تو کارم بهم کمک کنه."

اون توضیح داد که چطور وبسایت می‌ساخته و با سود بالایی به مردم می‌فروخته. اون گفت که اگه بتونم بهش کمک کنم که سرمایه مرحله شروع کارش رو جور کنه، سود کار به عنوان شریک بینمون تقسیم میشه.

یادتون میاد وقتی گفتم که اگر یه فرصتی حتی احتمال کمی برای درآمدزایی داشت، می‌رفتم سراغش؟ خب، من سر حرفم هستم.

من به عنوان "شریک" وارد کار اون فرد شدم. من اول ۱۰۰۰ دلار، بعد ۲۰۰۰ دلار و بعد ۵۰۰۰ دلار سرمایه گذاری کردم. هر بار که من تو دفترش می‌دیدمش اون می‌گفت که به موفقیت نزدیکیم، یکم زمان بیشتری می‌خوایم و برای انجام بهینه سازی‌ها به پول نیاز داریم. مثل همون بچه ساده‌ای که بودم، باورش می‌کردم. من به سرمایه گذاری کردن ادامه دادم: ۱۰۰۰۰ دلار ... ۱۵۰۰۰ دلار ... ۲۰۰۰۰ دلار و بعدش ۲۵۰۰۰ دلار. شب و روزم شده بود این کار. مصمم بودم که به موفقیت برسونمش.

حالا در این نقطه، شاید بپرسید، "دن، این همه پول رو از کجا می‌آوردی؟" سوال خیلی خوبیه. از آخرین نفری که بهم ایمان داشت - مامانم.

من به حداکثر میزان بدهی کارت اعتباریم رسیده بودم و از هر خویشاوندی که بهم پول قرض می‌داد، پول قرض گرفته بودم. برای همین وقتی که "شریک تجاری" جدیدم پیداش میشد، فقط می‌تونستم به مامانم رو کنم.

روزی رو که "شریک تجاریم" ازم خواست که آخرین ۵۰۰۰ دلاری رو سرمایه گذاری کنم، یادمه. اون بهم گفت که این یکی آخریشه، و دیگه به پول برای ثروتمند شدن نیاز نداریم. البته که منم باورش کردم.

یکی از خجالت‌آورترین لحظات زندگیم

من مامانم رو بردم بانک تا بتونیم آخرین ۵۰۰۰ دلاری رو که نیاز داشتیم، بگیریم. مامانم تقریبا به حد نهایی اعتبارش رسیده بود. وقتی که تو صف بودیم، اون دست منو گرفت و با گریه گفت، "این کارو نکن دن، این کارو نکن."

مثل یه قمارباز دیوونه، من بهش گفتم، "مامان فقط بهم ایمان داشته باش. می‌دونم که می‌تونم موفق بشم." وقتی که ما ۵۰۰۰ دلار آخرو گرفتیم، اون هنوز دست من رو گرفته بود و داشت گریه می‌کرد.

اون روز من ۵۰۰۰ دلارو بردم پیش اون مرد و ازش پرسیدم که آیا این همه چیزیه که بهش نیاز داره. اون گفت آره و این که خیلی زود همه چی تموم میشه. بعدش من رفتم خونه با این امید که این کار یه موفقیت بزرگ رو برام رقم بزنه. یه روز گذشت - هیچ خبری از اون مرد نشد. دو روز گذشت - هیچ خبری نشد. سه روز گذشت - هیچ نشونه‌ای ازش نبود. من به تلفنش زنگ زدم - کسی تلفن رو برنداشت. به تلفن دفترش زنگ زدم - گفتن که چنین شماره‌ای وجود نداره. چه خبر بود؟

من با عجله رفتم به دفترش و همه چی از اونجا جمع شده بود. به هر شماره‌ای که به ذهنم می‌رسید که به اون مرد ربط داشت، زنگ زدم. منشی ساختمون، دفترای کنار دفترش. حتی از سرایدار پرسیدم. هیچ کس هیچی درباره این مرد نمی‌دونست. بقیه هم به اندازه من از این آدم بی‌خبر بودن. اون بدون هیچ ردی غیب شده بود. من فریب خورده بودم. در اون لحظه، پر از خشم، تنفر و شرم بودم. از دست خودم عصبانی بودم.

"چطور تونستم بذارم چنین اتفاقی بیفته؟ چرا انقدر احمقم؟ چطور تونستم همه پول مامانم رو از دست بدم؟ چرا مدام چنین اشتباهات احمقانه‌ای می‌کنم؟"

همینطور که داشتم پیاده می‌رفتم خونه و سعی می‌کردم به این فکر کنم که چی به مامانم بگم، رسیدم به یه پل. به پایین پل نگاه کردم. به اندازه کافی بلند بود که اگه یه نفر ازش بپره پایین، بمیره.

"شاید باید اینجا همه چی رو تموم کنم. شاید مامانم وضعیت بهتری داشت، اگر که من همه پولش رو از دست نمی‌دادم."

من برای چند لحظه اونجا ایستادم.

"شاید اگر که من وجود نداشتم، اون وضعیت بهتری داشت؟"

خوشبختانه، من امروز هنوز زنده‌ام. بخش کوچکی ازم بود که می‌دونست نمی‌تونم مامانم رو تو این دنیا تنها بذارم. می‌دونستم که باید مرد بشم و ازش مراقبت کنم.

این مزخرفه. دوباره انجامش بده

بعد از این که خودم رو جمع و جور کردم، شروع کردم به شرکت کردن در سمینارها و کارگاه‌های بیشتری برای ارتقاء استعدادهام. در یکی از سمینارها، اولین مربیم رو دیدم - آلن ژاکوز.

حالا، اگه شما آلن رو نمی‌شناسید، اون موسس شبکه سرمایه گذاری املاک (REIN) هست، بزرگترین شبکه املاک اون موقع. اون اولین شخصی بود که رابرت کیوساکی - نویسنده کتاب پدر پولدار/پدر بی پول - رو قبل از مشهور شدنش آورد به کانادا. برای مدت حدودا یه سال برای تقریبا هیچی برای آلن کار کردم.

در چند ماه اول هر روز، صدها پاکت رو برای پست کردن لیس می‌زدیم. بعد رفتم سراغ کمک به آلن در ویراستاری بعضی از نامه‌های فروش محصولاتش. بعد از مدتی آلن اجازه داد که اولین نامه فروشم رو بنویسم (نامه‌ای که برای مردم می‌فرستادیم تا اونارو درباره محصولات و خدماتمون مطلع کنیم). من روزها و شب‌هارو صرف اصلاح نامه فروشم کردم و اطمینان پیدا کردن نسبت به این که تک تک جملات و کلماتش درست هستند. وقتی که دادمش به آلن، اون بهم گفت، "این مزخرفه. دوباره انجامش بده."

من نامه رو دوباره بردم پیشش و اون گفت، "این مزخرفه. دوباره انجامش بده." من دوباره انجامش دادم و مطمئن شدم که بهترین چیزی بوده که نوشتم. من نامه رو بهش دادم و اون این بار به تانیه بیشتر نگاهش کرد و گفت، "هنوزم بدرد نمی‌خوره. یه بار دیگه." ما شش - هفت با این نامه رو رد و بدل کردیم تا این که بالاخره آلن گفت برای ارسال به اندازه کافی خوبه.

موضوع خنده دار اینه که سال‌ها بعد آلن بهم گفت، "می‌دونی دن، اولین نامه‌ای که نوشتی خیلی خوب بود. ولی من باید تورو به چالش می‌کشیدم. تو فکر می‌کردی که بهترین کارت رو روی نامه ارائه کردی، ولی اون بهترین کارت نبود. بار دوم فکر کردی که بهترین کارت رو ارائه کردی. یه فاصله‌ای وجود داشت بین چیزی که فکر می‌کردی بهترین کارته و بهترین کار واقعیت. داشتن توانایی دیدن این تفاوت و اعمال تغییرات لازم نحوه ارتقاء یافتنت در این تواناییه."

موسسه تک نفره "مردان دیوانه"

بعد از این که از آلن یاد گرفتم که یه کپی رایتر باشم، جدا شدم و موسسه تبلیغاتی تک نفره خودم رو تاسیس کردم. اولش خدماتم رو برای مبالغ بین ۵۰۰ دلار تا ۱۰۰۰ دلار می‌فروختم، ولی صرفاً چون که ساعت‌های کاری کمی داشتم که می‌تونستم در روز کار کنم، تعداد مشتریای که می‌تونستم دریافت کنم محدود بودن. می‌دونستم که اگه بخوام مامانم و خودم رو از نظر مالی پشتیبانی کنم، باید پول بیشتری رو برای خدماتم دریافت کنم. من کپی رایتری رو فقط برای مدت چند ماهی انجام داده بودم، برای همین فکر نمی‌کردم که می‌تونم بیشتر از ۱۰۰۰ دلار از مشتریام بخوام. اینجا بود که آلن دوباره من رو به چالش کشید.

"دن تو باید قیمت کارت رو ببری بالا. هزار دلار خیلی کمه."

"منم همین فکرو دارم. چی فکر می‌کنی، ۱۰ درصد ببرمش بالا؟ ۱۱۰۰ دلار؟ این قیمت خیلی معقوله."

"نه، دو برابرش کن."

"منظورت چیه؟ نمی‌تونم قیمت رو دو برابر کنم. من فقط برای چند ماهه که دارم این کارو انجام میدم! من یه بچه بیست و یه ساله هستم با لجه غلیظ؛ نمی‌تونم قیمتتم رو دو برابر کنم!"

"دن. دو برابرش کن."

من آهی کشیدم و گفتم، "باشه."

آلن بهم گفت که روبرو آینه بایستم و درخواست کردن پول بیشتر و تمرین کنم. من گوش دادم و رفتم جلو آینه.

من از خودم پرسیدم، "چقدر هزینه می‌گیرید؟"

من با لکنت زبون گفتم، "د-د-د-دو هزار دلار."

"چقدر هزینه می‌گیرید؟"

"د-دو هزار دلار."

"چقدر هزینه می‌گیرید؟"

"دو هزار دلار."

من انقدر تمرین کردم که تونستم قیمت رو با صورت صاف و بدون لکنت داشتن، بگم. چی حدس می‌زنید؟ وقتی که مشتری بعدی ازم پرسید که چقدر هزینه دریافت می‌کنم، من گفتم ۲۰۰۰ دلار و مشتری هیچ مقاومتی نکرد. در طول چند ماه بعدش چندتا مشتری دو هزار دلاری داشتم و احساس خیلی خوبی داشتم. تا این که آلن اومد سراغم و گفت،

"دن، وقتشه، دو برابرش کن."

"چی؟ دوباره قیمت رو دو برابر کنم؟ من همه مشتریام رو از دست میدم!"

"دو برابرش کن."

"محاله که چنین بهایی رو برای من بپردازن. اگه همه مشتریام رو از دست بدم، چطور هزینه‌هام رو بپردازم؟"

"دن، دو برابرش کن."

"باشه."

من روند رو تکرار و دستورالعمل‌های آلن رو دنبال کردم. برخلاف انتظارم، دوباره جواب داد. هیچ مقاومتی از طرف مشتری وجود نداشت. من روند رو چند ماه بعد تکرار کردم، و قیمت رو تا ۸۰۰۰ دلار بالا آوردم. و بعدش ۱۰۰۰۰ دلار. در طول یه سال من برای مقدار کار یکسانی از ۱۰۰۰ دلار رسیدم به ۱۰۰۰۰ دلار. اون موقع بود که یاد گرفتم - همیشه نباید برای بیشتر پول در آوردن سخت‌تر کار کنید؛ گاهی اوقات موضوع فقط آینه که ارزشتون رو نسبت به رقباتون بهتر منتقل کنید. از اون درس تونستم به اطمینان و امنیت برسم. من آمادگی‌ش رو داشتم تا مادرم رو تامین کنم، یه ماشین جدید بخرم و همه بدهیام رو بدم.

موفقیتی بزرگتر از آنچه که تصورش را می‌کردم

بعد از این که از طریق کپی رایتری به امنیت و اطمینان رسیدم، با شروع کردن چند کار آنلاین به موفقیت بزرگی رسیدم. من سابقه‌ای در زمینه کپی رایتری داشتم، برای همین یکی از اولین‌هایی بودم که وارد بازار شدم. من برتری خیلی بزرگی نسبت به بقیه داشتم. با تخصص در زمینه کپی رایتری که با اینترنت جفت شده بود، پول با سرعتی بیشتر از حدی که به عنوان به بچه تصور می‌کردم به سمتم جریان پیدا کرد. به روز، وقتی که بیست و هفت سالم بود، به حساب بانکیم نگاه کردم و دیدم به میلیون دلار پول دارم. این پول "موفقیتی" بود که من کل این مدت دنبالش می‌کردم. من "موفق شده بودم." از به پسر بچه مهاجر با حداقل دستمزد در به فروشگاه به جورایی به به میلیونر جوان تبدیل شده بودم. بعد از سال‌های زیادی کار سخت بالاخره وقت استراحت بود، برای همین رفتم به ساحل.

در طول ماه بعدی هیچ کاری نکردم. من رفتم به انگلیش بی، ساحلی در مرکز ونکوور و همونطوری که داشتم به اقیانوس نگاه می‌کردم نوشیدنی خنک خوردم - چیزی که بیشتر مردم به عنوان به بازنشستگی رویایی در نظر می‌گیرنش. اولش لذت بخش بود، ولی بعدش روز بعدم همین کارو کردم. و بعدش روز بعد. و بعدش روز بعد. و باور کنید یا نکنید، نشستن روی به پتوی شنی و انجام ندادن هیچ کاری به مدت به هفته خیلی خسته کننده است (و آفتاب سوختگی هم می‌گیرید). برای همین ماه بعدش روزی شش - هفتا فیلم نگاه می‌کردم. وقتی که اون همه فیلم نگاه می‌کنید، حدس می‌زنید که چه اتفاقی میفته؟ دیگه خیلی فیلم دوست ندارید!

من در وضعیتی بودم که خیلی از افراد دوست دارن در زندگی بهش برسن. بیشتر افراد باید تا شصت و پنج سالگی صبر کنن تا کاری رو انجام بدن که من تو بیست و هفت سالگی انجام می‌دادم، ولی من حوصلم سر رفته بود و درمونده شده بودم. هر چیزی که قرار بود من رو خوشحال کنه، خوشحالم نمی‌کرد. من هر چیزی رو که همیشه می‌خواستم داشتم و حتی بیشتر، ولی باز احساس نارضایتی می‌کردم.

نمی‌دونم چرا دارم گریه می‌کنم

به روز با گریه از خواب بیدار شدم. همسرم، جنی، این وضعیت رو دید و نگران شد. اون پرسید، "چرا داری گریه می‌کنی؟ چی شده؟"

"نمی‌دونم. همینجوری گریه گرفته."

"حالت خوبه؟ درد داری؟ می‌خوای بری بیمارستان؟"

"نه، نمی‌دونم چرا. فقط این احساس افسردگی اومده سراغم. نمی‌دونم دلیلش چیه."

من از درون احساس پوچی می‌کردم. من سخت تلاش کرده بودم تا به جایی که بودم برسم. زندگی خوبی داشتم. همه پولی رو که تو زندگیم آرزو می‌کردم، داشتم. همه نیازهام رفع شده بودن، و حتی بیشتر. این آزادی رو داشتم که هر کاری که می‌خواستم بکنم. ولی بدون هیچ دلیل واضحی، بازم درمونده بودم. من درباره همه چی سوال کردم، "دقیقا دنبال چی هستم؟ چرا انقدر سخت کار کردم؟ برای چه هدفی داشتم کار می‌کردم؟" و اگرچه که خیلی کلیشه‌ای به نظر می‌رسه، این سوال رو از خودم پرسیدم، "آیا زندگی چیزی بیشتر از این داره؟"

از اون نقطه به بعد، وارد یه سفر معنوی شدم. من عمیقا درگیر توسعه فردی و کار معنوی شدم. فکر می‌کردم که همه چی پول و نتیجه، و این که "عقاید غیرمتعارف معنوی" و اینجور چیزا پشمه. اما بعد از تجربه‌ای که داشتم، متوجه شدم که یه سری حقایق در این آموزه‌های معنوی وجود داره. همینقدر که برای یه میلیونر جوون مسخره به نظر می‌رسه، من می‌خواستم خودم رو پیدا کنم. من همه زندگیم رو صرف دنبال کردن دستاوردها کرده بودم، با این باور که اون دستاوردها منو به خوشحالی می‌رسونن. ولی من به این نتیجه رسیدم که چیزی که اشتیاقش رو داشتم دستاورد نبود، بلکه رضایته. من به اشتباه فکر می‌کردم که پول بهم معنی میده. سعی می‌کردم مسابقه کمال رو با دویدن روی مسیر موفقیت ببرم. من از خودم یه سوال ساده پرسیدم که شاید برای شما هم مفید باشه،

"چه زمانی بیشتر از همیشه خوشحالم؟"

جواب مشخص شد. وقتی که تو دانشکده بودم، چندتا دانشجو هنرهای رزمی داشتم که رایگان بهشون درس می‌دادم. من عاشق این کار بودم. وقتی که درس می‌دادم، جریان پیدا می‌کردم و زمان ناپدید میشد. عاشق این بودم که ببینم افراد درست جلو چشمم می‌درخشن و دگرگون میشن. آموزش دادن بهم هیجان می‌داد. من عاشق درس دادن بودم.

خیلی از مردم میگن، "من انقدر این کارو دوست دارم که رایگان انجامش میدم." من نمی‌تونم کاملا با این حرف موافق باشم. من معتقدم که انقدر باید کاری رو که انجام می‌دید دوست داشته باشید که به خودتون بگید، "من این کارو خیلی دوست دارم؛ این کار تنها کاریه که برای پول انجامش میدم." تا امروز وقتی که درس میدم در شادترین وضعیت ممکنم. با این حال، اون موقع فقط هنرهای رزمی رو درس می‌دادم و هرگز به این فکر نکرده بودم که به عنوان یه آموزنده هنرهای رزمی امرار معاش کنم. من از خودم پرسیدم، "چطور می‌تونم بیشتر درس بدم؟ چطور می‌تونم تجارتي رو بسازم که هدف، سود و اشتیاقم رو با همدیگه ترکیب کنه؟ چطور می‌تونم وضعیتی رو ایجاد کنم که این همه کاری باشه که می‌کنم؟" اون موقع بود که یه معلم تمام وقت شدم. اون موقع بود که شروع کردم به زندگی کردن اون زندگی که کاملا با باورهام هماهنگ و موافق بود. اون موقع بود که به مرحله نهایی زندگیم رسیدم: معنا.

برای زندگی کردن زندگی که عاشقش هستید، این یک سوال رو از خودتون بپرسید

"اگر که تو قرعه کشی برنده می‌شدید، بازم کاری رو که الان دارید می‌کنید، انجام می‌دادید؟" برای بیشتر افراد جواب اینه، "نه، فورا کنار می‌کشیدم. کاری رو که دارم انجام میدم همین الان کنار می‌ذاشتم." من می‌تونم بدون تردید بگم که دقیقا همون کاری رو انجام می‌دادم که همین الان دارن انجام میدم. چطور می‌تونم انقدر مطمئن باشم؟ خب، من خیلی بیشتر از یه جایزه قرعه کشی تا حالا پول درآوردم، و هنوزم دارم کار یکسانی رو انجام میدم. من هر روز زندگی خیلی سپاسگزار هستم.

من می‌تونم از استعدادهام، تخصصم، و تجربیم برای تاثیرگذاری روی زندگی میلیون‌ها نفر استفاده کنم. من یه سبک زندگی بدون استرس دارم و کاری رو انجام میدم که عاشقش هستم. آدمایی با استعداد جهانی هستند که سهام بینش، ماموریت و فرهنگ مارو می‌خرن، و من باید هر روز با افراد خارق العاده‌ای وقت بگذرونم و ازشون درس یاد بگیرم.

تاثیرگذاری روی زندگی میلیون‌ها نفر در سرتاسر جهان

من تقریبا هر روز از دانش آموزام مرسوله پستی دریافت می‌کنم. این مرسوله می‌تونه یه کارت پستال ساده باشه، یه ظرف از غذای شهرشون باشه، یا حتی تصویری از من باشه که با سنگ‌های قیمتی طراحی شده.

من سعی نمی‌کنم شمارو تحت تاثیر قرار بدم یا بهتون نشون بدم که چقدر خوبم. موضوع فقط حس قدردانیه که دانش آموزام نسبت به اجتماعمون دارن. ما در جامعهمون هر روز شاهد داستان‌هایی درباره موفقیت دانش آموزامون هستیم - داستان‌هایی درباره ترک کردن کارشون، پرداختن رهن خونشون، و خریدن پکیج‌های مسافرتی شایسته برای والدینشون. علاوه بر این موضوع همچنین می‌تونید ببینید که چطور دانش آموزای من خودشون رو با یه حس جدید شان و اعتماد پیش می‌برن.

من همچنین در رویداد خصوصی سالیانمون در ونکوور دانش آموزام رو ملاقات می‌کنم. هزاران نفر از دانش آموزام با پرواز به این رویداد میان تا تعطیلات آخر هفته بسیار خوبی رو با هم بگذرونیم. من شخصا همه داستان‌های دلگرم‌کنندشون رو می‌شنوم و عاشق تک تک این داستان‌ها هستم و برام گنجینه محسوب میشن.

من به اندازه کافی خوش شانس بودم که در پلتفرم‌های رسانه‌ای جهانی مثل یوتیوب، فیسبوک و اینستاگرام میلیون‌ها دنبال‌کننده دارم، پلتفرم‌هایی که این توانایی رو بهم میدن که با مردم کانادا، ایالات متحده، هنگ کنگ، سنگاپور، ویتنام، تایلند، هند، آلمان، فرانسه، انگلیس، اسکاتلند، نیجریه، مصر، و خیلی خیلی جاهای دیگه حرف بزنم. وقتی که روی اعمال یه تاثیر معنادار روی دیگران تمرکز می‌کنید، پول سریعتر، عادیترو راحتتر به طرفتون جریان پیدا می‌کنه. من فقط می‌خواستم به هر تعداد

آدم که می‌تونم درس بدم و کمک کنم. هرگز تصور نمی‌کردم که بتونم بطور همزمان با انجام این کارم چنین زندگی خوبی رو برای خودم بسازم.

انجام دادن کاری که عاشق انجام دادنش هستید

بیشتر روزای من صرف انجام دادن کارهایی میشن که عاشق انجام دادنشون هستم، مثل:

- کتاب خوندن و یادگیری
- آموزش دادن به دانش آموزا
- مسافرت رفتن با همسر و دوستانم
- استراتژی سازی، فکر کردن و برنامه ریزی برای آینده
- تمرین جیت کان دو - هنر رزمی مورد علاقم
- ملاقات کردن کارآفرینان و موسسان جهانی و درس گرفتن ازشون

جز موارد فوق، من "کار" خیلی زیادی نمی‌کنم. من کارو هر چیزی تعریف می‌کنم که نمی‌خوام انجامش بدم. من یه تیم دارم که ترتیب این کارارو برای من میدن، بنابراین من می‌تونم روی چیزی تمرکز کنم که بیشتر برام الهام بخش باشه و مهمترین تاثیر رو اعمال کنه. به ندرت من نیاز دارم نگران این باشم که هر روز در تجارت چه اتفاقی میفته. اگر که آتیشی وجود داره که باید خاموش بشه، تیمم بهم اطلاع میدن. اغلب اوقات اونا خودشون مشکل رو حل می‌کنند.

الان من چهار و نیم روز در هفته کار می‌کنم، دوشنبه تا پنجشنبه و نصف جمعه. اگر که می‌خواستم می‌تونستم کمتر کار کنم، بیشتر کار کنم، یا اصلا کار نکنم، ولی شرایط کنونی شرایطیه که منو بیشتر خوشحال می‌کنه. هر از گاهی یکی - دو هفته دست از کار کردن می‌کشم تا به ملاقات مادرم در آسیا برم، یا یه سفر بدون برنامه ریزی با همسرم داشته باشم. سایر اوقات به شهرهای مختلف پرواز دارم تا سایر اعضای سازمان روسای جوان (YPO) رو ملاقات کنم و ببینم که چه ایده‌هایی رو می‌تونم از طرفشون برای تیمم بیارم. اگر که سازمان YPO رو نمی‌شناسید، این سازمان متشکل از یه گروه نخبه از کارآفرینان و مدیر عاملانی از سرتاسر جهانیه. طبق اطلاعات درج شده در وبسایتشون، اعضای این سازمان مسئول درآمد سالانه ۹ تریلیون دلار در ایالات متحده هستند، و بیست و هفت میلیون نفر در سرتاسر جهان براشون کار می‌کنن. اگه دور و بر این بزرگان هستید، چه دوست داشته باشید چه دوست نداشته باشید، شروع می‌کنید به داشتن ایده‌های بزرگ.

بنابراین اگر که از من می‌پرسیدید، "روزانه چه کار می‌کنم؟" جواب من این بود، "هر کاری که بخوام."

چهار مرحله زندگی

تا این مرحله از زندگی من چیزای زیادی رو پشت سر گذاشتم. سهم خودم رو از موفقیت‌ها و شکست‌ها داشتم. من پول در آوردم و پول از دست دادم، افراد بزرگ زیادی و آدمای بد زیادی رو دیدم، و فراز و نشیب‌های زیادی داشتم. من طبق تجربه و مشاهداتم، معتقدم که در تلاش برای رسیدن به بیشتر در زندگی چهار مرحله زندگی وجود داره که هممون پشت سر می‌ذاریمشون: بقا، امنیت، موفقیت و معنا.

این چهار مرحله به همین ترتیب رخ میدن، و هیچ تضمینی وجود نداره که همه به مرحله معنا برسن. همینطور که در ادامه می‌بینید، هر مرحله نسبت به مرحله قبلی سهم بیشتری رو از تلاشتون و خودتون می‌طلبه. بیاید درباره مرحله اول حرف بزنیم.

مرحله اول: بقا

موضوع اصلی مراقبت از خودتون و پرداخت هزینه‌هاست. ممکنه بدهی داشته باشید، ورشکسته باشید، یا با حقوق ماهیانه در حال زندگی کردن باشید - هر وضعیتی که دارید، موضوع و نگرانی اصلی برای شما بقاست. شما حس می‌کنید که دارید غرق می‌شید و برای نفس کشیدن دست و پا می‌زنید.

من برای مدت زمانی بسیار طولانی در این مرحله گیر افتاده بودم. با این حال اگر که سعی کنید و شروع کنید به برعهده گرفتن مسئولیت بیشتری برای زندگیتون، به مرحله اطمینان می‌رسید.

مرحله دوم: اطمینان

وقتی که به اطمینان دست پیدا می‌کنید، مقداری فضا برای تنفس کردن دارید. جایی برای زندگی کردن، ماشینی برای راندن و غذایی برای خوردن دارید. دیگه نگران پرداخت هزینه‌هایی که موعدهشون هفته دیگه است، نیستید. این مرحله مرحله‌ایه که بیشتر افراد داخلش می‌موندن.

اونا می‌تونن هزینه‌هارو بپردازن، ولی تن آسایی می‌کنند. اونا زندگی خوب، یه خونه مناسب، یه ماشین خوب و یه شغل محترمانه دارن. اونا برای بردن بازی نمی‌کنن. اونا برای باختن زندگی می‌کنن چون از هر گونه ریسک کردن و باختن چیزی که الان دارن، می‌ترسن. برای من سال‌ها طول کشید تا به مرحله اطمینان برسم، ولی خوشحالم که در این مرحله توقف نکردم. من به تلاش کردن برای رسیدن به موفقیت ادامه دادم چون فکر می‌کردم که موفقیت چیزیه که برام خوشحالی میاره.

مرحله سوم: موفقیت

حالا هر چیزی رو که نیاز دارید و هر چیزی رو که برای خودتون می‌خواید، دارید. شما یه ماشین خوب می‌رونید، در خونه رویاییتون زندگی می‌کنید، و هر کاری رو که دوست دارید، هر زمانی که دوست دارید، انجام می‌دید. افراد زیادی به شما نگاه می‌کنن و شمارو الگوی خودشون قرار میدن، چون شما رهبر و پیشرو صنعتتون هستید - شما دارید زندگی می‌کنید.

با این حال وقتی که برای مدت زمان زیادی در این مرحله می‌مونید، متوجه می‌شید که به فضای خالی داخلش وجود داره - به چیزی گم شده. شما نمی‌تونید تعیین کنید که در زندگی چی کم دارید. بیشتر مردم فکر می‌کنند که برای پر کردن این فضای خالی باید بیشتر به دست بیارن. من ده سال از زندگیم رو صرف دنبال کردن موفقیت کردم و وقتی که به این مرحله رسیدم، بازم این فضای خالی رو حس کردم. من سعی کردم این فضای خالی رو با دستاوردهای بیشتر پر کنم، ولی تا زمانی که به مرحله آخر - معنا - نرسیدم، رضایت واقعی رو پیدا نکردم.

مرحله چهارم: معنا

در این مرحله هر چیزی رو که نیاز دارید و می‌خواید دارید، اما حالا متوجه می‌شید که رضایت واقعی از کمک کردن به دیگران و رشد دادن دیگران حاصل میشه. متوجه می‌شید که موفقیت رسیدن به چیزی که می‌خواید، در حالی که معنا دادن چیزیه که دارید. وقتی که دارید در این مرحله زندگی می‌کنید، با احساس قدردانی، وفور و حس شادی و لذت در درونتون از خواب بیدار می‌شید.

شما برای رسیدن به بیشتر تلاش می‌کنید با این حال بابت چیزی که دارید راضی هستید. شما اهداف بلند پروازانه‌ای دارید، با این حال محدود نیستید. شما قوی هستید، ولی سخت و غیرقابل انعطاف نیستید. چیزی وجود نداره که بخواید اثباتش کنید، با این حال دارید بیشتر از گذشته به دست میارید. شما برای آینده برنامه ریزی می‌کنید، با این حال کاملاً در حال حاضر هستید. شما کاملاً با جریان زندگی هم جهت هستید - نه برخلافش. از زمانی که تصمیم گرفتیم به افراد بیشتری کمک کنم و روی افراد بیشتری تاثیر بذارم، افراد زیادی بهم گفتن که تغییر کردم - کمتر سختگیر و آرامتر هستم، با این حال همه دارن می‌بینن که دارم بیشتر از همیشه به دست میارم. اونا ازم می‌پرسن، "دن چطور این کارو می‌کنی؟"

دلیلش اینه که دست از تمرکز کردن روی موفقیت برداشتم و رفتم سراغ معنا.

فعالیت بازش کن

- در حال حاضر در کدام مرحله اقتصادی هستید؟
- می‌خواهید در چه مرحله اقتصادی باشید؟

بعدش چی؟

شما داستان من رو شنیدید و حالا وقتشه که داستان خودتون رو رقم بزنید.
حالا که مراحل اقتصادی رو درک می‌کنید، بخش بعدی بهتون نشون میده که چطور به مرحله اقتصادی که می‌خواهید برسید.

بخش ۱: ثروتان را رقم بزنید

دنیا پر از نابرابریه؛ نابرابری نژادی، نابرابری جنسی، نابرابری تحصیلی، نابرابری سیاسی و البته نابرابری اقتصادی. می‌تونید ببینید که ثروتمندا دارن ثروتمندتر و فقیرا دارن فقیرتر میشن - طبقه متوسط داره ناپدید میشه. حالا، این عادلانه است؟ من نمی‌دونم. همه چیزی که می‌دونم اینه که این اتفاقیه که الان داره رخ میده.

در اوج این نابرابری اقتصادی، دانشجویها بدون آمادگی و در وضعیت نامناسبی از دانشگاه‌ها خارج میشن. نسخه سپتامبر ۲۰۱۸ مجله نیوز اند وورد ریپورت ایالات متحده اعلام کرد که در طول بیست سال گذشته هزینه متوسط دانشگاه‌های ملی آزاد ۱۶۸ درصد و هزینه دانشگاه‌های ملی دولتی ۲۴۳ درصد افزایش پیدا کرده. هزینه دانشگاه‌ها در حال افزایشه و سطح درآمدها با این سرعت زیاد نمیشه. اگرچه خیلی از کودکانی نسل انفجار زمانی رو می‌تونن به یاد بیارن که در طول دوران تحصیلشون کار می‌کردن و با هیچ بدهی یا بدهی خیلی کمی فارغ التحصیل می‌شدن، چنین چیزی امروزه برای بیشتر دانشجویها ممکن نیست.

با این همه ناپایداری و تردیدی که درباره آینده وجود داره، مردم بیشتر از همیشه دارن دنبال جواب می‌گردن. اگرچه درسته که دسترسی به اطلاعات از همیشه بیشتر شده، همچنین حقیقت داره که اطلاعات نادرست هم بیشتر از همیشه در دسترس عمومه.

برای همین در این بخش من می‌خوام طلسم بعضی از خطرناکترین "افسانه‌های ثروت" رو بشکنم که معتقدم مانع پیشرفت اقتصادی مردم شدن. در پایان این بخش، شما همچنین مفهوم مثلث ثروت من رو می‌بینید که بهتون نشون میده چطور می‌تونید در زندگی اقتصادی‌تون پیشرفت کنید.

بیاید شروع کنیم.

چهار افسانه خطرناک ثروت

افسانه ثروت شماره ۱: فشار بیار و سختتر کار کن

فشار بیار. سخت کار کن. کار کن تا زمانی که بیفتی. تا زمانی که از پا در اومدی کار کن و بعدش بیشتر کار کن.

اگر که سخت کار کردن راز موفقیتیه، پس چرا پاکبان‌ها میلیونر نیستند؟ میلیون‌ها کارگر ساختمون سازی، دربان، نویسنده، و آشپز هستن که به اندازه کافی پول در میارن که راحت زندگی کنن. اگر که راز موفقیت سخت کار کردن بود، افراد خیلی بیشتری شادتر و ثروتمندتر بودن.

من در کار اولم در به فروشگاه خریدارو بسته بندی می‌کردم و ساعتی ۱۰ دلار در می‌آوردم. من ساعت‌ها روی پا می‌ایستادم. کمرم درد می‌گرفت، پاهام درد می‌گرفت، و هر روز از رفتن به محل کارم وحشت داشتم. چند سال گذشته و حالا من ساعتی ۱۰۰۰۰ دلار به عنوان هزینه مشاوره دریافت می‌کنم. نرخ درآمد ساعتی من از ۱۰ دلار رسیده به ۱۰۰۰۰ دلار - چه چیزی تغییر کرده؟ خب، من که عمدتاً همون آدم قبلیم. من اون موقع مدرک تحصیل دانشگاهی نداشتم، و حالا هم مدرک تحصیل دانشگاهی ندارم. من هنوزم با لجه غلیظی صحبت می‌کنم. من هنوزم همون دن لاک هستم. تنها تفاوت موجود ارزشیه که من می‌تونم به بازار بدم. پول چیزی جز محصول جانبی ارزش آفرینی نیست.

اگر از بیشتر افراد پرسید که چطوری باید پول بیشتری در بیارید، اونا بهتون میگن سختتر کار کنید - "یه شغل دوم پیدا کنید - یه شیفت دیگه سر کار بمونید - اضافه کاری وایسید." من به این روش میگم "روش تفنگ ساچمه‌ای." شما تزریق می‌کنید و دعا می‌کنید. شما هر چیزی رو امتحان می‌کنید، انرژیتون رو روی کارهای مختلف تقسیم می‌کنید، به این امید که یکی از اون کارها نتیجه مورد نظرتون رو بهتون بده. نتایج حاصل از این روش هم مثل خودش آبکی هستند.

ولی چی همیشه اگر که به جای که ساعت‌های بیشتری رو کار کنید، ارزش ساعت‌هاتون رو زیاد کنید؟ چی میشد اگر که یاد می‌گرفتید که مشکلات بزرگتری رو برای دیگران حل کنید؟ چی میشد اگر که استعداد هاتون رو ارتقاء می‌دادید و ارزش بیشتری رو ارائه می‌کردید؟

بسته بندی خریدها مشکل بسیار ساده‌ای برای حل کردنه - تقریباً هر کسی می‌تونه انجامش بده. ولی مشاور به شرکت بودن و کمک کردن در توسعه و برگزاری کمپین‌های بازاریابی موفق - این مشکل حل کردنش خیلی سخت‌تره. وقتی که از این دیدگاه بهش نگاه می‌کنید می‌تونید ببینید که پول چطور بیشتر به ارزشی که ارائه می‌کنید متصله - نه به مقدار کار و تلاشی که می‌ذارید. روی ارتقاء تواناییاتون و افزایش ارزشی که می‌تونید ارائه کنید، تمرکز کنید. درآمدتون این تغییرات رو دنبال می‌کنه.

افسانه ثروت شماره ۲: به تجارت رو شروع کن

تا حالا تصاویری رو که در فیسبوک، اینستاگرام و یوتیوب زندگی به "کارآفرین موفق" رو نشون میدن، دیدید؟ می‌دونید منظورم چیه. تصاویر ماشینایی رو نشون میدن که این افراد می‌روندن، مکان‌هایی که برای تعطیلات بهش سفر می‌کنند، خونه‌هایی که داخلش زندگی می‌کنند و زندگی که پیش می‌برن. آسونه که به این تصاویر نگاه کنید و به خودتون بگید، "منم این زندگی رو می‌خوام، برای همین مثل این افراد به تجارت رو شروع می‌کنم. بعدش به ماشین شیک رو می‌روم، تو به خونه شیک زندگی می‌کنم، به دوست دختر مدل خواهم داشت، و به همه بهترین مکان‌های دنیا سفر می‌کنم."

خب، ببخشید که می‌زنم تو ذوقتون. بیشتر افراد آمادگی شروع کردن به تجارت رو ندارن. چرا؟ چون بیشتر افراد با دلایل اشتباهی تجارتشون رو شروع می‌کنند. وقتی که به نفر بهم میگه که می‌خواد تجارتی رو شروع کنه، من دلیل این کارش رو ازش می‌پرسم. معمولاً یکی از این سه دلیل رو می‌شنوم:

۱. پول بیشتری می‌خواهم.

۲. آزادی بیشتری می‌خواهم.

۳. زمان بیشتری می‌خواهم.

مشکل اینجاست که بیشتر کارآفرین‌ها کارآفرین نیستند. اونا کارمندایی هستند مبتلا به تشنج کارآفرینی. این یعنی چی؟ بیشتر آدمایی که می‌خوان به تجارت رو شروع کنند، کارمندایی هستند که یا از شغلشون متنفر هستن و می‌خوان فرار کنن، یا فکر می‌کنن که می‌تونن با راه اندازی به تجارت نسبت به رئیسشون کار بهتری رو انجام بدن. اونا با خودشون میگن، "من رئیسم رو اخراج می‌کنم، کار خودم رو انجام میدم، و رئیس خودم خواهم بود،" ولی با به نگرش کارمندی وارد به تجارت میشن.

یه هشدار: داشتن به تجارت وقت آزاد بیشتری رو به شما نمیده. مثل مراقبت از یه بچه است. بچه‌ها و تجارت‌ها نیاز دارن که پرورش داده بشن و تغذیه بشن؛ اونا به توجه و مراقبت دائمی نیاز دارن. کسایی که به تازگی صاحب تجارتی شدن زمان آزاد کمتری دارن، نه بیشتر. در شروع کار، معمولا کارهای زیادی رو انجام می‌دید، از دفترداری گرفته تا بستن قراردادها تا ارائه تا بازاریابی تا خدمات رسانی و غیره و غیره.

اگر که الان به کارآفرین هستید، می‌دونید که شروع به تجارت روندیه که باید هفت روز هفته روزی ۲۴ ساعت درگیرش باشید. حتی زمانی که سرکار نیستید هم واقعا بیکار نیستید. دارید به این فکر می‌کنید که چطور تجارتتون رو رشد بدید، چطور مشکلات رو حل کنید و چطور وضعیت رو بهتر کنید. اگر که به دنبال به روش درآمدزایی آسون هستید، شغلی رو پیدا کنید که ساعت کاریش از ۹ صبح تا ۵ عصر باشه. به مراتب از شروع به تجارت آسونتره.

افسانه ثروت شماره ۳: درآمد غیرفعال

آیا با ایده "درآمد غیرفعال" آشنا هستید؟ این ایده در همه اون کتاب‌های تجارت سالای ۲۰۰۰ تبلیغ شد. اونا بهتون میگن که فقط روی درآمد غیرفعال تمرکز کنید. روی به دست آوردن خودکار پول تمرکز کنید تا بتونید بازنشسته بشید. شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای عاشق این ایده هستند. اونا این ایده رو به افراد می‌فروشن که فقط با عضو کردن چند نفر در گروهشون، می‌تونن لب ساحل بشینن و در حالی که پول وارد حسابشون میشه نوشیدنی مای تای بخورن.

می‌دونستید که طبق گزارش کمیسیون تجارت فدرال ۹۹ درصد افرادی که وارد به شرکت بازاریابی شبکه‌ای میشن پول در نمیارن؟ دلیلش اینه که هر کسی که وارد این شرکت‌ها میشه روی درآمد غیرفعال متمرکز میشه. همه می‌خوان در ازای انجام هیچ کاری به یه چیزی برسن. اون به درصدی که پول در میارن اصلا غیرفعال نیستن. من از کجا می‌دونم؟ بعضی از دوستای خوبم بازاریاب‌های شبکه‌ای برتر هستند. اگر که بخوان "درآمد غیرفعالشون" رو نگه دارن، باید مدام آدم عضو کنن، در کنفرانس‌ها شرکت کنن، به شهرهای مختلف سفر کنن، تیمشون رو مدیریت کنن، و اعضای جدید روی آموزش بدن. اونا به ندرت تو ساحل می‌شینن و مای تای می‌خورن.

من متوجه شدم که این ایده درآمد غیرفعال یه مشکلی داره. در بیشتر جنبه‌های زندگی ایده "غیرفعال" جواب نمیده. فرض کنیم که می‌خواید هیکتون رو بسازید. آیا می‌گید، "هی من می‌خوام بدنم رو بسازم. برای همین یه سری تمرین ورزشی غیرفعال رو انجام میدم"؟ نه! چنین حرفی بی‌معنیه. اگر که یه رابطه سالم می‌خواید، دنبال "قرارهای غیرفعال" نمیرید.

کلمه "غیرفعال" معنی خطرناکی رو پشت خودش داره. معنیش اینه که شما می‌تونید در ازای هیچی به یه چیزی برسید، ولی دنیا اینجوری پیش نمیره.

هر چیزی کار و تلاش می‌خواد. حتی متعارفترین ایده‌های درآمد غیرفعال - سرمایه گذاری در بورس، فروش آنلاین محصول، و خرید ملک - اگر که می‌خواید داخلشون موفق بشید همشون مقداری تلاش رو می‌طلبن. ممکنه بازار تغییر کنه و اگر که شما تحقیق و بررسی نکنید، سهامتون بی‌ارزش خواهد بود. وقتی که محصولی رو می‌فروشید هم برای بازاریابی کردن زمان و پول خرج می‌کنید.

حتی ریچارد برانسون، بیل گیتس، وارن بافت، ایلان ماسک و دیگر افراد ثروتمند هم با داشتن مشارکت فعال در منافع اقتصادیشون ثروتشون رو حفظ می‌کنن. همشون کار می‌کنن. همشون در سرمایه گذاریاشون بسیار فعال هستن. همشون در تجارتشون خیلی فعال هستن. به جای کلمه "غیرفعال" که خیلی خطرناکه، من توصیه می‌کنم که از یه عبارت متفاوت استفاده کنید: درآمد اهرمی. درآمد اهرمی درآمدیه که شما با استفاده از منابع، زمان و پول دیگران به دست میارید.

وقتی که یه شرکت نوپا از سرمایه گذاران خطرپذیر سرمایه به دست میاره تا در مراحل نوزادی از نظر مالی پشتیبانیاشون کنه، درواقع داره ازشون استفاده اهرمی می‌کنه. وقتی که کارمند استخدام می‌کنید و بهشون وظایفی رو محول می‌کنید، دارید ازشون استفاده اهرمی می‌کنید. شاید بپرسید فرق بین درآمد غیرفعال و درآمد اهرمی چیه؟ شباهت زیادی به همدیگه دارن. تفاوت اصلیشون در اینه: درآمد غیرفعال یعنی که شما در ازای هیچی پول می‌گیرید. درآمد اهرمی از اهرم کردن کار دیگران به دست میاد. وقتی که صحبت از تجارت‌های مقیاس پذیر به میون میاد اهرم مفهوم مهمیه که باید درکش کنید. در حال حاضر بدونید که درآمد اهرمی بهتر از درآمد غیرفعاله.

افسانه ثروت شماره ۴: آزادی مالی

برای خیلی از افراد ایده "آزادی مالی" یعنی که به اندازه کافی پول داشته باشن تا این که مجبور نباشن دوباره کار کنند. با داشتن پول به اندازه کافی می‌تونید هر کاری رو که می‌خواید، هر جا و هر زمانی که می‌خواید انجام بدید. خیلی خوب به نظر میاد، درسته؟ مشکل این ایده اینه که یه توهمه. من چنتا تجارت و سرمایه گذاری خودکار داشتم که برام درآمد ماهیانه داشتند. حتی اگر که هیچ کاری نمی‌کردم هم فروش و درآمد داشتم. ولی خیلی زود فهمیدم صرفاً چون که الان "آزادی مالی" دارم، معنیش این نیست که برای همیشه آزادی مالی دارم.

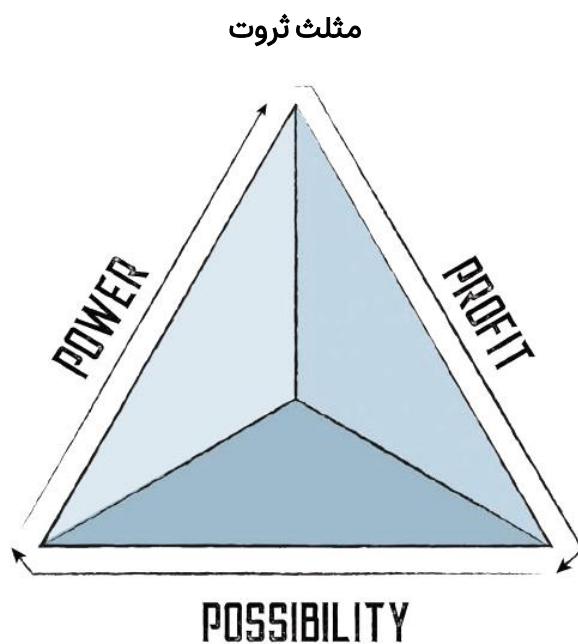
اوضاع تغییر می‌کنه، بازار تغییر می‌کنه، اقتصاد تغییر می‌کنه، سیاست‌های دولت تغییر می‌کنن. این یعنی چیزی که یه روزی به شما "آزادی مالی" میده، ممکنه یه روز دیگه هیچی بهتون نده.

