



## الف: چهار کلید موفقیت شغلی



چهار کلید موفقیت شغلی وجود دارد که می تواند شما را به شخص با ارزشتری تبدیل کند، توانایی های شما را مؤثرتر عرضه می کنند و شما را در حرفه خود با سرعت بیشتر به موفقیت برساند.

این چهار کلید عبارتند از: تخصص، تمایز، تقسیم بندی و تمرکز.

۱) **تخصص** عبارت است از توانایی شما در بکار بستن استعدادتان در قسمتی حیاتی که برای کمپانی شما یا مشتریانتان ارزشمند است. انتخاب این قسمت که در چه زمینه ای تخصص داشته باشید در موفقیت بلند مدت شما بسیار را تعیین کننده است. شما در چه زمینه ای تخصص و مهارت دارید؟

۲) **تمایز** عبارت است از اینکه چگونه خود را در یک یا چند زمینه که تخصص دارید یا کارایی شما بهتر است برتری خود را نشان دهید. توانایی شما در متمایز کردن خود براساس کیفیت کار بالا بسیار مهم و کانون فعالیت شغلی شماست. همانطور که یک سازمان باید حداقل در یک زمینه برتری داشته باشد تا رونق لازم را پیدا کند. شما هم به عنوان یک فرد باید حداقل در یک زمینه کاری برتر باشید. اگر از کارفرما یا کارمندان شما درباره شما پرسند: «برتری او در چه زمینه ای است؟» آنهاچه جوابی در مورد شما خواهند داد؟ در کدام قسمت کار شما برجسته هستید؟ چه کاری را بهتر از هر کسی انجام می دهید؟ چه کاری را اگر شما انجام دهید سود زیادی نصیب سازمان شما می شود.

اگر تاکنون در حرفه خود یک زمینه را مشخص نکرده اید تا در آن بهترین باشید، باید زودتر اقدام کنید. به توانایی خود و احتیاجات سازمان و مشتریان خود توجه داشته باشید چگونه باید باشد؟ چگونه می توانست باشد؟ نقشه شما برای تبدیل شدن به فردی برجسته در حرفه خود چیست؟ و چگونه میزان برتری خود را چه از نظر دانش و چه از نظر مهارت در یک زمینه کاری اندازه می گیرید؟ این اندازه گیری استاندارد شما را برای کارایی نشان

می دهد. بهترین بودن در یک زمینه مهم از شغل و حرفه شما بیشتر از هر چیزی به پیشرفت شما کمک می کند.

۳) **تقسیم بندی** عبارتست از توانایی شما در مشخص کردن افراد و سازمانهایی که سود بیشتری برای شما دارند. نحوه کار بدین صورت است که شما به طور واضح مهمترین مشتریان خود را مشخص می کنید، و برای جلب رضایت این گروه خاص از مشتریان تصمیم گیری می کنید.

اغلب شما می توانید خط مشی شغلی خود را با توجه به نیاز مشتریان مهم برای ساختن آینده تغییر دهید.

۴) **تمرکز** عبارتست از توانایی شما در تمرکز ذهنی برای روی خدماتی است که برای آن شخص یا سازمان اهمیت دارد.

این چهار استراتژی (تخصص، تمایز، تقسیم بندی و تمرکز) نقطه کانونی حیاتی برای رسیدن به دست آوردهای فوق العاده در سازمان و حرفه شماست.

از خود بپرسید: «کدام مهارت است که اگر آن را در خود تقویت کنید بیشترین اثر مثبت را در حرفه شما به جا می گذارد؟ پاسخی که به این سؤال می دهید را به عنوان یک هدف بنویسید و برای آن یک ضرب العجل تعیین کنید. برای خود طرح و نقشه داشته باشید و برای رسیدن به هدف پر تلاش باشید تا بر آن نائل شوید. این کلید واقعی رسیدن به موفقیت شغلی است.

سایت پزشکان ایران

گرد آوری: گروه جامعه سایت تبیان زنجان

در این جا می خواهم ۳ روش بسیار ساده اما موثر را برای شما بیان کنم که در عمل تجربه شده و در عین حال به آن کمتر توجه می شود.

## ۱- عضو انجمن های صنفی و علمی و صنعتی حوزه تخصصی خود شوید

اما کار را در همین جا رها نکنید. حتما در کمیته های مختلف آن حضور داشته باشید. حتی رهبری یکی از آنها را بر عهده بگیرید. به علاوه اگر انجمن مربوطه ضعیف است سعی کنید بخش کوچکی از فعالیت های آن را برعهده بگیرید و پیش ببرید. حتما از امکانات انجمن ها نظیر مجلات، خبرنامه داخلی، همایش ها، هم اندیشی ها و نمایشگاه ها بهره کافی را ببرید.

ممکن است بپرسید این کارها چه ربطی به تمایز دارد!! بارها در جلسات مختلف دیده ام که بودن در یک انجمن صنفی اعتماد مشتری را بسیار جلب کرده است. این مساله تمایز خاصی را ایجاد می کند. همچنین می توانید با این اقدامات با گسترش شبکه های اجتماعی خود راه را برای رسیدن به مشتری های جدید باز کنید. مشتری این گونه، به شما بیشتر اعتماد می کند و شما را به عنوان یک متخصص می پذیرد.

