لاري چاري

د خرڅلاو ځواکمنـــي

Ketabton.com

۱۳۹۴ لمریز کال

لیکوال: حسن قلی زاده

ژباړن: ضیاء الرحمن ضیاء

ketabton.com - The Digital Library

د خرڅلاو ځواکمنې لارې چارې

لیکوال:

حسن قلي زاده

ژباړن:

ضیاءالرحمن ضیاء

۱۳۹۴ل کال

ketabton.com - The Digital Library

کتاب پېژندنه:

د کتاب نوم: د خرڅلاو ځواکمني لارې چارې

لیکـــوال: حسن قلي زاده

ژباړن: ضیاءالرحمن ضیاء

خپروندی: د افغانستان ملي تحریك، فرهنګي څانګه

وېـبپـاڼه: www.melitahrik.com

کمپوز/ډیزاین: ژباړن

پښتی ډیزاین: فیاض حمید

چـاپشمېـر: ۱۰۰۰ ټوکه

چـاپـکـال: ۱۳۹۴ ل کال/ ۲۰۱۵م

د تحریك د خپرونو لړ: (۴۰)

یادونه: د چاپ حقوق له ملي تحریک سره خوندي دي او د کتاب د محتوا مسولیت لیکوال پورې اړه لري.

ketabton.com - The Digital Library

ډالۍ

خپلې درنې مېرمنې ته مې، چې د ژوند ډېرې ستړې يې راسره ګاللې

ketabton.com - The Digital Library

د تحريك يادښت

د افغانستان ملي تحريك د (۱۳۹۳ ل) كال په پيل كې له خپلو ګرانو هېوادوالو سره ژمنه كړې وه چې د دې كال په بهير كې به (شل عنوانونه) ښلا ښل ديني، علمي، ادبي او ټولنيز اثار خپلې ټولنې ته وړاندې كوي. ملي تحريك دا ژمنه د يادكال د كب پر (۲۸)مه نېټه پوره او د يوې پرتمينې غونډې په ترڅ كې يې شل عنوانونه علمي اثار هېوادوالو ته وړاندې كړل. ملي تحريك په يادې غونډه كې ژمنه وكړه چې د (۱۳۹۴ ل) كال په بهير كې به انشاء الله د خداى (ج) په نصرت ټول ټال سل (۱۰۰) عنوانه ښلاښل علمي اثار ټولنې ته وړاندې كوي. طبيعي خبره ده چې دا اسانه كار نه دى، ډېر زيات زيار او زحمت ته اړتيا لري، خو ملي تحريك ټينګ هوډ كړى چې خپله دا ژمنه به هم د تېرې ژمنې په څېر عملي كوي. دا اثر چې ستاسو په لاس كې دى د همدې (سل عنوانونو) ژمنه كړو اثارو له جملې څخه دى، چې د چاپ جامه اغوندي. ملي تحريك هيله لري چې له دې اثر څخه به زمور هېوادوال په زړه پورې ګټه پورته كړي. ملي تحريك له ټولو هغو ليكوالو، ژباړونكو، سمونچارو، مالي او معنوي مرستندويانو او چاپ چارو څخه چې ددې اثارو د چاپ په دې ټول بهير كې يې يو بل سره مرسته او ملګرتيا كړې او دا فرهنګي بهير يې بريالى كړى، د زړه له كومې مننه كوي او كور ودانې ورته وايي.

د هېواد د فرهنګ د ښېرازۍ په هيله

د افغانستان ملي تحريك فرهنګي څانګه

ketabton.com - The Digital Library

«د خرڅلاو ځواکمنې لارې چارې» د ښې سوداګرۍ بنسټیز توکی

د خرڅلاو ځواکمنې لارې چارې د ضیاءالرحمن ضیاء ژباړه ده، چې د بازار موندونکو سره د هغو په بازار موندنه کې پوره مرسته کولای شي، نوموړی کتاب په روانه او سلیسه ژبه پښتو ته ژباړلی دی، که څه هم له یوې ژبې بلې هغې ته د ژباړې له لارې مفهوم په پوره توګه نه انتقالیږي، خو ورڅ ژباړن هغه وي، چې د یوې ژبې پر یوې ژباړې پر ځای مفهوم لوستونکو ته وړاندې کړي او په خپله ژبه او اروا پوهنیزو تکتیکونو سره لوستونکي پوه کړي، هو ! ضیاء هم له همدغه تاکتیکه ګټه اخیستې او ژباړه یې چې لولې، نو لوستونکی انګیري چې لیکلی کتاب لولي، نو همدا د ژباړن بریالیتوب دی.

په دې کتاب کې د فابریکو، وارداتي او صادراتي کمپنیو او تر ټولو زیات سترو پلورنځیو څښتنانو او کارکونکو ته د خرڅلاو اغیزمنې لارې چارې په ګوته کوي. په بازار کې د یوه توکي پلورنه خاص مهارت ته اړتیا لري، ځینې خلکو دغه مهارت په جنیتکي ډول اخیستی وي او په پوره چالاکۍ او اماتور ډول دغه تکتیکونه کاروي، چې د پیرودونکي ځانګړې پاملرنه جلبوي. په دې کتاب کې دغه ټولې لارې چارې یو په یو په ګوته شوي دی. د تولید له ډول،

ketabton.com - The Digital Library

څرنګوالي او څومره والي څخه نيولي د پلورونکي تر چلند او نرمې ژبې پورې تاکتيکونه په واضحه توګه بيان شوي دي.

تر اوسه په پښتو ژبه کې دا ډول کتابونه ډېر کم تر سترګو کېږي، چې دغه کتاب په خپل ډول کې ځانګړی دی، چې د بازار موندنې له يوې برخې خبرې کوي. کله چې موږ په بازار کې توکي پېرو نو ډېر څيزونه دي چې هغې ته پام کوو، لکه د دوکان څرنګوالی، چې په دې برخه کې د دوکان جلبوونکې ښکلا، رنګاګانې او زړه راښکوونکی چاپېريال پېروندونکی په غير ارادي ډول د ځان پر لوري رابولي، په دوکان کې به ډېر ښکلي توکي موجود وي، خو د دوکان ناسموالي به هغه توکي په بدرنګۍ پوښلې وي اود پېرودونکي پام ځانته نه شي را اړولای. دا ټول د دوکان په ځلا او ښکلا او پاکوالي پورې نېغه په نېغه اړيکه لري. د دوکان يا پلورنځي جوړښت ښکلا او پاکوالي په اړه زيات تفصيلات شته چې په دې کتاب کې ترې خوند اخيستلای شئ.

يو دوکان به ډېر ښکلی وي، اموال به يې هم ډېر د لوړ کيفيت درلودونکي وي، خو له بده مرغه د پلورونکي چلند به د پېرودونکي سره ناوړه وي، د چلند ژبه به تېره وي او پېرودونکی به د دوکاندار د ناوړه چلند، تېرې ژبې څخه ناراضه وي هغه توکی چې دی ورپسې له کوره راوتی له رانيولو به يې لاس په سر شي. نو د پلورونکو لپاره د خپلو پېرېدونکو سره چلند او ژبه دواړه بايد دوستانه وي پلورونکی بايد د پېرودونکو سره په نېکه، فصيحه او واضحه ژبه او تر امکانه

ketabton.com - The Digital Library

پورې د پېرودونکي پر ژبه خبرې وکړي. د پېرودونکي ژبه د سودا په پلور باندې سترە اغېزه کوي، که چېرې پلورونکی د اخیستونکي په ژبه پوهېږي او هغه سره د نومورې په ژبه خبرې وکړي، پېرودونکي په پوره ډاډ او اطمنان سره سودا کوي او فکر کوي چې دغه پلورونکی د نومورې خواخوږی، اخلاصمند دوست او خپلوان دی، چې په پوره ډاډ سره سودا پېرې. دا او دې ته ورته نور نصیحتونه په تخنیکي ډول، سره له مثالونو لوستلای شئ.

په دې کتاب کې د توکو د څرنګوالي تر څنګ د توکو په پیکنګ باندې هم تفصیلي بحث شوی دی، پېرېدونکي غواړي ښه توکی وپېرې، نو پلورونکي ته بویه چې د غوره کمپنیو توکي راټول کړي او خپله مغازه پرې مشهوره کړي. خو که چېرې توکي ښه وي او پیکینګ یې سم نه وي شوی بیا هم پر پېردونکی بده اغېزه کوي او پېردونکی د توکي په کیفیت شکمنېږي، کله کله ډېر خراب تولیدات د ښه پیکنګ له برکته په لوړه بیه پلورل کېږي، چې په مغازو کې باید پلورونکي د توکو پیکنګ ته خاصه پاملرنه وکړي.

اعلانونه هم د بازارموندنې یوه ښه وسیله ده، چې هرځومره د یوه توکي لپاره زیات اعلانونه وشي په هماغه اندازه تر خلک متاثره کېږي او توکي د ازموینې په توګه هم پېرې، چې ګواکې راشه ویې ګورو که ښه و، بیا به همدا توکی رانیسو او کاروو به یې چې زیات وخت په غېر ارادي ډول ځینې پېردونکي د دې حالت سره مخامخېږي. د توکي مشهورتیا د اعلان په کیفیت پورې هم اړه لري،

ketabton.com - The Digital Library

اعلان باید په څه ډول وشي، تلویزوني، رادیویي، دورځپانې لپاره، اود ببلبورډونو لپاره باید څه ډول اعلان ترتیب شي، دا هم یو مهارت دی، چې دغه اعلانونه باید د خلکو د سایکولوژۍ ته په پام سره برابر شي، چې تر ډېره نوښت ته اړتیا لري، چې په څه ډول خلک اغېزمن کړل شي او د توکو پېرلو ته رامات شي. د اعلان نوی والی، لنډوالی، ښکلا ټول باید په یوه اعلان کې ځای کړل شي، که چېرې یو رادیویي اعلان وي، باید د غږونو په ټاکنه کې ډېر پام وشي، تلویزوني اعلان باید په زړه پورې والي لنډوالي او ښکلا ته باید ډېر پام وکړي اعلان باید کیسه نه وي.

په لنډه توګه دغه کتاب د پلورونکو لپاره یو ښه عملي لارښود دی، چې د هغوی سره د توکو په زیات پلورولو کې ګټور ثابت شي.

په هېواد کې د اقتصادي ثبات په هیله

پوهنیار وفا الرحمن وفا

ژوندون راډیو ټلویزیون- کابل

۲/۱۲/۱۳۹۴

ketabton.com - The Digital Library

د ژباړن خبرې

ډېرى وخت چې بـه کلـه کـوم پلـورنځي تـه لاړم او تـوکي بـه مـې اخيستل، نو د پلورونکو لـه ببلابېلو برخوردونو سره بـه مـخ کېدم. ځينو تـه بـه مـې بيـا ووېـل چې لـه مشـتري سره بايـد څـه ډول چلنـد وشـي، ډېرى وخت بـه لـه پلورونکو سره پر همـدې خبرو بوخت وم. زمونږ ډېرى پلورونکي مسلکي کسان نه دي، ځکه مسـلکي او پوهـه کسان پوهېږي چې له مشتري سره څه ډول چلند وکړي.

يوه ورځ په کابل کې ګلبهار سنټر ته ولاړم، چې يو جوړه بوټان ځانتـه واخلم، هلته له يوه پښتون دوکاندار سره مخ شوم، بوټان مې خوښ شو، په بيه کې يې راسره سم چلند ونه کړ، خو ما ورتـه د تـل پـه څېر بيا شروع وکړ چې بايد له مشتري سره څه ډول چلنـد وشـي. ويـل يـې ورورە مورږ په دې خبرو نه پوهېږو، ما ورتـه ووېـل لېـك لوست کـولای شې، ويل يې خو، نو هلته مې له ده سره ژمنـه وکـړه چې زه بـه انشـاء الله د خرڅلاو په اړه يـا خپـل کتـاب ولـيکم او يـا بـه کـوم بښـه کتـاب وژبـاړم، نـو دا دى اوس مـې دا کتـاب (د خـرڅلاو ځـواکمنې لارې چارې) چې (حسن قلي زاده) ليکلى، پښتو ته راوژباړه.

په دې کتاب کې ډېره پاملرنه دې ته شوې ده چې له يوه مشتري سره څنګه چلند وشي، ځکه له مشتري سره بښـه چلنـد پـه خـرڅلاو بانـدې مستقيمه اغېزه لري.

ketabton.com - The Digital Library

د یو چا له جیب څخه پیسې راویستل ډېر ګران کار دی، دا یو ځانګړی هنر او چلند غواړي، چې تر ټولو ښه یې اخلاق او ښه چلند دی. څومره چې له مشتري سره صمیمي شئ هغه داسې فکر کوي چې ته یې دوست یې یا د هغه په تاوان خفه کېږې.

لکه څنګه چې مې وړاندې وویل دا کتاب ما ژباړلی نو حتماً به یو څه تېروتنې ولري، دا چې له بلې ژبې خپلې ژبې ته کتاب راژباړل یو څه ستونزې لري، نو دا کتاب به هم له تېروتنې خالي نه وي، دا چې په راتلونکي کې مو دا تېروتنې سمې کړې وي، نو له تاسې درنو لوستونکو هیله کوم ، که د کتاب د لوستلو پرمهال له تېروتنو سره مخامخ شئ، نو په ښه یې کړئ او ماته یې ووایئ، چې په بیا چاپ کې د تېروتنو مخه ونیول شي. نور نو دا تاسو او دا هم کتاب.

د یوه بډایه او لوی افغانستان په هیله

ضیاءالرحمن ضیاء

کابل- ژوندون ټلوېزیون

ketabton.com - The Digital Library

خرڅلاو

په لنډه توګه، يوه معامله کې د بازارموندنې اخري پړاو ته خرڅلاو وايي، خو په عين حال کې له مشتريانو سره د اوږدمهاله اړيکو پيل هم دی.

يانې کله چې خرڅلاو ترسره کوئ، د ټيم هم پاملرنه په کار ده، چې څه ډول له مشتري سره راکړه ورکړه ترسره کړئ، ترڅو هغه مو دايمي پيرودونکی شي.

د تام هاپکينز له نظره د خرڅلاو تعريف:

خرڅلاو مسلکيتوب دی، خو ډير سخت کار دی.

په دې مسلك کې بريالیتوب د هغه چا په برخه کيږي، چې مهارت، تخصص او له نورو سره د اړيکو ټينګولو هنر ولري.

د مروجو فکرونو پرخلاف، خرڅلاو د ټيم نه وايي چې مشتري مجبوره کړي تر څو له تاڅخه توکي واخلي، بلکې (پلورونکی) د يوه شرکت يا سازمان او مشتري ترمنځ د اړيکو ټينګولو يوه کړنه ده.

پلورونکی هغه څوك دی چې د مشتري اړتياوې درك کړي او د ښه انتخاب لپاره مشتري په ربښتينې توګه رهنمايي کړي او په پای کې پر دې وتوانيږي چې د پيرلو لپاره د مشتري رضايت او توافق ترلاسه کړي. په دې ځای کې د بازارموندنې اصولي او بريالي ميتود ته

ketabton.com - The Digital Library

اشاره کوم، چې اینټرنېټي بازارموندونکو لپاره یو روښانه مشال دی او کولای شي له دې څخه په سمه توګه ګټه واخلي.

له دې ځایه یې پیلوم:

کله چې په دې نه توانېږئ، پر خلکو باور وکړئ، نو د ډېرو ساده معاملو لپاره چې اخیستونکی پېژندل شوي توکي په نغدو پیسو اخلي، باور ته اړتیا نه شته، خو ډېری معاملې ټولې رښتینې هم نه وي.

کله چې د یو توکي په اړه بې باوري رامنځته شي، تاسې د یو اخیستونکي په توګه له پلورونکي سره ټرلي یاست. کله چې غذا اخلئ، نو پر دې باید ډاډه واوسئ چې دا غذا تاسې نه ناروغه کوي او کله چې درمل اخلئ، نو هیله به مو دا وي چې جانبي عوارض ونه لري او تاریخ تېر نه وي. فرض کړئ یو ماشین اخلئ، په دې باید ډاډه اوسئ چې دا ماشین به ښه کار وکړي. تاسې به دا هیله هم لرئ چې کارکوونکي مو تنبل نه دي.

که چېرې تاسې له یو ډاکتر یا محاسب سره مشوره کوئ، نو اړینه ده چې پر هغوی به باور هم وکړئ.

په هر ځای کې چې اخیستونکی ونه توانېږي مخکې تر مخکې د یو توکي د کیفیت په اړه معلومات ترلاسه کړي، نو پلورونکی باید په دې پوه وي چې مشتري ته د توکي په اړه څه ډول معلومات او ډاډ ورکړي. له بلې خوا تاسې د یو پلورونکي په توګه اخیستونکي ته پور ورکوئ او پر هغې مو باور کړی دی. که چېرې مصرفوونکو ته

ketabton.com - The Digital Library

اجازه ورکړئ چې پرته له پیسو ورکولو ستاسې توکی له ځانه سره یوسي، نو حتماً به تاسې پر دې ډاډه یاست چې هغوی خپل پورونه ادا کوي.

د مارك تواین له نظره ((رښتینولي غوره میتود دی؛ مګر هغه وخت چې په هغې کې پیسې وي))

هغه ددې کنایې په ویلو سره د ښه طرحه شوي بازار یو کلیدي عنصر پېژندلی و. ځینې خلك ذاتاً رښتیني وي، خو ځینې بیا داسې نه وي.

ځینې طرحه شوي بازارونه او ځینې خلك په دې پوهېږي چې پیسې په رښتینولۍ کې دي. له بازار څخه د ډاډمنتیا نتیجه داده چې فرېبکاره خلك هم دې ته هڅوي تر څو پر خپلو ژمنو وفا وکړي.

ښه نوم د یوه توکي د کیفیت ضمانت دی

یو غوره او د ښه نوم کاروبار له ځانه سره ښه ارامتیا لري. هر ناسم کار کولای شي ستاسې د کاروبار اعتبار او باور ته زیان ورسوي، تاسې باید ډاډه واوسئ چې له یوه با اعتباره او د ښه نوم شرکت سره معامله کوئ او دا راکړه ورکړه به په ښه ډول ترسره کړي یانې له تاسې سره به دوکه ونه کړي.

د ښېلګې په توګه په پرچون پلورونکو کې د نرخونو توپیر ډېر لیدل کېږي. هغه شرکتونه چې ښه نوم لري کولای شي د خپلو هغو

ketabton.com - The Digital Library

سیالاټو چې نومورکي وي ډېرې پیسې وغواړي. ځکه چې دا ډول شرکتونه د خپل ښه نوم له امله عایدات ترلاسه کوي.

کېدی شي د خپلو تولیداتو په اړه قانع کوونکي معلومات ورانديې کول یو څه ستونزمن کار وي، خو تاسې مجبور یاست خپل دایمي مشتریان په دې قانع کړئ چې ستاسې تولیدات ستاسې د سیالاټو له تولیداتو څخه غوره دي؟

فرض کړئ ستاسې تولیدات رښتیا هم ښه او غوره دي. همدارنګه فرض کړئ داسې یو کار دی چې تاسې یې ترسره کړئ، نو مشتریان به ستاسې هدف وګوري. دا کار نه یوازې دا چې ستاسو لپاره به لګښت ولري، بلکې مهم ټکی دادی په هغه حالت کې چې تاسې رښتیني یاست نسبت هغه حالت ته چې رښتیني نه یاست، ډېر لګښت هم لري.

اجازه راکړئ چې دې کړنې یا فعالیت ته ((ښېنه)) نوم ورکړم. هغه مشتریان چې تاسې یې ددې کار په ترسره کولو سره وینئ، پر دې دلالت کوي چې تاسې واقعاً رښتیا وایاست.

کله چې تاسې ((ښېنه)) ورکوئ، نو له دې اخلاقي نصیحت څخه پیروي وکړئ، د خبرو پرځای عمل ته راودانګئ او په عملي کار لاس پورې کړئ.

ketabton.com - The Digital Library

په خرڅلاو کې د بریالیتوب (۱۹) لارې چارې

۱- د ساده کارونو په ترسره کولو هوښیار او چالاکه اوسئ.

۲- بریالیتوب سفر دی، نه هدف.

۳- په خرڅلاو کې ځان د مشتري پرځای کړئ.

