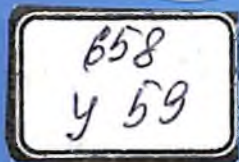


New York Times таснифида биринчи рақамли бестселлер

ЖЕФФ УОКЕР БИЗНЕС СТАРТ



Интернет ҳар қандай нарсани муваффақиятли сотиш, ўзингиз ёқтирган бизнесни қуришнинг махфий усуллари акс этган китоб

Жефф Уокер

БИЗНЕС-СТАРТ

Бизнесингиз учун тезкор старт

«INFO CAPITAL GROUP»

Тошкент – 2022

УЎК: 159.9:338.22

КБК: 88.5

У 59

Уокер, Жефф.

Бизнес-старт [Матн] / Жефф Уокер. - Тошкент : Info Capital Group, 2022. - 288 б.

Ушбу китоб сизга ўз бизнесингизни тез муддатда йўлга қўйишингиз учун ёрдам беради. Бизнесингиз бўлгани ёки уни энди бошлаётганингиздан қатъий назар, бу сизга ишончли тезкорлик рецептини тақдим этади.

Ўйлаб кўринг: агар сиз ўз маҳсулотингизни “Apple” ёки Голливуд студияси сингари йирик бозорга олиб чиқсангиз нима бўлади? Потенциал мижозларингиз маҳсулотингизни сотиб олиш учун кун санадини тассавур қилинг? Ўз бозорингизда сиз учун рақобатни деярли бутунлай йўққа чиқарувчи жуда кучли позицияга эга бўлишга қандай қарайсиз? Бизнесингиз ёки бюджетингиз нечоғлик камтар бўлишидан қатъий назар буларнинг барчасини бажара оласизми?

Савол шундан иборат: сиз ҳақиқатан ҳам ишни секин-секин бошлаб, тез орада йўқолиб кетмоқчимисиз? Бизнесингиз келажаги ва ҳаётингизнинг тубдан ўзгаришига ёрдам берувчи стартни амалга оширишга тайёرمىсиз? Ундай бўлса бу китоб сиз учун.

УЎК: 159.9:338.22

КБК: 88.5

ISBN 978-9943-5786-7-8

© Уокер, Жефф, «Бизнес-старт»

© «Info Capital Group», 2022

Бу китоб тижорат маҳсулотларини ишга тушириш, бизнесни ривожлантириш каби масалалар ҳақида. Асар бозорда реклама қилишни бошлаш, таъсир ўтказиш ва сизнинг усулларингиз самарадорлигини сезиларли даражада ошириш усуллари ҳақида – буларнинг барчаси муалифнинг тажрибаси ва эришган натижаларига асосланиб баён этилган. Агар ўз маҳсулотларингизни бу дунёга танитмоқчи, ўз бизнесингизни оммалаштирмоқчи бўлсангиз, ушбу китоб сиз учун фойдали рецептлар тўпламига айланади.

Дэниэл Ж. Амен

Тиббиёт доктори, “Change Your Brain, Change Your Life” (Тафаккурни ўзгартир, ҳаётинг ҳам ўзгаради) ва New York Times таснифида бестселлер сифатида эътироф этилган бир неча китоблар муаллифи.

Китобнинг номида БИЗНЕС-СТАРТ сўзи ҳайратланарли даражада ўринли кўринади, чунки Жефф Уокер тармоқдаги маркетинг фаолияти пешқадамларидан бири бўлиб, тармоқ маркетинги устози сифатида танилган. Жеффнинг амалий тушунчалари, тузилмалари, стратегиялари, воситалари ва амалий жараёнлари минглаб муваффақиятли тармоқ ишбилармонлари учун карьера яратишга ёрдам берди. Китобни маркетинг билан шуғулланувчи ҳар бир киши ўқиши керак – бу онлайн савдо орқали даромад олишда ишончли қўлланма бўлади.

Дэн Салливан

“Strategic Coach” компанияси президенти ва асосчиси.

Менинг биринчи бизнесим даромадини 5 миллион долларга етказиш учун тўрт йил керак бўлди. Жефф Уокернинг маҳсулотни ишга тушириш моделидан фойдаланиб, мен бизнесимнинг биринчи йилида ушбу миқдор – бозорда мутлақо янги ўрин олиш имкониятига эга бўлдим. Жефф сўнги 100 йил ичида энг муҳим маркетинг янгиликларидан бирини ишлаб чиқди.

Эбен Пэген

“Hot Topic Media” асосчиси ва туркумли Интернет-тадбиркори

Ҳар қандай бизнес – бу ИШГА ТУШИРИШлар кетма-кетлиги – янги маҳсулотлар, лойиҳалар, акциялар, моддий рағбатлантириш, шериклик ва шунга ўхшаш усулларни ўзида мужассам қилади. Муваффақиятга эришиш учун сиз Start-up илмини ўзлаштиришингиз керак. Бундай имкониятни ҳақиқий уста – Жефф Уокер сизга тақдим этади. У ўн минглаб соатларни ва миллионлаб долларни бундан олдинроқ ўрганган. Унинг китоби даромад келтирадиган йўлингизни сезиларли даражада қисқартиради.

Даррен Харди

“Success” журналининг муҳарир-муассиси ва ношири, “The Compound Effect – Jump start Your Income, Your Life, Your Success” бестселлери муаллифи

Бошқа одамларнинг ҳаётига таъсир кўрсатишга интилиб, уни яхши томонга ўзгартирмоқчи бўлган ҳар бир киши бу китобни ўқиши керак. Бу катта бизнес китоби ва бундан кенгроқ маънони ўзида жамлаган. Мен бу китобни нашриётимда асари чоп этилувчи барча муаллифларга тақдим этаман.

Рид Трейси

“Hay House, Inc” нашриёти бош директори.

Маркетинг соҳасида муттасил ўттиз йиллик тажрибага эга бўлган ҳолда, мен ушбу китобни ўқиб чиқдим, мукамал маркетинголог ва одам бўлишим учун ҳали анча ўқишим кераклигини тушуниб етдим... Ўз бизнесини дунёга ижобий тарғиб қилишни истаган бир гуруҳ тадбиркорлар вакили сифатида Жефф, эҳтимол бевосита маркетингга оид энг муҳим китобларидан бирини ёзган.

“Бизнес-старт” сўзи фақат онлайн-маркетингга тааллуқли деб ҳисоблайдиганлар, шунчаки эллик йил давомида содир бўлаётган ўзгаришлардан хабари йўқ инсонлар. Шунга ўхшаш беҳабарликни Жефф Уокер “ишга тушириш” атамаси учун муаллифлик ҳуқуқига эга эмаслигига ишонганлар ҳам намоён этмоқда.

Ушбу китобни бизнес билан шуғулланадиган ҳар бир киши – тажрибали тадбиркорлар ҳам, янги иш бошловчилар ҳам – маҳсулот ёки хизмат ҳақида маълумотни дунёга етказишни, буни бекаму кўст ва самарали бажаришни истаган ҳар бир киши ўқиши керак.

Брайан Куриц

“Boardroom, Inc.” компаниясининг ижрочи вице-президенти

Бу шунчаки китоб эмас. Бу пул эмиссиями учун лицензия. (Ҳа, эҳтимол мен бироз муболаға қилаётгандирман, лекин жуда ошириб юборганим йўқ). Жефф Уокернинг ишга тушириш формуласи менга ўзим ёқтирган, етти карра даромад келтирувчи бизнесни яратишга ёрдам берди. Бошқа тадбиркорлардан фарқли ўларок, Жефф сизга барча маълумотларни беради. Китобда барчаси бор, булар – амалда ишлайдиган стратегия, ҳақиқий мисоллар ва қадам-бақадам кўрсатмалар – ажойиб даромад келтирувчи орзуингиздаги бизнесингизни яратиш учун зарур бўлган барча нарсалар.

Майкл Хайятт

New York Times таснифида энг оммабон муаллиф, *Platform University.com* сайтининг муаллифи ва асосчиси

Янги бизнес бошлашнинг биринчи куни ҳамиша оғир ва тинкани қуритувчи бўлади. Аммо, Жефф Уокернинг ғояларини амалга оширишга киришганимиздан сўнг, биз дастлабки кунларни муваффақият байрами ва улкан пул оқими кунларига айлантирдик, чунки бизнинг корхоналаримиз биринчи кундан бошлаб истеъмолчилар талабларини қондиришга эришмоқда. Буларнинг барчаси бизга даромадимизни миллионлаб долларга кўпайтиришга ва компаниямиз қийматини сезиларли даражада оширишга имкон берди, чунки савдо дарҳол кутилмаган натижаларгача ошди.

Вишен Ласиани

Mindvalley компанияси асосчиси ва бош директори

Бу оддий китоб эмас, балки ўзингиз ва оилангизни молиявий ўзгартиришга имкон берувчи формулалар сценарийсидир. Унда барча босқичлар икир-чикиригача кўриб чиқилади – бизнесни нолдан бошлаб “экишни” бошланишидан, такомилгача, бир неча кун ичида умумлашган қўшма ишлар туфайли даромад олишгача. Албатта, буларнинг барчасини ташкил қилиш учун сиз бироз куч сарфлашингиз керак бўлади, лекин бу жараён тезлик билан сотувларга олиб келади ва бизнесингиз ривожига туртки беради. Жеффнинг формуласига риоя қилиш муваффақиятингизни нафақат реал ҳолатга келтиради, ва яна энг юқори даражага кўтаради. Шундай қилиб, бу китобни харид қилинг – охир-оқибат, бу бир соат ичида ўз маҳсулотини сотишдан миллион доллар топишга муваффақ бўлган ўша йигит ахир!

Жо Полиш ва Дин Жексон

ILoveMarketing.com

Интернет-маркетингда Жефф Уокер ҳақиқий даҳо. У Интернетда товарлар ва хизматларнинг муваффақиятли сотилишини таъминлаш йўллари батафсил баён қилади. Мен ушбу китобни барча жиддий тадбиркорларга тавсия қиламан.

Рэнди Гейж

“Risky Is the New Safe” (Хавф ёки муваффақият учун янги стратегиялар. Қоидалар ўзгарди) бестселлери муаллифи

Бу ўз бизнеси ёрдами билан тезда бойиб кетишни ис- таганлар учун қўлланма эмас. Китобнинг мақсадли ау- диторияси – бу тўқис ҳаёт кечиришни хоҳлаганлар ва шунинг учун туғилиб дунёга фойда келтирадиганларга мўлжалланган. Мен бу китобни, дунёни яхши томонга ўз- гартирмоқчи бўлганларга, ўз даромадларини кўпайтир- моқчи бўлганларга астойдил тавсия қиламан.

Кристиан Микельсон

Coaches With Clients.com бош директори

Жефф Уокер ҳақида нима дейиш мумкин? Бу йигит ишга тушириш майдонини ўзлаштирди. Агар сиз ўз маҳ- сулотингиз ёки бизнесингизни йўлга қўймоқчи бўлсан- гиз, унинг китобини сотиб олинг ва ТЕЗДА уни ўқишни бошланг. Мен сизга сўз бераман, бундан афсусланмайсиз.

Эрик Т. Вагнер

Mighty Wise Academy асосчиси ва бош директори, *Forbes* журналида мақолалари нашр этилади

Мендан Жефф Уокер ва унинг китобини битта сўз би- лан тавсифлаш сўралса, мен ИМПУЛЬС сўзини танлаган бўлардим. Агар бизнесингиз, оилангиз ёки ҳаётингиз- да кучли ижобий импульс бўлмаса, ушбу китобни ўқинг. Шунчаки борманг, дўконга югуриб боринг ва Жефф Уокер сизга, сизнинг яқинларингизга янада гўзал дунёни яра- тишга ёрдам беради.

Жей Би Глоссинжер

MorningCoach.com компаниясининг асосчиси

Интернет-маркетинг пайдо бўлиши даври даҳшатли бетартиблик билан боғлиқ бўлган. Биз катта аудиторияга, мисли кўрилмаган имкониятга эга бўлдик, аммо янги маҳсулотлар ва сотувлар ҳақида содда ва оқилона усулда маълумот бера олмадик.

Жефф Уокер пайдо бўлди, у тўғридан-тўғри сотиш технологияси ҳақидаги билимларни янги атроф-муҳитнинг потенциали ҳақида ноёб нуқтаи назари билан бирлаштирди. У менга мендан яхши реклама матнини тузиш ва потенциал харидорларни жалб қилиш, уларда кучли эҳтиёж уйғотиш ва ҳаётларини ўзларининг ваъдаларини бажариш, бунинг учун янги технологияларнинг барча воситаларидан фойдаланиш ғоясини таклиф қилди ва уларни узоқ вақт ўргатиш, улар билан тажриба алмашиш ва тез ўзлаштирилувчи мисоллар беришни кўрсатиб берди.

Жефф илгари сурган ишга тушириш формуласи қайта-қайта Интернетда олиб борилаётган маркетинг ҳийлаларидан баланд натижаларни такрорлади. Бу ажойиб. Завқли. Унинг соддалиги жалб қилади кишини. Жефф келажак авлодлар ўзларининг ишга туширишларида фойдаланадиган тизимни ишлаб чиқди.

Жон Карлтон

Афсонавий копирайтер ва The Simple Writing System ва Entrepreneur's Guide to Getting Your Shit Together китобининг муаллифи.

Мен Жефф Уокерни бир неча йилдан бери биламан – унинг бизнесни қандай бошқаришини кузатганман. Унинг ҳаракатлари юз фоиз бошқаларга фойда келтириш истагига асосланган, унинг китоби худди шу мақсадга хизмат қилади. Бу маҳсулот ва бизнесни бошлаш учун тасдиқланган рецептни тақдим этади. Жефф ўз тажрибасидан келиб

чиқиб ўргатади, буни обрў учун эмас, балки виждонан ва жуда камтарона амалга оширади. У бутунлай инқилобий ва айна пайтда ҳайратланарли даражада самарали стратегияларни таклиф қилади.

Жанет Брей Аттвуд

*“The Passion Test” китоби ҳаммуаллифи, New York Times
эътирофидаги бестселлер*

Жеффнинг рўйхатида бажарилган жуда кўп ваъдалар мавжуд ва бу китоб бундан мустасно эмас. Унда сиз ҳақиқий ҳаётдаги вазиятлар таҳлили, фойдали кўрсатма ва кузатишларни топасиз, бу каби ҳолатларни фақат бундай тажрибага эга бўлган одам сиз билан баҳам кўриши мумкин. Ўйлайманки, бу китоб сиз ўқиган материалларнинг энг қимматлиси бўлиб чиқади, деб айтсам адашмайман.

Пол Майерс

TalkBizNews.com веб-сайти эгаси

Мен бир кунни Жефф Уокернинг семинарида ўнлаб одамлар иштирок этган кичик хонада ўтказиш бахтига муяссар бўлдим. Ҳаммамиз стулларимизга ёпишиб қолдик ва у бизга кетма-кет тўққиз соат дарс берди. Шу куни дуч келганим – стратегиялар менинг бизнесимни ва бошқа эҳтимол тутилган нарсалар ҳақидаги тассавуримни бутунлай ўзгартирди. Ва бу китобда улар ҳақида нафақат маълумот, балки яна бошқа жуда кўп нарсалар мавжуд. Бу йилнинг бизнес китоби ва мен уни энг яхши талабаларим учун харид қилдим.

Жей Жей Виржин

Фитнес бўйича ўқитувчи, овқатланиш мутахассиси, “Виржиния парҳези” ва “The Virgin Diet u The Virgin Diet Cookbook” китоби, “New York Times” версияси бўйича бестселлер муаллифи

Одамлар Жефф Уокерга ишонади, чунки кўп йиллар давомида маҳсулотни ишга тушириш формуласи туфайли у доимий равишда Интернетда юқори натижаларни кўрсатиб келмоқда. Сиз бу китобда унинг тизими моҳиятини топасиз, ҳар ким уни ўрганиши, уни амалга ошириши ва ишга тушириши мумкин! Техникани осонликча қўлга кiritишингиз бир мунча адолатсиз. Кейинги китобни чоп этиш учун мен ушбу техникадан фойдаланаман. Жефф Уокер бизга йўлбошловчи сифатида тутқич-арқонни берди ва мен унга эргашаман.

Дэвид Бах

FinishRich туркум китоблари яратувчиси (Бой бўлинг), тўққиз марта *New York Times* да асарлари энг кўп сотилган муаллиф деб тан олинган

Бизнинг фикримизни холис деб айтиш қийин, чунки китобда Жефф Уокер таърифланган стратегиялар бизга сўнгги тўрт йил ичида деярли миллионлаб доллар маблағ келтирган! Бу бизга компанияни кенгайтириш ва бутун дунё бўйлаб миқозларга ижобий таъсирни оширишга имкон берди.

Боб ва Сьюзан Неген

Whizbang Training асосчилари

Мен маркетинг ва бизнесга оид кўплаб китобларни ўқидим... ва кўп ҳолларда биргина фойдали ғоя 300 саҳифанинг бирида бўлар эди. Аммо бу вазиятда ҳақиқий ишбилармонлар учун жиддий, амалий, тўлиқ қўлланма ҳақида гап кетаяпти. Агар ўз бизнесингизни қандай бошлашингиз ёки Интернетдаги мижозлар сонини кўпайтириш ҳақида ўйлаб кўрган бўлсангиз, бу китоб керакли натижаларга эришишингизга ёрдам беради.

Соня Симоне*Coryblogger Media асосчиларидан бири*

Агар мен Интернетда бизнесни қандай яратиш, қуриш ва ривожлантириш ҳақида сўз юритадиган битта китобни тавсия қилишим керак бўлса, бу Жефф Уокернинг китоби бўлар эди.

Рей Эдвардс*RayEdwards.com асосчиси ва ношири*

Кўпгина Интернет-маркетологлар жуда дадил ваъдалар беришса-да, Жефф Уокер ҳақиқий натижаларни кўрсатади. Ушбу китоб маркетинг ҳақидаги фикрларингизни бутунлай ўзгартиради.

Жон Янч*Duct Tape Marketing (Дипломсиз маркетинг) китобини ва Duct Tape Selling қўлланмасининг муаллифи*

Жефф Уокер – эрталабки соат 8 дан кечқурунгача давом этувчи машаққатли меҳнатдан халос бўлишни истаганлар учун йўлчи юлдуз. Кўпгина китоблар муваффақият йўлини кўрсатишга ваъда беради. Ва бу китоб ҳақиқатан ҳам буни кўрсатади. Агар сиз итларга, спортга ёки соғлом турмуш тарзига бўлган меҳрингизни даромад келтирадиган ва юрагингизни қувонтирадиган мобил бизнесга айлантирмоқчи бўлсангиз, бу китобни ўқинг.

Валери Янг

Орзуманд ишқибоз, ChangingCourse.com сайтида вақтинча ишлаган

Ушбу китобда Жефф Уокернинг сабоқлари замонавий маркетинг соҳасида муваффақиятга эришиш учун жуда муҳим. Энди тактика ва воситаларга талаб катта эмас; ақлли стратегия зарур ва ушбу китоб шундай стратегияга бағишланган.

Мари Форлео

B-School тренинги яратувчиси, MarieTV лойиҳаси билан “Энг яхши тақдимотчи инсон” номинациясида “Вебби 2012” мукофоти совриндори, MarieForleo.com сайти эгаси.

Бундай ақл бовар қилмас саёҳатим давомида мен билан бирга бўлган (менинг ҳар бир ҳаракатимни ҳайратли даражада қўллаб-қувватлаган) рафиқам Мери ва менинг ажойиб фарзандларим Дэниел ва Жоанга бағишланади. Мен уларни чин қалбимдан севаман!

Жефф Уокер

КИТОБХОНГА МУРОЖААТ

Ушбу китоб бизнесингизни тезда қуришга имкон беради. Ўз бизнесингиз борми ёки бу ҳақда орзу қиласизми, бундан қатъий назар, бу ерда бизнесингизни олдинга силжиши учун рецепт топасиз.

Apple ёки Голливуд сингари, ўз маҳсулотларингизни ишга туширсангиз нималар бўлишини тасаввур қилинг. Потенциал мижозлар маҳсулотингизни сотиб олиш учун астойдил кун санаб туришса қандай бўларди? Агар сиз борда сизга ҳеч қандай рақобатчи қолмайдиган даражада кучли мавқега олиб чиқсангизчи? Буларнинг барчаси, сизнинг бизнесингиз ва бюджетингиз қанчалик камтар бўлишидан қатъий назар содир бўлади.

Жараён... ёки агар истасангиз, бундай натижаларга эришиш учун формула мавжуд. Мен уни 18 йил давомида яратдим, такомиллаштирдим ва ушбу саҳифаларда буни сиз билан баҳам кўрмоқчиман.

Китобда ҳеч қандай назария йўқ. Мен сизга ўргатмоқчи бўлган барча нарсалар ҳақиқий натижаларга асосланади. Менинг формулам синов ва хатолар, синов ва машаққатли меҳнат тажрибаси ўлароқ яратилган.

Мен ўзим ўнлаб муваффақиятли маҳсулотларни ишга туширганман. Аммо бу ўзим ва муваффақиятим ҳақида эмас. Мен ўқувчиларим ва мижозларимга бошланғич саналган юзлаб ишда ёрдам бердим, жараённи бошқариб, натижаларни кузатдим.

Сиз мазкур китоб саҳифаларида менинг баъзи шогирдларим билан учрашасиз, негаки мен концепцияларни мисоллар билан тасвирлашни жуда яхши кўраман. Ва

мен тахминий сценарийларни тақдим этмаганимни биласиз. Мен усулларни тушунтириш учун сохта вазиятли таҳлил ишлатилган бизнес китобларини ўқиганман, аммо бу ерда бунга ўхшаш ҳеч қандай ҳолатга дуч келмайсиз.

Мен сизга ҳаётда мавжуд инсонларнинг ҳикояларини айтаман. Бундан ташқари, китоб веб-сайтида сиз уларнинг ҳолати ва тегишли аудио ва видео материалларнинг барчасига оид таҳлиллар билан танишиб чиқишингиз мумкин. Бунда сиз қўшимча ўқув видеолари ва манбалар рўйхатини топасиз. Бу эса сайт манзили - <http://thelaunchbook.com/member/>.

Олдиндан шуни такидлаб ўтишим жоизки, мен шогирдларимнинг муваффақиятларини намоиш этишни яхши кўраман. Мен улар ҳақида гапиришни ва муваффақиятларини улар билан бирга нишонлашни яхши кўраман. Мен буни уларнинг ҳикоялари жуда ибратли бўлгани учунгина қилмайман, йўқ, улар менинг қаҳрамонларим. Мен ишбилармон тадбиркорлар – инсоният келажаги эканига ишонаман. Айнан улар тараққиёт ривожига ҳисса қўшади, иш ўринлари яратади ва бу дунёга фойда келтиради. Шунинг учун мен ўз бизнесимни яхши кўраман. Ахир, бу ишбилармонларга ва уларга ўхшаш бўлишни хоҳлайдиганларга ёрдам беради.

Менимча, давримиз тадбиркорликнинг шиддатли ривожланишига мос. Замонавий дунёда бизнесни яратиш ва ривожлантириш ҳар қачонгидан ҳам осон. Биз бутун дунё бўйлаб ихтисослашган бозорларга чиқиш учун мисли кўрилмаган имкониятларга эгамиз. Масалан, менинг биринчи савдо-сотиғим кичик бир бозорда бўлган, харидор швейцариялик бир жентльмен эди, ўзим эса Колорададаги уйимнинг ертўласида ўтирардим.

Бу осонгина эришиш мумкин бўлган натижа, дегани эмас. Бирор нарсага эришиш учун ҳар доим тинимсиз меҳнат қилиш керак. Шундай қилиб, бу китоб тез бойиб кетиш ҳақида ЭМАС. Аммо менинг кўп марта тасдиқланган формулам бизнесингиз ёки маҳсулотингизни бошқа-

ришнинг тезкор усулидир. Ва агар сиз уни ишлатишга қарор қилсангиз, бу кафолатланган тарзда ишловчи, синовдан ўтган тизим эканини унутманг.

У ҳамиша мисли кўрилмаган натижаларни тақдим этган. Мен ўз бизнесимни камтаргина активлар билан бошлагандим, аммо пировардида маҳсулотимни сотишдан тушган даромад ўн миллионлаб долларга етди. Ва бундан ҳам муҳими, менинг шогирдларим ва мижозларим янада катта ютуқларга эришдилар – уларнинг ўз маҳсулот ва хизматларини сотишдан олинган даромад юз миллионлаб долларни ташкил этган.

Бу жуда қизиқ, лекин энди бўлиб ўтган ишларга назар солган ҳолда, ҳамма нарса тасодифан содир бўлганини тушиниб турибман. Мен маркетингни қайтадан ўзгартиришни ёки шу соҳанинг етакчиси бўлишни мақсад қилмаганман. Бундан ташқари, бу сафарнинг бошида мен маркетинг ва савдо соҳасида умуман тажрибага эга эмас эдим. Ва бу борада мен ўз муваффақиятим учун қарздорман десам ҳам бўлади.

1-боб. Етти кунда – хўжалик-хонадон соҳибидан

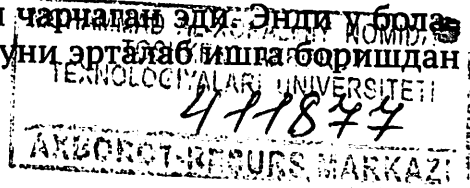
Олти рақамли даромадгача

Шунчаки, компьютер сичқончасининг навбатдаги босилиши... биз ҳар куни қиладиган юзлаб ва ҳатто минглаб қилинувчи турткилар сингари бу. Аммо мен учун бу шунчалик муҳим эдики, бир қарорга келолмасдим. Бармоқ чап тутмачанинг устида қотиб қолган. Беш сония, ўн сония, лекин мен ҳамон уни босолмасдим. Ростини айтсам, кўрқдим. Тутмани босиш ортида ойлаб давом этган режалаштиришлар, умидлар ва йиллар давомида бўй кўрсатган орзулар турарди. Мен тарозининг палласида оиламининг келажаги турганини ҳис қилдим.

Шутина босиш билан тармоқ маркетинги ва бизнеснинг қиёфаси тубдан ўзгартирувчи воқеалар занжири ҳосил бўлади, деб ўйламаган эдим. Хира ёритилган ертўла бурчагига тиркаб қўйилган қўлбола столда ўтириб, мен яшаш ва ҳаёт учун яна бир неча долларни қандай қилиб топишимни ўйладим. Ортимда эса эски, ҳаёт синовларидан ўтган компьютер, модем орқали Интернетга кириш ва етти йилдан ортиқ ишсизлик бор эди. Бошланиши анча-мунча камтар эди.

Бироқ, сичқончани босмаслигимнинг асл сабаби, бир сўз билан айтганда – умидсизлик. Ўзгаришларни жуда орзу қилардим. Менга муваффақият керак эди. Пул ишлаб олмақчи эдим. Ҳаётимни тубдан ўзгартиришим керак эди. Ва мен бу лаҳзани узоқ вақт кутган эдим (ва у учун ишладим) ...

Ҳаммаси хотиним Мери уйга йиғлаб келганидан сўнг бошланди. Бу дам менинг хотирамда абадий муҳрланиб қолди. У иш кунининг ўртасида офисни тарк этди ва энди менинг олдимда йиғлаб турарди, чунки у бизнинг оиламиз учун жавобгар бўлишдан чарнадан эди. Энди у болалар уйғонмасдан олдин ҳар куни эрталаб ишга боришдан



ва кечкурун, улар ухлашга ётадиган вақтда қайтаверишдан чарчаган эди.

Мен уйда, болаларга қараб ўтирардим. Ҳозир бу вазият бирмунча сиёсийлаштирилган ҳолда “уй хўжалигини бошқарадиган эр” деб ифодаланади, ўша пайтда мени “Мистер Ойижон” деб чақиришарди ва бу ижтимоий мавқеи ўлароқ менга мос келарди ҳам. Бундан бир неча йил олдин, мен бир корпорациядаги ишимдан бўшатиладим, у ерда ишлаб чиқаришни бошқариш билан шуғулланганман. Одамларнинг кўзича, менинг лавозимим яхшигина эди, лекин мен ўзимнинг жойимда эмасдим. Мен бу ишнинг оламига мос келмадим. Мен сиёсатни тушунмасдим ва ҳар сафар мақсадимга эришмоқчи бўлганимда, оқимга қарши сузаётганимни ҳис қилар эдим. Корпоратив уқувсизлигим, охир-оқибат менинг кўзларимни очди. Шу тариқа мен ўғлим бир ёшга тўлганда ва рафиқам Колорадо университетида ўқишни тугатиб, мелиоратив ишлар бўйича бюрода ишга кирганида, мен карьерамга чек қўйдим.

Менда ҳеч бир режанинг ўзи йўқ эди. Нима қилишни билмасдим. Аммо мен ҳаётим сиёсат дунёсида ишим билан боғлиқ тарзда давом эта олмаслигини англадим, ҳис қилдим.

“Мистер Ойижон” ролининг ижроси мен учун қутилганидан кўра узоқроққа чўзилди. Шунга мажбур бўлдим. Яқинда иккинчи фарзандимиз дунёга келди ва мен энди иккита болага қарашим керак бўлиб қолди. Менинг ўрнимда бўлган ҳар қандай одам, бунинг қанчалар машаққатли ва кўп вақт талаб қилишини жуда яхши биларди. Бундай вазиятни ўзгартиришим керак эди. Оиламни қўллаб-қувватлаш, хотинимга дам бериш ва ҳаётимизни вайрон қилган зулмдан халос қилиш учун қандайдир бир йўлни ўйлаб топишим керак эди.

Энди тушундингизми, шунинг учун ҳам... Сичқончани босиш ҳаётимизни ўзгартириш, янги ва хавфсиз келажакни яратиш дегани эди. Маҳсулотимни ишга туширишим

ва бизнесни бошлашга киришимизга бир қадамгина қолганди. Мен даромад топиш ва оилам фаровонлигини таъминлашдан бир қадамгина берида эдим. Лекин шуни айтишим керакки, менинг энг учқур хаёлларимдаям... "сичқончани" шу биргина босишим дунёни ўзгартириши мумкин деб ўйламаган эдим.

Қани, ишдан кетинг

Ниҳоят, бор журъатимни тўплаб тугмачани босганимда – ҳаяжон қамраб олди мени. Бундай ҳолатни сиз спорт машинасининг газ педалини охиригача босганингизда ҳис қиласиз.

Шу биргина туртки билан компютеримдаги электрон почта орқали хабар жўнатилди.

Хабар Висконсин штатидаги Грин Бай шаҳри яқинида жойлашган серверга юборилди. Ва менинг хабарномамга обуна бўлган одамларга қайдларни фаоллаштирди.

Бир неча сония ичида хабарлар менинг обуначиларимнинг почта қутиларида пайдо бўлди.

