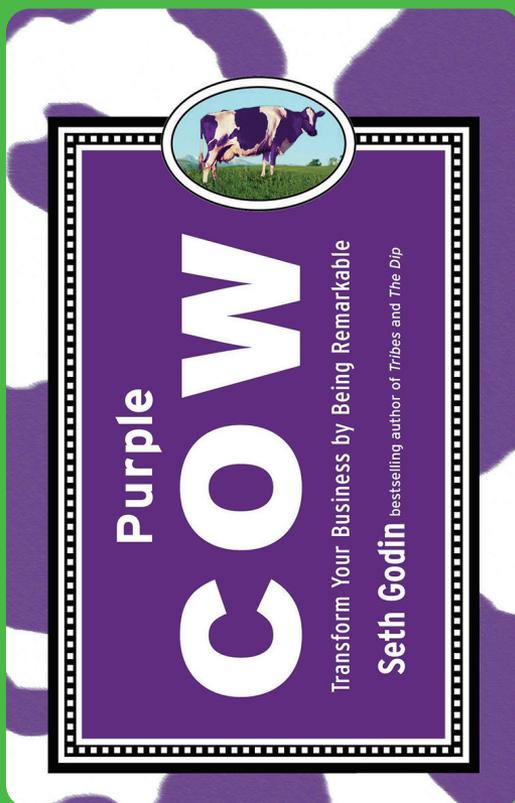


۴۰ نکته از کتاب

# گاو بنفش

ست گادین



# تیموری



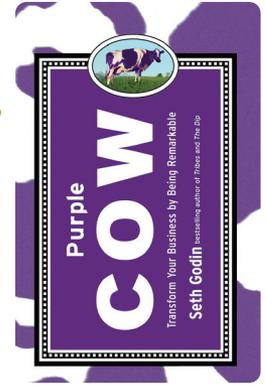
اگر دوست دارید در زمینه کسب و کار موفق شده و به مطالبی ناب در خصوص چگونگی ایجاد شغل و کسب کار متفاوت دست پیدا کنید، توصیه می‌کنیم کتاب "گاو بنفش" را مطالعه کنید. این کتاب اثر "ست گادین" و او اعتقاد دارد که برای موفقیت در یک کسب و کار، باید به نوآوری روی آورد و رقبا را پشت سر گذاشت.



گاو بنفش



زودبوک



نظر مریم صباغ زادگان، خواننده کتاب راجع به کتاب: گاو بنفش را به جرات ایمان دارم که بهترین گزینه برای کسانیست که همه ی راه ها را امتحان کرده اند و دیگر به این باور رسیده اند که باید تغییری اساسی در کسب و کارشان ایجاد کنند، اگر میخواهند که دیگر متفاوت فکرکنند، متفاوت عمل کنند و متفاوت نتیجه بگیرند، حتی برای کسانی که میخواهند خاص و طوفانی شروع کنند تا دیده شوند و البته برای شما اگر تصمیم گرفته اید که کاری کارستان انجام دهید، وگرنه که دنیا پُر است از مُقلدانی که پذیرفته اند که فقط یک شکل تعریف شده برای یک محصول یا خدمات وجود دارد و نمیخواهند برای تغییرش هیچ ریسکی انجام دهند، اگر برای شروع یک زندگی خاص تر آماده اید، حتما مطالعه ی این کتاب را به شما دوست عزیز پیشنهاد میکنم.

از کودکی به ما آموزش داده اند که کتاب بهترین دوست ماست ولی به راستی چقدر ما در برابر هر پرسش یا مساله ای به سراغ این دوست ارزشمندان میرویم؟!

سرانه ی مطالعه در ایران، خیلی حال خوبی ندارد و متأسفانه ما جزو مردمانی هستیم که خیلی زمان جهت مطالعه ی کتاب نمیگذاریم!