۴- په هره سوداګرۍ کې انساني اړیکي له مسلکي جزیاتو څخه غوره دي.

۵- پرته له دې چې وګورئ مشتري له تاسې سره څه ډول چلند (ښه یا بد) کوي، تاسې باید خپل انساني کرامت وړاندې کړئ، ډاډه اوسئ چې په دې کار سره به مشتري تاسو جذب کړی وي.

۶- کله چې مشتري ستاسې اداري یا کارځای ته درشي، نو له هغه سره د هغه د احوال پوښتنه وکړئ.

۷- کوچني پرمختګونو ته په ټیټه سترګه مه ګورئ، ځکه همدا تاسې لویو بریالیتوبونو ته رسوي.

۸- هغه ژمنې چې د خرڅلاو پرمهال مو له مشتري سره کړې وي، پر هغې وفا وکړئ.

۹- که چېرې ستاسې لباس د چا په یاد وي او ستاسې خندا یې په یاد نه وي، نو پوه شئ چې د خرڅلاو پرمهال مو نه دي خندلي.

ketabton.com - The Digital Library

۱۰- په خرڅلاو کې کوښښ وکړئ چې خپل وخت مو په لاندې ډول ووېشئ:
(۵۹) سلنه غوږ ونیسئ، (۲۶) سلنه خبرې وکړئ، (۹) سلنه ولیکئ او (۶) سلنه ولولئ.
۱۱- مشتري هغه څوك دی چې ستاسې د اولادونو د سفر لګښت، د ښوونځي فیس، د واده لګښت او نور برابروي، چې داسې ده، نو باید په ارزښت یې پوه شو.
۱۲- له تاسې څخه خوښ او راضي مشتري تر ټولو ښه تبلیغات دي. دې ته بې لګښته اعلان هم وایي.
۱۳- خرڅلاو د یوې معاملې پای نه، بلکې پیل دی.
۱۴- هېڅکله هم له مشتري سره بحث مه کوئ.
۱۵- د خوښۍ لپاره دوه لارې دي: له خپلو غوښتنو تېر شئ او یا له هغو وسایلو څخه ګټه واخلئ، چې تاسې خپلو غوښتنو ته رسوي.
۱۶- مخکې تر دې چې د مشتري ذهن بدلون وکړي، باید تاسې خپله تغیر وکړئ.
۱۷- مشتري زموږ رئیس دی.
۱۸- خپل فکر ته مو پام کوئ، هغوی کلیمې، دوی عمل او هغوی عادتونه او دوی ستاسې شخصیت هم جوړوي.
۱۹- سوداګري هغه ځای ته ځي چې بلل شوې وي او په هغه ځای کې پاتې کېږي چې له هغې سره ښه چلند شوی وي.

ketabton.com - The Digital Library

د مشتري رضايت راجلبول

د لويو بازارموندونکو د بريالیتوب راز، مشتري سره د هغوی د چلند په څرنګوالي کې دی. د بازار موندنې یو تعریف دا هم دی چې ((توکو یا خدمت ته د مشتري دوامداره راضي کولو هنر ته وایي)). اصلي مسئله چې پرهغې باید زیات تمرکز وشي، داده چې ((څنګه کولای شو له مشتري سره ښه چلند وکړو؟ په داسې توګه چې د خپلې خوښې وړ پایلې ته ورسېږو)) او د مشتري ساتلو اصول کوم دي؟ د هغو کسانو لپاره چې بازار ته خپل توکي عرضه کوي، دا ډېره سخته ده چې د احتمالي مشتریانو باور ترلاسه کړي، تر څو هغوی ستاسې توکي یا خدمت واخلي. هر کار چې پیلوئ مخکې تر مخکې ښه فکر پرې وکړئ او ښه ستراتیژي ورته جوړې کړئ.

په هغو لاړو چارو هم فکر وکړئ، چې تاسې بریالیتوب ته رسوي.

د مشتري د باور د ترلاسه کولو لپاره ببلابېلې لارې شته، کوم توکي یا خدمات چې تاسې وړاندې کوئ، هغې ته په پام سره کولای شئ، له ببلابېلو ستراتیژیو څخه ګټه واخلئ. خو یو سلسله کارونه چې د توکو او یا خدماتو په ډول یې وړاندې کوئ، سره تړاو نه لري، خو د ځینو اصولو له مخې د مشتري د جلب او باور له مخې حسابېږي.

ketabton.com - The Digital Library

څنګه کولای شو مشتریان پېرودلو ته وهڅوو

د بازار څېړونکي، سلاکاران او پلورونکي په دې هڅه کې دي چې علم د بازارموندنې هنر ته ننباسي او د دوی ټولو موخه داده چې مشتریان له خپلو پیسو څخه جلا کړي ! جلاوالی په دې مانا چې خپلو محصولاتو او خدماتو ته یې نږدې او ورسوي. (مارک بابچ) د نړۍ د ډېرو بازارونو او پلورنځیو څخه لیدنه کړې ده، په دې لیدنو کې یې ټول هغه پلورونکي چې ډېر خرڅلاو لري، له نظره تېر کړي دي او له دوی ټولو څخه یې یو ټکی موندلی دی هغه دا چې: په داسې حال کې چې تـوکي، مخـاطبین او نرخونـه ببلابـبـل وو، خـو د بـازار مونـدنې اصول په ټوله کې یوشان وو.

که خپل تولید وپلورم! له خپل تولید څخه اتل جوړ کړئ

مشتریان ستاسې سوداګریزې ننبنې نه پېري، بلکې هغوی ستاسې تولیدات اخلي؛ ستاسې ډېری تولیدات له تاسې یو څو ګامه وړاندې په نورو پلورنځیو کې هم شته، د هر بازار لومړی قانون دا دی چې تاسې وښایاست کوم توکي لرئ او ولې ستاسې توکي له نورو ښه دي. تاسې باید دا روښانه کړئ چې ستاسې محصولات د کیفیت او نرخ له پلوه تر نورو پلورنځیو متفاوت دي.

که خپل تولید وپلورم! مشتریانو ته د محصول د کتلو اجازه ورکړئ

ketabton.com - The Digital Library

د مشتریانو دا خوښېږي چې یو توکی له نړۍ په خپلو لاسونو وګوري، نو پر دې اساس مشتري ته اجازه ورکړئ چې ستاسې محصولات له نړۍ وګوري او ټست یې کړي، تر څو په هغوی کې د اخیستلو توان زیات شي.

که خپل تولید وپلورم! له مشتري سره صمیمي شئ

مارک وایي، په استانبول کې د فرشونو یو پلورنځی مې ولیده، چې پلورونکی او مشتري دواړه سره یوځای ناست او چای څښي، د چایو څښلو په جریان کې ورته پلورونکی د خپلو توکو ځانګړتیاوې هم بیانوي، له مشتري سره یې د ملګرتیا یو ماحول رامنځته کړی و، له مشتري سره داسې چلند ستاسې په پلور کې زیاتوالی راولي.

که خپل تولیدات وپلورم! مشتریان له خپلو فابریکو او د تولیداتو پروسې سره ډېر بلد کړئ.

یو ګام شاته لاړ شئ او مشتري د خپلو تولیداتو له پروسې څخه خبر کړئ، په ډېرو هېوادونو کې مې لیدلي، ځینې وخت مشتریان په داسې لاره بیایي چې د فابریکې له منځه تېره شوې وي او پلورنځي ته تللې وي. خو دا کار د ټولو تولیداتو لپاره نه ترسره کېږي، که چېرې ستاسې تولید لباس، لاسي صنایع او یا خوراکي توکي وي، نو کېدی شي چې هغې سره د مشتریانو بلدتیا اغېزمنه وي.

که خپل تولید وپلورم! د محصول ښه والی مو ثابت کړئ

ketabton.com - The Digital Library

په دې جمله بسنه مه کوئ، چې وو ایاست (زمونږ توکی ښه دی) کوښښ وکړئ په ببلابېلو میتودونو د خپل تولید کیفیت مشتري ته ثابت کړئ.

که خپل تولید وپلورم! خپل توکي مو منظم کېږدئ

حتماً به تاسې په کوم هوټل کې د ډوډۍ وېشلو خدمات لیدلي وي، چې ستاسې په څنګ کې اشپز په یوه ځانګړي مېز ناست وي او په ډېر ښه انداز سره خوراکونه برابروي او تاسې ته یې درکوي. دا کار ستاسې اشتها تحریکوي او د ډوډۍ خوړلو څخه ډېر خوند اخلئ. دا کار د نورو توکو په پلورنځیو کې هم اغېزمن تمامېدلای شي، لکه په لباس پلورنځیو، خوراکي توکو او نورو کې. هر یو کولای شي خپل توکي په نمایشي توګه په پلورنځي کې ځای پرځای کړي.

که خپل تولید وپلورم! د بازار له شرایطو سره برابر واوسئ

مارک بابچ وایي، په (میانمار) چې محدود واردات دي او ډېر ګران وارداتي محصولات لري، نو ومې کتل چې بازار ته دویم لاس توکي راغلي دي. نو باید پلورونکي خپل ځان له شرایطو سره سم له چاپېریال سره برابر کړي.

که خپل تولید وپلورم! تر کومه ځایه چې امکان لري، د تولیداتو فرمایش ورکړئ.

که خپل تولید وپلورم! تر کومه ځایه چې امکان ولري، تولیدات سپارښتي کړئ.

ketabton.com - The Digital Library

تر کومه ځایه چې کولای شئ هغه څه مشتري ته ورکړئ چې هغه یې درڅخه غواړي، که څه هم دا کار ستاسو لپاره ستونزمن وي، خو ترسره یې کړئ. هر څومره چې په دې برخه کې کوښښ وکړئ، ستاسې خرڅلاو زیاتېږي.

که خپل تولید وپلورم! خپلو دایمي او وفاداره مشتریانو ته ډېر خدمات وړاندې کړئ.

له مشتري سره اړیکي هېڅکله له یاده مه باسئ ! له مشتري سره اړیکي د ډېرو پلورونکو د بریالیتوب راز دی، کېدی شي ستاسې د بریالیتوب راز هم شي.

ketabton.com - The Digital Library

په خرڅلاو کې (۶) ترخه حقیقتونه

فکر وکړئ...

(الف) پلورونکی پر تاسې یوه قیمتي برقي جارو پلوري.

یو ساعت کېږي چې تاسې ته د همدې برقي جارو د ځانګړنو په اړه معلومات درکوي. مخکې تر مخکې درته وایي چې زما تولید ډېر ښه دی او تاسې ته د برقي جارو ځینې ورځیاوې هم ښایي، یانې سر یې خلاصوي، موټور یې ډېر قوي دی، برق کم مصرفوي او... دې پلورونکي عملاً له ډېر اغېزناکو کلیمو څخه استفاده وکړه، تر څو تاسې راضي کړي چې د هغه محصول واخلئ، په اخر کې دا هم درته وایي چې (۳) کاله ګرنټي او ضمانت هم لري.

فکر کېږي چې دا د یو محصول ښه پېژندنه ده، چې تاسې بې وسلې کړي. ولې تاسې ځنډ کوئ او غواړئ چې په اړه یې فکر وکړئ.

بل پلورونکی ښاغلی (ب) څو ورځې وروسته راځي او هماغه محصول پر تاسې پلوري.

ښاغلی (ب) هماغه د ښاغلي (الف) کار ترسره کوي، خو دا ځل ښاغلی (ب) د محصول کمزوري هم بیانوي، خو تاکید کوي چې د محصول دا کمزوري دومره مهمه نه ده او محصول د کار له مخې

ketabton.com - The Digital Library

طرحه کېږي. په داسې حالت کې تاسې له کوم یو څخه خریداري کوئ؟ که زه ستاسې پرځای وم، له ښاغلي (ب) څخه مې اخیسته.

په ښکاره ډول به دا یو ناخوښه حرکت وي، خو په اوږدمهال کې به بیا د خوښۍ احساس وکړئ. موږ د رښتینولۍ په لټه کې یو.

اجازه راکړئ چې یو مثال درکړم...

که چېرې تاسې غواړئ د اینټرنېټ له لارې په لاس جوړ شوی وایلون (موسیقۍ اله) وپلورئ، نو څنګه په دې توانېږئ چې خپلو سیالانو ته مو ماتې ورکړئ؟ تاسو باید دا روښانه کړئ چې ستاسې وایلون ماشیني نه دی او سل په سلو کې په لاس جوړ شوی دی. دا یو رښتینولي ده چې هغوی ته حقیقت وایاست. کله کله به پر وایلون داغونه هم ښکاري. ددې وایلون بده ځانګړنه داده چې له دې جملې څخه هر یو یې د غږ او اندازې له مخې له نورو سره توپیر لري.

خو زه تاسې ته ډاډ درکوم چې دا وایلون د تکړه صنعت کارانو په لاس او د نوموتو وایلون پوهانو تر نظر لاندې جوړ شوی دی.

همدا ده چې وایلونونه ځانګړي او معتبر دي. همدا ځانګړنې دي چې تاسې منع کوي تر څو ماشیني وایلونونو ته مخه کړئ. دا چې تاسې به رښتیني ډول یا په چل او فریب خپل صداقت ثابتوئ شاید مهمه نه وي. تریخ حقیقت دادی چې کله خلك ووینې چې تاسې قصداً او په خپله خوښه د خپل محصول نیمګړتیاوې په ګوته کوئ،

ketabton.com - The Digital Library

نو په داسې حالت کې مشتري ډېره لېوالتيا ښيي چې له تاسې څخه توکي واخلي. خو له بده مرغه چې ډېر کم شمېر پلورونکي دا کار ترسره کوي.

ډېرو دا زده کړي چې د خپل توليد صفتونه وکړي او ګټې يې بيان کړي. دا کار په ځانګړې توګه په انټرنېټ کې د مبالغې تر کچې رسېدلی دی.

اوس دا ستاسو لپاره چانس دی! پر مشتري باندې د اغېزې کولو لپاره له نورو څخه متفاوت واوسئ او تر ډېره حده له مشتري سره خواخوږي اوسئ. يوازې د خپل محصول يوه نيمګړتيا راواخلئ او په اړه يې په ربښتيتنې توګه ووايئ. خو داسې مشتري ته وانښايئ چې دا نيمګړتيا دومره مهمه نه ده او يا دا چې ددې محصول ښېګڼې دومره زياتې دي چې دا نيمګړتيا په کې نه معلومېږي. دا هغه لار ده چې ستاسې په خرڅلاو کې زياتوالی راولي. تاسې به ظاهراً کمزوري ياست، خو نه! په حقيقت کې تاسې قوي ياست.

ketabton.com - The Digital Library

کوم کسان ډېر خرڅلاو لري؟

ښه پلورونکی هغه څوك نه دی، چې نرخ يې ټيټ وي.

ښه پلورونکی هغه څوك نه دی، چې ښه پېرودونکي ولري.

ښه پلورونکی هغه څوك نه دی، چې ډېر هوښيار وي.

نو څوك کولای شي چې بريالی يا ډېر خرڅلاو ولري؟ هغه څوك کولای شي ښه خرڅلاو ولري يا ښه پلورونکی واوسي، چې له مشتري يا احتمالي مشتري سره ښه چلند وکړي.

له مشتري سره د ښه سلوك څخه پرته بله لار نه شته.

ما يوولس کاله پخوا خپله دنده (د خرڅلاو مدير) ددې لپاره پرېښوده، چې نور بريالیتوبونه ترلاسه کړم. د نړۍ په کچه مې خپل سفر پيل کړ، د ببلابېلو صنعتونو له پلورونکو چې شمېر يې ډېر زيات وو، کار وکړ. ددې کلونو په اوږدو کې مې له (يو زر) پلورونکو سره ليده کاته وکړل، هر يو يې بريالیتوبونه او ناکامۍ درلودلې. په همدې ډول مې په سلګونو د خرڅلاو مديرانو، د خرڅلاو د څانګې مرستيالانو، عامل مديرانو او نورو لويو او کوچنيو پلورونکو سره وليدل. په دې ليدنو او کتنو کې مې داسې

ketabton.com - The Digital Library

یو راز ومونډ چې د هرې برخې او هر صنعت والا په دې سره بریالی کېدلی شي.

هغه کسان چې تل بریالي او د پرمختګ خواته روان وي، هغه څوک دي چې تل په رښتینولۍ کار کوي او هر کار په ښه ډول ترسره کوي. دا اصل په ښو او بدو اقتصادي شرایطو کې، نړیوالو بدلونونو او د یوه سازمان په داخلي بحرانونو کې ((صادق)) دی. دا کوم خاص بهروني امر نه دی چې پر تا باندې وشي، بلکې دا ستا په دننه کې یو تعهد او ژمنه ده، چې له خپل وجدان سره یې کوې. دا کسان داسې څوک نه دي چې ټولې معاملې ترسره کوي او یا ډېرې پیسې ځای پرځای کوي. که څه هم د هغوی کاراو کړنې د کامل (۳۶۵) ورځو سره برابرېږي او هغوی په صداقت او رښتینولۍ ګام پورته کوي.

صداقت او رښتینولي څه ډول تعریفولای شئ؟ زه یې په دې ډول درپېژنم؛ داسې لوړ او قوي اخلاقي معیارونه، پرته له دې چې څوک مو وڅاري، خپله ژمنه او تعهد په ښه ډول ترسره کړئ. یا صداقت او رښتینولي داسې توکي نه دي چې هر کله تاسې ته ګټه رسوي، نو له هغې به استفاده کوئ او که زیان درته ورسوي نو له پامه به یې غورځوئ. ستاسې صداقت او رښتینولي ستاسې د کار او سازمان د ثابت پاتې کېدو ښکارندویي کوي.

تر یوې لسیزې زیاته موده، د سلاکار په توګه زما کار ماته دا موقع په لاس راکړه، چې بېلابېل افراد نه یوازې د څو اوونیو یا څو میاشتو لپاره، بلکې د څو کلونو لپاره تر خپل نظارت او څېړنې

ketabton.com - The Digital Library

لاندې ونيسم. که چېرې تاسې هم د خرڅلاو په برخه کې تجربه لرئ، نو پوهېرئ چې خلك د هغه چا په لټه کې وي، چې پر هغوی باور ولري. کله کله داسې هم کېږي هغه څوك چې د ټولو د باور وړ وي، په يوه سازمان کې ددې ظرفيت پيداکوي چې د شرکت په راس کې راشي او له هغې څخه پورته هم. پرته له دې چې تاسې په يوه شرکت يا سازمان کې کار کوئ، نو خلك تاسې خوښوي، بلکې که تاسې هر چېرې ياست او همداسې صادق واوسئ، نو خلك به پرتاسې باور او اعتماد لري.

رښتينولي له هغه ځايه پيلېږي، کله چې تاسې يو کار پيلوئ او تاسې خپل ځان مسول وګڼئ. په حقيقت کې صداقت دې پورې هم اړه لري، چې تاسې زيات مسوليت پر غاړه واخلئ. ژمنه او مسوليت مو ددې لامل کېږي چې هره ورځ په رښتينولۍ سره ډېر کار وکړئ. هر کار چې ترسره کوئ، سل په سلو کې يې مسوليت پر غاړه واخلئ او په لوړه کچه يې ترسره کړئ.

د رښتينولۍ د تقويې لپاره دلته ځينو ټکو ته اشاره کوم:

- هېڅوك تاسې دې ته نه شي مجبورولای چې رښتيني واوسئ، ځکه دا ستاسې دنننی او شخصي تصميم دی، دا بيا ستاسې په کارونو کې معلومېږي.
- هېڅوخت د يو کار د پيلېدو لپاره ناوخته نه دی. که چېرې مو په تېر وخت کې په سمو کړنو کار کړی وي، نو اوس ځانته نوي معيارونه وټاکئ. کوښښ وکړئ چې خپلې موخې

ketabton.com - The Digital Library

مو په لویو او کوچنیو کټګوریو ووېشئ، که د کیفیت له پلوه وي او یا هم د کمیت له پلوه، نو په خپلو اخلاقي معیارونو یې پر مخ یوسئ.