Улар жуда қисқа – 50 сўздан кам эди. Аммо охирида мен яратган маҳсулотга буюртма бериш мумкин бўлган сайт саҳифасига қайд бор эди. Бу шунчаки электрон биржаларнинг ахборот бюллетени бўлиб, унда мен бозорни яқин келажақда нима кутаётгани ҳақида фикрларим билан ўртоқлашдим.

(Аниқроқ айтадиган бўлсак, маҳсулот ҳали яратилмаган, аммо биз бу Сеед Лаунч [™] ҳақида кейинроқ гаплашамиз).

Албатта, буларнинг барчаси бир неча сония давом этди, лекин "Юбориш" тугмачасини босгандан сўнг, ҳар бир сония асрлар каби чўзилгандай туюлди. Бу вақт давомида нафас олишим тўхтаб қолганга ўхшарди. Кимдир менинг янги маҳсулотимни сотиб оладими-йўқми, шуни билишим керак эди.

30 сониядан сўнг мен, ҳеч бўлмаса биргина харид бўл-

гандир, деган умидда электрон почтамни очиб, текшириб кўрдим.

Бўм-бўш эди.

40 сония. Бўш.

50 сония. Бўш.

59 сония... БИРИНЧИ СОТУВ!!!

Бир неча сония ичида – навбатдаги буюртма. Ва сўнгра янада кўпроқ. Ҳар бир саҳифа янгиланганидан кейин янги буюртмаларга кўзим тушарди!

Бир соат ичида умумий савдо ҳажми 8000 долларга етди. Кун охирига келиб, савдо \$ 18,000 дан ошди. Ҳафта-нинг охирига келиб, менинг кичкина ва камтарона такли-фим 34000 АҚШ долларидан кўпроқ даромад олиб келди – бу эса корпорацияда топган деярли ЙИЛЛИК даромадим эди.

Шу биргина туртки Мэрини уйга қайтаришимга асос бўлди. Бу менинг мазкур ишдаги дастлабки уринишим эмасди, албатта (ҳали сизга бу ажойиб воқеани айтиб бе-раман), лекин айнан шу менинг кичик бизнесим оила-мизни таъминлай олишини исботлади. Бир неча ой ўт-гач, Мэри бутунлай ишдан бўшаши мумкин бўлди. Жуда хурсанд бўлдик. (Биз у “нафақага чиқди” деб ҳазиллашар эдик, лекин, албатта, бу ҳазилнинг ҳақиқатга ҳеч қандай алоқаси йўқ – нафақат болаларни парвариш қилиш ва яна менинг бизнесимдаги ҳужжатлар билан ишлаш эндилик-да унинг зиммасига тушганди).

Пул – ғалати нарса. Баъзилар учун 34 минг доллар – бу ақл бовар қилмас, деярли қўл етмас миқдор бўлиши мум-кин (шу миқдордаги маблағ ҳаётимни ўзгартиришимга имкон берди). Кимгадир менинг завқу шавққа бурканиб гапиришим тушунарсиз бўлиб туюлар. Аммо қайси гуруҳ-га мансублигингиздан қатъий назар, менинг китобимда сиз жуда ажойиб натижалар ҳақидаги ҳисоботлар билан танишиб чиқасиз.

Бир пайтлар мен буни ҳали билмасдим, лекин маълум бўлишича, ўшанда саёҳатим аввалида бўлганман. Ва мен

минглаб одамларнинг ҳаётини ўзгартира оладиган нарса-ни яратдим.

Мен қандай қилиб бошқаларга бой бўлиш учун ёрдам бериш орқали бойиб кетдим

Бошиданоқ аниқлик киритмоқчиман: бу китоб тезда бойиб кетиш ҳақида эмас.

Ҳа, мен ҳаётимга ва кўплаб шогирдларимнинг ҳаётига ажойиб бойлик ва фаровонлик олиб келган нарсаларни сиз билан баҳам кўрмоқчиман. Аммо бу пул, моддий бойлик ва таъсир бир кечада сеҳрли равишда пайдо бўлмаган.

Ушбу катта муваффақиятнинг орқасида маълум бир усул ёки таъбир жоиз бўлса, формуласи ётади. Бу китоб ҳақида нима дейиш мумкин – у сизни саҳна ортига таклиф қилади ва ушбу формулани намойиш этади.

Йўл-йўлакай мен сизни кўпгина одамлар тасаввур қилолмайдиган дунё билан таништираман, бунда оддий одамлар ноёб бизнес имкониятларини яратадилар. Бу дунёда ўз бизнесингизни бошлаш учун инвестиция ёки бошланғич капитал деярли талаб қилинмайди ва лойиҳа-ни ўзингиз яшаб турган хонада ёки ошхона столида ишга туширишингиз мумкин. Бу дунёда жуда ҳайратланарли тарзда қисқа вақт ичида одамлар стартапдан то даромад олишга қадар бўлган йўлни босиб ўтишади.

Бундан ташқари, баъзи одамлар ушбу формулани аввалдан мавжуд бўлган бизнесга қўладилар ва сотувда ажойиб ўсишларга эришдилар.

Бу дунёда амбицияли юқори технологияли стартаплар учун жой йўқ, уларни амалга ошириш учун бир неча жасур дастурчи кунига 20 соат ишлайди ва ўзларининг натижаларини “Google” га 100 миллион долларга сотиш учун венчур компаниялардан маблағ олишга ҳаракат қиладилар. (Ёки, эҳтимол, улар ёғга тўйинган пицца қутилари ва “Red Bull” бўш идишлари остида қолган ҳолда муваффақият-сизликка учраши мумкин).

Агар сиз шу йўлдан боришни истасангиз, менинг сизга фақат муваффақият тилашдан ўзга иложим қолмайди. Бундай ҳолда, менинг китобим сиз учун фойдали бўлмайди.

Мен ўз бизнесингизни яратиш (ёки мавжуд бизнесни оптималлаштириш) ва биринчи кундан даромад олиш ҳақида айтиб бермоқчиман. Бу кам харажатли, минимал тарздаги кам сонли одамлар билан ёки умуман ходимларсиз иш бошлашдир. Бу сизга катта имконият берадиган жуда даромадли бизнесдир.

Ва ниҳоят, энг муҳими, бу сизнинг атрофингиздаги дунёга фойда келтирадиган ва ҳар қандай даражада сизга ўзингизнинг хоҳишингиз билан “яхшилиқ қилиш” имконини берадиган бизнес.

Мен биламан, буларнинг барчаси “сут оқувчи дарёлар” ҳақидаги гаплардек тасаввур уйғотади. Ҳамма нарса жуда чиройли ва жозибали шундай эмасми? Бундай нарсалар ҳаққоний бўлиши, ҳақиқат бўлиши мумкин эмас, шундай эмасми?

Сизнинг шубҳаларингизни жуда яхши тушунаман.

Сизга бундан-да кўпроқ нарсани айтаман: агар мен буларни ўз кўзларим билан қайта-қайта кўрмаганимда, ўзим ҳам бундай нарсаларга ишонмаган бўлар эдим.

Асл ҳолат эса қуйидагича: интернет ўз бизнесини очишни истаган ҳар бир киши учун ўйин қоидаларини бутунлай ўзгартириб юборди. Энди бизнесни яратиш ва бошқариш инсоният тарихида ҳар қачонгидан ҳам осон, тез ва арзонроқдир.

Агар сиз аллақачон бизнес эгаси бўлсангиз, интернет уни кам харажат билан кенгайтиришга имкон беради.

Буларнинг ҳаммасини мен ўз тажрибамдан келиб чиқиб айтяпман. Биринчи онлайн бизнесни мен интернетда “ўрта асрларда” 1996 йилда бошлаганман ва шундан бери ҳар бир йил мен учун даромадли бўлди. Дотком пуфагининг ёрилишига, глобал иқтисодий инқирозга қарамай, Goогленинг барча янгиланишларига қарамасдан ҳам

– шундай. Тўрт хил бозорда мен ўз маҳсулотимни ўн миллионлаб долларга сотдим. Ва шу йўл давомида, маҳсулотим минглаб интернет-тадбиркорларга ўз бизнесларини қандай ташкил этиш ва ривожлантиришни ўргатиб келди. Менинг шогирдларим ва мижозларим савдо-сотикдан 400 миллион доллардан кўпроқ даромад олди.

Мен ўзимни мақташ билан шуғулланишни ёқтирмайман, лекин ишонч билан айтишим мумкинки, мени Интернет-маркетинг соҳасидаги етакчи мутахассис ва етакчилардан бири деб аташади. (Мен “гуру” иборасини ишлатмасликка ҳаракат қиламан, лекин айримлар мени “маркетинг гуруси” деб ҳам аташади.)

Тез орада бу ҳар доим ҳам шундай бўлмаганини билиб оласиз. Мен маркетинг учун истеъдод билан туғилганман, деб айта олмайман. Онлайн бизнесимни бошлашдан олдин, мен илгари ҳеч қачон бизнес қилмаганман. Менинг савдо бўйича олий маълумотим йўқ ва маҳсулотни реклама қилиш кўникмаларига ҳам эга эмас эдим. Бундан ташқари, мен болалигимдан скаутлар учун ҳар йилги маблағ тўплаш пайтида печенье сумкасини сота олардим (уларнинг ҳаммасини фақатгина ота-онам сотиб олар эди).

Қоидалар ўзгарди

Шубҳасиз, биз улкан ўзгаришлар даврида яшайпмиз. Қисқа давр, бир неча йил ичида бизнинг алоқа ва кундалик ҳаётимизнинг табиати тубдан ўзгарди. Биз янада очик дунёда – юзлаб рақобатдош фирмалар ҳақида минглаб шарҳларни тезда олиш имкониятини берадиган, органик равишда боғланган мижозлар базасига эга дунёда яшайпмиз. Бу потенциал мижозлар эътиборини жалб қиладиган рақобат даражаси тобора ортиб бораётган дунё. “Маркетинг тумани” ҳар куни қалинлашадиган дунё. Ҳаққонийлик ва долзарбликни тобора кўпроқ қадрлай бошлаган дунёдир.

Бизнес ва маркетинг қоидалари ўзгарган ва кўплаб бизнес турлари учун бу ўзгаришлар охиригисига айланган. Аммо бошқа минглаб одамлар учун улар ниҳоятда қулай муҳит яратдилар. Агар сиз янги ўйин майдонини ўргансангиз, потенциал мижозларнинг эътиборини жалб қилиш ва улар билан муносабатларни ўрнатиш анча осонлашади. Менинг китобим айнан шунга бағишланган.

Шундай қилиб, агар сиз ўтиш даврини бошдан кечи-раётган бўлсангиз ва ўз бизнесингизни бошлашни жуда хоҳласангиз...

Ёки йирик корпорацияда, сиз даромад учун жавобгар бўлган бўлимни бошқараётган бўлсангиз...

Агар сиз ўзингиз учун ишлайдиган мутахассис ёки хизмат кўрсатувчи бўлсангиз (масалан, юрист, массажчи, аюрведа мунажжими ва бошқалар) ва сиз бу барча соат-лик ставкалар билан боғлиқ чалкашликлардан чарчаган бўлсангиз...

Ёки сизнинг алақачон Интернетда муваффақиятли бизнесингиз бўлиб, лекин узоқ вақт давомида савдоингиз бир хил даражада қолаётган ва унинг ўсиши учун айрим ташқи турткилар керак бўлса...

Ёки сиз тобора гавжумлашаётган рақамли дунёда тан олинисни истаган ижодкор (рассом, ёзувчи, заргар, му-сиқачи) бўлишингиз мумкин...

Бу эса... сиз учун ИШГА ТУШИРИШ керак дегани. Ҳар қандай муваффақиятли маҳсулот, бизнес ёки бренд самарали ишга тушириш орқали бошланади. Бозорга аста секинлик билан кириш сиз учун ҳашаматдир. Сизга ҳаракатлантирувчи куч ва пул оқими керак, чунки бу ҳар қандай муваффақиятли бизнес учун зарур бўладиган нарса.

Кунига миллион доллар

Менга 34000 АҚШ доллар олиб келган ишга киришдим, бу иш Мэрини уйга қайтишга ва уй юмушларини бажаришга имкон берди, менинг бизнесим ўсишда давом этди.

Ишга туширишлар кундан кунга яхшироқ бўлиб борар эди. Ўша кунларда менинг энг яхши ишга туширишларим ҳафтасига 106000 АҚШ доллари олиб келган эди – ва буларнинг барчаси уйимдан чиқмасдан, ҳеч кимнинг ёрдамисиз, деярли ҳеч қандай сармояларсиз бўларди.

Бу сокин, хотиржамлик йиллари эди. Кўп ажойиб нарсалар бизнес билан боғлиқ бўлиб, мен ўз бизнесим ва ҳаётимни яхши кўрардим. Мен ўзим хаёл қилганимдан ҳам кўпроқ пул топдим. Мэри ўз ишини ташлаб, болалар билан кун бўйи банд бўладиган бўлди. Менинг орзуим амалга ошди – биз қадрдон шахримиз Колорадо штатидаги Дуранго шахрига кўчиб ўтдик (у ерда мен энг севимли машғулотларим билан шуғулланар эдим – тоғ шароитига мўлжалланган велосипед сайри, дарёларда сузиш ва тоғ чанғиси билан шуғулланиш).

Аммо 2003 йил февралдан кейин ҳамма нарса ўзгарди. Мен Техас штатидаги Даллас шахрида бўлган интернет маркетинг семинарига бордим.

Далласда самолётдан тушаётганимда, менинг бизнесим бирон бир ўзгача нарса бўлган деб ўйламаган эдим. Мен ўзимнинг ҳамкасбларимни, шу каби маҳсулотларни ишлаб чиқарадиган тармоқ корхоналари эгаларини учратаман, деб тахмин қилган эдим. Дастлабки муваффақиятим мени жуда ҳайратда қолдирди, чунки мен кичик бизнеснинг ҳафтасига олти рақамли фойдани қандай келтиришини кўрганларида одамлар шунчалик ҳайрон қолишади, деб ўйламаган эдим.

Кейинги уч кун ичида мен жуда кўп одамларни учратдим (ва мен ҳали ҳам қадрлайдиган Дўстларни ортирдим) ва менга одатий бўлган ишларни, бошқа ҳеч ким қилмаганини тушундим. Албатта, ҳеч ким мен каби ишга туширишларни амалга оширмаган ва шунга ўхшаш натижаларга эришмаган. Ростини айтсам, мен маркетингнинг янги усулини – пировардида маҳсулотни ишга тушириш формуласи (Product Launch Formula, PLF®) деб ном олган ёндашувни яратганимдан ҳайрон бўлдим.

Мен ушбу семинарда танишган инсонларимдан бири бу Жон Риз эди. Бу одам сиз у билан учрашган пайтингизда дарҳол даҳоликни тушунадиган одамлар тоифасига кирарди, аммо ўша кунларда у ўзининг панада қолишини афзал кўрди. Жон ҳақиқий маркетинг мутахассиси эди, аммо ўша пайт деярли ҳеч ким бу ҳақда билмас эди.

Семинардан кейин биз ўзаро алоқаларни давом эттирдик, дўстлашдик ва мен у билан маҳсулотларни ишлаб чиқаришнинг “сирлари” билан бўлишдим. 2004 йилда Жон икки марта ишга туширишларда менинг техникамни қўллади. Биринчи галгиси – у томонидан ташкил этилган уч кунлик семинар билан боғлиқ. Сотувлар қарийб 450 000 долларни олиб келди ва мен ўзимнинг техникам фонд бозори нозик жиҳатини ўргатишга ёрдам беришидан ташқари бошқа сотувларда ҳам иш беришига амин бўлдим.

Жоннинг кейинги ишга тушириши сайтлар учун трафик ишлаб чиқариш курси билан боғлиқ эди ва айнан у бурилиш нуқтасига айланди. Атиги 24 соат ичида савдо 1,1 миллион доллар даромад келтирди – кунига миллион доллар! Жоннинг бизнеси жуда кичик бўлганини ва у бу ишни уйда, ҳеч қандай жамоасиз ишлаганини ҳисобга олсангиз, бу рақам янада ҳайратланарли бўлиб кўринади. (Эслашимча, Жоннинг ишга тушириш ва мижозларга хизмат кўрсатишда ёрдам берадиган биргина ёрдамчиси бор эди).

Мен ихтиро қилган маркетинг ёндошуви мени ақлдан оздирди. Аммо мен молиявий ахборот бюллетенларини нашр этишда давом этдим ва ҳатто ишга туширишга ёрдам сўраб қилинадиган мунтазам қўнғироқларга қарамай, мен Интернет-бизнес оламида деярли номаълум бўлиб қолавердим. Мен Дурангода ажойиб ҳаёт кечирдим, ажойиб бизнес билан шуғулланиб, болаларим билан чанғи ва тоғ велосипедига сайрга чиқдим. Мен “машҳурлик” доирасидан ташқарида бахтли эдим ва умуман ўзимга эътиборни тортишни истамас эдим.

Аммо Жон менга ишга туширишлар учун миннатдор-

чилик билдиргандан сўнг, маслаҳат сўраб келадиганларнинг товушлари янада баландроқ чиқа бошлади. Натижада, Жон ва бошқа бир қатор одамларнинг (айниқса, Яник Силвер) талабига биноан, мен ўз ишимни оммага етказиш... ва менинг маҳсулотни ишга тушириш формуласини билишни истовчиларга ўргатиш вақти етди деган қарорга келдим.

Маркетингни ўзгартирган кун

Мен 2005 йил 21 октябрни ҳақиқий текшириш куни деб ҳисоблайман. Мен маҳсулотни ишлаб чиқариш формуласи бўйича ўқув курсини эълон қилишга қарор қилдим. Ўртага менинг обрўйим тикилган эди (ва менинг бизнесдаги келажаким). Охир-оқибат, усулнинг самарадорлигини фақат экспериментал равишда исботлаш мумкин эди. Агар мен маҳсулотни ишга тушириш бўйича мутахассис бўлишга даъво қилсам, унда мен ўз маҳсулотимни ишга туширишда ўзимни яхши кўрсатишим керак, шундай эмасми?

Мен бир нечта муваффақиятли ишга туширишларни амалга оширган ва бошқаларга ҳам худди шундай ишларни қилишга ёрдам берган бўлсам ҳам, бу сафар менга анча қийин вазифа юкланган эди. Нолдан бошладим, мен бутунлай янги бизнесни яратдим. Олдинги барча муваффақиятларим фонд биржаси донолигини ўргатиш билан боғлиқ эди. Ва энди мен одамларга маҳсулотларни қандай қилиб тўғри ишга туширишни ва Интернетда бизнес юриштишни ўргатмоқчи эдим. Менда ушбу янги хизматнинг потенциал истеъмолчилари рўйхати йўқ эди. Менинг қўлларимдаги фонд бозори инвесторларининг рўйхатларидан эса, бу вазиятда ҳеч қандай наф йўқ эди. Мен ўзимни ушбу соҳанинг мутахассиси сифатида намоёиш этмасдим; мени, мен ишга туширишда ёрдам берган бир неча кишиларгина танишарди. Аммо буларнинг барчаси менга ҳалақит бермади, чунки мен бу тўсиқлардан қандай

ўтишни билардим. (Ва мен бу маълумотни сиз билан бир-галиқда ишга тушириш бўлимида баҳам кўраман).

Шундай қилиб, вазият мушкул, лекин бу сафар мен аллақачон отилган чумчуқдай эдим. Менинг бошлашим ақлдан бовар қилмас муваффақият эди. Биринчи ҳафтада менинг янги Формула – Лаунчер дастуримнинг сотуви 600000 АҚШ долларидан ошди. Бу янги бизнеснинг бошланиши, юзлаб янги мижозларнинг пайдо бўлиши ва минглаб потенциал харидорларнинг рўйхатини шакллантириш демак эди.

Баъзи нарсаларнинг энг яхши тақдим этилиши – амалий тарзда исботлашдир.

Шу пайдан бошлаб ёввойи пойга бошланди. Бу йиллар давомида мен маҳсулотни ишга тушириш формуласини доимий равишда янгилаб, такомиллаштирдим ва уни тайёр ўқув курсига айлантирдим. Бу онлайн маркетинг ўқув дастури энг кўп сотиладиган дарсларнинг бирига айланганди, деб бемалол айтиш мумкин.

Минглаб одамлар маҳсулотни ишга тушириш формуласини мендан сотиб олишди ва уларнинг кўплари ажойиб муваффақиятга эришишди. Умумий натижани ҳисоблаш жуда қийин, лекин мен талабаларим ва мижозларим 500 миллион доллардан кўпроқ даромад олганини биламан ва бу рақам кун сайин ўсиб бормоқда.

Мен маҳсулотни ишга тушириш формулаларидан фойдаланувчиларнинг кўпи (барчаси ҳам эмас) кичик ва баъзида микро-бизнес эканига эътибор қаратмоқчиман. Гап даромадни қўшимча тарзда 500 миллион долларга оширган Google каби йирик компаниялар ҳақида эмас. Йўқ, аксарият ҳолларда бу кичик корхоналар бўлиб, улар ушбу савдоларга ўзининг катта таъсирини кўрсатди. Маҳсулотни ишга тушириш формуласининг кўплаб фойдаланувчилари менинг ютуғимни такрорлади ва етти кун ичида олти рақамли даромадга эришишга муваффақ бўлишди. Ишга туширишларнинг аксарияти уларга миллион доллар олиб келган.

Одамлар Формулани бозорларнинг ҳар хил турларида ва турлича муҳитларда ишлатишди ва улкан ютуқларга эришишди. Тан олишим мумкинки, менинг сеvimли машғулоти бор эди – бу кўплаб бозорларни кузатиб боришдан иборат. Мана уларнинг қисқача рўйхати сиз учун:

- танишиш веб-сайтлари;
- имтиҳонга тайёргарлик;
- фотошоп дарсликлари;
- кредит бўйича мутахассислар;
- кўчмас мулк бўйича мутахассислар;
- жонглёрлик санъатини ўрганиш;
- колледжга кириш;
- бейсбол мураббийлари;
- қондасиз жанглари;
- САП дастурчилари;
- тўқишнинг турлари;
- ўзаро инвестиция фондлари;
- қимматбаҳо қоғозлар савдоси (Форекс, фьючерс, қимматли қоғозлар ва бошқалар);
- отлар билан айланиш;
- кўчмас мулк сармойалари;
- гитара чалишни ўрганиш;
- шифокорларни ультратовуш текшируви бўйича ўқитиш;
- Пианино чалишни ўрганиш;
- бизнес-тренинг (дунё бўйича);
- соғлом овқатланиш;
- хом-ашё парҳези;
- терапевтик массаж;
- ишқий муносабатлар (муҳаббат номалари);
- шахсий мураббийлар;
- доривор ўсимликлар;
- фантастик романларни яратиш;
- отларни жиловлаш;
- уй ҳайвонларини парвариш қилиш;
- медитация;
- итларни қўлга ўргатиш;

- оркестр учун пуфлама асбоблар;
- теннис бўйича дарслар;
- йога;
- ўсмирлар учун футбол дарслари;
- қўшиқ ёзиш;
- хиромантия;
- велосипед кортида машқ қилиш;
- мия фаолиятини ўрганиш;
- ўзини химоя қилиш;
- саргузашт туризм;
- торт безаш.

Ихчам тақдим этиш мақсадида мен рўйхатнинг бир-гина қисмини тақдим этдим, менда бунга ўхшаш жуда кўп мисоллар бор. Шунинг учун, бизнесингизда ёки сиз эгаллаган бозорда менинг методологиям ишламайди, деб ўйламаслигингиз керак.

Бундан ташқари, менинг Формулам бутун дунёда ишлатилади – менга фақатгина Антарктидадан ҳали хабарлар келмаган, аммо у бошқа барча қитъаларда муваффақиятли ишлатилган. Мен ўнлаб мамлакатлардаги аъло натижаларга эришган талабаларим билан мақтана оламан.

Ушбу методика барча турдаги маҳсулотлар ва корхоналар учун ишлайди, масалан:

- онлайн курслар;
- уйда ўқитиш курслари;
- вижетлар;
- пулли аъзоликка эга сайтлар;
- онлайн хизмат;
- хизматлар (стоматология, солиқ маслаҳатлари ва бошқалар);
- электрон китоблар;
- мураббийлик;
- профессионал мутахассисларни қўллаб-қувватлаш гуруҳлари;
- маслаҳат бериш пунктлари;

- ижодкорлик (расм, заргарлик буюмлари ва бошқалар);
- бизнес учун ахборот тизимларини сотиш;
- нотижорат маблағларини тўплаш;
- стол ўйинлари;
- одамларни черковга жалб қилиш;
- кўчмас мулк;
- саёҳатга оид таклифлар;
- дастурий таъминот;
- мобил иловалар.

Ва яна бир бор эслатиб ўтаман, бу тўлиқ рўйхат эмас. Аммо, натижада бизда қуйидагилар мавжуд: вақт ўтиши билан Формула маҳсулотини ишга тушириш ва менинг шогирдларим Интернетда сотишни бутунлай ўзгартириб юборди.

Бу қийин йўл эди. Электрон почта орқали 19 та абонентга юборилган биринчи хат нимага олиб келишини тасаввур қилолмаган эдим.

Ўзингдан сўрасак?

Шундай қилиб, сиз маҳсулотни ишга тушириш формуласининг пайдо бўлиши тарихи билан танишдингиз. Аммо бунинг сизга нима алоқаси бор?

Бу формула сизга фойдали бўлади деб ўйлайсизми? Интернетда бизнес бошлаш учун бу формуладан фойдалана оласизми? Ёки хусусий бизнесингиз бўлса, нима деб ўйлайсиз, бу унинг ўсишига ёрдам берадими?

Тажрибамдан келиб чиқиб айта оламанки, сиз талаб юқори бўлган маҳсулотларни сотмасангиз (бензин ёки шакар) ва сизнинг ишингиз фавқулодда ёрдам билан боғлиқ бўлмаса (масалан, санитария-тесисат ёки гаров кафолати каби), менинг жавобим қатъиян “Ҳа” бўлади. Мен Формуладан фойдаланиб жуда кўп, турли-туман соҳада муваффақият қозонганларни кўрдим ва ҳозирга келиб, мени деярли ҳеч нарса ажаблантирмайди.

Ушбу китобда сиз улардан баъзиларининг ҳикоялари-

ни ўқийсиз. Турли хил ижтимоий қатламдаги, турли маҳсулот ва хизматларни таклиф қиладиган одамлар билан учрашасиз. Масалан, Сьюзен Гаррет ит парвариши бўйича мутахассис-мураббий. Менинг дастурим билан танишиш унга ажойиб бизнесни яратишга имкон берди. Ёки Жон Галлахер, истеъмолга яроқли бўлган доривор гиёҳлар ва ўсимликлар тўплами ҳақидаги маълумотларни сотади. Биринчи марта ишга туширишда у давлатдан озиқ-овқат учун купонлар олди ва энди унинг бизнеси олти рақамли рақамда ифодаланган даромад келтирмоқда. Ёки Уилл Хамилтон, теннис бўйича видео дарсларни сотувчи киши: ишга тушириш билан у ривожланган брендни яратди. Айни пайтда у юқори даражадаги профессионал теннисчилар билан ишлайди.

Буларнинг барчаси сеҳр, афсун каби жуда мураккаб ва деярли эришиб бўлмайдиган нарсага ўхшаб кўриниши мумкин. Ушбу китобни охиригача ўқиб чиққандан сўнг, сиз ҳамма нарса жуда содда эканини ва усулнинг ишлашини билиб оласиз, у сиз учун қандай, қай тарзда ишлашини ҳам англаб етасиз.

Китобдаги материалларга мантиқий тарзда, қуйидагича тартиб берилган.

Дастлабки бешта бобда асосий материаллар, жумладан, Формулани қўллаш жараёни, почта рўйхатлари, менталь триггерлар ва Яширин реклама хабарлари келтирилган.

Кейинги учта бобда биз ишлаб чиқаришни бошлаш, ишга туширишдан олдин ва очилиш савдосини ўз ичига олувчи ишга тушириш жараёнини кўриб чиқамиз.

Сўнгги олтита бўлим сизнинг бизнесингизда ва ҳаётингизда маҳсулотни ишлаб чиқариш формуласидан қандай қилиб тўғри фойдаланишни кўрсатишга бағишланган. Бошқа нарсалар қаторида, уруғларни экиш (бизнесни нолдан бошлаш усули) ва қўшма ишга тушириш (мега-ишга туширишларни бажариш усули) кўриб чиқилади.

Яна бир бор эслатиб қўяман: ҳеч ким бошланғич жараён осон ва ўз-ўзидан содир бўлади, дегани йўқ. Албатта, сиз ишлашингиз керак бўлади. Мен бошиданоқ тушунтирдим, бу ҳолатда биз тез бойитиш схемалари тўғрисида гапирмаяпмиз.

Аммо ҳақиқат шундаки, минглаб одамлар Интернетда кичик, аммо жуда даромадли бизнесни яратадилар. Ва маҳсулотни ишга тушириш формуласи уларга маҳсулотни (ёки умуман бизнесни), деярли бирданига сотишни ўз бизнесининг ҳаракатлантирувчи кучи билан боғлашга имкон беради.

Эшитилиши чакки эмас, тўғрими? Уни синаб кўришга тайёрмисиз?

Кейинги бобда мен сизга маҳсулотни ишга тушириш формуласи тузилишини тушунтираман, шундан кейин биз олдинга силжиймиз. Йўл-йўлакай сиз ушбу усулнинг революцион табиати нимада эканлигини, нима учун у ҳар хил турдаги бозорларда ва ҳар хил корхона ва маҳсулотлар билан ишлашини билиб оласиз.

Шундан сўнг, сотувлар бир соат ичида миллиондан кўпроқ даромад олиб келганлиги ҳақида ажойиб ҳикоялар пайдо бўлади.

Ҳа, ишончингиз комил бўлсин ва <http://thelaunchbook.com/member/> саҳифасига қўшимча ўқув қўлланмалари ва китобга бириктирилган бошқа манбалар билан танишиш учун кирилинг.

2-боб. Озиқ-овқат талонидан олти рақамли даромадгача: маҳсулотни ишга тушириш формуласини тушунтириш.

Жон Галлахер жуда банд одам бўлиб, хотини ва икки фарзанди бор эди, игна санчиш бўйича мутахассис бўлишни истаган ҳолда, ҳар куни Wilderness Awareness School нотижорат ташкилотида кўнгилли бўлиб ишлаган. Уни кўрган ҳар қандай одам ундаги самимият ва шижоатни сезмасдан қолмасди – бекор ўтиришни ёқтирувчи одамлар тоифасидан эмасди у. Бироқ, унинг саёҳат қилиш учун пули ва вақти йўқ эди. Оиласини боқиш учун у давлатнинг озиқ-овқат ёрдам дастуридан фойдаланишига мажбур эди. Жон ҳеч қачон давлатнинг ёрдамига муҳтож бўлиб қолишини ўйламаган эди – у ўзини бундай бўлиб қолишга лойиқ деб билмасди. Аммо у ўз эҳтиёжларини қондириш ва оиласини овқат билан таъминлаш учун кўлидан келганини қилди. Нима бўлмасин, Жон бу вақтинчалик вазият, деб ўйлар, чунки унинг катта режалари бор эди. У тадбиркорлик қилиш пайида бўлар ва ўзича бизнес учун ноёб ғояни пишираётгандек бўларди.