به جای آزادی مالی، من ترجیح میدم که *اطمینان مالی* داشته باشم. یعنی که بدونید که استعداد و توانایی لازم رو برای پول در آوردن دارید، حالا هر اتفاقی که می‌خواد بیفته. معنیش اینه که مجبور نباشید به یه رئیس تکیه کنید تا بهتون ترفیع بده. یعنی که مجبور نباشید از بروز تغییرات در اقتصاد بترسید. معنیش اینه که هرگز احساس نکنید که وقتی موضوع زندگی اقتصادیتون به میون میاد تحت کنترل نیروهای خارجی هستید. وقتی که اطمینان مالی دارید، این اطمینان بهتون امنیت، آرامش خاطر و راحتی میده. این چیزیه که باید در حرفتون هدف بگیرید.

خب حالا چطور به اون اطمینان مالی می‌رسید؟

مفهومی که زندگی من رو دگرگون کرد: مثلث ثروت

این مفهوم ساده ولی خیلی عمیقه - این مفهوم یه نظریه یا فلسفه نیست. بلکه از تجربیات و مشاهدات من نشات می‌گیره، و روزانه توسط مشتریانم، دانش آموزام و طرفدارام در سرتاسر دنیا به مبارزه دعوت و تست میشه.



نحوه عملکردش:

مثلث ثروت سه وجه داره: قدرت (POWER)، سود (PROFIT) و فرصت (POSSIBILITY)

۱. قدرت از توانایی‌های پردرآمد میاد

توانایی‌های پردرآمد این اجازه رو به شما می‌دهد که ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار یا بیشتر درآمد داشته باشید، اگر که سرویسی رو ارائه کنید که بقیه افراد می‌دونن بهش نیاز دارن اما نمی‌دونن که چطور انجامش بدن. این توانایی تواناییه که هیچ کس نمی‌تونه از شما بگیرتش و بین صنایع مختلف قابل انتقاله. با داشتن این توانایی شما دارید زمانتون رو در ازای دلار می‌دید. یه توانایی پردرآمد به شما درآمد و راحتی می‌ده؛ پایداری رو برای مثلث ثروتتون به ارمغان میاره. با این توانایی شما قدرت کنترل زندگیتون رو پس می‌گیرید. شما به کمکش زمان و درآمد خودتون رو کنترل می‌کنید. دیگه هیچ سقف شیشه‌ای روی درآمدتون وجود نخواهد داشت. بازار، و نه یه رئیس، ارزش استعداد و توانایی شمارو تعیین می‌کنه. این اطمینان مالی واقعیه.

اگر که برای یادگیری توانایی‌های پردرآمد اشتیاق دارید، می‌تونید برید سراغ بخش "تواناییان را برای درآمدزایی بیشتر رقم بزنید" که داخلش مثال‌هایی از این توانایی‌ها زده شده و به کمک مطالبش یاد می‌گیرید که چطور توانایی و استعدادتون رو توسعه بدید.

الان دیگه ماهی بزرگه ماهی کوچیکه رو نمی‌خوره. الان دیگه ماهی سریع‌ه ماهی کنده رو می‌خوره. پول عاشق سرعت.

۲. سود از تجارت‌های مقیاس پذیر میاد

یه تجارت مقیاس پذیر تجارویه که شما می‌تونید تکرارش کنید، و با سرعت و بدون زیرساخت بزرگ یا سرمایه زیادی رشد می‌کنه. مثلاً، آیا یه رستوران یه تجارت مقیاس پذیره؟ نه! هر بار که شما می‌خواید یه شعبه جدید رو باز کنید، باید منابع مالی و زمانی سرمایه گذاری کنید و زیرساخت جدیدی رو بسازید. باید یه اجاره نامه جدید رو امضاء کنید، منابع مالی بیشتری رو سرمایه گذاری کنید، مکانی رو بازسازی کنید، کارمندی جدیدی رو استخدام کنید و آموزششون بدید، در مورد مکان جدید بازاریابی کنید، و میلیون‌ها کار دیگه رو انجام بدید تا این تجارت بتونه خودش رو هدایت کنه.

یه تجارت مقیاس پذیر تجارویه که شما می‌تونید برای خدمات رسانی به مشتریای بیشتری بدون دادن هزینه زیاد راه بندازید. مثلاً برای خدمات رسانی به مشتریای بیشتر با اوبر یا نرم افزار SaaS نیازی نیست که دفتر جدیدی رو باز کنید. همینطور که رشد می‌کنید باید کارمندی بیشتری رو استخدام کنید، ولی تعداد کارمندی که دارید رشدتون رو محدود نمی‌کنن، نه به اندازه زمانی که یه رستوران دارید.

توانایی‌های پردرآمد یه درآمد پایدار بهتون میدن، در حالی که یه تجارت مقیاس پذیر سود و گردش وجه رو براتون به ارمغان میاره.

۳. فرصت از سرمایه گذاری های پربازده حاصل میشه

یه سرمایه گذاری پربازده سرمایه گذاریه که سالیانه حداقل ۱۰ درصد سود بهتون بده. هدف سرمایه گذاری پربازده تولید درآمد نیست، بلکه رشد ارزش خالص و زیاد کردن تعداد فرصت ها تونه.

توانایی پردرآمد شما یه درآمد ثابت بهتون میده، بهتون کمک می‌کنه تا قدرتتون رو پس بگیرید و در کنار سرمایه گذاری پربازدهتون ارزش خالصتون رو افزایش و تعداد فرصتاتون رو زیاد می‌کنه.

چرا مثلث ثروت شفافیت میاره

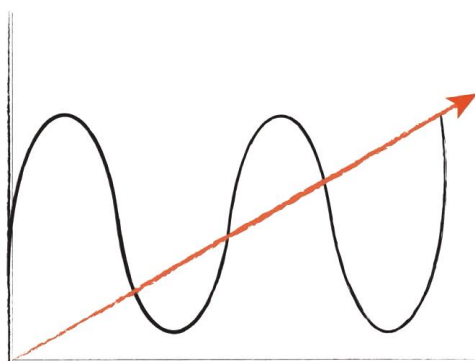
مثلث ثروت در ظاهر ساده است، ولی در باطن هم همینطوره. وقتی که عمیقتر بهش نگاه می‌کنید، این مفهوم به سوالات متعارف زیادی پاسخ میده.

"دن، من تازه شروع کردم. باید با چه تجارتی شروع کنم؟"

با هیچی!

وقتی که هیچ درک و فراست تجاری ندارید، هیچ تجارتی رو شروع نکنید. به جاش اول روی توانایی پردرآمد تمرکز کنید. اول یاد بگیرید که ۱۰۰۰۰ دلار در ماه پول در بیارید. ببینید آدما در سریال *شارک تنک* همیشه روی چیزی سرمایه گذاری می‌کنن که فکر می‌کنن یه تجارت مقیاس پذیره و پس اندازه‌های زندگیشون رو صرف این تجارت می‌کنن. "این ایده عالی به ذهنم رسید! برای همین هر چی رو که داشتم گذاشتم روش. خونم رو دادم رهن، از خونواده و دوستانم پول قرض گرفتم، و حالا من دوهزارتا بازی صفحه‌ای توی گاراژم دارم. روی من سرمایه گذاری کن!" و البته اگر که کوین اولری اونجا بود می‌گفت، "تو برای من مردی."

خط توانایی پردرآمد



خط سیاه: گردش وجه تجارت

خط نارنجی: توانایی پردرآمد

وقتی که به نمودار فوق نگاه می‌کنید، به خط سیاه رو می‌بینید که نوسان داره و به خط نارنجی که سیر صعودی ثابت داره. خط سیاه نمایانگر گردش وجه به تجارت استاندارد. خط نارنجی پتانسیل درآمدی به توانایی پردرآمد رو نشون میده.

همونطور که هر تاجری بهتون میگه، هر شرکتی فراز و نشیب‌های خاص خودش رو داره. بعضی از سال‌ها خیلی خوبن، بعضی سال‌ها خیلی خوب نیستند. گردش وجه نوسان می‌کنه، که یعنی شما نمی‌تونید روی تجارتتون حساب کنید که شالوده درآمدتون باشه. ولی با به توانایی پردرآمد پتانسیل درآمدیتون تغییر نمی‌کنه، بلکه باید هر سال افزایش پیدا کنه. دلیل رشد ثابت داشتن این پارامتر اینه که تواناییتون شمارو ترک نمی‌کنه، و از اونجایی که توانایی پردرآمد شما قابل انتقال به تجارت‌های مختلفه، به اندازه به تجارت نسبت به تغییرات اقتصادی آسیب پذیر نیست.

سوال دیگری که اغلب از من پرسیده میشه، اینه، "دن باید روی چی سرمایه گذاری کنم؟"

راستش اگر که توانایی‌های پردرآمدتون رو گسترش ندادید، روی هیچی. چرا نیاز دارید که روی چیزی سرمایه گذاری کنید؟ شما به سرمایه نیاز دارید. اگر که می‌خواید در سهام، اوراق قرضه یا ارز دیجیتال سرمایه گذاری کنید - به پول نیاز دارید. اگر که پول ندارید، چطور می‌تونید به سرمایه گذاری مجدد ادامه بدید (حتی اگر که به هدف سرمایه گذاری خوب رو پیدا کردید)؟ در همین حین شما همچنین نیاز دارید که غذا بخورید و هزینه‌هاتون رو بپردازید. از کجا پول این چیزارو میارید؟ سودی که از سهام دریافت می‌کنید کافی نخواهد بود - خصوصاً اگر که تازه دارید شروع می‌کنید.

املاک چطور؟ احتمالاً می‌دونید یا حداقل شنیدید که افراد از طریق معاملات ملک پول در میانن، درسته؟ خب راستش این قضیه داستان متفاوتیه، اگر که تازه دارید شروع می‌کنید. اگر که ملکی رو بخرید و روی اجاره نشین‌ها حساب کنید که به شما درآمد ماهیانه بدن، اگر که اجاره نشین‌ها برن چه اتفاقی میفته؟ اگر که سرویس بهداشتی خراب بشه چی میشه؟ وقتی که هزینه‌های پیش بینی نشده بروز می‌کنن، چی میشه؟ درآمدزایی از این طریق بیشتر به سردرد خواهد بود تا ارزش.

پس قبل از این که برید سراغ سرمایه گذاری‌های پربازده، اول روی توسعه توانایی‌های پردرآمدتون تمرکز کنید.

شفافیت قدرته

امیدوارم که تا الان به درک کمی از این موضوع رسیده باشید که چرا مثلث ثروت قدرتمنده. این مفهوم یه توصیه همه جانبه رو ارائه نمی‌کنه، ولی تعیین می‌کنه که در سفر مالی کنونیتون کجا هستید. کاری که من دارم انجام میدم شاید بهترین اقدام برای شما نباشه، و چیزی که من دارم روش سرمایه گذاری می‌کنم شاید بهترین گزینه برای شما نباشه. همه چی به این موضوع بستگی داره که در مثلث ثروت کجا هستید. وقتی که این مثلث رو درک کردید، به شفافیت می‌رسید. شفافیت قدرته، و قدرت توانایی اقدام کردنه.

ما در بخش‌های بعدی روی هر عنصر مثلث قدرت بیشتر مانور میدیم. اول می‌خوام شش الگو رو به شما معرفی کنم - شش مورد از متعارفترین پروفایل‌های امروزی. درک الگوتون باعث میشه که خیلی سریعتر ثروت، موفقیت و اعتبارتون رو رقم بزنید.

بخش ۲: الگوی ثروتان را رقم بزنید

همه ما داستان‌های متفاوتی داریم. شما تجارب، عقاید و دیدگاه خاص خودتون رو دارید. منم مال خودم رو دارم. با این حال ما مسیر مشابهی رو دنبال می‌کنیم. در طول دهه گذشته من با میلیون‌ها نفر در سرتاسر دنیا حرف زدم. اونا درباره داستان‌شون، مسیرشون و تغییراتشون با من صحبت کردن. اگرچه هر یک از این افراد خاص هستند و دیدگاه خاص خودشون رو دارن، من الگوهایی رو دیدم - الگوهایی از مشکلات متعارف که مانع هر فرد در دستیابی به مرحله بعدی مسیرش شدن.

من به این الگوها میگم "الگوهای ثروت". وقتی که بدونید کدوم الگو ثروت هستید، می‌فهمید که کدوم یک از بخش‌های بعدی این کتاب بیشتر براتون سودمنده.

شش الگوی ثروت

جوینده گنج عجول شعبده باز زنجیر شده شیر محبوس



زندانی بی‌گناه

دورافتاده

ملکه / شاه ناراضی

بیاید شروع کنیم.

شیر محبوس



این وضعیت رو تصور کنید. شما یه شیر هستید - درنده، وحشی و زاده شده برای شکار کردن. شما سلطان جنگلید. بعد یه روز توسط یه گروه از شکارچیا که شمارو بی‌هوش و شکار می‌کنند، گیر می‌افتید. یه دفعه شما تو قفس هستید. شما عصبانی و خشمگین هستید و می‌خواید از قفس بیاید بیرون. چند روز اول غرش می‌کنید و به قفس چنگ می‌زنید. به خودتون می‌گید، "من از اینجا میام بیرون، و زمانی که این کارو کردم، بهتون نشون میدم که چقدر خطرناک هستم!"

همینطور که می‌غرید و به قفس چنگ می‌زنید، آرام آرام بیشتر و بیشتر خسته می‌شید. اون موقع است که رام کننده شیر میاد و یه تیکه گوشت براتون می‌ندازه. سعی می‌کنید در مقابل خوردن اون تکه گوشت مقاومت کنید، چون سلطان جنگل هستید؛ شما نیازی ندارید که با آشغال گوشت تغذیه بشید. ولی همینطور که زمان می‌گذره گرسنه‌تر و گرسنه‌تر می‌شید. برای زنده موندن به غذا نیاز دارید. شما میرید به سمت گوشت و به خودتون می‌گید، "من این یه تیکه گوشت رو می‌خورم، اما بعدش دیگه تمومه! بعدش از اینجا میرم بیرون!" ولی قبل از این که متوجه بشید روز بعد می‌رسه و رام کننده شیر دومین تکه گوشت رو می‌ندازه جلوتون. و بعدش روز سوم می‌رسه. شما به تدریج به زندگی کردن با چیزی که بهتون داده میشه عادت می‌کنید. به جای شکار کردن بیشتر و بیشتر به رام کننده شیر متکی می‌شید.

شما هر روز با تکه‌های آشغال گوشت زندگی می‌کنید - مقدار گوشتی که برای زنده نگه داشتنتون کافیه، ولی هرگز برای سیر کردنتون کافی نیست. شما گرسنگی نمی‌کشید ولی هرگز واقعا راضی نیستید. وقتی که طغیان یا غرش می‌کنید، رام کننده شیر شلاقتون می‌زنه و غذاتون رو ازتون می‌گیره. برای زنده موندن شروع می‌کنید به اطاعت کردن از رام کننده، اگرچه که می‌دونید به سادگی می‌تونید زندگیش رو ازش بگیرید.

با گذشت زمان یه اتفاق خطرناکی می‌افته - شما در یه روتین گیر می‌افتید. همیشه در یه ساعت مشخص از خواب بیدار می‌شید، در یه ساعت مشخص از رام کننده غذا می‌گیرید، و در یه ساعت مشخص می‌خوابید. شما دیگه شکار نمی‌کنید، دیگه هیجان زندگی رو تجربه نمی‌کنید، و دیگه سلطان جنگل نیستید. شجاعت و پتانسیل مخفیتون در درون یه قفس گیر می‌افته. یه صدایی داره در درون شما فریاد می‌زنه - خسته، عصبانی و بی‌تحمل. شما یه شیر هستید! چرا باید به این رام کننده گوش بدید؟ می‌تونید برید بیرون و خودتون شکار کنید. همه کاری که باید بکنید اینه که پاتون بذارید بیرون از قفس.

ولی قضیه به این سادگی نیست. یه صدای دیگه هم در ذهنتون هست که میگه، "من برای مدت زمان خیلی طولانی در این قفس گیر افتادم؛ آیا هنوز توانایی شکار کردن رو دارم؟" شما برای مدت زمان زیادی تو قفس گیر افتادید و انقدر به روتین عادت کردید که دیگه نمی‌خواید در طبیعت وحشی خطر کنید. افکاری مثل، "اگه دیگه نتونم شکار کنم چی؟ اگه نتونم از خودم در مقابل سایر حیوانات دفاع کنم چی؟ اگر نتونم به تنهایی زنده بمونم چی؟" در ذهنتون می‌گذرن.

شیر محبوس اون کارمند خسته‌ایه که از ساعت ۹ صبح تا ۵ عصر میره سر کار. این شیر نماد افرادی که می‌دونن می‌تونن "شکار" و خودشون رو تامین کنن، ولی این زندگی رو برای یه روتین قابل پیش بینی فدا می‌کنند، حتی اگر که این روتین درموندشون کنه.

اونا به "رام کننده‌های شیر" - مدیرا و رئیساشون - گوش میدن که با چک‌های حقوق کرم گرفته‌ای تامینشون می‌کنن که فقط بهشون کمک می‌کنه زمان رو بگذرونن ولی هرگز برای جشن گرفتن کافی نیست. علی‌رغم این که سخت کار می‌کنن، ساعت‌ها زمان می‌ذارن، یا پروژه‌ها انجام میشن - گیر افتادن. درست مثل شیر محبوس، مهم نیست که چه تعداد حرکت می‌تونن برای تماشای بزنن، آخر روز دوباره انداخته میشن تو قفس. اونا در یه زندگی یکنواخت گیر افتادن، بدون هیچ آزادی. اگر که کارمند محبوس علیه قوانین شرکت قدم برداره یا رئیسش رو ناراحت کنه، تنبیه میشه.

با این حال درست مثل شیر محبوس، این آدما می‌تونن شکار کنن و هر وقت که بخوان می‌تونن رام کننده شیرو زمین بزنن، ولی ترس از ناشناخته، بی‌کفایتی و شکست مانعشون میشه.

شیر محبوس درباره این که آیا می‌تونه در جنگل زنده بمونه، تردید داره. کارمند محبوس درباره این که آیا می‌تونه بدون چک حقوق مداوم زنده بمونه، تردید داره.

بیشتر افراد - اونا شب ایده‌های قشنگی دارن. ولی وقتی

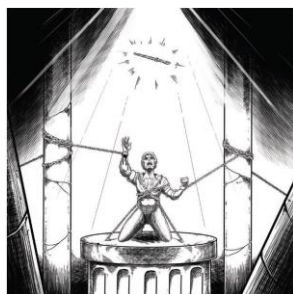
که صبح روز بعد بیدار میشن، برمی‌گردن سر کار قبلیشون.

ما باید یه کار متفاوتی بکنیم.

چک ما

شیر محبوس می‌خواد غرش کنه و سلطان جنگل باشه. کارمند محبوس می‌خواد کارهایی بزرگتر از چیزای تکراری یکسانی رو انجام بده که بیش از چهل ساعت در هفته تکرارشون می‌کنه. ولی اگر که بهتون می‌گفتم کلید باز کردن قفس به کمر رام کننده آویزونه چی؟ اگر که بهتون می‌گفتم کلید درست جلو چشماتونه، چی؟ اگر که بهتون می‌گفتم که رام کننده شیر گاهی اوقات انقدر با تحقیر بهتون نگاه می‌کنه که در قفس رو باز می‌ذاره، چون می‌دونه جراتش رو ندارید که از قفس برید بیرون، چی؟ علاوه بر این، اگر که بهتون می‌گفتم سختترین زندانی که بخواید ازش فرار کنید، ذهنتونه چی؟ اگر که بهتون می‌گفتم که تنها کاری که شیر محبوس باید انجام بده اینه که عزمش رو جزم کنه تا از قفس خارج بشه و دوباره شروع کنه به شکار کردن، چی؟ احتیاط اشتباه بزرگیه که شیر محبوس کرده: شیر محبوس به توانایی‌های شکارش اعتماد نداره و شکار کردن رو با راحتی یه روتین قابل پیش بینی معاوضه می‌کنه.

شعبده باز زنجیر شده



شما به شعبده باز قدرتمند هستید. شما قدرتهایی رو دارید که بیشتر افراد فقط می‌تونند خوابشون رو ببینند. علاوه بر این شما پر از خلاقیت، انرژی و ابتکار هستید. انرژی نامحدودتون بهتون اجازه میده که سریع فکر کنید، سریع یاد بگیرید و سریع عمل کنید. برای شما دنیا فرصت‌های نامحدودی داره، و شما به خودتون می‌گید، "من می‌تونم هر چیزی رو که ذهنم رو می‌ذارم روش به دست بیارم. اگر که قبل از من به نفر این کارو کرده، منم می‌تونم انجامش بدم. اگر که هیچ کسی این کارو نکرده، من اولین نفری خواهم بودم که انجامش میده!"

شما می‌دونید که اگر بهتون اجازه می‌دان که از قدرتاتون استفاده کنید، می‌تونستید دنیارو عوض کنید؛ با این حال ظاهرا بزرگان دهکده قدرتاتون رو سرکوب کردن. اگرچه این قدرتهای خارق العاده رو دارید، بزرگانی که اطرافتون هستند شمارو از استفاده از قدرتاتون منع کردن. چرا؟ تا سایر ساکنین دهکده که نمی‌تونن از جادو استفاده کنند، احساس تهدید نکنند. قدرتهای جادویی شما جدید و متفاوت هستند - خلاف دانش متعارف هستند. علی‌رغم این که جادوتون می‌تونه تغییر بسیار خوبی رو در دهکدتون ایجاد کنه، بزرگان به موندن با سنت بیشتر از امتحان کردن به چیز جدید بها میدن.

برای خوشحال نگه داشتن بزرگان شما از جادوتون استفاده نمی‌کنید. شما به بزرگان دهکده و همه کارایی که براتون انجام دادن احترام می‌ذارید، ولی احساس می‌کنید که زنجیر شدید و نمی‌تونید از کل قدرتهایی که می‌دونید در درونتون دارید، استفاده کنید.

شعبده باز زنجیر شده نمایانگر متولدان هزاره جدید و افراد دارای استعداد جدیدی هستند که حس می‌کنن توسط والدینشون و جامعه خفه شدن و تحت فشار قرار گرفتن.

به عنوان یه فرد جوون و بلند پرواز، همه این انرژی و بلندپروازی رو در درون خودتون دارید. شما می‌دونید که می‌تونید دنیا رو تغییر بدید و تاثیر بزرگی رو اعمال کنید، ولی برای خوشحال نگه داشتن والدینتون انتخاب می‌کنید که راه سنتی رو برید.

تا حالا هیچ یک از عبارتهای زیرو شنیدید:

- مراقب باش.
- هیچ کس تو خونواده ما تا حالا این کارو نکرده.
- با این کار نمی‌تونی امرار معاش کنی.
- برو دانشگاه، یه کار خوب گیر بیار، ازدواج کن، و یه خونه خوب بخر.

- منظورت چیه که میگی نمی‌خوای بری دانشگاه؟
- تو باید امنیت مالی داشته باشی.
- چرا نمی‌تونی مثل اونا (بچه‌های فامیلت، دوستات، خواهر و برادرارت) باشی؟
- اگه این کار جواب نداد چی؟ بعدش می‌خوای چه کار کنی؟
- چرا اول یه کارگیر نمیاری و امنیت مالی پیدا نمی‌کنی و بعدش بری سراغ یه کار ریسک دار؟
- اگر که نری دانشگاه، خانواده مارو بدنام می‌کنی. یه بازنده میشی. هیچ شرکتی استخدامت نمی‌کنه و خیابونی میشی. این چیزیه که می‌خوای؟
- به خانواده و دوستانمون چی بگم؟ این که تحصیل رو گذاشتی کنار؟
- چرا انقدر حریصی؟
- چرا انقدر بلندپروازی؟
- لجبازی نکن!
- در مقابل دیگران خودنمایی نکن؛ فکر می‌کنن که متکبری.
- چرا نمی‌تونی از چیزی که داری خوشحال و راضی باشی؟
- تو مزایای خوبی تو کار الانت داری؛ اگه نتونی یه کار بهتر پیدا کنی چی؟
- ما چیزای زیادی رو فدا کردیم تا تو بتونی تحصیلاتی داشته باشی. ما این همه راه رو به خاطر تو اومدیم و تو الان داری همه چی رو دور می‌ریزی؟
- تو بچه خیلی خوش رفتار و خوبی بودی؛ چه اتفاقی برات افتاده؟
- دیگه منو دوست نداری؟ چرا داری این کارو با من می‌کنی؟
- من کارای زیادی برات کردم؛ چرا نمی‌تونی فقط این یه کارو برای من بکنی؟

بدترین قسمت ماجرا اینه که شما به خاطر خودتون مسیر سنتی رو دنبال نمی‌کنید - بلکه به خاطر اونا دارید این کارو می‌کنید. شما می‌دونید که مسیر سنتی شمارو به جایی نمی‌رسونه که می‌تونید زندگی رو به خونوادتون بدید که می‌خواند، برای همین احساس می‌کنید زنجیر شدید، دارید خفه می‌شید و مورد سوءتفاهم قرار گرفتید. شما به خودتون می‌گید، "چرا نمی‌تونن درک کنند؟ من این کارو برای خودم نمی‌کنم؛ من این کارو برای اونا می‌کنم. چرا نمی‌تونن ازم حمایت کنن؟ چرا انقدر منفی هستنند؟ چرا باید رویاهای من رو نابود کننند؟" این که نمی‌فهمن یه چیزه، این که فعالانه دارن اهداف و رویاهاتون رو خراب می‌کنن یه چیز دیگه است. اونا کاری می‌کنن که احساس گناه کنید؛ اونا چرب زبانی می‌کنن تا تسلیم بشید؛ اونا ازتون می‌خوان که دست از دنبال کردن رویاهاتون بردارید، و همه چیزی که می‌تونید با خودتون بهش فکر کنید، اینه: "چرا؟"



سوپرمن هم همین ناسازگاری رو داشت. اون با کل قدرت جهان به دنیا اومده بود، ولی والدینی که اون رو به سرپرستی قبول کرده بودن میخواستن ازش "محافظت کنن." اونا بهش گفتن که قدرتش رو خفه و مخفی کنه و به دیگران اجازه نده که تواناییهای واقعییش رو ببینن. تقریباً انگار با این تلاششون برای محافظت از شما دارن با جلوگیری از پیشرویتون بهتون صدمه میزنن. با این حال اگر که تصمیم بگیرید که قدرتون رو آزاد کنید، متوجه می‌شید که توانایی انجام چه کارهایی رو دارید، چقدر قدرت دارید، و چقدر می‌تونید تاثیر بذارید. شما هم مثل سوپرمن باید همین تصمیم رو بگیرید. می‌خواید به گوش دادن به والدینتون ادامه بدید، یا به قلبتون گوش می‌کنید؟

یادتون باشه که اگه تصمیم بگیرید که خلاف توصیه‌های والدینتون عمل کنید، معنییش این نیست که علاقه‌ای بهشون ندارید - فقط معنییش اینه که به شیوه خودتون دوستشون دارید. شاید اونا الان این رو نفهمن، ولی بالاخره می‌فهمن. همچنین ممکنه که الان احساس کنید تنهایی یا مورد سوءتفاهم قرار گرفتید، ولی وقتی که میرید بیرون و آدمای بیشتری رو می‌بینید، می‌بینید که اون بیرون تو دنیا شعبده بازهای بیشتری مثل خودتون هستن. وقتی که حرف بزرگانتون رو کنار گذاشتید و غل و زنجیرتون رو باز کردید، متوجه می‌شید که بیشتر از حدی که تصور می‌کردید قدرت دارید، چون این بزرگترین اشتباه شعبده باز زنجیر شده است. شعبده باز زنجیرشده معتقده که قدرت‌های جادویییش با حرفا و نظرات بزرگانش قابل محدود سازیه، در حالی که درواقع هیچ کس جز خودش نمی‌تونه مانعش بشه.

جوینده گنج عجول



جوینده گنج عجول عاشق ماجراجویی و پیدا کردن بزرگترین صندوقچه طلای بعدیه. این آدما عاشق هیجان تعقیب و جذب یه فرصت جدید هستن. اونا عاشق جستجوی چیزای براق در شن‌ها هستند. ولی دریافت نقشه‌های جدید گنج رو بیشتر از لذت بردن از جستجوی واقعی برای صندوقچه گنج دوست دارن. وقتی که یه نقشه جدید به دست میارن، با هیجان به دنیا میگن، "صبر و کن و ببین! وقتی که این صندوقچه مخفی پر از طلا و جواهر پیدا کردم، برای زندگی کردن آماده میشم! از این که این فرصت رو از دست دادید پشیمون می‌شید!"

ولی همینطور که نقشه گنج رو دنبال می‌کنن و متوجه شدن که باید دریاها رو روشن و مناظر ناسازگارو پشت سر بذارن، کنار می‌کشن. اونا چنین بهونه‌هایی میارن، "این نقشه گنج اشتباهی بود. هیچ گنجی وجود نداره. این نقشه به من دروغ گفت. نگران نباش - وقتی که نقشه گنج درست رو پیدا کردم بدون شک موفق میشم!"

جوینده گنج عجول به شانس معتقده و اعتقاد داره که عوامل خارجی تعیین کننده موفقیت هستند و نه عوامل درونی. اونا در هر ماجراجویی شکست خورده‌ای پول قرض می‌کنن و از دست میدن. اونا به صورتشون ماسک می‌زنن تا تظاهر کنن که همه چی داره خوب پیش میره، ولی در اعماقشون وحشت زده هستند. اونا با خودشون فکر می‌کنن، "آیا قراره تو دریا بمیرم؟ آیا قراره به دست سایر دزدان دریایی کشته بشم؟ آیا گنجی که پیدا می‌کنم برای تغذیه خونادم کافیه؟"

این افکار انقدر براشون دردناکه که بهشون فکر نمی‌کنن، برای همین این افکارو نادیده می‌گیرن و اجازه میدن که "تعقیب" حواسشون رو پرت کنه. ولی زندگی جوینده گنج هم فریبنده نیست. اونا هر روز خیلی خیلی سخت کار می‌کنن، ولی چیزی ندارن که به عنوان نتیجه کارشون نشون بدن. اونا سال‌ها در دریاها سفر کردن بدون این که گنجی رو پیدا کنن. گهگاهی شاید ذره‌ای طلا رو پیدا کنن، ولی یافتشون چیز خیلی مهمی نیست. شاید این تکه طلای کوچیک اونارو برای مدت زمان کوتاهی در حرکت نگه داره، ولی هرگز اونارو به جایی نمی‌رسونه. هرگز اونقدر کافیه نیست که اونارو از سبک زندگی "جستجوی گنج" خارج کنه.

در همین حین خونوادشون در خونه هستن و دارن به این موضوع فکر می‌کنن که چرا این افراد هیچوقت خونه نیستن و همیشه در سفر هستن. جوینده گنج به خونوادش میگه، "نگران نباشید؛ این سفر آخرین سفره. من قطعاً گنج رو پیدا می‌کنم، و بعد زمان دارم که با شما بگذرونم. زمانی که گنج رو به دست آوردیم، انقدر طلا داریم که اصلاً دیگه نیازی نیست در زندگیمون کار کنیم!" با این حال چنین چیزی

نیست. جوینده گنج همیشه در حال شکاره. اونا هرگز "صندوقچه بزرگ طلایی" رو که بهشون اجازه بده ار سبک زندگی جستجوی گنج فرار کنن، پیدا نمی‌کنن. جوینده گنج تنهاست. حتی زمانی که برای پیدا کردن گنج با دیگر جوینده‌ها تیم تشکیل میدن، هیچوقت حس نمی‌کنن که یه تیم هستن. چون همه جویندگان گنج تشنه پیدا کردن طلا هستن، به محض این که یه گروه جدید وعده طلا داد می‌پرن تو کشتی و تیمشون رو عوض می‌کنن.

دیر یا زود جوینده گنج عجول می‌فهمه که دنیای گنج یابی وفایی نداره. یه لحظه فکر می‌کنید که در یه تیم هستید متحد برای انجام ماموریتی. لحظه دیگه تیمتون می‌پره تو یه کشتی دیگه برای ملحق شدن به یه خدمه جدید.

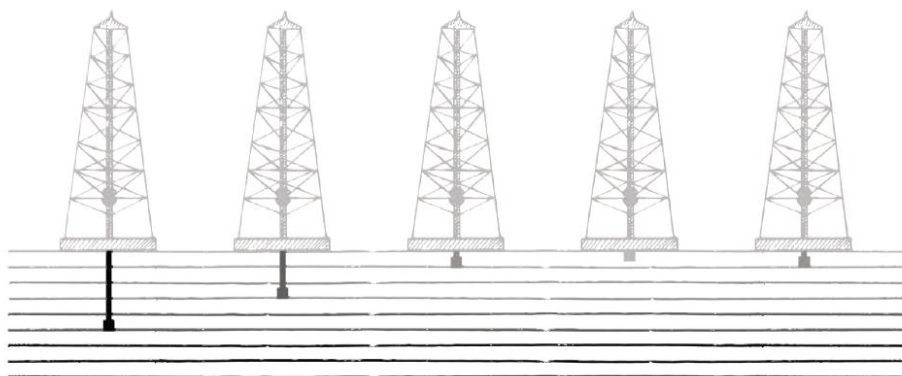
جوینده گنج عجول کیه؟ درسته، فرصت طلبان تجارت.

اینا آدمایی هستن که می‌پرن در جدیدترین طرح‌های پول سازی مثل بیتکوین، ارز دیجیتال، بازاریابی شبکه‌ای، تحویل مستقیم محصول از کارخونه به مصرف کننده، تجارت روزانه و غیره. اونا به دنیا اعلام می‌کنن که این فرصت "فرصتیه که یه بار در زندگی پیش میاد." این افراد آدمایی هستن که همیشه درباره این حرف می‌زنن که چطور به "فرصت اولیه ساختن یه شرکت جدید" دست پیدا کردن و در این زمینه پیام رسانی می‌کنن. ولی سه ماه بعد می‌بینید که دارن از یه چیز دیگه حرف می‌زنن. این افراد مبتلا به سندروم هدف درخشان هستن. اونا فلان کارو همزمان با بیسار کار انجام میدن. اونا نقشه دارن از الف تا ی.

اگه نقشه الف کار نکرد، میرن سراغ نقشه ب، اگه نقشه ب کار نکرد، میرن سراغ نقشه پ. اگرچه به نظر می‌رسه که اوضاع تحت کنترل، در اعماق وجودشون تا حد مرگ ترسیدن. حالا شاید بپرسید، "چرا این همه نقشه دارن؟" دلیلش این نیست که اونا باور ندارن که ایده‌هاشون جواب نمیده. نه. دلیل واقعیش اینه که اونا به خودشون میگن، "باور ندارم که می‌تونم این ایده رو عملی کنم." آیا حقیقت نداره؟ می‌تونید به کسایی فکر کنید که در معاملات املاک موفق شدن و کسایی که شکست خوردن؟ می‌تونید به کسایی فکر کنید که در بازار بورس موفق شدن و کسایی که شکست خوردن؟

حقیقت اینه که این نقشه نیست که جواب نمیده - بلکه فردیه که نقشه رو پیاده می‌کنه. وقتی که فردی خودش رو باور نداره، نقشه‌های پشتیبانی طراحی می‌کنه، تا مجبور نباشه شکستش رو قبول کنه. به این دلیل که برای مدت زمان کافی به چیزی پایبند نمی‌مونن چون انقدر ترسیدن که نمی‌تونن روی یه چیز متمرکز بشن یا به یه چیز تعهد بدن. این افراد به دیگران میگن، "این بار اوضاع فرق داره؛ این بار نقشه جواب نمیده. خونادمون ساکن میشه." مدت زمان زیادی طول نمی‌کشه که دوباره خونادشون رو ناامید می‌کنن؛ اونا خونادشون رو بیشتر و بیشتر در یه گودال فرو می‌برند. اونا برای رفتن به این ماجراجویی‌های دیوانه وار پول قرض می‌کنند. طمع طلا و پول اونارو وسوسه و کنترل می‌کنه، ولی هر بار شکست می‌خورن و باید با یه بهونه دیگه برگردن پیش خونادشون.

موضوع دیوونه کننده اینه که این همه مدت گنج توی حیاط پشتی خونشون بوده - همه چیزی که نیاز داشتن ابزارهای مناسب بوده که بهشون کمک کنن تا در حیاطشون حفاری کنن. می‌دونید، گردآوری "گنج" و رسیدن به "موفقیت" به حفاری برای نفت خیلی شبیه. نفت معمولا در عمق زیادی از سطح زمینه. برای رسیدن بهش باید زمان، انرژی و تلاش زیادی رو سرمایه گذاری کنید. این یعنی اگه در یه مکانی شروع به حفاری کردید و قبل از رسیدن به نفت رفتید سراغ یه مکان دیگه، تمام چیزی که بهش می‌رسید گودال‌های کم عمق در زمینه.



اگر که واقعا می‌خواید موفق بشید، به یه فکر متعهد باشید و تا زمانی که به نتیجه برسید با اون فکر بمونید. وقتی که به یه فکر بچسبید و سخت تلاش کنید، موفق می‌شید. جوینده گنج عجول این کارو نمی‌کنه. اونا به تعقیب اعتقاد دارن چون باور ندارن که توانایی رسیدن به موفقیت رو دارن. تا زمانی که اونا این مشکل درونیشون رو حل نکنند، تغییر نمی‌کنن. این باور بزرگترین اشتباهشونه.

جوینده گنج عجول از دنبال کردن فرصتای درخشان زیاد لذت می‌بره ولی انقدر ترسیده که به یه خاصشون متعهد نمیشه و قبل از این که به نتیجه برسه کنار می‌کشه.

زندانی بی‌گناه



اگر که برای جرمی که مرتکب نشدید، افتاده بودید زندان چی؟ چه احساسی داشتید اگر که در کل زندگیتون قوانین رو دنبال کرده بودید، براساس قوانین پیش رفته بودید، و هیچ "خطایی" نکرده بودید، اما بازم یه جورایی افتاده بودید زندان؟ این وضعیت چیزیه که زندانی بی‌گناه باید تحملش کنه. زندانی بی‌گناه همه کارارو طبق کتاب قانون انجام میده اما یه جورایی خودش رو در زندانی می‌بینه که نمی‌تونه ازش فرار کنه.

این آدما در سنین جوانی عملکرد خوبی در مدرسه داشتن، نمرات خوبی گرفتن، قوانین رو دنبال کردن، به والدینشون گوش دادن و بعضیاشون حتی بورسیه گرفتن. اونا سخت کار کردن و یه سری چیزارو فدا کردن. اونا از سخت کوشی نمی‌ترسن. حتی بعد از این که فارغ التحصیل شدن ساعت‌های زیادی رو در محل کارشون صرف بالا رفتن از نردبون موفقیت کردن. من دارم درباره وکیلا، حسابدارا، پزشکا و مهندسا حرف می‌زنم - متخصص‌هایی که مسیر متعارفی رو که ازشون انتظار می‌رفته، دنبال کردن. در ظاهر اونا موفق به نظر می‌رسن. اونا در طبقه متوسط جامعه هستن، دارن بچه بزرگ می‌کنن، و به نظر میاد که زندگیشون رو جمع و جور کردن و روش کنترل دارن. ولی در باطن احساس استرس، خستگی و پوچی می‌کنن. بعضیاشون حتی برای رفع اضطراب خفیفی که دارن داروی ضد افسردگی می‌خورن. این آدما به خودشون میگن، "من هر کاری رو که باید انجام می‌دادم انجام دادم، پس چرا از درون احساس گمگشتگی و پوچی می‌کنم؟ من چه اشتباهی کردم؟"

اونا می‌دونن که یه مشکلی وجود داره، ولی وقتی که درباره این موضوع با خانواده یا دوستاشون حرف می‌زنن، با چنین سوالایی مواجه میشن، "منظورت چیه که خوشحال نیستی؟ تو یه شغل عالی، یه خونه

عالی و به خونواده عالی داری. از چی ناراحتی؟" این آدما می‌بینن که سایر افراد ریسک می‌کنن و خوشحال هستند، ولی اونا رو بی‌پروا می‌بینن و اینجوری نادیده می‌گیرنشون. اونا به اندازه کافی داستان آدمایی رو شنیدن که ریسک کردن، وارد تجارت شدن و بعدش ازش خارج شدن. اونا نمی‌خوان یکی از اون آدمایی باشن که شکست خورده. اونا پول خوبی در میان، و به خونه خوب و به زندگی ساکت دارن. ولی این زندگی به زندگی عالی نیست. این زندگی هیچ ماجراجویی، هیجان و سیمایی نداره. این افراد حس می‌کنن که به تصویر خاصی ازشون وجود داره که باید حفظش کنن.

بدترین قسمت قضیه اینه که فکر نمی‌کنن که بتونن اینجور زندگی رو کنار بذارن، چون حس می‌کنن که اگه چنین کاری کنن بی‌مسئولیت بودن، علی‌رغم این که در اعماقشون احساس درموندگی می‌کنن. اونا این احساس درموندگی رو در درون خودشون نگه می‌دارن، و مخفیش می‌کنند، حتی از عزیزانشون. اونا با گفتن چنین چیزی این کارشون رو توجیه می‌کنن، "من این کارو به خاطر اونا می‌کنم. خوشحالی من اهمیتی نداره." قسمت ناراحت کننده ماجرا اینه که خونوادشون آرزو می‌کنن که ای کاش این آدما بیشتر در خونه حضور داشتن. از اونجایی که همیشه دارن کار می‌کنن، می‌بینن که داشتن حضور عاطفی براشون سخته. اونا همه روز رو صرف انجام دادن کاری می‌کنن که باید تحملش کنن؛ البته که داشتن رابطه احساسی با این آدما سخته چون همه چیزی که می‌خوان "تموم شدن این روال کاریشونه." به موقعش اونا به روزی از خواب بیدار میشن و با خودشون می‌گن، "همه اون سال‌ها کجا رفتن؟ چه زود سپری شدن." اونا خودشون رو مجبور می‌کنن که ساعات بیشتری رو کار کنن تا وضعیت کنونی‌شون رو حفظ کنند. اونا آدمای دیگری رو دیدن که بدون هیچ دلیلی از کارشون اخراج شدن. اونا تحت فشار زیادی هستن و با خودش می‌گن، "اگه اخراج بشم، چی؟"

این سناریو وضعیت زندانی بی‌گناهمه. اونا به دیگران گوش دادن و باور کردن که راهی که توسط دیگران بهشون نشون داده شده راه رسیدن به خوشحالیه. اونا زندان خودشون رو آجر به آجر ساختن و کلیدش رو دور انداختن. بزرگترین اشتباه زندانی بی‌گناه اینه که باور کردن که دنبال کردن عرف و قوانین، به جای گوش دادن به خواسته‌هاشون و نیازهاشون، خوشحالی رو براشون رقم می‌زنه.

شما نمی‌تونید با چسبیدن به کسی که بودید و هستید به کسی تبدیل بشید که می‌خواید باشید.

زندانی بی‌گناه در زندگی واقعی

چند وقت پیش مطلبی رو در سایت ردیت دیدم که توسط یه مرد باهوش چهل و شش ساله نوشته شده بود که زندگی به زندانی بی‌گناه رو داشت. داستان تاثیرگذاری بود و چالش‌های زندگی به زندانی بی‌گناه رو به خوبی نشون می‌داد. خلاصه کردن این داستان عادلانه نیست، برای همین من کل داستان رو در اختیارتون می‌ذارم.

"سلام، اسم من جانم. مدتی بود که منتظر یه فرصت مناسب بودم تا این داستان رو براتون بگم، اما بالاخره یه اکانت ساختم تا این داستان رو براتون تعریف کنم. من نیاز دارم که زندگیم رو براتون تعریف کنم. در مورد خودم. من به

بانکدار چهل و شش ساله هستم، و کل زندگیم رو داشتم خلاف روالی که می‌خواستم زندگی می‌کردم. همه رویاهام، اشتیاقم از بین رفتن. در به شغل ثابت با ساعت کاری ۹ تا ۷ شب، به مدت ۶ روز در هفته، برای ۲۶ سال. من مدام راه امن رو برای همه چیز انتخاب کردم، که این روال در نهایت من رو تغییر داد.

امروز من فهمیدم که زخم در طول ده سال گذشته داشته بهم خیانت می‌کرده. پسر هیچ احساسی نسبت بهم نداره. من متوجه شدم که مراسم ختم پدرم رو به خاطر هیچی از دست دادم. من رمانم رو کامل نکردم، دور دنیا رو سفر نکردم و به بی‌خانمان‌ها هم کمک نکردم. علی‌رغم همه این چیزها، وقتی که در اواخر دوره نوجوونیم و اوایل بیست سالگی بودم، همه چی رو درباره خودم با قطعیت می‌دونستم. اگر که خود جوونترم امروز منو ببینه، با مشت می‌زنه تو صورتم.

بباید با تصویری از من در سن ۲۰ سالگی شروع کنیم. انگار همین دیروز بود که مطمئن بودم که دنیا رو عوض می‌کنم. مردم منو دوست داشتن و منم مردم رو دوست داشتم. من مبتکر، خلاق، خودجوش، ریسک‌پذیر و با مردم خیلی خوب بودم. من دو رویا داشتم: نوشتن یه کتاب و سفر کردن به دور دنیا.

چهار سال بود که داشتم با زخم قرار می‌داشتم. عشق جوان. اون عاشق خودجوشی، انرژی و توانایی من در خندوندن آدما بود و این که این حس رو بهشون بدم که عزیز هستند. من می‌دونستم که کتابم دنیا رو عوض می‌کنه. من می‌خواستم نمای "بدی" و "پچیدگی" رو نشون بدم و به خوانندگان کتابم نشون بدم که هر کسی طرز تفکر خاصی داره و این که هیچ کس باور نداره که کاری که داره می‌کنه اشتباهه. وقتی که ۲۰ سالم بود، هفتاد صفحه از کتابم رو نوشته بودم. الانم که چهل و شش سالمه هنوز سر همون هفتاد صفحه‌ام. وقتی که ۲۰ سالم بود به نیوزلند و فیلیپین سفر کردم. برنامه ریزی کرده بودم که کل آسیا، بعد اروپا و بعد آمریکا رو بگردم (من تو استرالیا زندگی می‌کنم). تا به امروز فقط نیوزلند و فیلیپین رو گشتم.

حالا میریم سراغ جایی که همه چی خراب شد - بزرگترین پشیمونی‌های من. من ۲۰ سالم بود و تنها بچه خونادم بودم. نیاز داشتم که پایدار باشم. نیاز داشتم که اون شغل بعد از فارغ‌التحصیل شدن رو به دست بیارم که کل زندگیم رو دیکته می‌کرد. وقف کل زندگیم برای یه کار با ساعت کاری ۹ صبح تا ۷ عصر. چی فکر می‌کردم؟ چطور می‌تونستم زندگی کنم، وقتی که کارم زندگیم بود؟ بعد از این که میومدم خونه، شام می‌خوردم، کارم رو برای روز بعد آماده می‌کردم و

ساعت ۱۰ می‌خوابیدم تا ساعت ۶ صبح بعد بیدار بشم. خدایا آخرین باری رو که با زخم عشق بازی کردم، یادم نیاید.