- دا په یاد ولرئ، هره معامله باید ترسره نه کړئ، لومړی هغه څه ترسره کړئ، چې تاسې ته ډېر ارزښت لري.
- ستاسې صداقت او رښتینولي هغه وخت معلومېږي، چې د یو کار په ترسره کولو کې له تاسې هېڅوك خبر نه شي او یا هېڅ نه خبرېږي، نو په دې وخت کې تاسې ته معلومېږي چې څه ډول خپل کار پرمخ وړئ.
- که ستاسې په شاوخوا کې داسې کسان وي، چې خپل کار په صداقت او رښتینولۍ سره ترسره کوي، نو له هغوی یې زده کړئ. که چېرې تاسې د خرڅلاو په برخه کې لږ یا ډېر کار کړی وي، خو په خپل ایماني او وجداني مسولیت خپل کار ترسره کوئ، تر څو خپلو لوړو هیلو ته ورسېږئ. دا ډول بریالیتوب بې مثاله وي. په دې ډول به تاسې خپلو داسې هیلو ته ورسېږئ، چې هېڅ مو فکر پرې نه وي کړی.

ketabton.com - The Digital Library

په خراب بازار کې د ښه خرڅلاو (۳) لارې

کله چې اقتصادي وضعیت ښه نه وي، نو پلورونکي پوهېږي څه ډول غبرګون وښایي. ورځپاڼې، خبري پروګرامونه، انټرنېټي خبرونه ټول له دې ډک وي چې وضعیت په خرابېدو دی او ډېرې بدې ورځې راروانې دي. پلورنځي تړل کېږي، نرخونه لوړېږي، ډېر خلک بې کاره کېږي او په ورځپاڼو کې ډېرې ګرمې کیسې روانې وي. ما دومره عمر تېر کړی دی چې په دې پوهېږم، دا هر څه د تېر په څېر تکرارېدونکې پېښې دي.

که چېرې تاسې د کاروبار څښتنان یاست، نو پوښتنه داده چې په دې ډول شرایطو کې څه کول په کار دي؟ او سمهال کوم کارونه ترسره کړئ چې په دې ډول اقتصادي وضعیت کې خپل کاروبار وژغورئ؟

که چېرې تاسې داسې یو پلورونکی یاست چې ستاسې محصول د خلکو د ورځنیو چارو لپاره اړین نه وي، راتلونکو درې ټکو ته په پام سره کولای شئ، له داسې ګډوډ اقتصادي حالت څخه په ارامۍ سره ووځئ.

پر مشتریانو مو تمرکز وکړئ.

ketabton.com - The Digital Library

په دې اوا خرو کې مې دا سې یوه څېړنه مطالعه کړه، چې غوښتل یې پوه شي، په کومو شرایطو کې مشتریان ښه خریداري کولای شي. خو په زړه پورې ټکی په کې دا و، چې خلک غواړي له نړۍ دې ځای څخه خریداري وکړي، ډېر لږ خلک د ډېرو کمو شیانو لپاره له یوه پلورنځي څخه بل پلورنځي ته ځي. په بله وینا خلک دې ته ډېره ترجیح ورکوي چې له یوه ځای څخه ټول توکي وپېري، نه دا چې دوکان پر دوکان وګرځي.

د یوه کاروبار لپاره تر ټولو بده داده چې د خپل پرمختګ کارونه په ټپه ودروي. خلک دې ته اړتیا لري چې پوه شي تاسو هم د هغوی په څېر له دې شرایطو سره حساس یاست او په داسې حالاتو کې هم هغوی ته اهمیت ورکوئ. دا کار له دې لارې هم کولای شئ، د ځینو توکو چې قیمتونه یې ډېر لوړ دي او مشتري ورته په اسانۍ زړه نه ښه کوي چې ویې پېري، نو تاسې باید د داسې توکو نرخونه لږ څه راټیټ کړئ او په همدې ډول د سیالانو په منځ کې خپل ځان مطرح کړئ. په دې بحراني حالتونو کې له خپلو مشتریانو څخه د معلوماتو راټولولو تر ټولو لوی بانک یا زېرمه جوړه کړئ. د ټېلفون، برېښنالیک او هر بل ادرس له لارې دا کار وکړئ، له هغوی سره اړیکي ونیسئ، د هغوی ستونزې پیدا کړئ او حل لارو په اړه لاس په کار شئ. ددې ستونزو حل یوازې په قیمت کې نه دی، چې نرخ مو ټیټ کړئ ددې ستونزې حل به دا هم وي، خو داسې لارې چارې نورې هم شته چې خپل پخوانې مشتریان ببرته راخپل کړئ. باید په دې پوه شئ چې

ketabton.com - The Digital Library

مشتریان مو څه شی خوښوي او څه شی نه خوښوي او څه شی ډېر غواړي.

د خپلو توکو پر فهرست مو تمرکز وکړئ.

پلورونکي باید د خپلو توکو له لیست یا فهرست څخه باخبره وي. په دې باید پوه شئ، چې په پلورنځي کې څومره او څه ډول توکي لري، ټول باید کټګوري شوي وي. خپل ټول توکي مو ببل ببل له نظره تېر کړئ او وګورئ چې کوم ډول توکي ډېر پلورل کېږي او کوم ډېر نه پلورل کېږي. کوم توکي چې ډېر نه پلورل کېږي، د هغې د ډېر نه پلورلو دلایل پیدا کړئ او حل لاره ورته ولټوئ. کولای شئ په ارامه او دقت سره داسې لارې چارې پیدا کړئ، چې هماغه توکي په اسانۍ سره پر مشتریانو وپلورئ.

کله چې بازارونه سستېږي، نو مشتریان هم دې ته په تمه وي، چې په ارزانه او مناسب قیمت توکي ترلاسه کړي.

شیدې وپلورئ ! یانې څه؟ ! شیدې په ورځنیو چارو کې اساسي رول لري. که چېرې تاسې د شیدو او لبنیاتو په پلورنځي کې یاست او د خلکو ورځنۍ اړتیاوې پوره کوئ، نو کله چې ستاسې پلورنځي ته مشتریان د شیدو اخیستلو لپاره راځي، نو ځینې داسې توکي هم شته چې مشتري مجبور دی له بل پلورنځي څخه یې وپېرئ، که چېرې تاسې د شیدو او لبنیاتو سره سره داسې توکي هم په خپل پلورنځي

ketabton.com - The Digital Library

کې ولرئ، چې له لبنیاتو سره ورته وي، نو ستاسې په خرڅلاو کې به زیاتوالی راشي.

په خرابو اقتصادي حالاتو کې به ستاسې موخه دا وي چې په ډېرو خلکو ډېر توکي وپلورئ. مشتریان هم خوښوي چې په یوه ځای او له یوه پلورنځي څخه ټول اړتیا وړ توکي وپېرئ، که چېرې هغه ستاسې وفادار مشتري وي، نو تاسې مسولیت لرئ چې د هغې قدر وکړئ، له هرې لارې چارې باید کار واخلئ چې خپل دایمي مشتري خوشاله وساتئ او ورسره ښه چلند وکړئ.

پر خپل پرسونل تمرکز وکړئ:

څه موده مخکې په یوه کاري سفر (لاس او ګاس) ته ولاړم، په لاره کې له یوه ټیکسیوان سره کېناستم، ټیکسیوان ته مې وویل، داسې ښکاري چې ستاسې او ستاسې د شرکت کاروبار نن سبا ښه روان دی، خو ټیکسیوان برعکس ځواب راکړ، ویل یې نه، په دې ورځو کې زموږ کاروبار ډېر خراب شوی دی، د شرکت مالک موږ اوس رخصتی ته هم نه پرېږدي، وایي چې دا سمه ده کاروبار خراب دی، خو زه غواړم په بازار کې زما ټولې ټیکسیانې وګرځي او کوم مشتریان چې موجود دي، باید زما له ټکسي موټرو څخه استفاده وکړي. ټیکسیوان راته وویل چې زموږ مالک هغه وخت رخصتي کوي، کله چې یې کاروبار ښه وي.

ketabton.com - The Digital Library

په هر صورت، دا خبرې تاسې ته کومه مانا لري؟ خپل پرسونل مو چې ډېر مجبور هم شئ، مه کموئ، مه يې کاري ساعتونه راکموئ، خو دا چې هغوی په کار کې بوخت وي. مشتريانو ته دا مهمه نه ده چې ستاسې کاروبار خراب شوی دی، يا تاسې ستونزې لرئ، بلکې هغوی دې ته اهميت ورکوي، چې په پلورنځي کې داسې څوک شته چې د دوی خبرو ته ځواب ورکړي او له دوی سره خبرې وکړي. که خپل پرسونل کم کړئ، نو په خپل لاس مو ځان کمزوری کړ او سيال مو قوي کړ. په کار پوهه او داسې پرسونل درلودل چې په خپل وخت او تېزۍ سره مشتريانو ته خدمات وړاندې کړي، دا کار ستاسې په خرڅلاو کې زياتوالی راولي، خو چې پرسونل مو په دې پوه شي مشتريانو ته ښه خدمات وړاندې کول، د هغوی په لومړيتوبونو کې دي.

په بدو اقتصادي حالاتو کې کېدی شي تاسې خپل مشتريان له لاسه ورکړئ، خو پوښتنه داده چې ايا په دې پوهېږئ، په دې شرايطو کې د مشتري په ذهن کې څه ګرځي؟ او کوم توکي مشتريانو ته وړاندې کړئ؟ د څېړنو او تحقيق لپاره دا ډېر ښه وخت دی تر څو وکولای شئ، خپله پانګه وارزوئ او داسې پلانونونه جوړ کړئ، چې په دې شرايطو کې مشتريانو ته څه ډول خدمات او توکي وړاندې کړئ.

ketabton.com - The Digital Library

له مشتري سره خواخوږي او هغې ته د ډاډ احساس ورکول

د ببلګې په توګه که مور په وېبپاڼه کې ببلابېل اپشنونه جوړ کړو او کارووونکی د هغې پر لیدو دې ته زړه ښه کړي، چې له وېبپاڼې څخه خرید وکړي، نو مور به بریالی خرڅلاو ترسره کړی وي. مثلاً د اخیستلو د تنې ترڅنګ د لویو لویو شرکتونو لوګو او نښې ولګوو چې کارووونکی د هغې پر لیدو دا احساس وکړي، چې زما د خوښې شرکتونه دي او یا هم ووایي چې زما خدمت یې وکړ.

او یا دا چې مور د خپلو محصولاتو لپاره د ګرنټۍ تنې هم جوړه کړو او یا هم تر دې لوړ داسې شیان، په دې صورت کې کارووونکی د همدردۍ احساس کوي او هم د اخیستلو توان او زړه پیدا کوي.

د یوې وېبپاڼې د چوکاټ په جوړولو کې مور باید داسې اپشنونه جوړ نه کړو چې هغه ګونګ وي او روښانه مانا ور نه کړي، د وېبپاڼې له لارې مشتري د محصولاتو په اخیستلو کې باید کوم شك او وېره ونه لري او په اسانۍ سره یې ترلاسه کړي.

په وېبپاڼه کې د نورو نظرونه او وړاندیزونه کولای شي مور ته د محصول په اړه نیمګړتیا راپه ګوته کړي او یا هم د مشتریانو په ارتیاوو او اسانتیاوو پوه شو. کله چې کارووونکی په وېبپاڼه کې

ketabton.com - The Digital Library

مثبت او منفي نظرونه وګوري، نو دا په اسانۍ درك کولای شي چې د رښتينو کارووونکو له خوا کومه نيوکه موجوده ده او څومره نيوکې دروغ دي.

د هغو مشتريانو لپاره چې زمونږ له محصولاتو څخه راضي دي، په وېبپاڼه کې يوه سرچينه بايد قيد شي.

د يو محصول د لېږلو وخت بايد ډېر روښانه او مشخص وټاکو. په پاڼه کې د محصولاتو د تشريح لپاره يو وړانديز ته دوه ضلعې ورکول کولای شي مشتري ته خريداري ډېره اسانه کړي او د خپلې خوښې وړ توليد واخلي. دا ټول موارد کولای شي کارووونکی راضي کړي چې په مينه او علاقه ستاسې له وېبپاڼې څخه د خپلې خوښې وړ محصول خريداري کړي.

- په خرڅلاو کې بريالیتوب د هغه چا په برخه نه کېږي چې ټيټ نرخ ولري.
- په خرڅلاو کې بريالیتوب د هغه چا په برخه نه کېږي چې ښه مشتريان ولري.
- په خرڅلاو کې بريالیتوب د هغه چا په برخه نه کېږي چې ډېر هوښيار وي.

ketabton.com - The Digital Library

ایا پوهېږئ چې څوك واقعاً ښه خرڅلاو لري؟

موږ ټول په ویناوو او لیکلو کې د کلیمو له قدرت څخه خبر یو او پر دې هم پوهېږو، چې کلیمې د یوې وینا اصلي بنیاد جوړوي. دا موضوع ډېری وخت په خپلو لیکلو کې راته ښکاري، لکه څنګه چې په رسنیزو تبلیغاتو کې او یا د محصولاتو د خرڅلاو پر وخت له داسې کلیمو او لغتونو څخه کار اخلو چې خلك ځان ته جذب کړو.

هغه څه چې تل یې موږ په اړه فکر کوو، دا دي چې ایا د لیکلو پر وخت او یا هم د خرڅلاو پر وخت له څه ډول کلیمو څخه کار واخلو؟

نو ویلای شو چې دا موضوع خپله د لیکلو لپاره یوه ایډیا ده، نو په دې صورت کې باید د غوره او جذابو کلیمو د یو لیست په برابرولو باید پیل وکړو. چې په دې ځای کې یې په اړه لنډ بحث کوم او هیله لرم چې د مشتریانو په جذب کې به له تاسې سره مرسته وکړي. فرض کړئ دا داسې موضوع ده چې موږ او تاسې ټول ورته اړتیا لرو.

د کلیمو قدرت له کلونو کلونو څخه تراوسه دوام لري او دوام به ولري، موږ کولای شو دا کلیمې، په شعرونو، نثرونو، ناولونو، مقالو او ... کې پیدا کړو، خو زموږ بحث د ادبي کلیمو په اړه نه

ketabton.com - The Digital Library

دی، بلکې زمونږ بحث پر دې دی، چې له څه ډول کلیمو څخه کار واخلو، تر څو کارووونکي او مشتریان خپل محصول ته راجذب کړو.

مهم ټکی:

قوي او غوره لغتونه کولای شي ((غوره او قوي عبارتونه)) رامنځته کړي. د تولیداتو او همدارنګه د بازارموندنې په ستراتیژیو کې باید ((قوي او غوره اماثل او هیلې))، ((غوره او اغیزمن انځورونه)) رامنځته کړي او له ((قوي او غوره عبارتونو)) څخه په استفادې سره د باالقوه یا اوسنیو مشتریانو ((احساسات)) در هدف لاندې ونیسي. ((قوي عبارتونه)) هغه عبارتونه دي چې وکولای شي ستاسې د ((مخاطب یا مشتري احساسات)) راوپاروي او هغه د ((پرېکړې کولو)) لوري ته وهڅوي. په دې بڼه کولای شئ ((خرڅلاو)) مو زیات کړئ او د محصول لپاره په هغه بازار کې چې زمونږ په نظر کې دی، ځای پیدا کړئ.

خبره دلته ده چې:

د خپل محصول لپاره په تبلیغاتو کې ذهن هدف وګرځوئ، تاسې هغه وخت بریالیتوب ته رسېږئ، چې د خپل شرکت نوم او لوګو (نښه) د نورو په ذهنونو کې ځای پرځای کړئ، نه دا چې د سړك پر سر تابلوګانې او لوحې.
نښې او انځورونه تل د خلکو په ذهن کې پاتې کېږي. د ببلګې په توګه:

ketabton.com - The Digital Library

ایا تېر دوبی چې له خپلې کورنۍ سره مو د هېواد شمال ته سفر وکړ، په یاد مو دي؟ کله چې هماغې خاطرې ته فکر کوئ، کېدی شي یوازې د هماغې صحنې انځورونه دې ذهن ته راشي، چې د سیند غاړې ته تللي واست او نور. خو دا انځورونه څه ډول په ذهن کې پاتې کېږي، چې بیا وروسته ترې خوند اخلئ؟ ځواب یې دادی: زمونږ د بازارموندنې او خرڅلاو په علم کې د نظرونو ټکي باید جذب کړو، باید د خپل محصول تصویر د کارووونکي په ذهن کې ځای پرځای کړو.

د یوه محصول د سرلیك یا نوم ټاکلو په اړه باید د تصور له ټیټې کچې څخه کار واخلئ.

له ځانه وپوښتئ چې د تصور ټیټه کچه څه ده.

کېدی شي تاسو سره هم داسې شوي وي، چې د یوې کلیمې په اورېدلو سره ستاسې ذهن له هغه څخه په ټېزۍ سره یو تصویر جوړ کړی وي. باید ووایو چې ځینې کلیمې شته چې په ذهن کې یو خاص اهنګ او ځانګړی تصویر جوړوي.

مونږ باید په خبرو کې له داسې جملو څخه کار واخلو چې د خلکو د خوښې وړ تصویر وړاندې کړي. دا یو هنر دی، چې په دې باندې بازارموندونکی ښه پوهېږي، چې ذهني تصویر څه شی او څه ډول کولای شي مشتري دې ته لېواله کړي چې محصول واخلي.

ketabton.com - The Digital Library

له مشتري سره له دې خبرو پرته نورې خبرې وکړئ!

د پرچون فروشۍ نړۍ ډېره پراخه او د ببلابېلو توکو او خدماتو لرونکې ده. په یوه پلورنځي کې د خرڅلاو سبك او ډول د خرڅلاو له ټولو ډولونو سره ورته والی او ببلوالی لري.

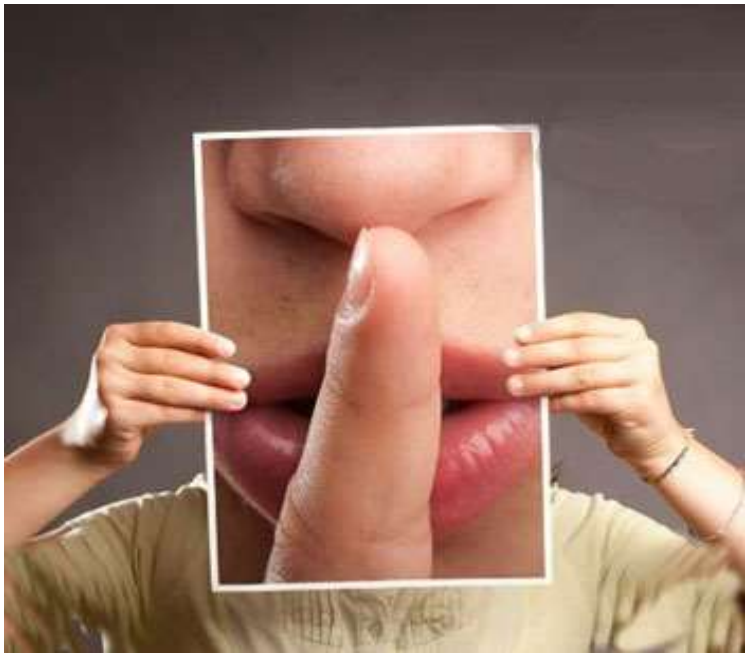
په یوه پلورنځي کې پلورونکی له ببلابېلو مصرفوونکو خلکو سره سروکار لري، نه له یو یا څو د خرڅلاو مامورینو او کارپوهانو سره، چې ډېری یې له ډول اصول او میتودونه تعقیبوي، نو پلورونکي باید نرمه مزاجه واوسي.

د یوه پلورنځي د خرڅلاو بڼه داسې ده چې مشتري پلورونکي ته مراجعه کوي، نه پلورونکی مشتري ته. یا په بله وینا پلورونکی د مشتري په پیداکولو کې لږ رول لري، مشتري خپله د پېرلو لپاره پلورنځي ته راځي او د پلورونکي دنده له همدې ځایه پیلېږي. دې ته چې هر نوم ورکوئ؛ د مشتري خدمت، د مشتري لپاره یوه زړه راکښونکې تجربه، د خرڅلاو مطلوب کړه وړه، یا له دې ټولو ساده، د کارونو بڼه ترسره کول.

