

گفت‌آوردهای برایان تریسی، خالق اثر

دکتر رضا اکبری اصل

عضو هیات علمی دپارتمان آموزش TMBA

قوانین مهم برای مدیریت نوین در قرن ۲۱

- ۱- مدیران ارشد بهتر از دیگران فکر می‌کنند
◀ تمام اشتباهات بشر در همان مواردی است که درست تصمیم نگرفته است.
- ۲- کارهای خود را دائم مدیریت کنید.
◀ در ۲ چیز بسیار حساس باشید: مخارج مالی و مخارج زمانی
- ۳- قانون ۸۰-۲۰ پارتو را در هر کاری به کار برید.
◀ همیشه سعی کنید جزء ۲۰ درصد بالایی هرم باشید.
- ◀ همیشه کارهای مهم را انجام دهید، وقت گذاشتن روی کارهای کوچک بسیار بی‌ارزش است.
- ۴- در هر کاری شفاف باشید: تفکر، هدف‌گذاری، مسائل مالی، نقد خود، عمل و اجرا
- ۵- حوزه اصلی کار خود را انتخاب کنید.

پیشین خواندید. اینک به وعده‌ی گفته شده در آن گزارش پرداخته می‌شود، یعنی گزین‌گویه‌های تریسی یا عباراتی که تریسی در این سمینار در قالب ساده‌ترین جملات ارائه کرد. این وعده حاصل اشتیاق حاضران در سمینار بود که گفتند شورا آفرینی این سمینار آنچنان آنان را به خود مجذوب کرد که گاه فرصت یادداشت‌برداری برای عبارات نغز، مدرانه و کاربردی تریسی را نداشتند. گفتنی آنکه واژه‌ی "گفت‌آورد" -تیترا این گزارش- را مرهون مدیر "تدبیراندیشان فرازین" هستیم که افزود این برابرنامه اثر داریوش آشوری است که برای "نقل قول" آن را به کار برد. خاطر نشان می‌شود برپایه اخبار و گزارشهای دریافتی سی‌دی (CD) یا دی‌وی‌دی (DVD) سمینار برایان تریسی در تهران در حال تهیه و تدوین است که برای اطلاع بیشتر می‌توانید با شماره تلفن دفتر فصلنامه توسعه مهندسی بازار ۴-۱۴۰۲۸۴۰۶۶۰ یا به نشانی سایت WWW.TMBA.IR مراجعه کنید. توسعه مهندسی بازار

"برایان تریسی" خالق اثر "قورباغه را قورت بده" چندی پیش سمیناری را با عنوان "مدیریت نوین در قرن ۲۱ میلادی" در تهران برگزار کرد. روزهای ۲، ۳، و ۴ خرداد ماه امسال، ۱۵۰۰ شرکت‌کننده مرکب از استادان، مدیران ارشد سازمانهای دولتی و خصوصی، دانشجویان رشته‌های بازرگانی، بازاریابی، مدیران و سرپرستان فروش و بازاریابی، و علاقه‌مندان آثار پرشمار تریسی در دو نوبت مجزای صبح و بعدازظهر، در این سمینار پرجمعیت حضور یافتند. "تدبیراندیشان فرازین" با تیم جوان، هوشمند و پرتوان خود، میزبانی تریسی را در تهران بر عهده داشت و مجری این سمینار کم‌نظیر بازاریابی و مدیریت در تهران بود. سمیناری که بسیاری از حاضران پس از گذشت ۳ ماه هنوز با عنوان "زویایی دلنشین از آموزشهای مدیریت و بازاریابی" از آن یاد می‌کنند. این در حالی است که تریسی نیز پس از ماهها، دلنگ ایران شده و پیشنهاد حضور مجددش را داده است. مشروح گزارش این سمینار را در شماره



عکس از: شکور شفیعی

"قورباغه را قورت بده" در تهران

◀ بسیاری از شرکتها، هسته اصلی کار خود را فراموش کرده‌اند، هرچقدر در کارهایتان پیش می‌روید به دور هسته اصلی کارهایتان دیوار می‌کشید و در درازمدت، هدف و هسته اصلی را از یاد خواهید برد.

◀ برای متخصص شدن در حوزه اصلی کارهایتان مهارت‌های زیادی بیاموزید. همواره ۳ مهارت اصلی وجود دارد که ۸۰ درصد درآمدهای شما از آن سه است و در بین آن سه مهارت یکی اصلی‌ترین است آن را شناسایی کنید و همواره بهبودش دهید.