Жоннинг севимли машғулотларидан бири истеъмолга яроқли ва доривор ўсимликлар, гиёҳларни йиғиш ва тайёрлаш эди, рафиқаси билан биргаликда болаларни доривор кўкатлар билан таништирадиган ўқув тахтаси – ўйинини яратди. У Wildcraft: An Herbal Adventure Game, деб номланди ва уни дунёга намойиш қилиш вақти келган эди.

Стол ўйинини яратиш, шубҳасиз, анчагина маблағ талаб қилади – ҳатто буюртма берилиши мумкин бўлган энг кичик ўйинлар ҳам катта харажатларни талаб қилади. Жон отасидан 20 минг доллар қарз олиб, вазиятдан чиқиб кетишга муваффақ бўлди. Ушбу пулга ўйиннинг 1500 нусхаси буюртирилган эди. Кўплаб тадбиркорлар сингари, Жон бизнесни бошлаш учун қарзга киришга ҳам тайёр бўлди. Кўшимча қарз орқага қайтиш каби кўринди, аммо

у сотувлардан тушган даромад қарзларни тўлаш имкони-ни беришига ишонарди.

Шундан сўнг, ажойиб, таъбир жоиз бўлса, буюк кун келди. Буюртмани унинг уйига етказишди ва Жон ўйиннинг 1500 нусхаси қандай кўринишини билди. Юк машиналари ичидаги ўйин қутилари унинг уйига кириб бораркан, унинг шижоати ташвишга айлана бошлади. Қутилар гаражни бутунлай тўлдирди. Кейин меҳмонлар ётоқхонасини. Кейин иккинчи ҳаммом ва ҳатто душни ҳам тўлдирди.



Жон Галлахер ва унинг ўйин қутилари

Аmmo Жон хавотирли фикрларни четга сурди – бу ўйинни дунёга намоиш қилиш вақти келганди ахир.

Бу жуда чиройли ўйин эди ва у кўплаб оилалар учун ўйин-кулги ва янги билимлар беришини биларди. Бундан ташқари, бу қарзлардан халос бўлиш йўли ва оиласининг фаровонлиги дегани эди.

Жон дўстларини, танишлари ва барча қўшниларини таклиф қилган ҳолда “очилиш маросимини” режалаштирди. Буларнинг барчаси нималарга олиб келишини у билмас эди. Ва у тўлиқ муваффақиятсизликка учраши мумкинлигини билмас ва бунга тайёр ҳам эмасди.

”

Ушалмаган умидлар мамлакати

Афсуски, бизнес учун ажойиб ғоядан кўра, янаям кўпроқ нарса керак. Умуман олганда, Жоннинг ҳикояси минглаб бошқа тадбиркорларнинг қақшатқич муваффақиятсизликка учраган воқеаларидан фарқ қилмайди. Ушбу ҳикояларнинг таассуроту-асоратлари доимо диққатимизни жалб қилади: савдо марказидаги янги дўкон, шаҳар марказидаги янги ресторан... Улар тўсатдан ёпилиб, деразада “Ижарага берилади” деган реклама ёзуви пайдо бўлади. Кучли иштиёқ билан бошланган ажойиб янги мажмуа тўсатдан шарпа-шаҳарга айланади, табиийки, унга ташриф буюрувчилар бўлмайди, у ҳақдаги шарҳлар ва янги маълумотлар берилмайди. Бу чуқур қайғуга сабаб бўлади, чунки бизнинг қаршимизда тургани – бу нафақат муваффақиятсиз бизнес, балки кимнингдир ушалмаган орзулари ҳамдир. Ажойиб ғоянинг рўёби учун юзлаб соат ва минглаб долларлар тикилади, натижада эса буларнинг барчаси муваффақиятсизлик билан тугайди.

Биз кўриб чиқаётган мисолда, айниқса, бу вазият янада аянчли кўриниш касб этди. Бу кечада Жон ўйинларнинг атиги 12 нусхасини сотди ва яна 1448 қути қолди. Муболағасиз, бу унинг ҳаётидаги энг ёмон дамлар эди. У нафақат ютқазганини ҳис қилар эди – мағлуб бўлганига оид ишоралар уни ҳар томонидан қуршаб олган эди. Оиласи у сота олмаган ўйинлар билан тўлган уйда яшар эди.

Бир неча кун давомида қаерга бормасин, қутилар уни қузатиб тургандек кўринарди. Энг ёмони эса бошқа нарса. У бундан кейин нима қилишини билмас эди. У ўз қўллари билан қарзлар чоҳини қазган, энди эса сотилмаган буюмлар орасида ўтирар ва бу ҳолатдан чиқишнинг бошқа йўллари борлигини тасаввур ҳам қилолмасди.

Тадбиркор бўлишни орзу қилган бошқа кўплаб одамлар сингари, Жон ўз орзу-умидларини мен “умид маркетинги” деб атайдиган майда тош бўлақларига бўлиниб кетганини кўрди. У маҳсулотни яратди ва унинг сотилишига умид қилди. Эҳтимол сиз ҳам кўпгина таниш тадбиркорларингиз мисолида бундай воқеаларни бир неча бор эшитгандирсиз. Аммо Жоннинг ҳикояси якуни, умуман, бошқача бўлди...

Ғалабани мағлубият чангалидан тортиб олиш

Хотинининг маслаҳати билан Жон Googledан маълумот қидиришни бошлади – айнан ўша ерда у маҳсулотни ишга тушириш формуласи ([http:// www.ProductLaunchFormula.com](http://www.ProductLaunchFormula.com)) веб-сайтини топди. Аммо менинг PLF (Product Launch Formula) ўқув дастурим арзон эмас эди, шунинг учун Жон отасининг олдига бориб, яна қарз олди¹.

Жон PLF курсини ўрганишга киришиб кетди ва бу усул унинг вазиятида идеал тарзда иш беришини ҳис қилди. Бир неча ҳафта ичида у маҳсулотни ишга туширишнинг янги режасини тузди ва уни синаб кўришга тайёр эди. Таъкидлаш жоизки, PLF-нинг ўзини ишга тушириш учун деярли ҳеч нарса сарфланмаган. Дарҳақиқат, бу ҳолда, биринчи навбатда усулнинг ўзи катта роль ўйнар эди, катта миқдордаги пулнинг таъсири эмас. Жон ўзининг янги, кенг қулоч ёйган умидлари рўёбга чиқармикан, деган умидда зўр бериб янги ишга туширишни кутар, соатларни

¹ Менинг ўқув дастуримни сотиб олиш учун қарз олишни тавсия қилмайман. Жон билан боқлиқ воқеада бу ижобий натижа олиб келди, лекин мен бундай йўл тутишни тавсия қилмайман.

ҳисоблар эди.

Узоқ кутишига тўғри келмади. Натижалар, айниқса, биринчи муваффақиятсиз уриниш билан таққослаганда ақл бовар қилмас даражада эди. Дастлабки даврда Жон 670 ўйинни сотиб, 20000 доллардан кўпроқ даромад кўрди! Бундан ҳам диққатга сазовор томони шундаки, нолга тенг ишга тушириш харажатлари туфайли ушбу миқдор ўйинларни ишлаб чиқариш харажатларини қоплади.

Шундай қилиб, “умидлар маркетинги” ҳолатида 12 сотувда маҳсулотни ишга тушириш формуласини қўлаганидан кейин 670 тани ташкил этди. 55 баравар кўпроқ. Ўйин 30 долларга сотилар эди, шу сабабли сотувлар сонини долларга айлантирганда, биз янада ёрқинроқ контрастни кўрамиз: биринчи ҳолда 360 доллар даромад олинди, иккинчи сотув эса 20 100 доллар олиб келди. PZF-ни ишга тушириш пайтида Жон реклама учун бир цент хам сарфламаганлигини таъкидлайман. Унинг янги реклама шериклари йўқ эди. У ўз маҳсулотининг оммавий ахборот воситаларида ёритилиши учун пул тўламаган. У фақат мавжуд ресурслар ва активлардан фойдаланган, чунки унинг оиласи давлатдан озик-овқат учун купонлардан фойдаланган, яъни Жоннинг ресурслари жуда кам эди. Аслида, у ижарага олинган ноутбук билан маҳаллий кутубхонада ўз ишини бошлаган, у ерда бепул интернет мавжуд эди.

Жоннинг биринчи ишга тушириши жуда муваффақиятли бўлди, аммо бу фақат бошланиши эди. Ушбу китоб ёзилаётган пайтда у аллақачон “Wildcraft” ўйинининг 50 мингдан ортиқ нусхасини сотган ва бошқа бир қатор маҳсулотларни, шу билан бирга, энг машҳур пуллик аъзолик сайтини (HerbMentor.com) сотиб олган. Умуман олганда, янги ютуқлари билан таққослаганда, унинг бошланғич муваффақиятлари жуда камтарона туюлади. Бироздан кейин мен сизга бошқа ажойиб воқеаларни сўзлаб берман, улар яхши тайёрланган ишга тушириш туфайли, деярли бир кунда ўз бизнесингизни яратишингиз мумкин-

лигини ажойиб тарзда тасвирлайди. Бу орада, келинг тан оламиз, қаршимизда – озиқ-овқат купонларидан олти рақамли даромадгача узоқ йўлни босиб ўтган йигитни кўриб турибмиз.

Жоннинг ҳикоясидан бирозгина чалғиб бирмунча аҳамиятли саналган бир изоҳга эътиборингизни қаратамиз: ишга туширишда қулай манбалардан бири электрон почта манзилларининг кичик рўйхати эди – бу одамлар ундан улар билан алоқада бўлишни илтимос қилишди. Кейинги бобда бундай рўйхатларнинг сеҳрли хусусиятлари ҳақида гаплашамиз. Хулоса қилиб айтганда: ҳар қандай почта рўйхатини маҳсулотни ишга тушириш Формуласи билан уйғунлаштириш пулни чоп этиш учун лицензияга эга бўлишга ўхшайди, деса ҳам бўлади.

Катта рақамлар ҳақида қисқача

Ўтган бобда мен сизни ақл бовар қилмас рақамлар билан кўмиб ташладим, масалан, мен ўз уйимнинг ертўла-сида қандай қилиб бизнес бошлаганимни ва охир-оқибат ҳафтасига 106 000 доллар ишлаганимни (ишчиларим йўқ, дўконим йўқ, инвентаризациясиз, умуман олганда, интернетга уланган компьютердан ташқари бошқа ҳеч нарса йўқ).

Кейин мен маҳсулотни ишга тушириш формуласининг сирини баҳам кўрган дўстим кунига 1 080 000 долларга маҳсулот сотганини айтдим – ундаям ўша ҳолат: ўзининг шахсий офиси ва ишчилари бўлмаган ҳолда.

Шундан сўнг, сизларга менинг бизнесим катта даромадга айланганлиги ҳақида хабар бердим, бу менга БИР СОАТ ичида (ҳали ҳам уйда туриб ғайритабиий таъсирдан илҳомланиб ишлардим) бир миллион доллардан кўпроқ пул ишлашга имкон берди.

Кейинги қадам менинг талабаларим ва мижозларим турли хил бозорларда маҳсулотларни ишга тушириш – қатор маҳсулот турларини сотиш орқали 500 миллион дол-

лардан (!) кўпроқ даромад топганликлари ҳақидаги ҳикоя эди, уларнинг аксарияти кичик бизнесга эга бўлиб, бу деярли ҳеч қандай харажатлар талаб қилмас эди. Ва энди мен сизларга озиқ-овқат ёрдами бўйича давлат дастури орқали ўз оиласи билан яшаган, аммо олти рақамли даромадга эришган Жон Галлахер билан боғлиқ тафсилотларни айтиб бердим.

Умуман олганда, бу рақамларнинг барчаси шунчалик ажойибки, мен сизни ўқувчи сифатида йўқотишдан қўрқаман. Янги келган киши учун бундай катта даромадни тасаввур қилиш қийин, мен буни яхши тушунман. Илтимос, иккита нарсани ёдда тутинг. Биринчидан, бу мутлақо реал даромадлар. Бундан ташқари, дастлабки пайтларда мен ҳам янги бошловчи эдим. Жон Галлахер ва бошқа кўплаб шогирдларим ҳам бошида янги бошловчи бўлишган албатта.

Агар сиз ҳозир менинг бизнесимни бошлаган кунларимдаги аҳволга тушиб қолган бўлсангиз, бошиданок миллион доллар ишлаб топишга бўлган имкониятингиз, эҳтимол лотерея ютиб олиш имкониятидан ҳам пастроқдир. Бундай даромаднинг биринчи уриниши фойда келтирмайди. Аммо эсингиздан чиқмасин, сизга ишни нолдан бошлаб, худди мен қилганимдек, тезда бизнесни ривожлантириш ва даромад миқдорини кўпайтириш учун ҳеч нарса ҳалақит қилмайди.

Мен сизни, шунчаки, бундай натижаларга эришишга имкон берадиган формулам билан таништирмоқчиман, лекин аввал сиз оддий одамлар учун одатий бўлмаган бизнес имкониятларини яратадиган ушбу “яширин дунё” га киришингиз керак ва улар буни тезда, амалда нол бошланғич харажатлар билан амалга оширишларининг гувоҳи бўласиз.

Маркетингнинг “махфий” дунёси.

Кўпчилик ҳатто эшитмаган “яширин” бизнес дунёси ҳақиқатдан ҳам мавжуд. Бу ранг-баранг қахрамонлар

дунёси ва “камбағалликдан бойликкача” ҳақиқий ўзгариш, деярли чексиз имкониятлар дунёси.

Бу бизнесингизни ҳаводан яратиладиган дунё. Гоянинг ўзигина етарли ва бир неча кун ичида, деярли сармомясиз, сиз тадбиркор бўласиз.

Бу сизнинг уйингиздан минимал ишчилар билан иш бошлаган (ёки умуман ходимларсиз) миллионлаб даромад келтирадиган компанияга айлантирадиган дунё.

Бу вақт ва макон билан чегараланмаган дунё. Сиз ўзингизнинг иш жадвалингиз бўйича иш билан шуғулланишингиз мумкин, агар хоҳласангиз, у билан бирга Гавайи оролларига (ёки мен каби, Колорадо тоғларига) кўчишингиз мумкин.

Бу ўз бизнесингизни бошлаш учун улкан бошланғич капитални талаб қилмайдиган дунё, унда биринчи навбатда тежашни бошламасдан муваффақият учун йўл очишингиз мумкин.

Ва бу дунё миқёсларни ўзгартиради – қанча вақт сарфлашингиздан қатъий назар сизнинг бизнесингиз ўсиши мумкин. Қимматли вақтингизни долларга алмаштириш зарурати йўқолади. Сизнинг даромадингиз кўпайиб кетади. Деярли ҳар ким бу дунёда бойиб кетиши мумкин.

Бу тўғридан-тўғри маркетинг дунёси. Менинг омадим келди, у ҳақида 1996 йилда, Интернет-бизнес ўзининг илк қадамларини қўяётган бир пайтда билиб олдим. Бу дунё менинг ҳаётимни ўзгартирди ва мен у ўзимдан бошқа минглаб одамларнинг ҳаётини қандай ўзгартираётганини гувоҳи бўлдим. Бу дунёнинг, тарихи ва эволюцияси ажойиб воқеадир. Эҳтимол, бир кун келиб мен бу ҳақда китоб ёзаман, чунки бу соҳада меникига ўхшаган тажриба камдан-кам одамда бор ахир. Ҳозирча мен маҳсулотни ишга тушириш формуласи ва ушбу кучли техникани ишингиз ва ҳаётингизга қандай қўллаш ҳақида тўлиқ маълумот бериш учун сизни бу дунё билан таништирмоқчиман.

Бир нарса аниқ: бизнесингизнинг ҳажми (ёки бизнес

ҳақида орзуингиз) қандай бўлишдан қатъий назар, бу дунё сизга таклиф қиладиган ўз нарсаларига эга.

1996 йилда, мен ишни эндигина бошлаганимда, Интернет ақл бовар қилмас тезликда кенгайиб борарди. Биз унинг экспонент ривожланишини кузатиб борар эдик. Ҳар ойда янги фойдаланувчилар сони ортиб бораверар эди. “Интернет” сўзи ижтимоий тафаккур тарзига кира бошлади ва тўсатдан ҳамма бу ҳақда гапиришга тушди, шу жумладан, ҳатто унинг нима эканлигини тушунмаганлар ҳам. Аммо ҳозирга қадар Интернет бизнес учун нимаси билан фойдали бўлиши мумкинлигини ҳалигача ҳеч ким тушуниб етгани йўқ, ҳар қандай ишбилармон киши ўзига: “Мен у ерда пул ишласам бўладими?” деган саволни бериб кўради.

У йирик корпорацияларнинг манфаатлар доирасига кирмасди. Интернет одатдаги ишбилармонлик муҳитига қараганда кўпроқ Ёввойи Ғарбга ўхшардики, бу йирик компаниялар қатнашишни афзал кўрадиган майдон эмасди. Лекин, айнан шу муҳит “кичкина одам”га муваффақият қозониши учун имкон яратиб беради. Ва кичкина одамлар у ерда яхши иш қилишар эди.

Интернет ўз бизнесингизни бошлаш учун мукамал имкониятни тақдим этди. Бу катта бошланғич капитални талаб қилмади, аниқ иш соатлари йўқ (охир-оқибат, сайт куннинг исталган вақтида мавжуд) ва жисмоний жойлашув ҳам бунда аҳамиятсиз. Бундан ташқари, ҳозирги кунга қадар рақобат йўқ эди, ҳозирги кунда ўрнатилган қоидалар деярли бўлмаган ва янги иш бошлаган тадбиркор дарҳол кун сайин ўсиб борадиган глобал бозорни қамраб олар эди.

Ушбу бизнес асосан иккита тоифадан бирига тегишли бўлган маълумотлар тақдимоти билан боғлиқ эди: маълум муаммоларни ечишда ёрдам берадиган маълумотлар (масалан, гитара чалишни ўрганиш ёки карниз остига камар ўрнатиш ҳақида маълумот) ва кўнгилочар маълумотлар (ҳазиллар, фотосуратлар, ўйинлар).

Мен энди бошлаганимда – 1996 йилда даромадли корхоналарнинг аниқ сони номаълум, аммо унчалик кўп бўлмаган. Балки менимча, улар ўнлаб, эҳтимол юзлаб ҳам бўлгандир, лекин, ҳар ҳолда ўша пайтларда бу жуда кичик бир олам эди. Аммо у тез суръатлар билан ўсиб борди, чунки одамлар Интернетда ўз бизнесини бошлаш қанчалик осонлигини тушуниб етишди. Албатта, тадбиркорликнинг барча қонунлари ўз кучида қолди – бу корхоналарнинг салмоқли қисми тез орада ўз фаолиятини тўхтатди. Аммо стартапларининг ҳажми ушбу корхоналарнинг потенциал ишга тушиши мумкинлигини кўрсатди.

Айнан улар тижоратли, даромадли Интернетни яратувчилари бўлган. Масалан, мен Жефф Безоснинг Amazon.com онлайн-дўконида янги шериклик дастурини яратиш бўйича саволим билан форумда иштирокчи бўлганимни эслайман.

Бу тижорат Интернетни дунёсига таъсир кўрсатган дастлабки бульон эди. Ва шундан сўнггина – мен кейинчалик маҳсулотни ишга тушириш формуласи номи билан маълум бўлган техникани яратдим.

Мингта бизнесни ишга туширган формула

Шундай қилиб, сиз аллақачон ўзингизга савол берган бўлсангиз керак: “Маҳсулотни ишга тушириш формуласи дегани нима ўзи?” Ва энг муҳими: “Бу менинг ҳолатимда иш берадимми?”

Унинг маъноси қуйидагича: Маҳсулотни ишга тушириш формуласи – бу мақсадли бозорни ўз маҳсулотингиз билан шунчалик жалб қилишга имкон берадиган тизимки, одамлар сиздан уни сотишингизни деярли илтимос қилишади. Ва буларнинг барчаси ҳали маҳсулот чиқарилишидан олдин ҳам содир бўлади.

Формула барча бозорларда ва барча турдаги маҳсулотларда самарали ишлайди ҳамда янги маҳсулотни очиш ёки янги бизнес бошлашнинг деярли ҳар қандай кўрини-

шида жуда қўл келади. Бу шунчалик самаралики, баъзида одамлар менга кредит карта рақамларини олдиндан юбориб, керакли миқдордаги пулни олишимни ва товарларни сотувга чиқиши биланоқ уларга юборишни сўрашади.

Бу мен 1996 йилдан бери фойдаланиб келаётган ва такомиллаштирган тизим. 2005 йилдан мен уни мижозларга таништира бошладим. Унинг ёрдами билан эришилган натижалар унга боғлиқ самарадорликнинг энг яхши далилидир.

Келинг, эндиликда барчага маълум далиллардан бошлайлик. 90-йилларнинг охирида Интернетнинг ривожланиши қай тариқа дунёни ўзгартиришга тушди? Биз ҳеч қачон иш юритишнинг эски усулларига қайтмаймиз. Бу фикр, айниқса, бизнес учун жуда муҳим ва биз ушбу соҳада учта асосий ўзгаришларга эътиборимизни қаратамиз:

1. Алоқа тезлиги. Бугунги кунда бозор билан ўзаро алоқа ҳар қачонгидан ҳам тезроқ ва осонроқ кечмоқда. Бир неча дақиқа ичида сиз хат ёзишингиз ва уни потенциал ва мавжуд мижозларга юборишингиз мумкин. Улар сиз жўнатганингиздан бир сония ўтиб уни ўқишлари мумкин. Яқиндагина асл ғоянинг пайдо бўлиши, у ҳақида маълумотнинг нашр этилиши ва истеъмолчининг фаолияти бошланиши ўртасидаги муддат кунлар, баъзан ҳафта-лар ва ҳатто ойлар билан ўлчанар эди. Энди эса, у бир неча дақиқаларгача қисқарди.

2. Реклама нархи. Электрон почта хабарини юбориш ёки ижтимоий тармоқларда жойлаштириш нархи жуда катта эмас. Маълумотни нашр этишдаги тўсиқлар йўқолди. Энди нима талаб қилинади? Facebook саҳифаси ёки Twitter akkaунтини бепул яратишнинг ўзи кифоя. Йигирма йил олдин, ҳатто энг арзон реклама вариантлари сизга минглаб долларга тушиши мумкин эди.

3. Интерфаоллик. Сизнинг хатингизга ҳар қандай реакция ҳақидаги берилган хабар дарҳол сизга етиб келади, бу сиз учун дарҳол унга жавоб қайтариш имконини бера-

ди ва бу билан сиз мақсадли аудиториянинг реакцияси-ни баҳолашингиз мумкин албатта. Таққос ўрнида айтиш жоизки, бу каби чоп этишларни бўшлиққа қараб ўқ отишга ўхшатишган. Жойнинг рельефи ва бошқа шароитларга қараб, отилган ўқ бирмунча вақт ўтгачгина, унга қисқа акс-садо келиши мумкин эди холос. Ёки умуман ҳеч қандай жавоб реакцияси олинмасди.

Ўйлайманки, авваллари бу ўзгаришлар ҳақида хаёл ҳам қилмагансиз ёки уларни, шунчаки, худди шундай бўлиши шарт бўлган ҳол сифатида қабул қилгансиз. Қандай бўлмасин, буларнинг барчаси бизнесимизнинг кўп соҳаларига – сиёсатдан тортиб кўнгилочар, тиббиёт ва ҳатто одамларнинг шахсий муносабатларига ҳам катта таъсирини кўрсатди. Аммо бизни, асосан, бизнес қизиқтиради. Ушбу омиллар – алоқа тезлиги, реклама нархи ва интерактивлик бизнес ва маркетинг функцияларини ўзгартиргани сабабли, уддабурон тадбиркорлар ўз бизнеслари соҳасида ажойиб муваффақиятларга эришишлари мумкин бўлган дунё пайдо бўлди. Ва яқинда, тез орада – мен сиз билан баҳам кўрган ақл бовар қилмас рақамлар ҳақиқий эканига ўзингиз ишонч ҳосил қиласиз.

Маркетингнинг воқеага айланиши

Голливуд бирор янги фильмининг намойиши олди-дан астойдил шов-шувли муҳит яратишига ҳеч эътибор берганмисиз? Бу воқеадан олти ойлар олдин трейлери пайдо бўлади. Кейин телевидение орқали рекламалари қўйилади. Бироз кейинроқ эса актёрлар билан интервьюлар уюштириш навбати етади. Бизнинг кунларимизда премьерани ижтимоий тармоқлар орқали берилиши ҳам устувор аҳамият касб этади.

Apple компаниясида-чи, бунда унинг янги маҳсулоти ишга туширилиши жараёни қандай кечади? Ҳамиша оммавий тарзда кампаниялар ташкиллаштирилиб, янгиликнинг тақдим этилиш санаси бўйича маълумотлар узлуксиз

бериб борилади. Янги русумдаги маҳсулот чиқишига бир ой қолганида Appleнинг барча сайтларида ашаддий мижозлар ўртасида тақдимот санаси, янги маҳсулот ва ундан кутилаётган афзалликларга оид муҳокамалар бошланиб кетади.

Бундай кампаниялар ХАЛИ МАҲСУЛОТ ЧИҚМАСИДА-НОҚ у ҳақдаги катта шов-шув ва қизиқишни пайдо қилади. Аслида қайсидир маҳсулотнинг яратилиши ўз ҳолича – воқеа ҳисобланади. Ишга тушириш жараёни эса омма орасида улкан завқу-шавқ дарагини ёяди ва одамларда чиндан-да улкан воқеага нисбатан ростмана қизиқиш уйғонади.

Энди эса, буни мен бирозгина аввал “умидлар маркетинги” деб номлаган кампания билан таққослаб кўринг. Бу ҳолатда сиз маҳсулот яратасиз ёки бирор бир янги ишни ташкил қиласиз ва ё реклама кампаниясига киришасиз ҳамда муваффақият қозонишга ҳаракат қиласиз албатта.

Ҳаётда ўз тасдиғини топган “умид” сўзи турмушимизнинг ҳар бир жабҳасида мўъжизалар яратади. Келинг, кема ҳалокати тимсолидаги аниқ бир мисолни кўриб чиқамиз. Бунда айнан умид бизга ёрдамга келишига ишониш жон сақлаб қолишимизга сабаб бўлади. Лекин бизнес оламида ёмон сўз бу. Тушкун ҳолатни ифодаловчи куруқ сўздан бошқа нарса эмас. Сиз билан биз ўзимизнинг муваффақиятларимизни назорат қила олишимиз муҳим; имкон қадар муваффақиятга ишониб қолмасликка ҳаракат қилинг. Бизнесингиз келажаги билан боғлиқ ишларда фақатгина умидга кўз тикканча қолиб кетманг.

Албатта, потенциал мижозлар бу воқеаларни сабрсизлик билан кутишлари учун маҳсулотни ишга тушириш ва реклама кампаниясини ташкил қилишни ҳар томонлама пухта режалаштириш, лойиҳалаш зарур.

Голливуд тақдимотлари ва Apple нинг йирик ишга туширишларидаги асл моҳият мана шунда. Сизга, масалан, бизнесингизнинг зудлик билан шиддатли ривож топиб кетиши ёқмайдами? Бундай старт билан ҳаммаси нечоғ-

лик ўзгариб кетишини бир тасаввур қилиб кўринг. Маҳсулотингиз ишга тушишига қадар бўлган оммавий қизиқиш – вазиятни нечоғлик ўзгартириб юборишини кўз олдингизга келтиринг, мулоҳаза қилиб кўринг.

Албатта, биргина муаммо кўндаланг бўлиши шубҳасиз. Реклама учун ёки иқтидорли мутахассислар жамоасини шакллантиришингиз учун сизнинг миллион долларингиз бўлмаслиги тайин ҳам дейлик. Ҳамонки, сиз худди Apple ёки Universal Studios сингари ресурсларга ва иқтидорларга эга бўлмас экансиз, “умидлар маркетинги” билан муроса қилишдан бошқа имкон қолмайди.

Лекин, хулоса қилишга шопилмай туринг! Айнан шу пайтда ишга тушириш Формуласи сизга ёрдамга келади. Юқорида эслатганим – соҳадаги фаолият ўйин қоидаларини ўзгартирувчи учта омил борлигини унутманг – ўзаро мулоқот баҳосининг пасайиши, унинг жадаллашиши ва интерфаолликнинг сезиларли даражада оширилиши, ёдингиздами булар? Булар ўз империяннгиз қасри калитлари саналади.

Айнан шунинг учун сизу биз каби оддий одамлар томонидан яратилган унчалик катта бўлмаган тармоқ бизнеслари мутлақо янги ўйин майдонини яратишди. Бу майдон мислсиз имкониятлар майдони.

Мулоқот – сизнинг бозорингиз

Бошиданок амалда шубҳасиз бўлган ҳақиқатни эслатиб ўтаман: инсонлар орасидаги мулоқот ўз-ўзидан кўплаб монологлар (ички таъкид, тасдиқ, муносабат) ва маслаҳат-маърузаларни тақозо қилади, бу мулоқот учун муҳимлар ичра муҳимдир.

Интернет тамаддуни, аслида, узоқ ва борган сари мулоқотнинг кенгайиб боришига асосланувчи йўл ҳисобланади. Сиз дунё бўйлаб одамлар билан бунчалик тез ва осон мулоқотга киришолмаган бўлардингиз.

Албатта, биз баъзида YouTube даги айрим “суҳбатлар”

га нисбатан қолдирилган изоҳларни ўқиб, инсоният келажаги борасида чуқур ўйга толишимиз мумкин. Лекин ҳар қандай ҳолатда ҳам, биз бир-биримиз билан ҳар қачонгидан кўра кўпроқ мулоқотга киришаётган бўламиз. Ва бу мулоқотлар бизнесга ва маркетингга ҳам тааллуқли бўлади. Одамларга телеэкранлар орқали маҳсулотингиз нечоғлик ажойиблигини таъкидлаб қичқираётганларни эшитиш эндиликда қизиқ бўлмай қолаяпти.

Умуман олганда, одамларга бу ҳеч қачон қизиқ ҳам бўлмаган, лекин эндиликда – ҳозир улар учун танлов имкони ҳар қачонгидан кўра кенгроқ ва “Маҳсулотимни харид қилинг, сотиб олинг, СОТИБ ОЛИНГ”, деб жар солишингиз биланоқ товушингизни ўчириб қўйишлари жудаям осон бўлиб қолди.