خو یو اصل له یاده ونه باسئ، ستاسې د پلورنځي بریالیتوب مستقیماً له هغه څه سره اړیکه لري، چې مشتري ستاسې پلورنځي ته د توکو د بڼه کیفیت له املې راغلی دی دی. له مشتري سره

ketabton.com - The Digital Library

ستاسې بحث بېلابېل عوامل لري، لکه د پلورنځي قوانين، د توکو مديريت، کمښت او د ډالۍ ورکول، خو تر ټولو قوي لامل چې د هغې له املې مشتري د پېرلو پربکړه کړې ده، له مشتري سره ستاسې اړيکي او خبرې اترې دي، چې د پلورنځي په کچه مو ترسره کړي دي.



کومې جملې او لغتونه چې د مشتري پر وړاندې تاسې او ستاسې همکاران کاروي، بايد دقت ورته وکړئ، له داسې کلماتو څخه کار واخلئ، نه دا چې د مشتري د پېرلو مخه ونيسي، بلکې هغه حيران

ketabton.com - The Digital Library

شي. ځينې داسې جملې له ځانه سره تکرار کړئ. دا په یاد ولرئ چې په یوه پلورنځي کې ستاسې دنده احساس رامنځته کول دي او ستاسې له پلورنځي څخه د مشتري خرید هغه ته یوه زړه راکښوونکې تجربه وي.

ستاسې دنده له مشتري سره وفاداري ده. یو وفادار مشتري تل له تاسې توکي پېري او نورو ته هم ستاسې له پلورنځي څخه د توکو اخیستلو توصیه کوي. د وفاداره مشتري درلودل، په یوه پلورنځي کې د بریالیتوب مهم اصل دی.

نو پر دې اساس له مشتري سره د مخامخېدو پر وخت له لاندې عبارتونو څخه استفاده مه کوئ، هسې نه چې مشتري ستاسې له پلورنځي څخه بده خاطره ولري او یا یې له خرید څخه زړه تور شي.

نه پوهېږم!، خبر نه یم!

په دې ډاډه اوسئ، مشتري نه غواړي چې تاسې دې په هر څه پوه شئ. کله چې په پلورنځي کې د موجودو توکو په اړه څوك درڅخه معلومات غواړي، نو پلورونکی باید د مشتري پوښتنو ته ځواب ووایي. په پلورنځي کې ستاسې کار دا نه دی چې توکي ورکړئ او پیسې واخلئ، تاسې باید د مشتري له اړتیا سره سم هغوی ته خپل توکي وروپېژنئ.

ketabton.com - The Digital Library

نو د خپلو توکو په اړه پوره او هر اړخیز معلومات باید ولرئ، دا ستاسو دنده ده چې له مشتري سره مرسته وکړئ، تر څو د خپلې اړتیا او خوښې وړ توکي پیداکړي، تاسې باید په دې وتوانېږئ چې د پلورنځي توکي له یو بل سره پرتله کړئ او خپل توکي مو د سیالانو له ورته توکو سره پرتله کړئ. هغه توکي چې مشتري له تاسې څخه پېرلي وي، غواړي د هغې د استعمال او ساتنې په اړه معلومات ترلاسه کړي.

نو هغه جملې لکه ((زه نه پوهېږم)) او یا ((وبښئ! په دې اړه معلومات نه لرم)) د یوه مسلکي پلورونکي لپاره مناسبې جملې نه دي. حتی که تاسې د یوې موضوع په اړه معلومات ونه لرئ او مشتري له تاسې څخه پوښتنه وړي، نو باید تاسې یې د ځواب په اړه باید پلټنه وکړئ او ځواب پیدا کړئ او مشتري ته داسې جمله وکاروئ: ((په زړه پورې پوښتنه دې مطرح کړه، اجازه راکړئ چې ځواب یې درته پیدا کړم)).

پلورل شوي توکي بېرته نه اخیستل کېږي!

که چېرې ستاسې د پلورنځي خرڅلاو داسې وي، چې پلورل شوی جنس بېرته نه اخلئ، نو اړینه ده چې مشتري مخکې تر مخکې په دې خبر وي چې ستاسې په پلورنځي کې بېرته جنس نه اخیستل کېږي. که څه هم اوسمهال هر څه د مشتري پر مدار راڅرخي، خو بیا هم پلورنځي باید په دې برخه کې نرم واوسي. په ځانګړو توکو لکه

ketabton.com - The Digital Library

خوراکي، درمل او یا هم ځینې الکترونیکي توکي که بېرته نه هم اخلي، نو مشتري باید مخکې تر مخکې خبر واوسي. تر هغه ځایه چې مشتري ستاسو رئیس دی، نو دا وړاندیز کېږي، چې د مشتري په ساتلو او د هغه د رضایت ترلاسه کولو کې نرم او مهربانه اوسئ. دا په نظر کې ونیسئ، هغه څوك چې تاسې ته ستاسې توکی بېرته راوړي، یانې ناخوښه مشتري دی او له تاسې راضي نه دی، ددې جملې ((پلورل شوی توکی موږ بېرته نه اخلو)) په ویلو سره کېدی شي هغه په عصباني مشتري تبدیل کړي. که څه هم ستاسې د پلورنځي پلورل شوي توکي بېرته نه اخیستل کېږي، خو په دې وخت کې له مشتري سره داسې چلند باید وشي، چې عصباني او قهرجن نه شي او یوه مناسبه حل لاره ورته پیدا کړئ.

دا مو باید په یاد وي، چې د یوه مشتري د ساتلو لګښت دومره زیات نه وي لکه د نوي مشتري جذب چې څومره لګښت غواړي.

رخصتي!

په داسې حال کې چې تاسې د ورځې په اخر کې د خپل پلورنځي ټول حسابونه ترلي وي او د رخصتۍ وخت وي، په دې وخت کې ناڅاپه یو مشتري راځي چې له تاسې کوم څه وپېري او تاسې ورته ووایئ چې (رخصتي) او ځواب ورکړئ چې (سبا...) . تاسې باید مشتري ته داسې ځوابونه ور نه کړئ، په دې موضوع باید فکر وکړئ ځکه

ketabton.com - The Digital Library

مشتري ستاسې د رخصتۍ وخت نه پېژني، هغه راغلی دی تاسې ته خپلې پیسې درکړي او له تاسې یو څه وپېري.

که چېرې تاسې خپل توکي ټول کړي او حسابونه مو ترلي وي، نو مشتري ته ووایاست چې ((مورږ د شپې په لسو بجو کار بندوو او د سهار په (۹) بجو بیا ستاسې په خدمت کې یو او که چېرې امکان ددې وي، چې په لږ وخت او تېزۍ سره هغه توکي راخیستلای او پلورلای شئ، نو مشتري ته ووایه، تاسې مهرباني وکړئ، هر څه مو چې په کار وي، ماته یې ووایئ که امکان یې وو، نو حتماً ستاسو د خوښې ورې توکي ستاسې په خدمت کې دي.

که چېرې ستاسې د رخصتۍ وخت وي او په دې وخت کې مشتري راشي او تاسې ورته ووایاست چې حسابونه مو ترلي او زمورږ د رخصتۍ وخت دی، خو بیا هم چې تاسې دومره زما تر پلورنځي راغلئ، نو توکي درکوم، دا کار د مشتري لپاره ډېر ارزښت لري. همدا کوچني کارونه کولای شي چې ستاسې د وفادارو مشتریانو شمېر زیات کړي.

هغه، هلته دي!

کله چې ستاسې پلورنځي ته مشتري راشي او له تاسې پوښتنه وکړي چې پلانکي توکي په کوم ځای کې دي؟ او تاسې ورته ووایاست چې (هغه هلته دي، په لومړۍ الماری یا پنجره کې)، نو ستاسې دا کار په دې مانا دی چې تاسې ته د مشتري اړتیا ورې توکي

ketabton.com - The Digital Library

هېڅ اهميت نه لري، که چېرې اهميت درته لري، نو له مشتري سره لاړ شئ او هماغه توکي ورته وښایاست. له دې فرصت څخه ګټه واخلئ او پوه شئ چې د مشتري اړتیا څه ده او کوم توکي خوښوي او په همدې وختت کې ورته د خپلو توکو په اړه لنډ لنډ معلومات هم ورکړئ.

که چېرې د مشتري اړتیا وړ توکي ستاسې په پلورنځي کې نه وي او هغه درڅخه پوښتنه وکړي، چې په کوم ځای کې یې پیدا کولای شم، نو تاسې باید مشتري ته په ډېره نرمه لهجه هماغه پلورنځي وانښایاست او که امکان یې وو، یو دوه دري قدمه ورسره لاړ شئ.

زه نه شم کولای دا کار ترسره کړم!

دا هم داسې یو میتود دی چې مشتري ته منفي ځواب ورکول دي. د ((نه)) لغت داسې یو لغت دی چې مشتري دې ته په تمه وي چې ستاسې له خولې یې واوري. که چېرې تاسې د یوه پلورنځي مدیر یا سرپرست یاست، نو په پلورنځي کې مو دا جمله ((زما له لاسه دا کار نه کېږي)) یا یې ټیټې کچې او یا هم صفر ته راکښته کړئ، باید د پلورنځي ټول اصول مو پلورونکو ته ورزده کړئ، تر څو هغوی په دې وتوانېږي چې سمې او پرځای پرېکړې وکړي او د مشتري غوښتنو ته مثبت ځواب ووایي.

دا زما څانګې پورې اړوند نه دي یا زما مربوط نه دي!

ketabton.com - The Digital Library

په ډېرى لويو لويو پلورنځيو کې د هرې برخې مسول او پلورونکى مالوم وي او يا د هر چا خپل ځانګړى کار مالوم وي. که چېرې تاسې هم په داسې يو پلورنځي کې په کار بوخت ياست او مشتري راشي، له تاسې داسې پوښتنې وکړي، چې هغه ستاسې د برخې مربوط نه کېږي، نو تاسې داسې ځواب مه ورکوئ چې ((دا زما مربوط نه دي))، کېدى شي له دې خبرې څخه ستاسې موخه دا وي، چې نه غواړئ د نورو په کارونو کې لاسوهنه وکړئ، خو د مشتري لپاره داسې نه ده، هغه غواړئ چې په اسانۍ سره خپل اړتيا وړ توکي لاسته راوړي.

بايد له مشتري سر مرسته وکړئ، تر څو د خپلې اړتيا وړ توکي لاسته راوړي، تاسې ورسره د خپل همکار يو اړوند شخص پورې لاړ شئ او خپل همکار ته مو وواياست چې له دې سره مرسته وکړه چې خپل اړتيا وړ توکي پيدا کړي. مشتري ته به داسې وايئ: ((اجازه راکړئ چې خپل همکار ته مو وروپېژنم تر څو له تاسې سره په دې برخه کې مرسته وکړي))

هغه توکى مو ختم کړى دى، يا هغه نه لرو!

کله چې مو په پلورنځي کې کوم ځانګړى توکى ختم کړى وي، دا مشتري ته د منلو وړ نه ده. تاسې بايد خپل پلورنځى داسې مديريت کړئ، چې کوم جنس پوهېږئ سبا ختمېږي، نن بايد هغه پوره کړئ. ځکه که تاسې مشتري ته وواياست چې دا توکى مو خلاص کړى

ketabton.com - The Digital Library

دی، د هغه باور پر اسې کمېږی. کله چې ستاسې په پلورنځي کې د مشتري اړتیا وړ توکی نه و، نو کوښښ وکړئ، مشتري ولې دا توکی خوښوي، دلیل یې مالوم کړئ او بیا وروسه ورته د هماغې توکي بل ډول وړاندیز کړئ.

خو دا کار باید په ربښتینې ډول ترسره کړئ، یانې له هغه بل توکي څخه باید ښه کار وکړي، ښه جنس وي، له مشتري سره چل او دوکه ونه کړئ. هېڅکله هم داسې مه کوئ، چې له دې موقع څخه بده ګټه واخلئ. که چېرې ستاسې وړاندیزونو د مشتري نظر ځانته جلب نه کړ او یا هم مشتري د هماغه توکي په اخیستو ټینګار کاوه، نو مشتري ته د هغې توکي د راوړلو دقیق وخت وانبایاست، کله چې مو هماغه توکی راوړ، نو سمدستي مشتري ته خبر ورکړئ، چې ستا د خوښې وړ توکی مو راوړ، هر وخت کولای شې راشې او د خپلې خوښې وړ توکی ترلاسه کړې. دا کار له مشتري سره د اړیکو ټینګولو ښه لاره ده.

زه نه پوهېږم، دلته نوی راغلی یم!

دا چې تاسې په یوه پلورنځي کې مو نوې دنده پیل کړې وي، نو ستاسې نابلدتیا څه خبره نه ده، خو چې د مشتري غوښتنو ته په سمه توګه ځواب ووایئ. مشتري ستاسې پلورنځي ته راغلی دی چې یو څه وپېرې او هغه ددې په تمه دی چې پوښتنو ته یې په سمه توګه ځواب وویل شي. ډېری مشتریان د یوه نوي پلورونکي چې مودب

ketabton.com - The Digital Library

وي او خپله ټوله پاملرنه يې مشتري ته وي، له هغه سره مرسته کوي او څنګ ته يې راځي.

که چېرې مو نوی کار پیل کړی وي او د پلورنځي په ټولو اصولو او یا د پلورنځي د ټولو توکو په نرخونو نه پوهېږئ، نو کوښښ مه کوئ چې ددې نه پوهېدو له امله مشتري ته ناسم معلومات ورکړئ. مشتري ته ووایاست ((مهربانۍ وکړئ لږه شېبه صبر وکړئ، ستاسې د خوښې وړ توکی درته راوړم))

غوږی!!....

له بده مرغه چې دا کلمه په ټلېفوني اړیکو کې د مشتري او پلورنکي ترمنځ ډېره کارول کېږي. تاسې باید د یوه پلورونکي په توګه له داسې کلمو د کارولو ډډه وکړئ. یانې کله چې د مشتري له خوا تاسې ته ټلېفون راشي، باید هغه پورته کړئ، که ډېر بوخت یاست ورته ووایاست کولای شئ لږه شېبه منتظر شئ، یا ستاسې د پلورنځي یو کارکوونکي ته ووایئ چې هغه له دې موقع څخه ګټه واخلي او مشتري ته د نورو توکو په اړه معلومات ورکړي، ترڅو چې تاسې وخت پیدا کوئ.

اوس بوخت یم!

ایا تراوسه مو دا کلمه ویلې ده او یا اوربدلې ده؟ پوښتنه داده که تاسې د مشتري لپاره وخت نه لرئ، نو بیا په پلورنځي کې څه

ketabton.com - The Digital Library

کوئ؟ دا کلمه یانې ((ښاغلی پېرودونکیه! مهرباني وکړئ له ما څه مه پېرئ کوئ!)). دا باید په یاد ولرئ که مشتري نه وي، نو زمونږ کار او عاید به هم نه وي. نو چې داسې ده، که په هر کار بوخت یاست مشتري ته هم باید رسیدګي وکړئ. د مشتري کار خلاصول لومړیتوب دی، که رښتیا هم امکان یې نه درلود، نو داسې کلمې ورته وکاروئ، لکه ((لږه شېبه وروسته دې په چوپړ کې یم)).

تاسو تېروتنه کوئ!

ډېری پلورنځي په ښکاره په دې موضوع (تل حق د مشتري دی) ډېر ټینګار کوي. خو کله چې مشتري تېروتنه وکړي بیا حق د هغه نه وي، بیا پلورونکی هغه په غوږ وهي او ورته وایي چې ((تاسو تېروتنه وکړه). که مشتري تېروتنه هم وکړي، باید دا جمله ورته ونه کاروو.

په داسې حالاتو کې ستونزې ته د مناسبې حل لارې په پیدا کولو تمرکز وکړئ، داسې جملې دا مانا لري چې تاسې د ستونزې پرځای ملامت پسې ګرځئ او هغه مشتري ملامتوئ چې تل حق د هغه وي. ستاسې دنده د مشتري ساتل دي، نو باید ورته ووایئ چې ((کېدی شي کوم ناسم پوهاوی رامنځته شوی وي، اجازه راکړئ وګورم چې کومه حل لاره ورته پیدا کړم.))

چې تا په هغه الماری کې پیدا نه کړ، نو حتماً مو خلاص کړی دی!

ketabton.com - The Digital Library

کله چې مشتري له تاسې وغواړئ چې د يوه توکي د اخيستلو لپاره يې رهنمايي کړئ، نو په دې مانا ده چې هغه دا توکی پېرې. کېدی شي تاسې هماغه توکی په پلورنځي کې ونه لرئ او يا موجود وي. ستاسې دنده د توکو پلورل دي، نو که له مشتري څخه مو داسې خبره واورېده، نو هغه ته بايد سمدستي هماغه توکی يا هغه ته ورته توکی وښاياست. مشتري ته ووايئ: «اجازه راکړئ وګورم، کېدی شي هماغه توکی چې ته يې غواړې درته پيدا يې کړم». په دې وخت کې ګودام ته هم سر ورښکاره کړئ.

ketabton.com - The Digital Library

له کمښت ورکولو مخکې لږ فکر وکړئ

اوس د تېر په څېر وخت نه دی چې هره ورځ به درې یا څلور ویزیټوران ستاسې پلورنځي ته راځي او له تاسې به سفارش اخلي. اوسمهال د تولیدوونکو او د وېش شرکتونو شمېر زیات شوی دی.

طبیعي خبره ده چې په دې شرایطو کې د هغو شرکتونو ترمنځ چې یو شان تولیدات لري، ډېره قوي سیالي روانه ده او هر شرکت غواړي چې په بازار کې ډېره ونډه ولري. دا سیالي یوازې د سازمان په مدیریت پورې اړه نه لري، بلکې ویزیټورانو او د خرڅلاو مسولینو پورې چې مستقیماً له بازار سره سروکار لري، اړه لري.

په دې ډول رقابت کې د بریالیتوب لپاره یوه لاره چې ډېری شرکتونه تري ګټه اخلي، کمښت دی. دا کمښت کېدی شي په بېلابېلو بڼو وي، خو یوه بڼه یې چې نن سبا تري ډېر کار اخیستل کېږي، د پېرلو جایزه ده. د پېرلو جایزه کېدی شي یوه بریالۍ ستراتیژي وي او خرڅلاو کې ډېروالی راولي، خو کله کله چې تري ناسمه استفاده وشي د شرکت په تاوان او د بازار د نظم په خرابوالي هم تمامېږي.

د ساري په توګه د یوه شرکت مدیر چې د کنسروا جاتو په برخه کې یې فعالیت کاوه، ویل یې زما سیال د هرو څلرویشتو قوتیو کنسروا

ketabton.com - The Digital Library

پسې دولس قوتی کنسروا جازه ورکوله. ددې مدیر په وینا دا سیال او شرکت یې د شپږو میاشتو په موده کې له بازاره ووت، خو داسې کار یې وکړ، چې په هماغو شپږو میاشتو کې د کنسروا په بازار کې ټول مشتریان دده و. ځینې داسې شرکتونه هم شته چې هر کارتن پسې یو شمېر توکي وړیا ورکوي، تر څو مشتري ډېر وهڅېږي.

په دې کې شك نه شته چې کمښت او جایزه ورکول په خرڅلاو کې ډېروالی راولي، خو که چېرې له کمښت څخه په سمه توګه ګټه وانه خیستل شي، نو مشتري سره داسې ذهنیت پیداکېږي، چې نور نه شم کولای دا توکی وپېرم. کله چې مشتري د کنسروا یوه کارتن چې څلرویشت دانې لري واخلي او ۱۲ کنسروا په وړیا توګه ترلاسه

ketabton.com - The Digital Library

کړي، بيا وروسته که تاسې د کارتن پر سر دوه دانې کنسروا وړيا ورکوئ او يا هېڅ جايزه ونه لري، نو مشتري زړه نه ښه کوي چې وايې خلي، ځکه له دې مخکې تاسې د يوه کارتن پر سر ۱۲ دانې کنسروا وړيا ورکولې. نو پر دې اساس کمښت خپل اصول او قاعده لري بايد دا اصول په پام کې ونيول شي.

دا اصول په لاندې ډول دي:

۱- په کمښت سره داسې ښکاره کړئ، چې تاسې د مشتري قدر کوئ، نه دا چې تاسې مشتري له ځانه سره ساتئ. که چېرې د متشري له خوا د توکو د نرخونو د ټيټېدو غوښتنه کېږي، نو دا په دې مانا ده چې هغه ستاسې کار ته په اهميت ورکولو قايل نه دی او هغه څه چې ورته مهم دي، هغه دا دي چې غواړي تر ټولو ارزان شرکت د ځان لپاره غوره کړي.