◀ در حوزه کار خود مراقب کارمندان و همکارانتان باشید؛ آنها با ارزشترین دارایی شما هستند، آنها بعداز ساعت کار یا اتمام پروژه به خانه‌هایشان می‌روند. چه بسا در بین راه رقبایان آنها را از چنگ شما درآورند.

◀ در حوزه کار خود مواظب تهدیدهایتان باشید. در حوزه کار خود همواره ارزیابی را داشته باشید. همواره هر فعالیتی را با زبان عدد و رقم مالی اندازه‌گیری کنید (مانند کیلومترشمار برای ماشین)

◀ نحوه عملکرد شما همیشه با زیربنایی‌ترین ارزشها و اعتقادات شما هماهنگ است. آنچه براستی ارزشهایی را که واقعا به آن اعتقاد دارید بیان می‌کند ادعاهای شما نیست بلکه، گفته‌ها، اعمال و انتخابهای شما بویژه در هنگام ناراحتی و عصبانیت است.

◀ هر حوزه کاری در کل دنیا از سه بخش تشکیل شده است: ۱- محصول / خدمت ۲- فروش و بازاریابی ۳- مدیریت و اجرا

◀ ۴ اصل را در بازاریابی فراموش نکنید:

الف: تخصصی عمل کردن

◀ برای موفقیت در تجارت، باید ابتدا محصول یا خدمات بخصوصی را انتخاب کنید و سپس تمام توانایی خود را برای انجام کار با بهترین روش به کار گیرید.

یکی از دلایل اصلی شکست در تجارب، غیرتخصصی کار کردن است.

ب: متمایز بودن

◀ در یک بازار رقابتی، محصولات یا خدمات برای کسب موفقیت باید در نوع خود ویژگی منحصر به فردی داشته باشند تا از سایر محصولات و خدمات

مشابه متمایز شوند.

برای رقابت در بازار، برتری کالای شما باید قابل توجه و قابل تبلیغ کردن باشد و چیزی باشد که بازار حاضر باشد به خاطر آن پول پرداخت کند.

ج: تقسیم کردن بازار

◀ موفقیت در تجارت، در گرو تعیین گروه‌هایی است که در بازار، خریدار تولیدات یا خدمات شما هستند.

◀ مشتریان شما دقیقا چه کسانی هستند؟

◀ کجا هستند؟

◀ علت خرید آنها چیست؟

د: تمرکز کردن روی قسمت خود

◀ انسان به طور ناخودآگاه از هدف خود منحرف می‌شود. از این رو همواره روی هدف خود متمرکز شوید.

۶- مراقب مشتریان خود باشید.

۷- همواره نوآور و به روز باشید.

۸- آمادگی شما برای شکست خوردن، تنها معیار واقعی تمایل شما برای ثروتمند شدن است.

شکست پیش نیاز موفقیت بزرگ است. اگر می‌خواهید سریعتر موفق شوید، آمادگی شکست خود را دوبرابر کنید.

۹- هر کار یا تجارتي بیش از پنج تا هشت عامل ضروری برای موفقیت ندارد. این عوامل، تعیین کننده چگونگی عملکرد شما هستند.

کارهایی را که منجر به موفقیت یا شکست شما می‌شوند تعیین کنید و سپس با بهره‌گیری از این اطلاعات، برای داشتن عملکرد بهتر در هر زمینه برنامه‌ریزی کنید.

۱۰- قیمت واقعی هر کالا، بهایی است که مشتری حاضر است برای آن کالا در بازار آزاد و رقابتی، که در آن سایر کالاهای مشابه نیز وجود دارد، بپردازد.

همیشه حق با بازار است.

۱۱- بازار تنها برای عملکرد برتر، تولیدات برتر یا خدمات برتر بهای عالی می‌پردازد.

اولین کار در مدیریت، تعیین و بهبود بخشیدن به حوزه‌ای است که می‌توانید در آن برتر باشید.

۱۲- هر رخدادی به میزان معینی احتمال وقوع دارد.

برای افزایش احتمال وقوع رخداد موردنظر خود، تعداد موارد را افزایش دهید.

۷ اصل کلیدی

۱- زندگی وقتی بهتر می‌شود که شما بهتر شوید.

۲- مهم نیست از کجا می‌آیید، مهم آن است که به کجا می‌روید.

۳- برای هر چیز ارزشمند تلاش بیشتر کنید.

۴- آزاد هستید از بین گزینه‌های مختلف بهترین را انتخاب کنید.

۵- در هر مشکل و مانعی، سود و منفعتی نهفته است.

۶- شما می‌توانید هر آنچه را که می‌خواهید بیاموزید

۷- محدودیتها، شک، ترس نمی‌توانند ما را شکست دهند.