## ۲- مقاله نوشتن و ارایه سمینارهای علمی را فراموش نکنید

زمانی در یک مجله تخصصی صنعتی کار می کردم. هدف ما در مجله ارائه مقالات کاربردی با توجه به شرایط صنعت ایران بود. به همین دلیل به جای دانشجویان و اساتید دانشگاه، سراغ صنعتگران و مهندسان با تجربه رفتیم. با کمال تعجب اکثر مهندسان اگرچه از دانش و تجربه بالایی برای ارائه مقالات برخوردار بودند، به دلیل نبود وقت کافی از نوشتن سرباز می زدند. برای حل این مساله هنگامی که یکی از افراد مجله را مامور کردیم که به یاری مهندسين برود و با آنها مقاله بنویسد بسیار استقبال کردند و نرخ مقالات بیشتر شد. خاطر م هست حتی یکی از این افراد یکی از تکنولوژی‌هایی را که تازه اختراع کرده بود از همین طریق به یکی از مشترکین مجله فروخت. البته مقاله نوشتن مهندسان، در مجلات در سال های اخیر رو به رشد بوده است، اما مهم این است که شما بر انتخاب محتوای مقاله، سبک نگارش، رسانه ای که آن را منتشر می کنید و ... موارد دیگر بیشتر وقت بگذارید.

همچنین ارائه مقالات در کنفرانس ها، وب سایت های اینترنتی و نیز برگزاری سمینارهای علمی حتی رایگان با کمک یک نهاد علمی، صنعتی و یا صنفی معتبر بسیار مفید است. باز هم می پرسید این موضوع چه کمکی به تمایز می کند؟ با این کار شما به عنوان یک فرد متخصص و دانا در ذهن مشتری جا باز می کنید و خاطرتان باشد همیشه قسمتی از این موارد را به مشتری ارائه کنید.

از صرف لیست کردن تمامی مقالات خود بپرهیزید و این که شما چندین مقاله داشته‌اید برای مشتری امتیاز نیست. بلکه این مساله که محتوای این مقالات چقدر به رفع یک مساله مشتری کمک کرده است، بسیار بهتر اعتماد مشتری را جلب می کند. فراموش نکنید با ذکر نام شما در زیر نام یک مقاله علمی پر طرفدار و انتشار آن در رسانه‌های مختلف و به ویژه اینترنت خود به خود نام شما به صورت رایگان ترویج می گردد.

## ۳- همیشه تحقیق کنید، یاد بگیرید و اطلاعات خود را از وضعیت متخصصان دیگر

**و توانمندی‌های آنها به روز کنید.**

به تازگی با مدیر یک شرکت پیمان‌کاری که حدود ۳۰ سال است در این زمینه فعالیت می کند، شروع به همکاری کرده ام. با وجود آن که در تخصص خود بسیار توانمند است اما یک ضعف عمده دارد که او را از رقابت کارآمد با رقبایش بازداشته است. او هنوز ذهنیت ۲۰-۳۰ سال پیش را نسبت به حرفه خود دارد و به همین دلیل، از بسیاری از موارد نا آگاه است. به همین دلیل در مواجهه با رقبای جدید یا رقبای قدیمی که رویکردها و دانش‌های نوینی را برگزیده‌اند دچار چالش جدی شده است.

همچنین فعالیت این رقبا و بالارفتن اطلاعات مشتریان خواست آنها را نیز تغییر داده است و وی از پاسخ مناسب به آنها عاجز است! شما سعی کنید از این مساله به دور باشید. همواره اطلاعات به روز از حوزه تخصصی خود داشته باشید و به دانشی که در شروع

کسب و کار به دست آورده‌اید، اکتفا نکنید. رقبای خود را مورد بررسی قرار دهید و سعی کنید مطابق با نیاز روز مشتریان، خود را آماده و توانمند نمایید. این راهکارها اگرچه ساده اند، اما آنها را در عمل اجرا کنید و نتایج فوق العاده آن را تجربه کنید.

### ب: راههای طلایی جذب و حفظ مشتری



جذب مشتری و حفظ آن یعنی موفقیت در شغل و بازاریابی. مگر غیر از این است که یکی از مهمترین راههای موفقیت و کسب درآمد، جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی است؟ پس با علم جذب مشتری پیش بروید.

### رازهای طلایی جذب مشتری

خیلی مهم است که خودتان و محصولاتتان را طوری معرفی کنید که نه تنها بتوانید جمعیتی که می خواهید را به سمت خودتان بکشانید، بلکه تشویقشان کنید که دوباره به سمتتان برگشته و مشتری دائمتان شوند.