په داسې شرايطو کې کمښت د حل لاره نه ده، که چېرې بله ورځ يو بل شرکت له تاسې زيات کمښت يا تخفيف اعلان کړي، نو هغه په اسانۍ سره کولای شي چې تاسې له صحنې لرې کړي. داسې مشتريان يا ژر يا وروسته تاسې ته مشکل پيداکوي. هېڅکله هم له کمښت څخه د مشتري په ساتلو کې ګټه مه اخلئ. کمښت داسې يو ميتود دی چې په هغې سره تاسې د مشتري قدرداني کوله. که يو مشتري له تاسې څوکاله پرله پسې توکي پېري او په پيسو ورکولو

ketabton.com - The Digital Library

کې هم ښه وي، نو هغه د کمښت لياقت لري بايد په ځينو مواردو کې ورته کمښت ورکړل شي.

۲- لکه څنګه چې مو مخکې وويل، کمښت د مشتري د قدردانۍ لپاره دی. ټول مشتريان د قدر وړ نه وي، نو کمښت هم د ټولو لپاره نه وي، که څه هم ستاسې شرکت د ټولو لپاره د کمښت هوډ ولري. اړينه نه ده چې له دې مسئله څخه مشتريان خبر کړئ، ځکه له کمښت څخه وروسته اصلي نرخ ته راګرځېدل بيا ډېره ستونزمنه ده، مشتري بيا زړه نه ښه کوي چې له کمښت پرته د توکو اخيستلو ته زړه ښه کړي. که چېرې تاسې ټولو مشتريانو ته کمښت ورکړئ، هغوی بيا داسې فکر کوي، چې تاسې همدا توکي په لږه بيه توليد کړي دي، يانې کيفيت مو کمزوری کړی دی.

ددې ستونزې د مخنيوي لپاره تر څومره چې امکان ولري، ټولو مشتريانو ته او په ځانګړې توګه نويو مشتريانو ته له کمښت څخه ډډه وکړئ.

دا چې مالومه کړئ، کوم مشتريان د کمښت وړتيا لري، نو لاندې معيارونه په نظر کې ونيسئ:

ketabton.com - The Digital Library

شرکت ته وفاداري

حساب کتاب يې پاك وي

د توکو په کيفيت کې همکاري (مسلکيتوب، د نويو نظريو څخه ملاتړ، د خرڅلاو له قوې سره ښې اړيکي...

له کوم مشتري له خوا چې تاسې ډېر نور مشتريان معرفي شوي وي.

۳- په داسې حالاتو کې کمښت ورکړئ، چې خپلې موخې ته له رسېدو ډاډه ياست. کمښت ورکول ډاډه تاکتيك نه دی، خو دا چې

ketabton.com - The Digital Library

په پوره کچه وفاداره مشتریان ولرئ، ترڅو موخې ته رسېدل مو ستونزمن نه وي.

که چې له کمښت پرته بله کومه لاره ونه لرئ، نو د اوږدې مودې لپاره له کوچنیو کمښتونو څخه ګټه واخلئ. کولای شئ خپل وفادار مشتري ته ووایئ که چېرې تاسې سل یا کم او زیات مشتریان مورډ ته معرفي کړئ او له مورډ څخه توکي وپېرئ، نو تاسې جایزه لرئ یا تاسو ته دومره اندازه کمښتونه ورکوو.

که له کمښت څخه په سمه توګه ګټه واخیستل او په ښه ښه ترسره شوي، نو د خرڅلاو د ډېروالی لپاره یوه ښه وسیله ده. پلورونکی باید د بازار له شرایطو څخه، له مشتریانو څخه او له خپلو سیالانو څخه ښه معلومات ولري، ترڅو له هغه سره د کمښت ورکول او یا نه ورکولو په پرېکړه کې ورسره مرسته وکړي. ښه داده چې شرکتونو له افراطي کمښت څخه ډډه وکړي، تر څو د بازار نظم ګډوډ نه شي.

ketabton.com - The Digital Library

د مشتري د رضايت جلبولو لپاره (۸) اغېزمن ګامونه

مشتريانو ته مناسب خدمات وړاندې کول، د هر کاروبار حياتي مسئله ده. تاسې کولای شئ د تبليغاتو او د مناسب نرخ له لارې نوي مشتريان راجذب کړئ، خو که مو ونه شوای کړای چې نوي مشتريان جذب کړئ، نو په اوږدمهال کې به ستاسې کاروبار ګټور ثابت نه شي. ښه کيفيت او مناسب خدمات هغه څه دي چې نوي مشتريان ددې لپوال کېږي چې تاسې محصول واخلي او ددې لامل ګرځي چې مشتريان خوښ او خوشاله بدرګه کړئ، دومره خوشاله چې ستاسې د کاروبار او محصول په اړه نورو ته هم ووايي (خوله په خوله تبليغات رامنځته شي).

که چېرې تاسې ښه پلورونکي ياست، نو کولای شئ چې يوځل په يوچا خپل توکي وپلورئ، خو دا ستاسې د محصول کيفيت پورې اړه لري، چې بيا به په دې کار وتوانېږئ، چې خپل توکي بيا هم پر هماغه چا وپلورئ چې مخکې مو پرې پلورلي وو. اصل کې دا کار د خدماتو او د محصول پر کيفيت پورې اړه لري، چې له مشتري سره

ketabton.com - The Digital Library

ستاسې اړيکه دوامداره وساتي. داسې اړيکه چې هر مشتري داسې احساس وکړي چې تاسې تر اخره تعقيب کړي.

تراوسه مو د داسې اړيکې لپاره کوم کارونه کړي دي؟ دا متل په ياد ولرئ، چې ستاسې پر خبرو څوك قضاوت نه کوي، بلکې ستاسې اعمالو ته ګوري.

که غواړئ چې مشتريانو ته مو مناسب خدمات وړاندې کړئ، نو د لاندې کارونو په ترسره کولو سره کولای شئ خپل هدف ته نږدې شئ:

۱. ټلېفوني اړيکو ته ځواب ورکړئ.

ښه خبره داده چې ټلېفونونو ته ځواب ورکړئ، له پيغام ثبتوونکي ماشين څخه کار مه اخلئ، ځکه د ډېرو خلکو دا خوښېږي، چې مخامخ تاسو سره خبرې وکړئ او ستاسو غږ هم واوري. ټلېفون ته په ځواب ورکولو سره کولای شئ، ډېر کارکوونکي وګومارئ.

۲. هېڅکله ژمنه مه کوئ، تر هغې چې ترسره يې کړئ.

په هره اړيکه کې باور جوړونه تر ټولو مهمه ده، کيفيت او خدمات هم له دې ميتود څخه مستثنی نه ده. د ښېلګې په توګه که وايو: چې پنجشنبې ته محصول ترلاسه کوئ او په دې هم ډاډه ياست چې د پنجشنبې پر ورځ مشتري ته هم لاسته ورځي، پرته له دې څخه داسې مه وايئ، ځکه د مشتري د ناراحتۍ لپاره تر ټولو بد هغه بې وفايي يا په ژمنه وفا نه کول دي.

ketabton.com - The Digital Library

۳. مشتري ته غوږ شئ.

ایا له دې به بل ناراحت کوونکی کار وي، چې تاسې یو چاته ووایاست چې څه مشکل لرئ او یا څه شی غواړئ او هغه ستاسې خبرې ته پاملرنه ونه کړي او بیا یې ورته توضیح کړئ او هماغه خبرې ورته په دویم ځل وکړئ؟!

نو اجازه ورکړئ چې مشتریان خبرې وکړي او هغوی یو مناسب ځواب او حل لاره وړاندې کړئ.

۴. ناخوښیو او شکایتونو ته پاملرنه وکړئ.

د هېڅا نه خوښېږي چې شکایتونو ته غوږ ونیسي او د ځان تېر ایستلو لپاره مورږ ټولو دا جمله اورېدلې ده چې:

((نه شئ کولای چې ټول خلك خوشاله کړئ)) خو که د مشتري شکایت ته پاملرنه وکړئ، په هغه وخت کې کولای شئ هغه راضي او خوشاله کړئ او کاروبار مې داسې ځای ته ورسوئ چې د ښه کیفیت خدمات وړاندې کړي.

۵. د مشتریانو لپاره ګټور اوسئ، که څه هم سمدستي ګټه په کې نه وي.

یوه ورځ د خپل لاسي ساعت جوړولو لپاره نږدې ساعت جوړونکي ته لاړم، هغه ته مې د خپل ساعت ستونزه وویله، هغه خپل وسایل راواخیستل او په یوه کوچني پین یې زما د ساعت بند جوړ کړ او

ketabton.com - The Digital Library

ویې ویل چې دا کوچنی کار و، له ما یې پیسې وانه خیستې. فکر کوم کې وغواړم چې د خپل ساعت لپاره بل بند واخلم او یا هم یو نوی ساعت واخلم، نو څه فکر کوئ، چې له چا څخه به یې اخلم او چاته به د ساعت جوړولو لپاره ورځم؟ او ددې ساعت جوړونکي دا کیسه به څو تنو ته کوم؟

۶. کارکوونکو ته مو زده کړه ورکړئ، تر څو ګټور، مودبه او د پوهې لرونکي واوسي.

دا کار یا خپله ترسره کړئ او یا داسې څوك وګومارئ، چې نور کارکوونکي مو ټریننګ کړي. د خدماتو د کیفیت په اړه مو له کارکوونکو سره خبرې وکړئ او هر یو ته نښه معلومات او صلاحیت ورکړئ تر څو هغوی د مشتریانو د زیاتوالي په اړه تصمیمونه ونیسي.

۷. د مشتریانو لپاره ډېر ګامونه پورته کړئ.

د بېلګې په توګه، که یو څوك ستاسې پلورنځي ته درشي او د یو محصول په اړه درته ووایي، نو تاسې ورته داسې مه وایاست چې (په درېیمه الماري کې ایښی دی) بلکې هغه سره لاړ شئ او توکی ورته وښایی. همدارنګه نښه به دا وي چې لږ څه منتظر شئ چې مشتري د محصول په اړه له تاسې پوښتنې وکړي. د خدماتو د نښه والي په اړه مشتریانو ته ډېر خدمات وړاندې کړئ. کېدی شي په هغې وخت کې مشتریانو د محصول په اړه کو غبرګون نښکاره نه کړي، خو ستاسې

ketabton.com - The Digital Library

خدماتو ته به حتماً پاملرنه کوي او نورو ته به هم ستاسې د خدماتو په اړه کیسې کوي.

۸. مشتریانو ته ډېر څه ورکړئ.

دا ډېر څه کېدی شي، راتلونکي پلور لپاره کمښت وي، له محصول څخه د ګټې اخیستنې په اړه معلومات وي او یا هم یوه خوله خندا وي. خلك دا خوښوی چې د څه شي هیله لري هغه ترلاسه کړي. هېڅکله هم داسې فکر مه کوئ، چې کوچني کارونه اغېزمن نه وي. مثلاً یو چوکات جوړونکی یو چوکات جوړ کړي او یو تصویر په کې بند کړي او مشتري ته یې ورکړي، دا به کوچنی کار وي خو ډېر ارزښتمن دی.

که چېرې له همدې اتو کارونو څخه د تل لپاره کار واخلئ، نو کاروبار به مو د مناسبو خدماتو په وړاندې کولو سره مشهور شي او ښه خبره داده چې د غوره خدماتو په وړاندې کولو سره کولای شئ، نوي مشتریان جذب کړئ او د تبلیغاتو په لګښتونو کې هم کمښت راځي.

ځنګه کولای شئ خپل محصول په لږ وخت کې پر مشتري وپلورئ؟

ایا پوهېږئ چې مشتري تر (۳) ثانیو لږ وخت تاسو ته درکوي؟

ایا پوهېږئ چې په هغو (۳) ثانیو وخت کې داسې خرڅلاو ولرئ چې باور مو نه وي کړی؟

ایا تراوسه مو له ځان سره فکر کړی دی چې د کاروبار په بازار کې له جنجالي خرڅلاو څخه ځنګه ووځئ؟

ketabton.com - The Digital Library

د یو په زړه پورې او زړه راکښونکي سرلیک ایجادول

سرلیک یا عنوان ټاکل تر ټولو مهمه ده، چې باید له هرې لارې په کې کار واخیستل شي. ځکه چې یو ښه سرلیک کولای شي ښه خرڅلاو له ځانه سره ولري. لوی پلورونکي په دې پوهېږي، که ونه توانېږي چې توکي خرڅ کړي، نو په دې توانېږي چې د نظر وړ ټکي وپلوري. کوچني پلورونکي په دې نه پوهېږي نو ځکه هغوی معمولي پلورونکي دي.

یو ناشر یا خپرونکي داسې یو اثر ولیکه چې د ټولو لپاره ګټور و، خو په بازار کې ډېر ونه پلورل شو، تر هغې وروسته ناشر دې نتیجې ته ورسېده چې اخیستونکي د کتاب محتوا نه، بلکې د کتاب نوم یا سرلیک اخلي، نو تر هغې وروسته یې د هماغه کتاب نوم یا سرلیک بدل کړ ، محتوا یې په خپل ځای پرېښوده او بازار ته یې وړاندې کړ، چې دا کتاب بیا په دومره زیاته کچه وپلورل شو، چې ناشر یې هېڅ تمه نه درلوده. دا یوه بېلګه وه، چې پوه شئ عنوان یا سرلیک په بازار موندنه او خرڅلاو کې څومره مهم دی.

د محصولاتو لپاره یوه مهمه برخه د محصولاتو لپاره وېبپاڼه ده او د وېبپاڼې نوم دی چې څه ډول نوم ورته وټاکئ. تاسې به په خپل ځان

ketabton.com - The Digital Library

او خپل محصول ډاډه یاست او په دې به هم ډاډه یاست چې مشتریان د وېښانې نوم او لوګو نه اخلي، بلکې محصول اخلي. ستاسې محصول به په نړۍ پلورنځیو کې هم موجود وي، خو ښه داده چې تاسو به څنګه نورو ته ښکارئ کړئ چې کوم کوم محصولات لرئ او ولې ستاسې محصولات تر نورو غوره دي. څنګه به خلك قانع کوئ او کوم کار به کوئ چې خلك تاسې ته غوږ شي؟ داسې یوه جمله جوړه کړئ چې ستاسې د محصول ټولې ښېګڼې په کې راټولې شوې وي او اوربدونکی دې ته وادار کړي چې ((زه غواړم ډېر پوه شم)).

دا یو هنر دی چې د خپل محصول ټولې ښېګڼې په یوه جمله کې راټولې کړئ، که چېرې وتوانېږئ چې په یوه جمله خپل مخاطبین تر هدف لاندې ونیسئ، نو بیا اړتیا نه شته چې تاسې په هغوی محصول وپلورئ، بلکې هغوی خپله راځي او ستاسې محصول اخلي.

کله چې (ستیوجابز) د لومړي ځل لپاره ای پیډ ننداري ته وړاندې کاوه نو یوازې یوه جمله یې وویله چې: ((ستاسې په جیب کې یو زر سندرې))... څه فکر کوئ چې د ستیو جابز همدې یوې جملې به ستاسې په ذهن کې څومره انځورونه او تصورات جوړ کړي وي؟

تر ټولو مهمه دا چې څومره کولای شي ستاسو په ذهن کې لېوالتیا پیدا کړي، چې نور نو سندرې او موسیقي په پلیر کې کاپي کړم او

ketabton.com - The Digital Library

راحت شوم او اوس کولای شم یو زر سندري په هرځای او هر وخت کې له خپل ځان سره لرم او اورم. یو ځانګړی او تحریك کوونکی عنوان د مشتري د خریداری یو لامل کېدای شي، په عمومي ډول مشتریان د اخیستلو لپاره د محصول عنوان ته ډېره پاملرنه کوي.

مونږ کولای شو د محصول د نوم یا عنوان په ټاکلو کې له داسې کلیمو څخه کار واخلو چې د مشتري توجه راجلب کړي او مشتري دې ته لېوالـه کړي چې محصول واخلي. خلك دې تـه نـه ګوري چې محصـول دې څـه ډول کـار کـوي، یـوازې د بټـه ګـوري چـې تاسـې د مشتري لپاره کوم کارونه کوئ.

یوه موضوع چې د ډېرې خلکو په ذهنونو کې ګرځي دا ده چې:

تراوسه مو څو ځل چې نـه غـواړې وېبسـایټ تـه ننـوځئ، خـو بیـا هـم یوازې د سرلیك یـا عنـوان په خـاطر ورننـوتلي یاست؟ پـه دې بېلګـه کې مطلب روښـانه شـوی دی. د داسـې یـوې جملـې جـوړول چـې ډېـره ګټـوره وي، اسـان کـار نـه دی، خـو مهمـه ده، ځکـه چـې ستاسـې د محصول ګټې په بېلابېلو لارو مطرح کوي.

عنـوان د چـاپې تبلیغـاتو تـر ټولـو مهمـه څانګـه ده او همدارنګـه د انلاین یا پرلیکه تبلیغاتو لپاره ډېر کارول کېږي، چې دا د تبلیغـاتو د بریالي کېدو لپاره حیاتي موضوع ده.

ketabton.com - The Digital Library

ایا پوهېږئ؟

۹۵ سلنه خلك یوازې عنوان لولي، كه سرلیك جالب او جذاب وي، نو بیا مطلب هم لولي. كله چې ورځپاڼه لولئ، نو كوم شی دی چې تاسې د مطلب ویلو ته جذبوي؟ دا ښكاره ده، چې د لیكنې سرلیك دی. په حقیقت كې د ورځپاڼې لوستل د هغې د سرلیكونو بررسي ده، چې هركله كوم جالب عنوان ته ورسېږئ، نو هماغه مضمون لولئ.

هغه څه ته چې ډېره پاملرنه وشي، دادی چې د محصولاتو د عنوان لپاره چې كوم لغتونه كارول كېږي، باید د كاروونكي په ذهن كې یو روښانه او دقیق تصویر جوړ كړي. غوره او جذاب عنوان باید د ((څه ډول)) په كلمه سره پیل شي. د محصول په عنوان كې باید د مشتري، احساسات او انګېزه په پام كې ونیول شي. په انټرنېټي بازارموندنه كې د ځانګړنو وخت پایته رسېدلی دی، اوس وخت د كاروونكي منل او د هغې د تجربې دی.

ketabton.com - The Digital Library

د يوه تبليغاتي اعلان مثبتې ځانګړنې

۱- يادول يې بايد اسان وي

شعار بايد په اسانۍ سره ذهن ته راشي. دا ځانګړنه ډېرى وخت د برانډ يا نښې سابقې پورې اړه لري، چې دا نښه څومره بګروانډ لري او څومره وخت کېږي چې دا نښه تکرارېږي، يانې په دې نښه يا برانډ باندې توليدات کېږي. همدارنګه د يوې نښې يا عنوان چې د خلکو په ذهن کې پاتې شي بايد دې ته پاملرنه وشي چې د خلکو باور، خاطرات، د سواد کچه او تکيه کلامونه څه دي، د يو تبليغاتي اعلان ليکل ډېرى وخت د محلي کارپوهانو په واسطه بايد جوړ شي. د يو شعار جوړولو لپاره چې د خلکو په ذهن کې پاتې شي، بايد له موزونو او... کلمو څخه په کې کار واخيستل شي.

۲- د محصول پر ګټو او ځانګړنو تاکيد وکړئ

د تبليغاتي شعار د ليکلو يوه ځانګړنه داده چې د محصول په خاصو ځانګړنو، ګټو او خدمت تاکيد وشي. د محصول او شرکت د نښو او خاصو ځانګړنو روښانول ستاسې شرکت له سيالانو څخه ځانګړى کوي.

ketabton.com - The Digital Library

د بېلګې په توګه چې تاژ د خپلو محصولاتو لپاره کوم شعار غاکلی دی او د خپلې سوداګریزې ننبې سره یې نښلولی دی دادی چې:

په داسې حال کې چې پرژك شامپو (د طبیعت ښکلا، پاکوالی) شعار د ځان لپاره خپل کړی دی، نه یوازې دا چې د خپل محصول اړوند شعار نه دی، بلکې د خپل محصول کومې ځانګړنې ته یې هم اشاره نه ده کړې.

