



**MAHAN**

Management Consulting Center

# ماهنامه داخلی باشگاه تحول ماهان

شماره ۱۴

مهر ۱۴۰۱

مرکز مشاوره مدیریت ماهان

انسان اصیل دغدغه مند است و  
به وقایع اطرافش بی تفاوت نیست...  
بی تفاوت نباشیم...

این روزها که حال ایران عزیزمان خوب نیست نمی‌توانیم نسبت به شرایط هموطنانی که عاشقانه دوستشان داریم بی‌تفاوت باشیم. بخش بزرگی از فعالیت‌هایمان را تعلیق کرده و تنها به انجام امور در این حد که بتوانیم پابرجا بمانیم اکتفا کرده‌ایم.

این روزها هموطنانمان همدیگر را بیشتر درک می‌کنند و با یکدیگر مهربانتر هستند. ما هم بعنوان قطره‌ای از این دریا دوست داریم نقش خود را ایفا کنیم. اگر صاحب کسب و کار هستید و از شرایط فعلی آسیب دیده‌اید شاید بتوانیم در حد توانمان کمکی کنیم تا این روزها را با رنج کمتری سپری نماییم. این کمترین کاری است که می‌توانیم برای شما خوبان انجام دهیم.

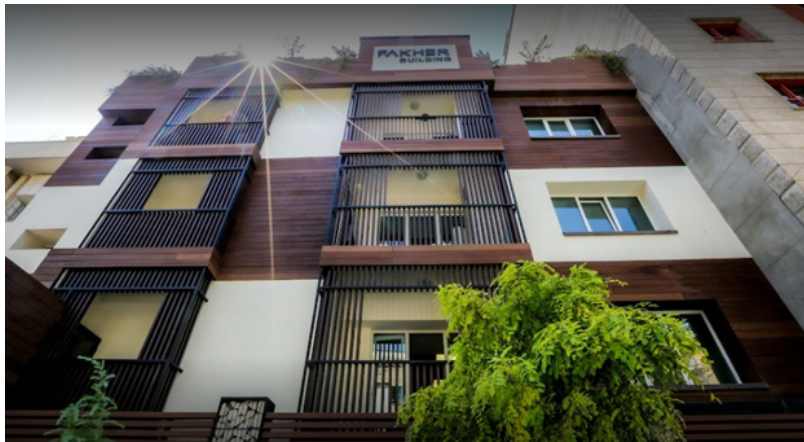
از آگاهی تاریابی  
از عشق تا وحدت



## برنامه ریزی برای همکاری با FITT

در مهر ماه ۱۴۰۱ پیرو مذاکرات و مکاتبات قبلی، جلسه‌ای آنلاین با یکی از اعضای FITT (Forum for International Trade Training) یا همان انجمن آموزش تجارت بین الملل که در کانادا مستقر است داشتیم. در این جلسه در مورد نحوه همکاری و برگزاری دوره آموزشی مشترک پرورش مشاور تجارت بین الملل بحث و بررسی شد. پیرو جلسه برگزار شده مقرر گردید تا نمونه قرارداد و جزئیات همکاری مورد نظر طرف کانادایی به مرکز مشاوره مدیریت ماهان جهت بررسی و تصمیم‌گیری ارسال شود.

## شروع کوچینگ سازمانی هلدینگ فاخر



در این ماه به همت دفتر توسعه ارتباطات هلدینگ معظم فاخر به مدیریت آقای مهندس کاوه سمیعزاده، جلسات کوچینگ سازمانی مدیران محترم مارکتینگ این هلدینگ آغاز گردید. طراحی این جلسات با همراهی آقایان دکتر رامین سمیعزاده و دکتر کامبیز حیدرزاده انجام شده و قرار است که نتایج ملموس عملیاتی داشته باشد. نماینده علمی ماهان در این سلسله جلسات کوچینگ آقای دکتر کامبیز یوسفی هستند.

## لایوی مشترک با دکتر محمود تقی زاده مدیر مهندسی محصول از Meta



خوشبختانه هماهنگی‌های اولیه لایو بعدی مرکز مشاوره مدیریت با آقای دکتر محمود تقی زاده انجام شد. ایشان که مدرک دکتری مهندسی خود را از دانشگاه میشیگان استیت دریافت کرده‌اند بعنوان مدیر مهندسی محصول در کمپانی متا فعالیت می‌کنند. آقای دکتر تقی زاده قبل از متا، در شرکت‌های بزرگ دیگری نظیر گوگل، سیسکو و هوآوی اشتغال داشته‌اند. باعث افتخار است بتوانیم زمینه انتقال تجربیات ایشان به متخصصین داخل کشور را فراهم کنیم. در همین راستا امیدواریم پس از فراهم شدن شرایط روحی جامعه و رفع اختلالات اینترنت بتوانیم لایوی عالی داشته باشیم.