Шунинг учун, потенциал мижозларга қичқиритиш ўрнига – нега энди улар билан ўзаро мулоқотга киришиш мумкин эмас? Масалан, айтайлик, сиз гитара чалишни ўрганишни истайсиз ва сиз Интернет орқали машғулотларига қатнашишга ёзилган устоз шундай дейди: “Салом, мен истаган ҳар қандай одам ҳам бир ҳафта давомида битта қўшиқни ўргана олувчи тизимни яратдим. Яқинда эса, менда ўзимнинг мазкур “махфий” усулимдан воқиф этувчи видеокурс ташкил қилиш ғояси пайдо бўлди”. (Аслида бундай махфий усул бор-йўқлигининг ўзи номаълум, мен ҳалигача бундай усулдан кимнингдир фойдаланганини билмайман. Лекин мен уни дўстларимга кўрсатдим ва у катта муваффақиятларга эришди).

Қандай бўлмасин, курсни ташкил этишдан олдин, унинг самарали бўлишига ишонч ҳосил қилмоқчи эдим. “Сиз бутун қўшиқни ижро этиш учун сизга энг катта қийинчилик нимада эканлигини айта оласизми?”

Бу жуда оддий: шунга ўхшаш савол бериш орқали сиз суҳбатни бошлайсиз. Бу, умуман, “МЕНИНГ МАҲСУЛОТИМНИ СОТИБ ОЛИНГ!” деган чақирикқа ўхшамайди.

Потенциал мижоз билан суҳбатни бошлаш – мен “огоҳлантирув ўқи”, деб номланган ҳодисага мисол бўла-

ди. Бу бошланғич кампанияни бошлашнинг ажойиб усули. Юзлаб турли хил бозорлар учун ўзгартирилган шунга ўхшаш оддий савол, PLF маҳсулотларини муваффақиятли тарзда сон-саноксиз ишга туширишнинг бошланиши эди.

Изчиллик, тафсилот ва триггерлар

Шундай қилиб, мен сизга PLF-ишга туширишга тайёргарликнинг кичик мисолини келтириб ўтдим. У бирон бир ўзига хос ва оламшумул нарсага ўхшамаслиги мумкин, ammo яқин орада сиз ушбу умидбахш кичик бошланиш аслида ўз ҳаёти билан яшаш жараёни асосига айланишини кўрасиз.

Маҳсулотни ишга тушириш формуласи асосан кетма-кетликлар, ҳикоялар ва триггерлардан иборат. Биз кетма-кетликни кўриб чиқишдан бошлаймиз.

Бизга ҳар куни жудаям кўп миқдорда маълумотлар келиб туради. Бизда электрон почта, овозли почта, ижтимоий тармоқлар, телевидение, радио, жойлардаги рекламалар (у ҳатто самолётдаги ўриндиқлар орқасида ҳам бор), мобил телефонлар, Интернетдаги чатлар ва бошқалар мавжуд. Ахборот ва маълумотлар миқдори доимий равишда ўсиб бормоқда ва бу жараённинг охири кўринмайди. Худди шундай шиддатли жараён билан биз ҳар куни тўқнаш келадиган маркетинг алоқалари сони ортиб бормоқда.

Албатта, бу мурожаатларни қабул қилиш ва улардан маълум хулосалар чиқариш қобилиятимиз ошиб кетмади. Бу уларнинг бизнинг онгимизга кириб қолишининг олдини олиш учун кўпроқ ишлашимиз кераклигини англатади. Биз уларнинг олдини олиб, тўсиб қўйишга астойдил ҳаракат қилмоқдамиз. Уларни филтрлаш учун имконимизда мавжуд янги технологиялардан фойдаланамиз ва ушбу филтрлардан сизиб чиққан материалларнинг аксариятига эътибор бермаймиз.

Ҳарбийларда “жанг майдони кўринишининг ёмонлашиши” деган тушунча мавжуд. Ишбилармон одамлар ва

сотувчилар мен “коммуникатив туман” деб атаган муҳитда ишлашга мажбурлар. Бу туманни енгиб ўтиш учун йўл керак, акс ҳолда бизнес тугайди. Ҳаммаси жуда оддий.

Сиз биргина маркетинг хабарига ишониб қолишингиз мумкин эмас; дарҳол изчиллик ҳақида ўйлашингиз керак. Асосий маълумотларни келтирадиган битта контактнинг ўрнига, бир неча контактлардан фойдаланинг, бунинг баробарида маълумотлар аста-секинлик билан тўлдирилади. Маҳсулотни ишга туширишда биз қуйидаги кетма-кетликни ишлатдик – ишга тушириш тараддуди, ишга туширишдан олдин, бошлаш ва пост-ишга туширишдан сўнг.

Гарри Поттер ҳақидаги серияли китобларни эсланг. Улардан қайси бири кўпроқ эътиборни жалб қилди? Биринчиси ёки охиригисими? Албатта, охиригиси, чунки олдинги ҳар бир китоб янги мухлисларни ўзига жалб қилган – ва бу китобхонларнинг барчаси интизорлик билан навбатдаги китобни кутишади.

Шундай қилиб, PLF даги асосий кетма-кетликларни тезда кўриб чиқамиз.

1. Ишга тушириш тараддуди. Ҳаммаси шундан бошланади. Сиз буни ўзингизнинг энг садоқатли мухлисларингизнинг янгиликни кутишлари учун ишлатасиз. (Мен тушиниб турибман, ҳали ҳамманинг ҳам содиқ мухлислари йўқ – биз бу ҳақда 3-бобда гаплашамиз). Бундан ташқари, ушбу босқич сизга бозорнинг таклифингизга таъсирчанлигини баҳолаш ва потенциал мижозларнинг асосий изоҳлари билан танишиш имконини беради. Ажабланарлиси шундаки, ишга тушириш тараддуди жараёни – якуний таклифни мувофиқлаштириш учун ҳам ишлатилиши мумкин.

2. Ишга тушириш олдидан. Бу сизнинг изчиллигингиздаги ҳал қилувчи босқич саналади, унинг давомида сиз аста-секин учта сифатли материални тақдим этиш орқали бозорни аста-секинлик билан ўзингизга жалб қиласиз. Олдиндан ишга тушириш авторитет, ижтимоий аҳами-

ят, жамият, олдиндан сезиш ва ўзаро фойда каби ақлий триггерларни фаоллаштириш учун ишлатилади. Буларнинг барчаси потенциал истеъмолчиларнинг шарҳларига жавоб бериш жараёнида рўй беради. Потенциал харидорларни ишга туширишдан олдин маълумот материаллари билан таништириш, одатда, 5 кундан 12 кунгача давом этади. Ушбу материалларнинг формати ҳар қандай кўринишда бўлиши мумкин – видео, аудио, PDF файлларидаги ҳисоботлар, блог хабарлари, теле-семинарлар, веб-семинарлар (вақт ўтиши билан кўплаб янги форматлар пайдо бўлишига аминман).

3. Ишга тушириш. Бу сиз шу пайтгача ишлаган – буюк кун, маҳсулотлар юборишни ёки хизмат кўрсатишни бошлайдиган кун, яъни буюртмаларни қабул қилиш бошланади (PLF жарғонида биз уни онлайн-дўконлардаги саватларга ўхшашлиги боис “саватни очамиз” деб номлаймиз). Аслида, ишга тушириш, шунингдек, “Биз очилдик ва ниҳоят, сиз буюртма беришингиз мумкин” сингари электрон почта хабарини юборишдан бошланади ва бу маълум бир вақтни олади – одатда, 24 соатдан етти кунгача – шундан сўнг тадбир якунланади.

4. Пост-ишга тушириш. Бу сизнинг ҳозирча сизга буюртма бермаган янги ва потенциал мижозлар билан танишишнинг охириги босқичидир. Пост-ишга тушириш бошқалари сингари ҳаяжонли босқич эмас, аммо шунга қарамай, бу жуда муҳим, чунки айнан шу босқичда даромад олиш ва ўз брендингизни яратиш бошланади. Тўғри бажарилган ва ишга туширишдан кейинги парвозга тайёргарлик бўлади.

Ҳаммаси етарлича оддий кўринади, тўғрими? Ҳаммаси ҳақиқатан ҳам оддий. Ва тарихдек қудратли нарса билан биргаликда у соф олтинга айланади...

Тафсилотлар. Одамлар қандай мулоқот қилади

Тафсилотлар фойдали. Тафсилотларни сўзлаб бериш орқали одамлар донолик, билим ва маданиятни инсони-

ятнинг бутун ҳаёти давомида етказиб келганлар. Мактабдаги ўқувчилик даврининг энг дастлабки хотираларини эслашга ҳаракат қилинг. Эҳтимол, сиз ҳали ҳам эслаётган дарсларингиз сизга айтиб берилган воқеаларга асослангандир. Асосий динлар тўғрисида ўйлаб кўринг ва уларнинг аксарияти оғзаки равишда етказилганлигини тушуниб етасиз.

Мантиқий фикрлайдиган одам сифатида мен билимлар ва фактларни яхши кўраман. Бу менинг табиий яшаш муҳитим. Ушбу китоб сизга маълумот, назария, мисоллар ва яна маълумот беришини истардим. Аммо дастлабки икки бобни қандай бошлаганимга эътибор беринг. 1-бобда мен сизга ўз ҳикоямни айтиб бердим ва бу бобни эса Жон Галлахернинг воқеасига бағишладим. Сизнингча, бир ҳафта ичида ўқиганларингизни эслай оласизми? Буларнинг барчаси “жаноб ойижон бир ҳафта ичида олти рақамли даромадни қандай ташкил қилгани” ва бир одам “озиқ-овқат купонларидан олти рақамли даромадга” қандай ўтганлиги ҳақидаги хотиралар бўлишига ишончим комил. Бу ҳикоялардан чиқарилажак хулосалар таъсирининг яхши намунасидир.

Сизнинг бизнесингиз ва маркетингингиз эсда қолиши учун маркетинг сизга маълум бир воқеани аён қилиши керак. Бунинг учун ёзувчи бўлишнинг ҳожати йўқ – маҳсулот ва хизматларингиз нима учун потенциал мижозларга муҳимлигини тушунтириб берадиган хикоянинг ўзи кифоя қилади. Ушбу ҳикояни уларнинг эътиборига етказиш лозим.

Унинг хикояси учун энг яхши вақт ва жой ундаги изчиллик ва ишга туширишни тақдим этади. Бу PLF усулидаги яширин жанговар техникалардан бири, чунки тарих маълумотни етказишнинг энг кучли усулидир. Ва ишга туширишдан олдин кетма-кетликнинг дискрет табиати хикояларни баён қилиш учун идеал шароитларни таъминлай олади.

Ишга тушириш изчилликларининг аксарияти албат-

та уч босқичли бўлавермайди, бу бежиз эмас. Кўпгина фильмлар ва китоблар табиий равишда уч қисмга бўлинади. Албатта, “уч ҳаракатдан иборат пьеса” ибораси сизга таниш бўлса керак. Биз самарадорлиги азалдан исботланган тузилма билан машғулмиз. Нега энди уни маркетингда ишлатмаслигимиз керак экан? Нега энди унинг асосида ўз изчиллигимизни яратишимиз мумкин эмас? Охир-оқибат, ҳатто ишга туширишнинг ўзи учта асосий босқичдан иборат: бошлашга тараддуд, ишга туширишдан олдин ва ишга тушириш.

Яна бир бор эслатиб ўтаман, жуда содда туюлувчи бу оддийликда қудратли куч ўз мужассамини топади. Тафсилот ва ҳикоя сингари кучли воситани босқичларга бўлиш орқали қўшсангиз, сиз таъсир тизимини яратасиз.

Мозаиканинг сўнгги парчаси: менталь триггерлар

Биз инсонлар қизиқ жонзотлармиз. Биз оқилона, мантикий қарорлар қабул қиламиз деб ўйлашни яхши кўра-миз. Аммо аслида ундай эмас. Аслида, аксарият ҳолларда, танловнинг асоси ҳиссий ва ақлий дастурлаш билан боғлиқ, шундан сўнггина биз қарорни асослаш учун қимматли мантикий мулоҳазалардан фойдаланамиз.

Қарор ва хатти-ҳаракатларга таъсир қилувчи бир қатор менталь триггерлар мавжуд. Улар онг ости миқёсида ишлайди ва бизнинг ҳаракатларимизни сезиларли даражада ўзгартиради.

Масалан, бирон бирор нарсани камёб нарса деб ҳисобласак, табиийки, биз унга катта баҳо берамиз.

Ёки бирон бир одамни обрўли инсон деб билсак, деярли ўз-ўзидан унга автоматик равишда кўпроқ ишонишни бошлаймиз.

Ва биз ўзимизни маълум бир жамоанинг бир қисмига тегишли деб ҳисобласак, аксарият ҳолларда, биз ушбу жамоада хос бўлгани каби, яъни одатдагидек ҳаракат қиламиз.

Булар фақат учта менталь триггерлар: камёблик, обрў

ва жамиятга холислик. Аммо шунга ўхшаш бошқа триггерлар ҳам кўп, улар ҳақида бироз кейинроқ гаплашамиз. Ҳозирча сиз битта нарсени тушунишингиз керак: буларнинг барчаси бизнинг ҳаракатларимизга кучли таъсир қилади. Улар абадий ва универсалдир. Улар яқин келажақда ўз кучларини йўқотмайдилар ва ҳар қандай тилда, ҳар қандай мамлакатда ва ҳар қандай бизнесда ишлайди.

Натижада, қайси бизнес билан шуғулланишингиздан қатъий назар у потенциал ва мавжуд мижозларга таъсир қилиш даражасига мос тушади. Ва ишга тушириш кетма-кетлиги сизнинг мақсадли аудиториянгизга таъсир қилувчи руҳий триггерларни фаоллаштириш учун ажойиб имкониятни беради.

Хулоса

Ушбу боб сизни маҳсулотни ишга тушириш формуласи билан таништирди. Ҳозирча мен фақат қисқача маълумот бердим; кейинги бобларда ҳаммаси батафсилроқ муҳокама қилинади. Аммо сиз аллақачон ўзингизнинг кетма-кетликларингизни, ҳикояларингизни ва менталь триггерлар комбинацияси ҳақида ўйлашни бошлашингиз мумкин.

Алоҳида триггерларга ишонмаган яхшироқ, лекин таъсирчан дарак сифатида уларни бир-бири билан мувофиқлаштириш яхшироқ натижа беради.

Кейин бу триггерлар маркетинг туманидан ўтиб, сизнинг таклифингизни потенциал мижознинг умидлари, орзулари, қўрқувлари ва умидлари билан боғлайдиган ишончли ва унутилмас ҳикояга киритиш керак.

Ҳикоя кетма-кет ўтказиладиган тадбирлар давомида баён қилинади, бу эса сизнинг потенциал мижозларингиз тасавурларини қамраб олади ва ишга туширингиз орзиқиб кутилган куннинг даромадини ўзида мужассам қилган воқеага айланади.

Энди сизда ақл бовар қилмас ишга тушириш формуласи мавжуд.

Унинг ёрдами билан Жон Галлахер 670 та ўйинни со-тишга муваффақ бўлди, шундан сўнг анъанавий “умидлар маркетинги” ўзининг савдосини кам миқдор – 12 сонига-ча чеклаб қўйди. Ушбу формуладан яна ва яна фойдала-ниб, у ўзининг кичик жойида, жиддий бизнес қурди.

Аммо маҳсулотни ишга тушириш Формуласи тафси-лотларини ўрганишдан олдин, сизга шахсий “пул маши-наси” бўлиб қолгунча такомиллашадиган яна бир мозаи-кани такдим этишим керак. Менинг билишимча, бу пресс талабимга биноан пулни мутлақо қонуний равишда босиб чиқаради. Сизда ҳам шундай пресс бўлиши мумкин...

Мен кейинги бобда муҳокама қилинувчи қайдлар рўйхатини назарда тутяпман².

3-боб. Пул босиш учун лицензия: тарқатмалар рўйхати.

Бир неча йил олдин, бошланғич мактабдаги расмий тадбирда мен ўғилларимдан бирининг синфдоши бўлган боланинг онаси билан гаплашдим. Иккала ўғил ҳам бе-шинчи синфда ўқишарди, яъни коллежга биринчи тўлов-ни амалга ошириш учун яна олти йил бор эди. Шу сабабли, ушбу мавзуга барча ота-оналар бирдек эътибор қаратган.

Фарзандларим синфдошларининг ота-оналари ме-нинг фаолиятим молиявий бозорлар билан боғлиқлигини билишарди, шунинг учун оналардан бири мендан болала-римнинг олий маълумотга эга бўлиши учун қандай қилиб пул тежашимни сўраши табиий ҳолат эди. Жавобим уни хайрон қолдирди. Мен айтдим:

“Менда пул тежаш дастури йўқ, чунки менда тарқат-малар рўйхати бор”.

У менга ночор ва мутлақо ҳайратланарли кўзлари би-

² Жон Галлахернинг вазиятига оид батафсил таҳлили, унинг биринчи ва кейинги барча учирешларни тайёрлаши билан қизиққанлар <http://thelaunchbook.com/john> саҳифасига мурожаат қилишлари мумкин.

лан қаради, бу эса мени ҳайратга солмади. Ахир, бу жуда мағрур бир ишора эди. Лекин мен унга тўғрисиани айтдим. Мен ўқиш тўловлари ҳақида қайғурмайман, чунки мен тежаш режасидан кўра муҳимроқ нарсага эга эканлигимни билардим. Аслида, менда, зарур бўлиб қолганида “пул босиб чиқариш учун лицензия” бор эди. Ўз вақтида даромад олишга имкон берадиган мавжуд ва потенциал мижозларнинг тарқатма рўйхатига эга эдим. Албатта, бунинг учун ишлаш керак, аммо асосийси шундаки, тарқатма рўйхати сиз учун пул босиб чиқарадиган машинага эга бўлиш билан баробар бўлади.

Истагингизга кўра даромад олиш имконияти зарурми сизга? Келгуси боб айнан шу ҳақда.

Сизга ўз ҳаётимдан бир мисол келтиришга рухсат беринг. Денверни тарк этиш тўғрисидаги рафиқам билан биргаликда қабул қилинган қарор ноқулай вақтда пайдо бўлди. Менинг бизнесим эндигина юксала бошлаган ва Мэри яқинда ишдан бўшаб уй ишлари, болалар тарбияси билан шуғуллана бошлаганди. Биз тоғ томонга, яъни Колорадонинг жануби-ғарбидаги гўзал шаҳар бўлган Дурангога кўчиб ўтишни хоҳлаган эдик. Бироқ, Мэрининг янги ролга кўникиши учун кўчиб ўтиш келажак учун жуда муҳим ишдек саналарди; Бундан ташқари, биз бирозгина асабий ҳолатда эдикки, бу албатта, менинг бизнесим оиламизнинг асосий даромади экани билан боғлиқ эди.

Лекин ҳаммамиз ҳам инсоннинг тахмин қилиши ҳақидаги иборани биламиз. Мэри ишдан бўшаганидан бир неча ой ўтгач, биз дам олиш кунлари Дурангога бордик ва тез орада бу ердан биз яшашни хоҳлаган уйни топдик. Бу бизнинг орзуларимиз шаҳридаги орзулар уйи эди. Уни дарҳол сотиб олиш керак эди: бундай уй сотилмасдан узоқ туриб қолмаслигини билардик.

Аммо вақт бунинг учун ноқулай эди. Биз ҳали 300 миллик жойга кўчиб ўтишга тайёр эмас эдик. Аввало, мен болалар ўқишларини ўз мактабида тугатишларини хоҳлардим. Бундан ташқари, Дуранго шаҳридаги уй Денвердаги

уйимизни сотишдан бир неча ой олдин харид қилиниши керак эди. Бунинг учун эса, тез муддатда анчагина катта миқдордаги маблағни ишлаб топиш керак эди – дастлабки тўлов учун тахминан \$ 70,000.

Бундай шароитда кўпчилик пулни банкдан, дўстингиз ёки қариндошингиздан қарз олишингиз мумкин-ку, деб ўйлай бошлайди. Аммо бу менинг йўлим эмас. Шу заҳотиёқ миямда бир фикр пайдо бўлди: “Обуначиларимга бу миқдорни тезда топиш учун нима таклиф қила оламан?”

Бу тарқатма рўйхатларининг кучи. Улар керак бўлганда маблағ олиш имкониятини беради. Ва мен бу имкониятдан фойдаландим. Мен обуначиларнинг барча мулоҳазаларини кўриб чиқдим, барча ёзишмаларни ўрганиб чиқдим ва уларга нима таклиф қилишимни тушуниб етдим. Бундан ташқари, мен ушбу маҳсулотни тезда ва осонлик билан яратишга ишончим комил эди. Кейин уни ишга туширишни режалаштирдим.

Бу биринчи эксплуатациянинг келиб чиқиши, етти кун ичида олти рақамли даромад келтирди – мен буни 1-бобда айтиб ўтдим, бу атиги бир ҳафта ичида 106000 АҚШ долларини олиб келди, шундан соф фойда 103,000 долларни ташкил этди. Шундай қилиб, тез орада менинг қўлларимда уйнинг биринчи тўлови пайдо бўлди.

Бу тарқатмалар рўйхатининг кучи (ва, албатта, маҳсулотни ишга тушириш формуласи доирасида эҳтиёткорлик билан режалаштирилган акция эди).

Мен сеҳргар эмаслигим ва ғайритабиий кучларга эга эмаслигимни яна бир бор таъкидлаб ўтаман. Мен тарқатмалар рўйхатини тузишга ҳаракат қилдим, демак сиз ҳам шундай қилишингиз мумкин. Бундай актив сизнинг бизнесингизга ва ҳаётингизга қандай таъсир қилиши ҳақида ўйланг. Бу ҳаётингизнинг барча томонларини том маънода қандай ўзгартириши ҳақида ўйланг.

Ушбу боб сизнинг хизматларингизга қизиққан одамларнинг манзиллари рўйхатини тузишга бағишланган. Сизга ҳаётингизни тўлиқ бошқариш учун имкон беради-

ган рўйхат.

Олтин стратегия

Рўйхатни яратиш – мен иштирок этган ҳар қандай бизнеснинг асосий стратегияларидан бири бўлган.

Ўзингизнинг тарқатма рўйхатингизни яратишга бўлган кучли истакдан ташқари, ушбу китобдан ХЕЧ НАРСА олмасангиз ҳам, бу китоб сизга тўлаган пулингиздан 10000 барабар кўпроқ фойда келтиради.

“Почта тарқатмалари рўйхати” иборасини айтганда мен нимани назарда тутяпман? Ҳаммаси жуда оддий – бу сизнинг хабарларингизни олиш учун рўйхатдан ўтган одамлар рўйхатидир. Одатда, сайтда махсус тартиб-шакл мавжуд бўлиб, одамлар ушбу сайт эгасининг ахборот бюллетенига обуна бўлишни истасалар, электрон почта манзилларини киритадилар.

Албатта, бунинг учун бирон бир сабаб бўлиши керак. Масалан, янгиликлар бюллетенини олиш, кунлик янгиликлар, махсус таклифлар ёки сайтдаги янгиликлар ҳақида маълумот олиш. Сиз нима таклиф қилишингиздан қатъий назар, бу сизнинг почта тарқатма рўйхатингизга қўшилиш учун сабаб бўлади.

Мен, масалан, ашаддий чанғичиман, шунинг учун менга энг яқин бўлган икки чанғи курортининг почта тарқатмасига аъзо бўлганман. Ҳар куни эрталаб менга электрон почта орқали қисқа хабар келиб тушади, ўтган кечада қор қоплами кўпайганми ёки йўқми ва ҳоказо. Мен яна гитара ҳам чаламан ва шу сабабли янги дарсликлар пайдо бўлиши ҳақида хабар берадиган бир нечта янгиликларга аъзо бўлиб олганман. Уйимда “Мак” компьютерим борлиги сабабли, мен операцион тизимим учун янги дастурлар чиқарилиши ҳақида янгиликларга обуна бўлганман. Бу мени қизиқтирган хабарлар рўйхатидан бир нечтаси, намуналар холос. Ишончим комилки, сиз ҳам улардан фойдаланасиз.

Шубҳаланмасангиз ҳам бўлади: бизнесингиз учун

почта тарқатма рўйхатини тузишни бошлаш билан сиз ўзингизнинг молиявий тақдирингизни бошқариш учун жуда катта қадам қўйган бўласиз. Бундай ҳолда, қайси турдаги бизнес билан шуғулланишингиз муҳим эмас. Потенциал ва содиқ мижозлар рўйхати ёки маълумотлар базаси ҳар доим энг муҳим активлардан бири ҳисобланади. Агар сизда кимёвий тозалаш хизмати бўлса, унда сизнинг хизматингиздан доимий равишда фойдаланадиган мижозлар сизнинг нонингиз ва ёғингиздир. Агар сиз ресторан эгаси бўлсангиз, ҳар ҳафтада ёки ҳеч бўлмаганда, ҳар ой овқатланишга келган одамлар сизни эркин сузишингиз учун имкон беради.

Аммо Интернет барча жараёнларни тезлаштиради ва фаоллаштиради. Бу сизнинг рўйхатингизга ҳам тегишли. Интернетдаги тарқатма рўйхати ҳамма нарсани белгилаб беради.

БЎЛДИ!

Аслида, сиз фақатгина ўзингизнинг рўйхатингизни тузиб ва “юбориш” тугмачасини босиш орқали рўйхатнинг ҳақиқий кучини англашингиз мумкин. Бир неча сониядан сўнг, обуначилар сайтингизга ташриф буюриб ҳаракат қилишни бошлайдилар. Бу ғайриоддий ҳаяжонли бир туйғу ва уни бир марта бошдан кечирганингизда, ҳаётингиз бутунлай ўзгарганлигини англайсиз.

Кўплаб кузатув воситалари натижаларни сизга реал вақт режимида кузатишга имкон беради. Катта рўйхат бўлса (масалан, 10000 дан ортиқ манзиллар мавжуд) сервер томонидан барча хабарларни юбориш бир неча дақиқа вақт олиши мумкин. Аммо бу жараён тугаши биланок сиз бир неча сония ичида биринчи реакцияни кўрасиз. Рўйхатлар жуда катта бўлса (мен 100 мингга яқин обуначиларга эга эдим, лекин бу ҳали ҳаммаси эмас), баъзида одамларни юборадиган сайт “йиқилиб кетмаслиги” учун мен эҳтиёт чораларини кўришга мажбур бўлганман. Масалан, мен янги блог хабарларини жойлаштиришда эҳтиёт бўлишим керак (<http://www.JeffWalker.com>). Бир вақтнинг

Ўзида жуда кўп ташриф буюрувчиларнинг пайдо бўлиши сервернинг ишдан чиқишига олиб келиши мумкин. Шунинг учун, мен кейинги гуруҳга хабар юбориш орқали ҳар бир неча дақиқада почта тарқатма рўйхатимни қисмларга ажратиб, бўлиб чиқдим.

Ҳозирча сизни қўрқитмаслик учун мен ушбу жараённинг техник тафсилотларига берилишни хоҳламаяпман. Бундан ташқари, энди ўз рўйхатини тузишни бошлаётганлар учун серверда кузатилиши мумкин бўлган носозлик ҳақида қайғуриш мантиққа тўғри келмаса керак. Аммо мен рўйхатнинг қанчалик кучли эканини яна бир бор намойиш этадиган воқеани айтиб беришим керак, деб ўйладим. Бу сизга сайт сервери шунчаки бошқариши мумкин бўлмай қоладиган даражада трафик юбориш имконини беради.

Бизнинг бизнесимизда унинг моҳиятини тўртта сўз билан ифодаловчи бир ибора мавжуд: “Бос, юбор, пул ишла”. Шунинг учун почта тарқатма рўйхати пулларни чоп этиш учун лицензиянинг муқобилига айланади. Ва шунинг учун мен фарзандларимнинг таълими учун маблағ йиғиш ҳақида ташвишланмадим – чунки менинг тарқатма рўйхатим бор эди.

Аммо спам ҳақида нима дейиш мумкин?

Олдинга ҳаракат қилишдан олдин, мен бир нарсани аниқлаштиришни хоҳлар эдим. Почта хабарлари рўйхатлари ҳақида гапирганда, мен спам тарқатишни назарда тутмаяпман. Бунда сизнинг хабарларингизни олиш учун одамларнинг ўзлари обуна бўлганлиги ҳақида гап кетаяпти.

Спамнинг кўплаб таърифлари мавжуд ва вақт ўтиши билан бу тушунча биров ўзгартирилган (бу фаолиятни тартибга солувчи қонунлар ҳам ўз навбатида ўзгаришда давом этмоқда). Аммо биз спамни шартли равишда ис-талмаган тижорат таклифлари билан электрон почта хабарлари сифатида қаъбул қиламиз ва тушунамиз.

Рўйхатлар ва уларнинг яратилиши ҳақида гапирганда, мен ҳар доим одамлар ўзлари обуна бўлган электрон почталарни назарда тутаман. Мен 1996 йилдан бери Интернетда маълумот тарқатаман ва спам деб таснифланиши мумкин бўлган битта ҳам хабарни ҳеч қачон юбормадим. Бундан ташқари, мен қилаётган (ва ўргатадиган) ҳамма нарса спамнинг мутлақо тескариси.

Ҳақиқат шундаки, спам бизнестан чиқишнинг энг тезкор усули ҳисобланади. Ҳеч қачон унга мурожаат қилманг. Фақат сўраган одамларга хабар юборинг.

Тарқатмалар рўйхати асосий стратегия сифатида.

Айтиб ўтганимдек, фаолиятим бошиданоқ рўйхат тузиш менинг асосий стратегиям бўлган. Бундан ташқари, ўша пайтда бу менинг БИРГИНА стратегиям эди. Мен ўз веб-сайтimgа эга эмаслигимга қарамасдан ҳам рўйхат тузишга ҳаракат қилдим.

Нега биринчи кундан бошлаб рўйхатга эътиборимни қаратганимни аниқ билмайман, лекин ушбу воситанинг кучи тезда менга аён бўлди. Почта рўйхатлари – менинг барча ишларимнинг асосини ташкил этадиган омил эди. Албатта, вақт ўтиши билан, бошқалар ҳам уларнинг аҳамиятини тушуниб етдилар. Аммо мени аксарият рақобатчиларимдан битта нарса ажратиб туради.

Муносабат.

Бу сўз минглаб обуначиларга электрон почта хабарларини юбориш ҳақида гап кетганда қизиқ бўлиши мумкин, аммо биз хатларнинг алоҳида почта қутиларида бўлишини тан олмасдан иложимиз йўқ. Сизнинг ҳар бир обуначингиз ноёбдир. Бундай ҳолда, мен аниқ бўлган ҳақиқатларни такрорлайман, аммо баъзи сабабларга кўра кўплаб почта тарқатма рўйхати эгалари бу ҳақда унутишади.