دیروز زخم قبول کرد که در طول ده سال گذشته داشته بهم خیانت می‌کرده. ده سال. مدت زمان زیادی به نظر می‌رسه، ولی من نمی‌تونم درکش کنم. حتی احساس درد هم نمی‌کنم. اون میگه دلیلش اینه که من عوض شدم. من آدمی که بودم نیستم. من در طول ده سال گذشته داشتم چه کار می‌کردم؟ جز کارم، واقعا نمی‌تونم چیزی بگم. یه شوهر خوب نبودن. خودم نبودن. من کیم؟ چه اتفاقی برام افتاده؟ من حتی درخواست طلاق ندادم، یا سرش داد نزدم، یا گریه نکردم. من هیچ احساسی نداشتم. حالا که دارم این مطلب رو می‌نویسم حس می‌کنم که می‌خوام گریه کنم. ولی نه به خاطر این که زخم داشته بهم خیانت می‌کرده، بلکه چون الان می‌فهمم که داشتم از درون می‌مردم. چی به سر اون آدم سرگرم کننده، دوست داشتنی، ریسک پذیر و پر انرژی اومده که بودم، کسی که تشنه عوض کردن دنیا بود؟ یادم میاد که محبوبترین دختر مدرسه ازم خواست که باهاش برم سر قرار ولی به خاطر همسرم ردش کردم. خدایا من برای دخترای دبیرستانم محبوب بودم، و همچنین برای دخترای دانشگاهم. ولی من وفادار بودم. من وقت برای کاوش کردن نداشتم. هر روز درس می‌خوندم.

اون مسافرت‌ها و کتاب نوشتنی رو که قبلتر درباره‌شون بهتون گفتم، یادتونه؟ همه اون چیزا برای چند سال اول دانشگاه بودن. من پاره وقت کار می‌کردم و همه حقوقم رو ولخرجی می‌کردم. حالا ذره ذره درآمد رو پس انداز می‌کنم. یادم نیاید که پولی رو خرج خوش گذرونی کرده باشم. خرج خودم. الان چی می‌خوام؟

پدرم ده سال پیش فوت کرد. یادم میاد که مامانم بهم زنگ میزد و می‌گفت که اون داره مریضتر و مریضتر میشه. سر منم داشت شلوغتر و شلوغتر میشد چون در شرف گرفتن یه ترفیع بزرگ بودم. من رفتن به دیدن پدرم رو مدام به تعویق انداختم، به این امید که اون طاقت بیاره. اون مرد و من ترفیع گرفتم. من ۱۵ سال بود که ندیده بودمش. وقتی که اون مرد، من به خودم گفتم که ایرادی نداره که ندیدمش. من یه آنتیست بودم و اون وضعیت رو توجیه سازی کردم؛ می‌گفتم که ایرادی نداره. چی فکر می‌کردم؟ توجیه سازی همه چی، بهونه سازی برای به تعویق انداختن همه چی. بهونه‌ها. طفره رفتن. همشون به یه چیز ختم شدن، به هیچی. من توجیه سازی کردم که امنیت مالی مهمترین چیزه. حالا می‌دونم که اینطور نیست. افسوس می‌خورم از این که با انرژیم وقتی که می‌تونستم کاری کنم، کاری نکردم. اشتیاق‌هام. جوونیم. پشیمونم که گذاشتم شغلم کنترل زندگیم رو به دست بگیره. از این که یه شوهر خیلی بد

بودم، به ماشین پول سازی، پشیمونم. از این که رمانم رو تموم نکردم، به دور دنیا سفر نکردم، برای پسرم حضور عاطفی نداشتم و به کیف پول بی‌عاطفه بودم، پشیمونم.

اگه دارید این پست رو می‌خونید، و کل زندگیتون پیش روتونه، لطفا. طفره نرید. رویاهاتون رو به بعدا موکول نکنید. انرژی و اشتیاقاتون رو بچشید. همه وقت آزادتون رو در اینترنت سپری نکنید (مگر که اشتیاقاتون به این روال نیاز داشته باشه). لطفا، تا جوون هستید به کاری رو با زندگیتون بکنید. در ۲۰ سالگی از همه چی دست نکشید. دوستاتون رو فراموش نکنید. خونوادتون رو فراموش نکنید. خودتون رو فراموش نکنید. زندگی یا بلندپروازیتون رو هدر ندید. مثل من که هدرشون دادم. مثل من نباشید."

دور افتاده



فرض کنید که تو به هواپیما هستی و به دفعه هواپیما سقوط می‌کنه. شما بیدار و متوجه می‌شید که تنها در ساحل به جزیره متروکه هستی. چه کار می‌کنید؟ بدون شک اولین چیزی که به ذهنتون خطور می‌کنه اینه که ببیند آیا می‌تونید دورافتاده‌های دیگه‌ای رو پیدا کنید یا نه. شما به لحظه مکث می‌کنید، افکارتون رو روی هم می‌ذارید، و بعد فریاد می‌زنید، "کمک! کسی اینجا هست؟" جوابی دریافت نمی‌کنید. شما دوباره فریاد می‌زنید - کسی جواب نمیده. فقط شما بیدار و جزیره.

تشنه و چند روزیه که غذا نخوردید. هیچ منبع آب غیرشوری نزدیکتون نیست. خوشبختانه چندتا نارگیل رو پیدا می‌کنید که افتادن روی زمین. شما اونارو باز می‌کنید و ذره کمی آبی رو که دارن، می‌خورید. اینا نارگیل‌هایی هستند که بعدا برای ذخیره کردن آب ازشون استفاده می‌کنید. قدم بعدی چیه؟ با استفاده از قایق نجات هواپیما به پناهگاه برای خودتون درست می‌کنید. بعد در جزیره جستجو می‌کنید تا ببینید که هیچ نشونه‌ای از حیات داخلش هست یا نه. شما هیچی پیدا نمی‌کنید. همه چیزی که می‌تونید ببینید اقیانوسیه که جزیره رو احاطه کرده. هیچ نشونه‌ای از خشکی دیگه در نزدیکی شما نیست. به وسعتی که جلوی رویتون هست خیره می‌شید و متوجه می‌شید که واقعا تنها هستید و باید روی پای

خودتون وایسید. شما یاد می‌گیرید که خرچنگ و ماهی بگیریید، اما نمی‌تونید اونارو خام بخورید. به آتیش نیاز دارید؟ چطور باید آتیش درست کنید؟ کاری رو که از سازمان بوی اسکاتس یاد گرفتید انجام می‌دید و شروع می‌کنید به ساییدن دو تکه چوب به همدیگه. شما برای ساعت‌ها چوب‌ها رو به همدیگه می‌مالید ولی نتیجه‌ای نمی‌گیرید. شما خسته می‌شید. یه دفعه زیادی به چوب فشار میارید و چوب می‌شکنه. تیزی چوب قسمتی از کف دست شمارو زخمی می‌کنه. شما از خستگی و عصبانیت فریاد می‌زنید و یه توپ والیبال رو که تو هواپیما بوده می‌ندازید به طرف درختای جزیره. توپ والیبال برمی‌گرده به طرف شما و لکه‌های خونی که روشه به شکل مبهمی نقش یه صورت رو نشون میدن. از سر نیاز به ارتباط اسم توپ رو "ویلسون" می‌ذارید. حالا یه همراه دارید (و بله، اگر که براتون سواله این داستان داستان فیلم دورافتاده است که تام هنک توش بازی کرده).

با همراه جدیدتون یه بار دیگه سعی می‌کنید آتیش درست کنید. این بار مقداری دود درست میشه. بعد دود تبدیل میشه به جرقه و اون جرقه بالاخره تبدیل میشه به آتیش! شما آتیش درست کردید! یه پیروزی! حالا می‌تونید ماهی و خرچنگتون رو بپزید. بالاخره می‌تونید بخورید. روز بعد از خواب بیدار می‌شید و چون نمی‌تونید گزارو ذخیره کنید دوباره شروع می‌کنید به شکار. یه منبع آبی رو در نزدیکیتون پیدا می‌کنید و نارگیل‌هاتون رو پر می‌کنید. با این روتین یه سال از زندگیتون رو می‌گذرونید.

دورافتاده کارآفرین تنهاست. شما تجارت خودتون رو شروع می‌کنید، ولی احساس تنهایی می‌کنید. شما روحیه کارآفرینی دارید ولی هیچ کس در اطرافتون نیست که ازتون قدردانی و در این سفر همراهیتون کنه. هر روزتون مثل یه کشمکشه. شما برای زنده بودن غذا و آب شکار می‌کنید. این حس رو داره که انگار همیشه در چرخه "جشن و قحطی" هستید چون یا دارید یه مشتری رو راضی می‌کنید یا دارید سعی می‌کنید مشتری‌های جدیدی رو پیدا کنید. وقتی که کارو تحویل مشتری دادید احساس امنیت می‌کنید چون می‌دونید که وقتی که صورت حساب پرداخت شد، می‌تونید هزینه‌های غذاتون رو بپردازید. وقتی دارید دنبال کار می‌گردید انگار که دارید گرسنگی می‌کشید.

هر دستاوردی دشواره. دستاوردهای کوچیک حس یه پیروزی بزرگ رو براتون دارن. وقتی که تازه شروع کردید، به دست آوردن اون مشتری اول حس یه پیروزی غیرممکن رو براتون داره. درست مثل آتیش درست کردن در جزیره، اولین مشتریتون حس یه پیروزی بزرگ رو داره که لایق جشن گیریه.

حتی وقتی که جشن می‌گیرید، واقعا کسی اطرافتون نیست که باهاش جشن بگیرید. درک علت کاری که دارید می‌کنید برای بقیه سخته، برای همین ازتون دور می‌مونن. برای همین میرید سراغ لپتاپتون و سعی می‌کنید یه ارتباط جدید پیدا کنید - سعی می‌کنید کسی رو پیدا کنید که دستاوردتون رو ستایش کنه. ولی، درست مثل ویلسون، یه لپتاپ خلاء یه ارتباط انسانی واقعی رو پر نمی‌کنه.

به نحوی "آزادی" دارید، چون می‌تونید هر کاری رو که می‌خواید انجام بدید، ولی همچنین امنیت یه درآمد قابل پیش بینی رو از دست می‌دید. این ترن درآمده، و شما فقط چیزی رو می‌خورید که کشتیدش. درست

مثل غذاهای داخل جزیره، مشتری‌هاتون هم پایدار نیستن. شما فقط زمانی می‌تونید درآمد کسب کنید که به مشتری‌تون کار تحویل بدید.

دورافتاده در جزیره باید ترتیب پناهگاهش، لباسش، غذاش، آب و امنیتش رو بده. کارآفرین تنها باید کارهای زیادی رو انجام بده - از بازاریابی گرفته تا فروش، تا اجرا، تا پشتیبانی مشتری، تا حسابداری. اگر که یه تیم یا دستگاه برای سبکتر کردن بار کاریتون نداشته باشید، باید مثل دورافتاده همه کاری بکنید. سایر افراد شاید حس کنند که شما یه تاجر هستید، اما شما همیشه چنین حسی ندارید. شما کنترل رو به دست ندارید. اگرچه درآمد خوبی دارید، تصور این که چنین سبک زندگی چطور می‌تونه مقیاس داشته باشه سخته. گاهی اوقات وقتی که با خودتون می‌گید، "کی می‌فهمم که اونقدری که فکر می‌کنم، خوب نیستم؟" باید با این سندروم غاصب مبارزه کنید.

بقیه فکر می‌کنن که شما می‌تونید ساعت کارتتون رو خودتون تعیین کنید، و این قضیه به نحوی درسته، ولی ساعت کاری که شما تعیین کردید ۲۴ ساعت در روز برای ۷ روز هفته است. شما همیشه درباره تجارتتون فکر می‌کنید، و حتی وقتی که "سر کار نیستید" بازم دارید به این فکر می‌کنید که چطور تجارتتون رو توسعه بدید و نگه دارید. ساعت کاری زیاد، نداشتن امنیت، و نداشتن یه درآمد قابل پیش بینی باعث میشه با خودتون فکر کنید، "برای چه مدتی پول دارم؟ آیا موفق میشم؟" این زندگی یه دورافتاده است.

بزرگترین اشتباه یه دور افتاده اینه که زندگی یه گرگ تنها رو پیش می‌بره. اگرچه اونا چیزی دارن که بیشتر افراد "آزادی" در نظر می‌گیرنش، تنها هستن و اطمینان بلندمدتی برای آیندشون ندارن.

ملکه / شاه ناراضی



آسون نبوده و شما باید موانع زیادی رو پشت سر می‌داشتید، ولی بالاخره نشستید روی تخت پادشاهی. ولی این شیوه رو به شکل آسونش انجام ندادید. نه - از طریق غلبه کردن انجامش دادید. شما سال‌ها یا حتی دهه‌ها سخت تلاش کردید تا به این موقعیت برسید، و حالا هرچی رو که همیشه می‌خواستید دارید: ثروت، سبک زندگی، و موقعیت. شما همیشه می‌دونستید که به اینجا می‌رسید؛ از وقتی که جوون بودید

انگیزه این کارو داشتید. همه کاری که باید انجام می‌دادید این بوده که به اندازه کافی سخت کار کنید تا به اینجا برسید. و این کارو کردید.

ولی به دلایلی وقتی که به تخت پادشاهی رسیدید فقط برای چند لحظه خوشحال بودید - علی‌رغم این که هدف زندگیتون رسیدن به این مکان بوده. بعد از لحظات شادی اولیه، ذهنتون شروع می‌کنه به دادن افکار ناخواسته به خوردتون، "اگه یه نفر سعی کنه تخت پادشاهیم رو از من بگیره، چی؟ اگه اونا سعی کنن منو خراب کنن چی؟ اگر که پادشاهی‌های دیگه حمله کنن و سعی کنن پادشاهی منو بگیرن، چی؟"

شما حالا مضطربانه نگران احتمال سرنگون شدنتون هستید. شما مهمترین تهدیدتون رو شناسایی می‌کنید. شما می‌بینید که پادشاهی همسایه داره قدرتت رو زیاد می‌کنه و به خودتون می‌گید، "خودشه! این هدف بعدی منه. باید مطمئن بشم که نمی‌تونن به پادشاهی من حمله کنن تا بتونم پادشاهیم رو حفظ کنم." بیشتر سال بعد رو صرف آماده کردن نیروهاتون و برنامه ریزی برای حمله می‌کنید. وقتی که بالاخره حمله می‌کنید در یه جنگ سخت مبارزه می‌کنید و پیروز می‌شید.

حالا امنیت تاج و تختتون رو تضمین کردید، و نسبت به هر زمان دیگه‌ای ثروت و احترام بیشتری دارید. همه در سرزمینتون شمارو به عنوان غالب و توانمندترین فرمانروایی می‌شناسن. بعد "این روال" دوباره رخ میده. شما برای فقط چند لحظه احساس شادی و لذت می‌کنید و بعد دوباره تنتون می‌خاره برای دستاورد بعدی.

این شاه/ملکه ناراضی براتون آشناست؟

درسته، این فرد همون آدم پرده‌ستاورده.

به عنوان یه فرد پرده‌ستوارد، همیشه نفر برتر کلاستون بودید. بعضی از افراد شمارو در رده بندی رتبه اول دسته بندی می‌کنند، ولی شما می‌دونید که چطور سخت کار کنید و موفق بشید. شما کل زندگیتون مشغول پیشروی و پیشرفت بودید. شاید یه مدیر اجرایی، یه مدیر بااستعداد، یه شریک کارآمد باشید یا موقعیت‌های برتر دیگری داشته باشید. هر منصبی که دارید، زمین و زمان رو بهم دوختید تا به جایگاه الانتون برسید. آدمای فعال در زمینه کاریتون می‌دونن شما کی هستید و بهتون احترام می‌ذارن، و اگه هم که الان نذارن، به زودی می‌ذارن. مثل شاه/ملکه ناراضی، شما هم پول، سبک زندگی و موقعیت دارید، اما همیشه نگران هستید که یه نفر دنبالتون باشه. نگران این هستید که همکاراتون ازتون پیشی بگیرن و مقامی رو که سخت برای رسیدن بهش تلاش کردید، ازتون بگیرن. عقیدتون در زندگی اینه که اگه سخت کار کنید، دستاوردهای زیادی خواهید داشت. اگر که دستاوردهای زیادی داشته باشید، خوشحالی زیادی خواهید داشت.

ولی اینجوری نیست. این آدم‌ها واسطه دستاورداشون تو تله میفتن، به جای که به خوشحالی برسن. این تله اینجوری کار می‌کنه: شما سخت کار می‌کنید، سخت کوشیتون تبدیل به نتیجه میشه، ولی همینطور که بیشتر به دست میارید، به جای خوشحالی محدودیت‌های بیشتری رو می‌بینید. محدودیت‌ها وادارتون

می‌کنن که سخت‌تر کار کنید، و وقتی که بیشتر به دست می‌آید، اون وقت می‌بینید که این نوع عملکردتون دلیل داره. بهرحال شما تو مدرسه عملکرد خوبی داشتید و همینطور که داشتید بزرگ می‌شدید ستایش‌های زیادی رو از طرف معلمان و مربیانتون دریافت کردید. اونا باعث شدن حس کنید که بخشی از یه گروه "ویژه" هستید، بهتر از هر کس دیگری. این نوع تربیت عواقب خاص خودش رو داره؛ شما سخت راضی می‌شید مگر که از هر کس دیگری عملکرد بهتری داشته باشید. یه مرد خردمند یه بار گفت، "شما نمی‌تونید با دوییدن در مسیر دستاورد مسابقه رضایت رو ببرید."

این بزرگترین اشتباهیه که ملکه / شاه ناراضی می‌کنه. اونا به اشتباه سعی می‌کنن از طریق دستاورد به رضایت برسن، نه از طریق مشارکت.

کدوم الگوی ثروت نمایانگر شماست؟

- اون شیر محبوس هستید که فقط باید به توانایی شکارتون اعتماد کنید و پاتون رو از قفس بذارید بیرون؟
- اون شعبده باز زنجیر شده هستید که سرشاره از خلاقیت، تصور و جادو؟
- اون جوینده گنج عجول هستید که به جای که خودش رو درگیر چیزای زیادی کنه با متمرکز شدن روی یه هدف می‌تونه عملکرد بسیار بهتری داشته باشه؟
- اون زندانی بی‌گناه هستید که بدون این که خودش بفهمه زندان خودش رو ساخته؟
- اون دورافتاده هستید که داره تنها در یه جزیره سعی می‌کنه زنده بمونه؟
- یا اون شاه / ملکه ناراضی که مدام دنبال تسخیر پادشاهی بعدیه؟

یادتون باشه که الگوهای ثروت روی سنگ نوشته نشدن. بسته به مرحله و موقعیت زندگیتون ممکنه یه الگوی متفاوت داشته باشید، چون مشکلات با گذشت زمان تغییر می‌کنن و راه حل‌های متفاوتی رو می‌طلبن.

ممکنه الان شیر محبوس باشید، و در مراحل بعدی زندگیتون به دورافتاده تبدیل بشید - اصلاً اشکالی نداره. موضوع مهم اینه که نسبت به موقعیت الانتون آگاه هستید. از این طریق می‌تونید وضعیتتون رو بررسی و مشکلاتتون رو با راه حل‌های مناسب رفع کنید.

لازمه براتون که الگوی ثروتتون رو شناسایی کنید تا بفهمید که کدوم یک از بخش‌های بعدی این کتاب بهترین کارایی رو براتون داره. حالا که الگوی ثروتتون رو می‌دونیم، وقتش رسیده که شروع کنیم به کاوش توانایی پردرآمد مناسب.

می‌تونید در این قسمت جواب بدید

الگوی من ...

بخش ۳: توانایی‌های پردرآمدتان را رقم بزنید

مناسب برای شیر محبوس، شعبده باز زنجیر شده، جوینده گنج عجول و زندانی بی‌گناه

تا حالا دقت کردید که شغل‌های سنتی دارن سریعتر و سریعتر ناپدید میشن؟ تا حالا خبرای مربوط به جایگزین شدن بیشتر و بیشتر کارگرا با تکنولوژی و روبات‌ها رو دیدید؟ می‌دونستید که کارگرهای کمتر و کمتری می‌تونن شغل‌های تمام وقتشون رو حفظ کنند؟ اگر که به گرایش‌ها نگاه کنید، مطلبی رو که روی دیوار نوشته شده می‌بینید. شیوه قدیمی کار کردن داره ناپدید میشه.

در گذشته می‌تونستید از دانشگاه فارغ التحصیل بشید، یه شغل مطمئن پیدا کنید، به مدت چهل سال کار یکسانی رو برای شرکت یکسانی انجام بدید، و بعد در سن شصت و پنج سالگی بازنشست بشید. دیگه اینجوری نیست، و احتمالا شما این موضوع رو می‌بینید. شاید دارید حرفتون رو شروع می‌کنید و می‌دونید که امکان نداره که به مدت چهل سال در یه شرکت بدونید، یا شاید تا حالا چند شغل عوض کردید، یا شاید کسی رو می‌شناسید که اخیرا از کارش اخراج شده و باید با بازار کار ظالم مواجه بشه.

در هر موقعیتی که هستید، احتمالا حدس کوچولویی زدید که یه چیزی در اقتصاد در حال تغییر کرده. خب، حق با شماست. "اقتصاد شغلی" قدیمی داره با سرعت ثابتی ناپدید میشه، و یه اقتصاد جدید داره پدیدار میشه. این اقتصاد چیزیه که من بهش میگم اقتصاد توانایی مبنا.

اقتصاد توانایی مبنا در حال پدیداری

دو عامل دارن اقتصاد جدید رو پیش می‌برن:

۱. کارهای تمام وقت کمتری در بازار کار موجوده.
۲. حفظ موقعیت‌های کاری تمام وقت موجود برای شرکت‌ها بسیار هزینه آفرینه.

بیا در مورد عامل اول حرف بزنیم: شغل‌های تمام وقت کمتری نسبت به گذشته موجوده. کیوسک‌هایی رو که در رستوران‌های مک دونالد جای صندوقدارها گذاشته شدن، دیدید؟ تا حالا وقتی که به یه مرکز تلفن زنگ زدید با یه کارگر خارجی صحبت کردید؟ داستان‌های وحشتناک موجود رو درباره این که شرکت‌ها دارن "تعدیل نیرو" می‌کنن نشنیدید - می‌دونید، کجا این شرکت‌ها نیروهاشون رو اخراج می‌کنن؟

دنیا داره عوض میشه - کارهای تمام وقت دائمی دارن کمتر و کمتر میشن. شرکت‌ها دارن فقط مدیران رده بالا و نیروهای بسیار لازم‌شون رو بطور تمام وقت نگه می‌دارن - هر چیز دیگری داره اتوماتیک، خارجی یا قراردادی میشه. علاوه بر این شغل‌های تمام وقت که باقی می‌مونن نگه داشتنشون برای شرکت‌ها بسیار هزینه بره.

"بازار کار ایالات متحده به نحوی ساختار بندی شده که شرکت‌ها بالاترین میزان مالیات رو بدن و بیشترین مزایا و محافظت‌ها رو در اختیار کارمندی تمام وقتشون بذارن، که یعنی استخدام یه کارمند ۳۰ - ۴۰ درصد بیشتر از به کارگیری یه کارگر مستقل با توانایی‌های برابر هزینه داره."

حالا، اگه شما مدیر یه شرکت بودید، آیا ۳۰ درصد هزینه بیشتر برای کارمندی می‌پرداختید که کار یکسانی رو در مقایسه با کارمند دیگری انجام میده؟ بر حسب شرایط زندگیتون به این موضوع فکر کنید. اگر که می‌خواستید یه ماشین بخرید، و دو فروشنده ماشین یکسانی رو بهتون پیشنهاد می‌کردن - برند یکسان، مدل یکسان، شرایط یکسان - و یکی از فروشنده‌ها ۲۰۰۰۰ دلار بهتون قیمت می‌داد و دیگری ۲۶۰۰۰ دلار، کدوم گزینه رو انتخاب می‌کردید؟ قطعاً می‌رفتید سراغ ماشین ۲۰۰۰۰ دلاری، گزینه ارزونتر. شرکت‌های زیادی الان دارن همین تصمیم رو می‌گیرن.

ناپدید شدن کارهای تمام وقت باعث شده که کار قراردادی و فریلنسری پدیدار بشه و اقتصاد توانایی مبنارو تغذیه کنه. افراد دارن بیشتر و بیشتر برمبنای توانایی‌هاشون حقوق دریافت می‌کنن، نه برمبنای مدارکشون، تجربشون و موقعیت شغلیشون. با این حال همه تواناییا یکسان خلق نشدن - بعضیاشون پاداش بیشتری بهتون می‌رسونن.

همه توانایی‌ها یکسان خلق نشدن

احتمالاً با مفهوم تقاضا و عرضه آشنایی دارید - وقتی که برای چیزی تقاضا زیاد و عرضه کم باشه، اون چیز ارزشمندتره؛ وقتی که برای چیزی تقاضا کم باشه و عرضه زیاد باشه، اون چیز کمتری داره.

در مورد توانایی‌ها هم همین روال صادقه. اصل عرضه و تقاضا توانایی‌ها رو به دو دسته بندی تقسیم کرده: توانایی‌های کم درآمد و توانایی‌های پردرآمد.

توانایی‌های کم درآمد عرضه زیاد و تقاضای کمی دارن - به همین دلیل که درآمد کمی برای شما تامین می‌کنن. این توانایی‌ها یه کالا هستن و نسبت به میزان تقاضایی که براشون وجود داره افراد خیلی بیشتری اون بیرون هستن که ازشون می‌کنن.

به عنوان مثال، فرض کنید که شما یه صندوقدار هستید. صندوقدار بودن هیچ اشکالی نداره. این کار وقتی که من شروع کردم اولین و تنها کارم بود. من حداقل دستمزد رو داشتم و باید ساعات سخت زیادی رو کار می‌کردم. من خیلی خیلی سخت کار کردم، اما چک دریافت حقوقم تلاش‌هام رو نشون نمی‌داد. چرا اینطور بود؟ چون صندوقداری یه توانایی کم درآمد بود. مهم نبود که چقدر در کارم سریع یا خوب بودم، هر روز می‌تونستن یه نفر دیگه رو از تو خیابون بیارن و بذارن جای من.

در تضاد با توانایی‌های کم درآمد، توانایی‌های پردرآمد عرضه کم و تقاضای زیادی دارن - به همین دلیل که پرداختی بیشتری رو براتون رقم می‌زنن. اگر که یه توانایی پردرآمد داشته باشید، دیگران برای استخدام کردنتون می‌جنگن چون می‌تونید ارزش زیادی رو ارائه کنید.

علاوه بر این اگر که به توانایی پردرآمد داشته باشید، کاری که گیر میارید حقوق، انعطاف پذیری و شادی بیشتری رو در اختیارتون می‌ذاره. همچنین می‌تونید امور مالیتون، ساعت کارتون و مکان کارتون رو کنترل کنید. همه این موارد پارامترهای مهمی در تعیین میزان شادیتون در محل کارتون هستند.

با این حال شاید بپرسید، "دن همه اینا خوبه، اما به توانایی پردرآمد دقیقا چیه؟" خوشحالم که این سوال رو پرسیدید. اگر که به اولای این کتاب نگاه کنید، می‌بینید که تعریف زیر تعریف به توانایی پردرآمده:

توانایی پردرآمد:

توانایی که این قدرت رو بهتون بده که ۱۰۰۰۰ دلار در

ماه یا بیشتر درآمد داشته باشید، به شرطی که سرویسی رو به دیگران ارائه

کنید که بقیه می‌دونن بهش نیاز دارن، اما ندونن که خودشون چطور انجامش بدن

و توانایی باشه که هیچ کس نتونه از شما بگیرتش و در صنایع مختلف قابل استفاده است.

بیاید به هر قسمت از این تعریف به نگاهی بندازیم تا بفهمیم که چرا به این شکل ارائه شده.

چرا ۱۰۰۰۰ دلار عدد جادویی؟

دو دلیل وجود داره برای این که چرا ۱۰۰۰۰ دلار در ماه عدد جادویی به توانایی پردرآمده.

اول این که با به دست آوردن ۱۰۰۰۰ دلار در ماه (یا ۱۲۰۰۰۰ دلار در سال) جزء ۶ درصد افراد پردرآمد آمریکا خواهید بود. می‌تونید به زندگی راحت رو حفظ کنید - می‌تونید هزینه‌هاتون رو بپردازید، در بهترین رستوران‌ها غذا بخورید، یکم ولخرجی کنید و بازم مقداری پول داشته باشید تا در حساب پس اندازتون یا کارتتون سرمایه گذاری کنید. این عدد به شما آرامش خاطر میده. این عدد شمارو از استرس این که آیا به اندازه کافی برای مخارج این ماه پول دارید یا نه، آزاد می‌کنه. داشتن این آرامش خاطر و پول بیشتری برای بردن به خونتون توانایی رشد کردن و توسعه یافتن رو به شما میده.

دلیل دوم درک مهمیه که هیچ کس در حال حاضر دربارش صحبت نمی‌کنه. درکيه که من فقط از تجربه شخصیم بهش رسیدم. به کمک دو دهه تجربه گذشتم در زمینه آموزش به افراد در سرتاسر جهان متوجه یه چیزی درباره روانشناسی آدما و میزان درآمدهشون شدم. یه "سقف شیشه‌ای" وجود داره که بیشتر افراد نسبت به درآوردن ۱۰۰۰۰ دلار در یه ماه دارن. اگر که در یه ماه ۱۰۰۰۰ دلار در بیارن یه جور شخصیت هستن، و اگر که در نیارن یه جور شخصیت دیگه.

من دیدم که افراد همینطور که درآمدهشون مثل یه ترن درآمد بالا و پایین میره، بین در آوردن ۲۰۰۰ دلار تا ۹۰۰۰ دلار در ماه نوسان می‌کنن. ولی وقتی که در یه ماه ۱۰۰۰۰ دلار پول در آوردن یه چیزی در درونشون تغییر

می‌کنه. اونا به شخصیت جدید، به سطح راحتی جدید و به استاندارد جدید رو برای چیزی که در زندگیشون قبول می‌کنن یا نمی‌کنن برای خودشون پیش می‌گیرن. اونا هر کاری می‌کنن تا روی شاخص ۱۰۰۰۰ دلار در ماه بمونن.

اگر که کمتر از ۱۰۰۰۰ دلار در ماه در بیارن، شدیداً احساس ناراحتی می‌کنن و سعی می‌کنن که به جایی که بودن برگردن؛ این چیزی که در رفتار کسی که هرگز ۱۰۰۰۰ دلار در ماه در نیاورده نمی‌بینید.

چطور غیرقابل جایگزین بشیم؟

یادتون باشه که ما گفتیم توانایی‌های پردرآمد عرضه کم و تقاضای زیادی دارن؛ این یعنی توانایی‌های کم درآمد مثل خرید خواربار، تمیز کردن پله‌ها و رانندگی جزء توانایی‌های پردرآمد نیستند. به همین دلیل که افرادی که در نرم افزارهایی مثل تسک ربیت یا اوبر کار می‌کنن احتمالاً ۱۰۰۰۰ دلار در ماه در نمیارن. راننده اوبر بودن هیچ مشکلی نداره. فکر می‌کنم برای خیلیا خوب باشه. بهتون انعطاف پذیری میدم و می‌ذاره خارج از ساعات کار عادی پول در بیارید. با این حال راننده‌های اوبر احتمالاً پول خیلی زیادی در نمیارن چون قابل جایگزین شدن هستن. اگر که به راننده اوبر در دسترس نباشه، چندین راننده اوبر هستن که به گوشه منتظرن.

موضوع مقدار پولی که در میارید نیست؛ موضوع نحوه پول درآوردنتونه.

سه راه مختلف برای درآوردن ۱۰۰۰۰ دلار در ماه

راه‌های زیادی برای درآوردن ۱۰۰۰۰ دلار در ماه وجود داره، ولی همه درآمدهای ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلاری عملکرد یکسانی ندارن. نحوه پول درآوردنتون می‌تونه به اندازه خود پول مهم باشه.

هدف داشتن اطمینان مالیه - توانایی پول درآوردن تحت هر شرایطی، تا دیگه مجبور نباشید که نگران پول باشید.

سه راه مختلف برای داشتن درآمد زیاد وجود داره: شغل پردرآمد، تخصص پردرآمد، و توانایی‌های پردرآمد. فرقیشون چیه؟

۱. شغل پردرآمد

شغل پردرآمد به شرکت وابستگی داره. مثال بارزش بالا رفتن از نردبون ترقی شرکت‌هاست. شما سخت کار می‌کنید و بالاخره به منصب مدیریت میانی یا مدیریت اجرایی می‌رسید. شما از این طریق می‌تونید ۱۰۰۰۰ دلار در ماه درآمد کسب کنید. با این حال به گیری وجود داره - اگر که رئیس‌تون تصمیم گرفت که

شمارو اخراج کنه، چی؟ می‌تونید همون مقدار درآمد رو از یه شرکت دیگه به دست بیارید؟ شاید، ولی تضمین شده نیست. آیا منصب و مقامی که در یه شرکت داشتید، به شرکت بعدی منتقل میشه؟ دوباره، ممکنه - اما تضمین شده نیست. اگر که شرکت تصمیم به اعمال "ساختار بندی مجدد" کرد، چی؟ اون موقع چه کار می‌کنید؟ آیا دانشی که از شرکتتون کسب کردید به کارتون قابل انتقال؟

وقتی که در یه شغل پردرآمد هستید، درآمدتون توسط شرکت تعیین میشه. شرکت می‌تونه بهتون تنزل درجه بده، ترفیع بده یا اخراجتون کنه، ولی این تغییر عمدتا خارج از قدرت کنترل شماست (مگر که بخواید درگیر سال‌ها سیاست‌های اداری بشید). شما عمدتا یه برده پردرآمد هستید.

۲. تخصص پردرآمد

یه تخصص پردرآمد به صنعت وابستگی داره. این تخصص معمولا مدرک و اعتبار مبناست، به این معنی که هر چه تعداد بیشتری نامه پشت یا جلوی اسم شما باشه، درآمد بیشتری کسب می‌کنید. افرادی که در این رده بندی هستند پزشکا، وکیلا، حسابدارها، دلالان ملک و دندون پزشک‌ها هستند که به مدت شش تا هشت سال سخت مطالعه و کار کردن تا به تحصیلات و مدرک تحصیلیشون برسن. با این حال نقطه ضعف داشتن یه تخصص پردرآمد در تعریفش - به صنعت وابستگی داره.

آیا یه متخصص بیماری‌های پا می‌تونه یه دفعه یه دندون پزشک بشه؟ آیا می‌خواید کسی که با بیماری‌های مربوط به پا سر و کار داره، دندوناتون رو درست کنه؟ احتمالا نه. اگر که یه دلال ملک هستید و یه دفعه بازار دچار رکود شد (همونطور که همیشه در چرخه اقتصادی به این مشکل برمی‌خوره)، چه کار می‌کنید؟ شما به اندازه قبل یه دلال ملک خوب هستید، ولی چه چیزی عوض شده؟ هیچی - جز اقتصاد و بازار که هیچ کدومشون در کنترل شما نیستند. وقتی که چنین اتفاقی میفته باید برای حفظ درآمد کنونی‌تون خیلی سخت‌تر کار کنید.

علاوه بر همه این موارد، خیلی از تخصص‌های پردرآمد به مکان وابستگی دارن. اگر یه دندون پزشک، دلال ملک، وکیل یا هر تخصص دیگری دارید، معمولا در دفترتون کار می‌کنید و مشتری/بیمارانتون معمولا از همون منطقه‌ای هستند که داخلش دفتر یا مطب دارید. بیاید با این حقیقت روبرو بشیم: اگر که یه دندون پزشک هستید افراد زیادی یه مسیر ۴۵ کیلومتری رو برای اومدن به مطب شما طی نمی‌کنند، حالا هر قدرم که در کارتون خوب باشید. به همین دلیل که من موضوع توسعه توانایی پردرآمد رو تدریس می‌کنم.

۳. توانایی پردرآمد

توانایی‌های پردرآمد نامحدود هستند. یه توانایی پردرآمد بیشترین حد آزادی رو به شما میده چون ارزش شما فقط به این پارامتر وابسته است که چقدر ارزش وارد بازار می‌کنید. این حد به شرکت وابستگی نداره

چون می‌تونید برید سراغ یه مشتری دیگه که سرویس شمارو می‌خواد. به صنعت هم وابستگی نداره چون یه توانایی پردرآمد در همه صنایع کار داره. به مکان وابستگی نداره چون یه توانایی پردرآمد تا جایی که بتونید به مشتریتون ارزش تحویل بدید به حضور فیزیکیتون نیاز نداره. به لطف پیشرفت‌های تکنولوژی کار کردن در خونه، کافی شاپ یا هر جایی که دوست دارید، راحتتر از همیشه شده.

وقتی که توانایی پردرآمدتون رو به دست آوردید، می‌تونید با اطمینان اقتصادی واقعی شروع کنید به زندگی کردن زندگیتون.

شغل‌ها شمارو به هیچ‌کجا نمی‌رسونن. تخصص‌ها شمارو به یه جایی می‌رسونن. توانایی‌ها شمارو به هر جایی می‌برن.

توانایی‌هاتون رو که ارتقاء بدید درآمدتون رو ارتقاء دادید

بیا یه نگاهی کنیم به یه توانایی پردرآمد مثل *های تیکت کلوزینگ*. با این توانایی برای هر قراردادی که می‌بندید کمیسیون دریافت می‌کنید. بنابراین اگر که برای فروش یه جنس ۳۰۰۰ دلاری قرارداد ببندید و کمیسیونتون ۱۰ درصد باشه، ۳۰۰ دلار گیرتون میاد. با بستن ده قرارداد در ماه هر ماه ۳۰۰۰ دلار گیرتون میاد. بیا فرض کنیم که در ماه صد تماس تلفنی داشتید و ده قرارداد بستید، بنابراین از هر ده تماس یه قرارداد بستید. اما اگر که در این تواناییتون بهتر بشید، چی؟ اگر که بیشتر تمرین کنید، کتاب‌های بیشتری بخونید و بیشتر آموزش ببینید چی؟

اگر که به جای یک قرارداد از هر ده تماس، دو قرارداد از هر ده تماس ببندید، چی؟ حالا به جای بستن ده قرارداد فروش در ماه، ماهیانه بیست قرارداد فروش می‌بندید. با کمیسیون ۳۰۰ دلاریتون ماه دیگه ۳۰۰۰ دلار به دست نمی‌آید، بلکه ۶۰۰۰ دلار به دست می‌آید. این قدرت داشتن یه توانایی پردرآمده - هر قدر که در تواناییتون بهتر بشید، درآمدتون بیشتر میشه.

آیا توانایی‌های پردرآمد می‌تونن درآمدتون رو چند برابر کنند؟

وقتی که توانایی‌های پردرآمدتون رو به درستی "جمع" کنید، تواناییاتون می‌تونن همدیگه رو تقویت و درآمدتون رو چند برابر کنند. بیا فرض کنیم که شما یه توانایی پردرآمد دارید که در ماه ۱۰۰۰۰ دلار براتون پول در میاره. اگر که بتونید یه توانایی پردرآمد دیگه بهش اضافه کنید، می‌تونید با یکم کار و تلاش بیشتر ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار دیگه هم به دست بیارید.

بذارید داستان خودم رو درباره جمع کردن توانایی‌های پردرآمدم براتون تعریف کنم. آلن، مربیم، اولین توانایی پردرآمدم رو بهم یاد داد که کپی رایتینگ بود. اگر که سریال *Mad Men* رو دیده باشید، می‌دونید که

کپی رایتری فروشندگی از طریق مطبوعات، به توانایی ضروری برای ساختن آگهی‌های بازاریابی موفق. به کمک کپی رایتری تونستم "آژانس تبلیغاتی تک نفره" خودم رو باز کنم و ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار در بیارم. حالا اگر که به جای این توانایی به شغل پردرآمد داشتم، سقف درآمد همینقدر می‌موند، و من فقط می‌تونستم همینقدر درآمد داشته باشم. من به دفعه مشتری‌های زیادی می‌گرفتم و ساعات زیادی رو کار می‌کردم تا سفارش‌هارو آماده کنم، برای همین نمی‌تونستم با اضافه کردن به کار دیگه به این کارم درآمد رو زیاد کنم. ولی از اونجایی که تونستم توانایی‌های پردرآمد رو بیشتر کنم، تونستم درآمد رو افزایش بدم.

می‌دونید، از اونجایی که با مشتریای بیشتر و بیشتری کار می‌کردم، اونا شروع می‌کردن به پرسیدن سوالاتی از من درباره نحوه استفاده از آگهی‌های بازاریابی که من براشون نوشتم. "دن، این به کار عالی که برامون انجام دادی، ولی چطور خوب ازش استفاده کنم؟" بنابراین علاوه بر نوشتن آگهی‌ها برای مشتریام، نحوه استفاده از کارم رو هم بهشون یاد دادم. بهشون نشون دادم که چطور کارم رو تبلیغ کنن، کجا تبلیغش کنن، و وقتی که به کمپین برگزار می‌کنن چه انتظاری داشته باشن. کار اضافی زیادی نبود، فقط یکی - دو ساعت اینجا و اونجا بود، ولی به من اجازه داد که درآمد رو بطور ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار دیگه هم افزایش بدم. اینجوری بود که من به دومین توانایی پردرآمد که مشاوره بود دست پیدا کردم.

بدون افزایش زیاد ساعت کار اضافیم و با کار کردن با مشتری‌های یکسانی، درآمد رو دو برابر کردم؛ از ۱۲۰۰۰۰ دلار در سال رسیدم به ۲۴۰۰۰۰ دلار در سال. قدرت جمع کردن توانایی‌های پردرآمد رو می‌بینید؟

دسته توانایی‌های پردرآمد
موفقیت شماره ۴
موفقیت شماره ۳
موفقیت شماره ۲
موفقیت شماره ۱

علاوه بر اون مورد، به توانایی پردرآمد دیگه رو هم به تواناییام اضافه کردم - توانایی های تیکت کلوزینگ.

های تیکت کلوزینگ به توانایی مخصوص بستن قراردادهایی که ۳۰۰۰ دلار یا بیشتر ارزش دارن. این قراردادها تراکنش‌های بزرگی هستن که برای کامل شدن به تعامل انسانی نیاز دارن. من در "آژانس تبلیغاتی تک نفره" فقط با ارائه خدمات کپی رایتری و مشاوره داشتم پول خوبی در می‌آوردم. با این حال می‌دونستم که اگه می‌خوام به سطح بعدی درآمد برسم، باید شروع کنم به کار کردن با مشتریایی که پول خوبی میدن. به کمک توانایی های تیکت کلوزینگ مشتریای بزرگتری رو به دست آوردم که مایل بودن برای به دست آوردن نتایج بهتر بهای بیشتری رو بپردازن. این توانایی به من اجازه داد که با "ماهی‌های بزرگتر" کار کنم و اینجوری درآمد من رو به سطح بعدی رسوند.

بعدش به توانایی پردرآمد دیگه رو به مجموعه تواناییام اضافه کردم؛ بازاریابی دیجیتالی. با استفاده اهرمی از قابلیت دسترسی دنیای آنلاین تونستم به افراد بسیار زیادی دست پیدا کنم و ارزش بیشتری رو ارائه

کنم. اینجوری بود که تونستم با اضافه کردن یه توانایی پردرآمد به یه توانایی پردرآمد دیگه از ۱۰۰۰۰۰ دلار در ماه به میلیون‌ها دلار در ماه برسم. ساده به نظر میاد، واقعا هم ساده به نظر میاد - ولی ساده نیست.

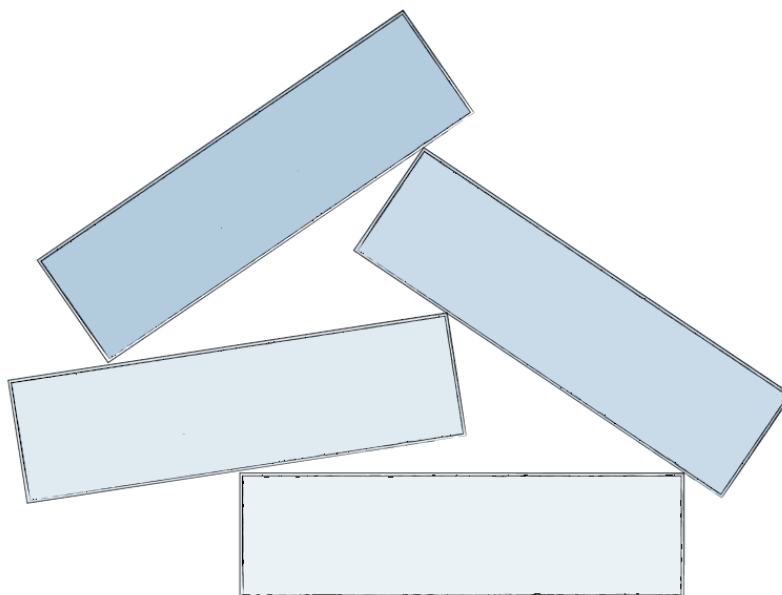
اشتباه شماره یکی که افراد هنگام توسعه توانایی پردرآمدشون می‌کنن

چند سال قبل چارلی رز با ویل اسمیت مصاحبه کرد و درباره راز موفقیتش ازش پرسید. جوابی که ویل داد این بود،

"شما آماده ساختن یه دیوار نمی‌شید. شما نمی‌گید 'من می‌خوام بزرگترین، خفنترین و بهترین دیوار دنیارو بسازم.' شما از این قسمت شروع نمی‌کنید. شما می‌گید 'من این آجرو به بهترین نحوی که میشه یه آجرو گذاشت، می‌ذارم.'"

ویل اسمیت به بهترین شکل ممکن نحوه جمع کردن توانایی‌های پردرآمد رو توضیح داده: اول با یه توانایی پردرآمد موفق بشید، بعد برید سراغ توانایی بعدی. اینجوری دسته‌ای از توانایی‌های پردرآمد رو می‌سازید. بیشتر افراد دسته توانایی‌های پردرآمدشون رو در جهت نادرست می‌سازن. اونا یه توانایی رو برای مدتی امتحان می‌کنن، و بعد می‌پرن سراغ توانایی بعدی و بعد می‌پرن سراغ توانایی بعدی، بدون این که کمترین تسلطی روی توانایی کنونی‌شون به دست بیان. به جای که یه دیوارو اونجوری که ویل اسمیت گفت بسازن، یه توده آجر می‌سازن.

توده توانایی‌های پردرآمد



ممکنه وقتی که دارید توانایی پردرآمدتون رو توسعه می‌دید، دچار سختی‌هایی بشید. شاید به یه شرایط ثابتی برسید، یا شاید در پیدا کردن افرادی که برای تواناییتون پول پردازن، دچار سختی بشید. اشتباهی که می‌بینم افراد اغلب اوقات می‌کنن اینه که وقتی که سریع به نتیجه نمی‌رسن توانایی پردرآمدی رو که داشتن روش کار می‌کردن کنار می‌ذارن. توصیه من برای افرادی که می‌خوان مسیرشون رو عوض کنن، اینه: صبور باشید. انقدر صبر کنید تا بتونید قبل از این که برید سراغ توانایی پردرآمد بعدیتون با توانایی پردرآمد اولتون ۱۰۰۰۰ دلار در ماه به دست بیارید.