۳- باور منونکي اوسئ

داسې شعار باید وغاکل شي چې خلکو ته د منلو وړ وي او خلك پرې باور وکړي. که چېرې تبلیغاتي شعار دومره له رښتینولې څخه لرې وي، چې خلك پرې ریشخند ووهي او په خلکو کې منفي احساسات راوپاروي، نو دا بیا د خلکو پر روحیه باندې منفي اغېز لري او د توکي پر اخیستلو هم منفي اغېز کوي، نه دا چې یو شخص به دا محصول وانه خلي، بلکې نورو خلکو ته هم د هغې په اړه منفي تبلیغات کوي.

ketabton.com - The Digital Library

ـ د ښېلګې په توګه کولای شو د رازي سرېښ پخواني شعار ته اشاره وکړو. ((رازي سرېښ، د نړۍ غوره سرېښ)). په داسې حال کې چې رازي سرېښ د کیفیت له پلوه ښه سرېښ دي، خو ایا مخاطب دا حق نه لري، چې له ځانه وپوښتي چې رښتیا هم رازي سرېښ د نړۍ تر ټولو ښه سرېښ دي؟ کـه رازي سـرېښ د ښـه سـرېښ پـه توګـه هـم وېږني، خو بیا هم دې شعار ته په کتو سره هغه زړه نازړه کېږي او کېدی شي پـه غوښـه توګـه ووایـي چې د سـرېښ جـوړونې اروپـایي شرکتونو له جملې څخه رازي سرېښ د نړۍ تر ټولـو غـوره سـرېښ نـه دی.

په همدې خاطر رازي سرېښ خپل شعار په دې ښه بدل کړ ((لـه رازي سرېښ، ټول راضي))، چې دوو کلمـو تناسب راضـي او رازي چې یـو تلفظ او ښلاښلې مانـاوې ورکـړي، دې شـعار تـه یـې ښـه ښه ورکـړې ده.

ـ تات بانك: تجربه، اعتماد او توسعه

پـه ښـکاره ډول ددې شـعار ټـاکلو څخـه موخـه داده چـې دوی لـه دې کلمو څخه د (تات) لغت جوړ کړی دی. یـانې ددې تبلیغـاتي شـعار جوړونکـو دا فکـر کـړی دی چې د (تـات) هـر تـوری د یـوې مانـادارې کلمې معادل دی. دې مفـاهیمو ورسـره مرسـته کـړې ده، خـو اساسـي پوښتنه داده چې ایا دا دري مفاهیم څومره مناسب ټاکل شوي دي.

ketabton.com - The Digital Library

ایا د هغې بانك لپاره چې نوی جوړ شوی وي، د تجربې کلمه د منلو وړ ده. په داسې حال کې چې داسې بانکونه هم شته چې تر مرکزي بانکونو مخکې جوړ شوي وي. د توسعه دعوه څنګه؟ که له توسعې څخه یې موخه د څانګو ډېروالی وي، نو د صادراتو بانکونو په پرتله چې تر ټولو ډېرې څانګې لري، د تات بانك په دې ډول شعار به څنګه خلك باور وکړي. خو د اعتماد مفهوم څنګه؟ دا مفهوم هم د هغو مفاهیمو له جملې څخه دی چې د یوه بانك د پور ورکولو په ردیف پورې اړه لري. خو کېدی شي یو بانك د باور وړ نه وي. که د باور وړ هم وي، نو ایا دا بانك له نورو سره توپیر لري؟

۴- له نورو څخه مو د نښې یا برانډ توپیروونکي واوسئ

اغېزمن تبلیغاتي شعار باید داسې وټاکل شي، چې ستاسې محصول، خدمت او یا هم د شرکت تجارتي نښه له نورو سره توپیر وکړي. ددې لپاره کولای شو د ((بس)) د دمحصولاتو بېلګه وړاندې کړو: له بس سره تفاوت احساس کړئ.

د (ولوو) اټو موبیل شرکت تبلیغاتي شعار: ((ولوو، په نړۍ کې تر ټولو خوندي موټر))

ولوو په هغو هېوادونو کې چې د ډېر یخ او واورې له امله په کې ترافیکي پېښې زیاتې وي، تولید پرې. ولوو د خپل کار له پیل څخه

ketabton.com - The Digital Library

څو کاله وروسته دې نتیجې ته ورسېده، چې د خپلو محصولاتو د خرڅلاو لپاره باید د خپلو سیالانو څخه متفاوت. د بازارموندنې څېړنې وویل... ولوو باید د خپلو محصولاتو چوکاټ یا اډانه ښه قوي جوړه کړي، چې له دې څخه بیا په تبلیغاتو کې ګټه پورته کړي. څه موده وروسته بیا دا ((ولوو، د نړۍ تر ټولو محفوظ موټر)) شعار جوړ شو، چې د دې شرکت په هر اعلان کې به له دې شعار څخه ګټه اخیستل کېدله. په اخر کې پایله دا شوه، که څه هم ولوو د نورو لوکسو موټر په څېر ښایسته نه وو، خو د هغې په اندازه قیمتي و، چې په ټوله نړۍ کې د امن ترین موټر په توګه یې خلك اخلي.

ـ دې ته ورته د ځینو بانکونو تبلیغاتي شعارونو ته اشاره کوو:

افغان ملي بانک، په افغانستان کې تر ټولو پخوانی او د اعتبار وړ بانک

عزیزی بانک، ستاسو د اعتماد وړ بانک

باختر بانک، ستاسو د ځن او سبا بانک

پښتني بانک، زموږ خپل بانک

ketabton.com - The Digital Library

پورته ټول شعارونه پر دې ټینګار کوي، چې ددې بانکونو خدمات پراخ دي او ټول افغانان کولای شي د بانکونو له دې خدماتو څخه ګټه واخلي. خو ایا دا ځانګړنې د یو بانک لپاره ارزښتمنې ګڼل کېدی شي؟ د بانکونو د مشتریانو د خدماتو لپاره کوم څیزونه ډېر مهم دي؟ د یو بانک د خدماتو کومې ځانګړنې دي، چې په مشتریانو کې زیاتوالی راولي؟ هغه ځانګړنې د بانکونو په پورته شعارونو کې په کوم ځای کې راغلي دي.

د هر محصول یا د هر شرکت لپاره چې شعار ټاکو، باید ډېر متوجې اوسو، چې ایا دا شعار زمونږ د شرکت او محصول لپاره صدق کوي که نه؟ د بېلګې په توګه په پورته شعارونو کې د عزیزي بانک شعار ته که ځیر شو، کله چې یو بانک نوی په کار پیل کوي، نو د هغې تجربه هم نوې وي او خلکو ورسره ډېره معامله هم نه وي کړې، نو څنګه کېدلای شي چې داسې شعار دی وټاکي، چې د ټولو د اعتبار وړ بانک، یانې چې کله کوم بانک سره چا معامله نه وي، کړې او نه یې هم دومره تجربه وي، څنګه کېدلای شي، چې د ټولو خلکو د اعتبار وړ وګرځي. لومړی باید داسې یو شعار وټاکل شي، چې ټول خلک ځانته راجلب او متوجې کړې، کله چې دې خلک راجلب کړل او هغوی درسره معامله وکړه او معامله دې د باور وړ وه، نو له هغې وروسته کېدلای شي چې پرتاسې باور وشي. نو داسې شعار باید

ketabton.com - The Digital Library

وروسته له ډېرې مودې وتاکل شي، نه دا چې په لومړي سره کې، نو په دې خاطر دا شعار ناسم ګڼل کېږي.

۵- ستراتیژیك واوسئ

ځینې شرکتونو په اغېزمنه توګه خپله ستراتیژي او موخه په تبلیغاتي شعارونو کې ځای پرځای کوي. د ببلګې په توګه په ایران کې د مالکانو بانك شعار (دانش جهانی راه حل ایرانی) ته که وګورو نو د ببل ګیټس د مضمون هغه مشهوره جمله ((نړیوال فکر وکړئ، سیمه ییز کار وکړئ)) د سړي ذهن ته راځي، خو یو ساده او زړه راکښونکی شعار هم دی، ځکه چې د ((دانش)) او ((جهانی)) لغتونو څخه یې پرځای ګټه اخیستې ده.

۶- شعار باید ساده وي

د تبلیغاتي شعارونو په جوړولو کې باید یو شي ته پاملرنه شي، چې هغه ساده والی دی. که چېرې مونږ په خپل شعار کې له اوږدو او سختو جملو یا کلمو څخه ګټه واخلو، نو د مشتري په جلبولو کې اغېز نه شي لرلای. یوه ساده او لنډه جمله کولای شي، څو برابره اغېز ولري.

۷- چې د سیالانو د استفادې وړ نه وي

دا ځانګړنه دې ټکي ته اشاره کوي، چې شعار باید داسې طرحه شي، چې د برنډ د نوم په بدلولو سره هم د سیالانو د استفادې وړ

ketabton.com - The Digital Library

ونه ګرځي، يانې داسې شعار وتاکئ، چې نور څوك تري د خپل محصول لپاره ګټه وانه خیستلای شي، چې دا ډول شعارونه ډېر کم دي. د بېلګې په توګه لاندې شعار ته اشاره کوو:

سن ایچ او نور هېڅ

پورته ټکي ته په نظر کې نیولو سره که موږ د (امرسان) یخچال شعار ته اشاره وکړو ((بنایسته او مطمئن)) چې په دې شعار کې اصلاً د شرکت سوداګریزې ننبسې او کومې ځانګړنې ته اشاره په کې نه ده شوې، چې کېدی شي دا شعار د یخچال جوړولو نورو شرکتونو د استفادې وړ هم وګرځي او هغوی یې وکاروي.

۸- د خپل شرکت محصول او ننبې اړوند واوسئ

یوه بله ځانګړنې چې په شعار کې وي، هغه دا ده چې باید شعار داسې وتاکل شي، چې ستاسې د شرکت د ننبې او محصول استازیتوب وکړي او یا هم ستاسې د محصول اړوند وي.

له دې جملې څخه کولای شو چې ځینو بې ربطه شعارونو ته اشاره وکړو، د بېلګې په توګه د (سن سیلك) شامپو شعار کې راواخلو ((ژوند نه منتظر کېږي)) په داسې حال کې چې دا شعار هېڅکله هم د شامپو اړوند نه شي کېدی او له شامپو سره هېڅ اړیکه نه لري، دا شعار چې کله اوربدونکی واوري هغه بې تفاوته پاتې کېږي.

ketabton.com - The Digital Library

د مهنام شرکت شعار په دې برخه کې یو مناسب شعار دی:

مهنام، خوندور او ښه نوم

۹- د خلکو احساسات او یا د غرور حس په مثبته بڼه تحریك کړئ

دا کار هغه وخت کېږی چې تبلیغاتي شعار د مشتریانو د غرور او احساساتو د تحریك سبب وګرځي، کله چې مشتري دا شعار واوري، باید سم له لاسه د هغه محصول څخه د استفادې په فکر کې شي. ډېری خلك د احساساتو له مخې خریداري کوي.

۱۰- خلك د یو ځانګړي کار ترسره کولو ته وهڅوئ

سوداګریز شعار باید له مشتریانو وغواړي چې په یو ځانګړي عمل لاس پورې کړي. مثلاً (اپل) له خپلو مخاطبینو غواړي چې متفاوت فکر وکړي.

۱۱- د محصولاتو نوم ته په کې اشاره وکړئ

یو سوداګریز شعار کولای شي د محصول په خرڅلاو کې ډېر رول ولوبوي، نو ددې لپاره چې د محصول نوم مو تل د خلکو په ذهن کې پاتې شي، کوښښ وکړي، چې په سوداګریز شعار کې د محصول نوم ذکر شي. په دې برخه کې به د (بیك) قلم جوړولو

ketabton.com - The Digital Library

شرکت یوه بېلګه راوړو، که څه هم (بیك) کمپنۍ عطر هم جوړوي، خو خلك یې یوازې د قلم په نوم پېژني.

یوازې بیک د بیک په څېر لیکل کوي

۱۲- د نورو شرکتونو له شعار سره مشترك شعار مه جوړوئ

هغه جملې، شعار یا کلمې چې ستاسې د سیالانو له خوا په خپل شعار کې کارول شوي وي او تاسې هم له هماغو څخه په خپل شعار کې ګټه واخلئ، نو ددې ډول شعار اغېز ډېر کم وي.

د بېلګې په توګه کولای شو، چې د خیاطۍ د ماشین جوړولو شرکت (کاچیران) او د (پاکسان) شرکت شعارونو ته اشاره وکړو، چې دا دواړه شعارونه سره ډېر نږدې دي او توپیر یې ډېر کم دی:

کاچیران ستاسې د کورنۍ د اقتصاد په اړه فکر کوي

پاکسان ستاسې د کورنۍ سلامتیا په اړه فکر کوي

۱۳- په شعار کې داسې شیان ونه لیکل شي، چې هر چاته روښانه وي، لکه شیدې سپینې دي.

ketabton.com - The Digital Library

لکه د یخ ضد تولیدونکی شرکت چې ((یخ ضد... یخ نه وهي))

دا شعار کېدای شي د کمزورو او بې اغېزې شعارونو یوه بېلګه وي. ځکه چې تبلیغاتي شعار باید د محصول ارزښتونه او ځانګړنې بیان کړي، نه هغه څه چې په دې محصول کې موجود وي او هر څوك پرې پوهېږي. لکه پورته شعار، تاسې د یو یخ ضد محصول څخه څه هیله لرئ؟ هره هیله چې لرئ خو دا توقع خو ترې نه لرئ، چې د یخ ضد محصول دې یخ ووهي. که د یخ ضد یخ ووهي نو هغه اصلاً یخ ضد نه دی.

نورې بېلګې:

لکه حشرات وژونکي چې حشرات وژني – انټي ویروسونه چې ویروسونه له مینځه وړي – یخچال چې یخ جوړوي – د حساب ماشین چې جمع او تفریق... ترسره کوي – عطر چې ښه بوی لري – لپ ټاپ چې د انتقال وړ دی.

ketabton.com - The Digital Library

د خپلو محصولاتو لپاره څه ډول یو زړه راکښونکی عنوان ولرو؟

ایا پوهیږئ، چې ستاسې د محصولاتو ډېر خرڅلاو راز د هغه د عنوان تاکلو پورې اړه لري؟

ایا پوهیږئ، چې یو احساساتي عنوان کولای شي ستاسې د محصولاتو د ډېر خرڅلاو نه باورېدونکی رای واوسئ؟

په اوسني وخت کې د ډېر خرڅلاو، ډېر اغېز، ډېرې پاملرنې، د مشتري زیات جلب او یا هم د یوې انټرنیټې پانې د ډېرو لیدلو لپاره له پخواني او کلیشه یي اعلاناتو څخه ګټه نه اخیستل کېږي. باید په دې فکر وشي چې داسې کوم ډول تصویر جوړ کړو، چې په هغې کې نوښت وي او په زړه پورې او زړه راکښونکې کلیمې او لغات په کې وکارول شي.

د انټرنېټې بازارموندنې روح پنځونې او نوښت سره تړلی دی.

بې له شکه ویلای شو: څوک چې په انټرنېټې بازارموندنه کې پنځوونکی روح ونه لري، له ماتې سره مخ کېږي او نه شي کولای

ketabton.com - The Digital Library

چې په دې برخه کې بریالیتوب ترلاسه کړي. په هر وخت کې باید پنځوونکی وي، داسې متن جوړ کړي چې تصویر ولري، داسې متن جوړ کړي چې احساسات راوپاروي، داسې متن جوړ کړي چې اهنګ ولري.

په داسې حالاتو کې موږ کولای شو چې د خپل انټرنټپې پلورنځي څخه ډېر خرڅلاو ترلاسه کړو.

یوه پوښتنه:

ولې خلك هغه څه ته چې وایي یې، اهمیت ورکړي؟

پاملرنه مو هغې خواته کړئ چې څه پورې اړه ولري.

د خپلې نظریې ګټه خرڅوي، نه واقعیت. ستاسې نظریه د مشتري لپاره څه کار کوي؟ له دې چې له احساساتو څخه ګټه اخلئ مه ډارېږئ. ډېری وخت د احساساتي پېرلو انګېزه له منطقي انګېزې څخه زیاته وي.

د بېلګې په توګه هغه کلیمې چې احساساتو پورې اړه لري لکه: ځانګړی، وړیا، ډالۍ، په زړه پورې او...

د یوه محصول د تشریح متن باید لنډ وي:

ketabton.com - The Digital Library

ربنتيا هم لنډ، يانې له ۱۰ څخه تر ۲۰ کلمو زيات نه وي (لږ غوره وي). دا مو بايد په ياد وي چې ډېر وخت نه لرئ، هغه څوك چې ستاسې وېبپاڼه کې پلټنې کوي ډېر لږ وخت تېروي.

که چېرې ستاسو جملو اوږدې وي، نو د وېبپاڼې کارووونکي مخکې تر دې چې ويې لولي ترې تېرېږي. دا چې له لنډو کلمو څخه ګټه اخلئ، نو دا وېره په زړه کې مه لرئ، چې د محصول ټول جزئيات به په کې شامل نه شي. غوره به دا وي چې ستاسې د محصول يوازې درې ځانګړنې په ښه توګه معرفي شي او خلك يې وپېژني. ځينې وخت له پانګه اچوونکو او يا له سوداګرو څخه پوښتنه کوم چې خپل نظر مو راسره شريك کړئ، هغوی په پنځو دقيقو کې خپل نظر راسره شريکوي. که لنډ وي ژر يې اورو، ښه فکر پرې کوو.

له اعدادو او ا رقامو ګټه واخلئ:

شمېر لنډون راولي، خپل شاوخوا ته نظر وکړئ او له اعدادو سره سرليکونه يا عنوانونه وټاکئ. هره جمله چې جوړوئ لومړی يې پر خپلو شاوخوا کسانو وازمايئ، بيا څېړنه وکړئ چې کومه يوه يې ښه ده او پر خرڅلاو ډېر اغېز لري. غبرګون وګورئ او بيا چې هره يوه غوره جمله وه هماغه وټاکئ. که څوك ستاسې د محصول په اړه درڅخه پوښتنه کوي، په لږ وخت کې ښه او مناسب ځواب ورکړئ.

د بېلګې په توګه:

ketabton.com - The Digital Library

له ۵+۱ څخه نور تپر شئ، ۵-۱ سره یوځای شئ

د اعدادو دا جمله بندي کېدی شي زمونږ د کارووونکو لپاره هم په زړه پورې وي او هم د هغوی پام ځانته راواړوي.

ګارنټي:

ډېری وخت کله چې مشتریان زمونږ له وېبپاڼې څخه خریداري وکړي او بیا د توکو له خرابوالي سره مخ شي، نو مونږ باید ددې لپاره چې له مشتري څخه د ډار احساس لرې کړو، نو داسې شرایط ورته په وېبپاڼه کې برابر کړو چې کله د توکو له خرابوالي سره مخ شي، نو باید په وېبپاڼه کې د (ګارنټۍ) په نوم یوه تنۍ ځای پرځای کړو چې د هغې په کېکاړلو سره مشتري ته ببرته خپلې پیسې ورکول شي. په دې کار سره مونږ کولای شو چې د مشتري د اخیستلو قوت زیات او ډاډمن کړو او مشتري د ارامۍ احساس وکړي.

اوس غواړم د تبلیغاتو او خرڅلاو اړوند یوې مهمې مسلې په اړه خبرې وکړم.

خپل مخاطب سره د هغوی په ژبه خبرې وکړئ:

پر خپل مخاطب یا مشتري باندې ویاړ مه پلورئ او مه ورته ځان داسې معرفي کوئ، چې زه ډېر باسواده یم او یا ستا په پرتله زه ډېر هوښیار یم. له هغې سره د هغه په ژبه خبرې وکړئ، که چېرې

ketabton.com - The Digital Library

ستاسې مخاطب د کور یوه مېرمن وي، نو د هغې سادګي په نظر کې ونیسئ او که چېرې ستاسې مخاطب د پوهنتون یو استاد وي، نو په یوه علمي او اکاډمیك چاپېریال کې د هغې کلونه کلونه هلې ځلې نادیده مه نیسئ. هغه ته اجازه ورکړئ چې ستاسې د شرکت په اړه پوره معلومات ترلاسه کړي او له همدې افهام او تفهیم څخه خوند واخلي.