## چه کنیم برای جذب مشتری

1. محل، محل، محل احتمالاً از همه شنیده اید که یکی از نکات مهم در موفق شدن یک تجارت و نگه داشتن مشتریان، محل است. فقط منظور محله ای که در آن کارتان را راه انداخته اید نیست، جزییاتی مثل اینکه کدام طرف خیابان باشد یا کنار کدام فروشگاه هم مهم است. مطمئناً بارها شده که بخاطر شلوغ بودن یک طرف خیابان، به فروشگاه‌ای که در آنطرف خیابان قرار گرفته رفته اید یا حتماً فروشگاه‌ای که محل پارک مناسب داشته باشد را ترجیح می دهید. احتمالاً از خیلی ها شنیده اید که با اینکه فروشگاه‌های را خیلی دوست دارند اما بخاطر شلوغ بودن محل آن یا نبودن جای پارک به آن نمی روند.



راههای جذب مشتری جدید و حفظ مشتریان قدیمی

2. ظاهر

دقیقاً درست است که می گویند تاثیر اول ماندگارترین تاثیر است. این فقط در روابط میان فردی صدق نمی کند. در دنیای تجارت هم همینطور است. اگر کسی وارد فروشگاه می شود که باوجود بالا بودن قیمت ها روی زمین آشغال ریخته باشد، بوی بدی در هوا جریان داشته باشد یا اجناس همه اینطرف و آنطرف پخش باشند، مطمئناً دیگر به آن جا پا نخواهند گذاشت. مگر اینکه برایشان تخفیف ۱۰۰٪ بگذارید.

### 3. قیمت ها

بدیهی است که این یکی از مهمترین جنبه های دنیای تجارت است. با اینکه می خواهید برای باقی ماندن در دنیای تجارت، سود کافی داشته باشید، اما لازم است قیمت هایتان در رقابت با محصولات یا خدمات مشابه تان و یا حتی کمی پایین تر از آنها باشد. در این حالت باید محصولات بیشتری داشته باشید تا پایین تر بودن قیمت هایتان را جبران کند. هیچ چیز برای مشتری جذاب تر از این نیست که بدانند اگر چند متر جلوتر برود، فروشگاه می تواند همان جنس را با قیمتی پایین تر بخرد. این کار به روش های مختلف قابل انجام است مثل حراج، بُن تخفیف، یکی بخرید بعدی را نصفه قیمت بخرید و هزار و یک ترفند دیگر همانطور که در بالا اشاره کردیم، می توانید قیمتتان را پایین تر آورده اما محصول بیشتری ارائه دهید که سود کمتر از هر کالا را جبران کند.

### 4. داشتن آگاهی نسبت به محصولی که می فروشید

خیلی مهم است که همه کارمندان دانش کامل نسبت به محصولات و خدماتی که شرکت ارائه می کند داشته باشند. هیچ چیز بدتر از این نیست که وقتی سوالی درمورد یک محصول یا خدمات از کارمند یک شرکت می پرسید، برود و کس دیگری را بیاورد تا اطلاعات لازم را به شما بدهد یا از شما بخواهد روز دیگری مراجعه کنید که با کسی که اطلاعات دارد صحبت کنید. البته شرایط خاص هم هست مثل وقتی که کارمندان تحت آموزش هستند. در این شرایط هم باید حتماً افراد مطلع از محصولات و خدمات در دسترس مشتری داشته باشید، چون اگر اینطور نباشد ممکن است خیلی ها از در فروشگاه شما رفته و دیگر برنگردند.

## رفتار دوستانه 5.

خیلی وقت ها شکایت هایی از زبان مردم می شنوید که فلان کارمند در فلان شرکت بی ادب و بداخلاق بوده است. این مشکل بزرگی برای آن بیزنس ایجاد می کند. حرف های مردم خیلی سریع دهان به دهان پخش می شود و همه ما می دانیم که وقتی چیزی می شنویم، آن را باور می کنیم و معمولاً مطمئن می شویم که سراغ آن شرکت نرویم، بدون اینکه خودمان امتحانش کرده باشیم. با مشتریانتان حرف بزنید، به آنها لبخند بزنید، به آنها پیشنهاد بدهید اما سعی نکنید چیزی را به آنها تحمیل کنید. مردم دوست دارند حرف بزنند، مخصوصاً زنان خانه دار که زیاد از خانه خارج نمی شوند.

## تبلیغات 6.

خیلی مهم است که بیزنستان را به روش های درست تبلیغ کنید. تبلیغات روش های مختلفی دارد، مثل روزنامه ها، مجلات، [اینترنت](#)، تبلیغات محلی، تبلیغات کلامی و... برای تبلیغات حتی می توانید از حراج دو روزه یا بُن تخفیف استفاده کنید. این باعث می شود مشتریان زیادی به خاطر حراج به سمتتان هجوم بیاورند اما وقتی ببینند محصولی که ارائه می کنید و قیمت هایتان خوب است و خدمات خوبی به مشتری ارائه می کنید، دوباره به سمتتان برخواهند گشت، چه در حراج باشید چه نباشید.

امیرالمومنین علیه السلام فرمودند:

سه چیز است که هر کس آن را مراعات کند ، پشیمان نگردد :

۱ - اجتناب از عجله،

۲ - مشورت کردن،

۳ - و توکل بر خدا در هنگام تصمیم گیری.