



کیمیا گری در بازاریابی

هر کسی را بهر کاری ساختند

چرایی قانون پارتو (۸۰-۲۰) - ابوطالب ابراهام - مدیرعامل شرکت پیک تهران

به طور خلاصه
۱- طبع دمووی را به بهار، هوا، دوران کودکی تشبیه می کنند که گرم و تراست

این افراد با قد متوسط، کمی چاق، باصورت گوشتالو، چشمانی شاد و حرکات معمولی، صلح دوست و باهوش که خواب هایشان معمولاً با موفقیت ها همراه است مشخص می شوند. از دیگر صفات این افراد صحبت کردن جذاب، خوش اخلاق، بگو و بخند با دوستان فراوان، خوش بین به زندگی و درمشاغل جمعی که با مردم زیادی سروکار دارند موفقیت هایی بی نظیر دارند.

وضع مالی این افراد تقریباً خوب است.
۲- افراد صفاوی را به تابستان، آتش، دوران جوانی تشبیه می کنند که گرم و خشک است.

این افراد با قد بلند، وزن متوسط، چشمان نافذ و براق با حرکات معمولی، گستاخ و متعصب، تیزهوش که در خواب بیشتر جنگ و خشم را می بینند مشخص می شوند، از دیگر صفات این افراد صحبت کردن تند و برنده، میهن پرست، وقت شناس و با انضباط که اصلاً اهل شوخی نیستند. دوستان خاص و همیشگی دارند.

این افراد را درمشاغل مدیریت به خصوص ارتش بسیار مشاهده می کنیم. وضع مالی متوسط دارند و عاشق اشیاء لوکس هستند.

۳- افراد سودایی را به پاییز، خاک و

در علم بازاریابی قانونی به نام قانون پارتو (pareto) یا قانون (۸۰-۲۰) مطرح شده که هر شرکتی می تواند در بین بازاریاب های خود این قانون را تجربه کند. در قانون پارتو متوجه می شویم که ۲۰٪ بازاریابها ۸۰٪ فروش را به انجام می رسانند و ۸۰٪ بازاریاب ها فقط ۲۰٪ فروش انجام می دهند. این پرسش همیشه در ذهن مدیران فروش بوده و هست که چه کنیم تا همه فروشندگان و بازاریاب های ما از گروه ۲۰٪ باشند. حال به چند نمونه توجه کنید:

۱- به فروشگاه می رویم و آنچه می خواهیم خرید می کنیم.
۲- به فروشگاه می رویم که مثلاً یک پیراهن بخریم. اما خرید نکرده و ناراحت و ناراضی بیرون می آییم و تصمیم می گیریم که هیچ وقت از این فروشگاه خرید نکنیم.

۳- به فروشگاه می رویم که مثلاً کت و شلوار بخریم. اما فروشنده به قدری خوب برخورد می کند که علاوه بر کت و شلوار چیزهای دیگری نیز خریده ایم، راضی هستیم و علاقمند می شویم که از این پس فقط از این فروشگاه خرید کنیم.

نمونه دیگر:
۱- در یک شرکت مواد غذایی ۱۰۰ نفر فروشنده و بازاریاب هستند که اختلاف پورسانت آنها گاه به ۲۰ برابر می رسد.

۲- در بانک ها متوجه می شویم که مردم علاقمند هستند با نرخ خاصی کارهایشان را انجام دهند. و آن نفر خاص معمولاً مورد توجه مدیر بانک است و بیشترین پاداش و تشویقی را می گیرد.

۳- در ارتش می بینیم افسرانی را که واقعاً سردوشی به تن آنها چسبیده و لذت می بریم از دیدن یک نظامی واقعی و در فیلم ها که به دور از واقعیت هم نیست یکنفر آیه یأس است و باعث شکست گروه می شود و یکنفر آنچنان شیردل است که دیگران به هیجان می آیند، نمونه تاریخی آن، ارتش شاه سلطان حسین است که مغلوب اشرف افغان می شود و همان ارتش زیر نظر نادرشاه به پیروزی می رسد. اما واقعا چرا؟

از پورسینا

بوعلی و دیگر دانشمندان پیش از او و بعد از او به چهار عنصر خاک، آب، هوا، آتش معتقد بودند و بر همین اساس طبع انسان را به چهار طبع دمووی، صفاوی، سودایی، بلغمی تقسیم بندی می کردند که برای معالجه و حتی پیشگیری از بیماری ابتدا طبع بیمار یا فرد تشخیص داده می شد و بر آن اساس دارو و غذای بیمار یا فرد تجویز می کردید. که اگر اشتباه می شد حال بیمار بدتر و آدم سالم مریض می شد.