یا په بله وینا:

ستاسې له محصول څخه ګټه اخیستونکي سره باید داسې خبرې وکړئ، چې کوم مفهوم ستاسې په ذهن کې دی هغې ته دا هم متوجه دی، کنه نو داسې نه چې تاسې یوه خبره وکړئ او هغه ترې بل مفهوم واخلي.

دایرة المعارف مه اوسئ:

دایرة المعارف مه اوسئ څخه موخه داده چې خپل تبلیغات مو د ټولنې کوم قشر لپاره ځانګړي کړي دي، یا په بله بڼه که ووایم چې خپله موخه مو مشخصه کړئ.

- ایا له کارونکي څخه ستاسې موخه نرینه دي که ښځینه؟
- ایا له کارونکي څخه ستاسې موخه پانګوال دي که متوسط خلك؟
- ایا له کارونکي څخه ستاسې موخه ځوانان دي که زاړه؟

ketabton.com - The Digital Library

- ایا ستاسې محصول د افغانستان لپاره عرضه شوی دی، که د کوم ځانګړې ولایت یا ښار لپاره؟

نو ځکه خو وایي چې له کارووڼکي څخه مو موخه ځانګړې کړئ. تاسې نه شئ کولای چې خپله وېبپاڼه مو د ټولو قشرونو لپاره ډیزاین کړئ، حتماً به د وېبپاڼې په ډیزاین کې یوه موخه لرئ.

دا مهمه نه ده چې د هر چا لپاره هرڅه واوسئ. خپله ستونزه مو ځانته روښانه کړئ، د کومو کسانو په اړه چې خبرې کوې، باید ستونزې یې ورحل کړې. پرېږده چې نور شرکتونه پاتې ستونزې حل کړي او تاسې باید خپل تمرکز یوازې پر یوه موضوع وکړئ او د تبلیغاتو په اړه فکر وکړئ.

له کومه وخته چې تاسې سوداګري پیل کړې، پر دې مو فکر کړی چې ولې کارووڼکي باید تاسې انتخاب کړي. نو بیا کوښښ وکړئ او په دې رقابتي بازار کې ځان د یوه فرد په توګه ښکاره کړئ. دا چې ولې تاسې نسبت خپلو سیالانو ته متفاوت یاست؟

دا ټول موارد مو په رڼه توګه خپلو مخاطبینو ته ووایاست. دقیقاً ووایئ چې ستاسې د موخې بازار مشتریان کوم کسان دي. ستاسې د وېبپاڼې محتوا باید هغوی ته په لیکنې بڼه ورکړئ. که چېرې تاسې په تخصصي حوزه کې د محتوا ښه تولیدوونکي یاست، نو ډاډه اوسئ چې کولای شئ د وېبپاڼو ډېرې بازار جذب کړئ.

ketabton.com - The Digital Library

ليدلوري جذب کړئ:

په ټولیزه توګه یو بریالی تبلیغاتي پیغام هغه ته وایي چې وکولای شي په لومړي ځل لیدو سره د مخاطب نظر ځانته جذب کړي، نو بیا کوښښ وکړئ ډېر حاشیې او جزئیاتو ته مه ننوځئ، یو داسې ساده جمله یا انځور وټاکئ چې په یو ځل لیدو سره پرې خلك پوه شي او په ذهن کې یې پاتې شي. اوس ددې وخت دی چې په خپلو تبلیغاتو کې مو یو طلایي ټکی ځای پرځای کړئ. د مخاطب د احساساتو له قدرت څخه ددې لپاره ګټه واخلئ چې ستاسې خبرتیا د هغې په یاد کې پاتې شي او هغه د هغو تبلیغاتو په کړۍ کې راحصار کړئ چې مخامخ ورته پراته دي.

دغدغه ها را هدف بگیرید:

د داسې سیمې ټاکنه چې هلته ستاسې د موخې ډله شتون ولري، باید خپل حواس د یوه پیغام د ډیزاین په بڼه وي. کله چې ستاسې د هدف ډله میندې وي، نو باید خپل تبلیغاتي پیغامونه په داسې بڼه ډیزاین کړئ چې د هغوی اصلي او همېشنیو پوښتنو ته ځواب ووایي. د مېرمنو ذهن ارام او نرم وي. نرینه بیا د دوو کسانو پرځای څلور کسان کار کوي، نو که غواړئ چې یوې مېرمنې ته پیغام ورسوئ، نو د عاطفې له قدرت څخه ګټه واخلئ او که غواړئ چې یو سړی د خپل اغېز لاندې راولئ، نو د هغې د منطق پر قوه او د هغې د محاسبې پر توان تمرکز وکړئ.

ketabton.com - The Digital Library

د ځواکمنو جملو خیالي اغېز:

که چېرې مورږ داخلي او بهرني قوي او بریالي تولیدي یا خدماتي شرکتونه وڅېړو او مطالعه یې کړو نو دې ته متوجه کېږو چې هغوی له خپلو سیالانو څخه میدان وړی دی. ((ډېر فکر یې کړی دی))، ((ډېر فکر یې کړی دی)) او په ټوله کې ((ډېر د مشتري په فکر)) کې وو، ((د ډېرو پیسو ترلاسه کولو په فکر کې وو)). بله په زړه پورې خبره داده چې په ټوله نړۍ کې ډېره پانګه لرونکي خلك او شرکتونه هغه دي چې ((هیلې او لوړ فکرونه)) یې تعقیب کړي دي.

کېدی شي هغوی هم د خپلو ((خیالونو)) او ((هیلو)) په تعقیبولو کې احساساتي پرېکړه کړي وي او د ((احساس)) له مخې یې ((لومړني ګامونه)) پورته کړي وي. خو اصلي خبره داده چې مورږ ډېری وخت منطقي پرېکړه نه کوو او هره پرېکړه مو د احساساتو له مخې وي.

د یوه ښه ((احساس)) درلودل او یا د یوه شي د لیدلو تجربه مورږ دې ته اړباسي چې د هماغه شي په لټه کې شو چې دا کار زمورږ لپاره خوندور دی.

د همدې لپاره ((ښېنه)) (مارك) پرې لګېږي چې د هغې په تعقیب سره مورږ له داسې سوداګریزو ښېنو څخه ګټه واخلو چې په ټېره کې زمورږ لپاره په زړه پورې وي.

د بریالي خلکو لکه ((ستیو جابز)) په ذهن کې بریالي خیالونه وي، د همدې خیالونو یې په ذهن کې یو بریالی انځور جوړ کړی وي او دومره په دې ((خیالونو)) کې ډوب شوي وي چې ټول ژوند یې ورته ځانګړی کړی وي او وینو یې چې دې ((خیالونو)) ته یې څنګه ځان رسولی او ترلاسه کړي دي.

ketabton.com - The Digital Library

((لوړ خیالونه)) زموږ په ذهن کې لوی انځورونه جوړوي، چې ددې خیالونو خوند او احساس موږ دې ته هڅوي چې څنګه یې ترلاسه کړو او څنګه ورته ځان ورسوو.

ایا پوهېږئ چې د ستېیو جابز خیال څه و؟ او د څه شي په لټه کې و؟ ددې مقالې په پای کې به حتماً درته د ستېیو جابز دا بریالي خیالونه په ګوته کړم. ددې کړنښو تر لوستلو وروسته راساً ددې مقالې اخرې پانې مطالعه کړئ، چې د بریالیتوب او توان غوره درك ولرئ.

تر څو وکولای شئ د تبلیغاتو او بازارموندنې په برخه کې مو خبرې اغېز وکړي. ((ستېیو جابز)) د پیسو ترلاسه کولو یا د ((مالداره)) کېدو په لټه کې نه و، د هغو لوړو خیالونو د ترلاسه کولو لپاره یې ګام پورته کاوه، چې دده په ذهن کې وو. ډېری وخت به یې د هغو موخو لپاره کار کاوه چې ((نور انسانان هم له هغه څخه ګټه پورته کړي)).

په ننني نړۍ کې د ډېر خرڅلاو، ډېر اغېز او د مشتري د توجه جلبولو لپاره د پخوانیو کلیشه یي تبلیغاتو څخه ګټه مه اخلئ، په دې فکر وکړئ، چې څنګه نوی انځور جوړ کړئ او نوښت وکړئ.

ketabton.com - The Digital Library

د لاندې اوه پراګرافونو له مخې د مخاطب په ذهن غلبه وکړئ

۱- ستاسې د کاروبار اصلي موخه څه ده؟ خوښېږي مو چې ددې تبلیغاتو له امله کومې پایلې ته ورسېږئ؟ دا موضوع له تاسې سره د یوه غوره او اغېزمن تبلیغاتي اعلان په جوړولو او ډیزاینولو کې مرسته کوي.

۲- اوس خپلو هغو تولیداتو او خدماتو ته چې وړاندې کوئ یې، بیاځلي کتنه وکړئ. خپلو مصرفوونکو ته چې تبلیغات کوئ، ډېره پاملرنه ورته مه کوئ، بلکې دې ته وګورئ چې ستاسې د محصول اصلي مشتري څوك دی، بیا هماغه مخاطب وګڼئ.

۳- څه فکر کوئ ستاسې محصولات به مخاطب ته کوم احساس ورکړي: غم؟ خوښي، وېره یا ډار؟ امنیت؟ هر یو چې ستاسو په نظر کې وي، هغه په نښه کړئ، تر څو چې کولای شئ هغه وګروئ.

۴- ډېرې خبرې مه کوئ. ننني مخاطبین د ډېرو اوږدو جملو او اوږدو دلایلو د لوستلو او اوږدلو حوصله نه لري، تاسې ډېر وخت

ketabton.com - The Digital Library

نه لرئ، نو بايد خپلې اصلي خبرې په لنډ وخت کې په لنډه توګه وکړئ.

۵- دې ته مه په طمعه کښږئ چې مخاطبين به ستاسې تبليغات وګوري. دا تاسو يې ياست چې د هغوی په طرف لاړ شئ. نو څومره چې فکر کوئ هماغه ځای کې ستاسې د هدف خلك ډېر دي، همالته مو تبليغات ورسوئ.

۶- ټولې خبرې مو په يوه پيغام کې مه ځای پرځای کوئ. نو چې هر ځل له مخاطب سره مخامخ کښږئ بايد له يو نوي پيغام، نوي شعار او تازه خبرې سره يوځای شئ.

۷- خپل تبليغاتي شعار مو له تصوير سره ورته کړئ. کوښښ وکړئ چې پيغامونو له يو بل سره همغږي وي. بېلابېل پيغامونه مو بېلابېلو وختونو ته پرېږدئ.

د خرڅلاو وړانديز:

خپل هغه مشتري ته مو چې له لومړی ځل يې له تاسې خريداري کړي وي، د خرڅلاو يو وړانديز ولېږئ.

د بېلګې په توګه که مشتري له تاسې څخه لباس اخيستی وي، نو کولای شئ چې هغې ته يو پيغام يا ليك ورولېږئ او مننه ترې وکړئ، چې له تاسو يې توکي پېرلي دي، له دې سره سره ورته د نوې خريداري لپاره د څو سلنې کمښت يو وړانديز هم وکړئ. يا خپل

ketabton.com - The Digital Library

مشتري ته د ليك يا پيغام له لارې دا پيغام ورسوئ، چې کـه تـوکی کوم کمښت يا خرابی ولري کولای شئ، چې ښرتـه يې راوړئ او د هغې په بدل کې نوی توکی يوسئ. کـه غـواړئ چې مشـتري دې ته واداره کړئ چې له تاسې ژر بله خريداري وکړئ، نـو د کمښت وخت ورته ځانګړی کړئ، يـانې تـر يـوې مياشـتې پـورې تاسې کـولای شـئ چې له مورد څخه په شل سلنه کمښت توکي وپېرئ.

په ليکونو او برېښنـاليکونو کې لـه لاسي ليکلو څخـه ګټه اخيستنه:

کوښښ وکړئ چې په ټولو هغو ليکونو کې چې خپـل پېرودونکـي تـه يـې لېـږئ د لاس ليکلـو، ځـانګړو مهرونـو او يـا هـم لـه ځـانګړو سـټيکرونو څخـه ګټـه واخلـئ. دې تـه مـو بايـد پـام وي چې پـه لاس ليکلی ليك چې د لـومړي ځل لپـاره ليـدل کېـږي، نـو لوسـتل کېـږي هم. دا په ياد ولرئ چې دا ليـك پـه پـوره ډول لوسـتل کېـږي، خـو چې لنډ وي ښه ده، تر څو لوستونکی يې له لسـو ثـانيو څخـه پـه لږ وخت کې ولولي.

ketabton.com - The Digital Library

په خرڅلاو کې د وړ بیو کارونه

د صفرونو شمېر:

په افغانستان کې د ډېرې محصولاتو نرخ څو صفرونه لري. د ببلګې په توګه که د یو کتاب نرخ (۳۰۰) افغانۍ وي او هغه تاسې په (۲۹۹) افغانۍ واړوئ، نو له دې سره مو خرڅلاو زیاتېږي. همدارنګه کله چې د صفرونو عدد لیکئ، نو که داسې ولیکل شي، ښه به وی. لکه د یوه توکي نرخ (۶۰۰) افغانۍ دی، که همدا نرخ په (۶ سوه) ښه ولیکل شي، دا به ډېره ښه وي. کله چې غواړئ د خپلو محصولاتو نرخونه نندارې ته وړاندې کړئ، نو له کمو صفرونو څخه ګټه واخلئ او کله چې غواړئ له یوه محصول سره ډالۍ ورکړئ، نو د ډالۍ په نرخ کې له زیاتو صفرونو څخه ګټه واخلئ. د ببلګې په توګه ولیکئ د کتابونو په دې نندارتون کې هر ګډونوال ته د (۱۰۰) افغانیو په ارزښت یو کتاب ډالۍ کېږي. همدارنګه تاسې چې کوم لګښتونه کوئ په هغې کې له صفرونو څخه ګټه واخلئ، مثلاً که د یوه توکي قیمت مو (۲۸۹۹) افغانۍ وي، نو تاسې کولای شئ، چې خپلو مشتریانو ته ووایئ، ددې توکي لېږد چې ستاسې تر کوره یې درسوو، (۳۰۰) افغانۍ لګښت لري، چې دا مو ږ په خپله غاړه اخلو.

ketabton.com - The Digital Library

مخکې له دې چې د يوه توکي اصلي نرخ وړاندې کړئ، نو لويو ارقامو ته اشاره وکړئ، مثلاً په دې خريداري سره تاسو څومره سپما کولای شئ. فرض کړئ تاسې يو پرنټر پلورئ، مخکې له دې چې مشتري ته د هغې د نرخ په اړه ووايئ، ښه به دا وي چې مشتري ته ووايې ددې پرنټر په اخيستلو سره تاسې کولای شئ په کال کې (۱۰۰۰۰) افغانۍ سپما وکړئ، چې نرخ يې ډېر ارزان يانې (۳۴۹۹) افغانۍ دی.

له دقيقو نرخونو څخه ګټه اخيستنه:

د محصولاتو په نرخ ټاکنه کې له دقيق قيمت څخه ګټه واخلئ. د خپل محصول نرخ (۲۰۰۰۰) افغانۍ مه ټاکئ، چې بيا له مشتريانو سره د ډېر کمښت هيله پيدا شي او يا تاسې همدا محصول په (شل زره) افغانۍ بيه کړئ او بيا يې په (۸۰۰۰) افغانۍ وپلورئ. ځکه په دې کار سره ستاسې د مشتريانو په ذهن کې دا خبره راځي، چې دوی په نرخ ټاکنه کې دقيقه محاسبه نه ده کړې او هوايي نرخ يې ټاکلی دی، چې په دې کار سره له تاسې مشتريان ناراضه کېږي. د ښېلګې په توګه که د يوه محصول نرخ مو (۵۰۰۰) افغانۍ وي، په دې کې کمښت مه ورکوئ، ځکه ځينې مشتريان بيا تر (۳۰۰۰) افغانيو کمښت هيله هم لري. تر يوې مودې وروسته د همدې محصول نرخ (۴۸۰۰) افغانۍ وټاکئ. چې په دې سره به

ketabton.com - The Digital Library

ستاسې خرڅلاو هم زيات شي او مشتريان به درڅخه د ډېر کمښت هيله هم نه کوي. په نرخ ټاکنه کې د ځان لپاره يو ځانګړی فورمول تعريف کړئ او په نرخ ټاکنه له هماغه فورمول څخه ګټه واخلئ، که هر وخت مشتري له تاسې څخه د نرخ ټاکنې په اړه پوښتنه وکړي، نو بايد چې تاسې ورته قانع کوونکی ځواب ورکړئ.

ketabton.com - The Digital Library

د زړو ذهنیتونو په اړه دري مهم تکي

ډېری وخت مونږ د زوړ ذهنیت له مخې پېرودنه کوو، نو مهمه ده چې په دې برخه کې د غوره ذهنیت سره اشنا شو. له دریو څانګو څخه هره څانګه په اصلي ذهنیت اغېز پرېباسي.

۱- زاړه ذهنیتونه ډېری وخت احساساتو خواته هڅه کوي:

زمونږ ډېری پرېکړې د احساساتو له مخې کېږي، بیا وروسته له منطق څخه کار اخلو. دا تکراري جمله د بازارموندنې په ډېرو کتابونو کې راغلې ده. خو اصلي او مهمه خبره داده چې زمونږ احساسات د کومو مواردو تر اغېز لاندې دي؟ یو مهم او اغېزمن تبلیغاتي او معلوماتي لامل دی چې زمونږ د پنځه ګونو خواسو څخه ذهن ته داخلېږي. بریالي شرکتونه کوښښ کوي چې د یوه شخص بېلابېل خواس په خپلو محصولاتو کې ځای پرځای کړي. د بېلګې په توګه (اپل) شرکت په دې باندې کار کوي چې د خپلو محصولاتو پر بسته بندي داسې وکړي، کله چې یو څوک د (اپل) محصول خلاصوي، نو باید د خوښۍ احساس وکړي. لکه د قوتي د خلاصولو غږ باید زړه راکښونکی وي.

ketabton.com - The Digital Library

په ډېرى پلورنځيو کې امتحان شوې ده، چې د يوې ځانګړې موسيقۍ غږول، د مشتريانو د اخيستلو پر پرېکړه اغېز لري. ان د خوشبويي لګول هم پر مشتريانو اغېز کوي. د ښېلګې په توګه په يوه پلورنځي کې د (وانيل) عطرو له لګولو سره د پلورنځي پلور دوه برابره شو. په دې اړه ډېرې خبرې هم کېدلای شي، خو که په لنډه توګه يې ووايو، هر لامل يا هر هغه څه چې په موږ کې ښه احساس راپيداکوي، بايد له هغه څخه ګټه واخلو، تر څو اخيستونکی په ارامۍ سره د پېرلو پرېکړه وکړي.

۲- د زړو ذهنيتونو د پرېکړې معيارونه، خوند اخيستنه، اسانتيا، د درد ناراحتۍ لرې کول دي.

د پېرلو پرېکړه يا تصميم نيونه کې دوه مهم او بنيادي لاملونه؛ خوند اخيستنه او درد دوا کول دي. الله تعالی زموږ بدن داسې جوړ کړی دی چې د ښېلابېلو زيانونه څخه ساتنه کوي. د ښېلګې په توګه که موږ غاښ درد ولرو، نو زوړ ذهن زموږ په پرېکړو کې ځنډ رامنځته کوي او موږ دې ته مجبوروي تر څو د غاښ درد د ارامولو لپاره يو څه وکړو. نو په دې ډول موږ د اسانتياوو او خوندورتيا په لټه کې يو. که داسې نه وای، نو بيا خو به خوندورې غذاګانې، ګازي څښاک، ګران بيه موټرې او داسې نور شيان به هېڅ نه پلورل کېدل.

ketabton.com - The Digital Library

نو ددې لپاره په بازارموندونه او خرڅلاو کې باید موږ له ډېرو منطقي دلایلو څخه کار وانه خلو، بلکې مشتري ته دا روښانه کړو چې زمږ محصولات تاسې ته اسانتیاوې برابرې کړي دي او ستاسې درد دروا کوي.