Мен ахборот жўнатмаларини “бомба юбориш” деб номланганини эшитганман. Аммо бу сўз ҳақида ўйлаб кўринг: кимдир ҳақиқатан ҳам уни портлашни истайдими?

Сизнинг хатингиз мутлақ шахсий жойда – абонент-

нинг почта қутиси ичида бўлишини унутманг. Агар сиз ушбу жой шахсий эканлигига шубҳа қилсангиз, кирувчи хатлар учун ўз шахсий қутингизни нотаниш одамнинг титкилаб кўришига йўл қўйишингизни тасаввур қилинг – аксарият одамлар учун бу ҳақда ўйлашнинг ўзи даҳшатли туюлади. Кўпчилигимиз ўзимизнинг почта қутиларимизни ҳимоя қиламиз ва сиз юборган барча хатлар обуначиларнинг почта қутиларида эканлиги сизнинг кучингизни намоён этади.

Анжуманларда одамлар менга кўп маротаба мурожаат қилишади (улар билан илгари учрашмаганман) ва мен билан узоқ вақтдан бери кўришмай, кейин учратиб қолган дўст сифатида гаплаша бошлашади. Баъзида мен қаршимда ўзим таниган, аммо нималардир сабаб унутгандек бўлган одам турмаганмикан, деб шубҳаланиб ҳам қолардим. Бу одамлар менга тарқатмада улашган шахсий нарсаларим тўғрисида савол беришарди. Улар чанғи мавсуми қандай ўтгани, болаларим қандай экани, гитара чалишда қандай муваффақиятларга эришганим ҳақида сўрашади. Ва бу жуда яхши, чунки мен ва менинг обуначиларим ўртасида шахсий алоқани бўлишини хоҳлайман. Бу мулоқот уларни хатларимни очишга, ўқишга ва охирида хатда тавсия этилган маълумотномаларга эътибор беришга ундайди.

Почта қутисида хабарлар очилмай қолиб кетса, жўнатмалар рўйхатининг ҳажми аҳамиятсиз бўлиб қолади. Агар обуначилар сизнинг ахборот тарқатмаларингизни ўқимасалар, уларнинг электрон манзилларини рўйхатга олишнинг ҳеч қандай маъноси йўқ.

Энди мен сизнинг хабарномангиз қанчалик “сезгир” эканлиги ҳақида гапиряпман. Бу параметр турли хил қийматларга эга бўлиши мумкин. 60 фоиз ёки ундан кўпроқ миқдорда хабарларингизни очадиган обуначилар мавжуд. Бу жуда яхши кўрсаткич. Аммо шуни ҳам таъкидлаш керакки, 1 фоиздан кам обуначилар ахборот тарқатмаларни ўқийдиган ҳолатлар ҳам кузатилади, бу албатта унинг

жуда паст самарадорлигини кўрсатади.

Шубҳасиз, сизга жавоб қайтарадиган почта ҳам керак. 100 кишилиқ электрон манзилдан 60 фоиз обуначиларингиз (яъни 60 киши) сизнинг хатларингизни ўқигани, албатта, 100 фоиз манзиллар рўйхатидан атиги 1 фоиз обуначилар (яъни 10 киши) ўқиганидан афзалроқ.

Жавоб қайтарадиган тарқатмани қандай яратиш ва сақлаш керак? Бундай ҳолда сизга стратегия керак (ва биров сехр), аммо, охир-оқибат, ҳамма нарса “муносабатлар”га келиб тақалади. Жавобгарликни оширишнинг энг осон усули – бу абонентлар билан дўстона муносабатларни ўрнатиш. Иккита нарсани ёдда тутинг:

1. Почта хабарлари рўйхати ҳажми улардаги билдирилган муносабатларнинг нечоғлиқ бўлишидек муҳим эмас, яъни бу обуначилар билан бир вақтда муносабатларнинг ҳам муҳим эканлигини англатади.

2. Сиз ўрганмоқчи бўлган PLF жараёни обуначилар билан ишончли муносабатларни ўрнатишнинг энг яхши усуллари билан биридир.

Ижтимоий тармоқлар ҳақида нима дейиш мумкин?

Албатта, рўйхат шунчаки электрон почта манзиллари тўплами эмас. Facebook, YouTube ёки Twitter каби ижтимоий тармоқларида сизнинг ҳаракатларингизни кузатадиган одамлар рўйхатини тузишингиз мумкин.

Аммо бугунги кунда жўнатмалар рўйхати, барибир, энг самарали бўлиб қолмоқда. Ижтимоий тармоқлардаги рўйхатларни у билан таққослаб бўлмайди. Жавоб қайтариш ўлчовлари нуқтаи назаридан, сизнинг ахборот тарқатмангизни рўйхатдан ўтказган киши, ижтимоий тармоқларда сизни кузатган одамга қараганда кўпроқ харажат қилади. Мен танишган сўнгги тадқиқотлар шуни кўрсатдики, электрон почта рўйхати Facebookдаги дўстлар рўйхатидан 20 баравар кучлироқдир. Бошқача қилиб айтганда, 1000 кишига юборилган хабарлар рўйхати

сизнинг Facebook ҳисоб-қайдномангизга ёзилган 20000 кишига қараганда самаралироқ. Албатта, ҳар хил вазиятларда ушбу кўрсаткичлар турли хил омилларга асосланиб тубдан фарқ қилади, аммо ҳар ҳолда, почта рўйхати самарадорлиги жиҳатидан ижтимоий тармоқлардаги обуначилар рўйхатидан устундир.

Келажакда ҳамма нарса ўзгариши мумкин. Биз фақат бир нарсани аниқ биламиз: Интернетда бизнес механизми доим ўзгариб туради. Аммо мен 2003 йилда электрон почта ўтмишда қоладиган нарса эканини эшитгандим лекин ҳалигача у ҳар йили менинг бизнесимга миллионлаб доллар олиб келади.

Ижтимоий тармоқларда рўйхатлар яратиш билан боғлиқ яна бир муаммо – бу платформа бошқарилишининг йўқлиги. Facebook сайтида рўйхат тузишда сиз сайт унинг мулки эканини доимо ёдда тутишингиз керак ва сайт инсталланган вақтда ўйин қоидаларини ўзгартириши мумкин. Ижтимоий тармоқ сайтлари қоидаларни ўзгартиради ва уни мунтазам равишда амалга оширади, илтимос буни ёдда тутинг. Сизнинг рўйхатингиз – бу сизнинг бизнесингизнинг энг муҳим бойлигидир ва у сиз назорат қила олмайдиган платформада қуриш учун муносиб эмас.

Ва ниҳоят, ижтимоий тармоқлар пайдо бўлади ва йўқолиб кетади. Myspace бир неча йил олдин жуда машҳур эди. Одамлар у ерда ўз саҳифаларини яратиш учун кўп вақт сарфлашарди. Энди у кўпроқ шарпа-шаҳарга ўхшайди. Вақт ўтиши билан бошқа ижтимоий тармоқлар нимага айланиши ҳақида сиз ҳеч қандай тасаввурга эга эмассиз, шунинг учун бирон бир платформа бир кун урфдан чиқиб кетиши мумкин бўлган мижозлар рўйхатини тузишдан олдин икки марта ўйлаб кўринг.

Охир-оқибат аниқлик киритиш учун, бир нарсани айтаман, ижтимоий тармоқлардаги дўстлар рўйхатини тузишнинг маълум аҳамияти бор, аммо эҳтиёт бўлиш керак. Ижтимоий тармоқларда иккита катта хавф мавжуд. Биринчидан, сайт рўйхатни ишлатиш шартларини ўз-

гартириши ёки сизнинг сахифангизни бутунлай ўчириб ташлаш имкониятига эга. Иккинчидан, ижтимоий тармоқ ўзининг жозибадорлигини йўқотиши мумкин ва одамлар бошқа бир қизиқарли манбаларга кўчиб ўтиши мумкин.

Қандай мижозлар бўлади

Турли хил рўйхатлар мавжуд ва уларнинг бир-биридан қандай фарқ қилишини тушуниш керак. Кўпинча, рўйхат ҳақида гап кетганда, одамлар рақамни эълон қилишади: “Менда 30 000 манзил бор!” Аммо бундай баёнот аслида ҳеч нарса англатмайди. Келинг, ушбу масалани батафсилроқ кўриб чиқайлик.

Ҳозирда биз рўйхатнинг икки турини муҳокама қилдик: электрон почта манзиллари ва ижтимоий тармоқларнинг обуначилари. Шуни ҳам эслатиб ўтдимки, ҳозирги пайтда биринчисининг самараси икинчисига қараганда анча юқори.

Шунингдек, “потенциал мижозлар” ва “харидорлар” рўйхатлари ўртасидаги фарқни тушуниш муҳимдир. Буни аниқлаш жуда осон. Потенциал мижоз – бу сиздан ҳали ҳеч нарса сотиб олмаган шахс. Мижозлар эса, сизнинг нарсаларингиздан аллақачон сотиб олишга улгурган шахс ҳисобланади. Сизда иккала турдаги рўйхат ҳам бўлади. Ва эсда тутиш керакки, харидорларнинг рўйхати потенциал харидорлар рўйхатидан кўра анча муҳимдир. Менинг тажрибам шуни кўрсатадики, биринчи рўйхатдаги одам, иккинчи рўйхатдаги одамга қараганда 10-15 баравар қимматлироқ.

Бундан иккита асосий фикр келиб чиқади. Биринчидан, одамларни потенциал мижозлар тоифасидан сотиб олувчилар тоифасига ўтказиш учун ҳаракат қилиш керак (дарвоқе, менинг тажрибам шуни кўрсатадики, маҳсулотни PLF ни ишга тушириш буни амалга оширишнинг энг яхши усули ҳисобланади).

Иккинчидан, сиз ушбу икки рўйхатга бошқача муносабатда бўласиз. Иккала рўйхатдаги одамлар билан ҳам

яхши муносабатларни сақлаб туриш керак, аммо янада қўшимча ҳаракатларни харидорларнинг рўйхатига йўналтириш яхшироқдир. Одатда бу уларга ёқимли кичик нарсалар ёки бонусларни юбориш дегани. Мен тез-тез (ҳар доим ҳам эмас) бир нечта карамел ёки бошқа ширинликлар қўшилган онлайн-дўконнинг буюртмаларини эслайман. Уларнинг нархи атиги бир неча центга тенг эди, аммо бу буюртмалар олинганидан сўнг йиллар ўтган бўлса-да, улар ҳали ҳам эсимда. Кичкина кутилмаган бонус ёки шахсий ёндашув кучли таассурот қолдириши мумкин. Масалан, биз ҳар доим янги фойдаланувчиларга маҳсулотни ишга тушириш карталарининг янги формулаларини юборамиз, уларда “Катта раҳмат!” деб ёзилган. Бу ажралиб туриш ва муносабатлар ўрнатишнинг осон усули.

Онлайн бизнес қўшимча ўқув видеолари каби маҳсулотингизга тегишли бонусларни яратишни ва юборишни осонлаштиради. Бу жуда муҳим ахборот бизнесида амалга оширилади (масалан, “гитара чалишни ўрганиш” каби) ва тижорат фаолиятининг бошқа турларига жуда мос келади.

Масалан, “Гитара чалишни ўргатиш дарслари” ни сотадиган сайт, бонус сифатида барре ёки бошқа мавзуларда аккордларни ўрганиш бўйича дарсларини қўшиши мумкин. Шунга ўхшаш видеони гитара сотадиган Интернет-дўкон томонидан маҳсулотга қўшиб бериш мумкин. Ёки бу асбобни қай тариқа тўғри сақлаш ва ишлатиш кераклигини кўрсатадиган видео бўлиши мумкин.

Бонусли видеоларни юбориш усули ҳам муҳим. Уни DVD-дискка ёзиб олиш мумкин, у мижозга юборилган гитарага қўшиб юборилади; Бу анъанавий усул. DVD-дискни тайёрлаш, нусхалаш ва юбориш учун вақт ва харажатлар талаб этилади, ваҳоланки, улар бир четда қолиб кетиши ва ҳеч қачон кўрилмаслиги ҳам мумкин.

Сайтда бонусли видеони ҳам жойлаштиришингиз мумкин³. Бу янада содда, бир қадар тезкор ва деярли алоҳида эътибор ёки куч талаб қилмайдиган усул.

³ Буни қилиш жуда осон - <http://thelaunchbook.com/resources> -да ушбу жараённинг тавсифини топасиз

Сиз видеони суратга олиш ва уни бир сидра қайта кўриб чиқиб, айрим сайқалларни бериш учунгина вақт сарфлайсиз. Бундан ташқари, бонус видеони ҳаволани электрон почта орқали юбориш мумкин – бу эса мижоз сизнинг хатларингизни ўқиши, ундаги ҳаволаларни ўқиш одатини шакллантириш учун ажойиб усул. Охир оқибат, агар сиз электрон почта хабарларига вақти-вақти билан ёқимли бонуслар қўшсангиз, одамлар сизнинг хабарларингизни кута бошлайди.

Рўйхатни қандай яратиш керак.

Менимча, рўйхатнинг афзалликлари билан сизни ҳар томонлама батафсил таништирганимдан сўнг, эҳтимолки, сизда ҳам ўз рўйхатингизни тузиш истаги пайдо бўлди, деган умиддаман. Бу мана бундай қилинади.

Аввало, айтиб қўяй, материаллар бирмунча қисқартмалар билан берилади, негаки, акс ҳолда бу мавзуни батафсил тавсифлашнинг ўзи учун бутун бошли китоб ёзишга тўғри келади. Мавзу ҳал қилувчи даражада аҳамиятли, бой, кўп қиррали ва ўта муҳим бўлгани учун ҳам мен рўйхатларни шакллантиришга оид бутун бир курсни ишлаб чиққанман, яратганман⁴. Лекин биринчи навбатда, потенциал мижозингиз кимлигини тушунишингиз керак – биз уни “аватар” атамаси билан номлаймиз. Ўзингизни аватарингизни забт этмоқчи бўлган ўртача одам сифатида тасаввур қилинг. Мисол учун, агар сиз гольф ўйнасангиз, одатда, бу ўйинни яхши кўрувчи ҳар битта одам билан қизиқиб юришингиз шарт эмас; Сиз коллежда ўқиш имконини берувчи стипендия олишга интилаётган ўрта мактаб битирувчиларини мисол сифатида кўриб чиқшингиз мумкин. Ёки сизнинг мақсадли аудиториянгиз 45 ёшдан 55 ёшгача бўлган аёллар бўлиб, улар бола парвариши таътилидан сўнг ўзлари учун янги бизнесни

⁴ Кўшимча маълумот олиш учун сиз Менинг рўйхат дастуримни <http://thelaunchbook.com/list> манзилидан бепул юклаб олишингиз мумкин

бошлашга қарор қилишгандир. Ёки сиз қисқа ўйинда ўз маҳоратини оширишни истаган 10 ёшгача бўлган ногирон болаларни ўқитишга қарор қиласиз.

Ростини тан оламан, мен бундай бозор муҳити бўйича ҳеч қандай тасаввурга эга эмасман, шунинг учун мен юқорида келтирилган барча мисолларни, шунчаки, ўйлаб топдим. Аммо сиз асосий ғояни тушунишингиз керак: маркетингингизнинг барча тафсилотлари ҳар хил бўлади, бу сизнинг мақсадли гуруҳингиз учтасидан қай бири аудиториянгизга боғлиқ бўлиши туфайли келиб чиқади.

Шундай қилиб, вазият қуйидагича: почта рўйхатини яратиш бўйича ҳаракатлар маркетингингизнинг асосидир. Бу потенциал мижозлар билан биринчи алоқа, шунинг учун ҳамма нарсани тўғри бажариш жуда муҳимдир. Ва ҳамма нарсани тўғри бажариш учун сиз кимга сотаётганингизни, сизнинг аватарингиз кимлигини тушунишингиз керак. Охир оқибат, биз “контактларни эгаллаб олиш” деб номланадиган саҳифани яратамиз. Ушбу саҳифада одамларни сизнинг почта рўйхатингизга қўшилишга ундовчи баъзи таклифлар мавжуд бўлади. Буни пора сифатида тасаввур қилиш мумкин, аммо у ахлоқий доирага мос келади. Сизнинг почта рўйхатингизга қўшилиш эвазига, сайтга ташриф буюрувчига тақдим этадиган қимматли нарсангиз бор. Контактни олиш саҳифаси ва ундаги таклиф рўйхатни шакллантиришнинг асосий элементларига айланади.

ДИҚҚАТ

Айтиб ўтганимдек, маркетингнинг мазкур биринчи қисмини тўғри бажариш муҳимдир. Аслида, бу жуда катта аҳамиятга эга. Бу сизнинг бизнесингиз учун курашда етакчи элемент ҳисобланади. ЛЕКИН сиз бошиданоқ идеалга интилишга мажбур эмассиз. Очиғини айтсам, ҳеч ким биринчи уринишда мукамалликка эриша олмайди. Аммо кетма-кет яхшиланиш йўлидан боришингизга ҳеч

нарсa тўсқинлик қилмайди. Сиз биринчи контактни ёзиб олиш саҳифасини яратасиз ва кейин уни аста-секин яхшилайсиз.

Онлайн бизнеснинг диққатга сазовор жиҳатларидан бири олинган маълумотларнинг миқдори ва уларни текширишнинг қулайлигидир. Энг асосий шаклда (ва энг қулайларидан бири) контактни тузиш саҳифасининг иккита версияси яратилади. Сўнгра, махсус дастур ёрдамида⁵, сиз ҳар иккала саҳифани ҳам сайтга ташриф буюрувчиларга намойиш этасиз ва қайси биригадир хос бўлувчи энг яхши жавоб коэффицент тезлигини кузатасиз. Энг яхши вариантни аниқлаб, сиз ундан фойдаланишни бошлайсиз ва сўнгра натижаларни бироз яхшилаш мумкинлигини тушуниш учун бошқа синов саҳифасини яратасиз.

Ушбу усул “А/Б тести” деб номланади ва сайтингизнинг “ишлаш кўрсаткичларини” доимий равишда ўзгартиришнинг калитидир – бу ҳолда сизнинг почта тарқатма рўйхатингизга қўшилган ташриф буюрувчиларнинг фоизи.

Яна бир бор эслатиб ўтаман: бошиданок ҳамма нарсани мукамал қилишга ҳаракат қилиш керак эмас. Ҳеч ким биринчи марта идеал мавқе ёки натижага эриша олмайди. Сиз учун саҳифанинг биринчи версиясини яратиш ва уни аста-секин яхшилаш муҳимдир.

Қандай қилиб одамларни тарқатмага обуна бўлишга мажбурлаш мумкин

Контактни ёзиб олиш саҳифаси нима дегани? Ўрни келганда айтиш жоизки, бундай саҳифанинг биринчи ғояси менинг дўстим Дин Жексон томонидан таклиф қилинган (ILoveMarketing.com) ва у Интернет-маркетинг дунёсидаги энг муҳим воқеалардан бири бўлди. Бу ташриф буюрувчига иккита вариантни тақдим этадиган оддий саҳифа:

⁵ Сиз бу ҳақда маълумотни <http://thelaunchbook.com/resources> сайтдан олишингиз мумкин.

1. Қандайдир бепул бонус олиш учун электрон почта манзилени кўрсатиш (бу бизнинг ахлоққа мос келувчи рағбат-порамиз).

2. Саҳифани тарк этиш.

Аслида, сиз ташриф буюрувчини танлов қилишга мажбурлайсиз. Ва бошиданок тушунишингиз керакки, аксарият ҳолларда кўпчилик ташриф буюрувчилар иккинчи вариантни афзал кўришади.

Аксарият ҳолларда ташриф буюрувчилар сизнинг сайтингизни жуда тез тарк этишлари мумкин, бу эса, кўпинча, маркетинг соҳасида биринчи қадамларини ташлаётганлар томонидан оғриқли қабул қилинади. Аммо ҳақиқат шундаки, фақат битта нарсани 100 фоиз кафолатлаш мумкин: ҳар қандай ҳолатда КИМДИР охир-оқибат сайтни тарк этади. Ва агар сиз бирор ким сизнинг сайтингизга обуна бўлмасдан ёки сиздан ҳеч нарса сотиб олмасдан сайтни тарк этса, унинг қайтиб келиши эҳтимоли жуда кичик эканлигини тушунишингиз керак. Умуман олганда, “жуда кичик” деганим, бу шунчаки бошқа имконият йўқлигини англатади. Агар сиз менга ишонмасангиз, Интернетдаги ҳаракатларингиз билан боғлиқ ўзингизнинг феъл-атворингизни эсланг. Сиз тасодифан нечта сайтга, неча марта қайтиб келгансиз? Агар сиз унга белги қўйган бўлсангиз ҳам, бу ҳақиқатан қизиқ бўлган тақдирдаям, бу сайтга қайтиб кирганмисиз? Менинг ўйлашим бўйича, кирган бўлсангиз ҳам барча ҳолатларда эмас. Бу ҳолда, ҳамма нарса “кўздан ташқарида – ондан ташқарида” деган иборага мос тарзда содир бўлади. Сизнинг ташриф буюрувчиларингиз ҳам худди шундай қилади. Сайтни тарк этиб ҳам улар бу ҳақда ҳеч қачон эсламайдилар, ФАҚАТГИНА сиз уларнинг электрон почта манзилларини олмасангиз, албатта. Улар сизнинг почта тарқатма рўйхатингизга қўшилиши биланок ҳамма нарса ўзгаради, чунки шундан кейин сиз уларни сайтингизга (ёки ўзингиз хоҳлаган бошқа ҳар қандай сайтга) хатлар орқали қайтаришингиз мумкин.

Шу нуқтаи назардан рўйхат тузишни бошлаганингиздан сўнг, контактларни ёзиб олиш саҳифасини яратиш ва ташриф буюрувчиларни танлашга мажбур қилиш сиз учун тўсатдан янги маънога эга бўлади. Уларни қўшилишга ёки тарк этишга мажбурланг.

Контактни ёзиб олиш саҳифаси ғоясини қабул қила олмаганлар учун мен ушбу саволга бошқа нуқтаи назардан қарашни таклиф қиламан. Сизнинг тарқатмангиз учун битта обуначи қанча туради? Агар бизнес эндигина бошланган бўлса, аниқ рақамни аниқлаш жуда қийин, аммо мен сизга айта оламанки, менинг обуначиларим ойига тахминан \$ 1 ёки йилига \$ 12 ҳисобланмоқда. Бу жуда кўпол баҳо ва кимдир почта тарқатмалари хусусиятлари тўғрисида рисола ёзиши мумкин, аммо мисол сифатида биз 12 доллар рақамига эътибор қаратамиз.

Айтайлик, контактни олиш саҳифаси ўрнига сиз сайтда обуна шаклини жойлаштирдигиз. Бу саҳифанинг ўнг томонида жойлашган менюда бўлиши мумкин, унинг ёнида “Менинг тарқатмамга обуна бўлинг” деб ёзилган бўлади. Бу веб-сайтга ташриф буюрувчиларни обуначиларга айлантиришнинг жуда самарали усули эмас. Маълум бўлишича, обуна сони фақат 3 фоизни ташкил этади. Яъни, келаси йили ҳар бир ташриф буюрган киши сизга 36 цент олиб келади. Ҳисоб китоб жуда оддий. Ҳар бир обуначи йилига 12 доллар туради ва сайтингизга ташриф буюрувчиларнинг атиги 3 фоизи обуначига айланади. Кейин икки рақамни кўпайтириш қолади: $0,03 \times 12 \text{ доллар} = 36 \text{ цент}$.

Энди сайт контактни ёзиб олиш саҳифаси билан жиҳозланган дейлик. Сиз ташриф буюрувчиларни танлашга мажбур қиласиз: янгиликларга обуна бўлиш ёки тарк этиш. Контактни ёзиб олиш саҳифаси ташриф буюрувчиларни жалб қилиш (конверсия) тезлигини таъминлаши мумкин. Ушбу ҳолда у 20 фоизга тенг бўлади деб тахмин қилайлик. Бу ҳар бир ташриф буюрган киши келгуси йил сизга 2 доллар 40 цент ($0.20 \times 12 \text{ доллар} = 2 \text{ дол-$

лар 40 цент) олиб келади деган маънони келтириб чиқади.

Бу шуни англатадики, контактни ёзиб олиш саҳифаси бўлмаса, ҳар бир ташрифчи учун 2 доллар 4 центни йўқотасиз. Битта ташрифчи сизга 2 доллар 40 цент ўрнига 36 цент олиб келади. Албатта, бу ҳисоб-китобларнинг барчаси табиатда гипотетикдир ва вазиятга таъсир этувчи жуда кўп сонли турли хил омиллар ва ўзгарувчилар мавжуд. Аммо бир нарса аниқ – контактни ушлаб туриш саҳифасининг мавжудлиги, сайтнинг даромадлилигини дарҳол оширади.

Контактни ёзиб олиш саҳифасининг ишлашини таъминлайдиган энг муҳим нарсалардан бири бу сиз таклиф қилаётган бонусдир (юқорида айтиб ўтганимдек ахлоққа мос келувчи пора). Аслида, бу обуна эвазига ташрифчиларга тақдим қиладиган асалли идиш сифатида ишлатилади.

Ахлоқий пора қандай кўринишга эга бўлиши керак? Буларнинг барчаси сизнинг аватарингизга ва унинг эҳтиёжларига боғлиқ. Унинг энг катта кўркувлари нима? Энг жўшқин орзулари нима? Кечалари нима уни ухламасликка мажбур қилади? Энди гольф мисолига қайтайлик. Агар сизнинг аватарингиз дўстлари билан ўйнаш учун ҳафтасига атиги бир турга муҳтож бўлган ўрта ёшли ҳаваскор гольфчи бўлса, эҳтимол у шунчаки тўпни ҳаммадан кўра узоқроққа отишни ўрганишни истайди, айниқса асосий корт томонга.

Бундай ҳолда, катта ахлоқий пора сифатида биринчи зарба билан асосий майдонга тўпни қандай ташлашни ўргатадиган видеодарс бўлади. Видео ўрнига сиз махсус материалларни тақдим этишингиз мумкин (масалан, PDF форматида).

Аслида, контактни ушлаш саҳифасининг самарадорлиги тўғри танланган ахлоқий пора билан белгиланади. Сиз биринчи мартадан нишонга уришингиз шарт эмас, чунки бу бошқа нарсалар каби синов мосламаси бўлиб хизмат қилади. Аммо, охир-оқибат, контактни олиш саҳи-

фасининг самарадорлиги кўп жиҳатдан сиз таклиф қилган пора сифати ва сизнинг аватарингизнинг умидлари, орзулари ва истакларига қандай жавоб беришига боғлиқ бўлади.

Бироқ, назария ҳозирча етарли. Келинг, контактларни ёзиб олиш саҳифаларига мисолларни кўриб чиқайлик.

Шундай қилиб, биз қуйидагиларни билиб олдик:

1. Аватарни аниқлаш.
2. Обуна эвазига ахлоқий порани яратиш.
3. Контактни ёзиб олиш саҳифасини яратиш.

PRODUCTLAUNCHFORMULA

**Do You Know The One
Critical Strategy Behind
The Most Successful
Product Launches?**

This FREE training video shows you how to put this strategy to work in your business. Enter your email address for instant access

Enter a valid email here

Get Instant Access!

We have taken all measures to ensure that your information can never be shared or sold to a 3rd party


ProductLaunchFormula.com

Get my ALL-NEW "List Getting Blueprint" and learn my exact formula for building a super-responsive list quickly and easily (also includes bonus video training)

Enter your best e-mail address

Get Instant Access

ListGettingBlueprint.com



ROCK THE ROOM.

TRANSFORM YOUR COMMUNICATIONS.

TRANSFORM YOUR WORLD.

From senior executives at Fortune 100 companies to site entrepreneurs, sales teams and visionaries, Victoria Labalme has helped thousands of individuals communicate with impact to influence people's lives for the better. Her unique Throughline systems transform an ordinary communication opportunity into a memorable performance experience—one marked by authenticity, creativity, and lasting results.

Get Free Access Now!

↓ ↓ ↓

Turn a Boring Presentation into a Slam-Dunk Performance!

I'll show you how.

Your Name

Email Address

Your contact information is safe and will never be shared, sold or sponsored.

Get Instant Access

VictoriaLabalme.com

InnerCircleSessions.com/training

Сизнинг рўйхатингиз ҳаракатга тушиши учун керак бўлган охириги нарса – бу контактни олиш саҳифасига ташриф буюрувчиларни жалб қилишдир. Трафикни яратиш ҳам жуда кенг мавзу. Мен бу ҳақда бир ёки иккита китоб ёза олардим. Аммо бу соҳадаги ўйинлар шартлари доимо ўзгариб туради, шунинг учун мен бундай китобларни ёзган тақдиримда ҳам, сотувга чиқиш пайтигача улар эскирган бўлар эди. Шунинг учун мен сизга умумий кўринишни тасвирлаб бераман.

Трафикни жалб қилишнинг турли хил усуллари мавжуд. Кўпчиликнинг хаёлига келадиган биринчи нарса бу Google каби қидирув тизимларидир. Бу “табиий қидирув трафиғи” деб номланган, яъни қидирув сўровлари натижаларига кўра, сизнинг сайтингизга ташриф буюрадиган одамлар. Аммо Google да яхши рейтингга эга бўлиш (мен

нашр этиш натижаларида биринчи қаторларда кўринишни назарда тутмоқдаман) бу алоҳида фан ва маълум даражада санъат ва одамлар буни ҳатто ўз касбига айлантирадилар. Шунини ёдда тутиш керакки, контактларни олиш саҳифасида яхши Google рейтингини олиш жуда қийин масала. Шунга қарамай, мен маълум даражада ўз бизнесимдаги табиий қидирувни ҳам ҳисобга оламан.

Трафикни жалб қилиш учун сиз “пулли қидирув”дан фойдаланишингиз мумкин. Бу Google натижаларининг юқорисида ва ўнг томонида жойлашган кичик рекламалардир. Facebook ижтимоий тармоғида ҳам шунга ўхшаш эълонлар мавжуд. Одатда, ушбу рекламалар ким ошди савдоси асосида сотилади, яъни энг юқори нарх эгаси учун улар очик ҳисобланади. Аслида, бу ерда янада мураккаб механизм жалб қилинган, аммо бу босқичда юқоридаги тушунтириш жуда мос келади. Қандай бўлмасин, бу қимматбаҳо завқу-шавқ, аммо шунга қарамай, контактни босиб чиқариш саҳифасини синаб кўришга имкон беради, чунки бир неча дақиқада трафик оқими рўй беради.