۱۲۰۰۰۰ دلار + توانایی‌های پردرآمد

(بدون نیاز به مدرک تحصیلی)

سوال بعدیتون شاید این باشه، "خیلی خوب، فهمیدم. داشتن توانایی‌های پردرآمد راه موفقیتیه. حالا باید چه توانایی رو انتخاب کنم؟" توانایی پردرآمد مناسب برای هر فردی بسته به چیزایی که بهشون علاقه داره و نداره متفاوتیه، ولی برای که چند ایده بهتون بدم، در این قسمت تعدادی از توانایی‌های پردرآمد مورد علاقم رو براتون معرفی کردم.

کپی رایتری

کپی رایتری فروشندگی در مطبوعات: تدوین آگهی‌های تبلیغاتی، نامه‌های فروش محصول و صفحات فروش به متقاعد کننده‌ترین شیوه ممکن. کپی رایتری یعنی ترتیب بندی کلمات به نحوی که باعث بشه محصولی بهتر فروش بره. تبلیغات بیلبوردی، تبلیغات فیسبوکی، تبلیغات روزنامه‌ای، تبلیغات سوپر بول، اینا همه کپی رایتری هستن. لعنت بهش، اگر که یه متن نوشتید تا یه نفر بیارید سر قرار، این تواناییتون کپی رایتریه! این توانایی یکی از بهترین توانایی‌های پردرآمد برای توسعه دادنه. این توانایی همون موردیه که من باهاش شروع کردم.

نویسندگی خلاقانه

نویسندگی خلاقانه همه نوع نویسندگی رو شامل میشه. این توانایی برای ذهن‌های خلاق و متفکران آزاد بسیار سودآوریه.

مشاوره

یه مشاور یه مشکل گشا خلاقه که می‌تونه با یه دیدگاه هدفمند به یه تجارت نگاه کنه. این افراد به یه مشکل نگاه می‌کنن و یه راه حل براش ارائه می‌کنن. درواقع مشاورا تخصصشون رو میدن در ازای پول. یه مشاور خوب توصیه و تخصص بدون جانبداری ارائه می‌کنه. اگر که در انجام کاری خوب هستید، چیزی که دوستانتون همیشه میان سراغتون تا برای انجام دادنش کمکشون کنید، یا چیزی که می‌دونید داخلش نسبت به دیگران برتری دارید، شاید بهتره برید تو کار مشاوره.

بازاریابی دیجیتالی

بازاریابی دیجیتالی طراحی کیف فروش، مدیریت صفحات و آگهی‌های فیسبوک، ساخت و طراحی حساب اینستاگرامی، برقراری رابطه با مشتری و پارامترهای دیگری رو شامل میشه. بازاریابی دیجیتالی یه فرصت بسیار بزرگه برای جوونا و بلندپروازهایی که با رسانه اجتماعی آشنایی دارن. اگر که به رسانه اجتماعی علاقه دارید، چرا از این علاقتون به عنوان یه توانایی پردرآمد استفاده نمی‌کنید؟ به خاطر انفجار رسانه اجتماعی شرکت‌ها نمی‌تونن پا به پای گرایش‌ها پیش برن. اگر این توانایی رو یاد بگیرید و هر ماه چهار مشتری ۲۵۰۰ دلاری داشته باشید، این ابزار همیشه توانایی پردرآمدتون.

بلاگ نویسی / تولید محتوا

بلاگ نویسی مثل نویسندگی خلاقانه است، ولی اگر که یه بلاگ مستقل داشته باشید، می‌تونید نحوه مدیریت بازاریابی آنلاین، آگهی دادن، مدیریت ترافیک و خیلی چیزای دیگه رو یاد بگیرید. اگر بتونید محتوای ارزشمندی بسازید که به دیگران کمک کنه، این توانایی یه توانایی پردرآمد عالیه. اگر که بتونید توانایی‌های خارق العادتون رو در زمینه نویسندگی و بازاریابی با هم ترکیب کنید، در راه تبدیل کردن بلاگ نویسی به توانایی پردرآمد بعدیتون هستید.

مذاکره

توانایی‌های مذاکره تقریباً برای همه چی ضروری هستند. اگرچه ممکنه برای داشتن صرفاً این توانایی ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار درآمد نداشته باشید، این توانایی سایر توانایی‌های دیگه شمارو تقویت می‌کنه. مذاکره با هر کسی که انجام بشه می‌تونه یه معامله رو جوش بده یا بهم بزنه؛ این ابزار یکی از توانایی‌های پردرآمد اصلیه که سایر توانایی‌های پردرآمدتون رو موثرتر می‌کنه.

سخنرانی عمومی

تعداد کسایی که از سخنرانی در جمع می‌ترسن از تعداد افرادی که از مرگ می‌ترسن، بیشتره. این یعنی در یه مراسم ختم تعداد آدمایی که ترجیح میدن در تابوت باشن از تعداد آدمایی که می‌خوان در مدح متوفی حرف بزنن، بیشتره. به همین دلیل که افراد بسیار معدودی به این توانایی تسلط واقعی پیدا کردن. در رابطه با این مورد موضوع فقط صحبت کردن با اعتماد به نفس جلوی یه جمع نیست - بلکه موضوع انتقال یه داستان و یه دیدگاه به مخاطبانه.

ترجمه زبان

با توسعه جهانی سازی کشورها در سرتاسر جهان شروع کردن به تجارت کردن با همدیگه. اگر که به چند زبان تسلط دارید، این تواناییتون می‌تونه یه توانایی پردرآمد بزرگ باشه براتون که گسترشش بدید. یاد گرفتن یه زبان چیزی نیست که افراد زیادی بتونن در مدت زمان کوتاهی انجامش بدن. به همین دلیل که افراد زیادی برای انجام این کار به بقیه پول میدن.

عکاسی

من دوستی دارم که یه عکاس حرفه‌ایه و برای کارش پول خوبی می‌گیره. ولی اون فقط یه "عکاس" نیست. اون با مشتری‌ش کار می‌کنه تا مطمئن بشه که نیازش رو درک می‌کنه و پیشنهادهاتی برای عکس‌ها می‌ده که تجارب مشتری‌اش رو جاودانه می‌کنن. چنین توجه و همدلی هست که این اجازه رو به این افراد می‌ده که دستمزدهای بالایی رو درخواست کنن.

برنامه نویسی

تکنولوژی داره در دنیای ما فراگیرتر و فراگیرتر میشه. به زودی هوش مصنوعی و واقعیت مجازی نقش بزرگی رو در جامعه ما بازی می‌کنه (و شاید حتی همین الانم دارن نقش بزرگی رو در جامعه ما بازی می‌کنن). برنامه نویس‌ها در همه صنایع مورد نیاز هستن - از بازاریابی گرفته تا بهداشت و اقتصاد. اگر که شدیداً تحلیل‌کننده هستید و برنامه نویسی برای اهدافتون مناسبه - این مورد رو به عنوان توانایی پردرآمدتون انتخاب کنید.

های تیکت کلوزینگ

های تیکت کلوزینگ توانایی بستن قراردادهای سنگینه. بیشتر فروشنده‌ها روی گیر آوردن قرارداد متمرکز هستن، ولی های تیکت کلوزینگ به رفع نیازهای مشتری ربط داره و این که بذارید خودتون تصمیم سنجیده شده بگیرن.

وقتی که شرکت‌ها می‌خوان محصول یا خدماتی رو بفروشون که ۳۰۰۰ دلار یا بیشتر قیمت داره، عموماً نیاز دارن که یه نفر دیگه هم پشت خط تلفن باشه، چون این تراکنش‌ها تراکنش‌هایی نیستن که بشه با فرم‌های آنلاین ساده انجامشون داد. اینجاست که پای های تیکت کلوزینگ میاد وسط.

این ابزار همچنین یه توانایی ارزشمند برای هر کسی که تجارت خودش رو داره. اگر که تجارتي دارید، احتمالاً می‌خواید برای کاری که الان دارید می‌کنید هزینه بیشتری رو طلب کنید. بدون توانایی های تیکت کلوزینگ معمولاً فقط می‌تونید روی قیمت رقابت کنید. اگر که قهرمان رقابت ارزونترین تامین‌کننده در بازار بشید، اصلاً برنده نمی‌شید.

های تیکت کلوزینگ یکی از توانایی‌های پردرآمد مورد علاقه که به دانش آموزان در بیشتر از ۱۵۰ کشور آموزشش دادم. در بخش ۷ بیشتر درباره این توانایی یاد می‌گیرید. در اون بخش یاد می‌گیرید که چطور پشت تلفن قراردادهای های تیکت ببندید.

توانایی‌های پردرآمد برتر

همه این نمونه‌ها این پتانسیل رو دارن که توانایی پردرآمد باشن، ولی سه توانایی پردرآمد هستن که من عاشقشونم: های تیکت کلوزینگ، کپی رایتینگ و بازاریابی دیجیتالی. این سه مورد توانایی‌های پردرآمد برتر هستن چون در تولید درآمد یا پیدا کردن مشتریای جدید به سایر تجارت‌ها کمک می‌کنن.

توانایی‌های پردرآمد ضد رکود هستن، بالاترین پتانسیل درآمدزایی رو دارن، و اقتصاد در هر وضعیتی هم که باشه شرکت‌ها بهشون نیاز دارن. وقتی که اقتصاد وضعیت خوبی داره، شرکت‌ها مشتریای بیشتری می‌خوان. وقتی که اقتصاد وضعیت بدی داره، شرکت‌ها به مشتریای بیشتری نیاز دارن. در هر دو حالت، برای افراد دارای این توانایی‌ها همیشه نیاز وجود داره. چی حدس می‌زنید؟ این توانایی‌ها هرگز از دور خارج نمیشن. هوش مصنوعی و روبات‌ها هرگز نمی‌تونن این توانایی‌ها رو کنار بزنن چون بعضی از تراکنش‌ها بازم به عامل انسانی وابسته هستن.

شاید بگید، "ولی دن من که فروشنده یا بازاریاب نیستم. این راهکار چطور برای من جواب میده؟" ویژگی بسیار خوب این توانایی‌ها اینه که قابل یادگیری هستن. من به میلیون‌ها نفر از سطوح مختلف زندگی آموزش دادم، و بیشترشون فروشنده نیستن. مثل دوچرخه سواریه. اولین باری رو که یاد گرفتید دوچرخه سواری کنید، یادتون میاد؟ اولش ترسناک بود و چند باری زمین خوردید، ولی وقتی که در حفظ تعادل روی دو چرخ بهتر شدید دوچرخه سواری براتون سرگرم کننده شد. وقتی که توانایی دوچرخه سواری رو یاد گرفتید دیگه برای کل زندگیتون نگهش می‌دارید. شما هرگز نحوه دوچرخه سواری رو فراموش نمی‌کنید. این توانایی‌های پردرآمد هم همینجوری هستن.

چطور توانایی پردرآمدتون رو توسعه بدید؟

حالا که قدرت داشتن یه توانایی پردرآمد رو درک کردید، توسعه دادن یکی از این توانایی‌ها برای خودتون معقول نیست؟ اول باید بدونید که چه چیزی مانع بیشتر افراد در رسیدن به توانایی پردرآمدشون میشه. این عامل فقدان اطلاعات یا فقدان منابع نیست؛ چیز خیلی وسیع‌تریه.

بخش ۴: شانس‌تان را رقم بزنید

عدد چهار در فرهنگ چین به عدد نحسه، برای همین این بخش رو کنار می‌ذاریم.

بخش ۵: قدرت شخصیتان را رقم بزنید

مناسب برای شیر محبوس، شعبده باز زنجیر شده، زندانی بی‌گناه، جوینده گنج عجول، دورافتاده.

دقیقا چه عاملی این آدمارو عقب نگه می‌داره؟ در کل زندگی‌م مشتاق بودم پاسخ این سوال رو پیدا کنم. چرا بعضی از افراد از بقیه موفقتر هستن؟ ظاهرا همه ما توانایی‌های یکسانی داریم، با این حال بیشتر افراد به چیزای که می‌خوان بهش دست پیدا کنن، نمی‌رسن.

وقتی که می‌شنوم افراد میگن، "نمی‌تونم این کارو انجام بدم"، ازشون می‌پرسم - منظورت اینه که نمی‌دونی چطور انجامش بدی؟ یا نمی‌خوای انجامش بدی؟ چون هممون قدرت رقم زدن به اتفاق رو داریم - بنابراین موضوع نداشتن اطلاعاته یا نداشتن تمایل؟ بیشتر افراد فکر می‌کنن چیزی که مانعشون میشه، فقدان اطلاعاته. اولین کاری که وقتی به نتیجه نمی‌رسن می‌کنن اینه که دنبال "نحوه انجام" فلان کار می‌گردن. اونا دنبال "نحوه وزن کم کردن"، "نحوه شروع کردن به تجارت"، "نحوه ترفیع گرفتن"، "نحوه گرفتن ارتقاء شغلی"، و نحوه انجام فلان کار و بیسار کار می‌گردن.

بیا به نگاهی به این مثال بندازیم. می‌دونید عامل‌های کلیدی وزن کم کردن چیا هستن؟

وقتی که افراد دنبال "نحوه وزن کم کردن" می‌گردن، ده‌ها رژیم متفاوت پیدا می‌کنن که تک تکشون کاهش وزن رو وعده دادن. رژیم کتو هست، رژیم اتکینز هست، رژیم گیاه خواری هست، رژیم ویت و اچرز هست، رژیم غذای خام هست و غیره و غیره. ولی وقتی که صحبت از وزن کم کردن به میون میاد، مگه همه ما نمی‌دونیم برای وزن کم کردن باید چه کار کنیم؟ می‌دونیم که همه چی تقریبا به دو چیز ختم میشه - کمتر خوردن و بیشتر حرکت کردن!

همه ما می‌دونیم که باید چه کار بکنیم، ولی چرا انجامش نمیدیم؟ چرا وقتی که کاملا می‌دونیم که باید چه کار کنیم، طفره میریم؟ پس شاید مشکل این نیست که نمی‌دونیم باید چه کار کنیم - شاید مشکل انجام ندادن کاریه که نسبت بهش مطلع هستیم.

اینطور نیست؟ مشکل فقدان اطلاعات نیست. اگر که می‌خواید وزن کم کنید، ترفیع بگیرید، به تجارت رو شروع کنید، یا هر کاری رو انجام بدید، تنها کاری که باید بکنید به جستجوی کوتاه در اینترنته. چه تعداد پادکست، کتاب، بلاگ، مقاله و درس رو پیدا می‌کنید؟ احتمالا میلیون‌ها میلیون نتیجه پیدا می‌کنید. سی سال طول می‌کشه تا بخشی از نتایج به جستجو رو مطالعه کنید.

در بیشتر موارد اطلاعات و دستورالعمل‌های بسیار زیادی وجود دارد. مردم فلج میشن - اونا منجمد میشن، تحلیل می‌کنن و عمل نمی‌کنن - و این چیزیه که مانع پیشرویشون میشه. دلیل این که اونا اقدام نمی‌کنن فقدان دانش نیست - اینه که به مقدار بسیار زیادی اطلاعات دسترسی دارن.

بیشتر افراد در اطلاعات غرق میشن اما تشنه دانش هستن.

اطلاعات زیادی درباره رسیدن به هر نوع هدفی وجود دارد. مشکل کمبود اطلاعات نیست، کمبود دانشه.

چرا به اطلاعات کمتر و دانش بیشتری نیاز داریم؟

اطلاعات پتانسیل قدم برداشتن رو در اختیارتون می‌ذاره. دانش قدرت تبدیل کردن اطلاعات به عمل رو بهتون میده.

اطلاعات یعنی بدونید چه کار بکنید، دانش یعنی بدونید چه کار نکنید.

اطلاعات زیاده، اما دانش نادره.

مقدار زیاد اطلاعات باعث میشه گیج بشید، ولی مقدار مناسب دانش بهتون قدرت میده.

مقدار زیاد اطلاعات شمارو گیر می‌ندازه، ولی مقدار مناسب دانش گیر کار شمارو رفع می‌کنه.

ما نمی‌تونیم مشکلات رو با همون تفکری حل کنیم که وقتی به وجودشون می‌اوردیم داشتیم.

آلبرت انیشتین

وقتی که گیر کردید چه کار کنید؟

می‌دونید، وقتی که تو زندگی گیر می‌کنید، چیزی که فکر می‌کنید مشکله معمولا مشکل واقعی نیست. بنابراین راه حل واقعی معمولا خارج از دامنه اطلاعات شماست. بذارید بهتون نشون بدم که منظورم چیه.

بباید تصور کنیم که یه جعبه وجود داره. درون این جعبه دانسته‌های شما قرار داره.



نفستون، تجاربتون، و همه باورهای کنونی موجودتون در این جعبه هستن. برای بیشتر افراد این جعبه کوچک و جمع و جوره.

حالا تصور کنید که یه جعبه بزرگتر دیگه کنار جعبه "دانسته‌ها" قرار داره. این جعبه "ندانسته‌های" شمارو نشون میده.



ببینید که این جعبه چقدر بزرگتره. ندانسته‌های شما خیلی بیشتر از دانسته‌هاتونه. ولی داستان قراره جالبترم بشه. حالا می‌خوام یه فضای بزرگ رو خارج از دو جعبه فوق در نظر بگیرید.



این فضا نشون دهنده اینه که "نمی‌دونید چه چیزی رو نمی‌دونید".

ببینید، بیشتر آدما نمی‌دونن که چی مانعشون شده. اونا روی یادگرفتن بیشتر و به دست آوردن دانش بیشتر متمرکز شدن چون به خودشون میگن، "وقتی که بدومم چطور فلان کارو انجام بدم، اون موقع موفق میشم." درواقع اونا توسط نیروهایی نامرئی عقب نگه داشته شدن که حتی نمی‌دونن روشون تاثیر گذاشته. شاید این حرف گیج کننده باشه ولی با من بمونید. یه مثال براتون می‌زنم.

تصور کنید که دارید یه ماشین رو می‌رونید. شما پدال گاز رو فشار می‌دید و ماشین شروع می‌کنه به حرکت. یه دفعه سرعت ماشین کم میشه، و شما اصلا دلیلش رو نمی‌دونید. شما با خودتون می‌گید، "حتما پدال گاز رو به اندازه کافی فشار ندادم؛ بیشتر فشارش میدم." پس روی پدال گاز فشار می‌دید، ولی ماشین هنوز هم داره مثل حلزون حرکت می‌کنه؛ این کاریه که بیشتر افراد هنگامی که با مشکلات مواجه

میشن، می‌کنن. وقتی که چیزی جواب نمیده، راهکارشون "سختتر کار کردنه." - یکم بیشتر روی پدال گاز فشار بیارید.

ولی بیشتر افراد نمی‌دونن که فشار دادن روی پدال گاز همیشه جواب درست نیست. گاهی اوقات مردم نمی‌دونن که ترمز دستیشون درگیره! حالا به این فکر کنید که وقتی ترمز دستی رو آزاد کردید چه اتفاقی میفته. با سرعت برق به جلو حرکت نمی‌کنید؟ این مشکل افرادی که همیشه با مشکلات یکسانی درگیر هستن. قضیه این نیست که اونا به اندازه کافی سخت تلاش نمی‌کنن؛ بلکه فقط اینه که "ترمز دستیشون" درگیره.

این "ترمز دستیا" چیا هستن؟ اونا نیروهایی نامرئی هستن که شمارو عقب نگه داشتن - چیزایی که من بهشون میگم "زنجیرهای نامرئی." بعد از دادن آموزش شخصی به ده‌ها هزار نفر و آموزش آنلاین به میلیون‌ها نفر دیدم که حداقل یکی از این "زنجیرهای نامرئی" به هر کسی وصله و نمی‌ذاره که به اهدافشون برسن.



گاهی اوقات این زنجیرها در معرض دید ما پنهان شدن و جامعه اونارو "عادی" می‌بینن، ولی وقتی که با دقت بررسیشون می‌کنید، می‌بینید که چقدر محدود کننده میشن. گاهی اوقات این زنجیرها باورهای ناخودآگاه هستن که در سنین جوانی به ما تزریق شدن تا بهمون کمک کنن که با جامعه ترکیب بشیم، ولی اگر که بخوایم برجسته و متمایز باشیم و یه زندگی موفق و سرشار از اعتبار داشته باشیم، این باورها مارو عقب نگه می‌دارن. گاهی اوقات این زنجیرها فقط بخشی از سن و محیطی هستن که ما در لحظه داخلش زندگی می‌کنیم. این زنجیرها قسمتی از زندگی روزمره به نظر می‌رسن، برای همین ما اونارو زیر سوال نمی‌بریم.

ببینید که آیا می‌تونید بعضی از این زنجیرهارو شناسایی کنید.

هفت زنجیر نامرئی

زنجیر نامرئی شماره ۱: "به تدریج ثروتمند شدن"

چرا پول بیشتری می‌خواید؟ بدون شک می‌خواید چیزای بیشتری بخرید، اما بعدش چی؟ شاید می‌خواید از کارتون فرار کنید، اگر که ازش متنفر هستید. شاید می‌خواید زمان بیشتری رو با خونادتون بگذرونید و کاری رو انجام بدید که از انجام دادنش لذت می‌برید. شاید می‌خواید برید سفر و تجربه‌های جدیدی رو کسب کنید. شما زمان بیشتری رو برای چیزی می‌خواید که در زندگی به دنبالش هستید. بیشتر افراد فکر می‌کنن که ثروت با مقدار پولی که دارید سنجیده میشه. اینطور نیست. معیار سنجش ثروت زمانه. هر چه زودتر بتونید پول در بیارید، ثروتمندتر هستید. بذارید بهتون ثابت کنم.

بیا فرض کنیم که شما سالی ۲۵۰۰۰ دلار درآمد دارید و چهل ساله که دارید این روال رو انجام میدید. چقدر در آوردید؟

$$۲۵۰۰۰ \times ۴۰ = ۱۰۰۰,۰۰۰ \$$$

بله، یه میلیون دلار پول خیلی زیادیه. مشکل این نیست که شما یه میلیون دلار پول در آوردید؛ مشکل اینه که چهل سال براتون طول کشیده تا این پول رو در بیارید. چی میشد اگر که به جای که این پول رو در طول چهل سال به دست بیارید، در طول یه سال به دست می‌آوردید؟ درآمدتون مثل سابق میشد؟ بله، با این تفاوت که این دفعه چهل بار سریعتر این پول رو به دست آوردید. شما چهل بار ثروتمندتر از کسی هستید که این پول رو در طول چهل سال به دست آورده.

به این دلیل که ثروت بیشتر بر حسب زمان سنجیده میشه تا پول. بنابراین اگر که می‌خواید ثروتمند بشید، بهتره که این کارو سریعتر انجام بدید نه آروم و آهسته.

وقتی که بیشتر افراد به ایده "سریع ثروتمند شدن" فکر می‌کنن، یا اگر که این ایده رو مطرح کرده باشید، فکر می‌کنن که باید کلک یا کلاه برداری در کار باشه، یا باید یه چیز غیرشفافی در کار باشه. درواقع "سریع ثروتمند شدن" تنها راه رسیدن به ثروته چون ثروت بر حسب زمان سنجیده میشه نه پول. این ارتباط یکی از زنجیرهای نامرئی جامعه است. معنیش این نیست که شما بدون تلاش کردن می‌تونید به ثروت برسید. هنوزم باید سخت تلاش کنید. تفاوتش در اینه که بعضی از افراد برای مدت چهل سال خیلی سخت کار می‌کنن ولی *بازم* نمی‌تونن به راحتی بازنشسته بشن. پول به دست آمده یه محصول جانبی ایجاد ارزشه.

ارزش ارائه شده * افراد گیرنده خدمت = پول به دست آمده

اگر که می‌خواید پول بیشتری در بیارید، یا می‌تونید مقدار ارزش بیشتری رو برای تعداد یکسانی انسان ارائه کنید یا به افراد بیشتری ارزش ارائه کنید. یه جراح مغز پول خوبی دریافت می‌کنه چون که کار بسیار پرارزشی رو برای مریضاش انجام میده. کارآفرین‌های تاثیرگذاری مثل مارک زاکربرگ، استیو جابز، و ایلان

ماسک هم پول خوبی در میارن - چون کارشون چیز ارزشمندی رو ارائه می‌کنه که روی زندگی میلیون‌ها نفر تاثیر می‌ذاره. بنابراین اگر که می‌خواید پول بیشتری در بیارید، سوالی که باید بپرسید اینه، "چطور می‌تونم ارزش بیشتری رو برای افراد بیشتری ارائه کنم؟"

وقتی که یه توانایی پردرآمد داشته باشید، رشد درآمدتون نرخ نمایی داره. شما می‌تونید به واسطه تواناییاتون ارزش بیشتری رو ارائه کنید و به افراد بیشتری کمک کنید، و از این طریق سریعتر به پول بیشتری برسید. پولی که دریافت می‌کنید نسبت مستقیمی داره با ارزشی که در بازار ارائه می‌کنید، نه با تعداد ساعتی که کار می‌کنید.

زنجیر پاره کن: پول سرعت رو دوست داره.

زنجیر نامرئی شماره ۱: "تصویری که الان از خودتون دارید"

شما نمی‌تونید به فرد مورد نظرتون تبدیل بشید چون که زیادی به کسی که بودید و هستید متصل شدید.



آیا زوجی رو می‌شناسید که ده، بیست، شایدم سی سال با هم بودن و هنوزم در رابطشون جرقه، اشتیاق و حرارت داشته باشن؟ در مقابل آیا زوجی رو می‌شناسید که فقط برای مدت زمان محدودی با هم بودن ولی می‌خوان همدیگه رو خفه کنن؟

کسی رو می‌شناسید که شاد و مثبت باشه، حتی زمانی که اوضاع بد پیش میره؟ در مقابل کسی رو می‌شناسید که همیشه شاکی و کج خلقه، حتی زمانی که همه چی داره در زندگیش خوب پیش میره؟ دلیل همه این چیزا یکی از مهمترین کشفیات روانشناسی قرن ماست - مفهوم خویشتن شناسی.

من در یکی از سخنرانی‌های تداکی که داشتم درباره این موضوع صحبت کردم. می‌دونید، شما و من تصویری از خودمون در ذهنمون داریم. چیزی که در آینه می‌بینید وجود فیزیکیتون رو نشون میده، ولی این تصویر تصویری که ما از خودمون می‌بینیم نیست - این تصور شناختی که ما از خودمون داریم نیست. برای دیدن تصویری که از خودتون دارید تنها کاری که باید بکنید نگاه کردن به خصوصیات زندگی‌تونه. به بدنتون، منصبتون در محل کارتون، زندگی عاشقیتون و درآمد کنونیتون نگاه کنید. همه این موارد جلوه‌های خارجی تصویر درونی شما هستند.

شناختی که از خودتون دارید چیزیه که برای خودتون مناسب می‌بینید؛ چیزیه که می‌بینید می‌تونید انجامش بدید یا بهش برسید. بیشتر افراد سعی می‌کنن با تغییر دادن چیزی در خارج از خودشون بدنشون، وضعیت مالیشون، روابطشون یا درآمدشون رو عوض کنن، در حالی که مشکل در درونشون قرار داره. شناختی که از خودتون دارید به رسالتی تبدیل میشه که خودش خودش رو محقق می‌کنه.

دلیلش اینه که قویترین نیرو در شخصیت انسان نیاز به باقی موندن با دیدگاهی که از خودمون داریم.

اگر که خودتون رو محافظه کار و غیرریسک پذیر می‌بینید، کارایی مثل پرش بانجی یا چتربازی رو انجام میدید؟ اگر که خودتون رو یه فرد اجتماعی می‌بینید، در یه مهمونی تنها کنار یه دیوار وایمی‌سید؟ در مقابل، اگر که خودتون رو درونگرا و خجالتی می‌بینید، خودتون رو در یه مهمونی به هر غریبه‌ای معرفی می‌کنید؟ بیشتر ما خودمون رو در یه شناخت قدیمی که از خودمون داریم گیر انداختیم - در انتظاراتی که معتقدیم برامون ممکن هستن.

بیشتر شناختی رو که از خودمون داریم در اوایل زندگیمون از افرادی که در اطرافمون هستن می‌گیریم: از خانواده، دوستان، معلمان، رسانه، جامعه و سران قدرت. عبارت‌های ساده‌ای مثل "تو خجالتی هستی" یا "تو یه آدم دردرسری" وقتی که داریم بزرگ می‌شیم می‌تونن تاثیر زیادی روی ما داشته باشن چون وقتی که جوون هستیم هر چی رو که بهمون گفته میشه باور می‌کنیم. مشکل این قضیه اینه که شناخت و تصویری که از خودمون داریم ممکنه همیشه با چیزی که در زندگی می‌خوایم خوانایی نداشته باشه. اغلب اوقات وقتی که یه چیز جدید رو امتحان می‌کنیم، با مقاومت درونی شدیدی روبرو می‌شیم. حس می‌کنیم یه چیزی بهمون میگه "من این نیستم".

همه ما مشتاقیم با دیدی که از خودمون داریم باقی بمونیم. عمدتاً به این دلیل که بر مبنای دانشی که داریم عمل نمی‌کنیم. چون کاری رو که نسبت بهش اطلاع داریم انجام نمیدید، بلکه کاری رو انجام میدید که ماهیتتونه. شما بر مبنای شناختی که از خودتون دارید عمل می‌کنید. می‌دونید موضوع ناراحت کننده چیه؟ گاهی اوقات افراد سطح تصویر و شناختی رو که از خودشون دارن پایین میارن تا این شناخت و تصویر با شرایطشون هماهنگ بشه. زندگی دوباره و دوباره سرکوبشون کرده، و قبل از این که بفهمید، این افراد تسلیم میشن. اونا دست از تلاش برای بهبود شرایط زندگیشون برمی‌دارن. اونا به خودشون میگن، "گمون می‌کنم که اوضاع همینیه که هست." اونا به جای که معیارهاشون رو بالا ببرن، انتظاراتشون رو پایین میارن تا با حقیقت کنونیشون برابر بشن. خوشبختانه روال برعکسش هم وجود داره. وقتی که شناختی رو که از خودتون دارید ارتقاء میدید، اشتیاق خارق العاده‌ای برای رسیدن به بیشتر پیدا می‌کنید و اقداماتتون ادامه پیدا می‌کنن.

چطور بدون انگیزه عادت‌های خوبی بسازیم؟

سال‌ها قبل دوستی داشتم به نام مایک. اون همیشه ساعت ۶ صبح از خواب بیدار میشد و به مدت یه ساعت می‌دوید. هیچ چیزی نمی‌تونست در انجام روتین صبحگاهیش مانعش بشه. یه روز ازش پرسیدم، "مایک چطوری انقدر نظم و انگیزه داری که هر روز صبح می‌دوی؟ رازت چیه؟ تو یه روز رو هم از دست ندادی!"

مایک یه نگاه عجیبی به من کرد و گفت، "دن من می‌دوم چون دونده هستم."

اون این موضوع رو مثل یه حقیقت غیرقابل انکار بیان کرد. اون به من نگفت که هر روز به نوارهای انگیزشی گوش میده. اون نیازی نداشت که برای دویدنش برنامه ریزی کنه؛ اون نیازی نداشت که یه مربی دو استخدام کنه؛ اون یه دونده بود. منبع انگیزش از نظم نمیومد، از شناختی میومد که از خودش داشت.

وقتی که شناخت قدرتمندی از خودتون دارید، عادت‌های قوی این شناختتون رو دنبال می‌کنن. اگر که عادت‌های سالم ولی شناخت ضعیفی از خودتون دارید همیشه برمی‌گردید سراغ شناخت ضعیفی که از خودتون دارید. آیا به همین دلیل نیست که بعضی از افراد همه وزنی رو که کم کردن دوباره اضافه می‌کنن؟ قضیه این نیست که اونا رژیم و برنامه ورزشیشون رو دنبال نکردن. قضیه اینه که اونا خودشون رو در وزن خاصی دیدن و واقعیتشون انتظاراتشون رو برآورده کرده.

چطور ماشین رویاییتون رو به دست بیارید؟

وقتی که شروع کردم به ارتقاء دادن حرفه‌ام، یه ماشین رویایی در ذهنم داشتم، مزدا ۸ - RX. من می‌دونستم که چی می‌خوام - بهینه سازی، وسایل اضافی و رنگ خاص برای ماشینم. من دقیقا می‌دونستم که باید چقدر برای این ماشین هزینه کنم. مشکل این بود که قیمت این ماشین خیلی با درآمد من فاصله داشت. با این حال من با زدن حرفایی مثل "می‌دونی چیه، اون یکی ماشین یه جورایی همون چیزیه که من می‌خوام و بیشتر به پولم می‌خوره؛ شاید اون ماشین رو بردارم." معیارهام رو پایین نیاوردم. نه من مزدا ۸ - RX رو می‌خواستم و داشتم به سمت گرفتنش پیش می‌رفتم؛ ماشین دیگه‌ای به دردم نمی‌خورد.

من خودم رو در حال روندن این ماشین و احساسی که فرمونش در دستام داشت، تصور می‌کردم. من خودم رو در حال سوار شدن به این ماشین تصور می‌کردم. من بوی صندلی‌های چرمیش رو تصور می‌کردم. در ذهنم همه چیز رو با جزئیات می‌دیدم. برای که این فکر رو برای خودم واقعیتر کنم رفتم به یه

نمایشگاه ماشین و از فروشنده خواستم این ماشین رو برای رانندگی امتحانی در اختیارم بذاره، علی رغم این که هنوز پول خریدنش رو نداشتم. این کارو کردم تا فقط ببینم روندن این ماشین چه حسی داره. من چند بار این کارو کردم (بدون شک باید می‌رفتم سراغ نمایشگاه‌های متعددی در غیراینصورت منو با اردنگی می‌نداختن بیرون).

منظور این که من در ذهنم اون ماشین رو داشتم. هر وقت که اون ماشین رو تو جاده می‌دیدم، بهش اشاره می‌کردم و به دوستم می‌گفتم، "اون ماشین منه!"

"منظورت چیه؟"

"اون ۸ - RX رو می‌بینی؟ اون ماشین منه."

"داری درباره چی حرف می‌زنی؟ تو چنین ماشینی نداری."

"خواهی دید. اون ماشین ماشین منه."

دوستم جوری بهم نگاه می‌کرد انگار که من دیوونه‌ام و موضوع رو عوض می‌کرد.

بالاخره من تونستم اون ماشین رو بخرم. من رفتم به نمایشگاه ماشین، به ماشینی که می‌خواستم اشاره کردم، و فوراً خریدمش. بعدش فروشنده بهم گفت که اون فروش سریعترین فروشی بوده که داشته. فکر می‌کنید بعد از این که مزدا ۸ - RX خودم رو خریدم، چه احساسی داشتم؟ بیشتر مردم فکر می‌کنن که حتما احساس خیلی خوبی داشتم چون برای خرید اون ماشین خیلی سخت کار کرده بودم. من هیچ احساسی نداشتم.

حسی رو داشتم که هر روز داشتم، چون اون ماشین رو به دفعات زیادی در ذهنم رونده بودم. خیلی قبل از این که بخرمش حسی که داشتم این بود که اون ماشین رو دارم. عقیده عمومی می‌گه، "وقتی که دیدمش باورش می‌کنم." ولی جهان با این نگرش پیش نمیره. شما اول باید رویاهاتون رو ببینید، جوری زندگی کنید انگار که رویاهاتون واقعیت دارن، و بعدش رویاهاتون حقیقت پیدا می‌کنن. بنابراین به جای پایین آوردن انتظاراتون برای هماهنگ شدنشون با واقعیت کنونی‌تون، جوری زندگی کنید انگار که همه رویاهاتون به حقیقت پیوستن و بعدش واقعیت رو به چالش بکشید تا به رویاهاتون برسید.

زنجیر پاره کن: جوری زندگی کنید انگار که همه رویاهاتون به حقیقت پیوستن و بعدش واقعیت رو به

چالش بکشید تا به رویاهاتون برسید.

زنجیر نامرئی شماره ۳: خونواده و دوستان منفی

یه روز یه مرد محترمی داشت در ساحل قدم میزد و ماهیگیری رو دید که تو سبدش خرچنگ داشت. ولی سبد در نداشت. مرد که گیج شده بود از ماهیگیر پرسید، "بخشید؛ نمی‌ترسید که خرچنگ‌ها از سبد بیان بیرون؟"

ماهگیر جواب داد، "نه، نگران نباش. چون که تعداد خرچنگ‌ها زیاده، نیازی نیست که نگران فرار کردنشون باشم."

"نمی‌فهمم؛ منظورت از این حرف چیه؟"

"ببین، اگه یه خرچنگ داشتم به سادگی از سبد میومد بیرون. ولی چون که خرچنگ‌های زیادی در سبد هستن، هر بار که یه خرچنگ سعی می‌کنه بیاد بیرون یه خرچنگ دیگه می‌گیرتش و می‌کشتش پایین."

همین قضیه در مورد دوستان، خانواده و نزدیکانمون صادق. هر بار که سعی می‌کنیم موفق بشیم یا یه کار متفاوت رو انجام بدیم، بعضیا مارو می‌گیرن و می‌کشن پایین. شاید عجیب به نظر برسه. دوستان و خونادتون عاشقتون هستن، پس چرا می‌خوان شمارو عقب نگه دارن؟ خب، خود شناسی رو که قبلتر درباره حرف زدم یادتون میاد؟ دوستان و خونادتون هم شناختی از خودشون دارن.

برای بعضیا، لحظه‌ای که آشناهشون شروع کردن به موفق شدن و رفتن به مرحله بعدی، تصویری که از خودشون دارن تهدید میشه. موفقیت احتمالی به جای که در این افراد هیجان ایجاد کنه، خاطرات شکست‌های گذشتشون و زمان‌هایی رو در ذهنشون زنده می‌کنه که تسلیم شدن.

"حقیقت نداره دن. اگر که دوستان و خونادام با موفقیت من تهدید میشن، آیا از همه آدمای موفق تنفر ندارن؟"

داشتن این فکر وسوسه کننده است، ولی یه قضیه‌ای وجود داره. دیدن موفق شدن غریبه‌ها یه چیزه. دیدن موفق شدن یه آشنا - کسی که باهش بزرگ شدن - یه چیز دیگه. وقتی که این آدمای بین که یه غریبه موفق شده، میگن، "بله، اونا موفقن، ولی احتمالاً فقط شانسن آوردن." ولی وقتی که شما موفق می‌شید، موفقیتتون بهشون میگه، "هی، من از همونجایی اومدم که تو ازش اومدی، و از خودم یه چیزی ساختم." حالا دیگه اونا هیچ بهونه‌ای ندارن. وقتی که هیچ بهونه‌ای نداشته باشن، شمارو به باد انتقاد، قضاوت و سخره می‌گیرن.

نحوه این که اونا شمارو پایین می‌کشن هنوز براتون مشخص نیست، ولی این کارشون رو در عبارت‌هایی مثل عبارت‌های زیر می‌شنوید:

- تو خیلی خوب و مودب بودی ... چه اتفاقی برات افتاده؟
- من فداکاری‌های زیادی برات کردم، چرا این کارو باهام می‌کنی؟
- چرا سعی می‌کنی متمایز باشی؟
- چرا نمی‌تونی مثل بقیه باشی؟
- چرا اول یه شغل مطمئن پیدا نمی‌کنی که بعدش ریسک کنی؟
- تو داری خونوادت رو در خطر می‌ندازی!
- تو این نیستی. تو عوض شدی.

تا حالا هیچ یک از عبارت‌های فوق رو شنیدید؟

می‌تونید تصور کنید چه حسی داره وقتی که دارید سعی می‌کنید موفق بشید و با قضاوت احاطه شدید؟ مثل بالا رفتن از کوهه در حالی که ۹۰ کیلوگرم بار روی دوشتون هست. این که میگن "دوستات رو بهم نشون بده و من آیندت رو بهت نشون میدم" حقیقت داره. ما راهی نداریم جز این که تحت تاثیر افرادی قرار بگیریم که اطرافمون هستن. تغییر دادن زندگیت بدون تغییر دادن آدمایی که داخلش هستن خیلی سخته.

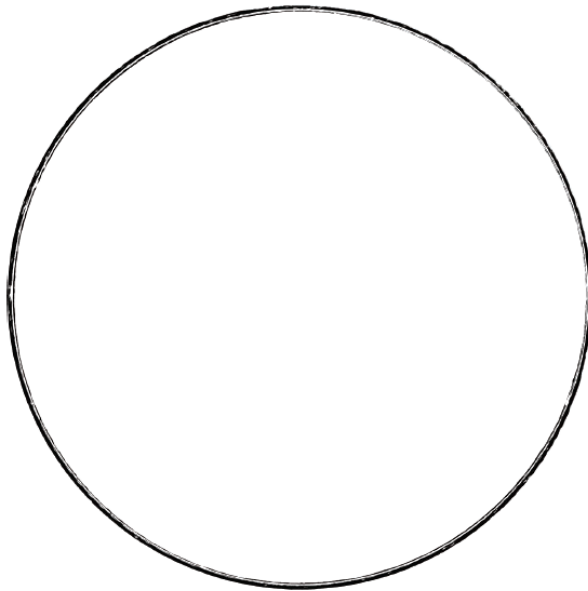
بهش فکر کنید. اگر همه دوستانتون سیگار می‌کشن، سیگار نکشیدن برای شما سخت نیست؟ حتی اگر که سیگار نمی‌کشید هم به طور غیرمستقیم دارید سیگار می‌کشید، که خیلی بدتره. در مقابل چه اتفاقی میفته اگر که بیشتر زمانتون رو اطراف آدمای الهام بخشی مثل جک ما، ایلان ماسک و وارن بافت بگذرونید؟ فکر می‌کنید زندگیتون ارتقاء پیدا می‌کنه؟

وقتی که مردم میان تا در برنامه های تیکت کلوزینگ من شرکت کنن، میان تا به مجموعه توانایی رو یاد بگیرن. چیزی که شرکت کننده‌ها متوجهش نیستن اینه که همچنین دارن به به جامعه جهانی ملحق میشن، به جامعه حامی متشکل از آدمایی با ذهنیت‌های مشابه. چند ساعت که از شرکت کردن در برنامه گذشت، شرکت کنندگان بیش از صدها خوشامدگویی و تشویق دریافت می‌کنن. بیشتر آدمای این که چقدر جامعه ما مثبت شوکه میشن. بنابراین بعد از اتمام برنامه نه تنها به توانایی جدید دارید، بلکه گروهی از افراد رو دارید که در مسیرتون پشتیبانیتون می‌کنن. این روال به نفس هوای تازه است برای افرادی که فقط به این عادت کردن که مردم بهشون بگن نمی‌تونن فلان کارو انجام بدن.

می‌تونید تصور کنید چقدر شرایط براتون آسونتر میشد اگر که آدمایی رو اطرافتون داشتید که هر اتفاقی که براتون میفتاد، تشویقتون می‌کردن؟ این قدرت تغییر دادن دایره اجتماعیتونه. وقتی که نگرش مثبت رو در اطرافتون داشته باشید، جز مثبت بودن کاری از دستتون برنمیاد. انتخاب کنید که وقتتون رو با افرادی بگذرونید که زندگیتون رو گسترش میدن، نه کسانی که زندگیتون رو ازتون می‌گیرن.

زنجیر پاره کن: تو کسی هستی که بیشتر زمانت رو باهاش می‌گذرونی.

زنجیر نامرئی شماره ۴: منطقه امنتون



بباید به فعالیت قدرتمند رو با همدیگه انجام بدیم. این فعالیت دیدگاه خیلی از دانش آموزای من رو نسبت به راحتی و موفقیت تغییر داده. برای این یکی باید به قلم داشته باشید. نه جدا می‌گم - این مهمه. به قلم بردارید.

زیر تیر فوق به دایره داریم. در این دایره بنویسید که الان چه چیزایی دارید، مثلا ماشینتون، خونتون، خونواتون، دوستانتون، کارتون، درآمدتون، همسرتون، سرگرمیاتون و غیره. یکی - دو دقیقه برای این کار زمان بذارید (اگر که بنویسید این فعالیت تاثیر واقعی خودش رو روی شما نمی‌ذاره).

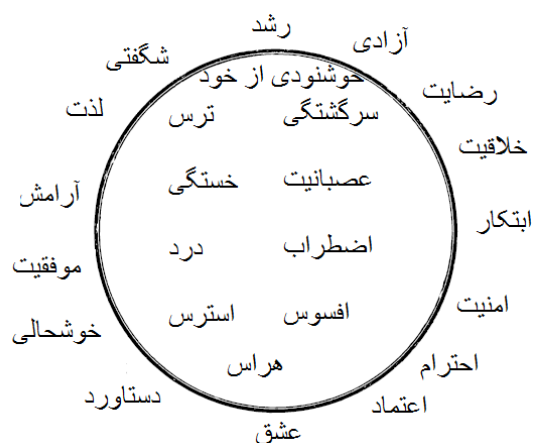
بیرون از این دایره همه چیزایی رو بنویسید که می‌خواید بشون اما نداریدشون، مثل خونه بعدیتون، ماشین بعدیتون، تعطیلات بعدیتون، آزادی، درآمد، هرچیزی که می‌خواید. یکی - دو دقیقه رو هم برای انجام این کار بذارید (هر چی که دوست دارید بنویسید).

خب حالا اگر که این فعالیت رو درست انجام داده باشید باید همه چیزایی رو که در دایره نوشتید داشته باشید. هر چیزی که می‌خواید و ندارید هم باید بیرون دایره باشه. هدف این کارا چیه؟ چیزایی که درون دایره لیست شدن منطقه امن شمارو نشون میدن. ما انسان‌ها تابع عادت‌هامون هستیم. ما می‌خوایم دوباره و دوباره کار یکسانی رو انجام بدیم. اگر که دقت کنیم که داریم چه کار می‌کنیم، می‌بینیم که هر روز داریم کارهایی تکراری رو انجام میدیم. ما چیزای یکسانی رو می‌خوریم، به مکان‌های یکسانی میریم، با آدمای یکسانی وقت می‌گذرونیم و کار یکسانی رو انجام میدیم. ما می‌خوایم با چیزایی کار کنیم که باهش راحتیم - این منطقه امنونه.

بیشتر افراد کل زندگیشون رو در منطقه امنشون زندگی می‌کنن. به این دلیل که سال به سال تغییر زیادی نمی‌کنن. ولی به چیز جالبی وجود داره - دوباره به نگاهی به دایره بندازید. می‌بینید چطور هر چیزی که الان دارید در منطقه امنتونه و چطور هر چیزی که می‌خواید خارج از منطقه امنتونه؟ اگر که چیزی رو می‌خواستید و می‌تونستید به دستش بیارید، آیا الان نداشتیدش؟ دلیل این که الان چیزی رو که

می‌خواید ندارید اینه که خارج از منطقه امن‌تونه، و بیشتر افراد نمی‌خوان از منطقه امنشون خارج بشن. هر چیزی که می‌خواید ولی نداریدش خارج از منطقه امن‌تونه، از جمله درآمد، احساسات و چیزایی که می‌خواید داشته باشید.