بازگردیم به علم بازاریابی و قانون ۲۰-۸۰ که متوجه می شویم فروشندگان موفق عموماً دمو هستند و خون گرم. حال چنانچه در هنگام استخدام بازاریاب طبع او تشخیص داده شود نیازی به صرف وقت و هزینه برای یافتن بازاریاب نخواهیم داشت، چنانچه بازاریاب دمو را در رفاه مالی قرار دهیم بازده کاری او بسیار بیشتر خواهد شد.

در آزمایشی که چندی پیش در شرکت پیک تهران انجام گردید این مطلب به اثبات رسید.

اکنون بسیاری پرسشها پاسخ می یابند.

آن نظامی که طبع صفراوی دارد یک ارتش را به وجد می آورد و آن نظامی که طبع سودایی دارد باعث شکست در جبهه ها خواهد شد.

ای کاش مسیر استخدام در کلیه مراکز دولتی و خصوصی اصلاح شود.

در پایان مجسم کنید یک فرد سودایی به تحصیلات عالی بازاریابی و بازرگانی پرداخته و به عنوان مدیر فروش - یا حتی بازاریاب مشغول کار شده، این افراد همه کارها را به انجام می رسانند. اما هنگام عقد قرارداد قادر به بستن آن نیستند، یا یک نفر صفراوی می خواهد به ضرب انضباط چیزی را بفروشد....

این بحث بسیار طولانی است که امیدوارم آن را در یک کتاب به چاپ برسانم. امید است با بینش و خرد ایرانی بتوانیم گنجینه های پر ارزش ایران و ایرانی را به جایگاه خودشان بازگردانیم.

دوران میانسالی تشبیه می کنند که سرد و خشک است.

این افراد با قد کوتاه، لاغر، چشمان بی فروغ و حرکات سریع، ترسو و غیرقابل پیش بینی با حافظه نزدیک که بیشتر خواب هایشان با پرواز و جهیدن و ترسناک همراه است. صحبت کردن سریع و بسیار محتاج نوازش و لمس دیگران، بدبین به زندگی و بیشترین خود کشی ها را در این گروه می توان مشاهده کرد. دختران سودایی به شدت آرایش را دوست اما در زندگی زناشویی با مشکل مواجه می گردند. در مشکلات فقط به دنبال پیدا کردن مقصر هستند.

قهر کردن در بین این افراد بسیار شایع است. در این گروه شعرا و نویسندگان فراوانی با دیدگاه مخصوص به خودشان بسیار مشاهده می شود. وضع مالی خوبی ندارند زیرا پولشان را به سرعت برای اشیاء بیهوده خرج می کنند.

۴- افراد بلغمی را به زمستان، آب، دوران پیری تشبیه می کنند که سرد و تراست. این افراد با استخوان بندی درشت، وزن زیاد و چشمان درشت و رنگی، حرکات سنگین و آهسته با ذهنی آرام و با ثبات و حافظه طولانی که در خواب بیشتر آب، شنا و اقیانوس را می بینند مشخص می شوند.

از دیگر مشخصات این افراد صحبت کردن آهسته و یکنواخت، دمدمی مزاج با پوست سفید و پف کرده است.

وضع مالی این گروه بسیار خوب است و بیشترین خرج را برای مواد خوراکی صرف می کنند.

تمام نکات نگران کننده در طبایع انسانها به سادگی قابل درمان است و جای هیچگونه نگرانی نیست.

برای تجسم بهتر طبایع یک مربع رسم کنید و در چهار گوشه آن چهار طبع را بنویسید. آن گاه نقطه ای در درون مربع بگذارید. این نقطه طبع فرد است که به هر یک از گوشه ها نزدیک تر باشد فرد را با آن صفت می شناسیم.

ناگفته نماند که کمتر دیده شده که یک انسان فقط یک طبع داشته باشد بلکه همیشه یک طبع اصلی و یک طبع غالب تعریف می کنند که مثلاً فلانی طبع دمو دارد با غلبه صفرا که همه این ناهنجاری ها قابل درمان است.

این کوتاه ترین تعریف بود از یک دنیا علم و تجربه که در ۸۰ سال گذشته تلاش کردیم آن را دور بریزیم.

چنانچه اطلاعات بیشتری در این زمینه بخواهید می توانید به کتاب ذخیره (گنجینه) خوارزمشاهی نوشته ابو ابراهیم سید اسماعیل گرگانی (جرجانی) مراجعه فرمایید. که مربوط به دوره خوارزمشاهیان (قرن ششم هجری) و یا هزاران کتاب طب قدیم دیگر که با بی مهری مواجهه گردیده اند مراجعه نمایید.