Трафик ишлаб чиқариш учун сиз Facebook, Twitter ва YouTube каби ижтимоий тармоқлардан ҳам фойдаланишингиз мумкин. Бу яна бир кенг қамровли мавзу бўлиб, уни бир бобда батафсил ёритиб бўлмайди. Фаолиятим бошланишида менинг қўл остимда Facebook каби манба мавжуд эди, деб айта оламан. Сиз у ерда қайд ёзувини яратишингиз ва бир неча дақиқада контактларни тўплашни бошланингиз мумкин эди. Мен ижтимоий тармоқлардаги контактларга мактубларимни юборишни афзал билганимдан аллақачон бохабарсиз, аммо одамларни ижтимоий тармоқлардан контактларни ёзиб олиш саҳифасига юборишимизга ҳеч нарса тўсқинлик қилмайди. Бошқача қилиб айтганда, сиз ўзингизнинг ижтимоий тармоқлардаги саҳифангиздан хабарлар рўйхатини тузишингиз мумкин.

Контактларни ёзиб олиш саҳифасига ташриф буюрувчиларни жалб қилишнинг кўплаб бошқа усуллари мавжуд,

масалан, оғзаки реклама (бу менинг севимли усулларимдан бири), турли хил реклама ва форумлар яратадиган ажойиб маълумот манбасини яратишдир.

Хўш, менинг энг севимли трафик манбаим – ҳамкорларимдир. Булар рўйхат эгалари бўлиб, сизга кўплаб ташриф буюрувчилар оқимини юборадилар, улар учун сиз умуман фоиз тўламайсиз – тўловлар ушбу трафик сотувидан сўнг амалга оширилади. Бу почта рўйхатларини тезда яратишнинг ажойиб усули. Шахсан, мен ушбу усул туфайли бир неча кун ичида рўйхатга 50 000 дан ортиқ одамни қўшишга муваффақ бўлдим. Аммо бу ривожланган стратегия ва уни кўриб чиқишга ҳали жуда эрта. Кейинги боблардан бири айнан шу стратегияга бағишланган.

Рўйхатни олиш учун иш бошлашнинг ўзи кифоя

Умид қиламанки, мен сизни рўйхатларнинг самарадорлиги ва сизнинг бизнесингиз учун мутлақо зарурлигига ишонтирдим. Кимлардир буни ҳали қилмаяпти, деган хаёл мени ақлдан оздиради. Ахир, буларнинг барчаси сизнинг молиявий ютуқларингиз билан боғлиқ. Потенциал мижозлар ва харидорларнинг рўйхати сизнинг бизнесингизнинг энг катта бойлигидир. Бундан ташқари, бу кўпгина онлайн бизнеслар учун деярли ягона ҳақиқий актив эканлиги ҳақида таъкидлаш мумкин.

Албатта, мен маҳсулотни ишга тушириш формуласини ўқитишни бошлаган пайдан бошлаб, асосан: “Агар рўйхат бўлмаса мен нима қилишим керак?”, деган савол беришар эди. Баъзан одамлар шикоят қила бошлайдилар: “Жефф, сизга мазза, чунки сизда жуда катта рўйхатлар бор, лекин менда бунга ўхшаш нарса йўқ”.

Аммо мен ҳам сизлар каби бошлаганман – рўйхатимдаги НОЛЬ манзиллар билан. Унинг шаклланиши устида ишладим. Секин, услубий қоидаларга мос тарзда ва тиришқоқлик билан. Баъзан кун бўйи менда атиги битта янги обуначи пайдо бўлар эди. Баъзан шу ҳам бўлмас эди. Фаолиятим аста-секин ривожлана бошлади ва мен

ҳар куни учта, ҳатто тўртта янги обуначиларни қабул қила бошладим. Мен ишлашни давом эттирдим ва тез орада рўйхат ҳар куни 30 та янги обуначилар билан тўлдирила бошлади ...ва улар йиғила бошлади. Бу ойига 900 абонент ёки йилига 10,800 абонент дегани эди.

Биласизми, кўпгина бозорларда 10 000 манзилларнинг рўйхати сизга йилига юз минглаб долларни жалб қилиши мумкин. Агар сиз барқарор онлайн бизнесни яратмоқчи бўлсангиз, рўйхатни тузишга катта эътибор беришингиз керак. Шунинг учун ушбу боб биринчилардан ҳисобланади — бу маҳсулотни ишга тушириш формуласининг асосий принципи ва қисмидир, чунки маҳсулотни ишга туширишдан кўра кўпроқ жовобан маълумот олишдан яхши усули йўқ.

Ва яна битта сир бор. Рўйхатни тезда олишнинг энг яхши усули — бу маҳсулотни ишга тушириш. Жон Галлахерни ва унинг тахта ўйини бошланишини эслайсизми? Биринчи марта у жуда кичик рўйхатни ишлатган. Эслатиб ўтаман, унинг биринчи уриниши (PLF техникаси билан танишишдан олдин) атиги 12 та савдо олиб келган. Ва PLF туфайли у 670 ўйинни сотишга муваффақ бўлди. Аммо мен сизга битта нарсани айтмадим. Ушбу ишга туширилиши билан Жон нафақат сотишни кўпайтирди, балки рўйхатга 1000 дан ортиқ янги обуначиларни қўшди.

Бу, одатда, тўғри ташкил этилган PLF бошланиши билан содир бўлади. Бу сизнинг рўйхатингизни кенгайтиришнинг энг яхши усулларида биридир. Умуман олганда, мен бироз илгарилаб кетаяпман...

4-боб. Яширин реклама дараги: қай тариқа хиралик қилмасдан муваффақиятли сотувларни амалга ошириш мумкин.

1996 йилда Интернетда биринчи бизнесимни ташкил қилганимда ва савдо, маркетинг ҳақида тасаввурга эга,

бўлмаганимда, кўп марта қоқилиб-суринганман. Ва бир марта ҳамма нарсани ҳал қиладиган “хато” қилдим. Аслида, бу менга миллионлаб долларни, миждозларимга – юз миллионлаб долларни олиб келган ва Интернетда сотиш усулимни ўзгартирган асосий стратегияга айланди. Ушбу стратегия махфий реклама хабарлари деб номланади.

Дастлаб мен нафақат товарлар ва хизматларни қандай қилиб тўғри сотишни билмасдим, яна сотишга бағишланган бутун бир фан борлигидан ҳам беҳабар эдим. Мен на савдо назарияси, на махсус машғулотлар ҳақида эшитмаган эдим.

Натижада, ўзимнинг ўйлашимча, мен мутлақо табиий тарзда бир нарса қилдим: мен ўзимнинг шахсий сотиш усулимни ўйлаб топдим. Ва саъй-ҳаракатларим самараси бизнесни ривожлантиришнинг янги йўнлишига жуда мос эканлиги маълум бўлди. Бу интернетга ва бизнинг янги ҳаёт тарзимизга жуда мос келади. Интернет туфайли одамлар ўртасидаги алоқалар экспоненциал равишда ошгани сайин, барча савдо қоидалари ўзгартирилди.

Сиз, шунчаки, бу ҳақда ўйлаб кўринг. Деярли ҳар қандай узоқ муддатли товарларни харид қилганингизда, Amazon.com да худди шу маҳсулотни сотиб олганларнинг шарҳларини ўқишингиз мумкин. Таътилга тайёргарлик кўраётганда, сиз TripAdvisor.com сайтидаги саёҳатчиларнинг бошқа шарҳлари билан танишиб чиқишингиз мумкин. Агар сиз қандай фильмни кўришингиз ҳақида ўйласангиз, шунчаки рейтингларга қаранг... Ва шунга ўхшаш рейтинглар ва шарҳлар деярли барча секторларда мавжуд.

Бир-бири билан бундай яқин муносабат одамлардаги ҳақиқийликни кўпроқ қадрлайди. Скептицизм кучаймоқда. Уларнинг ҳар бири тўла қувват билан ёқилган, ўта сезгир ёлғон детектори билан қуролланган.

Одамлар рекламаларни минглаб чақиримча наридан илғаб олишни ва уларга ишонмасликни ўрганишди. Бу ҳаддан ташқари зич алоқаларнинг ёнлама таъсиридир. Ва шунинг учун аксарият ҳолларда анъанавий сотиш усу-

ли энди ишламайди. Ёки Яширин реклама акцияси каби яхши ишламайди.

Бунинг нималигини айтишимдан олдин, мен масаланинг контекстига аниқлик киритмоқчиман. Тўғридан-тўғри маркетинг ўнлаб йиллар давомида реклама хати каби воситадан фойдаланиб келмоқда. Қатъий қилиб айтганда, бу хат шаклидаги узоқ тижорат таклифидир. У 8, 12, 24 саҳифаларни ва ундан ҳам кўпроқ саҳифаларни эгаллаши мумкин. Биринчи марта бундай хатни учратганларида, кўпчилик иккита реакциядан бирини намойиш этади. Агар мавзу одамга қизиқ бўлса ва хат профессионал реклама берувчидан тўғри тузилган бўлса, одам материал билан танишишни бошлайди ва тез орада бу жараён уни қизиқтириб қўяди. Агар у бирор кишини қизиқтирмаса ёки хатнинг ўзи сифатсиз ёзилган бўлса, албатта ҳайрон қоласиз: кимдир ўзи бундай узоқ ва зерикарли рекламани ўқийдими?

Аммо бу ерда ёдда тутиш керак бўлган муҳим нарса бор. Бундай реклама хатлари ўнлаб йиллар давомида ишлатилган ва турли хил товарларни сотиш орқали миллиардлаб доллар даромад келтирган. Тўлиқ ҳажмли реклама ва реклама хатларини ишлаб чиқариш савдо ва маркетинг соҳасидаги энг муҳим ютуқлардан биридир. Булар, реклама бизнесининг афсонаси Альберт Ласкернинг сўзларига кўра, “сотувлар ҳажми ошди” деган бўлардим. Аслида, сиз потенциал миждоз билан учрашмасдан туриб, қийин бўлган савдо сотиқни амалга оширишингиз мумкин эди.

Янги даромад олиш учун эски восита

Интернет пайдо бўлганидан кейин савдо хатларига нима бўлди? Улар рақамли дунёга тезда кириб борди ва бир неча йиллардан кейин катта шуҳрат қозонди. Ва уларнинг узунлиги янада ошди – чунки энди босма чоп эттириш учун пул сарфлашнинг ҳожати йўқ эди. 40 саҳифада-

ги бир хатнинг нархи 12 саҳифани ташкил этувчи хатдан қиммат эмас эди. Натижада, хатлар узунроқ бўлди.

Бир неча йил ўтгач, видео даври келди ва узун реклама хатлари узун реклама роликларига айлантирилди. 20 ёки 30 дақиқали рекламани тасаввур қилинг.

Эҳтимол, сиз бундай сайтларга кирган бўлсангиз керак. Улар жуда оддий принцип асосида қурилган ва одатда, фақат битта саҳифадан иборат бўлади. Бу битта маҳсулотни реклама қиладиган жуда узун саҳифа бўлиб, сиз топишингиз мумкин бўлган ягона ҳавола бу Харид қилиш ёки Саватга қўшиш. Сиз, шунчаки, маҳсулотни сотиб олишингиз ёки сайтни тарк этишингиз керак бўлади.

Бундай саҳифанинг альтернатив версиясида реклама видеоси мавжуд бўлади. Бундай ҳолда, сиз у ерда 15 дақиқадан бир соатгача бўлган видеони ва “Саватга қўшиш” ягона ҳаволасини топасиз.

1998 ва 1999 йилларда электрон тижорат ва онлайн-сотувлар бошлангандан сўнг, реклама хатлари ҳамма жойда, айниқса, кичик якка тартибдаги тадбиркорлар орасида қўлланила бошланди. Ва, албатта, “ахборот маркетинги” дунёсида ҳам.

Шу ўринда кичик бир чекиниш қилишим керак. Буларнинг барчаси йирик тармоқ брендлари дотком пуфатининг марказида турган пайтда содир бўлган эди. Улар жалб қилиш (конверсия) коэффицентига эътибор қаратмаганлар ва фойда ҳақида умуман ўйламаганлар. Уларни фақатгина ўзларининг сайтларини “фойдаланувчиларни жалб қилиш” ва “васвасага солиш” қизиқтирар эди – айнан Уолл-стрит тахминларига асосланган ҳолда. Ишониш қийин, лекин дотком бизнесида даромад ва имтиёзлар катта даражада ҳисобга олинмас эди. Бундай нарсалар ҳақида алоҳида якка тартибдаги тадбиркорлар ва кичик бизнес эгалари ғамхўрлик қилишган. Айнан шу одамлар бугунги кунда Интернет-тижоратни ҳаракатлантирувчи кучи бўлган тўғридан-тўғри маркетинг усулларида фойдаланганлар.

Қандай бўлмасин, реклама хатларини интернетга мослаштирилганида, улар жуда яхши ишлай бошлади. Ушбу анъанавий тўғридан-тўғри маркетинг воситасини қабул қилган кўплаб сайтлар жалб қилиш (конверсия) ва фойда олиш суръатларида сезиларли ўсишни пайқадилар. Бундай сайтлар тобора ўсиб боришига қарамай, уларнинг кунлари санокли эди...

Яширин реклама дараги, бу нима

Мен кашф қилган яширин реклама хабарининг сири куйидагича. Савдо хатининг 8, 12 ёки 20-саҳифаларида келтирилган узун ҳикоянинг ўрнига мен бошқа томондан савдо жараёнига мурожаат қилдим.

Мен саҳифаларни кунлар билан алмаштирдим. Натижада, 10 саҳифали хат 10 кунлик кетма-кетликка айланди. Мен битта кўшимча хабарни маълум бир неча кун давомида бир қатор контактларга бўлдим. Биз ушбу контактларни ишга туширишдан олдин маълумот материаллари ёки PLC деб атаймиз.

Одамлар саҳифаларни ўқийдиган шундай реклама хатини сеҳрли равишда ёза олишимга умид қилишларининг ўрнига, бўлғуси маълумотлардан ва тарих каби кучли воситадан фойдаланиб, потенциал харидорларга кетма-кетлик билан маҳсулотим ёки хизматим ҳақида маълумот бераман.

Даҳшатли узун монолог ўрнига, мен уларга суҳбатни таклиф қиламан... ишга туширишга олиб борувчи суҳбат.

Ўзимнинг реклама хатимни потенциал мижозга етказиш пайтида ҳамма нарсани битта контактга қўйишнинг ўрнига, олдиндан кутиш ҳиссини туғдирадиган ва маркетингимни воқеага айлантирадиган кўплаб кетма-кет “тегиниш” кучларидан фойдаланаман.

Аслида, Яширин реклама дараги – бу ишга туширишгача бўлган маълумот материаллари тўплами ва ундан кейин тижорат таклифи. Одатда, кетма-кетлик сиз уч фрагментни потенциал мижозларга 12 кундан ошмай-

диган муддатга юборадиган ахборот материалларининг жўнатилишидир. Одатда, бу Интернетда жойлаштирилган видеодир, аммо сиз электрон почта хабарлари, блог хабарлари ёки PDF ҳисоботлари каби бошқа форматни танлашингиз мумкин. Ишга туширишдан олдин ахборот материаллари шундай тузилганки, натижада ишончли ва муҳим воқеа яратилади, бу табиий равишда маҳсулотни сотиб олинишига олиб келади. Ишга тушириш кетма-кетлик пайтида сиз, харид амалга ошириш мумкин бўлган саҳифага потенциал мижозни юбориб, “дўкониңизни очасиз”.

Таъкидламоқчиманки, бу ҳолатда ишончли воқеа, маҳсулотни мақташ билан бир неча ҳафта давом этганига алоқаси йўқ. Дарҳақиқат, бу ҳолатда сиз ҳеч бўлмаганда битта одамнинг эътиборини ҳам жалб қилиб, тутиб туролмайсиз. Йўқ, сиз потенциал мижозларга ҳақиқатан ҳам қимматли нарсаларни беришингиз керак.

Шундай қилиб, сиз Яширин реклама хабарининг моҳияти ва ишга тушириш жараёни ҳақида қисқача тасаввурга эга бўлдингиз. Энди биз буларнинг барчаси амалда қандай ишлашини батафсил кўриб чиқамиз. Аммо бу ажойиб натижалар беришини сиз аллақачон тушунгансиз деб ўйлайман. Келинг, амалий мисолни кўриб чиқамиз...

Кундалик ишдан даромадни оширишгача

Барри Фридман бу масалада юқори чўққиларни забт этган профессионал жонглёр. У 15 ёшида жонглёр қилишни бошлади ва кўп ўтмай бу касбга мафтун бўлди. У эстрада артисти бўлишга қарор қилди, ваҳоланки, гарчи мактаб услубчиси у ҳақда бир неча йил уйсиз, қашшоқ бўлади деб айтган эди. Бу башорат амалга ошмади. Барри жуда катта муваффақиятларга эришди ва 23 ёшида у Жонни Карсоннинг уйдаги “Бугунги оқшом” телевизион дастурида чиқишга муваффақ бўлган.

Барри нафақат жонглёр қилишни биларди, балки ўз фаолиятининг тижорий томонини ҳам жуда яхши тушу-

ниб олган эди. Кўпинча ишбилармон кишилар учун яхши ҳақ тўланадиган концертлар уюштирар эди. Унинг ҳаёти гўзал эди, ва у яхши пул топар эди.

Аммо бир куни Барри тоғ велосипедини миниб кетаётганда қулаб тушди. Касалхонада елкасини ва бўйин соҳасини тиклаш бўйича операцияни бошидан кечириб, энди бундан кейин у қандай кун кўриши ҳақида ўйланиб қолди. Унинг карьераси бутун мамлакат бўйлаб гастрол сафарлари ва саҳнада чиқиш қобилиятига асосланган эди. Олдинда олти ойлик реабилитация турар эди ва шундан кейин у жонглёр қила олиши мумкинми деган савол туғилар эди. Унинг даромади соғлиққа ва ўз чиқишларини давом эттириш қобилиятига асосланган эди.

Аслида, бу борада энди Барри бошқа одамлардан фарқ қилмас эди. Унинг молиявий ҳавфсизлиги, унинг ишлаш қобилияти билан чамбарчас боғлиқ эди. Албатта, саҳнадаги чиқишлар ҳар куни офисда ўтиришингиз керак бўлган офисга боришдан кўра жозибали кўринади, лекин аслида улар ҳам шахсий вақтни долларга алмашишни англатади. Барри ўзига ишлаганига ва ҳар бир спектаклга алоҳида тўланганига қарамай, у вақтни пулга сотар эди. Агар унинг чиқишлари бўлмаса у пул олмасди.

Шунда Барри анъанавий тарзда “соатларни долларларга” алмаштиришсиз пул ишлашга имкон берадиган муқобил режани ишлаб чиқишга киришди. У кўп даромад топилувчи соат ёки кунлар сонига боғлиқ бўлмаган дунёга қўшилишга тайёр эди. Барри кўплаб ҳамкасблари ўз истеъдодларини сотишида қийналаётганини билар эди. Улар ўзларини қандай реклама қилишни билмайдилар ва иштиёқни зўрга олишар эди. Барри, бу борада юқори чўққиларни забт этган эди – у нафақат халқаро даражадаги жонглёр, балки иш топишни ҳам билар эди, айниқса, юқори маошли корпоратив тадбирларда. У хизматларни қандай сотишни билар ва ҳар доим энг юқори нархда ҳақ олар эди.

Охир-оқибат, Барри бу маҳоратини бошқаларга ўрга-

тишга қарор қилди. У Интернетда жуда кўп ўқув дастурларини кўриб чиқди ва унга пул топишнинг идеал усули – эстрада артистларини ўргатиб ва шу орқали фойдали даромадни кўришни режа қилди. Барри, шунингдек, ўзи учун маҳсулотни ишлаб чиқариш формуласини кашф этди ва ўқув курсини якунлади. У Get More Corporate Gigs бирлашмасини яратди, бу пуллик аъзолик сайти эди, унда сиз \$ 37 обуна учун узлуксиз таълим олишингиз мумкин эди.

Маҳсулотни ишга тушириш формуласи бундай сайтларда жуда яхши ишлайди, аммо мен Баррининг кейинги согуви ҳақида гапириб беришни истардим. У профессионал ўқув курсини яратишга қарор қилди, унинг доирасида мижозлар билан индивидуал иш юқори тўлов эвазига амалга оширилар эди.

У аллақачон сифатли ўқув дастурига эга эди (худди менинг маҳсулотни ишлаб чиқариш формуласи каби) ва Барри унинг самарадорлигига амин эди. У уни Showbiz Blueprint деб номлади. Бу 10 ҳафталик дастур бўлиб, кичик гуруҳлар учун мўлжалланган, уларнинг аъзоларига ҳафталик гуруҳ машғулотларида қатнашиш имконияти берилган эди. Шунингдек, унда барча иштирокчилар учун “иссиқ стуллар”, ёпиқ жамоат сайти, ҳафталик машғулотлар соатлари ва бошқа бир қатор бонуслар мавжуд бўлган. Шахсий ёндашув кичик ўлчамли гуруҳ бўлиб ташкил этилар эди – кўпи билан 15 киши. Тўлиқ тўланган ҳолда курс нархи 2000 долларни ташкил этар эди. Агар кимдир тўловни бўлиб-бўлиб тўлашни хоҳласа, бу бироз кўпроқ бўлар эди.

Шубҳасиз, Showbiz Blueprint дастури пуллик аъзолик сайтига қараганда анча юқори даражадаги тренинг, мураббийлик ва интерактивликни таклиф қилди ва Барри бозорининг элита қисмига мўлжалланган эди. Ушбу турдаги махсус таклифлар ELF-ни очиш учун жуда мос келади, чунки бундай курсни сотиб олиш бизнесга масъулиятли ёндашув ва жиддий касбий қизиқишни намоиш этади. Яширин реклама хабарлари таклиф қилинаётган

маҳсулотнинг қиймати тўғрисида маълумот етказиш учун вақт беради.

Ушбу ишга туширилиш вақтида Барри рўйхатида 1000 дан кам одам бор эди. У биринчи ишга тушириш олдидан ахборот материалларидан иштрокчилар билан алоқа ўрнатиш ва уларнинг муаммоларини бошқа ҳеч ким у сингари тушунмаслигини намоиш этиш учун фойдаланган. Аслида, у нафақат шунчаки уларни тушунади – ўзи ҳам шунга ўхшаш вазиятга дуч келганди.



Барри Фридман

Унинг мақсадли аудиториясида бўлган санъаткорлар кутубхоналардаги тадбирларда, фестивалларда, туғилган

кунларда ва шунга ўхшаш тадбирларда бепул чиқиш учун таклифномалар олишларидан хабардор эди, аммо пуллари бўлган мижозларга ўзини қандай таклиф қилишни билмас эди! Бундан ташқари, улар паст маошли шоуларга таклифномаларни олиш имконини берадиган маркетингдан шубҳаланишмагани, аслида яхши маош олишга тайёр бўлган иш берувчиларни чўчитиб юборар эди.

Барри ишга туширишдан олдин (яъни Яширин реклама хабарларида) кўриб турган ҳақиқий заифлик ўртача артист бўлиб қолиш эди ва уни “ҳақиқий иш” излашга мажбур бўлишидан хавфсирар эди. Официант ёки юк машинаси ҳайдовчиси бўлиб қолиши ҳақидаги фикр ҳар қандай истеъдодли сеҳргар, бошловчи, комедиячи ёки жонглёрнинг кўрқинчли тушидир. Ва энг даҳшатлиси шундаки, улар ота-оналари, ўқитувчилари ёки дўстларининг сўзларини тўғри ва асосли фикрларини тан олишлари керак бўларди, улар эса фақатгина бундай томошалар орқали тирикчилик қилиб бўлмаслигини таъкидлашарди!

Шунинг учун, ишга туширишдан олдин ўтказилган маълумотларнинг биринчи қисми Баррининг потенциал мижозларига у ҳақиқатан ҳам уларни тушунаётганлигини намойиш этиб берди, чунки у худди шундай умидлар, орзулар ва кўрқувларни бошдан кечирган эди. Ва кейинги видеода, уларнинг истеъдодлари жиддий бизнесни (жиддий даромад билан боғлиқ) яратишга имкон беришини айтиб ўтган. Унинг видеотасвирининг асосий мавзуси қуйидагича эди:

“Мен ҳам ҳаммага ўхшаган одамман. Болалигимданок мен жонглёрликни яхши кўрардим, аммо кўпчилик менга бу билан пул тополмаслигимни айтарди. Мактаб услубчиси жаноб Павлига, 22 ёшга тўлгунга қадар жонглёрлик карьераси мени сариқ чақасиз ва эҳтимолки, бирор бир бошпанасиз ҳам қолдиришини таъкидлагани эсимда. Шунга қарамай, мен ўша пайтнинг ўзида, унинг алашганлигини исботлашга ваъда бердим.

23 ёшимда “Бугунги оқшом” теледастурида биринчи

марта меҳмон бўлганимда мен парда ортида туриб ўзимча: “Жаноб Павлига томоша қиляпти, деган умиддаман”, деб ўйладим. Жонни Карсон шериги билан бизнинг чиқимизни эълон қилгунига қадар мен бошқа ҳеч нарса ҳақида ўйлай олмасдим. Кўпчилик, агар мен профессионал жонглёр бўлсам, ҳеч қачон муваффақиятга эриша олмаслигимни айтган, лекин мен ҳеч кимга қулоқ солмадим ва шу пайтгача юздан ортиқ телетомошаларда қатнашишга муваффақ бўлдим. Бу сизнинг ҳам қўлингиздан келади! Мен сизга бунга қандай эришишни кўрсатмоқчиман!”

Албатта, видеода бундан-да кўпроқ маълумотлар мавжуд эди, аммо ўйлайманки, сиз умумий моҳиятни тушундингиз. Қатъий қилиб айтганда, Барри ишончли муносабатларни ўрнатди, у ўзининг потенциал мижозлари билан бир хил эканлигини кўрсатди ва уларга илҳом бахш этди. Бундан ташқари, у жозибали истиқболларни очиб берарди ва томошабинларга яхши жойларда чиқиш ва бунинг учун муносиб ҳақ олиш жуда реал эканлигини намоён этди. У артист ўзини қимматга сотишни ўрганиши мумкинлигини кўрсатиб берди. Охир-оқибат, видео артистларга ўз истеъдодларига кўпроқ пул тўлаш мумкинлигини исботлади. Бундан ташқари, видеода ҳеч қандай реклама ёки тижорат таклифи кўрсатилмаган эди⁶.

Яширин реклама хабарларининг муҳим қисми бу “ишга тушириш атрофидаги суҳбат” ҳисобланади. Ахир, ишга туширишдан олдинги маълумот материалларининг нашр этилиши, одатда, блогда содир этилади ва сиз у ерда шарҳлар қолдиришингиз мумкин. Моҳиятан олганда, видеонинг охирида томошабинлардан саволлар бериш ёки шарҳ беришларини сўраш табиий ҳол. Барри айнан шундай йўл тутди, сўнгра муҳокамада қатнашди. У саволларга жавоб берди ва потенциал мижозлар билан суҳбатлашди. Айнан шу вақтда ишга тушириш монологдан диалогга айлантирилади. Одамлар монологларни тинглашдан кўра,

⁶ Мен буни ўзингиз кўришингиз учун қуйидаги манзилда қўшимча материалларни жойлаштирдим: <http://thelaunchbook.com/barry>

одатда, кўпроқ суҳбатда қатнашишни яхши кўришади.

Бундан ташқари, шарҳлар потенциал миждозларнинг фикрларини ва ҳис-туйғуларини аниқ тушунишингизга имкон беради. Берилган саволлар энг жиддий изоҳларни аниқлашга ёрдам беради ва уларга ҳам шарҳларда, ҳам ишга туширишдан олдинги маълумотларнинг қуйидаги қисмларида жавоб бериш имкониятини беради.

Иккинчи видеода Барри яна бир бор профессионал муваффақиятсизликдан кўрқиш ҳақида гапирди, шундан сўнг у машғулотларга эътибор қаратди. Унинг хабаридаги асосий моҳият қуйидагича:

“Ота-онангиз ҳақ бўлиб чиққанини тан олишингиз керак бўлганида нима қилишингиз лозим? Агар артист сифатида пул ишлай олмасангиз нима бўлади? Агар сиз ўзингизнинг севимли ишингизни бизнес сифатида муваффақият қозонишини истасангиз, унга бизнес каби муносабатда бўлишингиз керак. Сиз ўз маҳоратингизни ошириш учун юзлаб соат сарфладингиз, аммо бу тенгламанинг фақат бир қисми. Катта шоуларга сизни таклиф қилиш учун бу етарли эмас. Сиз ўзингизда тадбиркорлик кўникмаларини ривожлантиришингиз керак. Ўз иқтидорингизни тақдим этиш ва реклама қилишни ўрганишингиз керак.

Мен иккала соҳада ҳам маҳоратга эришдим – ажойиб артист бўлдим ва ажойиб бизнес яратдим. Мен сизга жонглёр сифатида муваффақиятли карьерага эришиш учун нима қилганимни айтиб бераман.

Сизга нима ишлашини ва нима ишламаслигини айтаман. Агар сиз кенг тарқалган хатоларга йўл қўйсангиз, вазиятни қандай ҳал қилиш кераклигини айтиб бераман.”

Шу пайтдан бошлаб Барри томошабинларга бозорда ўзини артист сифатида намойиш этишнинг асосий принциплари ва усулларини ўргатишни бошлади.

Кўпинча, одамлар ишга туширишдан олдин жуда кўп маълумот берилишидан кўрқади. Улар сирларни беҳудага ошкор қилиниши туфайли потенциал миждозларни маҳсу-

лот сотиб олиш иштиёқи сўнади деб хавотирга тушишадди. Аммо менинг тажрибам шуни кўрсатадики, бу жиҳат деярли ҳеч қачон муаммо бўлмаган. Кўпинча, мен бошқа бир хатони кузатаман. Бирор киши жуда кам маълумотга тақдим қилаётган бўлса, Барри элитага хос бўлган таклифини ишга туширар эди; бозорда бошқа ҳеч ким 2000 доллар нарх белгиламасди. Агар сиз юқори нарх сегментида савдо қилиш учун интилсангиз, кўплаб бепул қимматли маълумотлар орқали мижозларни жалб қилиш яхшидир. Барри эса айнан шундай йўл тутди.

Эслатиб ўтаман, Барри тажрибали жонглёрчи, дунё бўйлаб гастролларда саёҳат қилган ва ҳатто телевизорда чиқиб, Оқ уйга борган тақдирда ҳам у, ўз маҳсулотини, кўпинча, ўзи ҳақида эшитмаган одамларга сотган. Унинг одамларга бизнесни ўргатиш ғояси ўзи ҳали ишончли маълумотларга эга бўлмаган пайтларда пайдо бўлган. У ҳеч қандай унвонга эга эмас, унда ҳеч қандай илмий даража ва сертификатлар йўқ эди. У тажриба орқали ўрганган нарсаларини одамларга ўргатмоқчи эди (албатта у энг яхши ўқитувчи), аммо ҳақиқат шундаки, унинг кўпгина потенциал мижозларига у бутунлай нотаниш бўлган.