جادو خارج از منطقه امن‌تون رخ میده



یه بار رفتم پرش بانجی در شهر ویسلر (شهری در کوهستان‌های خارج از ونکوور). یه چیزی هست که باید درباره من بدنید - من از ارتفاع خوشم نمیاد. تعجب برانگیز نبود که وقتی داشتم می‌رفتم به لبه سکو پرش و پایین دره رو که نگاه کردم قلبم از حرکت ایستاد. کارمندی که مسئول پرش بانجی بود داشت در بستن کابل مهار ایمنی بهم کمک می‌کرد و ازم پرسید، "برای پریدن آماده‌ای؟"

"آه... آره. گمون کنم."

"خیلی خب. پس تا سه می‌شماریم، بعد بپر. خوبه؟"

"خیلی خب."

"یک... حس کردم قلبم داره تند تند می‌زنه."

"دو... پاهام خشک شده بودن."

"سه!" من سر جام ایساده بودم. از ترس خشکم زده بود.

"حالت خوبه؟ چرا نپریدی؟"

"آره... آره... من خوبم. بیا دوباره امتحان کنیم. اما این بار بذار من بشمرم."

"خیلی خب. هر چی تو بگی."

من چند تا نفس عمیق کشیدم و سعی کردم خودم رو آرام کنم. "خیلی خوب، دن. بی خیال. می تونی انجامش بدی - تو دن لاک هستی. یه ذره ارتفاع نباید تورو بترسونه. بی خیال از پشش برمیای."

من یه بار دیگه رفتم به لبه سکو و چشمام رو بستم.

"یک ..."

"دو ..."

"سه!"

من چشمام رو باز کردم. نپریدم. خیلی ترسیده بودم. حالا یه صفی از مردم داشت پشت سر من درست میشد، و اونا هم داشتن بهم فشار میاوردن که بپریم. "چرا وایسادی؟ اگه نمی تونی بپری، بذار ما جلوی تو بپریم!"

مسئول سکو پرش بانجی اومد سراغم و گفت، "هی، بیا اینجوری انجامش بدیم. چرا روی لبه به طرف عقب خم نمیشی و من طناب رو نگه دارم؟ ما تا شماره سه می شماریم و بعدش من طناب رو ول می کنم. اینطور تو کسی نیستی که مجبوره بپره. چطوره؟"

"خیلی خب. این خوبه. بزن بریم."

من یه بار دیگه رفتم به لبه. این بار من پشتم به لبه بود. اون طناب رو نگه داشته بود و منم داشتم خم می شدم.

"یک ... دوباره حس کردم که ترسم داره زیاد میشه."

"دو ... می خواستم کارمند رو برای امنیت خودم بگیرم. ولی قبل از این که بتونم بگیرمش اون طناب رو ول کرد."

همینطور که داشتم به طرف پایین می رفتم داشتم فریاد می زدم. همینطور داشتم فریاد می زدم که کابل بانجی منو نگه داشت برای سقوط دوم.

وقتی که به آخرش رسیدم دیگه نفس نداشتم.

با این حال بعد از این که پریدم یه اتفاقی افتاد. اگه پرش بانجی انجام داده باشید می دونید منظور من چیه. بعد از پرش هیجان زده شده بودم! حس می کردم که انرژی در کل بدنم جریان داره. احساس زنده بودن می کردم! من هیجان زده و پر از انرژی بودم. بعد از این که منو کشیدن بالا بهشون گفتم، "بیاید دوباره انجامش بدیم! عالی بود!"

اون تجربه بهم یاد داد که اون طرف ترس احساس لذته. احساسات خوشایند خارج از منطقه امنتون هستن، در کنار سایر چیزای که می خوادشون. بیشتر مردم داخل منطقه امنشون زندگی می کنن و بهای

این کارو با احساس افسوس، ترس و سرگشتگی میدان. اونایی که خارج از منطقه امنشون زندگی می‌کنن با احساس لذت، شادی و اعتماد پاداش این کارشون رو دریافت می‌کنن.

منطقه امنتون منطقه درآمدتونه

منطقه امنتون چیزی بیشتر از احساساتون رو محدود می‌کنه - درآمدتون رو هم محدود می‌کنه. اگر که درآمدی رو که می‌خواید به دست نیارید، به احتمال زیاد دلیلش اینه که مایل به انجام کاری که براتون راحت نیست نیستید. وقتی که کاری رو انجام میدید که براتون دشواره، از راحت طلبا بیشتر در میارید.

در این قسمت لیستی از کارهای سخت رو در مقابل لیستی از کارهای راحت می‌بینید. می‌تونید بفهمید چرا اونایی که کارهای دشوارو انجام میدن پتانسیل بالاتری دارن؟

دشوار	راحت
تعیین ارزش خودتون	بذارید رئیس‌تون میزان حقوقتون رو تعیین کنه
به عهده گرفتن مسئولیت زندگی خودتون	مقصر کردن دیگران
ارائه راه حل	اشاره به مشکلات
ارتقاء خودتون	انتقاد کردن از دیگران
رهبری دیگران	هدایت شدن توسط دیگران
تبدیل ایده‌ها به واقعیت	رد کردن ایده‌ها
برجسته و متفاوت بودن	همرنگ دیگران شدن
فدا کردن لذت کوتاه مدت برای اهداف بلند مدت	فدا کردن اهداف بلند مدت برای اهداف کوتاه مدت
انجام دادن کار درست	انجام دادن کار آسون
حرکت به سمت ترس	فاصله گرفتن از ترس

ترس از شکست علیه ترس از موفقیت

شاید فکر کنید که بیشتر افراد وارد عمل نمیشن چون از شکست خوردن، مورد انتقاد قرار گرفتن، یا بد به نظر رسیدن جلو بقیه می‌ترسن. ولی خب چیزی که من بهش رسیدم خلاف عرف و دور از عقله - ترس از شکست دلیل اصلی اقدام نکردن افراد نیست.

اچ پی لائو کرفت در رمانش با عنوان *Supernatural Horror in Literature* می‌گه، "قدیمیترین و قویترین احساس انسان ترسه، و قدیمیترین و قویترین نوع ترس ترس از ناشناخته است."

بیشتر افراد نمی‌تونن بهتر عمل کنن نه به خاطر این که از شکست می‌ترسن، بلکه چون که از موفقیت می‌ترسن. اونا از موفقیت می‌ترسن چون که موفقیت براشون غریبه است. موفقیت قلمرو ناشناخته است، و بیشتر افراد رو بیشتر از چیزی که بدونن می‌ترسونه. موفقیت بیشتر افراد رو ناراحت می‌کنه، و بیشتر افراد ترجیح میدن راحت باشن تا شاد. اونا به خودشون می‌گن، "می‌دونم که خوشحال نیستم. می‌دونم می‌خوام کجا باشم، اما حداقلش اینه که راحت - حداقلش اینه که می‌دونم چه انتظاری داشته باشم. موفقیت ترسناکه. نمی‌دونم اگر که موفق بشم چه اتفاقی میفته، و من با این موضوع راحت نیستم."

وقتی که از موفقیت می‌ترسید، این ترستون به شیوه‌های زیادی خودش رو نشون میده. بعضی از افراد انتخاب می‌کنن که متوسط باشن. بعضی از افراد موفقیتشون رو خراب می‌کنن. گروه دوم گیج‌کننده‌تر هستن، چون در ظاهر اینجور به نظر میاد که هر کاری رو که می‌تونن انجام میدن، ولی بطور ناخودآگاه مانع خودشون میشن که به مرحله بعدی برسن. به مثال.

من دیدم که افراد زیادی دچار چیزی میشن که من بهش می‌گم "ترن درآمد". شما پول در میارید و پولتون رو از دست میدید. دوباره پول در میارید و از دستش میدید و دلیلش رو با قطعیت نمی‌دونید. به نحوی هر موفقیتی رو که می‌تونید ایجاد کنید از دست میدید. شاید دلیلش شریک بد، تصمیم بد یا فقط بدشانسی باشه. اگر که در کنارتون بشینم و ازتون بپرسم، "چه اتفاقی افتاد؟" شما می‌گید، "دن، اصلا نمی‌دونم - فقط به جورایی اتفاق افتاد."

چیزی که این افراد نمی‌دونن اینه که فراز و نشیب‌ها به جور خود تخریبی هستن. ترس از موفقیت - ترمز دستی - در ذهن شما فعاله، بنابراین مهم نیست که چقدر فشار بیارید، بازم سرعتتون کمه. پس اگر که می‌خواید با موفقیت راحت باشید، یاد بگیرید که با سختی کشیدن راحت باشید.

زنجیر پاره کن: با سختی کشیدن راحت باشید.

زنجیر نامرئی شماره ۵: EQ (هوش احساسی) پایین

من تو و نکوور زندگی می‌کنم، جایی که در ماه‌های زمستون اغلب داخلش بارون می‌باره و بیشتر مردم تو شهر از بارش بارون شاکی هستن. اونا می‌گن، "هوای خیلی دلگیره،" یا "از خیس شدن متنفرم،" یا "هوا خیلی سرده."

ولی وقتی که من با جنی در هوای بارونی رانندگی می‌کنم، حدس بزنید که اون درباره بارون چی می‌گه؟ اون می‌گه، "فکر می‌کنم بارون عاشقانه است." ببینید، هیچی هیچ معنی نداره جز معنی که شما بهش میدید. هر احساسی که دارید، لذت، غم، سرگشتگی، برکت، اضطراب، آزامش، یا هر حس دیگری، دلیلش اینه که

شما اون احساس رو خلق کردید. شما به یه اتفاق معنی دادید و بعد احساس مرتبط با اون معنی پدیدار شده.

چرا یه سری افراد یه حسی درباره بارون دارن، و جنی یه حس دیگه؟ بارون که یه جوهره - موضوع فقط اون معانی متفاوتیه که بهش داده میشه.

ما عواطف رو احساس نمی‌کنیم. ما عواطف رو خلق می‌کنیم.

همینطور که با زندگی پیش میرید، متوجه میشید که چیزای کمی تحت کنترل مستقیم شما هستن. هوا، ترافیک، اقتصاد، شرایط بازار، چیزی که دربارتون گفته میشه، چیزی که دربارتون گفته نمیشه، تصادفات ماشین، مشکلات مربوط به سلامتی، قیمت سوخت و خیلی چیزای دیگه - هیچ یک از اینا تحت کنترل مستقیم شما نیستن.

بیشتر افراد شادی و عواطفشون رو می‌ذارن بر مبنای رخدادهای خارجی - رخدادهایی که نمی‌تونن کنترلشون کنن. اگر که اتفاق خوبی بیفته، خوشحال میشن. اگر که اتفاق وحشتناکی بیفته، اونا ناراحت میشن.

می‌تونید مشکل این قضیه رو ببینید؟ درسته! شما هیچ کنترلی روی عواطفتون ندارید! اگر که هیچ کنترلی روی احساساتتون نداشته باشید، هیچ کنترلی روی ذهنتون ندارید. وقتی که به افرادی نگاه می‌کنید که بیشتر کشمکش دارن، می‌بینید که اونا از نظر عاطفی تحت تاثیر کوچکترین چیزها قرار می‌گیرن:

- "لعنت بهش - قطار دوباره تاخیر داره."
- "خدایا. به قیمت سوخت نگاه کن. دوباره رفته بالا."
- "باورت نمیشه که امروز سر کار بهم چی گفت!"
- "تفلیکس هیچ برنامه‌ای نداره!"
- "لعنتی چرا سرعت اینترنت انقدر کمه؟"
- "از این وضع متنفرم. دوباره داره بارون میاد."

ولی اگر که به موفقترین افراد نگاه کنید، می‌بینید که هر اتفاقی که بیفته آرامش خودشون رو حفظ می‌کنن. اونا احساساتشون رو کنترل می‌کنن.

این شوالیه غیراحساساتی، خوددار و آرومه که برنده میشه

نه اونیه که کلش داغه و دنبال انتقامه و اونیه که جاه طلبه

و دنبال ثروت.

سون تزو - هنر جنگ

به یه سری دلایل جامعه ازتون می‌خواد فکر کنید که برای موفق شدن به IQ (بهره هوشی) بالایی نیاز دارید - اونا کاری می‌کنن که باور کنید باید هوش کتابی بالایی داشته باشید، نمره‌های بالایی داشته باشید، یا یه مدرک تحصیلی داشته باشید تا موفق بشید. حقیقت اینه:

شما به هیچ یک از این چیزا نیاز ندارید.

چیزی که نیز دارید EQ بالاست - توانایی کنترل کردن احساساتتون تحت هر شرایطی. با داشتن EQ بالا سریع از اشتباهاتون عقب نشینی می‌کنید، تحت فشار تصمیمات بهتری می‌گیرید، و به رهبر بهتری تبدیل می‌شید. وقتی که صحبت از رسیدن به موفقیت به میون میاد، هوش احساسی بهره هوشی رو برای صبحونش می‌خوره.

ویژگی خوبی که EQ برخلاف IQ داره اینه که تقریباً هر کسی می‌تونه EQ بالایی داشته باشه. شما باید بدونید که EQ وجود داره. EQ یعنی که خودآگاهی و همدلی بیشتری داشته باشید، دیگران رو درک کنید، و بدونید که چطور احساساتتون رو مدیریت کنید. همه این چیزا تحت کنترل شما هستن. اگر که EQ بالاتری داشته باشید، شانس بیشتری برای رسیدن به اهدافتون دارید چون در این حالت عدم پذیرش، انتقاد و شکست مانعتون نمیشه.

زنجیر پاره کن: هوش احساسی بهره هوشی رو برای صبحونه می‌خوره.

زنجیر نامرئی شماره ۶: تلاش برای نجات همه

وقتی که یه قایق داره در آب غرق میشه اولین نفری که توسط هلیکوپتر گارد ساحلی نجات داده میشه کیه؟ وقتی تعداد افرادی که در آب هستن از فضای هلیکوپتر بیشتره، چه اتفاقی میفته؟ تیم نجات اول چه کسی رو نجات میده؟ آموزش‌های این افراد بهشون یاد داده که اول کسایی رو نجات بدن که به سمتشون شنا می‌کنن.

چرا اینطوره؟ چون اونا می‌دونن که اگه اول کسایی رو نجات بدن که دارن با شنا کردن ازشون فاصله می‌گیرن یا حرکت نوسانی دارن، انرژی‌شون رو هدر میدن و زندگی افراد بیشتری رو به خطر می‌اندازن. وقتی که دارید برای رسیدن به موفقیت و اعتبار تلاش می‌کنید هم همین اتفاق میفته - شما نمی‌تونید همه رو نجات بدید. شما نمی‌تونید به کسی کمک کنید که کمک نمی‌خواد.

چند بار برای بقیه یه سری کارارو انجام دادید، و اونا حتی از تلاش‌های شما قدردانی نکردن؟ چند بار از کمکتون قدردانی نشده؟ برای من این اتفاق زیاد افتاده. وقتی که موفقیت‌هام شروع شدن دوستام ازم کمک خواستن. اونا من رو برای شام دعوت می‌کردن و ازم توصیه می‌خواستن.

ولی بعد از این که اونارو راهنمایی می‌کردم، می‌گفتن، "دن، این عالی به نظر می‌رسه، ولی فکر کنم به جاش این کارو کنم." بعد راه خودشون رو می‌رفتن، شکست می‌خوردن، و دوباره برای راهنمایی گرفتن برمی‌گشتن. گاهی اوقات حس می‌کنید که باید به دیگران کمک کنید چون که از اونا بیشتر منابع دارید،

ولی اینطور نیست. شما فقط باید به افرادی کمک کنید که می‌خواهید بهشون کمک کنید - شما به هیچ کس دیگری هیچ دینی ندارید.

فرض کنید که تو به هواپیما هستی و آتش سوزی رخ می‌دهد. آژیر خطر زده میشه. کابین هواپیما شروع می‌کنه به لرزیدن و دود بلند میشه. مهماندار میره پشت میکروفن و داد می‌زنه، "قبل از این که به بقیه کمک کنید، اول ماسک اکسیژنتون رو بزنید!" مثل قضیه هواپیماست - اول اکسیژن خودتون رو تامین کنید و بعد به بقیه کمک کنید، درغیراینصورت بیشتر ضرر می‌رسونید تا نفع. رها کردن نیازهای خودتون برای کمک کردن به دیگران نجیب به نظر می‌رسه، ولی زندگی اینجور پیش نمیره. شما نمی‌تونید چیزی رو که ندارید ببخشید. بنابراین اول به خودتون کمک کنید. به زندگی خودتون، درآمدتون، و اهداف شخصیتون برسید و شروع کنید به تلاش کردن. بعد می‌تونید هر قدر که می‌خواهید ببخشید چون بیشتر از نیازتون دارید.

زنجیر پاره کن: قبل از این که سعی کنید دنیا رو نجات بدید، خودتون رو نجات بدید.

زنجیر نامرئی شماره ۷: تکیه بر نیروی اراده

تا حالا اون فیلمای انگیزشی رو در رسانه‌های اجتماعی دیدید؟ می‌دونید، اونایی که بهتون میگن تا وقتی که اراده دارید موفق می‌شید؟ نظریه گوینده این فیلما اینه که اگه به اندازه کافی سخت تلاش کنید و خودتون رو به جلو ببرید، موفق می‌شید حالا در هر محیطی که باشید. من چنین چیزی رو قبول ندارم.

تا حالا شده پر از انرژی و انگیزه از خواب بیدار بشید، آماده برای شروع روزتون؟ احتمالا بله. همچنین تا حالا از اون روزا داشتید که از خواب بیدار شدید و نخواستید از روی تخت خوابتون بلند شید؟ من مطمئنم که هممون چنین روزایی رو داشتیم. مهم نیست که چقدر منظم هستید، اراده و انگیزه میاد و میره.

مردم از من می‌پرسن، "دن چطور هر روز می‌تونی این همه محتوای تاثیرگذار در همه پلت فرمای اجتماعی بذاری؟ با این که یه سازمان جهانی برای مدیریت کردن داری، چطور انقدر پرکاری؟ چطور همه کارهایی رو که داری، مدیریت می‌کنی؟" جواب ساده است. دلپش اینه که من به قدرت اراده یا انگیزه تکیه نمی‌کنم - من به ساختار تکیه می‌کنم.

بیشتر افراد سعی می‌کنن به سمت اهدافشون حرکت کنن در حالی که باید راهکار متضادی رو پیش بگیرن. زمان و محیطتون رو ساختار بندی کنید تا بتونید به سمت هدفتون حرکت کنید.

نحوه ساختار بندی زمانتون برای یکپارچه سازی زندگی و کارتون

وقتی به این نگاه می‌کنید که چطور بیشتر افراد زمانشون رو ساختار بندی می‌کنن، می‌بینید که اونا در تلاش هستن تا تعادلی رو بین زندگی و کارشون برقرار کنن. مشکل این روال اینه که زمانی که کارایی

بالایی دارید، جواب نمیده. اگر که می‌خواید کارایی بالایی داشته باشید، باید بین زندگی و کارتون یکپارچگی ایجاد کنید، به نحوی که قسمت‌های مختلف زندگی‌تون انقدر خوب با همدیگه جور بشن که نخواید از قدرت اراده یا انگیزه برای رفتن به سمت اهدافتون استفاده کنید.

مثلا وقتی که من سفر کاری دارم، تفریح هم می‌کنم. وقتی که به شهر جدیدی میرم، چند روزی رو صرف توسعه روابط تجاریم می‌کنم و بعد چند روز دیگه هم در اون شهر برای تفریح کردن می‌مونم. اینجوری با یه سنگ چندتا نشونه رو می‌زنم.

یه مثال دیگه. وقتی که درگیر پروژه‌های بزرگتر می‌شدم، زمان پیدا کردن برای تمرین هنرهای رزمی سختتر میشد، چیزی که من علاقه زیادی بهش دارم. بنابراین به جای تکیه کردن به قدرت اراده و تلاش برای چپوندن چند ساعت دیگه در برنامه برای تمرین هنرهای رزمی، هنرهای رزمی رو با زندگی یکپارچه کردم. تعدادی از اعضای تیمم می‌خواستن هنرهای رزمی رو یاد بگیرن، بنابراین من برای تمرین کردن هنرهای رزمی دعوتشون کردم به خونم. اینجوری حتی اگر که روز خاصی نمی‌خواستم تمرین کنم، اعضای تیمم پیداشون میشد و من مجبور می‌شدم باهاشون تمرین کنم، چه دلم می‌خواست چه نه.

چطور برای رسیدن به موفقیت محیطتون رو ساختار بندی کنید

اگر که امروز وارد دفتر من می‌شدید، "محرک‌های ثروت" زیادی رو می‌دیدید - چیزایی که بهم یادآوری می‌کنن تا طرز تفکر خاصی داشته باشم. روی میزم یه ساعته که ارزش زمان رو بهم یادآوری می‌کنه، یه کپی از کتاب هنر جنگ سون تزو که بهم یادآوری می‌کنه تفکر استراتژیک داشته باشم، مجسمه کوچیکی از یه اسب که بهم احساس انرژی میده، و تصویری از مادر و پدرم که ارزشای خونادگیم رو بهم یادآوری می‌کنن.

حتی وقتی که در سوری زندگی می‌کردم (دودکش شهر ونکوور) هر کاری که از دستم برمیومد برای بهبود محیط زندگی می‌کردم. می‌دونستم که محیط چه قدرتی داره. به مرکز ونکوور می‌رفتم تا روزم رو در پن پاسیفیک، یکی از گرونترین هتل‌های لوکس اون ناحیه بگذرونم. در اون روز اون هتل برجسته محرک ثروت من بود.

چه محرک‌های ثروتی رو می‌تونید در محیطتون بذارید تا ارزش‌هایی رو بهتون یادآوری کنن که می‌خواید بهشون دست پیدا کنید؟ تغییر محیطم برای من جواب داد؛ این کار برای مریم و دانش آموزام که اعمالش کردن هم جواب داده. خودتون امتحانش کنید - ببینید چه حسی داره.

بیشتر افراد برای موفق شدن به انگیزه و قدرت ارادشون تکیه می‌کنن، و به این دلیل که به نتایج ناپایداری می‌رسن. اگر که بتونید به خوبی زمان و محیطتون رو ساختار بندی کنید، بدون هیچ نیازی به قدرت اراده کشش جاذبه رو به سمت موفقیت رو حس می‌کنید.

زنجیر پاره کن: نتایج ساختار و دنبال می‌کنن، نه قدرت اراده رو.

چه تعداد زنجیر نامرئی شمارو محدود کردن؟

هیچ یک از این هفت زنجیر نامرئی رو داشتید؟ اگر که داشتید، نگران نباشید. حالا که می‌دونید این زنجیرا وجود دارن، دیگه نامرئی نیستن. دونستن این که این زنجیرا وجود دارن نصف مبارزه است. نیمه دیگه مبارزه انجام اقدامات متفاوتیه در زمانی که می‌بینید این زنجیرها دارن شمارو پایین می‌کشن. زمانی که این زنجیرهارو پاره کردید و "ترمز دستیتون" رو آزاد کردید، اون موقع باید پدال گاز رو فشار بدید.

بخش ۶: سودآوریتان را رقم بزنید

مناسب برای شیر محبوس، شعبده باز زنجیر شده، زندانی بی‌گناه، جوینده گنج عجول، دورافتاده.

فرض کنید به حساب بانکی دارید که روزانه ۸۶۴۰۰ دلار بهتون اعتبار میده. شما می‌تونید هر جوری که می‌خواید از این پول استفاده کنید، ولی به گیری وجود داره - این مقدار به روز بعد منتقل نمیشه. هر مقداری رو که امروز ازش استفاده نکنید یا سرمایه گذاری نکنید، فردا از بین رفته. هیچ راهی برای پس انداز کردن این پول برای به روز دیگه وجود نداره. با اطلاع از این موضوع چه کار می‌کنید؟ از تک تک دلار اعتبارتون همین الان استفاده می‌کنید، مگه نه؟

خب، من و شما این حساب بانکی رو داریم؛ بهش میگن زمان. هر روز ۸۶۴۰۰ ثانیه دارید که در زندگیتون به حساب زمانتون واریز میشه. می‌تونید هر جور که دوست دارید از هر ثانیه استفاده کنید، ولی هر مقداریش رو که امروز استفاده یا سرمایه گذاری نکنید، برای همیشه از بین رفته. تا حالا شنیدید که میگن "زمان پوله؟" راستش حقیقت نداره. زمان هرگز پول نیست. زمان همیشه از پول ارزشمندتره چون وقتی که از دست رفت، برای همیشه از دست رفته. شما می‌تونید پول بیشتری در بیارید، اما نمی‌تونید زمان بیشتری در بیارید.

برای رقم زدن حداکثر سودآوری و موفقیتتون، به چیزی هست که باید درکش کنید: زمان ارزشمندترین کالای شماست. همه ما مقدار یکسانی زمان برای استفاده داریم - ۳۶۵ روز در سال، ۷ روز در هفته، ۸۶۴۰۰ ثانیه در روز. همه ما همونقدری زمان داریم که جف بزوس، بیل گیتس، ایلان ماسک، و وارن بافت داره، ولی چیزی که این افراد رو از هر کس دیگری جدا می‌کنه نحوه استفاده از زمانشونه.

مردم موفق و تاثیرگذار امروزی بر هنر به حداکثر رسوندن سودآوری تسلط پیدا کردن، و در این بخش شما هم یاد می‌گیرید که چطور به حداکثر سودآوری برسید. ولی قبل از این که بتونید درباره سودآوری حرف

بزنیم، ابتدا باید سودآوری رو تعریف کنیم. سودآوری رو میشه در نه لغت تعریف کرد، "به دست آوردن حداکثر نتایج در حداقل زمان ممکن." خودش؛ بدست آوردن حداکثر نتایج در حداقل زمان ممکن.

چرا فکر می‌کنم که چیزی به نام مدیریت زمانی وجود نداره

وقتی که سودآوری رو به این نحو تعریف می‌کنید، می‌بینید که عقیده عمومی در رابطه با این موضوع کاملا کنار گذاشته شده. بیشتر توصیه‌های مرتبط با سودآوری درباره "مدیریت زمانی" حرف می‌زنن، ولی به این مفهوم فکر کنید، آیا می‌تونید زمان رو مدیریت کنید؟ آیا می‌تونید سرعت زمان رو کم یا زیاد کنید؟ می‌تونید کاری کنید که زمان به عقب برگرده؟ می‌تونید مقداری زمان رو امروز پس انداز کنید و فردا از حسابتون بردارید؟ نمی‌تونید این کارو بکنید، مگر که مثل تونی استارک به نابغه باشید.

از اونجایی که هممون در روز مقدار یکسان ۸۶۴۰۰ ثانیه زمان داریم، راز سودآوری مدیریت زمانی نیست؛ مدیریت خوده. شما نمی‌تونید زمان رو مدیریت کنید، اما می‌تونید خودتون رو مدیریت کنید؛ قضیه به دست آوردن تعداد ساعات بیشتری در روز نیست، بلکه به دست آوردن نتایج بیشتری از ساعت‌هایی که الان در اختیارتون دارید.

با گذشت سال‌ها صدها کتاب رو درباره بزرگی گذشته و حال انسان‌های موفق خوندم، و صدها روش متفاوت سودآوری، مدیریت زمان و داشتن کارایی بالا رو آزمایش کردم. همه این کارارو کردم تا به جواب یه سوال برسم، "چطور می‌تونم در حداقل زمان ممکن به حداکثر میزان نتایج برسم؟"

من نحوه رقم زدن حداکثر سودآوری رو به پنج عامل کلیدی خلاصه کردم. ممکنه بعضی از این پنج مورد رو بشناسید و ممکنه بعضیاشون رو نشناسید. این موارد عواملی هستن که برای من جواب دادن.

پنج عامل کلیدی دن برای رقم زدن حداکثر سودآوری

عامل کلیدی شماره ۱ برای رسیدن به حداکثر سودآوری: نسبت به نتیجه کارتون کاملا قاطع باشید

آیا از برنامه‌های مرتبط با "سودآوری" استفاده می‌کنید؟ برنامه‌های تقویمی، یادداشت برداری، کارهای ضروری، مدیریت پروژه و سایر برنامه‌ها؟ آیا این برنامه‌ها سودآوریتون رو بیشتر می‌کنن؟ این برنامه‌ها بهتون کمک می‌کنن که کارآمد بشید، اما بهتون کمک نمی‌کنن که سودآور باشید؟

آدمای زیادی اومدن سراغم و گفتن، "من کارو انجام میدم، اما به یه سری دلایل، به نتیجه نمی‌رسم. چه اشتباهی می‌کنم؟" من ازشون می‌پرسم که روزانه چه کارهایی رو انجام میدن. بعد اونا لیست کارهای

ضروریشون و چندین کارو که انجام دادن رو می‌کنن و میگن، "می‌بینی دن، هر روز این همه کار می‌کنم، ولی به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسم. دلیلش رو نمی‌دونم."

"خیلی خب، دنبال چه جور نتایجی هستی؟"

"خب، می‌خوام موفقتر باشم."

"خیلی خب، بیشتر موفق بودن چه معنی برات داره؟"

"اوه، یعنی که می‌خوام درآمد بیشتری داشته باشم. می‌خوام مشتری‌های بیشتری داشته باشم."

"خیلی خب، یعنی چقدر؟"

"خب ... آه ... یعنی ..."

من همینجا حرفشون رو قطع می‌کنم. عدم قطعیت و شفافیت نداشتن درباره نتیجه پتانسیلی ریشه مشکل. من با پرسیدن یه سوال ساده بهشون شفافیت میدم، "از بین این کارهایی که هر روز انجام میدی، چندتا شون شمارو به سمت نتیجه مورد نظرتون پیش می‌برن؟"

اونا لیست کارهاشون رو مرور می‌کنن و می‌بینن که بیشتر کارهایی که هر روز انجام میدن به برآورده شدن نتیجه مورد نظرشون کمکی نمی‌کنه. بیشتر افراد انقدر نگران سریع حرکت کردن، بیشتر انجام دادن و مشغول موندن هستن که یادشون میره بپرسن، "آیا مسیری که دارم داخلش پیش میرم اصلا همون مسیری که می‌خوام یا نه؟" یادتون باشه که تعریف سودآوری رسیدن به حداکثر نتایج در حداقل زمان ممکنه. توجه داشته باشید که تاکید روی نتیجه. اگر که دیدگاه واضحی نسبت به نتیجه مورد نظرتون ندارید، چطور می‌تونید نتایجتون رو بسنجید؟ مثل بسکتبال بازی کردن بدون داشتن حلقه بسکتباله - هر قدر که می‌خواید می‌تونید پرتاب داشته باشید، اما هیچوقت به امتیاز هم نمی‌گیرید.

مشغولیت یه جور تنبلیه

دن لاک

داشتن ۱۰۰۰۰ دلار در ماه چه شکلیه؟

فرض کنید که هدفتون اینه که در ماه ۱۰۰۰۰ دلار پول در بیارید. برای قاطع بودن نسبت به نتیجمون چه کار می‌تونیم بکنیم؟ وقتی که هدف خیلی بزرگ یا بسیار دور از دسترسه، اقداماتی که باید انجام بشن شفافیت کمتری دارن. به همین دلیل که بهتره هدفتون رو به اقدامات انجام پذیر کوچکتري تقسیم

کنید، تا بدونید چطور به نتیجه مورد نظرتون دست پیدا کنید. مثلاً بیاید هدف ۱۰۰۰۰ دلار در ماه رو چند قسمت کنیم. اولش بیاید ببینیم در هفته باید چقدر در بیارید تا به ماهی ۱۰۰۰۰ دلار برسید.

۱۰۰۰۰ دلار تقسیم بر ۴ هفته = ۲۵۰۰ دلار در هفته

و اگر که پنج روز در هفته کار کنید ...

۲۵۰۰ دلار تقسیم بر ۵ روز کاری = ۵۰۰ دلار در روز

این محاسبات به ما چی میگن؟ این که اگه می‌خواید ۱۰۰۰۰ دلار در ماه پول در بیارید، باید هر روز ۵۰۰ دلار در بیارید. می‌بینید که این تقسیم سازی چطور شفافیت بیشتری رو در اختیارتون می‌ذاره؟ اگر که به هدف روزانتون دست پیدا نکنید، به هدف هفتگیتون دست پیدا نمی‌کنید. و اگر که به هدف هفتگیتون دست پیدا نکنید، به ۱۰۰۰۰ دلار در ماه نمی‌رسید. به جای که تا پایان ماه صبر کنید تا بفهمید، "وای، از مسیر خارج شدم"، هر روز می‌دونید که آیا دارید به سمت هدفتون پیش میرید یا نه. قاطع بودن درباره نتیجه یعنی این.

با داشتن هدف روزانه ۵۰۰ دلار در ذهنتون می‌تونید چنین سوالاتی رو از خودتون بپرسید:

- آیا دارم به سمت در آوردن ۵۰۰ دلار در روز حرکت می‌کنم؟ یا دارم از این هدف دور میشم؟
- چطور می‌تونم ارزشی رو که دارم ارائه می‌کنم، بیشتر کنم؟
- در حال حاضر دارم چه کاری رو انجام میدم که نباید انجامش بدم؟
- در حال حاضر کارآمدترین کاربرد زمانم چیه؟
- نتیجه کاری که الان دارم انجام میدم چیه؟

با پرسیدن این سوالات از خودتون اول به هدف روزانتون، بعد به هدف هفتگیتون و در آخر به هدف ماهیانتون نزدیکتر می‌شید.

داشتن یه میلیون دلار در سال چه شکلیه؟

بیاید فرض کنیم به جای ۱۰۰۰۰ دلار در ماه هدف بزرگتری رو مد نظر دارید. شما می‌خواید سالی یه میلیون دلار پول در بیارید. این هدف براتون چه شکلیه. اول بیاید ببینیم برای که به سالی یه میلیون دلار برسید، باید ماهیانه چقدر در بیارید؟

۱۰۰۰۰۰۰ تقسیم بر ۱۲ ماه = ۸۳۳۳۳۳٫۳۳ دلار در ماه

هر ماه باید ۸۳۳۳۳ دلار در بیارید تا به ۱۰ میلیون دلار در سال برسید. پول خیلی زیادیه - بیشتر از حدی که خیلی از افراد در سال به دست میارن. بیاید این هدف رو بیشتر تقسیم کنیم و ببینیم که هر هفته چقدر باید در بیارید:

$$۸۳۳۳۳,۳۳ \text{ تقسیم بر } ۴ \text{ هفته} = ۲۰۸۳۳,۳۳ \text{ دلار در هفته}$$

حالا بیاید ببینیم که در هر روز کاری باید چقدر در بیارید:

$$۲۰۸۳۳,۳۳ \text{ دلار تقسیم بر } ۵ \text{ روز در هفته} = ۴۱۶۶,۶۷ \text{ دلار در روز}$$

برای به دست آوردن ۱۰۰۰۰۰۰ دلار در سال باید در هر روز کاری ۴۱۶۶,۶۷ دلار پول در بیارید. بیاید فرض کنیم که هشت ساعت در روز کار می‌کنید، در اینصورت ارزش هر ساعتتون در روز برابر است با:

$$۴۱۶۶,۶۷ \text{ تقسیم بر } ۸ \text{ ساعت} = ۵۲۰,۸۳ \text{ دلار در روز}$$

با این حال من و شما هر دومون می‌دونیم که نمی‌تونید برای کل هشت ساعت روزانتون سودآور باشید؛ شاید یک سوم ساعات کاری روزانتون واقعا سودآور باشن. مابقی زمانتون صرف استراحت کردن، چک کردن ایمیل‌ها، مکالماتون، و سایر خرده کاری‌ها میشه. برای که بگیم به ساعت مفید چقدر براتون ارزش داره، باید نرخ درآمد ساعتتون رو در ۳ ضرب کنیم:

$$۵۲۰,۸۳ \text{ ضربدر } ۳ = ۱۵۶۲,۴۹ \text{ دلار در ساعت}$$

وقتی که از این دیدگاه به قضیه نگاه می‌کنید می‌بینید که خیلی از کارهای روزانتون ارزش زمانتون رو ندارن. شما چمنای خونتون رو نمی‌زنید، صرفاتون رو نمی‌شورید، کاغذبازی نمی‌کنید، به ایمیل‌هاتون پاسخ نمی‌دید، یا خیلی کارهای کم ارزش دیگه رو انجام نمی‌دید. اگر که دو ساعت برای زدن چمن‌های خونتون بذارید، با استخدام نکردن یه نفر دیگه برای انجام این کار در خرج کردن پولتون صرفه جویی نکردید. نه اون دو ساعت براتون حدود ۳۰۰۰ دلار آب خورده. اگر که هدفتون اینه که سالیانه به ۱۰ میلیون دلار درآمد داشته باشید، سوالی که باید بپرسید اینه، "آیا کاری که الان دارم انجام میدم، ۱۵۶۲,۴۹ دلار در ساعت می‌ارزه؟"

از انجام کارهای کم ارزش خودداری کنید

بیشتر افراد سعی می‌کنن با سختتر و بیشتر کار کردن به اهدافشون برسن. اونا به کار دوم می‌گیرن، شیف شب کار می‌کنن، یا یه کار پاره وقت انجام میدن. اونا سعی می‌کنن ساعات بیشتری رو کار کنن تا به هدف درآمدیشون برسن. بیشتر کردن ساعت کار پاسخ سوال نیست. بلکه بیشتر کردن ارزش پاسخ

سواله. شما نمی‌تونید تعداد ساعات روز رو دوبرابر کنید، اما می‌تونید ارزشی رو که تحویل می‌دید دوبرابر کنید.

وقتی که من شروع کردم، برای هر پروژه ۵۰۰ دلار می‌گرفتم که مشخص شد بعد از کار شدن همه ساعت‌های کاری در روز از حداقل دستمزد هم کمتره. هر روز از خودم می‌پرسیدم، "چطور می‌تونم ارزشی رو که ارائه می‌کنم بیشتر کنم؟ چطور می‌تونم بیشتر پول بگیرم؟ چطور می‌تونم به هدف درآمد روزانم نزدیکتر بشم؟" با پرسیدن این سوال‌ها از خودم، تونستم بیشتر و بیشتر برای پروژه‌هام پول بگیرم. بالاخره برای هر ساعت کارم مقداری بیشتر از درآمد ماهیانه بیشتر افراد رو دریافت کردم. به زمانی مشتری باید ۱۰۰۰۰ دلار در ساعت برای وقت مشاوره من هزینه می‌پرداخت (حالا دیگه خبری از این مشاوره‌های تک نفره نیست، چرا؟ چون ارزشی که من می‌تونم با یه ساعت تفکر و استراتژی سازی برای سازمانم در اختیار جهان بذارم، بیشتر از ارزشیه که می‌تونم با مشاوره دادن به یه شرکت دیگه ارائه کنم.) چطور به اون نقطه رسیدم؟ با هر روز کاملاً قاطع بودن درباره نتیجه. این اولین عامل کلیدی برای رسیدن به حداکثر سودآوری.

صرفاً چون که دارید توی آب دست و پا می‌زنید و چالاپ و چلوپ می‌کنید، معنی‌ش این نیست که دارید شنا می‌کنید.

فعالیت: عدد جادویی شما چنده؟

عدد جادویی شما عددیه که اگه می‌خواید به هدف‌تون برسید، باید هر روز بهش دست پیدا کنید. اگر که در مورد این عدد شفافیت داشته باشید می‌دونید که دارید در مسیر درست پیش میرید یا در مسیر غلط. هرچه شفافیت بیشتری داشته باشید، قدرت بیشتری دارید.

- می‌خواید هر سال چقدر درآمد داشته باشید؟
- درآمد مورد نظر سالانتون رو به ۱۲ تقسیم کنید تا به درآمد ماهیانتون برسید.
- و حالا این عدد رو به ۴ تقسیم کنید تا به درآمد هفتگی‌تون برسید.
- حاصل تقسیم فوق رو به ۵ تقسیم کنید تا به درآمد روزانتون برسید.
- حالا این عدد رو به ۸ تقسیم کنید تا به نرخ درآمد ساعتی‌تون برسید.
- در آخر حاصل تقسیم فوق رو در ۳ ضرب کنید تا به نرخ بهره‌وری ساعتی‌تون - عدد جادوعیتون - برسید.

عامل کلیدی شماره ۲ برای رسیدن به حداکثر سودآوری: مثل لیزر متمرکز باشید

تا حالا دقت کردید که متمرکز موندن از همیشه سختتر شده؟ هر روز گوشیتون با اعلان‌های متعددی بمبارون میشه، مردم مدام بهتون ایمیل می‌زنن، فیلم‌های جدیدی اکران میشن، کفشای جدیدی وارد بازار میشن و محصولات جدیدی معرفی میشن. دنیا داره از همیشه پرسروصداتر میشه.

آخرین باری که بدون این که گوشی یا ایمیلتون رو چک کنید، حداقل دو ساعت رو به کار متمرکز بودید، کی بود؟ اگر که مثل بیشتر افراد هستید، احتمالاً مدت زمان زیادیه که با متمرکز موندن روی یه کار مشکل دارید. موضوع خنده دار اینه که اگرچه از سرتاسر جهان من رو در رسانه اجتماعی دنبال می‌کنن، خودم شخصاً زمان زیادی رو صرف رسانه اجتماعی نمی‌کنم. وقتی که دارم کار می‌کنم، زمانم رو وقف کارم می‌کنم. تلفنم رو از پریش می‌کشم، همه اعلان‌های گوشی همراهم رو غیرفعال می‌کنم، و کاری هم به ایمیل‌هام ندارم. وقتی که دارم کار می‌کنم، فقط کار می‌کنم. موضوع فقط این نیست که چند ساعت رو می‌تونید صرف انجام دادن یه کار مهم کنید - موضوع انجام دادن کار متمرکزه.

حواس پرتی فقط کالای لوکس آدمای معمولیه - برای موفق شدن باید مثل لیزر متمرکز باشید.

دن لاک

روش تفنگ دوربین دار در مقابل روش تفنگ ساچمه‌ای: چطور با کمتر کار کردن به نتایج بیشتری برسیم؟

مشغول بودن برای بعضی از افراد تبدیل شده به یه نشان احترام. مسخره است. این آدما مدام گوشیشون رو چک می‌کنن، به ایمیل‌هاشون پاسخ میدن و برای پاسخ دادن به "تماس‌های مهمترشون" از یه مکان خارج میشن. اونا هیچوقت در لحظه حاضر نیستند. این آدما توسط روشی هدایت میشن که من بهش میگم "روش تفنگ ساچمه‌ای." اونا اینور و اونور می‌زنن و دعا می‌کنن. اونا کارهای زیادی رو با هم انجام میدن و امیدوارن که یکی از تیرهاشون به هدف بخوره. اونا بی‌اعصاب، پراکنده و فاقد هماهنگی هستند. اونا با سرعت ۱۵۰ کیلومتر در ساعت زندگی می‌کنن.

من روش تفنگ دوربین دارو ترجیح میدم. وقتی که به یه تک تیرانداز فکر می‌کنید، چی میاد به ذهنتون؟ اونا باحال، آرام و متمرکز هستند. اونا مکانشون رو پیدا می‌کنن، هدفشون رو مشخص می‌کنن و ماشه رو می‌کشن - یه تیر، یه هدف کشته شده. تک تیرانداز معتقده که کمتر بیشتره. اونا دقت رو به قدرت، تمرکز رو به حواس پرتی، و فروتنی رو به غرور اولویت میدن. تک تیراندازها می‌دونن که خیلی از اقدامات به نتیجه نمی‌رسن. اونا می‌دونن که خیلی از اقدامات بی‌فایده هستند.

اصل ۲۰ - ۸۰

اصل ۲۰ - ۸۰ می‌گه که تقریباً ۸۰ درصد از معلول‌ها از ۲۰ درصد علت‌ها منتج میشن. به بیان دقیقتر بیشتر معلول‌ها از حداقلی از علت‌ها منتج میشن.

- بیشتر فروش یه شرکت رو حداقلی از محصولاتش رقم می‌زنه.
- حداقلی از تیم‌ها بر بیشتر ورزش‌ها تسلط دارن. تقریباً نصف قهرمانی‌های NBA متعلق به دو تیم لیکرز و سلتیکه (سی و سه قهرمانی از هفتاد قهرمانی) و فقط پنج مورد از سی تیم NBA صاحب ۶۹ درصد از مقام‌ها هستنند.
- به گفته دکتر گابریل زاگمن از دانشگاه کالیفرنیا در برکلی ۰٫۱ درصد جمعیت برتر آمریکا از ۸۰ درصد از جمعیت آمریکا بیشتر ثروت دارن.

ولی این اصل فقط به این ارقام خلاصه نمیشه - در زندگی خودتون، ۲۰ درصد از اقداماتتون ۸۰ درصد از خوشحالی، درآمد و موفقیتتون رو رقم می‌زنه.

این قضیه چه ربطی به شما داره؟ خب، وقتی که فهمیدید که ۲۰ درصد از کدوم اقداماتتون بیشترین نتایج رو براتون رقم می‌زنن، می‌تونید اون ۸۰ درصد فعالیت‌های اضافیتون رو حذف کنید. به جای که یه لیست از کارهای ضروری رو برای خودتون بسازید، یه لیست از کارهای غیرضروری رو برای خودتون بسازید و تمرکزتون رو افزایش بدید.

فعالیت اصل ۲۰ - ۸۰

با کمک یه فعالیت ساده می‌تونید ببینید که چطور این اصل داره روی زندگی شما تاثیر می‌ذاره. به هفته گذشته و همه اقداماتی که در طولش انجام دادید، فکر کنید و بعد فعالیت زیرو انجام بدید.

۱. چه چیزی به من استرس وارد می‌کنه؟ فعالیت‌هایی رو که باعث میشه مضطرب بشید، لیست کنید.
۲. چه کاری موفقیت آمیز بوده؟ لیست کارایی رو ارائه کنید که بیشترین نتایج رو در اختیارتون گذاشتن.
۳. لیست کارهای غیرضروریتون رو ارائه کنید - چه فعالیت‌های اضطراب آفرینی رو می‌تونید کاملاً حذف یا به فرد دیگری محول کنید؟
۴. لیست کارهای ضروریتون رو ارائه کنید - چه فعالیت‌های موفقیت آمیزی رو می‌تونید هفته آینده تکرار کنید؟

۲۰ درصد فعالیت‌ها = ۸۰ درصد استرس

۲۰ درصد فعالیت‌ها = ۸۰ درصد نتایج

چی به من استرس میده؟

- .
- .
- .
- .

لیست کارهای غیرضروری

- .
- .
- .
- .

چی موفقیت آمیز بوده؟

- .
- .
- .
- .

لیست کارهای ضروری

- .
- .
- .
- .

روی کم تمرکز کنید نه زیاد

یادتون باشه که سودآور بودن ربطی به افزایش بار کاریتون نداره، بلکه به حذف چیزای غیرضروری و تمرکز کردن روی محرک‌های کلیدی معدودی برای رسیدن به حداکثر نتایج ربط داره. قضیه چپوندن حداکثر تعداد ممکن فعالیت‌ها در روزتون نیست، بلکه متمرکز شدن روی معدود فعالیت‌هایی که تفاوت ایجاد می‌کنن. بدونید که چه کاری رو باید انجام بدید و سایر فعالیت‌هارو حذف کنید.