## بازار پرقاب‌ت صنعت بیمه در فضای مجازی و نیاز به استفاده از خدمات مشاوره



طی سال‌های اخیر بازار صنعت بیمه در فضای مجازی پرقاب‌ت و پراز چالش بوده است. این بازار بازیگران قدرتمندی نظیر ازکی، بیمه دات کام و بیمیتو دارد. به همین دلیل کسب و کارهای جدید در این فضا حتماً نیاز دارند تا از خدمات مشاوران توانمند بهره گیرند. یکی از همین کسب و کارها که در زمینه نرم افزارهای مرتبط با صنعت بیمه فعالیت می‌کند در مورد راه‌کارهای فروش محصولات خود از طریق یکی از مشاورانمان به مرکز مشاوره مدیریت ماهان مراجعه کرده است. تلاش خواهیم کرد تا با تجربه‌ای که در زمینه صنعت بیمه داریم بهترین استراتژی فروش را برای این برند پایه‌ریزی کنیم.



### افزایش فروش در قالب جلسات مشاوره کلینیکی

دکتر عرفان الله وردی در این ماه به مدیران محترم دو برند در زمینه افزایش فروش، مشاوره کلینیکی دادند. برند Happy Chair که در زمینه مبلمان راحتی فعالیت دارد یکی از این موارد بود. برند دیگر نیز مرتبط با آموزشگاه زبان انگلیسی We Talk بود. امید است مدیران توانمند این برندها با مشاوره‌های دریافت شده بتوانند موجب موفقیت هر چه بیشتر کسب و کارهای خود را فراهم کنند.

## پیشرفت موفقیت آمیز پروژه اپلیکیشن پزشکی



پیشرفت پروژه اپلیکیشن پزشکی در این ماه چشمگیر بود. طبق گانت چارت آماده شده، در مهر ماه اقداماتی نظیر بررسی رقبا، بررسی قوانین مربوطه و مطالعه بازار داخلی و خارجی انجام شد. طی برنامه ریزی های انجام شده امیدواریم تا انتهای آبان ماه فاز اول این پروژه با موفقیت به پایان رسیده و به طراحی محصول برسیم.

## همگام با همگامان مس



سال ۱۳۹۰، سال بازنگری در ساختار و اهداف شرکت های تابعه هلدینگ سرمایه گذاری مس سرچشمه بود. در این بازنگری، که با هدف تجمیع منابع، ارتقای بهره وری و هم افزایی از طریق ادغام فعالیت های هم گروه، موازی و قابل تمرکز انجام شد، با ادغام شرکت های جنگل کار و سامان مس آذین در شرکت همگامان مس، شرکتی تواناتر، هم افزا و یکپارچه به وجود آمد. در حال حاضر شرکت همگامان مس در امور ذیل فعالیت دارد:

**امور فنی و مهندسی**

**امور رفاهی**

**امور فضای سبز**

انجام خدمات اورهال مجتمع مس، طبخ روزانه ۱۰۰۰۰ پرس غذا و مدیریت مجموعه تاریخی حاج آقا علی از جمله فعالیت های شرکت معظم همگامان مس است. در مهر ماه جلسه ای میان مدیرعامل محترم همگامان مس و سرکار خانم طاهره حاجبی عضو گروه مشاوران تحول ماهان برگزار شد. پیرو این هم اندیشی مقرر شد در جلسه ای با حضوران مدیران محترم مجموعه همگامان و مدیران ارشد مرکز مشاوره مدیریت ماهان زمینه های همکاری مورد بحث و تبادل نظر قرار گیرد.

## چهارده تکنیک ساده اما کاربردی برای افزایش فروش

ترجمه توسط محمدعلی برنگی  
عضو گروه مشاوران تحول ماهان



کسب و کارها در سراسر جهان به دنبال "جام مقدس" افزایش فروش هستند و افراد بسیاری شغل خود را به عنوان مشاور به شرکت‌ها جهت بهبود فروش تعریف کرده‌اند. با وجود این، شرکت‌ها به ندرت منافع به وجود آمده از فروش را درک می‌کنند. کسب و کارها گاهی همه چیز از پلن‌های مارکتینگ گرفته تا وب سایت خود را تغییر داده و این کار را چندین بار تکرار می‌کنند تا فروششان را با روش‌های مختلف افزایش دهند.