Аммо видеотасвирни намойиш этишдан олдин у жуда кўп фойдали маълумотлар тақдим этди ва шу билан у обрўсини тан олишга эришди. У бошқаларга фойдали мижозларни топиш ва ўз бизнесларини яратишни ўргатиш тажрибасига эга эканлигини исботлади.

Иккинчи видеода, худди биринчиси сингари, бирон бир нарсани сотишга оид имо ёки шаъмалар ҳам йўқ эди. Фақатгина қимматли, юқори сифатли маълумот. Барри ишончли муносабатларни ўрнатди ва аутироиядан шунга муносиб жавоб олди. (Аммо, мен бу ерда бироз олдиндан гапириб қўйдим. Кейинги бобда мен сизни тингловчиларга чексиз таъсир кўрсатишга имкон берадиган ақлий триггерларга оид тилсимлар билан таништираман. Ваколат ва ўзаро фойда тамойили муҳим ва ҳайратланарли даражада кучли ақлий триггерларидир, уларни кейинги

бобда батафсил муҳокама қиламиз.)

Ва ниҳоят, видеоларингизни ишга туширишдан олдин қанча бепул маълумотларни ўз ичига олиши кераклиги ҳақидаги саволдан халос бўлиш учун қуйидагиларни айтиб ўтишим керак. Ишга туширишдан олдинги маълумот материалларини кўриб чиққанидан сўнг, одамлар ўқув курсларини сотиб олишни хоҳламакликларидан хавотирга тушиш, мутлақо табиийдир. Кўпгина потенциал мижозлар, албатта, ҳеч нарса сотиб олмайдилар. Бундан ташқари, деярли барча ишга туширишларида потенциал мижозларнинг катта қисми ҳеч нарса сотиб олмайдилар. Бу ерда оддий математика ўз ишини кўрсатади. Маркетинг тамойили айнан шунга асосланади. Ҳамма гап шундаки, пировардида нарсаларни сотиб оладиганлар ҳам топилади. Ахир, Барри ҳаётини ўзгартириш учун 2000 долларлик маҳсулотларнинг қанчадан-қанчасини сотиши керак ахир? Бу борада аниғини айта оламан мен: бу миқдор жудаям кўп бўлмайди.

Шу сабабли, учинчи видео намойишида Барри ўзининг ишга тушириш тарихини сўзлаб берди, сўнгра томошабинларга яна бир қимматли маълумотларни келтириб ўтди. У турли жанрдаги артистларининг сайтларини таҳлил қилиб чиқди ва улар қандай хатоларга йўл қўйганликларини кўрсатди. Бундан ташқари, у ушбу хатоларни қандай тузатиш кераклигини айтиб берган.

Ва шундан кейингина Барри тижорат таклифини ишлаб чиқишга киришди. У Showbiz Blueprint да 15 кишини шахсан қандай ўқитишни режалаштирганини айтди, бу сизга хизматни реклама қилиш тизими бўлиб, сизга энг кўп пул тўланадиган концертларга, шу жумладан Жонни Карсон дастурларига ва ҳатто Оқ уйга таклифномаларни олиш имконини беради. Бу келажакдаги маҳсулот ҳақида биринчи эслатма ва у сотувга чиқиши ҳақидаги гап эди.

Ишга тушириш олдидан тайёрланадиган маълумотларнинг якуний қисмида, сотишдан олдин тайёргарлик жуда муҳим, аммо кўпчилик буни эътибордан четда қол-

диради ва хато қилишади. Кўпинча, кўргазмани ташкил этадиган одамлар яхши маълумот материалларини тақдим этиш зарурати ғоясига шунчалик берилиб кетишадик, улар сўнгги видеосида келгусидаги сотувлар ҳақида гапиришни ҳам истамайдилар.

Мен Барридан унинг ишга туширилишини ҳар томонлама таҳлил қилиш учун олган интервьюда, мен бу ҳолат ҳақда сўрадим ва у ҳақиқатан ҳам масаланинг тижорий томонига эътибор беришни хоҳламаганини тасдиқлади. Барри дарс беришни яхши кўрарди ва потенциал мижозлар уларга берган барча маълумотлари учун уни яхши кўрарди. У яқинлашиб келаётган сотув жараёнини эслаиб, бу ажойиб муҳитни бузмоқчи эмас эди. Аммо Барри айтганидек: “Мен PLF усулига тўлиқ риоя қилишга қарор қилдим, сиз эса менга шундай қилишни маслаҳат бердингиз. Мен буни қилдим ва формулалар иш берди”.

Олти кун давомида учта видео намойиш этилди. Барри курсга ёзилиш рўйхатини бошлаганида, мавжуд 15 ўриннинг деярли барчасини сотишга муваффақ бўлди ва 29,955 доллар даромад кўрди. Шу билан бирга, унинг шахсий харажатлари унчалик катта эмас эди – аслида у фақат кредит карталар орқали қилинган буюртмаларни қайта ишлаш учун комиссия тўлаши керак эди холос.

Ишга тушириш ва мижозлар эришган натижалар тўғрисида Барри биринчи курсни тугатгандан сўнг яна бир гуруҳни йиғишга тушди. Яъни у 1000тадан кам манзилларнинг рўйхатига эга бўла туриб, 59 910 доллар даромад кўрди.

Дарҳақиқат, биргина потенциал мижоз унга 59 доллар даромад келтирарди – у рўйхатда бўлганларнинг барчасидан деярли 60 доллар даромад кўрди!

Лекин ҳаммаси шу билан тугамади. Шу пайтдан бошлаб Барри тайёр видео материаллардан фойдаланган ҳолда ишга туширишни яна тўрт марта бажарди. Ва ҳар сафар унинг гуруҳига 15 дан 18 гача одам ёзилган. Мавриди келиб, маълум муддат Барри мижозларга инди-

видуал мураббийлик машғулотларини таклиф қилишни тўхтатди. Яъни вақт сарфини оптималлаштириш йўлида яна бир катта қадам ташлади. Ушбу босқичда у нархни 997 долларгача камайтирди, аммо янги мижозни қабул қилиниши иш вақтининг кўпайишини англамас эди. Янги сотувлар кўшимча иш вақтни талаб қилмасди. У энди “иш соатларини долларларга алмаштириш” керак бўлган ва турмуш даражасини яхшилашга қодир бўлган дунёга тегишли эмас эди.

Мазкур битиклар қоғозга туширилаётган пайтда Барри олтита курс ўтказган, бу гуруҳларда ҳар сафар 15 дан 18 тагача ўқувчи бўлганди. Кўпчилик 2000 доллар тўлаган, аммо 997 доллар эвазига шахсий мураббийсиз оддий версияни афзал кўрганлар ҳам бор эди. Бу Баррининг минимал бошланғич капитал билан 100 минг доллар ишлаганини англатади. Шу билан бирга, у мижозларга жуда зарур маҳсулотни сотди ва бунинг учун у мамлакат бўйлаб кезишига ҳожат қолмади.

PFL ишга тушириши ва Яширин реклама таклифларининг кучи шунда эди. Улар потенциал мижозлар билан алоқа қилиш учун шароит ва маҳсулотларнинг ташқи кўринишини намоиш этиш имкониятини тақдим этади. Улар сизга маркетинг туманидан ўтиб, рақобатдан чиқиб кетишингизга имкон беради. Улар савдо агентлигига хос бўлган алоҳида иқтидорни талаб қилмасдан ўта самарали савдо механизмини яратадилар. Ва сотишдан кейин сизда “энди душ қабул қилиб олсам яхши бўларди”, деган ҳиссиёт бўлмайди⁷.

5-боб. Оммавий таъсир қуроли: менталь триггерлар.

2005 йилда менинг маҳсулотни ишга тушириш Форму

⁷ Барри Фридманнинг вазиятга хос услубий таҳлилини <http://thelaunchbook.com/barry> да топиш мумкин.

ласи бўйича ўқув курсим тайёр бўлди. Ва бу эндиликда мазкур натижаларга олиб келди.

Биринчидан, одамлар Формуладан фойдаланиб, мутлақо ажойиб натижаларга эришдилар. Ушбу натижалар улар ўрганган нарсалардан икки, беш, ўн ва ҳатто ўн беш баравар афзал эди.

Иккинчидан, кўплаб бозор “экспертлари” Формула нечоғлик кенг тарқалиши баробарида ушбу муваффақиятларнинг пасайиб боришини тахмин қила бошладилар. PLF бу шиддат билан урфга кирувчи нарсадан бошқа нарса эмас ва одамлар тез орада ишга туширишга аҳамият бермай қўяди, деб таъкидлашди. Тахминларга кўра, аста-секин, ҳаммаям ишга туширишларнинг нима эканини билиб олади, янгилик эффекти йўқолади ва натижалар муттасил пасая бошлаши керак эди.

Албатта, буларнинг ҳеч бири содир бўлмади. Бундан ташқари, ҳозирда менинг шогирдларим эришаётган натижалар мен маҳсулотни ишга тушириш формуласини эндигина ўрганишни бошлаганимда кўрган ютуқлардан анча юқори. Мен ушбу сатрларни ёзганимда, тарихдаги энг муваффақиятли ишга туширишлардан бири – ҳозиргина энг қизиқарли бозор стартини содир бўлди. Шундай қилиб, PLFни ишга тушириш даври ҳали тугамаган, деб айтиш мумкин. Муваффақиятлар биз моделни такомиллаштира боришимиз баробарида ўсиб бормоқда.

Хаёлпараст мутахассислар 2005 йилда эътибордан четда қолдирган ва ҳозирги кунларда ҳисобга олишмаётган нарса мана бундай: тактика доимий такомиллашиб бориши туфайли методология иш бериш лаёқатини сақлаб қолаверади. Аммо бу муваффақиятли натижалар янада жиддийроқ сабабга боғлиқ. Менинг формуламнинг асосий стратегиялари ҳар доим ҳам ишлаган. Маҳсулотни ишга тушириш формуласи вақт синовидан ўтган, чунки у бизнинг психикамизнинг асосий хусусиятларига асосланган.

Маркетинг ва тадбиркорлик тўғрисидаги китобда бун-

дай баёнот ҳаддан ортиқ баландпарвоз туюлиши мумкин, аммо биз айнан шу ерда бобимизнинг мавзусига қайта-миз.

Мен бунга қадар ҳам менталь триггерлар – биз қабул қилувчи қарорларга бевосита таъсир қиладиган нарсалар ҳақида бироз тўхталиб ўтишга улгурдим албатта. Улар инсоннинг онг остига ҳайратланарли даражада кучли таъсир кўрсатади. Триггерларнинг илдизлари асрлар қаърига бориб тақалади ва ҳар биримизда маълум даражада мавжуд. Агар сиз мия фаолиятини тубдан ўзгартирмасангиз (бу эса жуда-жуда мушкул, деярли иложсиз!), бу триггерлар бизнинг ҳаракатларимизга таъсир қилишда давом этаверади.

Формула таъсирининг кучи қисман сиз ишга тушириш босқичларида ҳаракат қилаётгандаги менталь триггерлар фаоллашишига асосланади. Ушбу триггерлар (изчиллик ва ишга тушириш тарихи билан биргаликда) муваффақиятли ишга тушириш учун асос яратади. Уларни изчил тарзда қайта-қайта ишлатсангиз, сиз потенциал миждозларга (ва ҳатто бутун бозорга) таъсир кўрсатадиган сеҳру афсунни қўлга киритасиз.

Катта куч – катта масъулият

Менталь триггерларни батафсил кўриб чиқишдан олдин, бу жуда кучли нарса эканлигидан огоҳлантириб ўтишим керак. Афсуски, уни яхшилик учун ҳам, ёмонлик учун ҳам ишлатиш мумкин. Очиғини айтганда, мен бу маълумотлар, бошқа нарсалар қаторида, ахлоқсиз тарзда фойдаланишни мўлжалловчи одамлар кўлига тушиши мумкинлигини жуда яхши тушунаман. Аммо маҳсулотни ишга тушириш формуласини мендан сотиб олган одамлар билан ишлаган йиллар давомида шу нарса маълум бўлдики, кўп ҳолатларда бундай ажойиб билимга эга бўлган одамлар ўзларининг билимини бошқалар манфаати учун ишлатадилар ва ҳақиқатан ҳам қимматли нарсаларни

яратадилар.

Мен сиз ҳам ушбу тоифага киришингизни истардим – ажойиб нарсаларни яратадиган одамлар ва мен берган билимлар ёрдамида ўз кашфиётини дунёга намойиш қилувчи одамлар қаторига кирасиз, деган умиддаман.

Хуллас, келинг бошлаймиз. Мана, менинг тўққизта энг яхши менталь триггерим.

► 1. АВТОРИТЕТЛАР

Бошқаларнинг фикрларига ишонч, кўпинча, ушбу фикрни билдирган кишининг обрўйига, яъни авторитетига боғлиқ. Оқ халатдаги шифокорни кўз олдингизга келтиринг. Хонага оқ халат кийган одамни кирганини кўриб, кўпчилигимиз беихтиёр унга нисбатан ҳурмат ҳиссини туямиз. Биз унинг айтганларига қулоқ соламиз ва ҳар қандай маслаҳатига амал қилишга тайёр бўламиз. Ундан ўзимиз учун номақбул бўлган гапни эшитиб, баъзида ноқулайликни ҳис қилишимиз ҳам мумкин албатта.

Бундай хатти-ҳаракатда ғайритабиий нарса йўқ. Мушкул вазиятларда биз, кўпинча, бировларнинг ёрдамига муҳтож бўламиз. Бегона одам авторитети, бошқа ақлий триггерлар сингари, танлов жараёнини тезлаштиришга имкон беради. Ҳар куни минг-минглаб кичик қарорлар қабул қилишимиз керак бўлади. Ва уларнинг ҳар бири жараёндаги маълум иштирок ва шунга мос фикрлашни тақозо қилади. Бизнинг миямиз томонидан қабул қилинган авторитетларга таяниш бу жараённинг самарадорлигини оширади.

Бизнес ва маркетингда кўпроқ таъсир кўрсатадиган бўлиш учун сиз авторитетга эга бўлишингиз керак. Сизга шуни мамнуният билан айтишим мумкинки, бу ажабланишли даражада осон амалга оширилади. Бу ҳақиқат менга ўрта мактаб давридан оқ маълум бўлган. Уч дўстим билан биргаликда мен ҳам футболдан уйга қайтаётим – худди бошқа юзлаб одамлар сингари – машиналар тураргоҳидаги тирбандликка дуч келдим. Кўплаб машиналар бир вақтнинг ўзида кўчага чиқишга ҳаракат қилгани туфайли

тирбандлик тиғизлашиб, натижада ҳаракат тўлиқ тўхтаб қолди. Ўша пайтда авторитет нима эканлигини яхшироқ тушунган дўстларимдан бири бизнинг машинамизда ётган қўлчиروқни кўриб қолди ва дарҳол нима қилиш лозимлигини тушунгандек ҳаракатга тушди. У сакраб тушиб, чироқни ёқди ва ҳаракатни бошқаришга киришди. Умуман олганда, буни ҳаракатни бошқариш деб ҳам номлаб бўлмайди; у шунчаки бизнинг машинамиз олдида юриб, чиқиш йўлини кўрсатди. Қолган ҳайдовчилар чироқнинг нурини кўриб, бизнинг шахсий “транспорт назоратчимизга” йўлни бўшатиб беришди ва биз чиқиш йўлига келдик. Қўлчироқ унга ҳаракатни бошқариш учун ягона кучни тақдим этганди. Аммо унинг нурларини кўриб, одамлар ўзларига кўрсатмалар беришга ҳақли бўлган одам турибди, деб тахмин қилишди. Ўша кеча мен шуни тушуниб етдим: авторитетга эришиш унчалик қийин эмас.

Маҳсулотни ишга тушириш формуласи авторитетга эга бўлиш учун идеал воситадир. Бу деярли автоматик равишда потенциал харидорларга ишга туширишдан олдинги қимматли маълумотларни тақдим этиш орқали таъминланади. Масалан, “Бугунги оқшом” дастурида ва Оқ уйдаги чиқишларни айтиб, Барри Фридман дарҳол авторитетга сазовор бўлди. Ва у ўзининг ютуқлари ҳақида гапириб, тингловчиларга ёрдам беришни хоҳлаганлиги сабабли, унинг сўзлари бўҳтон деб қабул қилинмади, балки потенциал мижозлар билан алоқаларни ўрнатишга ҳисса қўшди.

➤ 2. ЎЗАРО МУНОСАБАТ

Ўзаро муносабат ғояси шундан иборатки, бошқа одамдан бирон бир фойдали нарса олгач, биз қандайдир даражада унга қандайдир миннатдорчилик билдиришга мажбурмиз. Бу минглаб йиллар давомида мавжуд бўлган ўта муҳим ақлий триггер. Аслида, ушбу тамойил одамларга савдо-сотикни ташкил этиш имкониятини яратиб берган. Биз маҳсулот ёки хизматни тақдим этган мижоз, ўз навбатида, битим шартларига мувофиқ ўз мажбуриятларини

бажаришига кафил бўлмасидан туриб савдо муносабати-ни шакллантириб бўлмайди.

Ўзаро муносабат – ўзаро жавоб қайтариш жуда кучли триггер. Масалан, бизнинг оиламизда Рождество анъана-си совғалар бериш ва олиш билан узвий боғланган қадри-ят ҳисобланади. Ва менга ишонишингиз мумкин, сизнинг уйингизга дўстингиз ёки қўшнингиз совға билан келга-нида, сиз унга жавобан ҳеч нарса бера олмаслигингиз бу даҳшатли туйғу. Рождествони нишонлашингиз ёки ак-синчалиги муҳим эмас, аминманки, сиз ҳам бундай туй-ғуни бошдан кечиргансиз. Агар кимдир сизга совға қилса ва бу одамга қайта миннатдорлик билдиришингизга ҳеч нарсангиз бўлмаса, сизнинг ичингизда бир механизм фа-оллашади. Сизни “ҳамма нарсани рисоладагидек” қилиш истаги азоблай бошлайди, бу сизни у одамга нисбатан ўзаро жавоб қайтариш усулини излашга мажбур қилади.

PLF ишга тушириши, олдин сиз одамларга совғалар беришингизни назарда тутаяди. Аслида, сотувга тайёргар-ликнинг мақсади – потенциал харидорларни қимматбаҳо бепул материал билан таъминлашдадир. Шундай қилиб, сиз кучли англашилмовчиликни яратасиз, бу қанчалик кучли бўлса, ишга туширишгача бўлган маълумотларнинг сони шунча кўп бўлади. Ва охирида сиз жавоб хизматни сўрасангиз, потенциал мижоз уни сизга тақдим этиш учун кучли истакка эга бўлади. Ва ишга тушириш жараёни охи-рида ушбу истак, кўпинча, маҳсулот сотиб олишга олиб келади.

Ишга туширишдан олдин, сотиш тўғрисида суҳбат ол-дин ўзаро алмашиш, маълумот бериш ва олишнинг бир неча маромидан иборат бўлади. Муваффақиятга ишонч ҳосил қилишингиз мумкин, чунки ўзаро жавоб қайтариш – бу сиз ишга туширишингиз давомида фаоллаштиради-ган жуда кучли менталь триггердир.

► 3. ИШОНЧ

Одамларга таъсир қилишнинг энг осон усули – бу ишончли муносабатларни яратишдан иборат. Ишончим

комилки, яқин дўстингиз, ота-онангиз ёки ўқитувчингиз сизга ниманидир айтиб берганида сиз уларга сўзсиз ишонган ҳолатларингизнинг анчагина эканини эслай олсангиз керак. Айтиб берилган шундай гапларни нотаниш одамдан эшитсангиз, бунга, албатта, шубҳа билан қарайсиз. Ишончнинг куч-қудрати ана шундай.

Албатта, бегона одамга таъсир қилиш, агар у сизга ишонса, осонроқ бўлади. Вазият одамни бирон бир ишни қилишга мажбурлаш ёки уни сиздан бирор нарса сотиб олишга ишонтиришни хоҳловчи ҳолат билан бир хил.

Бизнесда бошқаларнинг ишончини қозониш осон эмаслиги бор гап. Айниқса, замонавий бозор шароитида, одамларнинг бошига кун давомида реклама таклифлари ёмғири ёғаётган бир пайтда. Сизнинг потенциал мижозингиз бундай таклифлардан минглаб миқдорда қабул қилиб олади. “Маркетинг тумани” ичра ёруғ из билан – уни кесиб ўтиш эса осон иш эмас. Бундай шароитда ишончли муносабатларни шакллантириш янада қийинлашади.

Бундай ҳолатда энг осони бу вақтга таяниб таваккал қилиш. Эҳтимол, кимдир сизнинг вазиятингиздан мутлақо фарқли бўлган ҳолатга тушганини ва умуман, ғалати кўринувчи бундай вазиятларни эслай олсангиз керак. Сиз бундай одам билан дўстлашингиз мумкинлигини тасаввур ҳам қилмаган бўласиз. Аммо вақт ўтиши билан сизнинг ишончлилиги ва ҳалоллигига амин бўлдингиз ва аста-секин унга ишона бошлайсиз. Вақт одамларга нисбатан ишончни ривожлантиришга ёрдам беради.

Маҳсулотни ишга тушириш формуласи ва яширин реклама акциялари сизни ҳашамат билан таъминлайди. Улар сизга вақт тақдим этади. Анъанавий реклама ва маркетинг тузоқларидан фарқли ўларок, ушбу воситалар сизга потенциал мижозлар билан қайта-қайта мулоқот қилиш имкониятини беради ва анъанавий маркетинг воситаларига қараганда, ишончли муносабатларни шакллантиришга кўпроқ ишонч ҳиссини қўшади.

► 4. ОЛДИНДАН СЕЗИШ

Яна бир жуда кучли ақлий триггер – бу “олдиндан сезиш”, маҳсулотни ишга тушириш формуласининг асосидир. Бундан ташқари, мен PLF дарсини беришни бошлаганимда, кўпчилик буни “олдиндан сезиш маркетинги” деб номлаганди.

Олдиндан сезиш – бу “маркетинг туманидан” ўтиш учун имконият яратувчи триггер. У сизга бозорни ўзингизга жалб этиб, бу эътиборни тутиб туришга имкон беради. Болалигингизда махсус тараддуд билан қайсидир кунни кутганингизни эсланг. Эҳтимол, бу сизнинг туғилган кунингиз бўлгандир. Ёки, эҳтимол, янги йил кутиб олинувчи кундир. Ёки мактаб таътилидан олдинги кун. Бу кун яқинлашганда, вақт секинлашаётганини ҳис қилгансиз. Бошқа ҳеч нарса ҳақида ўйлай олмагансиз. Сиз кутгансиз.

Сизга кичик бир сирни айтаман – бизнинг ҳаммамиз ҳам, аслида, катта болалармиз. Худди шу тарзда биз аҳамиятли кунларни кутаемиз. Агар ҳамма нарса тўғри бажарилган бўлса, сизнинг ишга туширишингиз мижозлар томонидан бир йўла туғилган кун ва ёзги таътил сифатида қабул қилинади.

Олдиндан сезиш ноёблик билан чамбарчас боғлиқ – бу яна бир кучли триггер бўлиб, бу ҳақда биз кейинроқ гаплашамиз. Аммо, менимча, камёб нарсалар кўпроқ янада севимлироқ бўлади. Олдиндан кутиш, шунингдек, “воқеалар” билан ҳам узвий боғлиқ, одамлар ушбу санини тақвим орқали белгилайдилар ва олдиндан сезиб, кутиб яшаган кунга қанча вақт қолганини доимий равишда эътиборда тутиб туради. Агар сиз ушбу триггерни тўғри ишлатсангиз, одамлар сизнинг ишга тушириш санангизни тақвимда белгилайдилар ва уни кутишга тушади. Сиз уларни ўзингиз ўйлаб топган сюжетга қизиқтирган бўлардингиз. Улар кейинги серияларни кутишни бошлайди, бундан кейин нима бўлишини билишни исташади ва маҳсулотингизни чиқарилишини кутишдан ўзларини тўхта-толмай қолади.

“Олдиндан сезиш” бошқа менталь триггерлар билан бирлаштириб, сиз унинг самарадорлигини оширасиз ва ёрқин натижаларга эришасиз.

➤ 5. ЁҚИМЛИ БЎЛИШ ҚОБИЛИЯТИ

Сиз ёқимли бўлиш қобилияти каби менталь триггер билан тўқнаш келгандирсиз. Шубҳасиз, биз ўзимизга ёқадиган ва биз ишонадиган одамлар билан бизнес қилишдан мамнунмиз. Бизнинг хайрихоҳлигимизга сабаб бўлган одамлар, ўзимизга нисбатан бефарқ бўлганларга қараганда бизга кўпроқ таъсир кўрсатади.

Кўркамлик ва ёқимлилиқни қай тариқа ошириш мумкин? Мен аниқ бир ҳақиқатни айтиб ўтишга журъат этаман – агарда сиз бошқаларга яхшилик қилсангиз сиз янада ёқимли бўлиб борасиз. Меҳрибон, сахий ва ҳалол бўлинг, шунда одамлар сизга мурожаат қилишади. Ва сизнинг ёқимли мафтункорлигингиз қанчалик баланд бўлса, таъсирингиз ҳам шунча кўпроқ бўлади.

Умуман олганда, одамлар жонсиз корпорациялардан кўра бошқа одамлар билан муносабатда бўлишни афзал кўришади. Атрофингизга назар ташласангиз, ҳатто маълум одамнинг юзи тимсолида хабарлар юборишга ҳаракат қилаётган жуда катта корпорациялар ҳам ушбу тамойилни тушуна бошлаганини кўрасиз. Бугунги кунда, маълумотларнинг рақамли узатилиши одатий ҳолга айланганида, биз шахсий алоқалар ва ҳаққонийлиқни сақлашга ҳаракат қилаяпмиз.

Ишга тушириш олди кетма-кетлигининг илгари тасвирланган тавсифига диққат билан қараб, тўғри ишлаб чиқилган кетма-кетлик сизнинг жозибадорлигингизни оширишини англайсиз. Сиз одамларга ажойиб бепул материалларни таклиф қиласиз, улар билан алоқа ўрнатасиз, уларнинг саволлари ва шарҳларига жавоб берасиз. Буларнинг барчаси сизнинг ижобий имиджингизни шакллантиради. Сиз бозорингиз ва мижозларингиз билан ишончли алоқаларни ўрнатмоқдасиз. Бу сизнинг таъсирингизни янада кучли қилади.

► 6. ВОҚЕА ВА МАРОСИМ

Маркетингни тадбирга айлантириб (бу PFLни муваффақиятли ишга туширишнинг мақсади) сиз дарҳол уни жозибали қиласиз. Одамлар воқеаларни яхши кўради, воқеалар уларни ўзига жалб қилади. Воқеалар уларга ўзларини каттароқ нарсанинг бир қисми эканлигини ҳис қилиш имконини беради. Спорт мухлисларини севимли жамоасининг тақдирини диққат билан кузатиб боришининг сабабларидан бири ҳам шунда. Бундан ташқари, “ўз жамоаси” аъзолари, одатда, улар учун умуман нотаниш одамлардан таркиб топган бўлади. Аммо уларнинг ўйинларини томоша қилиш мухлислар ҳаётидаги муҳим воқеага айланади.

Кўпинча, бу триггер “маросим” каби нарсага асосланган. Маълум воқеанинг одамлар билан биргаликда бошдан кечирилиши, ҳис қилиниши, ҳаяжони ўзига хос маросимга айланади. Маросимлар одамларни бирлаштиради ва мавжуд бўлган энг кучли тажрибаларни яратади. Урф-одатлар деярли барча динларнинг асосидир. Замонавий Ғарб дунёсида бундай маросимларнинг етишмаслиги мавжуд (бу нима учун спорт мусобақалари кўпчилик учун жуда муҳим эканини ўзига хос тарзда изоҳлайди ҳам), натижада кўпчилигимиз учун мазкур тажриба жўшқин ҳаяжонларга бой бўлади.

Ушбу китоб янги динлар ёки спорт жамоаларини яратиш учун қўлланма эмас, аммо ҳеч нарса бу кучли триггерни тез ва осон ишлатишингизга ҳалақит бермайди. Маркетингни воқеага айлантининг ва эришилган натижаларга қойил қоласиз.

► 7. ЖАМИЯТ

Бизни қуршаб турган теварак ҳам кучли триггерлар сирасига киради. Биз ўзимизни жамиятда қабул қилинган қоидалар доирасида тутамиз албатта. Мен ўсмирлигимда, Американинг Ўрта Ғарбида деярли ҳар бир уйнинг олдида мусаффо майсазор бор эди. Яшил майсазорни яратиш ва парвариш қилиш кўп вақт, куч ва маблағни талаб қилар

эди. Менга, негадир, одамлар буни уйнинг олдида ўсувчи ўтларга ўралашиб юриш учунгина қилишмагандек бўлиб туюлаверарди. Аммо майсазор яратиш жамиятда ижтимоий меъёрга айланиб, унга ҳамма ўзгача эътибор билан ёндашиб, риюя қиларди.

Ишончим комил: ўйлаб кўрсангиз, сизнинг ўзингиз бир неча жамоатларнинг аъзоси эканингизга амин бўласиз. Бу ҳамкасблар, бирон бир ижтимоий ҳамжамият, дўстлар доираси ва ҳатто Интернетдаги форумлар бўлиши мумкин. Ва барча ҳолатларда, ахлоқий меъёрларни белгилайдиган муайян қоидалар тўплами мавжуд. Албатта, ҳар бир жамоанинг ўз меъёрлари бор, лекин шу билан бирга улар маълум бир жамият аъзоларига кучли таъсир кўрсатади.

Бироқ, битта ёқимли нарса ҳам борки, эҳтимол бу сизга ҳали маълум ҳам эмасдир. Баъзан, ҳамжамият бир-бирига ўхшаш тизимларга эга бўлган катта тузилмага ўхшайди ва у билан ўзаро муносабатга киришишнинг ўзи осон эмасдек кўринади. Лекин аслида бундай эмас. Ишга тушириш жараёнида ўзингизнинг онлайн ҳамжамиятингизни яратишингизга ҳеч нарса тўсқинлик қилмайди. Одамларнинг сиз билан муносабати, сизнинг маркетингиз ва бир-бирлари билан ўзаро муносабати жамият барпо қилиш йўлидаги биринчи қадамдир. Ва бу сиз жамият меъёрларини белгилайсиз, деган маънони англатади. Ушбу нормалар сифатида сиз ишга туширишгача бўлган ахборот материаллари, ишга туширишга бағишланган блогдаги шарҳлар ва ижтимоий тармоқлардаги постларингизни “лайклар” учун рўйхатдан ўтказишингиз мумкин. Ва ҳатто сизнинг маҳсулотингизни сотиб олиш рўйхатини ҳам.