هدف

◀ هدف کل زندگی بشریت بهبود است.

تفکر

◀ با ارزشترین کار در زندگی فکر کردن است.

◀ یادگیری کلمات جدی ← فکرهای جدید ←

تصمیمات جدید

◀ آینده خود را با فکر کردن رقم بزنید.

◀ همواره ده درصد بالای موفق جامعه به این فکر می‌کنند که چگونه به اهداف زندگی خود برسند.

◀ کلمه‌ی "چگونه" ایده را به وجود می‌آورد.

◀ رهبران و افراد موفق همواره در ذهن خود می‌گویند چگونه؟

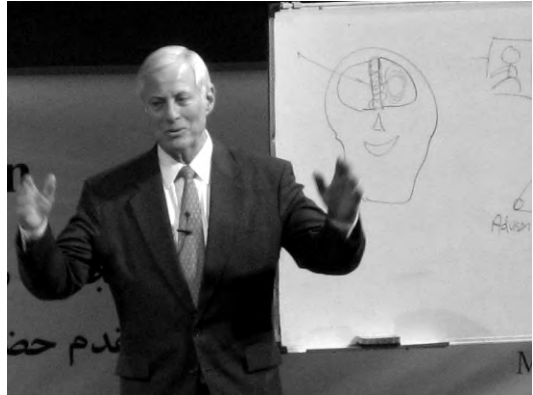
◀ همواره به آنچه که می‌خواهید به دست آورید فکر کنید.

◀ برای موفق شدن حتما باید تفکرمان را تغییر دهیم.

قانون علت و معلول

هر چیز به دلیلی رخ می‌دهد. برای هر علتی معلولی هست، و برای هر معلولی علت یا علت‌های

بخصوصی وجود دارد، چه از آنها اطلاع داشته



باشید، چه اطلاع نداشته باشید. چیزی به اسم اتفاق وجود ندارد. کاربرد این قانون: تفکرات ما علت‌های ماست و شرایط زندگی ما آثار و معلول آن.

قانون ذهن

همه علتها و معلولها ذهنی هستند. افکار شما تبدیل به واقعیت می‌شوند. افکار شما آفریننده‌اند. شما تبدیل به همان چیزی می‌شوید که درباره آن بیشتر فکر می‌کنید. همیشه درباره چیزهایی فکر کنید که واقعا طالب آن هستید و از فکر کردن درباره چیزهایی که خواستار آن نیستید اجتناب کنید.

قانون عینیت یافتن ذهنیات

دنیای پیرامون شما تجلی فیزیکی دنیای درون شماست. کار اصلی شما در زندگی این است که زندگی مورد علاقه‌ی خود را در درون خود خلق کنید.

زندگی ایده‌آل خود را با تمام جزئیات آن مجسم کنید و این تصویر ذهنی را تا زمانی که در دنیای پیرامون شما تحقق پیدا کند حفظ کنید.

قانون انتخاب

زندگی شما نتیجه انتخاب‌های شما تا این لحظه است.

چون همیشه در انتخاب افکار خود آزاد هستید، کنترل کامل زندگی‌تان و تمامی آنچه برایتان اتفاق می‌افتد در دست شماست.

تغییرات

- همواره تغییرات در کنار نسل بشر بوده است مانند آب در کنار ماهی
- ۳ عامل در ایجاد تغییرات عبارتند از: ۱- دانش
- ۲- اطلاعات، تکنولوژی، ۳- رقابت
- سرعت تغییرات محیطی = زمان × تکنولوژی × رقابت × دانش

انسانها همواره از تغییر می‌ترسند.

قانون تغییر

تغییر غیر قابل اجتناب است و چون با دانش روزافزون و تکنولوژی رو به پیشرفت هدایت می‌شود با سرعتی غیر قابل قیاس با گذشته در حال حرکت است. کار شما این است که استاد تغییر باشید نه قربانی آن.

یادگیری

۸۰ درصد افراد پس از مدرسه، یادگیری را قطع می‌کنند. همواره ده درصد افراد موفق جامعه با یادگیری، زندگی خود را دگرگون می‌کنند. در هر سال ۵۰۰ هزار کتاب در دنیا تولید می‌شود. همه مهارت‌های فروش قابل یادگیری هستند مانند مهارت رانندگی کردن.

موفقیت

فلسفه موفقیت ۳ چیز است.

- ۱- همه افراد موفق تواناییها و مهارت‌های مشتری دارند
- ۲- همه آنها یکسان عمل نمی‌کنند.
- ۳- همه اصول موفقیت و مهارت‌های آن قابل یادگیری هستند مانند آشپزی.