عامل کلیدی شماره ۳ برای رسیدن به حداکثر سودآوری: زمانتون رو مثل یه میلیارد ساختار بندی کنید

تا حالا به این فکر کردید که میلیاردرهایی مثل بیل گیتس چطور زمانشون رو ساختار بندی می‌کنند؟ بهر حال اونا هم همونقدری زمان دارن که ما داریم، ولی به یه سری دلایل کارهای بسیار بیشتری رو انجام میدن - چرا اینجوریه؟

خب، یه دلیلش قانون پارکینسونه. این قانون میگه که کار بسط پیدا می‌کنه تا زمان موجود برای انجام شدنش رو پر کنه. حالا این یعنی چی؟

تا حالا شده که ددلاینی داشته باشید که چند ماه باهاش فاصله داشتید ولی توجهی به کاری که باید انجام می‌دادید نکردید تا این که ددلاین مورد نظر فرا رسیده؟ این قانون پارکینسون در عمله. کار مقدار زمان موجود برای انجام دادن فعالیت رو پر می‌کنه.

بیل گیتس قرارهاش رو در شش دقیقه انجام میده. من در پونزده دقیقه. من مقدار زیادی زمان رو برای هر کاری کنار می‌ذارم که در طول روز انجام میدم. این روند کنترلی بهم آزادی میده تا کارهای مورد علاقه روزانم رو انجام بدم.

به تعویق انداختن و طفره رفتن مساویه با فقر

روزتون رو بنویسید، برنامه ریزی نکنید

اگر که می‌خواید روزهای سودآوری داشته باشید، اونا رو بنویسید، برنامه ریزیشون نکنید. فرق نوشتن روزتون با برنامه ریزی کردنش چیه؟ برنامه ریزی براساس اینه که بقیه ازتون چی می‌خوان، در حالی که نوشتن اختصاص عمدی زمان به اهداف و نتایج‌تونه.

بعد از این که به دیدگاه شفافی درباره نتیجه مورد نظرتون و کارهایی که باید برای حاصل شدن هدفتون انجام بدید، رسیدید، بعدش باید چه کار کنید؟ باید برای رسیدن به نتیجه و هدفتون زمان بذارید! احتمالاً خودتون می‌دونید، ولی هیچ کاری در نبود ددلاین انجام نمیشه.

تنها عبارتی رو که بیشتر رویاها رو می‌کشه می‌شناسید؟ این عبارت عبارت "یه روزی" است.

- یه روزی دور تا دور دنیا رو سفر می‌کنم.
- یه روزی زن و بچه‌هام رو می‌برم به دنیای دیزنی.
- یه روزی بدهی‌هام رو می‌پردازم.
- یه روزی از این کارم کنار می‌کشم.
- یه روزی کتابم رو می‌نویسم.

این عبارت کشنده: یه روزی.

همیشه می‌گیم "یه روزی"، ولی یه نگاهی به تقویم بندازیم. شنبه، یکشنبه، دوشنبه، سه شنبه، چهارشنبه، پنجشنبه و جمعه. یه روزی کجاست؟ وجود نداره. توهمیه که ساخته شده تا مردم از به تعویق انداختن کارها و طفره رفتن احساس بدی بهشون دست نده. یه تاجرو در نظر بگیرید که میگه، "یه روزی اون مشتری رو گیر می‌ارم. یه روزی اون قرارداد فروش رو می‌بندم. و یه روزی کارم رو مقیاس پذیر می‌کنم." چنین تاجری چقدر پول در میاره؟ هیچی.

آدمای ناموفق از "یه روزی" استفاده می‌کنن - و آدمای موفق از "امروز".

- امروز اقدام می‌کنم.
- امروز اون قرارداد فروش رو می‌بندم.
- امروز مشتری‌های بیشتری رو جذب می‌کنم.
- امروز من اون قضیه رو رقم می‌زنم.

وقتی که از "یه روزی" استفاده می‌کنید رویاها و اهدافتون رو به تعویق می‌ندازید. فکر می‌کنید وقتی که آماده هستید کار مورد نظرتون رو انجام میدید. ولی "یه روزی" هیچوقت نمیاد و شما هرگز آمادگی کسب نمی‌کنید. آدمای موفق می‌دونن که نباید چیزی رو درست کنن، بلکه باید وارد عمل بشن. روزتون رو بنویسید، درغیراینصورت روزتون رخ نمیده.

عامل کلیدی شماره ۴ برای رسیدن به حداکثر سودآوری: هفت روح خبیث به تعویق اندازی رو از بین ببرید

همه ما هر از گاهی طفره میریم و کارارو به تعویق می‌ندازیم. هفت روح خبیث به تعویق اندازی وجود دارن که باید اونارو بشناسید. اگر بتونید اونارو وقتی ظاهر میشن شناسایی کنید، خیلی راحتتر می‌تونید اونارو از بین ببرید.

چطور هفت روح خبیث به تعویق اندازی رو از بین ببریم؟

تظاهر کنید که می‌خواید به بار شنا بزنیید. وقتی که این کارو کردید این هفت روح خبیث وارد ذهنتون میشن. چندتاشون رو می‌شناسید؟

۱. کمالگرا

اول بذار مطمئن بشم که فضای بین دو دستم درسته. همچنین باید زاویه درستی روی آرنج‌هام داشته باشم. نباید خیلی به کف نزدیک بشم، اگر که به کف بخورم تقلب محسوب میشه - شنا درست محسوب نمیشه. می‌دونی چیه: من حتی لباس ورزشی مناسبی نپوشیدم - بذار لباس عوض کنم، بعدش شنا می‌زنم.

کمالگرا انقدر نگران درست شنا زدن که حتی به شنا هم نمی‌زنه. فکر می‌کنید کی از شما جلوتره؟ کسی که به ماه صبر می‌کنه و به شنا درست می‌زنه، یا کسی که به مدت به ماه هر روز ده تا شنا نادرست می‌زنه؟ قطعاً کسی که شنا می‌زنه. کمالگرا زیادی نگران کماله، در حالی که همه چیز که بهش نیاز دارید پیشرفت و پیشرویه.

یادتون باشه - نباید درست انجامش بدید، باید انجامش بدید.

۲. بی‌حال تنبل

"نمی‌خوام این کارو کنم - سخته. آسونترش هم هست؟ شاید به دستگاه شنانزی وجود داشته باشه که این کارو برام بکنه؟"

بی‌حال تنبل از کار کردن متنفره. اونا از هر چیزی که یکم ناراحتشون کنه متنفر هستن. اونا نتیجه می‌خوان، ولی نمی‌خوان کاری رو که به نتیجه ختم میشه انجام بدن. چیزی که این افراد نمی‌دونن اینه که هر چیزی که ارزش به دست آوردن داشته باشه نیازمنده کار و تلاشه سخته.

۳. اندازه‌گیر

"من الان فقط می‌تونم ده تا شنا بزنی ولی اون رو ببین - اون می‌تونه بیستتا شنا بزنی. و اون یکی رو ببین؛ اون می‌تونه سی تا شنا بزنی. من خوب نیستم؛ من مزخرفم. باید دست از شنا زدن بردارم."

اندازه‌گیرها خودشون رو با هر کس دیگری مقایسه می‌کنن. اگر به نفر اون بیرون باشه که بهتر از خودشون عمل می‌کنه، اونا دلسرد میشن. حتی وقتی می‌دونن که تازه کار هستن، کاری رو انجام نمیدن مگر زمانی که انجام دادنش حس خوبی رو بهشون منتقل کنه. کی اهمیتی می‌ده - موضوع بقیه نیستن -

موضوع اینه که شما پیشرفتی به سمت هدفتون داشته باشید. همیشه به نفر بهتر از شما وجود داره. اگر که بذارید این موضوع مانع اقدام کردن شما بشه، برای مدت زمانی خیلی طولانی گیر میفتید.

۴. آینده نگر

"اگر که شنا بزمن، ماهیچه‌های سه سر بدنم خیلی بزرگ نمیشن؟ اگر که ماهیچه‌های دوسر بزرگ بخوام چی؟ اگه ماهیچه‌های سه سر بدنم بزرگ باشن و ماهیچه‌های دو سر بدنم کوچیک، عجیب و غریب نمیشم؟ اگر که بخوام شونه‌هام رو تقویت کنم چی؟ مثل یکی از اون آدمای گنده بزرگ عجیب و غریب میشم؟ من اینو نمی‌خوام؛ بعدش دیگه هیچ کس نمی‌خواد باهام قرار بذاره. بی‌خیال شنا زدن؛ من اینو نمی‌خوام."

آینده نگر به آینده خیلی دور فکر می‌کنه و به مشکلاتی فکر می‌کنه که حتی وجود ندارن! اگر که به آینده نگر باشید به هر چیزی بیش از حد فکر می‌کنید و اوضاع رو خیلی بزرگتر از چیزی که واقعا هست می‌کنید. فقط تمرین شناسنت - نیازی نیست که انقدر به آینده فکر کنید. همین قضیه صادق، زمانی که بقیه افراد میان سراغم و میگن، "دن باید روی چی سرمایه گذاری کنم؟" ولی بعدش می‌فهمم که اونا هنوز بدهی‌هاشون رو پرداخت نکردن. هر بار به قدم بردارید - به آینده دور خیلی فکر نکنید و برای خودتون مشکلات خیالی نسازید.

۵. احمق

"نمی‌دونم چطور شنا بزمن. هیچ کتاب یا فیلم آموزشی برای شنا زدن داری؟"

احمق ساده‌ترین کارهارو بیش از حد پیچیده می‌کنه. فقط به تمرین شناسنت. میرید پایین و بعد بدنتون رو میارید بالا. کار پیچیده‌ای نیست، اما احمق باید پونصدتا کتاب رو درباره نحوه شنا زدن بخونه و دویست ساعت فیلم آموزشی رو درباره انواع پیشرفته شنا زدن ببینه، قبل از این که وارد عمل بشه. در همین حین به نفر دیگه داره روزانه بیستتا شنا می‌زنه و قدرتش رو به طور برجسته‌ای افزایش میده. اگه نتونی ده تا شنا معمولی بزنی، می‌توننی شنا پیشرفته بزنی؟ نمی‌توننی، پس چرا وقتت رو برای تظاهر به این که نمی‌توننی شنا بزنی هدر میدی؟ فقط شنا بزنیند.

۶. شنونده خنگ

شنونده، "خیلی خب، من الان می‌خوام شنا بزمن."

دوست شماره ۱، "چرا داری شنا می‌زنی؟ علم میگه شنا زدن برات بده. درعوض تمارین هوازی رو انجام بده."

شنونده، "اوه؟ باشه. تمارین هوازی رو انجام میدم."

"تمارین هوازی جواب نمیدن؛ من هنوز ضعیفم."

دوست شماره ۲، "چرا داری تمارین هوازی رو انجام میدی؟ تمارین هوازی دیگه جواب نمیدن. بیا این قرص رو بخور. بهتر از تمارین هوازی و شنا جواب میده."

شنونده خنگ "سندروم شی درخشان" داره و عاشق هر چیزی میشه که ظاهر خوبی داره. به جای که فقط شنا بزنه و به ارتقاء حرکت شناس تعهد بده، به حرفی گوش میده که بقیه افراد به خوردش میدن. اونا چند بار نظرشون رو عوض می‌کنن و هیچوقت تمرکز نمی‌کنن. اونا نمی‌تونن به یه چیز تعهد بدن و مدام دنبال این هستن که بقیه بهشون جهت بدن. چیزی که نمی‌فهمن اینه که ثروت با تعهد داشتن به یه چیز در طول زمان به دست میاد.

۷. بهونه آفرین

"من نمی‌تونم شنا بزنم؛ کف اتاق کثیفه. کف اتاق پر از میکروب و باکتریه؛ من مریض میشم. اگر که استخوانم به اندازه کافی برای شنا زدن قوی نباشن چی؟ نمی‌خوام دستم رو بشکنم. من شنا نمی‌زنم."

بهونه آفرین همه جور بهونه‌ای که فکرش رو کنید میاره تا شنا نزنه. عذر و بهونه‌هاش عمدتاً غیرمنطقی هستن، ولی برای که جلوشون رو بگیرن تا کاری رو که می‌دونن باید انجام بدن کنار بذارن، کافی هستن.

وقتی که هفت روح خبیث به تعویق اندازی ظاهر میشن، باید چه کار بکنید؟

عمل فکرو کنار می‌زنه

فکر -----< عمل

(وقتی که فاصله زیاده، به تعویق اندازی و طفره رفتن برنده میشه.)

فکر -----< عمل

(با کوتاه کردن فاصله فکر تا عمل به تعویق اندازی رو شکست بدید.)

این ارواح خبیث رو گرگ‌های هاری در نظر بگیرید که منتظرن تا بهشون غذا داده بشه. اگر که بهشون غذا بدید به رشدشون ادامه میدن و بلندتر غر غر می‌کنن. ولی اگر که علیه هوس تغذیه کردنشون مقاومت کنید ضعیف میشن. هر وقت که دیدید یکی از این هفت روح خبیث ظاهر شدن، این کارو بکنید؛ اقدام کنید، چون اقدام کردن فکر رو کنار می‌زنه.



تا حالا وقتی که به تازگی چیزی رو شروع کردید، به تعویق اندازی رو تجربه کردید؟ احتمالا نه، چون به تعویق اندازی قبل از این که وارد عمل بشید به قویترین شکلش ظاهر میشه. عادت کم کردن فاصله بین فکر و عمل رو در خودتون رشد بدید. هر چه این فاصله بیشتر بشه، به تعویق اندازی قویتر میشه. هر چه زمان کمتری طول بکشه که شروع کنید به تعویق اندازی ضعیفتر میشه.

عامل کلیدی شماره ۵ برای رسیدن به حداکثر سودآوری: تعداد کارهای حتمیتون رو افزایش بدید

کارهای حتمی شما اون فعالیت‌هایی هستن که هر روز تحت هر شرایطی انجامشون میدید. این کارها چیزایی هستن که تک تک قسمت‌های زندگی شمارو قدرتمند و پیروز نگه می‌دارن. اگر که برای مدت زمانی دست از ورزش کردن بردارید، ضعیف و شکننده می‌شید. همین قضیه در مورد سایر قسمت‌های زندگیتون هم صادق. اگر که برای حفظ زندگیتون زمان نذارید، زندگیتون ضعیف میشه.

کارهای حتمی شما باید با نتایجی که می‌خواید به دست بیارید، هماهنگ باشن. به همین دلیل لازمه که درک واضحی از هدفتون داشته باشید و روی چیزی که می‌خواید بهش برسید، متمرکز بمونید. من کارهای حتمی خاصی دارم که بهم در رسیدن به اهدافم کمک می‌کنن. شاید کارهای حتمی شما با کارهای حتمی من فرق داشته باشن.

کارهای حتمی دن لاک

سلامت کاری: شصت دقیقه در روز صرف تفکر، استراتژی سازی و مطلع شدن نسبت به آخرین حرکت‌های تیمم همیشه.

سلامت عاطفی: سی دقیقه در روز صرف انجام یه آیین روزانه همیشه که مجسم سازی، سپاسگزاری و تنفس عمیق رو شامل همیشه.

سلامت مالی: سی دقیقه در روز صرف امور مالی، سرمایه گذاری‌ها و بازدید و بررسی ارقام همیشه.

رشد: شصت دقیقه در روز صرف یادگیری همیشه که مطالعه، مشاوره با متخصصان و ملاقات دیگر موسسان و مدیران اجرایی رو شامل همیشه.

سلامت فیزیکی: شصت دقیقه در روز، سه بار در هفته، صرف انجام تمارین ورزشی همیشه.

سلطه مالی سلطه برخوده

موارد فوق پنج عاملی هستند که سودآوری من رو در طول سال‌ها رقم زدن. قبل از این که به سلطه مالی برسید، باید به خودتون مسلط بشید، چون اگه نتونید خودتون رو کنترل کنید، چطور می‌تونید انتظار داشته باشید که پول رو کنترل کنید؟

حالا که با این پنج عامل کلیدی آشنا شدید، نوبت شماست که اونارو پیاده کنید و وارد عمل بشید - کاراتون رو به تعویق نندازید و طفره نرید. درباره نتیجه مورد نظرتون قاطع باشید، مثل لیزر متمرکز باشید، روزتون رو مثل یه میلیاردر ساختار بندی کنید، ارواح خبیث درونیتون رو از بین ببرید و به کارهای حتمیتون متعهد بمونید. اگر که بتونید این کارارو انجام بدید، از میزان دستاورداتون شگفت زده می‌شید.

بخش ۷: فروشتان را رقم بزنید

مناسب برای همه الگوهای ثروت.

اخیرا به سخنرانی داشتم برای یک گروه اختصاصی از کارآفرینان بسیار موفق، افرادی که شرکت‌ها و سازمان‌هایی رو با ۱ میلیون دلار تا ۱۰۰ میلیون دلار درآمد هدایت می‌کنن. این آدم‌ها افراد شدیداً شکاکی بودن که قبل از این که من براشون سخنرانی کنم محتوای سخنرانی من رو دیده و شنیده بودن. ولی آخر سخنرانیم همشون داشتن تند تند یادداشت برداری می‌کردن و سوال می‌پرسیدن. اونا انقدر سوال داشتن که من نتونستم به مدت یک ساعت از اتاق خارج بشم تا این که جواب همه سوالاشون رو دادم. موضوع سخنرانی چی بود که همه اون کارآفرین‌ها و موسسان رو تحریک کرده بود؟ من داشتم درباره عصر جدید فروش پیشرفته حرف می‌زدم، چیزی که های تیکت کلوزینگ نامیدمش. اون "روزهای خوش" فروش از طریق تماس‌های تبلیغاتی تلفنی خیلی وقته که گذشتن. مردم امروزه بیشتر از همیشه باهوش و مردد هستند. به محض این که بشنون یکی اون طرف خط بگه "سلام حالتون چطوره؟" می‌فهمن که تماس گرفته شده به تماس تبلیغاتی و فوراً گوشی رو می‌ذارن. مشتری‌ها فوراً برای لیست‌های "تماس نگیرید" اسم می‌نویسن، شماره‌ها رو مسدود می‌کنن و هر تماس ناخواسته‌ای رو نادیده می‌گیرن. محیط فروش چالش برانگیزتر از همیشه شده.

به این قضیه فکر کنید - حتی زمانی که به کلمه "فروش" فکر می‌کنید، فوراً به فکر به فروشنده روغن مار لاغر اندام می‌فکرتید که داره سعی می‌کنه شمارو به انجام کاری فریب بده که نمی‌خواید انجامش بدید. من نمیگم که تلفن دیگه به راه عالی برای فروش نیست. تلفن به ابزار ارتباطی عالی. ولی به ابزار مشتری‌یابی بسیار بده.

لازم نیست که با این حرفم موافق باشید، ولی من معتقدم که نحوه خرید کردن به مشتری از محصولی که می‌خره مهمتره. برای فروش و ایجاد یک رابطه پایدار با مشتری چهارچوب ذهنی مشتری مهمه. فرض کنید که دارید در یک فروشگاه قدم می‌زنید و ایستگاهی رو می‌بینید که داره نمونه رایگان میده. مسئول ایستگاه میاد جلوتون. چطور به این وضعیت واکنش میدید؟ شما از کنارش رد می‌شید، ازش دوری می‌کنید، یا نادیده می‌گیریدش، چون به تداخل ناخواسته هستند.

چیزی که اونا نمی‌دونن اینه که مردم عاشق خرید کردن هستن، ولی از این که چیزی بهشون فروخته بشه متنفرن. شما نمی‌خواید چیزی بهتون فروخته بشه، منم نمی‌خوام. ما می‌خوایم باور کنیم که خودمون مسئول تصمیمات خریدمون هستیم. حتی اگر که از یک فروشنده متقاعد کننده خرید کنیم، به جورایی حس می‌کنیم که "گیرمون انداختن" و حس خوبی نسبت به خرید نداریم. به همین دلیل که تماس‌های تبلیغاتی دیگه جواب نمیدن. وقتی که به تماس تبلیغاتی با کسی می‌گیرید که هیچ ارتباط قبلی باهاش ندارید، بدون این که هیچ ارزشی رو از قبل ارائه کرده باشید، بدون هیچ موقعیت سنجی، مسیری که پیش پاتون قرار می‌گیره به مسیر بسیار سخته. وقتی که تماس تلفنی تبلیغاتی می‌گیرید، مشکل موجود

اینه که شما دارید سعی می‌کنید همه اعتماد و اعتبار مورد نیاز رو در یه بازه زمانی کوتاه ایجاد کنید، و فرقی هم نمی‌کنه که چقدر در فروش خوب هستید، خودتون رو در موقعیت بسیار بدی قرار میدید.

آدما عاشق خرید کردن هستند، ولی از این که چیزی بهشون فروخته بشه متنفرن.

دن لاک

بنابراین اگر که تماس تبلیغاتی برای مشتری یابی جواب نداد، چه کار می‌کنید؟ می‌ذارید تیم بازاریابی ترتیب این کارو بده. من برای پیدا کردن مشتری به تیم بازاریابی و برندسازی و رسانه اجتماعی تکیه می‌کنم. من با رزرو یه تماس از طریق یکی از نماینده‌های فروشم کاری می‌کنم که فرد علاقمند بیاد طرفم. این روال تجربه بهتری رو برای نماینده فروش و اون مشتری احتمالی ایجاد می‌کنه. فرق این روال فرق بین اینه که یه نفر متقاعد کنید که دستش رو بلند کنه و بگه "من علاقمندم!" و به طور فیزیکی یه نفر و مجبورش کنید که دستش رو بلند کنه، علی‌رغم این که حتی نمی‌خواد تکون بخوره.

وقتی که مشتری تماسی رو با یکی از نمایندگی‌های فروش من رزرو می‌کنه، من توجه کاملش رو در اختیار دارم. وقتی که با کسی تماس تبلیغاتی می‌گیرید، نمی‌دونید که طرف مقابلتون داره چه کار می‌کنه یا این که روزشون رو مختل کردید یا نه. ولی وقتی که اون زمانی رو با شما رزرو می‌کنن در طول اون مدت زمان رزرو شده توجه کاملشون رو در اختیار دارید. وقتی که شما بهشون زنگ می‌زنید یه فروشنده هستید. وقتی که اون بهتون زنگ می‌زنن یه متخصص هستید.

به همین دلیل که من یه راه جدید رو خلق کردم، یه متد جدید بستن قرارداد فروش برای این دوره و زمانه متفاوت. من به این روش می‌گم های تیکت کلوزینگ. این روش فروش از طریق تمرکز روی فروش محصولات و خدمات برجسته‌ای انجام میشه که در خلالش نماینده فروش فقط تماس‌هایی رو دریافت می‌کنه که تیم بازاریابی ترتیب هماهنگیشون رو داده. قوانین زیرو مطالعه و دنبال کنید. نتایجی که دریافت می‌کنید شمارو حیرت زده می‌کنن.

پنج قانون های تیکت کلوزینگ

یادتون باشه که ما درباره تماس تبلیغاتی، زدن در خونه مردم یا سایر تکنیک‌های غیرحرفه‌ای فروش حرف نمی‌زنیم. در این روش‌ها شما مثل یه آفت آزاردهنده عمل می‌کنید. ولی با های تیکت کلوزینگ مهمانی هستید که بهتون خوشامد گفته میشه. شما دیگه روز فردی رو با گرفتن تماس غیرمنتظره یا زدن در خونشون وسط خوردن وعده شامشون مختل نمی‌کنید - هدف های تیکت کلوزینگ این نیست. ما از

تبدیل شدن به یه فروشنده غیرحرفه‌ای حرف نمی‌زنیم. ما از حرفه‌ای شدن حرف می‌زنیم. ما مردم رو فریب نمیدیم یا به چیزی وادارشون نمی‌کنیم - ما بهشون کمک می‌کنیم که با تصمیم خودشون بیان.

فرض کنید که یه مشتری می‌خواد چیزی رو بخره ولی هنوز شک داره. این مشتری به اطلاعات بیشتر، راهنمایی بیشتر و شفافیت بیشتر درباره نحوه پیشروی فرآیند خرید نیاز داره. بهرحال خریدی که می‌خواد انجام بده یه خرید کوچیک نیست. آیا منطقی نیست که کسی باهاشون مکالمه تلفنی داشته باشه تا اونارو در طول فرآیند خرید راهنمایی کنه و به هر سوالی که ممکنه داشته باشن پاسخ بده؟ های تیکت کلوزینگ از ارتباط انسانی یک به یک حرف می‌زنه. به اون آدمایی در زندگیتون فکر کنید که بیشترین اهمیت رو براتون دارن - خونوادتون، برادرا و خواهراتون و دوستانتون. وقتی که این آدمها وارد موقعیت‌های سختی میشن و می‌خواید بهشون کمک کنید، چطور این کارو می‌کنید؟ شما از طریق مطلب گذاری در رسانه اجتماعی، یه سایت یا سایر خروجی‌های آنلاین این کارو نمی‌کنید. یا تلفنی بهشون کمک می‌کنید یا رو در رو. در اون لحظات صمیمانه به اون ارتباط انسانی نیاز دارید. این کل قضیه‌ایه که های تیکت کلوزینگ ارزش حرف می‌زنه.

حالا ممکنه هنوز هم سوالاتی درباره تفاوت‌های بین های تیکت کلوزینگ و روش‌های فروش سنتی داشته باشید. پس چرا بهتون نشون ندیم که دقیقا منظورم از های تیکت کلوزینگ چیه؟

قانون شماره ۱ های تیکت کلوزینگ: مثل یه فروشنده نباشید

حالا، بدون این که فکر کنید، خیلی سریع بهم بگید که وقتی کلمه "فروش" رو می‌شنوید، چه چیزی در ذهنتون ظاهر میشه؟ اگر که مثل بیشتر افراد باشید، احتمالا با خودتون می‌گید، "اوه، تصویر یه فروشنده ماشینای دست دوم،" یا "روغن مار،" یا "دروغگوها" یا "هنرمندای کلاهبردار." هرچی که هست، بینش منفی زیادی رو در ذهنتون ایجاد می‌کنه.

حالا وقتی که میگم "فروشنده" چه چیزایی در ذهنتون ظاهر میشن؟ چه تصویری رو در ذهنتون دارید؟ شاید فیلم‌های خاصی رو دیدید که این فکرو در ذهنتون آوردن، "اوه، اونا فروشنده هستن؛ اونا سعی می‌کنن یه چیزی رو بهم بفروشن،" یا "اونا بهم دروغ میگن،" یا "اونا فقط دنبال پول من هستن." هر تصویری که در ذهنتون دارید، به احتمال زیاد یه تصویر منفیه - این تصویری که جامعه از فروشنده‌ها در ذهنش داره.

هروقت که مثل یه فروشنده معمولی به نظر می‌رسید، عمل می‌کنید یا حرف می‌زنید، در مشتری مقاومت ایجاد می‌کنید. به همین دلیل که هرگز نباید مثل یه فروشنده معمولی به نظر برسید؛ چنین برخوردی فوراً مشتری رو می‌پرونه.

یه فروشنده و نحوه صحبت کردنش رو در ذهنتون تجسم کنید. چطور براتون به نظر می‌رسن؟ چطور عمل می‌کنن؟ چطور حرف می‌زنن؟ چی به ذهنتون میاد؟ احتمالا تصویر فروشنده‌ای به ذهنتون میاد که خیلی

سریع صحبت می‌کنه، با اشتیاق زیاد، و سعی می‌کنه انرژی زیادی رو بهتون منتقل کنه. اونا بدون این که گوش بدن، آروم بگیرن، و بدون این که واقعا مشکلاتون رو بفهمن، ویژگی‌ها و مزیت‌های جنسی رو بهتون منتقل می‌کنند. یه فروشنده معمولی بیشتر اوقات اینجوری به نظر می‌رسه.

شما باید دقیقا برعکس این روال رو دنبال کنید. فروشنده‌های معمولی سریع حرف می‌زنن، در حالی که نماینده‌های فروش های تیکت کلوزینگ آهسته حرف می‌زنن. فروشنده‌های معمولی ویژگی‌ها و مزیت‌های محصولی رو بهتون منتقل می‌کنن، در حالی که نماینده‌های فروش های تیکت کلوزینگ (های تیکت کلوزرها) هدفمندانه گوش میدن. فروشنده‌های معمولی مشتاقانه اینور و اونور می‌پرن، در حالی که های تیکت کلوزرها مثل یه حرفه‌ای خونسرد و حواس جمع باقی می‌مونند.

قانون شماره ۲ های تیکت کلوزینگ: هرچی کمتر حرف بزنید، بیشتر قرارداد می‌بندید

مشکل متعارفی که فروشنده‌ها مرتکبش میشن اینه که خیلی حرف می‌زنن. گاهی اوقات فرد انقدر حرف می‌زنه که مشتری رو از خرید منصرف می‌کنه. تا حالا این اتفاق براتون افتاده؟ شما برای خرید جنسی تصمیم قطعی گرفتید، ولی فروشنده به حرف زدن ادامه میده. بعدش شما اذیت می‌شید و به فروشنده می‌گید، "می‌دونی چیه، من الان سرم شلوغه. باید برم. بعدا برمی‌گردم."

این پس زنی خیلی عادیه. ببینید، یکی از افسانه‌هایی (که خیلی از افراد باورش دارن) اینه که یه فروشنده خوب همیشه حرف می‌زنه، همیشه متقاعد می‌کنه، همیشه محصولی رو به کسی غالب می‌کنه، و سعی می‌کنه که حس افراد رو نسبت به موضوع خاصی تغییر بده. ولی ما با های تیکت کلوزینگ چنین کاری نمی‌کنیم.

های تیکت کلوزینگ یعنی پرسیدن سوالات درست در زمان مناسب، با دقت و ظرافت.

انواع زیادی از سوالات برای پرسیدن وجود دارن: سوالات تشریحی، سوالاتی که جوابشون یه کلمه است، سوالاتی که هدفشون کشف موضوع خاصیه و سوالاتی که جهت فکری مخاطب رو به موضوع دیگری هدایت می‌کنن. سوالات بسیار خوب زیادی برای پرسیدن وجود دارن! در حجم فقط چند صفحه یاد می‌گیرید که چه جور سوالاتی بپرسید، چجوری اون سوالات رو بپرسید، و چه زمانی اون سوالات رو بپرسید.

چرا این موضوع مهمه؟ به این خاطر که وقتی که دارید صحبت می‌کنید، گوش نمیدید، و وقتی که گوش نمیدید، چیزی درباره مشتریون نمی‌فهمید. اگر که هیچی درباره مشتریون ندونید، نمی‌تونید در حل مشکلاتشون بهشون کمک کنید. من شدیدا معتقدم که وقتی حرفی می‌زنید، حرفتون یه مفهومی داره. وقتی که مشتری حرفی می‌زنه، حرفش یعنی همه چی. شما می‌تونید چیزی رو به مشتری بگید که می‌خوان بشنونش؛ ولی اگر که یه قدم برگردید عقب و سوال درست رو بپرسید، قدرت بسیار بیشتری در

اختیارتون قرار می‌گیره. سوالات مناسب رو بپرسید، اطلاعات درستی رو استخراج کنید و بذارید مشتری به جای شما این اطلاعات رو ارائه کنه.

تا حالا کتابی رو درباره فروشندگی خوندید که "۱۰۱ روش بستن یه قرارداد با مشتری" یا "۵۹ روش مدیریت کردن یه ایراد" رو بهتون یاد بده؟ من به این روش اعتقادی ندارم و چنین چیزی رو هم به دانش آموزام یاد نمیدم. چرا؟ چون وقتی که ذهنتون پر شده باشه از این که حرف بعدیتون دقیقا چی باشه متصل شدن به یه نفر خیلی سخت میشه. در اون لحظه یه گفت و گو ندارید، بلکه فقط منتظرید که نوبت حرف زدنتون برسه.

من ترجیح میدم که همه چی رو خیلی ساده پیش ببرم. جمله نهایی من معمولا اینه - "هی، می‌خوای چه کار کنی؟" یا "بعد از این مرحله می‌خوای چه کار کنیم؟" همین. اگر که من کارم رو در طول مکالمه تلفنی انجام داده باشم، اگر که سوالات مناسبی رو پرسیده باشم و مشکلات مشتری رو پیدا کرده باشم، "بله" گفتن به فروش یه نتیجه طبیعی و منطقیه. من نیازی ندارم که دست مشتری رو بپیچونم و بگم، "هی! می‌خوای همین الان بخری؟" یا که از اون گزینه خوب قدیمی پایانی دیگه استفاده کنم که میگه، "آبیش رو می‌خوای یا قرمزش رو؟" در های تیکت کلوزینگ هیچ یک از این کارارو انجام نمیدیم و نمی‌خوایم که انجامشون بدیم.

یادتون باشه - های تیکت کلوزینگ یعنی پرسیدن سوالات درست در زمان مناسب، با دقت و ظرافت.

قانون شماره ۳ های تیکت کلوزینگ: مردم برای رسیدن به چیزی پول نمیدن، بلکه برای نداشتن چیزی پول میدن

مردم پول میدن تا از شر درد یا وضعیت خاصی رها بشن. اونا می‌خوان وزن کم کنن و از دست شرم چاق بودن فرار کنن. اونا می‌خوان از شر بدهی و احساس استرس مداوم مالی خلاص بشن. اونا می‌خوان به مرخصی برن و از یکنواختی کاراشون فرار کنن.

جایی که دردی وجود نداره، فروشی هم وجود نداره. وقتی که مشتری مشکلی نداره، دلیلی هم برای پول دادن نداره. گاهی اوقات افراد مشکلی دارن اما نمی‌خوان این موضوع رو قبول کنن. به همین دلیله که این کار های تیکت کلوزره که برای مشتری شفاف سازی کنه که چطور امروز سرمایه گذاری کردن در محصول یا خدماتی بهشون کمک می‌کنه تا زندگیشون رو تغییر بدن و از دردشون فرار کنن. وقتی که اینجوری به قضیه فکر می‌کنید، می‌بینید که چرا روش "نشون دادن و گفتن" یه فروشنده عادی جواب نمیده. اونا مشتاق و انرژی دار میشن، و یه لبخند الکی می‌زنن، و همه ویژگی‌ها و مزیت‌های محصولی رو به مشتری میگن، با این امید که یکی از تیراشون به هدف بخوره.

چیزی که فروشنده متوجهش نیست اینه که مردم به خاطر این که محصولی رو می‌فهمن خرید نمی‌کنن؛ اونا چیزی رو می‌خرن چون حس می‌کنن که فهمیده شدن. به همین دلیله که وقتی که مشتری اعتراض

می‌کنه بیشتر فروشنده‌ها در حالت دفاعی گیر می‌کنن و سعی می‌کنن که ارزش پیشنهادشون رو توجیح کنند. در مقابل های تیکت کلوزر همیشه بهترین نفع مشتری رو در نظر داره. و می‌پرسه، "دردی که مشتری داره و سعی می‌کنه ازش فرار کنه چیه؟" یا "چطور می‌تونم به مشتری کمک کنم؟" یا "آیا برای این پیشنهاد مناسب هستن یا باید راهشون رو بزنم؟"

حالا ممکنه این روال برای مشتری همیشه به تجربه خوشایند نباشه - بهرحال شما دارید برای رسیدن به عمیقترین دردهاشون تلاش می‌کنید. با این حال حل کردن مشکل مشتری مثل تمیز کردن یه زخمه - گاهی اوقات قبل از این که بهتر بشه یکم بو میده. یه پزشک رو در نظر بگیرید. فکر می‌کنید که پزشک موثره اگر که بیمارش رو یکم ناراحت نکنه؟ پزشکی رو در نظر بگیرید که بهتون آمپول نمی‌زنه چون می‌ترسه که آمپول زدن برای چند ثانیه باعث دردتون میشه - این دکتر دکتر خوبی نخواهد بود، درسته؟

سه کلمه جادویی

تا حالا اون تبلیغ ضد دخانیات رو دیدید که ریه یه فرد سیگاری رو با ریه یه فرد غیرسیگاری مقایسه می‌کنه؟ در این تبلیغ یه ریه سالم و صورتی روشنه؛ ولی اون یکی ناسالم، خاکستری و چروکیده است. با ترسیم تصویر واضحی از وضعیتی که در صورت سیگار کشیدن برای فرد رخ میده، این تبلیغ روی آدمای زیادی تاثیر عاطفی گذاشته. در های تیکت کلوزینگ هم روال بسیار مشابهی رخ میده. شما می‌خواید فاصله بین مکان کنونی مشتری و مقصدش رو کم کنید. ما این کارو با سه کلمه جادویی انجام میدیم:

عینا، مخصوصا و دقیقا.

به جای که بپرسید، "دنبال چه جور نتایج هستید؟" می‌پرسید، "عینا دنبال چه جور نتایج هستید؟" به جای که بپرسید، "در گذشته در تلاش برای رسیدن به فروش بیشتر چه کار کردید؟" می‌پرسید، "در گذشته در تلاش برای رسیدن به فروش بیشتر مخصوصا چه کار کردید؟"

به جای که بپرسید، "امیدوار بودید که امروز از من چی بگیرید؟" می‌پرسید، "امیدوار بودید که امروز دقیقا از من چی بگیرید؟"

با پرسیدن این سوالا با استفاده از این کلمات خاص، مشتریتون رو به دادن جواب‌هایی دقیق راهنمایی می‌کنید، که بهتون کمک می‌کنن به اطلاعات بیشتر و بیشتری دربارشون دست پیدا کنید. درباره دردشون، اهدافشون و و این که عینا، مخصوصا و دقیقا دنبال رسیدن به چه چیزی هستن.

شما با تجربه می‌فهمید که این سه کلمه به بخشی از متن هر روزتون تبدیل میشن، و به این توانایی می‌رسید که در زندگی روزمرتون هم ازشون استفاده کنید. مردم عاشق این هستن که دربارشون ازشون

بپرسید، و اگر که فرصتی بهشون بدید جزئیات رو براتون شرح میدن. این روال باعث میشه که حس کنند بهشون اهمیت میدید و مهم هستن.

قانون شماره ۴ های تیکت کلوزینگ: همیشه درد رده سومشون رو پیدا کنید

سه رده درد وجود داره که شما می‌تونید با به تماس فروش پیداشون کنید:

درد رده ۱: درد سطحی (مشکلات فهمی که به سادگی قابل شناسایی هستن).

درد رده ۲: درد تجاری یا مالی

درد رده ۳: درد شخصی

چرا این رده‌ها انقدر مهم هستن؟ چون وقتی که دردی وجود نداشته باشه، فروشی هم وجود نداره. هرچقدر هم که خشن به نظر می‌رسه، این کار های تیکت کلوزره که به مشتری کمک کنه که عواقب تغییر ندادن زندگیش رو بفهمه.

وقتی که درباره درد رده ۱ حرف می‌زنیم، داریم درباره مشکلی حرف می‌زنیم که مشتری اول صحبتاش بیان کرده. وقتی که مشتری درباره مشکلش توضیح میده، نسبت به مشکلش بسیار ادراکیه و سرمایه عاطفی روش نگذاشته. ولی همه ما می‌دونیم که همیشه دلایل بسیار عمیقتری وجود دارن که چرا به نفر اومده سراغتون. شاید مشتری بیاد سراغتون و بگه، "من اینجا هستم چون مشتری‌های بیشتری برای تجارت می‌خوام." وقتی که عمیقتر کاوش می‌کنید، می‌بینید که به رده درد دیگه هم دارن - درد رده ۲: درد تجاری یا مالی.

بباید فرض کنیم که بعدش از مشتری پرسیدید، "خب، الان چه تعداد مشتری دارید؟ اوضاع اونقدرها هم بد نیست، هست؟" در پاسخ دادن به این سوال مشتری درباره مشکلش حرف می‌زنه و چیز عمیقتری رو براتون آشکار می‌کنه. شاید بفهمید که مشتری الان داره پول از دست میده چون که فصل کنونی براش فصل راکدیه. شما عمیقتر کاوش کردید و به درد عمیقتری رسیدید. ولی به رده عمیقتر هم وجود داره - درد رده ۳: درد شخصی: این درد براتون چه شکلیه؟

خب، ممکنه از مشتری چندتا سوال دیگه بپرسید و بفهمید که شغلش به شغل خونوادگیه که نسل به نسل منتقل شده و بهش رسیده. اگر که مشتری بیشتری پیدا نکنه ممکنه که شغل خونوادگیش تعطیل بشه. حالا این درد رده ۳ است. وقتی که دارید تلاش می‌کنید که به رده ۳ برسید، چیزی که همیشه بهش می‌رسید ممکنه انقدر شدید نباشه ولی صرفاً تلاش برای رسیدن به رده ۳ از رسیدگی کردن به درد رده ۱ موثرتره. وقتی که دردی وجود نداشته باشه خبری هم از سرمایه گذاری عاطفی نیست. وقتی که خبری از سرمایه گذاری عاطفی نباشه، فروشی هم وجود نداره.

شاید با خودتون بگید، "باشه دن، این روال منطقیه. ولی چطور به اون درد رده ۳ برسم؟" شما باید از سوالات کشف کننده استفاده کنید - سوالاتی که طراحی شدن تا اطلاعات بیشتری رو درباره مشتریون بهتون بدن.

سوالات زیر یه سری نمونه از سوالات کشف کننده هستند که می‌تونید ازشون استفاده کنید تا به درد مشتریون برسید:

- بیشتر دربارش بهم بگو.
- همیشه دقیقتر توضیح بدی؟ یه مثال بزن.
- این موضوع چه مدتی برات یه مشکل بوده؟
- سعی کردی برای رفعش چه کار کنی؟ و آیا تلاشت جواب داده؟
- فکر می‌کنی که چقدر برات هزینه داشته؟
- چه احساسی نسبت به این موضوع داری؟
- سعی کردی که چطور به این مشکل رسیدگی کنی؟

وقتی که به درد رده ۳ و هسته مشکل رسیدید، نزد مشتریون اعتماد و اعتبار بیشتری پیدا می‌کنید. می‌بینید که نزدیک شدن به هر مشتری براتون آسونه، حالا هر قدمی که معامله‌ای که باهاش دارید بزرگ باشه.

قانون شماره ۵ های تیکت کلوزینگ: به مشتریای بد نزدیک نشید

اگر که تا حالا با مشتری بد سر و کار داشتید، می‌دونید که چنین موقعیتی چقدر خسته کننده و اضطراب آورده. چه مشتری‌هایی باشن که همیشه شکایت می‌کنند، خیلی طاقت فرسا هستند یا صرفاً سر و کله زدن باهاشون سخته، نمی‌خواید بهشون نزدیک بشید. نزدیک شدن بهشون نفعی نداره، نه برای شما و نه برای کارتون. یادتون باشه که این روال نزدیک شدن روالیه که همونقدر که مشتری در خلالش درباره شما تصمیم می‌گیره، شما هم در خلالش اون رو ارزیابی می‌کنید. شما می‌خواید مشتری رو که به دست آوردید حفظ کنید، و مشتریای بد مزه تلخی رو در دهان هر کسی به جا می‌ذارن.

کسای رو که نمی‌خوان نجات پیدا کنن، نجات ندید. فرض کنید در مسابقه‌ای می‌دوید که باید از خط شروع تا خط پایان دونده رو به دنبال خودتون بکشید - این وضعیت چیز لذت بخشی نیست. اگر که طرف مقابلتون نخواد با دوتا پای خودش بدوه، احتمالاً با پیشنهاد شما هم عملکرد خوبی نخواهد داشت. اگر که برنامه می‌فروشید، مشتریون باید بخواد چیزی رو که ازتون یاد گرفته به کار بگیره. اگر که محصولی رو می‌فروشید، مشتریون باید از محصولتون استفاده کنه. اگر که یه مشاور هستید، باید ارباب رجوعی رو انتخاب کنید که توصیه‌تون رو به کار بگیره.

چطور مشتریای بد رو رد می‌کنید؟ بهشون می‌گید که چیزی که دارید براشون مناسب نیست. مشتریای دیگه‌ای بهتون می‌رسن که گزینه بسیار خوبی هستن - زیبایی انتخاب در همینه. وقتی که یه های تیکت کلوزر هستید، در وفور زندگی می‌کنید و مجبور نیستید کارهایی رو انجام بدید که خلاف ارزش‌ها یا قطب نمای اخلاقیتون هستند.

این مشتریارو قبول نکنید:

- اونایی که منفی هستند.
- در دنیاتون تلاطم ایجاد می‌کنند.
- همیشه با مشکلات بی‌پایان میان سراغتون.
- همیشه زمانتون رو ازتون درخواست می‌کنن و ازتون می‌خوان که برنامتون رو براشون خالی کنید، حالا هر ساعتی که باشه.
- تقاضاهای غیرمنطقی یا انتظارات غیرمنطقی دارن.

زندگی خیلی کوتاهه و همونطور که می‌دونید، زمان ارزشمندترین کالای ماست. نباید برای افرادی هدرش بدیم که کمکمون رو نمی‌خوان یا از کمکمون قدردانی نمی‌کنن. زندگیتون چقدر بهتر میشه اگر که نمی‌خواستید دوباره با آدمای منفی سروکله بزنید؟ شما یه انتخاب دارید و شایستگی این رو دارید که انتخاب کنید چه کسی مشتریتون باشه.

راهکار های تیکت کلوزینگ

چطور بطور منطقی و طبیعی مشتریتون رو به سمت تصمیم خودش هدایت کنید؟

حالا که روانشناسی و قوانین های تیکت کلوزینگ رو می‌دونید، وقتش رسیده که وارد جزئیات یه تماس های تیکت کلوزینگ بشیم. این تماس‌ها با پرستیژ، اعتماد و آرامش هدایت میشن (یه ثانیه دیگه دلیلش رو می‌فهمید). وقتی که با مراحل یه تماس و نحوه هدایت کردنش آشنا شدید، می‌تونید خیلی راحتتر قراردادهارو ببندید، خصوصا با مشتریایی که پیچیده‌تر و ثروتمندتر هستند.

سه مرحله یه تماس های تیکت کلوزینگ

هر تماسی سه مرحله داره. با طی کردن هر مرحله به هدفتون که بستن یه قرارداد فروشه نزدیکتر می‌شید. این مراحل مثل یه راه پله هستند که شمارو با سرعت پایداری به سمت هدفتون که بستن یه

قرارداده هدایت می‌کنن. این مراحل باید به ترتیب و پشت سر هم دنبال بشن، بنابراین نباید جاشون بندازید یا حذفشون کنید.

این مراحل طراحی شدن تا کنترل کامل تماس رو از اول تا آخر در اختیار شما، های تیکت کلوزر، بذارن، و یه پیشرفت منطقی از مقدمه تماس تا بستن قرارداد محسوب میشن که سختی‌های تماس تلفنیتون رو از بین می‌برن. شما در ادامه می‌بینید که این مراحل به اشتیاق، تدبیرها یا حفظ کردن متن تکیه ندارن، بلکه در واقع ترکیبی هستند از علم رفتار انسان و ظرافت شما. وقتی که این دستوالعمل رو کاملا درونی سازی کردید، می‌تونید عمیقا به مشتریتون متصل بشید.



مرحله اول: دستور برنامه

مرحله اول مرحله‌ایه که تماس شروع میشه و چهارچوب برقراری تماس رو تعیین می‌کنید. مشتری در عرض چند ثانیه اولی که صحبتتون رو می‌شنوه دربارتون قضاوت می‌کنه، بنابراین این مرحله مهمه.