چه می‌شد اگر برای افزایش فروش نیاز به انجام کارهای پیچیده نبود؟  
اگر افزایش فروش کسب و کار به سادگی توجه کردن به برخی موارد ساده و پیاده‌سازی ایده‌های ساده بود چه؟

۱۶ کارشناس از انجمن کسب و کار فوربس خلاصه‌ای ساده و مفید را برای شما به اشتراک گذاشته‌اند. در ادامه تعدادی تکنیک که به کسب و کارها کمک می‌کند تا فروششان را بدون پیچیدگی خاصی افزایش دهند پیشنهاد می‌شود.



## ۱. محرک‌های تجاری مشتریان را در نظر بگیرید.

برای توسعه یک استراتژی قدرتمند جهت ایجاد سرخ‌های تازه، ارتباط مارکتینگ خود حول محرک‌های تجاری مشتریان را اصلاح کنید. تحقیقات کیفی خود را به سمت چالش‌های اصلی آنها هدایت نمایید. سپس اعلام کنید که شرکت شما چگونه چالش‌های آنها را به بهترین نحو حل می‌کند. رهبران کسب و کار باید به بهترین شکل ممکن پاسخگوی اهداف کلیدی مشتریان خود باشند تا موقعیتشان در بازار را حفظ و به سمت رشد کسب و کار خود حرکت کنند.

## ۲. همواره در دسترس مشتریان کنونی و مشتریان بالقوه باشید.

فروش یک عمل مشارکتی است و زمانی که شما در دسترس باشید اتفاق می‌افتد. در دسترس مشتریان کنونی و بالقوه خود باشید. با این نگرش در دسترس آنها باشید که "چه کار بیشتری از دست من بر می‌آید؟" و "چه خدمتی می‌توانم ارائه دهم؟". این سوالات به شما کمک می‌کند تا روی اهداف طرف مقابل تمرکز کنید و رابطه محکمی به وجود آورید.

## ۳. به تناسب بین محصول و بازار توجه کنید.

تعداد زیادی تاکتیک و استراتژی وجود دارد. قبل از شروع حرکت تاکتیکی توصیه می‌کنم به تناسب بین محصول و بازار توجه کنید. مزیت رقابتی با توانایی حل مسئله کلیدی به وسیله ارزش افزوده، مطمئناً به افزایش فروش شما کمک خواهد کرد.



#### **۴. یک ارزش پیشنهادی ویژه داشته باشید.**

آن پیشنهاد ویژه‌ای ضروری است که مورد تقاضا باشد. اگر شما یک خدمت عادی یا محصول ویژه‌ای تولید می‌کنید که شرکت‌های زیادی همانند آن را با همان کیفیت ارائه می‌کنند، آن چیزی نیست که بتواند فروش شما را افزایش دهد. اما اگر شما یک ارزش واقعی برای مشتری خود ارائه دهید، با مشتریان وفادار روبرو خواهید شد.

#### **۵. یک استراتژی مارکتینگ استوار داشته باشید.**

بیزینس‌ها همیشه رونق ندارند. یک استراتژی مارکتینگ استوار با یک تیم حرفه‌ای به کار بگیرید یا حداقل یاد بگیرید تا در زمان رکود بازار خودتان عمل کنید. به عنوان مثال خودتان فیلم بسازید، خودتان ساختار برندسازی بومی خودتان را توسعه دهید یا بنویسید و ارائه کنید. شما از هر صاحب کسب و کار دیگری در تاریخ، مزایای رایگان خود را بهتر می‌شناسید.

#### **۶. افزایش ارزش سبد خرید و تعداد دفعات خرید.**

فروختن به مشتری سابق ۱۰ برابر ساده‌تر از فروش به مشتری جدید است. اول از همه راجع به افزایش ارزش سبد خرید صحبت می‌کنیم. به کالاها یا خدمات تکمیل کننده‌ای که شما می‌توانید به محصولات خود اضافه کنید توجه داشته باشید. در وهله دوم افزایش تعداد دفعات خرید است که کاملاً به کسب و کار بستگی دارد. قراردادهای و تبلیغات منحصر به فرد را برای مشتریان ارائه دهید تا احتمال بازگشت آنها بیشتر شود.