تیم اندیشه ی **ماهان تیموری** با آگاهی از این موضوع، بر آن شد تا پروژه ی جدید و قدرتمندی تحت عنوان **زودبوک** را شروع کرده و در راستای کمک به همه ی مردم در جهت مطالعه ی سریع و کاربردی تر، که قطعاً این مهم با مطالعه ی کتاب های مفید و جدید در **۳** زمینه ی **(ذهنیت، شخصیت و مهارت)** رقم میخورد، گام موثری را در جهت ارتقای سطح کیفی زندگی و کسب و کار شما همراهان بردارد.

**زودبوک** بصورت نکته وار نوشته میشوند و فقط نکات کوتاه از هر کتاب برای شما گردآوری شده است و میتوانید در هر زمان و هر مکانی که حضور دارید، فقط در چند دقیقه، کتاب را به راحتی مطالعه کنید و نکات کاربردی را یاد بگیرید و به کار بگیرید و از آن جایی که زکات علم در نشر آن است، پس از مطالعه میتوانید **کتاب ها را برای دوستانتان هم ارسال کنید** تا همه باهم یک گام در جهت رشد فرهنگ کتاب خوانی جامعه برداریم.

۱) در میان گاوهای بسیاری که در طبیعت وجود دارن، قطعا گاو بنفش ها، جالب تر هستن.

۲) از ویژگی های خاص گاو بنفش اینست که باید چشم گیر باشد.

۳) چشم گیر بودن یعنی ارزش داشته باشد که در موردش حرف زده شود، شایسته ی توجه، جدید و جالب باشد.

۴) بازاریابی چشم گیر یعنی هنری که از طریق آن بتوانیم چیزهایی را در ارتباط با محصولات و خدمات، شایسته ی توجه سازیم.

۵) گاو بنفش را باید در هرچه که میسازیم، بکار گیریم، تلویزیون و رسانه های عمومی دیگر کلید موفقیت شما نیستند، پس تبلیغات را متوقف کنید و دست به ابتکاری جدید بزنید.

۶) قبل، در خلال و بعد از دوران تبلیغات:

۱- قبل از دوران تبلیغات، گفتگوهای دهان به دهان بود که از محصولات و خدماتی که قادر بودند مشکلی را حل کنند، صحبت می شد و ناگهان آن محصولات و خدمات، خریداری می شدند.

۲- در خلال دوران تبلیغات اگر بصورت مستقیم، مصرف کنندگان را در معرض تبلیغات قرار میدادید، فروش افزایش پیدا میکرد.

۳- بعد از دوران تبلیغات تقریبا به همان نقطه ی شروع برمیگردیم و قدرت شبکه های جدید مشتریان، باعث انتشار ایده های چشم گیر در بخش های مختلف جامعه با سرعت موشک می شود.

۷) به یاد داشته باشید که:

۱- همه ی فرصت های آشکار از بین رفته است، لذا به نظر نمی رسد مردم مشکلاتی که به آسانی حل شوند را پیش رو داشته باشند.

۲- به سختی میتوان به مصرف کنندگان دست یافت، زیرا آن ها شما را نمی پذیرند.

۳- مشتریان راضی، کم تر به نظر می رسد رضایت خود را برای دوستان خود بازگو نمایند.

۸) دلیل اینکه دنباله روی از یک رهبر بسیار سخت است، اینست که یک رهبر، یک رهبر است، زیرا کار چشم گیری انجام داده است. کار چشم گیری که به وقوع پیوسته، اگر شما آن را دوباره انجام دهید، دیگر چشم گیر نیست.

۹) به جای تلاش در استفاده از تکنولوژی جدید، به منظور تولید محصولات بهتر و مطابق با استانداردهای رفتاری خریداران تلاش کنید تا آن ها را به تغییر در رفتار دعوت کنید و محصول را به نحو چشم گیری کارا تر سازید.



اینست که همه ی مقدمات گسترش یافتن آن، باهم فراهم شده است. (۱۵) گاو بنفش ارزان نیست، بلکه موثر است، لازم است درک کنیم که سرمایه گذاری روی گاو بنفش، خردمندانه تر از خرید یک آگهی در (سوپر جام) است. (۱۶) مشتریان خود را متمایز سازید. (۱۷) گروهی را پیدا کنید که بیشترین سود را برای شما دارد، گروهی که بیشترین احتمال عطسه کردن را داشته باشد و آن را در معرض تبلیغات قرار دهید و تشویق نمایید، مابقی را رها کنید.