(برایان تریسي) په خپل نوي کتاب (قورباغه رابیوس!) کې وایي: د درد د دوا کولو انګېزه ورکول، د خوند اخیستلو له انګېزې ورکولو څخه ۲/۵ برابره قوي ده.

۳- زاړه ذهنیتونه له انځورونو سره اړیکي ټینګول:

د یوه توکي په اړه چې کوم معلومات ذهن ته لاره پیداکوي، نو ۶۵ په سلو کې د لیدلو له لارې وي. په بازارموندونه کې انځورونه ډېر اهمیت لري. موږ ډېری وخت په بازارموندننه کې له جملو او لغتونو څخه کار اخلو. لغتونه او جملې یوازې نوي ذهنیتونه یې څېړي، خو زاړه ذهنیتونه بیا انځورونه څېړي.

داسې نه چې موږ له مشتري سره په یوه کتنه کې ساعتونه ساعتونه وخت په خبرو او جملو ویلو تېر کړو ترڅو پر ده یو څه وپلورو، چې مخاطب هم زمږ خبرو ته ډېره پاملرنه نه کوي او په پای کې خبرې اترې هم بې پایلې پایته ورسېږي. که چېر له مناسب انځور څخه ګټه واخلو او په خپلو مطالبو کې یې ځای پرځای کړو، نو دا کار به ډېر اغېزمن وي، ځکه چې انځور کولای شي زاړه ذهنیتونه ځان ته راجلب کړي.

ketabton.com - The Digital Library

په ستنفورد پوهنتون کې د سټیو جابز د وینا درې کیسې

نن زه ډېر خوښ یم، چې تاسې د نړۍ په یوه غوره پوهنتون کې درس وایئ او نن مو د فراغت ورځ ده. زه له پوهنتون څخه نه یم فارغ شوی. نن غواړم تاسې ته د خپل ژوند کیسه وکړم، ډېره اوږده نه ده، یوازې درې کیسې دي.

لومړۍ کیسه مې په ژوندانه کې د هغو پېښو په اړه ده چې په تصادفي توګه به رامنځته کېدې:

ketabton.com - The Digital Library

د پوهنتون له پیلېدو څخه شپږ میاشتې وروسته مې پوهنتون پرېښود، خو بیا به هم تر یو یونیم کال د پوهنتون خواته تللم، ښه نو اوس غواړم چې تاسې ته ووایم چې ما ولې تحصیل پرېښود. زما ژوند او زما مبارزه زما له زېږېدو څخه مخکې پیل شوې ده. زما مور د پوهنتون یوه مجرده محصله وه، هغې پرېکړه کړې وه چې ما د روزنتون په لیست کې شامل کړي چې بیا مې څوك روزنه پر غاړه وواخلي، هغې پر دې باور درلود چې ما به یوه کورنۍ په دې شرط په زوی ولۍ واخلي، چې پرما به لوړې زده کړې کوي، ددې کار لپاره زما مور هرڅه چمتو کړي وو.

یو وکیل او د هغې ښځې دا ومنله چې ما به تر زېږېدو وروسته په زوی ولۍ نیسي، مور مې ټول اسناد ترتیب کړل چې کله زه دې نړۍ ته راشم، نو همدا وکیل او مېرمن به یې ما په زوی ولۍ واخلي. کله چې زه وزېږېدم، نو دوی دواړو (وکیل او مېرمن) یې وویل چې موږ نه غواړو کوم هلك په زوی ولي ونیسي، ځکه چې زموږ خوښېږي یوه نجلۍ واخلو او ویې روزو.

همدا په اصطلاح زما مور او پلار د شپږ ناوخته یو ټلېفون ترلاسه کوي او ورته ویل کېږي چې ایا چمتو یاست یو ماشوم په زوی ولۍ ونیسئ، دوی ورته وایي چې هو، موږ چمتو یو. هماغه و چې زه یې په زوی ولۍ ونیولم، خو زما خپله مور بیا وروست په دې پوه شوه چې زما رضاعي مور پوهنتون نه دی لوستی او رضاعي پلار مې

ketabton.com - The Digital Library

ښوونځی هم نه دی ویلی. کله چې مې خپله مور په دې هر څه پوهه شوه، نو نه یې غوښتل چې له دوی سره زما د زوی ولې کاغذونه لاسلیك کړي، خو زما رضاعي مور او پلار په ډېر ټینګار سره وویل چې مورې به دا ماشوم حتماً پوهنتون ته لېږو، ان تر دې چې قول یې هم ورکړ. هماغه و چې زه یې دوی ته په زوی ولې ورکړم او اولس کاله وروسته زه کالج ته ورسېدم. پر دې اساس چې زما معلومات کم وو نو داسې یو پوهنتون مې وټاکه چې د هغې شهریه ی د استنفورد پوهنتون معادل وه او د پلار او مور سپما پیسې به مې به مې په ډېرې چټکۍ سره د پوهنتون په شهریه ی لګولې. له شپږو میاشتو وروسته مې پام شو چې پوهنتون راته کومه خاصه ګټه نه لري. داسې مې هېڅ نظریه نه درلودله چې څه وکړم او پوهنتون به له ماسره څه ډول مرسته وکړي. داچې نور د مور او پلار د ټول عمر سپماشوې پیسې مصرف نه کړم، نو پوهنتون مې پرېښود، خو په دې مې باور درلود چې هر څه به ښه شي.

په لومړیو کې راسره ډېره وېره وه چې څه به کېږي، خو اوس چې فکر کوم نو وایم چې د ژوند تر ټولو ښه پرېکړه مې هماغه وه. په کومه ورځ چې د پوهنتون د پرېښودو پرېکړه وکړه، نو ومې ویل هغه کارونه چې هېڅ ورسره لېوالتیا نه لرم، باید وخت پرې ضایع نه کړم، نو په هغو کارونو مې پیل وکړ چې رښتیا هم مې ورسره مینه او علاقه درلوده. په هغه وخت کې ماته ژوند کول ډېر اسان نه و،

ketabton.com - The Digital Library

کوټه مې نه درلوده د یوه ملګري په کوټه کې له هغه سره پاتې کېدم. د پیپسي خالي قوتۍ به مې د پنځو سنټو په بدل کې دوکاندار ته ببرته ورکولې چې ځانته پرې خوراکي توکي واخلم.

ځینې وخت به مې اوه میله پیاده مزل هم کاوه، چې د کلیسا خیراتي غذا وخورم، حال دا چې د کلیسا ډوډۍ مې نه خوښېده، خو څه مې کړی وای مجبوري وه. زه د دې لپاره چې هېڅ نه پوهېدم څه وکړم، په اخر کې مې داسې لاره غوره کړه چې بیاورو سته په یوې ډبرې ګران بیه تجربې بدله شوه. د (ریډ) کالج په هاغه وخت کې د خطاطۍ په برخه کې تر ټولو غوره کالج و. د پوهنتون ټول پوسټرونه به په ډېره ښه بڼه لیکل کېدل، د دې لپاره چې ما پوهنتون په نیمه کې پرې ایښی و، خطاطي مې پیل کړه.

د هغې خطاطۍ سبک ډېر په زړه پورې، ښکلی، هنري او تاریخي و، چې ما به تري ډېر خوند اخیسته، خو ما دا تمه نه درلوده چې خطاطي به زما په راتلونکي ژوند کې مسلک شي، خو د لسو کلونو په تېرېدو سره کله چې ما د مکینتاش کمپیوټر ډیزاینا وه، نو د هماغې خطاطۍ ټولګي مې په ذهن کې تازه شول او له هغې څخه مې د کمپیوټر په ګرافیکي ډیزاین کې ګټه پورته کړه. مک لومړنی کمپیوټر و چې په ډېرو ښکلو کمپیوټري فونټونو سمبال و. که چېرې ما د خطاطۍ په هغو ټولګیو کې برخه نه وای اخیستې، نو اوس به مک کمپیوټر

ketabton.com - The Digital Library

داسې ښکلي فونټونه نه درلودل. همدارنګه کله چې وینډوز د مک ډیزاین کاپي کړ، نو کېدی شي چې هېڅ یو کمپیوټر به داسې فونټونه نه درلودل.

په هر صورت کله چې انسان خپل راتلونکي ته فکر کوي، نو کېدی شی چې د داسې پېښو اغېز پرې نه وي، خو کله چې خپل تېر ژوند ته نظر واچوي، نو ټولې تېرې پېښې یې ستر ګو ته درېږي.

په خپل زړورتوب، سرنوشت، ژوند او نور هرڅه باندې باید باور ولرئ او دا له یاده ونه باسئ. دا هغه څه دي چې زه یې هېڅکله نه یم نهیلي کړی، بلکې زما ژوند ته یې بدلون ورکړی دی.

دویمه کیسه، زما د ماټې اوزما د خوښې په اړه ده:

زه دې ته ډېر اند ښېمن و، ما ویل هغه چې خوښېدل ډېر ژر مې لاسته راوړل. زه او زما همکاري (وز) د اپل شرکت د خپل پلار او مور د کور په ګاراج کې پیل کړ. ما به ډېر زیات او سخت کار کاوه، زه به شل کلن وم چې دا کار مې پیل کړ.
د لسو کلونو په بهیر کې اپل شرکت داسې مقام ته ورسېد چې ټوله پانګه یې دوه بلیونه ډالره شوه او په دې شرکت کې د څلور زره کسانو کار کاوه.

ketabton.com - The Digital Library

ما ډېر په زړه پورې او جالب توکي (مکنتاش) بازار ته وړاندې کړل. د مکنتاش تر تولید یو کال وروسته چې زه تقریباً د برش کلن وم، د شرکت مدیره هئیت زه له شرکت څخه اخراج کړم. څنګه امکان لري چې یو نفر دې یو شرکت خپله تاسیس کړي او بیا دې له همغې شرکت څخه وویستل شي؟ ډېر ساده او اسانه.

کله چې شرکت ښه پرمختګ کړی و، نو په هماغه وخت کې مې یو داسې نفر چې ښه وړتیا یې درلودله او ما ویل چې دا به زموږ د اداري لپاره ښه ثابت شي، استخدام کړ. هر څه ډېر ښه روان و، یو یا دوه کاله وروسته د شرکت په ستراتیژۍ باندې له هماغه نفر سره زما اختلاف پیدا شو، چې په پایله کې د شرکت مدیره هئیت له همغه څخه ملاتړ وکړ او زه یې رسماً له دندې ګوښه کړم. داسې احساس مې کاوه چې د ژوند ټولې لاسته راوړنې مې له لاسه ورکړې، تر څو میاشتو پورې نه پوهېدم چې څه باید وکړم. مار رسماً ماتې خوړلې وه، خو ولې زما په دننه کې د پرمختګ یو احساس پروت و، هغه احساس چې ما ورسره ډېره مینه درلودله او د اپل کمپنۍ پېښو په کې بدلون نه و راوستی. د یو نوي احساس پیلبدل.

کېدی شي ما هماغه وخت دا فکر نه وي کړی چې له اپل کمپنۍ څخه اخراج زما د ژوند ښه پېښه وه. زما د ژوند یو نوی سبک پیل شو او زه هم ازاد وم. په هغه وخت کې زما ژوند له خلاقیت څخه ډک و.

تر پنځو کلونو وروسته مې د (تکست) په نوم یو شرکت تاسیس کړ او د یوه بل شرکت (پیکسار) او له یوې ځانګړې مېرمنې سره بلد شوم، چې بیا مې وروسته له همغې ښځې سره واده وکړ.

ketabton.com - The Digital Library

پیکسارد کمپیوټر په نړۍ کې د لومړي ځل لپاره د (توی ستوري) په نوم د انمیشن سافټ ویرونه رامنځته کړل ، چې اوس په نړۍ کې تر ټولو ښه او بریالي کمپیوټري پروګرامونه دي. په یو وخت کې اپل کمپنۍ د (نکست) شرکت وپلوره چې زه بیا اپل کمپنۍ ته لاړم او د نکست ځانګړي پروګرامونه مې هلته بیا پیل کړل. ما له خپلې مېرمنې (لورن) سره ډېر ښه ژوند پیل کړ. که چېرې زه له اپل کمپنۍ څخه نه وم ویستل شوی، نو کېدی شي دا هر څه نه و رامنځته شوي. دا هر څه د هغو درملو په شان و چې ډېر ترخه وي، خو باید ناروغ ته ورکړل شي، ځکه چې ناروغ ورته اړتیا لري. ځینې وخت په تاسې باندې ژوند دومره تنګ شي لکه په اوږو مو چې یوه لویه ډېره پرته وي، خو باید په ځان باور مو له لاسه ورنه کړئ. څه چې زما په ژوند کې د حرکت کولو لامل شو ، هغه دا و چې ما هغه کار کاوه چې رښتیا هم ما ورسره مینه او علاقه درلوده.

درېیمه کیسه، د مرګ په اړه ده:

اوولسم کلن به وم چې په یوه ځای کې مې ولوستل، که چېرې مورِ داسې فکر وکړو چې نن مو د ژوند اخرنۍ ورځ ده، نو کېدی شي دا نظر مو یوه ورځ په حقیقت بدل شي. دې خبرې پر ما ډېره اغېزه وکړه، له هغه وخته تر دې دېرش کلونو په موده کې هره ورځ چې به مې

ketabton.com - The Digital Library

اییني ته کتل نو فکر به مې کاوه که چېرې نن مې د ژوند اخري ورځ وي، هغه څه چې نن يې ترسره کوم، ترسره به يې کړم که نه.
هر وخت به ددې خبرې ځواب (نه) و ، خو زه پوهېدم چې په ژوند کې يو څه بدلون ته اړتيا لرم. په دې اړه د پوهېدو لپاره چې يوه ورځ به مړ کېږم، زما لپاره د يوه مهم توکي په توګه بدل شوی و ، چې له ما سره يې ډېره مرسته وکړه تر څو د ژوند په اړه مې ډېر تصميمونه ونيسم، ځکه چې غرور، لويي، ماتې او بریاوې د مرګ په مقابل کې هېڅ هم نه و.
يو کال وړاندې زما ډاکترانو دا تشخيص کړه چې زه سرطان يم. د سهار اوه نيمې بجې وې، زما معاينات يې وکړل، کله چې معاينات پايته ورسېدل، نو ډاکترانو وويل چې زه د کولمو سرطان لرم او دا داسې سرطان دی چې علاج نه لري، که زه نور ډېر ژوند وکړم، نو کېدی شي دري میاشتې ژوندی پاتې شم. ډاکتر راته وويل چې لاړه او کرار په کور کې ارام وکړه.
د ډاکترانو موخه دا وه چې زه مرګ ته تیاری ونیسم، هغه څه چې لس کاله وروسته زما موخه ده، هغه مې خپلو اولادونو ته ووایم او د دریو میاشتو په موده کې يې ورزده کړم.
پر همدې تشخيص مې ټوله ورځ تېره کړه. ما ښام مهال يې پر ما د (اپټیک) معاينات ترسره کړل. هغوی زما په ستوني کې يو اندسکوپ کښته کړ چې معدې ته مې ورسېده. مېرمن مې وويل کله چې ډاکترانو ستا له معدې او کولمو کومه نمونه راوویسته او تر

ketabton.com - The Digital Library

مایکروسکوپ لاندې یې کښنوده، نو ډاکټر بې اختیاره په ژړا پیل وکړ.
ډاکټر وویل چې د کولمو د سرطان یوه کمه پیدا کېدونکې نمونه ده، خو د علاج وړ ده. مرګ د ژوند یو رښتینی خوند دی. هېڅوک نه غواړي چې مړ شي، ان هغه کسان هم چې غواړي جنت ته لاړ شي.
دا مو باید په یاد وي چې تاسې لږ وخت لرئ، نو وخت مو ژوند کولو ته وقف کړئ نه دا چې پاتې ژوند ته مو.
کله چې زه ستاسې په عمر وم، نو د (کاتالوګ) په نوم یوه مجله چاپېده چې ډېر زیات لوستونکي یې درلودل، په ځانګړې توګه ځوانان یې ډېر مینوال وو. دا مجله د شپېتمو کلونو محصول و. هغه وخت چې هېڅ کمپیوټر نه و او د ټایپ او قیچي په وسیله برابرېده.
د اویایمو کلونو په په منځ کې هغوی خپله اخري ګڼه خپره کړه. په هغه وخت کې زه ستاسې په عمر وم، د اخري ګڼې په لومړي مخ یې د یوې غرنۍ سیمې یو انځور و، داسې یو ځای و چې ډېرو خلکو غوښتل په همدې ځای کې پلي وګرځي او چکر ووهي. د هغې انځور لاندې لیکل شوي وو:

Stay hungry stay foolish

دا د هغوی د خدای پامانۍ پیغام و، چې اخري ګڼه یې خپره کړې وه.

Stay hungry stay foolish

دا یوه هیله وه چې ما به تل د ځان لپاره غوښته، خو اوس چې تاسې له تحصیل څخه فارغ یاست ستاسې لپاره یې هیله کوم.

ketabton.com - The Digital Library

لړليک

سرليک مخ

خرڅلاو ۱

په خرڅلاو کې د بريالیتوب (۱۹) لارې چارې ۱۱

د مشتري رضايت راجلبول ۱۳

په خرڅلاو کې (۶) ترخه حقيقتونه ۱۸

کوم کسان ډېر خرڅلاو لري؟ ۲۱

په خراب بازار کې د ښه خرڅلاو ۳ لارې ۲۵

له مشتري سره خواخوږي او هغې ته د ډاډ احساس ورکول ۳۰

ایا پوهېږئ چې څوك واقعاً ښه خرڅلاو لري؟ ۳۲

له مشتري سره له دې خبرو پرته نورې خبرې وکړئ! ۳۵

له کمښت ورکولو مخکې لږ فکر وکړئ ٤٧

د مشتري د رضايت جلبولو لپاره (۸) اغېزمن ګامونه ۵۳

د يو په زړه پورې او زړه راکښونکي سرليك ايجادول ۵۸

د يوه تبليغاتي اعلان مثبتې ځانګړنې ٦٢

د خپلو محصولاتو لپاره څه ډول يو زړه راکښونکی عنوان ولرو؟ ۷۳

د لاټدې اوو قلاب له مخې د مخاطب په ذهن غلبه وکړئ ۸۲

د زړو ذهنيتونو په اړه دري مهم ټکي ۸۸

په ستنفورد پوهنتون کې د ستيو جابز د وينا دري کيسې ۹۱

ketabton.com - The Digital Library

مننه او کور ودانی

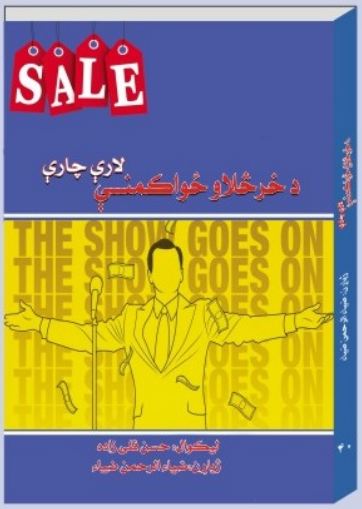
د افغانستان ملي تحريک له هېواد پال او فرهنګپال شخصيت ښاغلي (الحاج محمد رفيع وردګ) څخه د زړه له تله مننه کوي چې د دې اثر چاپ ته يې اوړه ورکړه. ملي تحريک ويارې چې د علمي اثارو د چاپ لړۍ يې پيل کړې ده. دا لړۍ به دوام لري. موږ له ټولو درنو هېوادوالو څخه په خورا درنښت هيله کوو چې په خپل معنوي او مادي وس د کتابونو د چاپ دا لړۍ لا پسې وغځوي.

يو ځل بيا د دې اثر له ژباړونکي او چاپوونکي څخه د زړه له تله مننه کوو چې د دې اثر د ژباړلو او چاپولو جوګه شول.

په فرهنګي مينه

د افغانستان ملي تحريک

ketabton.com - The Digital Library



د افغانستان ملي تحريک

www.melitahrik.com

د خپرونو لړ: ٤٠

Thank you for reading

Find more e-books and articles on Ketabton - your multilingual digital library.

www.ketabton.com

Ketabton - Pashto, Farsi, Arabic & English