#### **۷. بروی مشتریان سابق تمرکز کنید.**

فعالانه و منظم با مشتریان خود در تماس باشید حتی برای بررسی وضعیت شخصی و حرفه‌ای آنها. همچنین برای افزایش ارزش خدمات خود تلاش کنید. یک نکته مهم این است که از پرسیدن درباره آنکه آیا کسی را می‌شناسند که محصولات شما را نیاز داشته باشد، نترسید و فرایند ارجاع را برای خود راحت کنید.

## ۸. روی چرایی خرید مشتری تمرکز کنید.

فقط یک راه برای فروش بیشتر وجود دارد و آن راحت‌ترین راه است. همه چیز از این سوال شروع می‌شود "چرا باید مشتری بخرد؟". این روش در هر کسب و کار B2B و B2C قابل اجراست. در ابتدای کار کلمه فروش را فراموش کنید. مسئله اول درباره‌ی فروش نیست.

## ۹. خدمات اضافه بفروشید.

به مشتریان خود خدمات اضافه بفروشید. به عنوان مثال یک شرکت نرم افزاری متوجه شد تقریباً همه مشتریان هنگام راه اندازی پروژه‌های خود به خدمات بازاریابی نیاز دارند پس شروع به ارائه خدمات تبلیغات مطبوعاتی به مشتریان خود به عنوان خدمت بیشتر کرد و تقریباً همه مشتریان خدمات مکمل را خریدند. به این ترتیب برای شرکت از هیچ درآمد به وجود آمد.

## ۱۰. از بررسی ویدیویی استفاده کنید.

استفاده از نرم افزارهای فروش خوب است. جهت اینکه برای مخاطبان جذابتر شود، آنها را با نظرات مشتریان فعلی و قدیمی خود اغوا کنید. با این وجود، بررسی های ویدیویی تاثیر بیشتری دارند. بنابراین یک یا دو ماه بعد از فروش با ارائه خدمات چکاپ یا خدمات پس از فروش یک بررسی ویدیویی بسازید. با این روش شما می توانید تصویرتان را نه تنها از طریق مشارکت مشتری بلکه از طریق ارتباط با وی بهبود بخشید.



## ۱۱. وب سایت خود را ممیزی کنید.

وب سایتتان را بررسی کنید. به Google Analytics توجه کرده و تحلیل رقبایتان را نیز انجام دهید. حوزه هایی که می توانید در آن SEO و تجربه کاربر را بهبود دهید بیابید. با پرش در جایگاه کلمات کلیدی از صفحه دوم به صفحه اول گوگل، می توانید فروش های جدیدی را به وجود آورید. هرگز اجازه ندهید که حضور اینترنتی شما از بین برود.

## ۱۲. یک فراخوان (CTA) واضح داشته باشید.

اطمینان حاصل کنید که همیشه یک فراخوان واضح در هر نقطه ارتباط با مصرف کننده شما وجود دارد. آیا شبکه سازی کرده اید؟ کارت ویزیت خود را به همراه برنامه ارتباطی ارائه دهید. آیا بروشور برند می دهید؟ برای بازدید از سایتتان، دلیل و فراخوان ایجاد کنید. URL خود را در تمام کانال های شبکه های اجتماعی خود قرار دهید. این کار بسیار ساده است اما در بسیاری از کسب و کارها نادیده گرفته می شود.

## ۱۳. از (LinkedIn sales navigator team) استفاده کنید.

این ابزار بسیار ساده است. به شما اجازه می دهد هر شخص در هر کشور، در هر موقعیت شغلی و هر وسعت شغلی را بیابید. همچنین امکان یافتن افراد فعال واقعی و افرادی که می خواهند با شما در تماس باشند را به شما می دهد. سپس از بخش smart links و who viewed my profile استفاده کنید تا با افرادی که نشانه هایی از علاقه به شما و خدماتتان دارند تعامل داشته باشید.

## ۱۴. رویدادهای خصوصی برگزار کنید.

میزبان رویدادهای خصوصی باشید. حتی در شرایط کرونا رویدادهای مجازی برگزار کنید. مردم عاشق حضور در رویدادهای انحصاری اند. برترین مشتریان فعلی و مشتریان بالقوه تان را دعوت کنید. چیزی که خواهید دید این است که مشتریان کنونی در واقع شروع به فروش محصولات شما می کنند بدون آنکه بدانند.

رفرنس:

<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/202114-/30/03/simple-but-effective-techniques-to-increase-sales/?sh=2715335a5496>

به جهت سهولت در گیرایی، توسط مترجم تغییراتی در متن داده شده است.

از آگاهی تاریخی  
از عشق تا وحدت



**MAHAN**  
Management Consulting Center