در این مرحله نحوه انجام شدن کارو تعیین می‌کنید؛ یه سری تعهدات پایه می‌گیرید، انگیزه مشتریتون رو می‌فهمید و نیازهای مشتریتون رو کشف می‌کنید.

این مرحله باید در عرض پنج دقیقه تموم بشه.

مثال های تیکت کلوزر:

مشتری: سلام، شما دن هستید؟

کلوزر: بله من دن هستم. چه کار می‌تونم براتون بکنم؟

مشتری: اوه، برای قراری که داشتیم زنگ زدم.

کلوزر: بله برای ساعت ۳ عصر. خب، خانم پروسپکت چرا می‌خواستید امروز با من یه تماس رزرو کنید؟

مشتری: خب، من دنبال X، Y و Z هستم.

کلوزر: خیلی عالی. حالا من باید یه سری سوالا رو درباره کارتون بپرسم تا ببینم که آیا ما انتخاب خوبی براتون هستیم یا نه و چطور می‌تونیم به کاری که دارید انجام می‌دید ارزش اضافه کنیم. چگونه؟

با چندتا جمله اعتبار ایجاد کردید، به تعهد کوچولو گرفتید، و انتظاراتی رو برای تماستون با مشتریتون تعیین کردید، برخلاف یه فروشنده معمولی.

مثال فروشنده معمولی:

فروشنده: سلام خانم پروسپکت امروز حالتون چطوره؟

مشتری: خوبم.

فروشنده: عالی؛ و اگه بتونم یه دقیقه از وقتتون رو امروز داشته باشم، فکر می‌کنم که به بعضی از پیشنهادهاتی که الان برای مدت زمان محدودی داریم، علاقمند بشید. زمان بدیه برای صحبت کردن؟

از اینجور تماس‌ها بدتون نمیداد؟

بعد از این که صحنه و انتظارات مربوطه رو برای مشتریتون درست کردید، مرحله بعدی ارزیابی مشتری تا مطمئن بشید که انتخاب مناسبی برای شما هستند.

مرحله دوم: ارزیابی

یادتون باشه که زمانی که دردی وجود نداشته باشه، خبری هم از فروش نیست. مرحله دوم موقعیتی که در خلالش همه چیز رو در مورد درد، نیازها و خواسته‌های مشتری و هر چیز دیگری کشف می‌کنیم. در پایان این مرحله شما باید بدونید:

- نیازها، خواسته‌ها و تمایلات مشتریتون چیه؟
- برای چه کسی دارن این مسیرو طی می‌کنن؟
- می‌خوان کجا باشن؟
- چرا همین الان و نه بعدا پیشنهادتون رو در نظر می‌گیرن؟
- آیا می‌تونن هزینه این پیشنهادتون رو بپردازن؟
- آیا اونا تصمیم گیرنده هستند؟
- اگر پیشنهادتون رو بیداد یا برنامه‌ایه که زمان مشتریتون رو می‌طلبه، آیا برای تعهد دادن به پیشنهادتون زمان دارن؟

در طول مرحله ارزیابی قبل از این که به مرحله نهایی برید، جواب همه این سوالات رو دریافت می‌کنید. در این مرحله است که واقعا به مشتریتون متصل می‌شید و اون رو در سطح عمیقتری درک می‌کنید. شما با پرسیدن سوالات درست در زمان مناسب به این دستاورد می‌رسید.

معيار درجه بندی نیازها

وقتی که وارد یه تماس می‌شید باید مشتریتون رو در یه معیار درجه بندی نیازها قرار بدید. این معیار درجه بندی چیه؟ این معیار معیاریه که تعیین می‌کنه مشتریتون چقدر پیشنهادتون رو می‌خواد یا بهش نیاز داره، و دامنش بین یک تا ده تغییر می‌کنه؛ "یک" یعنی مشتری اصلا به پیشنهادتون نیازی نداره، و "ده" یعنی مشتری فوراً و شدیداً به پیشنهادتون نیاز داره.

چرا باید این کارو بکنیم؟ خب، فکر نمی‌کنید که ایده خوبی باشه که برای مشتریای سرمایه دار و اون مشتریایی که فقط کنجکاو هستند، از راهکار متفاوتی استفاده کنید؟ نیازهای مختلف استراتژی‌های مختلفی رو طلب می‌کنند.

معيار درجه بندی این شکلیه:

- یک تا پنج یعنی مشتری کمی به پیشنهادتون نیاز داره.
- شش تا هشت یعنی مشتری مقداری به پیشنهادتون نیاز یا علاقه داره.
- نه تا ده یعنی مشتری علاقه، اشتیاق و نیاز زیادی به پیشنهادتون داره.

می‌تونید ببینید که چرا ایده بدیه که اگه نیاز مشتری نمره دو گرفته، درباره پول حرف بزنید یا باهاش قرارداد ببندید؟ در مقابل می‌تونید ببینید که چرا بررسی درد یه نفر اثر سوء داره اگر که نیازش نمره نه گرفته؟ با درک و سنجیدن این که مشتری از نظر درجه دردش در چه موقعیتی قرار داره، به دیدگاه شفافتری درباره زمان پیشرویتون دست پیدا می‌کنید.

شما فقط زمانی می‌خواید وارد مرحله نهایی تماستون بشید که مشتریتون رو به درجه هشت یا بالاتر رسوندید. وقتی که نیاز کمه (درجه پنج یا کمتر) باید برای بالا آوردن درجه نیازهای مشتریتون سوالات استراتژیک بپرسید. یه سوال استراتژیک خوب مشتری رو به فکر کردن وادار می‌کنه و این توانایی رو بهش میده که به نتیجه منطقی برسن.

مثال های تیکت کلوزر:

کلوزر: در حال حاضر چقدر درآمد دارید؟

مشتری: ماهیانه حدود ۱۰۰۰۰۰ دلار.

کلوزر: ۱۰۰۰۰۰ دلار؟ خیلی خوبه. این رقم چه مشکلی داره؟

مشتری: خب، اونقدری که می‌خوایم سودآور نیستیم.

حالا شاید بپرسید که یه سوال به این سادگی چه ویژگی خاصی داره. خب، سوال فوق رو با شیوه هدایت شدن همین مکالمه توسط یه فروشنده معمولی مقایسه کنید.

مثال فروشنده معمولی:

فروشنده معمولی: در حال حاضر چقدر درآمد دارید؟

مشتری: ماهیانه حدود ۱۰۰۰۰۰ دلار.

فروشنده: خب، با الگوی تجاری که دارید، سود خیلی زیادی ندارید. کاری که باید بکنید اینه و ما اینجوری می‌تونیم بهتون کمک کنیم.

تفاوت رو می‌بینید؟ تفاوت کمیه، ولی وقتی که بحث نتایج به میون میاد تغییر زیادی رو ایجاد می‌کنه. موارد زیر لیستی از سوالات متعارفی هستند که می‌تونید برای جمع‌آوری اطلاعات بیشتر ازشون استفاده کنید:

- من مطمئنم که این روش خیلی خوب براتون جواب میده. این روال چه ایرادی داره؟
- عینا دنبال چه جور نتایجی هستید؟
- اگر که این رویاتون رو عملی می‌کردید، چه چیزی در زندگیتون تغییر می‌کرد؟
- هدافتون چیه؟ می‌خواید در این مرحله به چه چیزی دست پیدا کنید؟
- فکر می‌کنید که مشکل چیه؟ چه چیزی مانعتون میشه؟
- اخیرا چه چیزی در وضعیتتون تغییر کرده؟
- چرا حس می‌کنید که الان به کمک نیاز دارید؟

وقتی که به درستی نیازها، اشتیاق‌ها، مقدار پول و روند تصمیم‌گیری مشتری رو ارزیابی کردید، می‌تونید وارد مرحله آخر تماس بشید - تعهد.

مرحله سوم: تعهد

بعد از این که مرحله ارزیابی رو گذروندید، مرحله تعهد زمانی شروع میشه که پیشنهادتون رو ارائه کردید، درخواست تعهد دادید، دلیل مهم بودن تعهد رو بررسی کردید و پای قرارداد رو محکم کردید.

در این قسمت موضوع اصلی اینه که مشتری رو قانع کنید که به محصولتون تعهد بده. در مرحله سوم باید مشتریتون رو وادار کنید که خودش تصمیم بگیره که پیشنهادتون انتخاب درستیه یا نه. یادتون باشه که وقتی حرفی می‌زنید، حرفتون یه مفهومی داره. ولی وقتی که مشتری حرفی می‌زنه، حرفش یعنی همه چی. اغلب اوقات فروشنده‌های معمولی در این مرحله تلاش می‌کنن که ارزش محصولشون رو بالا ببرن و محصولشون رو برای مشتری محصول بسیار خوبی نشون بدن، ولی های تیکت کلوزرها اینجوری به سمت بستن قرارداد پیش نمیرن.

مثال های تیکت کلوزر:

کلوزر: خب، خانم پروسپکت، من می‌دونم که شما X، Y و Z رو می‌خواید. ولی شرکت‌های خیلی زیادی اون بیرون هستند که قیمت محصولاتشون از قیمت محصولات ما ارزونتره؛ چرا می‌خواید با ما کار کنید؟
مشتری: خب، شما شهرت خیلی خوب دارید، و همه دوستان من بهم گفتن که کار خوبی رو ارائه می‌کنید. برای همین می‌تونم ببینم که اگر با شما کار کنیم، سود خیلی زیادی می‌کنیم.

کلوزر: خیلی عالیه. حالا باید چه کار کنیم؟

مشتری: بیاید تمومش کنیم.

سناریو فوق رو با راهکار فروشنده عادی مقایسه کنید.

مثال فروشنده معمولی:

فروشنده: خب، با بسته ما A، B و C رو دریافت می‌کنید. علاوه بر این‌ها ما D رو هم در اختیارتون می‌ذاریم. معمولاً چنین چیزی ۱۰۰۰۰ دلار براتون هزینه داره، ولی برای مشتریانی که مثل شما سریع اقدام می‌کنند، می‌تونیم این بسته رو با قیمت ۷۵۰۰ دلار در اختیارتون بذاریم. خب، دوست دارید که امروز بخرید؟

مشتری: ام ... بذارید دربارش فکر کنم.

فروشنده: درباره چی می‌خواید فکر کنید؟

همین - این سه مرحله ساده به تماس های تیکت کلوزینگ هستند. وقتی که تماس‌هاتون رو به این نحو ساختار بندی می‌کنید، به جای این که از موضوعی برید سراغ موضوع دیگه آرامش دارید و کنترل رو در اختیار دارید. در این روال می‌بینید که باید با مخالفت‌های کمتری سروکله بزنید و این که تماس‌هاتون راحتتر از گذشته پیش میرن.

قدم بعدی چیه؟

الان ممکنه از حجم زیاد چیزایی که یاد گرفتید حیرت زده شده باشید، یا از خودتون بپرسید که یه تماس های تیکت کلوزینگ در عمل چه شکلیه.

اگر که می‌خواید درباره های تیکت کلوزینگ بیشتر یاد بگیرید، به سایت HighTicketClosing.com مراجعه کنید. در این سایت چیزهای بیشتری رو یاد می‌گیرید و می‌بینید که یه های تیکت کلوزر بودن چه شکلیه.

حالا که درباره های تیکت کلوزینگ یاد گرفتید، راه قدرتمندی رو برای تبدیل کردن مشتری‌های پتانسیلیتون به مشتری‌های واقعیتون پیدا کردید. ولی یادتون باشه که فروش فقط قسمتی از معادله است. در بخش بعدی با اجزای اصلی رقم زدن رشد تجارتتون آشنا می‌شید.

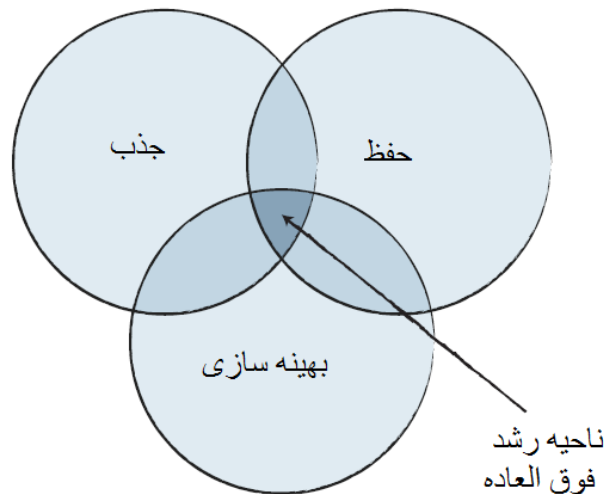
بخش ۸: رشد تجارتتان را رقم بزنید

مناسب برای دورافتاده و ملکه / شاه ناراضی.

بیشتر کارآفرینان سگ دو زدن خودشون رو کنار می‌ذارن تا دور خودشون بچرخن. اونا "عجله" دارن. اونا آتیش درست می‌کنن و بعدش ار راه حل‌های چسب زخمی استفاده می‌کنند. اونا در یه چرخه "جشن یا قحطی" گیر افتادن، و مدام نگران پیدا کردن فروش بعدی، مشتری بعدی، هستند. اونا نمی‌تونن به عنوان یه کارآفرین خوب عمل کنند، چون که همیشه دارن واکنش نشون میدن و هیچوقت عملکرد پیشگیرانه ندارن.

تعجبی نداره که چرا نصف تجارت‌ها و مشاغل کوچک در طول پنج سال اول عملکردشون شکست می‌خورن، آماری که توسط سازمان مدیریت کسب و کارهای جزئی ارائه شده. سوال اینه: چطور می‌تونید ساختار مرکزی تجارتتون رو به نحوی آماده کنید که تجارتتون رشد کنه، مقیاس پذیر باشه و سالم باقی بمونه؟

سه ستون رشد تجارت



وقتی که به تصویر فوق نگاه می‌کنید، می‌بینید که فقط سه راه برای رقم زدن رشد تجارتتون وجود داره. این سه راه چیا هستند؟ موارد زیر.

- جذب: این که بتونید بطور قابل پیش بینی و مداوم مشتریای باکیفیت جدیدی رو جذب و تجارت جدیدی رو خلق کنید.
- حفظ: افزایش نرخ پایبندی هر مشتری و بهبود رابطه‌ای که مشتری با تجارتتون دارن.
- بهینه سازی: به حداکثر رسانی ارزشی که تجارتتون برای مشتری ایجاد می‌کنه.

بیشتر تجارت‌هایی که چالش دارن در یکی یا ترکیبی از این سه اصل ضعیف عمل کردن. همونطور که در ادامه می‌بینید، این سه ستون با همدیگه کار می‌کنند تا به تجارت قدرتمند، پایدار و مقیاس پذیر و بسازن. اگر که هر یک از این ستون‌ها ضعیف باشن، چیزی که باهش روبرو هستید به تجارت نامتعادله.

جذب: چگونه به شکلی قابل پیش بینی، سودآور و پایدار مشتری‌های ایده آلتان را جذب کنید؟

تا حالا هیچ شرکتی به خاطر داشتن درآمد زیاد از دور خارج نشده. بیشتر تجارت‌ها به دلیل داشتن کمبود درآمد چالش دارن. اونا چالش دارن چون نمی‌تونن به شکلی قابل پیش بینی داد و ستد ایجاد کنند. درآمد همه مشکلات تجارتتون رو حل نمی‌کنه، اما می‌تونه مشکلات زیادی رو حل کنه.

جذب رو میشه به دو فاز تجزیه کرد: بازاریابی و بستن قرارداد. بازاریابی دادن آگاهی خوب و پیدا کردن مشتری‌های جدید برای تجارتتونه. بستن قرارداد یعنی که کاری کنید که این مشتری‌های جدید محصولتون رو بخرن. در مجموع، جذب یعنی ساختن به راه قابل پیش بینی، سودآور و پایدار برای پیدا کردن مشتری‌های جدید. قدم اول رسیدن به این هدف اینه که بفهمید:

برای به دست آوردن به مشتری جدید چقدر می‌تونید هزینه پردازید؟

بیشتر صاحبان مشاغل هیچ ایده‌ای نسبت به این موضوع ندارن. اونا با خودشون میگن، "خب، من می‌خوام با حداقل هزینه ممکن به مشتری برسم." اونا به ارجاع، شبکه سازی، تماس تبلیغاتی، عملکرد شتابزده و ارزش کار تکیه می‌کنن، و بعد می‌بینن که تجارتشون رشد نمی‌کنه. اونا دلیل رشد نکردنشون رو نمی‌فهمن و دلیل چالش داشتنشون اینه که نمی‌تونن مشتری‌های ارجاعیشون رو کنترل کنند.

اگر که به راه قابل پیش بینی پایدار برای جذب مشتری نداشته باشید، تجارتی ندارید؛ چیزی که صاحبش هستید به سرگرمیه.

خیلی از صاحبان مشاغل مشکلی با تکیه کردن به مشتری‌های ارجاعی ندارن و افتخار می‌کنن از این که میگن پولی رو صرف بازاریابی نمی‌کنند. چیزی که این افراد نمی‌دونن اینه که اگه برای رشد تجارتشون به مشتری‌های ارجاعی تکیه کنند، دارن تجارتشون رو با اعتقاد کورکورانه پیش می‌برن. اگر که به سیستم قابل پیش بینی برای به دست آوردن مشتری نداشته باشید، به تجارت ندارید، بلکه به سرگرمی دارید. ولی وقتی که تعیین کردید که مایلید چقدر برای به دست آوردن به مشتری پردازید، روند بازاریابیتون به به محاسبه ساده تبدیل میشه.

بازاریابی محاسبه است

بباید فرض کنیم که دارید محصولی رو با قیمت ۱۰۰۰ دلار می‌فروشید، و محصولتون ۲۰۰ دلار پاتون تموم شده. شما دارید به محصول ۸۰۰ دلاری رو می‌فروشید. چقدر از پول به دست آمده از فروش این محصول رو دوباره به کارتون اختصاص می‌دید؟ بیشتر کارآفرین‌ها میگن، "حداقل مقدار ممکن." اونا می‌خوان حداکثر مقدار سود ممکن رو پیش خودشون حفظ کنند. من فلسفه متفاوتی دارم. من می‌خوام برای به دست آوردن به مشتری از همه رقیبام بیشتر پول خرج کنم. به این دلیل.

دو تجارت رو فرض کنید: تجارت الف و تجارت ب. تجارت الف مایله که برای به دست آوردن به مشتری فقط ۱۰۰ دلار پول خرج کنه، در حالی که تجارت ب برای به دست آوردن مشتری ۵۰۰ دلار خرج می‌کنه. فکر می‌کنید که کدومشون برنده میشه؟ وقتی بتونید بیشتر از رقیبتون برای به دست آوردن به مشتری پول خرج کنید، می‌تونید مهاجمانه‌تر مقیاس پذیری کنید و در کانال‌های بیشتری تبلیغ کنید. سهم بیشتری از بازار دارید، نفوذ بیشتری در بازار دارید، و نسبت به رقیبتون بیشتر اطلاعات دست اول دارید. آخر کار کسی که بتونه پول بیشتری برای جذب به مشتری پردازش برنده است.

حالا، چطور درباره مقدار پولی که مایلید برای به دست آوردن به مشتری پردازید، تصمیم‌گیری می‌کنید؟ هزینه مجاز برای به دست آوردن به مشتری برای تیم من ۷۰ درصد خرید اولیه است. یعنی که اگر پیشنهاد من ۱۰۰۰ دلار بود، ایرادی نداره که ۷۰۰ دلارش برای جذب مشتری پیشنهاد هزینه بشه. بعد از چند مرحله آزمایش و بهینه‌سازی این رقم رقمیه که ما دیدیم برای تجارتمون جواب میده. رقم شما ممکنه متفاوت باشه.

ما با پرداختن چنین مبلغی برای به دست آوردن به مشتری مشکلی نداریم، چون آخر کار بیشتر سودمون زمانی حاصل میشه که به مشتریمون حق انتخاب می‌دیم که پیشنهاد کنونی‌شون رو به پیشنهادهای پیشرفته‌تری ارتقاء بدن.

حفظ: تبدیل کردن مشتریان به طرفداران دوآتشه

مرحله حفظ رو هم همیشه به دو قسمت تجزیه کرد: رضایت مشتری و ارتقاء مشتری.

رضایت مشتری

همینطور که دارید در قالب یه کارآفرین رشد می‌کنید، جدا شدن از مشتریاتون و از دست دادن تمرکزی که روی تجربشون دارید براتون بسیار آسون میشه. حفظ ضربان درک مشتریا از تجارتتون برای رشد تجارتتون ضروریه.

تیم ما مدام شاخص NPS (شاخص خالص ترویج کنندگان) کارمون رو بررسی می‌کنه تا اطمینان حاصل کنه که رضایت مشتری برآورده شده. این روال اینجوری کار می‌کنه - خیلی ساده از مشتریتون بخواید که به این سواتون با یک تا ده جواب بده: چقدر احتمال داره که محصول مارو به یه دوست یا همکار پیشنهاد بدید؟

اصلاً! به احتمال زیاد!

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

مشتریتون در یکی از این سه دسته بندی قرار می‌گیره:

مبلغ‌ها: اگر که نه یا ده رو انتخاب کنند.

منفعل‌ها: اگر که هفت یا هشت رو انتخاب کنند.

بدگوها: اگر که صفر تا شش رو انتخاب کنند.

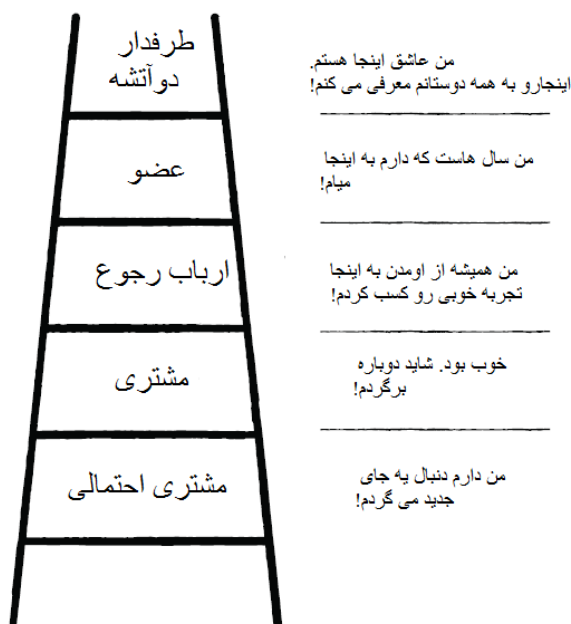
شاخص NPS شما برابره با درصد مبلغ‌هاتون منهای درصد بدگوهاتون. مثلاً اگر که ۶۰ درصد مبلغ و ۱۰ درصد بدگو دارید، شاخصتون میشه ۵۰. اگر که شاخصتون حدوداً ۷۰ باشه، وضعیتتون عالییه. تیم ما نود رو هدف می‌گیره و مدام به هدفش می‌رسه - و اگر که به این هدفمون نرسیم، سریع روال کارمون رو بهینه سازی می‌کنیم. راز به دست آوردن شاخص NPS بالا چیه؟ ارتقاء میزان وفاداری مشتری - ارتقاء مشتری.

ارتقاء مشتری

آیا معتقدید که همه مشتریا یکسان هستند؟ من چنین اعتقادی ندارم. ارتباط همه مشتریاتون با شما و تجارتتون یکسان نیست. بعضیاشون بسیار سودآورتر از کار در میان. اگر که می‌خواید تجارتتون رو رشد بدید، روی مشتری تمرکز کنید که رابطه خوبی باهاش دارید.

پنج رده رابطه می‌تونید با مشتریانتون داشته باشید. این رده بندی از مشتری پتانسیلی تا طرفدار دوآتشه تغییر می‌کنه. ترتیبشون برحسب وفاداری از زیاد تا کم به این شکله:

۱. طرفدار دو آتشه
۲. عضو
۳. ارباب رجوع
۴. مشتری
۵. مشتری احتمالی



طرفدارهای دوآتشه عاشق تجارتتون هستند و درباره تجارتتون به همه دوستانشون میگن. عضو یه مشتری وفاداره که به طور پایدار و مداوم ازتون خرید می‌کنه. ارباب رجوع هرازگاهی میاد سراغتون، اما همیشه تجربه خوشایندی از کار کردن با شما داره. مشتری یه بار ازتون خرید می‌کنه و ممکنه دوباره بیاد سراغتون. مشتری احتمالی دنبال راه حلی برای مشکلاتش می‌گرده، و شما یکی از انتخاب‌هایی هستید که اون روش سرمایه گذاری می‌کنه.

نرخ رشد به این بستگی داره که چقدر سریع مشتریانتون رو از نردبان وفاداری بالا می‌برید.

کار شما اینه که مشتریانتون رو از نردبان موفقیت بالا ببرید - مشتریای احتمالیتون رو به طرفدارهای دوآتشه و اعضاء تبدیل کنید.

مشتریا در مقابل اعضاء

چرا باید به جای که روی مشتریا تمرکز کنید روی اعضاء تمرکز کنید؟ دلیل اولش اینه که به گفته تیم اشمیت از شرکت بازاریابی ترایبال مارکتینگ اونایی که خودشون رو عضو می‌دونن ۶۶٪ درصد بیشتر از اونایی که خودشون رو صرفاً مشتری می‌بینند، خرید می‌کنند. دلیل دومش اینه که اعضاء به شما درآمد مداوم و قابل پیش بینی میدن بدون این که بخواید پول بیشتری رو برای به دست آوردن مشتریای جدید خرج کنید. دلیل آخر اینه که علی رغم همه مزایایی که از اعضاء در مقایسه با مشتریا می‌گیرید، هزینه‌های به دست آوردن به مشتری با هزینه‌های به دست آوردن به عضو برابره.

رابطه‌ای که با اعضاء دارید خیلی قویتره. مشتریا کوتاه مدت هستند و به محصولات و خدماتی که جستجو می‌کنند، اهمیت میدن. اعضاء بلند مدت هستند و به فلسفه و ارتباط انسانی که با محصولتون میاد اهمیت میدن.

عضویت‌های قوی در هسته چیزی هستند که تجارت‌های موفق رو مثل آمازون پرایم، کاستکو، کراس فیت، نتفلیکس و استارباکس در سرتاسر جهان ساختن؛ این شرکت‌ها همشون روی ستون فقرات عضویت‌های قوی ساخته شدن. وقتی که به عضویت قوی دارید به فونداسیون قدرتمند برای رشد بلندمدت دارید.

عضویت‌ها جامعه درونی هستند

اینجا به آزمایش سرگرم کننده داریم که می‌تونید امتحانش کنید. برید و به نفرو از شرکت کراس فیت متقاعد کنید که ال ای فیتنس شرکت بهتریه. اگر که کسی رو می‌شناسید که به کراس فیت علاقمنده، می‌دونید که انجام این کار غیرممکنه. اهمیتی نداره که چطور استدلالی براش بیارید، طرف مقابلتون نظرش رو عوض نمی‌کنه. دلیلش به کلمه است: جامعه.

کراس فیت جامعه خودش، فرهنگ خودش، رو داره. آدمایی که داخل این جامعه هستند حس می‌کنند که بخشی از خانواده‌ای هستند که اعضاهاش رابطه بسیار نزدیکی با همدیگه دارن - درحالی که آدمای خارج از این جامعه روحشون هم خبر نداره که چرا اعضای کراس فیت انقدر نسبت به این شرکت اشتیاق داره. این اثر داشتن به جامعه قدرتمنده.

وقتی که به جامعه قدرتمند دارید، اعضای جامعتون بدون هیچ انگیزه‌ای از تجارتتون دفاع می‌کنه. اگر که به جامعه قدرتمند داشته باشید، تجارتتون به بخشی از هویتتون تبدیل میشه. اعضای جامعتون به نفعتون می‌جنگن. اون با خوشحالی برای موندن در جامعتون هزینه می‌کنن. اونا هر محصولی رو که وارد

بازار می‌کنید پیش بینی می‌کنند و با افتخار و صدای بلند محصولتون رو معرفی می‌کنند. حقیقت اینه که برای ریختن شالوده یه جامعه قدرتمند نیاز به سرمایه زیادی ندارید. همه کاری که باید بکنید دنبال کردن سه مرحله زیره:

۱. ارزش‌هاتون رو بدونید

دونستن ارزش‌هاتون یه چیز مهم در جامعه‌تونه. جامعه‌تون از چه چیزی دفاع می‌کنه و از چه چیزی دفاع نمی‌کنه؟ به چه چیزی اعتقاد دارید و به چه چیزی اعتقاد ندارید؟ علت وجود جامعه‌تون چیه؟ اپل وجود داره تا موقعیت کنونی رو به چالش بکشه و افرادی رو که چنین طرز تفکری دارن جذب و افرادی رو که با جریان کنونی پیش میرن دفع کنه. جامعه شما چه ارزش‌هایی خواهد داشت؟

۲. فراتر از وعده‌هاتون ارائه کنید

بیشتر تجارت‌ها چیزی رو ارائه می‌کنند که در پیشنهادشون وعده دادن (و بعضی‌اشونم کمتر از پیشنهادشون ارائه می‌کنن) ولی تقریباً هیچ تجارتی بیشتر از پیشنهادش به مشتریاش و اعضایش ارائه نمی‌کنه. زاپوس اولین شرکتی بود که حمل و نقل رایگان رو برای ارسال و برگردوندن محصولاتش ارائه و اینجوری مشتریاش رو غافلگیر کرد. افراد زیادی این اقدام زاپوس رو زیر سوال بردن چون هر بار که کسی محصولی رو مرجوع می‌کرد شرکت باید هزینش رو می‌پرداخت؛ ولی چیزی که این افراد نمی‌دونستند وفاداری بود که زاپوس با ارائه بیشتر به دست آورد. شما چطور می‌تونید بیشتر در اختیار اعضاتون قرار بدید؟

۳. فضایی رو بسازید تا اعضاتون داخلش به همدیگه متصل بشن

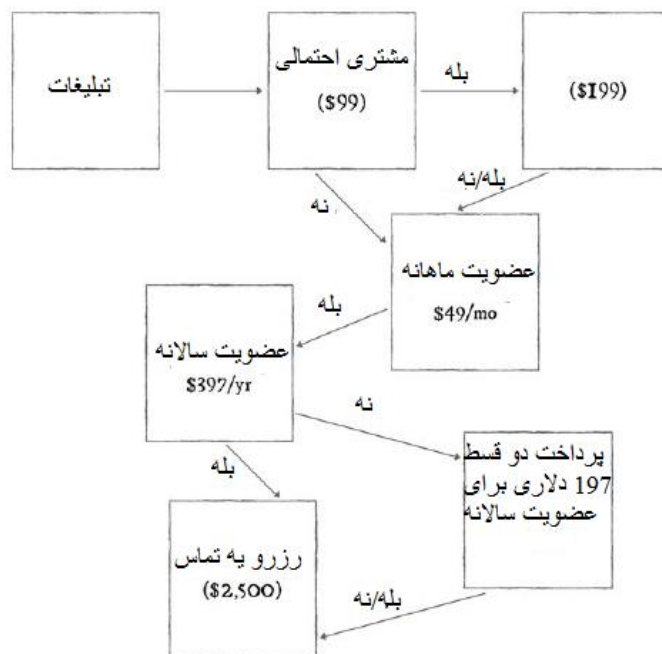
اعضای یه جامعه می‌خوان همدیگه رو ببینن و به همدیگه متصل بشن. انسان‌ها گرایش طبیعی دارن به این که سایر افراد دارای نگرش‌ها و ارزش‌های مشابه نگرش‌ها و ارزش‌های خودشون رو جستجو کنند. دانش آموزای من - های تیکت کلوزرها - بطور آنلاین هر روز با همدیگه تعامل دارن و درباره پیروزی‌ها و چالش‌هاشون با همدیگه حرف می‌زنن. علاوه بر این ما یه رویداد نسبتاً رسمی سالانه داریم که در خلالش هزاران کلوزر به ونکوور سفر می‌کنند تا همدیگه رو ملاقات کنند. از چه طریقی می‌تونید به اعضاتون کمک کنید که به همدیگه متصل بشن؟

حالا که قدرت حفظ و عضویت رو درک می‌کنید، یه ستون نهایی هست که به رشد تجارتتون کمک می‌کنه - بهینه سازی.

بهینه سازی: چطور ارزش هر مشتری رو به حداکثر برسونید؟

بهینه سازی یعنی به حداکثرسانی ارزش تک تک مشتریای تجارتتون. در هر زمانی درصدی از مشتریانتون مایلن و میخوان بیشتر ازتون خرید کنند - اونا به پیشنهادهای مناسبی که در زمان مناسب در اختیارشون قرار میگیره نیاز دارن.

این نمونه یکی از کیفهای فروش شرکت منه:



در شروع به پیشنهاد ۹۹ دلاری در اختیار مشتری احتمالی قرار گرفته (این پیشنهاد برای یکی از محصولات ماست به نام پرفکت کلوزینگ اسکرپیت، به متن متقاعد کننده که به فروشندگان کمک می‌کنه تا میزان فروششون رو افزایش بدن). اگر که اونا پیشنهاد رو قبول کنن، به فرصت دیگه برای خرید به پیشنهاد یک باره به قیمت ۱۹۹ دلار بهشون داده میشه - این پیشنهاد دوم محصولیه که خرید اول رو تکمیل می‌کنه. اگر که مشتری این پیشنهاد رو قبول نکنه، عضویتی با مبلغ ماهیانه ۴۹ دلار به صورت داون سل بهشون ارائه میشه که ما به افرادی پیشنهادش می‌کنیم که نیاز دارن توانایی‌هاشون رو در زمینه بستن قرارداد ارتقاء بدن.

۱۵ تا ۲۰ درصد از مشتریایی که محصول ۹۹ دلاری مارو خریدن پیشنهاد ۱۹۹ دلاری رو قبول می‌کنند. این یعنی ۱۵ تا ۲۰ درصد مشتریای الان به جای اون ۹۹ دلار اولیه ۲۹۸ دلار ارزش دارن. به مشتریایی که عضویت ۴۹ دلاری مارو می‌خرن این انتخاب داده میشه که با پرداخت ۳۹۷ دلار اشتراک سالانه رو بخرن - ۱۰ درصد تخفیف فوری برای اشتراک سالانه. اگر که اونا نخوان این مبلغ رو یکجا پردازن به انتخاب دیگه بهشون داده میشه تا این هزینه سالانه رو در دو قسط پردازن.

در آخر، در پایان کیف فروش مشتری می‌تونن تماسی رو با یکی از کلوزهای من رزرو کنن که ارزیابی می‌کنه که آیا این مشتری گزینه مناسبی برای برنامه پیشرفته ۲۵۰۰ دلاری ما هستن یا نه. در انتهای کیف فروش خیلی از مشتریای ما خیلی بیشتر از اون ۹۹ دلار اولیه رو سرمایه گذاری کردن. حدود ۲۰ درصد از مشتریای پیشنهاد ۱۹۹ دلاری رو قبول می‌کنند، ۱۵ درصد دیگه عضویت مارو قبول می‌کنند، و ۲۰ درصد از مشتریای باقیمونده پیشنهاد ۲۵۰۰ دلاری رو قبول می‌کنند. این یعنی به جای داشتن مشتریایی که فقط ۹۹ دلار ارزش دارن، ما مشتری‌هایی با ارزش بلندمدت ۲۹۸ و ۲۷۹۸ دلار داریم - با به درآمد مداوم که از طریق عضویت‌ها به دست میاد. این فقط یه مثال از بهینه سازیه.

به واسطه آپ سل‌ها ما به واسطه یه سری آگهی‌های تبلیغاتی در فیسبوک، یوتیوب، اینستاگرام و سایر پلت فرم‌ها دوباره اون مشتریایی رو که خرید نکردن هدف می‌گیریم و قانعشون می‌کنیم که تماسی رو با کلوزهای ما رزرو کنند. با همه پولی که در تبلیغات رسانه‌ای و کیف‌های محصولاتمون سرمایه گذاری می‌کنیم، چرا این افراد رو می‌اریم پای تماس‌های فروشمون؟ چون فهمیدیم که فروش های تیکت آفرها به صورت تلفنی پنج برابر بهتر از هر واسطه فروش دیگری نتیجه می‌ده. در بخش بعدی بیشتر در این رابطه حرف می‌زنیم.

وقتی که دارید روی بهینه سازی کار می‌کنید این سوالات رو از خودتون بپرسید:

- چه چیز دیگری رو می‌تونید به مشتریاتون پیشنهاد بدید که چیزی رو که الان خریدن، تکمیل می‌کنه؟
- بعد/ با چه جور مشکلی مواجه میشن؟ چطور می‌تونید بهشون کمک کنید؟
- چطور می‌تونید ارزش بیشتری رو ارائه کنید تا قیمت محصولاتتون رو بالا ببرید؟
- می‌تونید این خرید رو به خریدهای مکرر (عضویت) تبدیل کنید؟

کلید رقم زدن رشد تجارتتون

وقتی که سه ستون جذب، حفظ و بهینه سازی رو تقویت کردید، رشد تجارتتون رو رقم زدید و تجارتي رو خلق کردید که داخلش:

- یه راه قابل پیش بینی، پایدار و سودآور برای به دست آوردن مشتری دارید.
- می‌تونید مشتریاتون رو به اعضا و اعضا رو به طرفدارای دو آتشفشان تبدیل کنید.
- ارزش تک تک مشتریایی رو که میان سراغتون به حداکثر برسونید.

وقتی که به این سه ستون قدرتمند رسیدید یه عنصر ضروری دیگه وجود داره که باید برای مقیاس پذیری تجارتتون در نظر بگیرید: حاشیه سودتان.

بخش ۹: حاشیه سودتان را رقم بزنید

مناسب برای دورافتاده و ملکه / شاه ناراضی.

آیا بیشتر همیشه بهتره؟ وقتی که با کارآفرین‌ها حرف می‌زنم، خیلیاشون همیشه روی بیشتر متمرکز هستند - فروش بیشتر، مشتریای بیشتر، کارمندای بیشتر، رشد بیشتر، زیرساخت بیشتر، مقیاس پذیری بیشتر، این بیشتر، اون بیشتر، بیشتر، بیشتر، بیشتر! ولی آیا بیشتر بهتره؟

وقتی که کارآفرینا زیادی رو رسیدن به بیشتر تمرکز می‌کنند، بدون این که دلیلش رو بدونن، من همیشه به یاد این قسمت خاص از سریال سود می‌فتم - یه برنامه تلویزیونی واقعی که ستارش، مارکوس لمونیس، وارد میشه و سعی می‌کنه همه تجارت‌های کوچیک رو از شکست خوردن نجات بده.

در این قسمت اون سعی داشت به تجارت خونادگی رو نجات بده (یه شرکت بسته بندی گوشت) که بیش از هفتاد و پنج سال فعالیت داشته.

اونا سالیانه ۵۰ میلیون دلار درآمد داشتن! پول خیلی زیادیه؟ البته که هست! اگه این همه چیزی بود که می‌دونستید، شاید از خودتون می‌پرسیدید که چرا این شرکت به نجات دادن نیاز داشته. وقتی که به سایر آمار و ارقامشون نگاه کنید، کل داستان رو می‌فهمید.

اگرچه اونا ۵۰ میلیون دلار درآمد داشتن، سود خالصشون منفی ۴۰۰۰۰۰ دلار بود. اونا هر سال داشتن ۴۰۰۰۰۰ دلار ضرر می‌دادن. علاوه بر این ۴ میلیون دلار بدهی داشتن. وقتی که فقط روی درآمد و رشد شرکتتون تمرکز می‌کنید، به آسونی فریب می‌خورید.

تنها چیزی که در هدایت به تجارت اهمیت داره سود خالصه. تجارت‌ها ورشکست میشن چون که پولشون تموم میشه - و اگر که سودی به دست نیارید پولی براتون باقی نمی‌مونه.

بیشتر بهتر نیست. بهتر بهتره.

علاوه بر این وقتی که حاشیه سود پایینی دارید، اتفاقای زیر هم براتون میفتن:

- نمی‌تونید تجربه خیلی خوبی رو برای مشتریاتون رقم بزنید.
- باید در بعضی از جنبه‌های تجارتتون کم پول خرج کنید تا مخارجتون رو به حداقل برسونید (به این دلیل که نمی‌تونید تجربه خیلی خوبی رو برای مشتریاتون رقم بزنید).
- رشدتون محدوده چون که نمی‌تونید برای به دست آوردن مشتری پول خرج کنید.
- مجبورید که روی قیمت رقابت کنید.

- نسبت به اون دسته از رقباتون که حاشیه سود بالاتری دارن، در تنگنا هستید.
- جای زیادی برای خطا کردن ندارید - نداشتن حاشیه سود یعنی نداشتن ناحیه میانگیر برای اشتباه کردن.
- پول به اندازه کافی برای جذب بهترین استعدادها و بهترین افراد ندارید.
- مشتریتون برای شما یا محصول یا خدماتتون ارزش قائل نمیشه.
- برای رسیدن به درآمد و سود مورد نظرتون به تعداد مشتریای بیشتری نیاز دارید.
- هر مشتری جدیدی که به دست بیارید تفاوت جزئی در نتیجه نهاییتون ایجاد می‌کنه.

وقتی که حاشیه سودتون پایین باشه ضعف بالایی دارید. نمی‌تونید مواد مورد نیازتون رو بخرید و نمی‌تونید کارمندای با استعداد رو استخدام کنید. حتی نمی‌تونید خودتون رو پشتیبانی کنید. تجارتتون مقیاس پذیر یا پایدار نیست و شمارو در موقعیت بسیار خطرناکی قرار میده.

بعضی از صاحبان مشاغل انقدر ساده و متوهم هستند که فکر می‌کنند که اگر به اندازه کافی سود ناخالص وجود داشته باشه باید به جایی در تجارتشون سود خالص هم باشه. منم یکی از این کارآفرین‌ها بودم. من این درس‌هارو از راه سختشون یاد گرفتم و نمی‌خوام که شما هم اشتباهات من رو تکرار کنید. من از راه سختش یاد گرفتم که نمی‌تونید صفر رو در چیزی ضرب کنید. من از راه سختش یاد گرفتم که تجارت بازی حاشیه است نه حجم و تعداد.

سه دلیل برای معقول بودن فروش های تیکت

وقتی که های تیکت آفر می‌فروشید، حاشیه سود بیشتری به دست می‌آید. نه تنها به خودتون فضای بیشتری برای تنفس می‌دید، بلکه فرصت‌های رشد بیشتری رو برای خودتون رقم می‌زنید. تواناییتون در مقیاس بندی سریع و سودآور، عمق روابطی که با مشتریانتون دارید، نوع تجارتي که اداره می‌کنید و سبک زندگیتون - همه این عوامل مستقیماً توسط تصمیمتون برای فروش های تیکت آفرها شکل می‌گیرن.

دلیل اول: با بیشتر خرج کردن نسبت به رقباتون سریعتر مقیاس بندی می‌کنید

این روال رو فرض کنید. شما تجارتي رو اداره می‌کنید که محصولی رو با قیمت ۳۰ دلار می‌فروشه و ساختنش ۵ دلار براتون آب می‌خوره - شما ۲۵ دلار سود می‌کنید.

$$۳۰ \text{ دلار قیمت} - ۵ \text{ دلار هزینه} = ۲۵ \text{ دلار سود}$$

برای به دست آوردن به مشتری ۲۵ دلار برای بودجه بازاریابی دارید. این یعنی فقط می‌تونید تا ۲۵ دلار برای به دست آوردن به مشتری جدید پردازید، در غیر این صورت با هر فروشتون پول از دست می‌دید.

هر پلت فرمی رو که برای تبلیغ کردن انتخاب کنید - تلویزیون، رادیو، بیلبرد، یوتیوب، فیسبوک، اینستاگرام، گوگل - نمی‌تونید برای به دست آوردن یه مشتری بیشتر از ۲۵ دلار هزینه کنید. حتی فروش ارگانیک هم فقط ۲۵ دلار بهتون سود میده.

با این حاشیه سود کم نمی‌تونید مقیاس بندی کنید و فضای کمی برای خطا کردن دارید. اگر که هزینه تبلیغاتتون افزایش پیدا کنه، زمان یا منابع کافی و لازم رو برای تطبیق دادن خودتون ندارید - جا می‌مونید و خشک می‌شید. اگر که بخواید برای جذب استعداد بهتری سرمایه گذاری کنید یا زیرساخت تجارتتون رو ارتقاء بدید، پولی برای استفاده کرده ندارید - حاشیه سودتون تموم شده.

این وضعیت رو با یه تجارت دیگه مقایسه کنید که یه محصولش رو با قیمت ۵۰۰۰ دلار می‌فروشه. بیاید فرض کنیم که هزینه کلی تولید این محصولشون ۵۰۰ دلار. سود فروش این محصولشون میشه ۴۵۰۰ دلار.

۵۰۰۰ دلار قیمت - ۵۰۰ دلار هزینه = ۴۵۰۰ دلار سود

اگر که این تجارت با تجارتی که حاشیه سودش ۲۵ دلار بود رقابت کنه، فکر می‌کنید که کدومشون برنده میشه؟ اونیه که حاشیه سودش بیشتره. هر کی بتونه از رقیبش برای به دست آوردن یه مشتری بیشتر هزینه کنه، برنده میشه. در وضعیت فوق تجارتی که ۴۵۰۰ دلار حاشیه سود داره تجارت رو که ۲۵ دلار حاشیه سود داره شکست میده. وقتی که حاشیه سودتون بالاتر باشه، می‌تونید در پلت فرم‌ها و کانال‌های بیشتری تبلیغ کنید و راه‌های بیشتری رو برای تبدیل افراد به مشتری امتحان کنید.

حالا، آیا این یعنی که شما هیچوقت نباید لاو تیکت آفر (جنس ارزون قیمت) بفروشید؟ نه. ولی تنها دلیلی که می‌بینید یه لاو تیکت آفر وجود داره اینه که خریدار رو میاره پای مغازه فروشنده. از این طریق می‌تونید تیکت آفرتون رو به صورت آپ سل بفروشید. ولی یادتون باشه که این روش یه استراتژی نه یه مدل تجاری.

دلیل دوم: تجارت ساده‌تر یعنی زندگی شادتر

فراموش کنید که بقیه چی میگن: اندازه مهمه. ما داریم درباره اندازه تراکنش حرف می‌زنیم. راه‌های زیادی برای پول در آوردن وجود داره، ولی نحوه پول در آوردن هم به اندازه مقدار پولی که در میارید مهمه.

موضوع این نیست که چقدر پول در میارید، موضوع اینه که چطور پول در میارید.

راه های مختلف به دست آوردن یک میلیون دلار			
\$1	x	مشتری 1,000,000	= \$1,000,000
\$10	x	مشتری 100,000	= \$1,000,000
\$25	x	مشتری 40,000	= \$1,000,000
\$250	x	مشتری 4,000	= \$1,000,000
\$2,500	x	مشتری 400	= \$1,000,000
\$10,000	x	مشتری 100	= \$1,000,000
\$100,000	x	مشتری 10	= \$1,000,000
\$1,000,000	x	مشتری 1	= \$1,000,000

راه های متفاوت زیادی برای به دست آوردن یک میلیون دلار وجود دارد. ولی فرقی هم بین داشتن صد هزارتا مشتری و صدتا مشتری وجود دارد؟ شک نکنید.