Seth Godin



(۱۰) اگر آینده ی یک محصول چشم گیر نیست، زمان آن است که به جای صرف هزینه برای این محصول در حال مرگ، سرمایه ی خود را حفظ کرده و آن را به تولید کالای جدیدی اختصاص دهید. (۱۱) در آغاز کار تغییر در محصولات، افراد به گروه های نوجویان، تطبیق پذیران، اکثریت مردم و دیرپذیران تقسیم بندی می شوند. (۱۲) احتمال موفقیت ایده های خریدی که منتشر می شوند، پیش از ایده هایی است که پخش نمی شوند و این ایده های خرید قابل انتشار را ایده های ویروسی می نامند. (۱۳) عطسه کنندگان عامل اصلی انتشار یک ایده ی ویروسی هستند که هر مزیتی در محصول یا خدمت جدیدی را که می بینند، برای همه بازگو می کنند و نوجویان یا تطبیق پذیران اولین کسانی هستند که محصول شما را می خرند. (۱۴) این که برخی محصولات به موفقیت می رسند و برخی نمیرسند، اتفاقی نیست، علت انتشار یک (ایده ی خرید ویروسی) اغلب

بنفش در مسیر توسعه، نهایت بهره برداری را کرد.

**(۲۴)** فضایی را ایجاد کنید که بتوانید در آن گاو بنفش جدیدی را به موقع خلق نمایید و آن را زمانی که مزیت های گاو اولی در حال افول است، جایگزین سازید.

**(۲۵)** با اعضای شرکت و طراحان خود تلاش کنید تا با الهام گرفتن از آن، تغییری در یکی از محصولات خود بوجود آورید.

**(۲۶)** سعی کنید آدرس ایمیل مشتریان اصلی خود که کارهای شما را دوست دارند را حتما جمع آوری کنید.

**(۲۷)** کاری نکردن به خوبی کاری بزرگ انجام دادن نیست اما بی دلیل مشغول کردن قسمت بازاریابی، بدتر از کاری نکردن است.

**(۲۸)** هر قدر کسب و کار مشکل تر، بازاری شلوغ تر و مشتریانی مشغول تر داشته باشید، بیشتر به گاو بنفش نیاز خواهید داشت.

**(۲۹)** بازاریابی در جایستی که بازاریاب ها محصول را تغییر میدهند، نه تبلیغات ... را.

**(۱۸)** آگهی ها نباید برای همه ی مردم تهیه و تولید شود، بلکه باید مشتریان برگزیده را هدف قرار دهد.

**(۱۹)** مشکل گاو بنفش دقیقا ترس است و گاو بنفش نادر است، زیرا مردم ترسو هستند.

**(۲۰)** بازاریابان میدانند که ارزیابی، کلید موفقیت است، ارزیابی مشخص می کند که چه چیز موثر است و چه کاری را باید بیشتر انجام داد ولی انبوهی از آنان در مقابل ارزیابی نتیجه ی کار مقاومت کرده اند.

**(۲۱)** ارزیابیبه معنای پذیرش اشتباه و اصلاح کار است و سازندگان گاو بنفش نیز باید به همین صورت مسائل را مورد ارزیابی قرار دهند.

**(۲۲)** یادتان باشد که اگر چیزی را مورد ارزیابی قرار دهید، بهبود پیدا می کند.

**(۲۳)** برای هر برنامه ی ارزشمندی، گاو را بدوشید و تشخیص دهید که چگونه میتوان از مزیت های گاو



**۳۰** اگر شرکتی در حال شکست است، ایراد از بالاترین سطح مدیریت آن است. به احتمال زیاد مشکل اینست که: آن ها شرکتی را اداره می کنند، نه بازاریابی محصولی را...

**۳۱** در دنیایی که تقریباً همه ی چیزهای مورد نیاز به قدر کافی خوب است و همه ی سودها از گاو بنفش سرچشمه میگیرد، همه ی ما بازاریاب هستیم.