افراد موفق استاد پخت غذای زندگی خود هستند. افراد موفق در ابتدای کار اشتباهات زیادی داشته‌اند. بهترین ابزار موفقیت، مثبت اندیشی و خوشبینی است.

همواره ضعیف‌ترین مهارت‌ها، سقف درآمدزایی را تعیین می‌کند.

۳ عامل سبب موفقیت می‌شود:

- ۱- کاری کنید که به آن اعتقاد دارید و شما را خوشحال خواهد کرد.
- ۲- کاری کنید که استعداد و پتانسیل بالایی در آن داشته باشید.

۳- کاری را انجام دهید که درآمد خوبی را داشته باشید.

عمل کردن

- افراد موفق مبتنی بر عملند، اما افراد متوسط به سختی تصمیم می‌گیرند و عمل می‌کنند.
- تنها راه موفقیت در هر کاری عمل سریع افکار و تصمیمات است.
- شفافیت اهداف، مهمترین عامل در به اوج رساندن عملکرد است.
- اگر کارهای افراد موفق را انجام دهید، موفق می‌شوید و گرنه خیر.

هدف گذاری

اگر در زندگی هدفی در ذهن داشته باشید، هرچند محیط تغییر کند، ذهن مانند رادار ردیاب موشک آن را ردیابی خواهد کرد و بالاخره به هدف اصابت می‌کند. وقتی هدف گذاری می‌کنید، مکانیسم شکست در مغزتان از بین می‌رود.

وقتی اهداف و انتظارات بالایی دارید ۱- تلاش می‌کنید و پشتکار دارید ۲- از مشکلات هراسی ندارید.

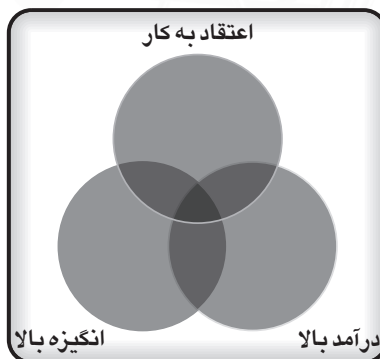
مشکلات

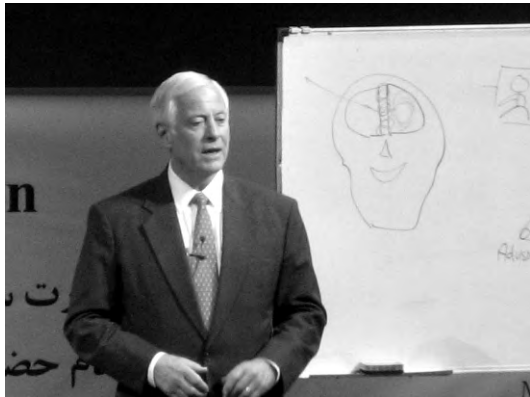
- وجود مشکلات نشان می‌دهد که زندگی در جریان است، مشکلات ما را قدرتمند می‌کند.
- افراد موفق همواره به دنبال یادگیری یک درس از مشکلات هستند.
- هر مشکل یک هدیه و یک درس است.

فروش

- در فروش ابتدا مهارت‌های آن را بیاموزید تا زمانی که فارغ‌التحصیل شوید، بعد موفق می‌شوید.
- فروش: بهبوددهی به زندگی افراد دیگر است (هدف نسل بشر)
- خواست مشتری در کل دنیا: ۱- بقای خویش ۲- بهبود خویش

- هر محصول و خدمتی برای بهبود زندگی بشر طراحی شده است مانند خدمات بیمه برای به ارمغان آوردن احساس امنیت و آرامش بشر
- ۲ خاصیت فروش در عصر حاضر:
 - ۱- افراد بیشتری فروشنده شده‌اند.
 - ۲- فروش پیچیده‌تر شده است.
- هر قدر شفافیت بیشتری نسبت به مشتری داشته باشید بسیار راحت‌تر می‌توانید نسخه بهبود آن را بیچید.





قیمت زیاد سؤال کند، ضعف فروشنده را نشان می‌دهد.