حمایت مشتریتون، تیمتون و زیرساختتون باید برای مدیریت صد هزارتا مشتری آماده باشه، درغیراینصورت تجارتتون در خودش فرو می پاشه. علاوه بر این اگر که می خواهید به یک میلیون مشتری رشد کنید، باید همه چی رو نوسازی کنید. سیستمی که می تونه هزار مشتری رو مدیریت کنه، نمی تونه صد هزار مشتری رو مدیریت کنه. سیستم هایی که برای صد هزارتا مشتری ساخته شدن، نمی تونن یک میلیون مشتری رو پشتیبانی کنن - چیزی که شمارو به این موقعیت آورده به اون موقعیت نمی رسونه.

حالا ساختن به تجارت که قیمت محصولاتش ارزون و تعداد مشتریاش زیاد باشه ایرادی نداره، ولی من ترجیح میدم اوضاع رو ساده و سودآور نگه دارم. اگر که می خواهید رشد موثر داشته باشید با حداقل درد رشد ممکن، باید ساده سازی کنید. به تجارت دارای پیشنهاد ساده تر و مشتریای کمتر مقیاس زمانی پایدار بسیار بهتری داره.

دلیل سوم: فقط با مشتریای ایده آل کار کنید

همه مشتریای یکسان نیستند. ببینید، چهار نوع مشتری وجود دارد - برای بعضیاشون می خواهید بازاریابی کنید، برای بعضیاشون نه.

خسیس	پیچیده
دشوار	ثروتمند

مشتریای خسیس

این مشتریان بسیار طاقت فرسا هستند و فقط بر مبنای قیمت خرید می‌کنن - اونا ارزش رو درک نمی‌کنند. معمولا اولین سوالی که این افراد می‌پرسن اینه، "چقدر هزینه می‌گیرید؟" - قبل از این که حتی بفهمن که چی دارید پیشنهاد می‌کنید. این آدما مشتریایی هستند که به دنبال تخفیف و خرید ویژه می‌گردن.

مشتریای سخت

این مشتریان لزوما خسیس نیستند - فقط کنار اومدن باهاشون سخته. اونا معمولا منفی و سرد هستند. این مشتریان آدمایی هستند که انتظارات غیرمعمول بالایی از محصول شما دارند. اگر که به تجارت مشتری مبنا دارید، این مشتریان میلیون‌ها سوال نامربوط رو ازتون می‌پرسن و ساعت ۳ شب بهتون زنگ می‌زنن.

مشتریای پیچیده

این مشتریان باتجربه هستن و می‌دونن که چی می‌خوان. اونا قبلا تحقیق و بررسیاشون رو کردن و از چند نفری هم سوال پرسیدن. اگر که وارد نمایشگاه اتومبیلتون شدن، دقیقا می‌دونن که چه مدل، رنگ، مشخصات و طرح پرداختی رو می‌خوان. گاهی اوقات این مشتریان قبل از این که تصمیم بگیرن به زمان بیشتری نیاز دارن. ولی وقتی که تصمیمشون رو گرفتن، پای تصمیمشون می‌موندن.

مشتریای ثروتمند

این مشتریا برمبنای احساسات و عواطفشون خرید می‌کنند. اگر که محصولی رو بخوان و بتونن هزینش رو بپردازن، می‌خرنش. این مشتریا دنبال تخفیف و خرید ویژه نیستند - اونا فکر می‌کنن که چنین چیزایی ارزش محصول مورد نظرشون رو کم می‌کنن. اگر که تخفیفی وجود داشته باشه اولین فکری که به ذهنشون خطور می‌کنه اینه که محصولی که تخفیف خورده یه مشکلی داره.

وقتی که نگاهی به این چهار نوع مشتری می‌ندازید، می‌خواید در تجارتتون با کدومشون کار کنید؟ اگر که مثل بیشتر افراد باشید می‌خواید از مشتریای خسیس و سخت فاصله بگیرید، و با مشتریای پیچیده و ثروتمند کار کنید.

چرا؟ چون وقتی یه رکود اقتصادی پیش میاد، اولین مشتریایی که تحت تاثیر قرار می‌گیرن مشتریای خسیس و سخت هستند. اونا درآمد قابل استفاده زیادی نداشتن - بنابراین اگر که انتخابی بین خرید یه محصول و اجاره کردنش وجود داشته باشه، اون محصول رو اجاره می‌کنن.

قابل درکه ولی بیشتر تجارتها نادانسته تجارتشون رو به نحوی ساختاربندی می‌کنن که مشتریای خسیس و طاقت فرسا رو به خودش جذب کنه. اونا برای داشتن فروش بیشتر تبلیغ فروش ویژه و تخفیف می‌کنن. اونا همه کاری می‌کنن و به مشتری تعظیم می‌کنند. اونا فکر می‌کنن که اگه یه مشتری خسیس گیر بیارن و بیشتر از پیشنهادشون تحویل بدن، اون مشتری بالاخره پول بیشتری می‌ده (در صورتی که هیچوقت چنین اتفاقی نمیفته).

من تجارتم رو به نحوی ساختاربندی کردم که مشتریای طاقت فرسا و خسیس رو دفع کنه. بیشتر ترجیح میدم که با مشتریای ثروتمند و پیچیده کار کنم. قیمت فروش محصولتون روی نوع مشتری که جذب می‌کنید تاثیر می‌ذاره - قیمت پایین مشتریایی رو جذب می‌کنه که نگرانی بودجه دارن، و قیمت بالا مشتریایی رو جذب می‌کنه که نگران کیفیت هستند.

وقتی که قیمت بالایی رو برای محصولتون طلب می‌کنید، مشتریتون هم تجربه بهتری رو کسب می‌کنه. اونا قدر چیزی رو که خریدن می‌دونن، کمتر شکایت می‌کنن، و حس می‌کنن که ارزش بیشتری رو دریافت کردن - و این قضیه رابطشون رو با شما ارتقاء می‌ده. پس با این همه دلیل برای فروش های تیکت، چرا خیلی از صاحبان مشاغل بهای پایینی رو طلب می‌کنند؟ خب، دلایل زیادی وجود داره ولی سه افسانه نافذ وجود داره که مانع کارآفرینان از فروش های تیکت آفر میشن.

سه افسانه‌ای که مانع کارآفرینان از دادن قیمت‌های بالا می‌شوند

افسانه شماره ۱: اگر که قیمت محصولم رو بالا ببرم، همه مشتریام رو از دست میدم

این افسانه از این سوءتفاهم میاد که چه چیزی برای مشتری اهمیت داره. یه قیمت وجود داره (بهای یه محصول) و یه ارزش (چیزی که در رابطه با جنسی که براش پول دادید، دریافت می‌کنید). وقتی که قیمت رو بالا می‌برید، مشتریایی رو جذب می‌کنن که ارزش جنستون رو می‌بینن و مشتریایی رو که فقط قیمت رو می‌بینن دفع می‌کنید.

وقتی که قیمت پایینی رو برای محصولاتتون طلب می‌کنید، خریدارایی رو جذب می‌کنید که همیشه دنبال چونه زدن هستند - اونایی که انقدر برای رسیدن به پایینترین قیمت چونه می‌زنن که از نفس میفتن. وقتی که جنساتون قیمتای بالایی داشته باشن، مشتریای بلند مدت وفاداری بهتون جذب میشن که مایلن برای رسیدن به چیزی که می‌خوان قیمت بالاتری رو پردازن. با افزایش نرخ قیمت محصولاتتون بازار متفاوتی از مشتریا رو به خودتون جذب می‌کنید.

درسته شما مشتریایی رو که دنبال قیمت ارزون هستند "از دست می‌دید" ولی آیا می‌خواید تجارتتون رو از مشتریایی بسازید که همیشه دنبال پرداخت کردن پایینترین قیمتا هستند؟ وقتی که با قیمت زندگی کنید، با قیمت هم می‌میرید!

افسانه شماره ۲: قیمت رقابتی

یه بار به همراه یه پروفیسور علم اقتصاد برای مصاحبه به یه برنامه دعوت شدم. میزبان برنامه پرسید، "چطور باید روی پیشنهادها مون قیمت بذاریم؟" پروفیسور چنین چیزی گفت، "باید در بازار تحقیق کنید و ببینید که بقیه چه قیمتی رو روی محصولاتشون گذاشتن. بعدش به قیمت معقولی برای محصولتون دست پیدا می‌کنید."

من مخالفت کردم و ازشون پرسیدم، "رقیبم چه ربطی به من داره؟ اگر که ارزشی که من ارائه می‌کنم با ارزشی که رقیبم ارائه می‌کنه، فرق داشته باشه، نباید محصولم قیمت متفاوتی داشته باشه؟ هیچی دلیلی برای کپی کردن قیمت رقیبتون وجود نداره. اگر که رقیبم بازاریابی بد، پیشنهادهای نامناسب، پیام رسانی بدی داشته باشه چی؟ باید اینارو هم کپی کنم؟"

رقیبم قیمت محصولات من یا کارایی رو که در تجارتم می‌کنم، تقلید نمی‌کنه. وقتی که سر قیمت با رقباتون رقابت می‌کنید، همه چی تبدیل به یه رقابت میشه و هیچ کس برنده میشه. حتی اگر که با پایین آوردن قیمت محصولاتتون به مشتریای بیشتری برسید، آیا می‌خواید به این مشهور باشید که "ارزونترین" محصولات رو عرضه می‌کنید؟ قیمتی که اعلام می‌کنید با ارزشی که برای دنیا دارید، یکیه. اگر که ارزشتون در بازار خاص باشه، قیمتتون هم باید خاص باشه.

نذارید مصرف کنندگان محصولات شمارو مثل سیب با سیب مقایسه کنند، بذارید سیب رو با پرتغال مقایسه کنند. شما نمی‌خواید مثل یه کالا دیده بشید - وقتی که یه کالا هستید مثل بقیه هستید و به سادگی قابل جایگزین سازی هستید.

افسانه شماره ۳: فروش با قیمت‌های بالا سخت‌تره

اگر که بهتون بگم که فروش یه پیشنهاد ۱۰۰۰۰ دلاری همونقدر تلاش رو می‌طلبه که فروش یه پیشنهاد ۱۰۰۰ دلاری می‌طلبه، چی؟ اگر که بهتون بگم گاهی اوقات فروش یه پیشنهاد ۱۰۰۰۰ دلاری آسونتر از فروش یه پیشنهاد ۱۰۰۰ دلاریه، چی؟ به نظر میاد که منطق خلاف باور متعارف پیش میره، ولی حقیقت داره. وقتی که دارید های تیکت آفر می‌فروشید، دارید به خریداران ثروتمند و پیچیده می‌فروشید، و این افراد وقتی که صحبت از خرید کردن به میون میاد، نگرش متفاوتی دارن. اونا به قیمت نگاه نمی‌کنن - اونا ارزش رو در نظر می‌گیرن. خریدارای پیچیده می‌پرسن، "آیا این محصول مشکلم رو حل می‌کنه؟" و خریدارای ثروتمند می‌پرسن، "آیا این خرید حس خوبی رو بهم انتقال میده؟" این مشتریا دنبال تخفیف نیستن. اونا بهترین چیزی رو که پول می‌تونه براشون بخره، می‌خوان. به این دلیل که فروش محصولاتتون به این افراد آسونتر از فروش محصولاتتون به مشتریاییه که جنس ارزون می‌خرن. این افراد ارزش محصولات و خدمات باکیفیت رو می‌دونن.

بیشتر افراد در مقابل توصیه من برای بالا بردن قیمت محصولاتشون مقاومت می‌کنند (خود منم وقتی تو کار کپی رایتی بودم مخالف این قضیه بودم)، ولی این مقاومت هیچوقت هیچ ربطی به مشتریاشون نداره. همه مقاومت‌ها در رابطه به قیمت از طرف فروشنده اعمال میشه نه خریدار. ببینید، آدما ارزش‌هاشون رو به دیگران منعکس می‌کنند - اونا با خودشون می‌گن، "اگر که نخوام با این قیمت این محصول رو بخرم، هیچ کس دیگه‌ای هم نمی‌خرتش." حقیقت دیگه از این واضحتر نمیشه.

اگر که بازار درست رو هدف بگیرید، قیمت انعطاف پذیر میشه. وقتی که تجربه خرید منحصر بفردی رو ارائه کنید، مشتریاتون بدون هیچ مقاومتی بودجشون رو برای پرداخت قیمت بالا "بسط" میدن - فقط درصد کمی از مشتریاتون صرفاً بر مبنای قیمت خرید می‌کنند. وقتی بفهمید که مشتریای پیچیده برای حل کردن مشکلشون و مشتریای ثروتمند برای ارضای احساساتشون خرید می‌کنند، می‌بینید که فروش های تیکت آفرها خیلی از چیزی که انتظار داشتید آسونتره.

چطور های تیکت آفرهارو با قیمت بالا بفروشیم؟

وقتی که پیشنهادتون رو تغییر می‌دید، در واقع دارید زندگی‌تون رو تغییر می‌دید.

مراحل تغییر دادن پیشنهادتون ساده‌اند و شما حتی لازم نیست کارایی رو که دارید انجام می‌دید تغییر بدید. در عوض کسی رو که دارید جنسی رو بهش می‌فروشید تغییر بدید، خودتون رو در موقعیت متفاوتی

قرار بدید، شکل کاری رو که دارید انجام می‌دید تغییر بدید، و روی حل کردن یه مشکل فوری و مهم برای مشتریاتون تمرکز کنید.

شما یه انتخاب دارید. می‌خواید در بازارتون تویوتا، مرسدس بنز یا رولز رویس باشید؟ هیچ جواب غلطی وجود نداره. من فقط دارم میگم شما باید مدل تجاربتون رو بدونید. وقتی که به افراد میگم پیشنهادشون رو ارتقاء بدن - قدمایی که باید درباره "نحوه" اعمال این تغییر بردارن، ساده هستن - اما چیزی که اونارو عقب نگه می‌داره ترسه.

"هیچ کس اون قیمت رو برای محصول من نمی‌پردازه" - ترس از رد شدن.

"اگر جواب نداد چی؟" - ترس از شکست.

"آدمایی که می‌خوان درباره محصول من بشنون آدمای نادرستی هستن." - ترس از کافی نبودن.

اون از باختن چندتا مشتری، عصبانی کردن چند نفر و شکست می‌ترسن، ولی این همه ترس از کجا میاد؟ جواب یه کلمه است - کمیابی. کمیابی اونارو عقب نگه می‌داره. حقیقت اینه که وقتی قیمت محصولاتتون رو بالا می‌برید، شما فقط ۱۰ تا ۲۰ درصد مشتریاتون رو از دست می‌دید. برای بیشتر تجارت‌ها چنین چیزی فاجعه است، چون هیچ راهی برای مدیریت ضرر ندارن.

فرض کنید که انقدر مشتری برای محصولتون دارید و انقدر محصولتون خواستنیه که یه لیست انتظار دارید - باز می‌ترسید؟ نه. وقتی که تقاضای زیادی برای محصولتون وجود داشته باشه، نگران از دست دادن مشتری نمی‌شید. کلید داشتن فراوانیه. کلید اینه که این قدرت رو داشته باشید که کاری کنید که عرضه و تقاضا به نفع شما کار کنه. چطور این کارو انجام بدید؟ از طریق چیزی که من بهش میگم سرمایه اجتماعی - یعنی گروهی از دنبال کنندگان که دوستتون دارن، بهتون اعتماد دارن و با خوشحالی ازتون خرید می‌کنند.

بخش ۱۰: سرمایه اجتماعی‌تان را رقم بزنید

مناسب برای دورافتاده و ملکه / شاه ناراضی.

دنیا از همیشه پرسروصداتر، بازار از همیشه نامشخصتر، و جلب توجه مشتری از همیشه پیچیده‌تر شده. شما امنیت ندارید - هیچ کس نداره. قدرت از دست شرکت‌ها به دست مصرف‌کننده‌ها افتاده. امروزه مصرف‌کنندگان از همیشه کنترل بیشتری روی اوضاع دارن. اونا می‌تونن تبلیغات رادیویی و تلویزیونی رو رد کنند، از کنار بیلبوردها بگذرن، و هر تلاشی رو که سعی می‌کنه وارد هشیاریشون بشه نادیده بگیرن.

یه زمانی اوضاع متفاوت بود. فرض کنید که چطور بود زمانی که چند شرکت بزرگ به کل رسانه عمومی دسترسی داشتن. شما داشتید برنامه مورد علاقتون رو نگاه می‌کردید که یه آگهی بازرگانی ظاهر میشد، و بعدش هیچ راهی نداشتید جز این که بشینید و آگهی رو نگاه کنید. جلب توجه دیگران از همیشه سختتر شده. نه این که مشتریاتون بهتون اعتماد ندارن - اونا صرفاً نمی‌دونن که شما وجود دارید.

دیگه ماهی بزرگه نیست که ماهی کوچیکه رو می‌خوره. حالا دیگه اونا ماهی که سریعه اونا ماهی رو که کنده می‌خوره.

امروزه مصرف‌کنندگان چیزی رو که می‌خوان همون زمانی که می‌خوان، همونجایی که می‌خوان، و همونجوری که می‌خوان، می‌خوان. اونا می‌تونن روی تلویزیونشون یوتیوب نگاه کنن، روی آپیدشون سریال نگاه کنن، یا روی آیفونشون یه مسابقه رو تماشا کنن. اگر که نتونید بازارو مطابق با خواسته‌ها و معیارهای مصرف‌کننده‌ها تغییر بدید، عقب میفتید و سخت زمین می‌خورید.

غولا سریعترو شدیدتر زمین می‌خورن. فروش محصولات ویکتوریا سکریت بعد از این که این شرکت به بازار تسلط پیدا کرد، به شدت کم شد. سیرز صدها مورد از فروشگاه‌هاش رو در سرتاسر کشور تعطیل کرد. نوکیا، سونی، بلاکباستر، یاهو، جی سی پنی - همه این شرکت‌ها فکر کردن که امنیت دارن اما نتونستن خودشون رو به شرایط متغیر روزگار وفق بدن. بقاتون به این بستگی داره که چقدر سریع می‌تونید یاد بگیرید، مانور بدید و خودتون رو وفق بدید. دیگه ماهی بزرگه ماهی کوچیکه رو نمی‌خوره - حالا دیگه ماهی سریعه ماهی کنده رو می‌خوره.

سرمایه مالی ارزشمندترین نوع سرمایه نیست

سرمایه مالی دیگه ارزشمندترین نوع سرمایه نیست. شرکت‌های سرمایه گذاری اقتصادی رو ببینید - با پیدا کردن شرکت‌های نوپای شایسته سرمایه گذاری مشکل دارن. شرکتای نوپا همینجور که فعالیتشون رو شروع می‌کنند خود راه انداز میشن و به منابع بیشتری دسترسی پیدا می‌کنن. اونا برای حفظ دارایی خالص و کنترل شرکتشون دارن پشتیبانی مالی سرمایه دارهای اقتصادی رو به تاخیر می‌ندازن و رد می‌کنن.

اگر که فقط سرمایه مالی دارید، تنها چیزی که دارید پول مرده است. شما با پولتون ارزش جدیدی رو نمی‌سازید - پولتون فقط رو زمین مونده. وقتی که سرمایه مالی دارید، با خودتون می‌گید، "چطور می‌تونم از سرمایم خوب استفاده کنم؟" شما به این فکر می‌کنید که آیا سرمایه‌تون رو روی آدمای جدیدی سرمایه گذاری کنید، زیرساختتون رو ارتقاء بدید، بازاریابیتون رو مقیاس بندی کنید، یا در یکی از صد گزینه دیگه خرج کنید. ولی سرمایه مالی به خودی خودش ارزشمندترین نوع سرمایه نیست. سرمایه ارزشمند سرمایه‌ایه که این امکان رو براتون فراهم می‌کنه که سرمایه‌تون رو چند برابر کنید - به این سرمایه میگن سرمایه اجتماعی.

قیام سرمایه اجتماعی

شاید شنیدین که میگن، "توجه پول جدید" - این گفته فقط تا حدی درسته. توجه مناسب از طرف آدمای مناسب پول جدید. جلب توجه مشتریتون بخشی از معادله است، ولی صرفاً محض خود توجه نمی‌تونید توجه مشتریتون رو جلب کنید. بهرحال هر احمقی می‌تونه تو خیابون بدوه، با تمام توانش فریاد بزنه، و توجه بقیه رو به خودش جلب کنه. هر شرکتی می‌تونه یه آگهی تبلیغاتی پرزرق و برق رو بسازه تا "خودش رو معرفی کنه" ولی آیا این روال روابط بلندمدتی رو بین شما و مشتریتون ایجاد می‌کنه؟

سلبریتی‌های اینستاگرامی هستند که بیش از ۲ میلیون فالوور دارن، ولی حتی با فروختن سه جین تی شرت مشکل دارن. اونا دنبال کنندگان اجتماعی زیادی دارن، ولی فقیر هستن. من علاقه‌ای به داشتن تعقیب اجتماعی ندارم - من فقط یه تعقیب اجتماعی دارم تا بتونم رسانه اجتماعی بسازم.

سرمایه اجتماعی گروهی از دنبال کنندگان هستند که بهتون علاقه و اعتماد دارن، حمایتتون می‌کنن و مایل به خرید کردن از شما هستن و توانایی خرید کردن ازتون رو دارن.

این کلید مقیاس سازی استراتژیکه - توانایی ایجاد رشد بزرگی در درآمد و سودتون بدون اضافه کردن هزینه‌های زیاد. سرمایه اجتماعی فقط یه تعقیب اجتماعی نیست. سرمایه اجتماعی رو میشه به شکل

فروش و مشتری به سرمایه مالی تبدیل کرد. این سرمایه رو همچنین میشه در قالب ارتباطات، روابط، شراکت‌ها و متحدان استراتژیک به سرمایه ارتباطی تبدیل کرد.

به این موضوع فکر کنید - کایلی جنر چطور در سن بیست و یک سالگی به جوونترین میلیونر جهان تبدیل شد؟ دلیلش اینه که میلیونها دلار سرمایه و پشتیبانی مالی خارجی رو صرف خط تولید وسایل آرایشیش کرده؟ نه، دلیل این که تونسته این حجم از ثروت رو با چنین سرعت شگفت آوری به دست بباره اینه که چندین سال رو صرف ساختن یه منبع بزرگی از سرمایه اجتماعی کرده، و وقتی که این منبع رو به سرمایه مالی تبدیل کرده به پیروزی رسیده که هیچ شرکتی در طول تاریخ نتونسته بهش دست پیدا کنه.

کایلی جنر شاید اولین نفری باشه که این کارو انجام داده، ولی قطعاً آخرین نفر نیست. ما داریم وارد دوره‌ای می‌شیم که سرمایه اجتماعی داره داخلش از همیشه مهمتر میشه. به همین دلیل که شرکت‌های نوپا می‌تونن سرمایه گذارهای مخاطره آمیز رو شکست بدن - اونا دارن یاد می‌گیرن که چطور تجارت‌هاشون رو روی شالوده سرمایه اجتماعی بنا کنند.

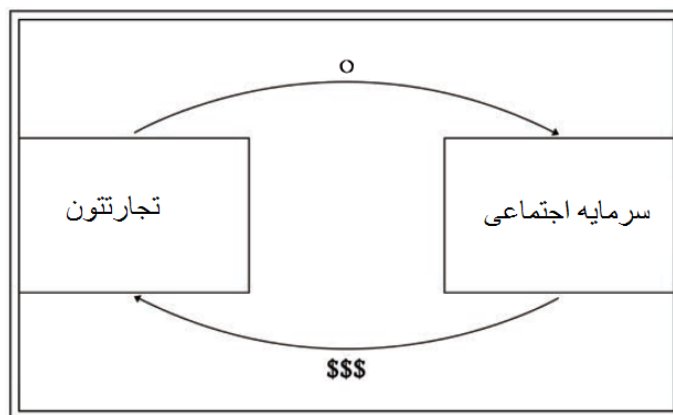
دالر شیو کلاب رو در نظر بگیرید. به عنوان یه شرکت نوپا فاقد هیچ نوع پشتیبانی مالی خارجی تبلیغ بازرگانیشون رو پخش کردن و تبلیغشون بیش از بیست و پنج میلیون بار در یوتیوب دیده شده. در سال ۲۰۱۶، شرکت یونی لور این شرکت نوپارو در ازای یه میلیارد دلار خرید - شرکتی که در صنعت فعالیتشون کسی چیزی دربارش نشنیده بود. چرا یونی لور چنین بهای هنگفتی رو پرداخت؟ اونا گفتن، "موضوع درآمد نیست. موضوع رابطه." اونا ارزش سرمایه اجتماعی دالر شیو کلاب رو دیده بودن.

تبدیل کردن سرمایه اجتماعیون به یه چاه بی‌انتها

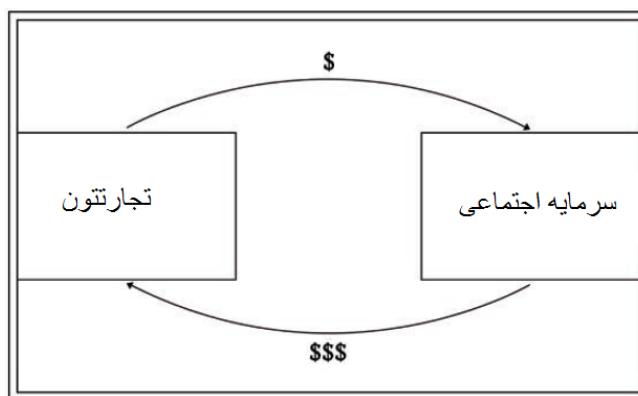
وقتی که سرمایه اجتماعی به درستی جمع بشه، می‌تونه تبدیل بشه به یه چاه نامحدود که شما مدام ارزش برداشت می‌کنید. مشکل اینه که بیشتر افراد نمی‌فهمن که سرمایه اجتماعی مثل یه بانک - شما نمی‌تونید پولی رو که داخل این بانک نداشتید بردارید.

اشتباه متعارفی که بیشتر شرکت‌ها درباره رسانه اجتماعی می‌کنن اینه که سعی می‌کنن بدون این که اول ارزشی رو ارائه کنند به واسطه هر تعاملی چیزی رو بفروشن. وقتی که مشتریا چنین شرکت‌هایی رو می‌بینن، با خودشون می‌گن، "اوه، این دفعه می‌خوان سعی کنن چه چیزی رو بهم بفروشن؟"

یه جورایی، افراد فکر می‌کنن که این روال ایرادی نداره - فرض کنید که رفتید به یه بانک و می‌خواید پولی رو برداشت کنید در حالی که هیچ پولی در حسابتون ندارید. یه کلمه برای این کار وجود داره: دزدی.

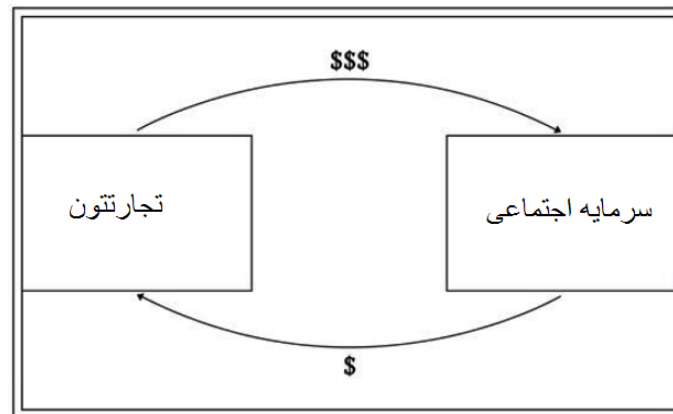


از طرف دیگر، بعضی از شرکتها تراز حساب خوبی روی دنبال کنندگان خود دارند و از سرمایه اجتماعی برخوردار می‌کنند. اونا روی داشتن ترکیب متعادلی از برندسازی (سپرده گذاری) و فروش (برداشت) تمرکز می‌کنند. این روال جواب می‌دهد، اما مطلوب نیست. تجارت‌های مسئولیت پذیر برای که خودشان رو در مقابل وضعیت‌های وخیم بیمه کنند، یه منبع نقدینگی برای خودشان تهیه می‌کنند. اگر که اوضاع بهم ریخت، این شرکت‌ها یه منبع نقدینگی برای پرداخت مخارج خودشان دارند. سرمایه اجتماعی هم همینجوریه. شما می‌تونید نرخ سپرده گذاری و برداشت یکسانی داشته باشید، ولی مثل اینه که ۱۰۰ دلار بذارید و ۱۰۰ دلار بردارید - همیشه حسابتون خالیه. اگر که اوضاع خراب بشه، منبعی ندارید که ازش برداشت کنید - هیچ منبع سرمایه اجتماعی ندارید.



به همین دلیل که من بیشتر از حدی که از سرمایه اجتماعی برداشت می‌کنم روش سپرده گذاری می‌کنم. من هر روز در سرمایه اجتماعی سپرده گذاری می‌کنم. برای همین وقتی که می‌خوام سرمایه اجتماعی رو به سرمایه مالی تبدیل کنم، شرایط برام ساده و آسونه. از اونجایی که سرمایه گذاری زیادی روی سرمایه اجتماعی کردم، همه چی در تجارت من آسونتر شده. من بدون هیچ مقاومتی های تیکت آفر می‌فروشم - در واقع گاهی اوقات کلوزهای من باید مشتریارو رد کنند. علاوه بر این من به سلبریتی‌ها، مدیران اجرایی بالا رتبه و موسسان دسترسی پیدا کردم، و مشارکت‌های بسیار سودآوری رو شکل دادم - همگی به لطف سرمایه اجتماعی.

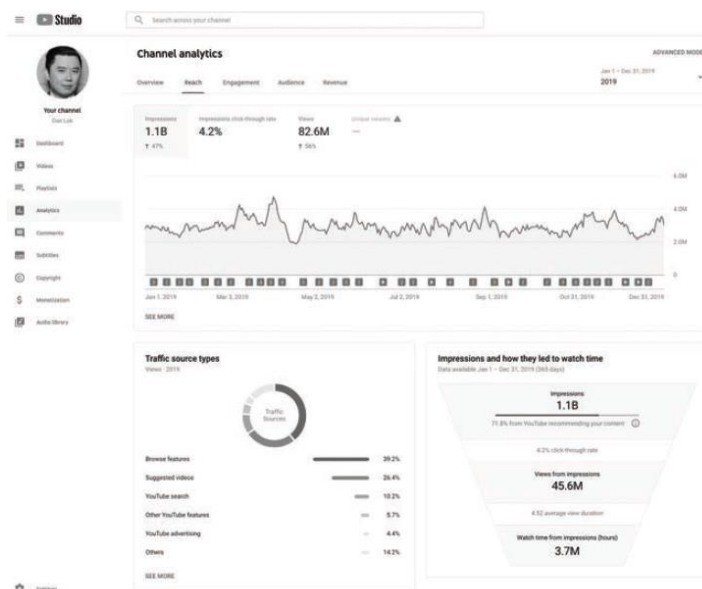
می‌تونم اگر که بخوام پول جمع کنم، ولی نیازی ندارم. با این حال محض خنده بیاید فرض کنیم که می‌خوام به کمپین کیک استارتر راه بندازم - به شبه می‌تونم پول جمع کنم. اگر که نیاز داشته باشم می‌تونم سرمایه اجتماعی رو به پول تبدیل کنم و نیازی به صبر کردن ندارم. چرا؟ چون با گذشت سال‌ها مقدار قابل توجهی سرمایه اجتماعی جمع کردم.



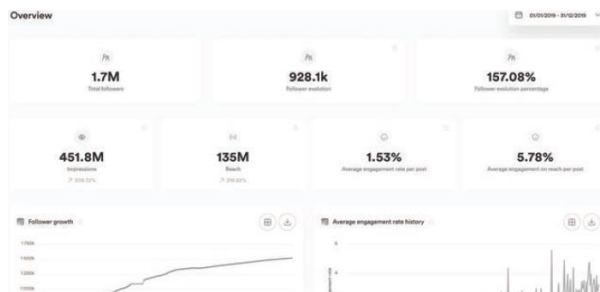
وقتی که از این دیدگاه به موضوع نگاه می‌کنید، می‌تونید ببینید که چطور هر پلت فرمی براتون به یه بانک سرمایه اجتماعی تبدیل میشه. فیسبوک یه بانک، اینستاگرام یه بانک، یوتیوب یه بانک، گوگل یه بانک، رسانه سنتی یه بانک، پوشش رسانه‌ای یه بانک.

سرمایه اجتماعی دیگه تحت انحصار شبکه‌های تلویزیونی بزرگ هم نیست. الان که دارم این کتاب رو می‌نویسم، طبق آمار ارائه شده توسط موسسه استاتیستیکا تعداد مشترکای کانال یوتیوب من به تنهایی از تعداد بازدیدکنندگان کانال‌های Food، CNN، Discovery، TNT، TBS، USA Network، ESPN، MSNBC، Nickelodeon و Network بیشتره و اینا فقط تعدادی از این شبکه‌ها هستند. شبکه‌هایی که بازدیدکنندگانشون بیشتر از مشترکای ما هستند به Fox، Fox News Channel، ABC، CBS و NBC محدود میشن. این ثابت می‌کنه که برای ساختن سرمایه اجتماعیون مجبور نیستید که یه ایستگاه تلویزیونی هم داشته باشید - شما می‌تونید شبکه خودتون رو بسازید.

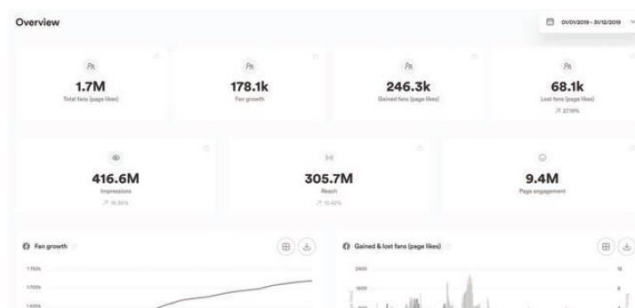
آمار یوتیوب دن لاک



آمار اینستاگرام دن لاک



آمار فیسبوک دن لاک



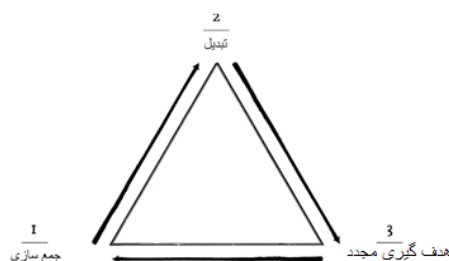
بدون سرمایه اجتماعی در خطر هستید. اگر که شرکتی با به برند جدید هستید، تا زمانی که نتوانید توجه افراد رو جلب کنید وجود ندارید. اگر که به شرکت فعال هستید، تا زمانی که بین خودتون و مشتریانتون اعتماد و ارتباطات ایجاد نکنید، در دسر دارید.

چطور سرمایه اجتماعیون رو مقیاس پذیر و چندبرابر کنید؟

شیوه قدیمی فروش مرده. قبلا می‌تونستید چندتا آگهی تبلیغاتی رو جلو مخاطبان سردتون نشون بدید، به یه صفحه منتقلشون کنید، و انتظار داشته باشید که ازتون خرید کنن. در روزگار قدیم این راه یه شیوه سودآور برای اداره یه تجارت بود. اون روزا که می‌تونستید بدون هیچ بهینه سازی، رابطه‌ای، بافتی، ارزشی و اعتمادی پیشنهادتون رو بذارید جلو یه گروه مخاطب سرد تموم شدن. خریداران محتاط درباره این که به کی اعتماد کنن و وفاداریشون رو برای کی بذارن، بسیار گزینشی هستند.

به این دلیل که برای به دست آوردن سرمایه اجتماعی و مقیاس بندیش به یه استراتژی جدید نیازه. من هم با تیمم داریم از همین استراتژی برای مقیاس پذیری با صدها ایمپرشن در پلت فرم‌هامون استفاده می‌کنیم. این استراتژی نه تنها تعداد فالوورهای اجتماعی مارو زیاد کرده، بلکه دلیل این که تونستیم درآمد و سودمون رو هم خیلی سریع و پایدار مقیاس پذیر کنیم، محسوب میشه.

دستگاه افزایش دهنده سرمایه اجتماعی



دستگاه افزایش دهنده سرمایه اجتماعی سه قسمت داره: جمع سازی، تبدیل و هدف گیری مجدد. جمع سازی مخاطبان سرد رو به مخاطبان گرم تبدیل می‌کنه. تبدیل از مخاطبانتون تعهد می‌گیره. هدف گیری مجدد فروش‌هایی رو ردیف می‌کنه که در مرحله تبدیل جا افتاده بودن.

جمع سازی: کسب درآمد از طریق ارزش

اهداف مرحله جمع سازی عبارتند از:

- ایجاد اعتماد و شروع یه رابطه با مخاطبانتون از طریق ارائه ارزش.
- تولید بازدید و ایمپرشن
- آماده سازی مخاطبانتون برای پیشنهادهای مرحله تبدیل

وقتی که دارید های تیکت آفر می‌فروشید، یه نظریه مصرف وجود داره. این نظریه میگه که مشتریتون باید برای هر هزار دلاری که با شما خرج می‌کنن حداقل یه ساعت محتوا مصرف کرده باشه. به این دلیل که این مرحله مهمه.

در این مرحله برای مشتریانتون ارزش ارائه می‌کنید و در حل یه مشکل بهشون کمک می‌کنید. شما محتوای ارزشمندی رو در اختیارشون می‌ذارید و این اولین قدم به سمت ساختن یه ارتباط با اونا محسوب میشه. در این مرحله خبری از هیچی نیست جز ارزش. اگر که به پلت فرم‌های رسانه اجتماعی من برید، هزاران فیلم و محتوای آموزشی رو می‌بینید که برای کمک به دستیارانم طراحی شدن. بهترین کار اینه که فعلا نه برای انتقال پیامتون به بخش جدیدی از بازار پول خرج کنید. وقتی که مخاطبانتون محتواتون رو مصرف کردن برای مرحله تبدیل آماده میشن - و شما با حداقل هزینه مشتری پیدا می‌کنید. من برای به دست آوردن مشتری از بین مخاطبان سردم ۵ دلار هزینه می‌کردم. امروز با این استراتژی فقط ۰٫۱۵ دلار می‌پردازم. این تغییر به من برتری داد - من حالا با اختصاص ۵۰ درصد از بودجمون به جمع سازی با هزینه‌ای خیلی کمتر از حد معمول می‌تونم مشتری پیدا کنم.

تبدیل: به دست آوردن مشتری در ازای حداقل هزینه

هدف مرحله تبدیل اینه:

- تبدیل کردن مشتریای احتمالی به مشتری واقعی برای گرفتن تعهد ازشون

من جلو مخاطبایی که منو نمی‌شناسن پیشنهاداتم رو ارائه نمی‌کنم. هر کسی که یه پیشنهاد بهش داده میشه قبل از دیدن پیشنهاد بهینه سازی شده و پذیرا بوده. در فیسبوک می‌تونید ببینید که کی چه درصدی از فیلمتون رو نگاه کرده. در یوتیوب می‌تونید بگید که کی فیلمتون رو دیده. در پلت فرم رسانه‌ای یه راهی برای دونستن این که چه کسی محتواتون رو دیده و نحوه هدف گرفتنشون وجود داره.

وقتی که بدونید چه کسی محتواتون رو دیده، می‌تونید جلوشون تبلیغ منتشر کنید. این تبلیغ می‌تونن اونا رو به صفحات متعددی منتقل کنند. به یه وبینار، یه پیشنهاد خود تسویه ساز، یه مجموعه آموزشی، یه سری رویداد، یه جذب کننده مشتری - به هرچی؛ هدف اینه که از مشتری احتمالیتون تعهد بگیرید، به شکل یه خرید یا استخراج اطلاعات. شما باید حدود ۲۵ درصد بودجتون رو بذارید برای این مرحله.

هدف گیری مجدد: ایستادن جلو مخاطبانتون

اهداف مرحله هدف گیری مجدد عبارتند از:

- تبدیل شدن به اولویت دنیای مشتریانتون

- رسیدن به اکثریت مشتریایی که فوراً تبدیل نشدن

خیلی از مشتری فوراً خرید نمی‌کنن - اونا شاید به زمان برای فکر کردن، تحقیق کردن یا بهتر شناختن برندتون نیاز داشته باشن. گاهی اوقات پیام اصلی بازاریابیتون حرفی رو که مشتریتون می‌خواد نمی‌زنه.

هدف اول هدف گیری مجدد اینه که فکر اصلی ذهن مشتریتون باشید. وقتی که مخاطبانتون چند بار شمارو ببینن، طبیعتاً به شما علاقمند میشن. صرفاً با داشتن عنوان فکر اصلی مشتریتون فروش بیشتری رو رقم می‌زنید. هدف دوم رسیدن به حداکثر مشتریاییه که فوراً تبدیل نمیشن. این مشتری

ممکنه که سوالات، شک‌ها یا اعتراضاتی داشته باشن که بی‌جواب موندن. با استفاده از تبلیغات مرحله هدف‌گیری مجدد این اعتراضات و تزلزل‌هارو هدف می‌گیرید تا اون افرادی رو که حالت دفاعی به خودشون گرفتن به حرکت نهایی بدید.

اگر که به پیشنهاد مطلوب داشته باشید، مشتریاتون دلایل مختلف زیادی برای خرید کردن خواهند داشت. دلایل زیادی برای این وجود داره که چرا افراد در برنامه‌های ما شرکت می‌کنند. اونا در این برنامه‌ها شرکت می‌کنند چون که می‌خوان توانایی جدیدی رو یاد بگیرن، روابطشون رو بهتر کنند، به یه جامعه مثبت و حامی ملحق بشن، خودشون رو به چالش بکشن، تجارتشون رو رشد بدن، یا چند دلیل دیگه. اگر که بازاریابی ما فقط یکی از این دلایل رو بیان می‌کرد، ما به اندازه نصف امروزمون وسعت داشتیم. ما در استراتژی هدف‌گیری مجددمون تبلیغاتمون رو می‌چرخونیم و اطمینان پیدا می‌کنیم که همه دغدغه‌های مخاطبانمون رو پوشش دادیم. این روند به ما این توانایی رو میده که به حداکثر فروشی برسیم که در صورت عدم استفاده از این استراتژی حاصل نمیشد. اگر که می‌خواید این استراتژی رو به کار بگیرید، حدود ۲۵ درصد انرژیتون رو به این مرحله اختصاص بدید.

مرحله بعدی چیه؟

در این کتاب به اندازه کافی فضا وجود نداره تا بطور مفصل همه کارهامون رو بهتون نشون بدم. اگر که می‌خواید درباره این که چطور سرمایه اجتماعی رو ساختم و مقیاس پذیر کردم بیشتر یاد بگیرید، بهترین راه اینه که منو از طریق [DanLok.com/social](https://www.DanLok.com/social) دنبال کنید.

من همچنین به سری مطالب آموزشی جانبی رو برای اون افرادی آماده کردم که می‌خوان به درک عمیقتری درباره سرمایه اجتماعی و مقیاس بندی تجارتشون دست پیدا کنن. به S.M.A.R.T Challenge ملحق بشید، برنامه‌ای که در خلالش به صاحبان مشاغل یاد میدم که با سرعت بالایی تجارتشون رو مقیاس بندی کنند: <https://www.TheSmartChallenge.com/ready>

نتیجه گیری

تبریک میگم! اول می‌خوام به خاطر این که خوندن این کتاب رو تموم کردید ازتون تشکر کنم. بیشتر آدم‌ها کتابارو ناتمام رها می‌کنند، ولی شما فرق دارید. من واقعا کلیدهای رقم زدن موفقیت، ثروت و اعتبارتون رو بهتون دادم. من بهتون گفتم که چطور فکر می‌کنم، چه درس‌هایی رو در زندگیم یاد گرفتم، و چه دیدگاه‌های تجاری دارم.

حالا که کلیدهارو دارید، نگرش *بازش کن* رو هم دارید. حالا دیگه هر وقت که گیر کردید، هر وقت که به مانعی برخورد کردید، هر وقت که با مشکلی مواجه شدید، می‌دونید که یه راه حلی وجود داره و این که باید کلید مناسب رو برای باز کردن قفل پیش رویتون پیدا کنید.

شما کلید زندگیتون رو دارید - شاه کلید شما. شما شاه کلید باز کردن هر چیزی هستید که در زندگیتون می‌خواید. هر چیزی که هست، آزادی بیشتر، موفقیت بیشتر، پول بیشتر، اعتبار بیشتر، روابط بیشتر، سلامتی بیشتر، تاثیر بیشتر، یا هر چیز دیگری، قدرت دست شماست.

حالا دیگه شما یه انتخاب دارید. می‌تونید هر چیزی رو که در اختیارتون گذاشتم فراموش کنید یا می‌تونید این درس‌ها رو به کار بگیرید و اقدام کنید. شاید بخواید سودآوریتون رو رقم بزنید، توانایی پردرآمدتون رو توسعه بدید، یا تجارتتون رو به شکلی متفاوت ساختاربندی کنید تا سریعتر مقیاس پذیر باشه. هر هدفی که دارید، امیدوارم که این شروع رابطه ما باشه و ما بتونیم این رابطه رو به فراتر از فقط یه کتاب گسترش بدیم. ما می‌تونیم در رسانه اجتماعی با همدیگه در ارتباط باشیم، یا شما می‌تونید در یکی از درس‌های آموزشی ما شرکت کنید یا حتی در یکی از رویدادهای ما شرکت کنید. هر هدفی که دارید، بهم بگید که چطور می‌تونم به بهترین نحو بهتون کمک کنم، و من به دنبال داشتن ارتباط بیشتر با شما هستم.

تا اون موقع به یادگیری عمیق، به کارگیری سریع و برداشتن قدم‌های بزرگ ادامه بدید.

شاه کلید رسیدن به ثروت، موفقیت و معنا

"در دنیایی که تعداد خیلی زیادی یاد میدن و تعداد خیلی کمی رهبری می‌کنند، دن با کمک به دیگران در دیدن پتانسل‌های درون خودشون و هدایت آن‌ها به وسیله یک الگو به سمت یک تغییر و رشد واقعی تبعیت شگفت‌انگیزی رو ایجاد کرده. اطلاعات دروغ نمیگن - میلیون‌ها نفر آثار اون رو خونده، دیده و گوش دادن. کارآفرینان از هر سطحی که هستند، می‌تونن از گذشته دن درس بگیرن، و نه تنها از استراتژی‌های فروش بلکه از استراتژی‌های رهبری خاصش هم نفع ببرند."

مت مید / رئیس شرکت گریسون پیرسون کپیتال

"دن از یکی از برجسته‌ترین کارآفرینان و نکوور به یک تعلیم دهنده شناخته شده در سطح جهانی ارتقاء یافته. اون زندگی هزاران نفر در سرتاسر جهان دگرگون کرده، و بهشون کمک کرده تا هر لحظه را غنیمت بشمارن. چالش‌ها، داستان‌ها و درس‌هایی که اون در این کتابش مطرح کرده نشون میدن که دن لاک مرد نظم و در حال اعمال یک تاثیر واقعی در جهانیه."

دوئین جی. کلارک / مدیر اجرایی شرکت اجیس لیوینگ