**۳۲** اگر به ۲ محصول علاقه مند باشید که کار آسان است اما اگر علاقه نداشته باشید، چه؟!؟

میتوانید از ۲ تکنیک استفاده کنید: **اولی آموختن** (هنر طرح ریزی) است و **دومی تکنیک فراگیری** (علم طرح ریزی)

**۳۳** بازاریاب هایی که از (علم طرح ریزی) برای شناخت خواسته های مردم استفاده می کنند، نقطه نظر و یا پیش داوری خاصی ندارند و در عوض آنها فرایند کار را درک کرده و در ارتباط با هرچیزی آن را به کار می برند.

**۳۴** احتمالاً شما بیشتر بخاطر خجالتی بودن در اشتباهید تا جسور بودن، سعی کنید با جسارت باشید اما خیلی هم از آن استفاده نکنید چون موثر نیست ولی روش خوبیست که بیاموزید در این مرز قرار داشتن چه احساسی دارد.

**۳۵** چشم گیر بودن همیشه عوض کردن بزرگترین دستگاه کارخانه نیست بلکه میتوانید روش متفاوت پاسخ دهی به تلفن ها، آغاز یک نام تجاری جدید و یا قیمت گذاری نسخه جدید نرم افزار باشد و بهبود نحوه ی انجام کارها و بهترین روش فراگیری، روش انجام کار است که شما در عمل مشاهده میکنید که چه چیزهایی موثر هستند و چه چیزهایی اثرگذار نیستند.

**(۳۶)** ارزانی محصول یکی از معدودترین گزینه های چشم گیر بودن است که هرگز جذابیت خود را از دست نمیدهد.

**(۳۷)** اگر شما به فکر تبدیل شدن به یک گاو بنفش هستید، زمان انجام آن وقت نیست که در پی یافتن یک شغل جدید نیستید.

**(۳۸)** ارسال سوابق شما برای درخواست کار، فعالیتی بی نتیجه است. سوابق کاری شما،

رزومه شماست.

**(۳۹)** یک رزومه استاندارد و یا به بیان دیگر، سوابق کاری برجسته، استدعای یک ملاقات را دارند.

**(۴۰)** اگر میخواهید واقعا رشد کنید، لازم است به استقبال گاو بنفش بروید، البته میتوانید با روش های قدیمی، نام تجاری خود را حفظ کنید، اما تنها راه برای رشدی مطمئن، یک محصول چشم گیر است.

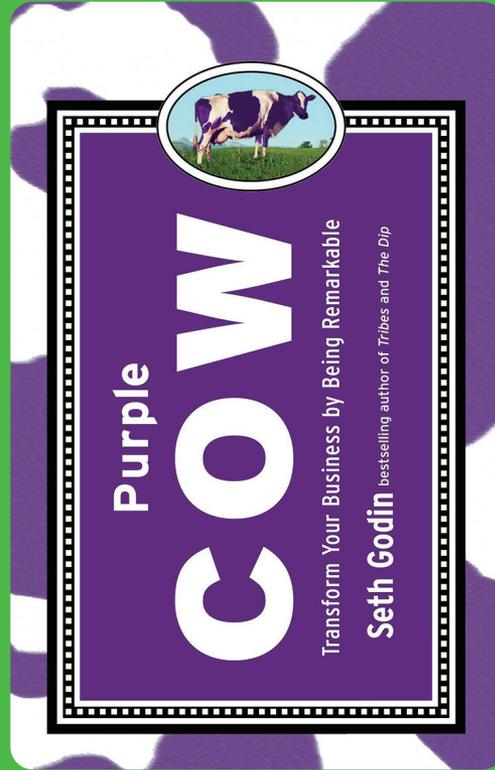


۴۰ نکته از کتاب



# گاو بنفش

ست گادین



# جوهر

این کتاب را به دوستان و عزیزانتان هدیه دهید

📍 mahanteymouri

📍 hooshemalibanovan

📍 hooshemalimodiran

📍 hoshemalikarmandan

📍 mahanteymouri.official

📍 mahanteymouri\_shop

📍 natayejshoma

📍 bahoshsho