اصل صبر

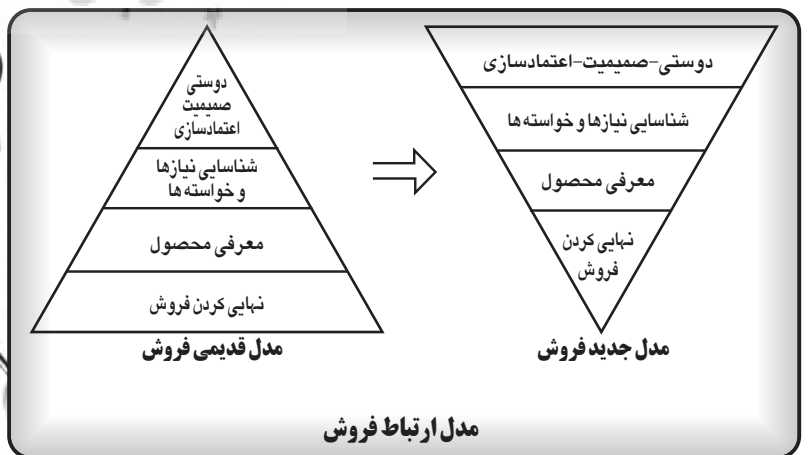
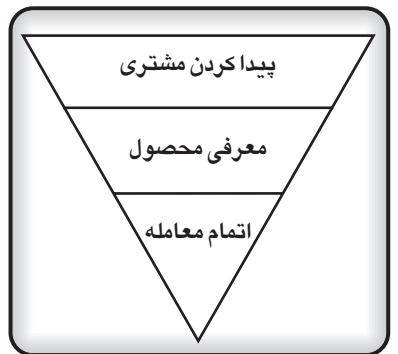
۵ تا ۷ سال طول می‌کشد تا به ده درصد موفق بالای جامعه برسیم (مانند بالا رفتن از کوه) فقط با ۲ ساعت کار اضافه در روز می‌توانیم در مدت ۵-۷ سال جزء ۱۰ درصد بالای جامعه باشیم. ■

مهارت‌های پایه‌ای فروش:

- ۱- پیدا کردن مشتری
 - ۲- اعتمادسازی
 - ۳- شناسایی نیازهای مشتری
 - ۴- معرفی کامل محصولات و خدمات
 - ۵- مدیریت پرسش و پاسخ مشتری
- قانون: هیچ فروشی بدون مخالفت نیست. در فروشهای موفق، مخالفت بیشتر است، هر چه مخالفت بیشتر باشد، نشان‌دهنده‌ی خرید خواهد بود.
- ۶- نهایی سازی و جمع‌بندی فروش
- در مدرسه مشتریان: همواره بهانه‌های مختلف برای خرید در این مدرسه مطرح است. از این رو باید شیوه جمع‌بندی فروش را فراگیرید.
- ۷- برگشت و خرید دوباره مشتری یا توصیه به خریداران دیگر
- فروشهای بار دوم به مشتریان قبلی یا سفارش شده از سوی مشتریان همواره یک دهم فروشهای اولیه انرژی می‌برد.
- فروش سه فعالیت اولیه دارد (مدل قیف فروش)
- قیف خود را پر کنید شما نیاز به مشتریان زیادی دارید.
- امروزه ارتباط بعد از فروش مهمتر از خود فروش است ما می‌خریم چون احساس مثبت ارتباط بعد از فروش داریم. فروش شروع ارتباط است این ارتباط مهمتر از محصول و خدمات است چون محصول و خدمات را همه رقبا دارا هستند.
- گوش کردن، اعتماد به وجود می‌آورد و صحبت کردن، شک و تردید مشتری را زیاد می‌کند.
- قانون ۷۰-۳۰: ۷۰ درصد گوش کنید و ۳۰ درصد صحبت.
- اگر خوب گوش کنید، فروشنده خوبی باشید، خریدار از قیمت سؤال نمی‌کند هرگاه خریدار از

سه سؤال در فروش:

- ۱- چرا مشتری باید محصول و خدمات شما را بخرد
 - ۲- چرا از شرکت شما بخرد؟
 - ۳- چرا باید از شما بخرد نه فروشنده دیگر
- مهمترین واژه فروش: اعتبار و اعتمادسازی است چون مشتریان همیشه شکاک هستند.
- اله کلنگ بسیار بد فروش: استرس و شک بسیار بالای مشتری در یک سو و در سوی دیگر عدم اعتماد و اطمینان کافی به فروشنده. از این رو سیستم فروش باید این اله کلنگ را متوازن سازد؛ یعنی اعتمادسازی زیاد فروشنده، و کاهش تنش مشتریان.
- مشتری از شما نخواهد خرید مگر آنکه بداند که به او اهمیت می‌دهید. همیشه از کسی می‌خریم که احساس مثبتی به آن کنیم. صمیمیت و اعتماد بالا.
- کل کار فروش، افزایش اعتبار فروشنده و کاهش ترس و دلنگرانی مشتریان است.
- کلید کسب اعتبار و اعتماد فروش: کسب اطلاعات و تحقیق در هر زمینه فروشندگی است مشتری، بازار، محصول و...



مدل ارتباط فروش