➤ 8. КАМЁБЛИК

Камёблик энг кучли менталь триггерлардан биридир. Нуқта. Ҳаммаси жуда оддий: маълум бир нарса қанчалик камёб бўлса, у шунча кўп керакдек бўлиб туюлади. Аслида, бизнинг ҳаёт тарзимизни айнан камёблик бошқаради. Агар сиз бу ҳақда ўйлаб кўрсангиз, мазкур триггер биз-

нинг ҳаётимизга жуда кўп ва турли хил таъсир қилишини англаб етасиз. Нима учун одамлар олмосни бошқа қимматбаҳо тошлардан кўпроқ қадрлашади? Чунки уларни олиш қийинроқ. Кесиш-тарошлаш қийинроқ. Улар бошқа тошларга қараганда камроқ. Ва улар жуда қиммат туради.

Худди шу каби мулоҳазани олтин, “Ролекс” соатлари ва “Феррари” автомобиллари ҳақида ҳам айтиш мумкин.

Бу триггерлар одамларни қарор қабул қилишга мажбур қилади. Кўпчилик, айниқса, пул сарфлаш ҳақида гап кетганда, қарор қилиш билан боғлиқ дамни кечиктиришни афзал кўради. Аммо сизнинг маркетингингизнинг асосий мақсадларидан бири бу одамларни қарор қабул қилишга мажбурлашдир. Ва бу ерда камёблик сизга ёрдам беради. Агар маълум бир ресурс камёб бўлса, сиз тезда қарор қилишингиз керак бўлиб қолади, акс ҳолда у тугаб қолиши мумкин ахир.

Ишга тушириш муваффақиятли амалга ошиши учун ушбу триггерни унга ўрнатиш керак. Номукамал харид охир-оқибат салбий оқибатларга олиб келиши турган гап (масалан, ишга тушириш тугаганидан кейин маҳсулот нархини ошиб кетишига). Шу каби ёндашув натижаларингизни янги босқичга олиб чиқади.

Тажриба шуни кўрсатадики, ишга тушириш сотувининг сўнгги кунида бошқа вақтга қараганда кўпроқ сотилади. Яхши ташкил этилган ишга тушириш билан, сўнгги сонияларда шошилишч харид қилиш, авлиё Валентин куни олдидан гул сотиб олиш муқаррарлиги сингари табиий ҳолат.

Бу спорт томошасини ёдга солади. Ишга тушириш дастурига маълум бир чеклов қўшиб қўйинг, шундан сўнг катта попкорн қутисини сотиб олинг, стулга ўтиринг ва кечкурун савдонинг жадал ўсишини кузатинг.

Сўнгги учта хатбошини яна бир бор ўқиб чиқинг, чунки бундай кучли триггер натижаларингизни тубдан ўзгартиришга имкон беради. Агар менинг барча тавсияларим ичидан фақатгина ушбу триггерларни амалга оширишга

қарор қилсангиз ва уни барча бошланғичларда ишлатишни бошласангиз, сиз ушбу китобни сотиб олишга сарфланган пулдан 10 000 баравар кўп даромад оласиз.

➤ 9. ИЖТИМОЙ ДАЛИЛ

Биз кўриб чиқувчи энг кучли триггер ижтимоий далил ҳисобланади. Анъанавий маркетинг компанияси доирасида унга эришиш жуда қийин, аммо уни маҳсулотни PLF-ишга тушириш тартибига киритиш осон.

Ушбу триггер одамларнинг хатти-ҳаракатларини бошқаларнинг юриш-туришларига солиштириш орқалигина тўғри деб ҳисоблаши билан боғлиқ. Одатда, ўзимиз нима қилишни билмасак, биз бошқалардан намуна олишни бошлаймиз. Инсон – бу ижтимоий мавжудот, шунинг учун бошқа одамларнинг хатти-ҳаракатлари бизга ҳеч қандай таъсир кўрсатмайди, деб ўйлашга ҳожат қолмайди албатта.

Тасаввур қилинг, масалан, сиз нотаниш шаҳарга келгансиз ва кечки овқатланиш учун жой қидираяпсиз. Тажрибанинг ҳаққонийроқ ўтиши учун, сизнинг смартфонингиздаги батарея қуввати тугаган деб тахмин қилинг, яъни Интернетдан фойдаланиш ва маҳаллий рестороанларнинг шарҳларини ўқиш имконингиз бўлмайди. Ва шу пайт сиз иккита рестороанни кўриб қоласиз. Ўнг томондаги машиналар тураргоҳида битта ҳам машина йўқ, аммо чап томондаги тураргоҳда олтита машина турибди. Сиз қайси рестороанга кирасиз? Аксарият одамлар бирон афзал сабаби бордирки, маҳаллий аҳоли бу рестороанни маъқул кўрган, деб ўйлаб, чап томонни танлашни афзал кўради. Ижтимоий исбот шу тарзда ишлайди.

Ана энди, айтайлик, сиз смартфондан фойдаланишингиз мумкин. овқатланиш учун жойлар ҳақидаги маълумотлар билан таниша олишингиз сизга ижтимоий исботнинг яна бир усулини тақдим этади. Аммо иккала ҳолатда ҳам, сизнинг танловингиз бошқа одамлар қилган ёки ёзган нарсаларга асосланади.

Бошқа бир мисолни кўриб чиқайлик. Дейлик, сиз би-

рон бир дастур ёки иловани юкламоқчисиз. Сиз download.com сайтыга ёки иловалар дўконига борасиз, қидиришдан фойдаланасиз ва 30 дастур вариантларига ҳаволалар оласиз. Улардан бири 3,5 миллион марта юкланган, иккинчиси – 17 000 марта, қолганлари – бир неча юз марта, баъзида эса ундан ҳам кам. Аввал қайси вариантни кўриб чиқишни маъқул кўрасиз? Кузатув кўпчилик томонидан юклар олинган ва мақсимал миқдорга эга бўлган дастурни кўриб чиқиш билан бошланади. Ахир, одамлар бир нарса-ни билишадик, буни юклар олган, деб ўйлайсиз, тўғри-ми? Яъни, ижтимоий исбот яна кучга киради.

Сизнинг ишга туширишингизда ушбу триггерни қандай қўллаш мумкин бўлади? Ишга туширишинг интерактив хусусияти ҳар қандай ижтимоий далилларни яратишга имкон беради. Сизнинг сайтингизга тасодифан кирган киши бошланғич маълумотларингиз қандай изоҳланаётгани кўриши, одамлар сизнинг ишга туширишингиздан мамнун эканлиги ва сотувлар бошланишини интизорлик билан кутганини кўришлари – бу ижтимоий исботнинг амалдаги намоёни ҳисобланади.

Оралиқ ва давомийлик: менталь триггерларнинг кейинги даражаси

Шундай қилиб, ушбу бобда сиз менталь триггерлар ҳақида асосий тушунчага эга бўлдингиз – бу доимий равишда, бизнинг ҳаракатларимизга узлуксиз таъсир қилдиган нарсалар. Улар қандай қарорлар қабул қилишингизни аниқлаб беради. Ва бу китоб нуқтаи назаридан анча муҳимроқ, улар доимий равишда сизнинг потенциал мижозларингизнинг қарорлари ва ҳаракатларига таъсир қилади.

Бундай ҳолда, мен мавзуга қисқача кириш билангина чекландим. Ушбу китобнинг формати бизга фақат тўққиз триггерни кўриб чиқишга имкон берди, улар мен PLF да ишлатадиган нарсаларимнинг деярли ярмини ташкил

этади⁸.

Шуни эсда тутиш керакки, триггерлар алоҳида ишла-тиладиган нарсалар эмас. Уларнинг аксарияти бир-бири билан чамбарчас боғлиқ ва синергетикдир. Бу триггерлар-нинг комбинациясидан фойдаланиб, сиз эффе́ктни сези-ларли даражада кучайтирасиз.

Масалан, авторитет ишонч билан чамбарчас боғлиқ. Ўзингизга ишонганингизда, ўз авторитетингиз билишин-гиз осонроқ бўлади. Шу билан бирга, авторитетга эга бўл-ган одамга табиий равишда кўпроқ ишонилади.

Жуфтликнинг яна бир мисоли – бу камёблик ва ижти-мой далилдир. Агар бирор нарса дефицит бўлса, умуман олганда, бу талабнинг таклифга нисбатан ортиқлигини англатади. Демак, бу нарса катта талабга эга, деб тахмин қилинади, бу эса ўз навбатида ижтимоий исботнинг қий-мати бўлиб хизмат қилади. Аслида, камёблик ва ижтимо-ий далил бир танганинг икки томонлари ҳисобланади.

Ақлий триггерларнинг яна бир муҳим хусусиятини ёдда тутиш керак. Бир-бири билан комбинацияланган ҳолда, улар ўз кучларини оширадилар. Айнан шу жиҳа-ти билан маҳсулотни ишга тушириш Формуласи тенгсиз саналади. Ишга туширишларнинг табиати бизга бир-би-рининг устида турадиган триггерлар тўпламини қўллаш учун вақт ва имкон тақдим этади.

Ишга тушириш олди жараёни ва ундаги кетма-кетли-гини ўрганиш пайтида, мен ушбу мавзуга яна қайтаман. Сизга ҳар бир аниқ босқичда қайси триггерларни ёқиш кераклигини айтиб ўтаман, аммо ҳозирча кичик бир ми-солни кўриб чиқайлик.

Умуман олганда, эксплуатациядан олдинги парвоз умумий истиқбол ва имкониятларни намоиш этувчи таъсирчан маълумотлардан бошланади. Ушбу маълумот-ларни тақдим этиш билан сиз дарҳол ишончга эга бўла-сиз; бу деярли ўз-ўзидан содир бўлади. Бундай ҳолда сиз

⁸ Ушбу мавзу бўйича қўшимча маълумот олишни истаганлар учун видео тай-ёрладим: <http://thelaunchbook.com/triggers>

Ўзаро келишув каби триггерларни фаоллаштирасиз, чунки сизнинг қимматли маълумотларингиз бепул бўлади. Уни олган одам сизга раҳмат айтишни хоҳлайди, бу кўпинча сизнинг маҳсулотингизни сотиб олишга қарор қилади. Бундан ташқари, ишга тушириш олдидан бошқа жиҳатлар ҳақида гапириб, сиз ўзингиз учун ишлашни олдиндан кутиш каби триггерни ишлашига мажбурлайсиз.

Режалаштирилган кетма-кетликда ҳаракат қилсангиз, ижтимоий далил пайдо бўлади, чунки одамлар сиз тақдим этган маълумотни ишга туширишдан олдин, унга очик изоҳ беришади. Ушбу шарҳлар сизнинг блогингизда ёки ижтимоий тармоқда пайдо бўлиши мумкин, аммо ҳар қандай ҳолатда ҳам улар сизга ижтимоий далиллар таъсирини тўплашга ёрдам беради. Ва мен умид қиламанки, ишга туширишдан олдинги босқичда потенциал миждозлар билан ўзаро муносабат сизга уларни ёқтиришингиз учун имкон беради (ва келажакда ишонч учун асос яратади).

Ишга туширишнинг охирларида, савдо бошланишидан олдин ва сотишни бошлаш санасида, одамлар маҳсулотингизнинг чиқишини кутишлари учун воқеа ва маросим каби триггерларни фаоллаштириш вақти келади. Ушбу нуқтада, сиз таклиф қиладиган нарсалар ҳақида суҳбатни бошлаш ва таклифнинг чекланганлигини эслатиб ўтган ҳолда, сиз камёблик триггерларини табиий равишда фаоллаштиришингиз мумкин.

Бу ақлий триггерларнинг комбинациясидан фойдаланишнинг кичик бир намунаси дир ва умид қиламанки, улар қанчалик кучли эканлигини тушиниб етдингиз. Ва PLF триггери экспонентли кучайтирувчи эффект яратиш учун ушбу комбинациядан фойдаланишга имкон беради. Тилсим-жоду айнан шу ерда – охир-оқибат, ҳар бир киши индивидуал триггерларга ўзига хос тарзда реакция кўрсатади. Баъзиларига ижтимоий далил жуда таъсир қилади, бошқалари эса асосан ишонч ва авторитет каби таъсирлар остида қарор қабул қилишади. Аммо битта триггер-

ни бошқасига кетма-кет қўйиб, унга қарши туриш деярли мумкин бўлмаган нарса яратишга туртки бўласиз. Бу маҳсулотни ишга тушириш формуласининг аниқ кучи ва шунинг учун у ўйин қоидаларини бутунлай ўзгартира олди.

Шундай қилиб, мен сизга жуда кўп назарий маълумотларни тақдим этдим. Сиз ҳозиргина менталь триггерлар билан танишиб чиқдингиз ва аллақачон PLF мозаикасининг асосий қисмларини тушуниб етдингиз. Олдинга интилиш вақти келди ва бу бутун назарияни аниқ бир ишга тушириш орқали кўриб чиқишимиз керак.

Ва биз бошланғич қисмни бегона кўзлардан пинҳон тутилган нарсадан бошлаймиз. Айнан мана шу бегона кўзлардан яширилган таркибий тузилма, бизга улкан муваффақиятни таъминлайди. Ишга тушириш олдидан бўлувчи ҳаракатнинг вақти келди...

6-боб. Огоҳлантирув зарбаси: ишга туширишдан олдин

Ўйлайманки, сиз ишга туширишнинг жиддий иш ва режалаштиришни талаб қилишини англаб етдингиз. Ҳа, тушунаман... Мен ҳам бошқача бўлишини истардим. Аммо меҳнатсиз пул ишлашнинг иложи йўқ. Менимча, агар сиз ҳали ҳам ушбу китобни ўқишни давом эттираётган бўлсангиз, меҳнат сизни чўчитмайди.

Одатда, барчаси ишга тушириш олди ишларидан бошланади. Бу сеҳрли лаҳза, потенциал мижозлар қандайдир қизиқ нарсаларнинг ёғилишини тахмин қила бошлайдилар.

Йиллар давомида мен маҳсулотни ишга тушириш формуласининг муҳандислик таҳлилини ўтказишга ҳаракат қилаётган бир неча одамларни кўрганман. Бошқача қилиб айтганда, бир нечта ишга туширишни кўрганларидан сўнг, улар бутун бу “ошхона” қандай ишлашини тушунишга ҳаракат қилишган эди. Аммо пинҳоний қисмлар,

кўпинча, ҳар қандай жараённинг муҳандислик таҳлилига халақит беради. Бунда баъзи бир муҳим таркибий қисмларни эътиборсиз қолдиришнинг ўзи кифоя қилади ва жараён жуда ёмон яқунланади. Кузатувчилар деярли ҳар доим эътибордан ташқарида қолдирадиган нарса бу – сахна олдиндан тайёргарлик воқеалар билан боғлиқ – айнан мана шу босқич бегона кўзлардан пинҳон бўлади. Шуниси эътиборга лойиқки, бу формуланинг қисмларини амалга ошириш учун энг оддий ва осон йўлдир.

Ишга тушириш олди ғояси шундаки, сиз мухлисларни қайта ишлай бошлайсиз ёки агар сизда улар бўлмаса, уларни орттиришга ҳаракат қилишингиз мумкин. Шу билан бирга қатор фундаментал тадбирлар ўтказилиб келади. Сизнинг маҳсулотингиз бозорга қандай қизиқиш уйғотиши мумкинлигини текширасиз. Ишга туширишдан олдинги босқичда жавоб беришингиз керак бўлган потенциал изоҳларни олдиндан билиб олишга ҳаракат қилишингиз керак. Ва ниҳоят, тижорат таклифингизнинг якуний шаклини аниқлашга ёрдам берадиган маълумотларни тўпланг. Бундан ташқари, сиз ишга тушириш олдидаги кетма-кетлик учун пойдевор тайёрлаётган бўласиз.

Мен ишга тушириш олдидан бўлган жараённи огоҳлантириш зарбаси деб аташни яхши кўраман. Денгиз флотидида очик кема ҳужумига ишора қилмасдан диққатни жалб қилиш имконини берадиган бошқа кема йўналиши бўйича отишмани шундай аташади. Ушбу босқичдаги барча ҳаракатларингиз, шунга ўхшаш тарзда, у ерда бирон бир нарсани сотишга уринмасдан фақатгина бозорнинг эътиборини жалб қилишга қаратилган бўлади.

Сизга бу жуда кўп куч талаб этадигандай туюлаяпти, тўғрими? Ҳа, бу босқичда сиз кўп меҳнат қилишингиз керак, аммо буларнинг барчаси амалда қанчалик осон ва содда ўтишига ҳайрон бўласиз.

Шахсан мен, одатда, ишга туширишдан олдин бир ёки иккита электрон почтани ишлатишни афзал кўрар эдим, аммо бугунги кунда кўпчилик одамлар ижтимоий тар-

моқлардан кўпроқ фойдаланишни афзал кўришади. Бир неча бор Интернетга видеоклиплар жойлаштирдим ва баъзида уларга анкеталарни ҳам кўшдим.

Ишга туширишдан олдин ўнта савол

Мана, кейинги сафарга тайёргарлик кўраётиб, унинг биринчи босқичи ҳақида ўйлай бошлаган вақтимда бошимда ғужғон ўйнаган асосий саналувчи ўнта савол:

1. Одамларда ўзларига бирон бир нарсани сотишлари зарурлигини ҳис қилдирмасидан туриб, бўлажак воқеа ҳақида маълумотни қандай тақдим этиш керак?

Одамлар бирор нарсани сотишга ҳаракат қилаётганларини англашлари биланоқ, уларда ички норозилик намойиши бўлади. “Юлдузли трек” фильмида бўлганидек: заррагина бўлсин таҳдид хавфи юзага келганида “Ҳимояни ёқинг!” буйруғи берилиши зарур. Тижорий кўнғироқларнинг натижаси – бу потенциал мижозлар учун ишончли ва ҳамдардликни йўқотишдир. Шунинг учун, бу ҳолда сиз маҳсулотни сотишга очиқ уринишларсиз гаплашишингиз керак.

2. Қандай қилиб уларнинг қизиқишини уйғотиш мумкин?

Қизиқиш, олдиндан сезиш сингари менталь триггер билан чамбарчас боғлиқ. Айни шу илмоқ одамларни тугтиб туради ва уларнинг кетиб қолишига йўл қўймайди. Дастлабки босқичда потенциал мижозларнинг қизиқишини уйғотиб, сиз уларни ишга тушириш пайтидаги содир бўлаётганларга нисбатан қизиқишингизни сақлаб қолишингиз мумкин.

3. Одамларни ўз маҳсулотимни яратишимда ёрдам беришга қай тариқа мажбурлашим мумкин? Қандай қилиб уларни ҳамкорликка тайёр туришга ундаш мумкин?

Бу кўпчилик эътибордан четдан қолдирадиган жуда муҳим жиҳат. Одамлар яратилишига ўзлари ҳисса қўшган нарсаларни қўллаб-қувватлашга мойилдирлар. Агар сиз потенциал мижозларни бу ишга жалб қилиб, уларга бу

жараён билан боғлиқ эканини ҳис қилишга – эҳтимолки, ҳаммуаллиф бўлишга – мажбур қила олсангиз улар сизни қўллаб-қувватловчи гуруҳни ташкил қилади.

4. Маҳсулотга оид потенциал эътирозларни қай тариқа аниқлаш мумкин?

Одамларнинг маҳсулотни сотиб олишига тўсқинлик қилувчи омилларни бартараф қилмасдан туриб маҳсулотни сотиш мумкин эмас. Аммо бу омилларни бартараф қилиш учун, аввало, уларни аниқлаш керак. Сиз бу борадаги барча изоҳларни биламан, деб ТАХМИН қилишингиз мумкин, ваҳоланки бу ҳақда фақатгина потенциал мижозлар билан муносабатлар орқалигина БИЛИШ мумкин бўлади. Афсуски, ишга туширишлар, кўпинча, бўлиши мумкин бўлган – айти шундай акс-омилларнинг моҳиятини тушунмаган ҳолда амалга оширилади. Ишга туширишдан олдинги бўлган жараён уларни эрта босқичда аниқлашга имкон беради. Шу билан бирга, сиз пайдо бўлган саволларнинг жавоблари ҳақида ўйлашингиз ва потенциал мижозлар томонидан аниқланган камчиликларни бартараф этиш учун вақтингиз пайдо бўлади.

5. Потенциал мижозни тақдим этилаётган маҳсулот муҳокамасига жалб қилса бўлади? Айти пайтда, ишга туширишни бошланмасиданоқ бўғиб қўювчи корпоратив-бюрократик тил таъсиридан муҳофазаланиш мумкин?

Мисолимиздаги вазиятда савдо агентига айланмаган ҳолда потенциал мижозларга яқинлашаётган ишга тушириш ҳақида маълумотни қай тариқа беришга оид дастлабки савол билан боғлиқлик мавжуд. Аммо бу ҳолда, “иштирок этиш”дек муҳим нарса – суҳбатнинг бошланиши ва мулоқотни қўллаб-қувватлаш ҳам қўшилади. Бошқача қилиб айтганда, айти шу пайтда “ишга туширишни муҳокама қилиш” га тайёргарлик бошланади, мазкур мулоқот давомида сиз монологни, маркетинг диалогига айлантисиз.

6. Қандай қилиб ишга туширишни завқли, ҳазил туй-

ғуси билан ва ҳатто мафтункор ўтказса бўлади?

Мен олдиндан сизни огоҳлантирмоқчиман: мен сизга берган кучли воситаларга қарамай, оломон бозорда одамларнинг эътиборини жалб қилиш ҳар доим жуда оғир ишдир. Тасаввур қилинг, сиз ўз таъсир доирангизга жалб қиладиган ҳар бир сония бу вақт сайин муттасиллик касб этувчи “диққат-эътибор бомбаси” деган белгидир. Ва бу сониялар эса сизнинг ҳисобингизда унчалик кўп эмас. Мен сизни қўрқитмоқчи ёки содир бўлаётган нарсаларни ортиқ даражада бўрттирмоқчи эмасман, лекин ҳақиқат шундаки, сиз ўзингизнинг маҳсулотингизни сотмоқчи бўлган одамларнинг диққатини ўзига жалб қилиш учун яна минглаб турли нарсалар курашмоқда. Ҳазил ва баъзи кутилмаган ҳаракатлар диққатни бир зумда қайта тиклаш воситаси сифатида қўлланиши мумкин. Ҳар сафар потенциал мижозни кулдириб ёки табассум қилишга мажбурласангиз, “диққат-эътибор бомбаси” ҳисоблагичи қайта тикланади ва сиз яна бир неча қимматли сонияларга эга бўласиз.

7. Одамлар гавжум бўлган бозорда қандай ажралиб туриш керак?

Аслида, бу олтинчи саволга оид мулоҳазаларнинг давоми. Ажралиб туриш – бу потенциал мижозларни ўз таъсир доирасига жалб қилиш ва шу ерда тутиб туришдир. Мен ҳеч қачон, менинг маркетингим бошқа одамларнинг маркетингига ўхшаш бўлишини хоҳламас эдим. Мен уни бошқача, ноёб, унутилмас бўлишни истаганман. Мен ҳар доим бир эски тамойилни ёдда тутаман: аслида, кўпчилик одамлар (ва бизнеслар) катта муваффақиятларга эришмайдилар. Энг яхши ҳолатда улар “ўртача” натижаларга эришади. Аммо ўртача натижалар мени қизиқтирмаган, улар сизни ҳам қизиқтирмаслиги керак. Шунинг учун, ҳеч қачон ўртача ишбилармонлардан ибрат олманг; уларни нима қиладиганларини кузатинг ва худди шунинг тескарисини қилинг.

Ўз бозорингизда ва потенциал мижозларингиз олдида

ажралиб туриш унчалик қийин ҳам эмас. Шунчаки, рақобатчиларингиздан озгина фарқ қиладиган тарзда иш тутинг.

8. Менинг бозорим қандай рекламани тақозо этишини қай тариқа тушуниш мумкин?

Саволнинг бундай қўйилиши бироз ғалати бўлиб туюлиши мумкин, негаки одамлар бирор нарсанинг реклама қилинишини интиқлик билан кутиб туришини тасаввур қилиш қийин. Аммо барчада ҳам айрим муаммолар мавжуд. Ҳар бир инсоннинг умидлари, орзулари, истаклари ва қўрқувлари бор. Ва бу ҳолатлар инсоннинг кечалари хотиржамгина ухлашига монелик қилади. улар, ечим топишни истайди албатта. Агарда сиз уларга мазкур ечимни таклиф қилишга тайёр бўлсангиз, улар буни мамнуният билан сиздан сотиб олишади.

9. Қандай қилиб таклифни аниқ шакллантириш керак?

Қанчалик уринмайин, маҳсулотни ишга тушириш Формуласининг сеҳрли хусусиятларини тасвирлаб беришда сиз учун ажойиб таклиф нечоғлик асқотишини алоҳида эътироф этаман албатта, бундай таклифсиз иш битмайди. PLF методологиясининг бир қисми сифатида мен буни “қақшатқич таклиф” деб атайман. Унчалик ҳам техник деб атаб бўлмайдиган мазкур атама асосий ғояни мукамал ифодалайди. Агар сиз муваффақиятли ишга туширишни режалаштирган бўлсангиз, сиз қақшатқич таклифсиз буни амалга ошира олмайсиз.

Бундай таклиф – бу муваффақиятли ишга тушириш учун катта қадам.

Ушбу муаммони ҳал қилишнинг калити бу ишга туширишдан олдинги тараддуд билан боғлиқ бўлган жараён ҳисобланади. Агар сиз потенциал мижозлар учун саволларни тўғри шакллантирсангиз, уларнинг ўзлари сизга қандай қилиб ажойиб таклифни шакллантиришингизни айтиб беради.

10. Буларнинг барчасидан қай тариқа ишга туширишнинг Дастлабки узвийлиги табиий равишда ҳосил бўлади?

Ишга тушириш (жумладан, PLF усули) сирпанчиқ тепалиқдан пастга ҳаракатланиш сингари сизни ишга тушириш кунига олиб борадиган яққол узвийлик туфайли, бошлашдан олдинги кетма-кетликка ўтишнинг ўзи табиийдир.

Менинг энг сеvimли ишга тушириш олди тараддуд стратегиям

Шундай қилиб, ушбу саволларнинг барчасини ёдда тутган ҳолда, мен бир нечта электрон почта хабарлари ёрдамида тўғри жавобларни топишга ёрдам берадиган самарали стратегияни изладим.

Яхшиямки, мен 95 фоиз ишлаган эски, тасдиқланган стратегияни эсладим. Ишончим комилки, бу сизга ҳам ёрдам беради. Бу стратегиянинг кўп тафовутлари мавжуд, аммо ҳатто, энг асосий версия ҳам ҳайратланарли даражада самаралидир.

Биргина мисолни кўриб чиқайлик. Мен ушбу ишга туширишни 2005 йилда, фонд бозорида савдо-сотик билан боғлиқ маҳсулотни ишлаб чиқариш давомида ташкил қилганман. Эҳтимол, ўша кунларда муваффақиятли бўлган технология ҳозирда иш бермайди, деб шубҳаланарсиз эҳтимол. Аммо мен сизларни ишонтириб айтишга журъат қиламанки, PLF дастури бўйича таҳсил олаётган менинг талабаларим учун, ушбу узвийликни қўллаш ҳалигача жуда яхши натижаларга эришишга имкон бермоқда.

Ҳа, яна бир эслатма. Мисолда фақат фонд бозори билан боғлиқ ҳолат кўзда тутилган, аммо бу стратегия турли соҳаларда муваффақиятли синовдан ўтган. Менинг талабаларим уни турли хил бозорларда – “гитара чалишни ўргатиш курслари” дан тортиб то “мижозларни массаж хонасига жалб қилиш” ва “хонаки уй итларни парваришлашни ўрганиш” гача ишлатиб кўришган.

“Кичик эълон ва талаб”

Хамма нарса шунчалик содда ва оқилонаки, тасодифий ўқувчи ушбу услубнинг сеҳрли ва кучли эканлигини тушунмаслиги мумкин. Аммо, аминманки, сиз бундай хатога йўл қўймайсиз.

Шундай қилиб, мен ишга тушириш олди жараёнини обуначиларимга юборилган қисқа хат орқали бошладим. Сўнгги йилларда ушбу хатни Facebook даги саҳифамда кўпайтириб келдим:

Мавзу: Мўъжаз эълон ва сўров.

Бу Жефф Уокер. Бироздан кейин мен сизга бозор янгиликлари ҳақида маълумотларни юбораман. Лекин аввал сиздан бир хизматни сўрамоқчиман.

Биз кўп вақт кутилган Савдо қўлланмаси устидаги ишларни деярли тугатдик. У январь ойининг бошларида пайдо бўлди. Аммо материал чоп этилишидан олдин сизга бир нечта савол бермоқчимиз. Бизга ёрдам бера оласизми?

Сиз сўровномани <http://www.example.com/> да топишингиз мумкин (ва келажакда қўлланма ҳақида кўпроқ маълумот олишингиз мумкин).

Олдиндан катта раҳмат

Жефф

Албатта, мактубда сўровнома учун қулай қайдлар баён этилганди. Умуман олганда, ҳаммаси шундан иборат. Ишга тушириш олди тараддуд дастурини тақдим этиш учун 80 сўздан иборат мактуб кифоя қилди. Ушбу битта хат бизга олдинга силжишимиз учун имкон берди. Кейинги босқичга ўтишдан олдин, обуначиларга тақдим этилган саҳифани кўриб чиқамиз. Ундаги матн қуйидагича эди:

Салом!

Узоқ кутилган Савдо қўлланмасининг устида ишлаш деярли якунланди.

Қўлланмани тузиш учун тўрт йилдан кўпроқ вақт ке-

рак бўлди, аммо ниҳоят, биз деярли шу ердамиз. Қўлланма январь ойининг бошларида чиқади.

Бизнинг курсимиз тўлиқ ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ ВА ҚАРШИЛИКЛАР га бағишланади. У иккита босма дарслик, аудио материаллар билан саккизта компакт-диск ва битта видео дарслик билан битта DVD-дискни ўз ичига олади. Бу биз қўллаб-қувватлаш ва қаршилик ҳақида биладиган барча нарсаларнинг тўлиқ ҳисоботи бўлади.

Биз қўллаб-қувватлаш ва қаршилик зоналарини яратишнинг барча маълум усуллари ҳақида гаплашмоқчимиз ва ушбу зоналар билан қандай ишлашимизни кўрсатамиз.

ЛЕКИН биз сизнинг ёрдамингизга муҳтожмиз. Ишимиз натижасини матбуотга тақдим этишдан олдин, биз барча мумкин бўлган мавзуларни ҳақиқатан ҳам ёритиб берганимизга ишонч ҳосил қилмоқчимиз.

Айнан шу жойда сиз бизга ёрдам бера оласиз. Илтимос, кичик сўровномага бир неча дақиқа вақт ажратинг. Биз сиздан шунинг ўзинигина сўрамоқчимиз.

Бизнинг курсимиз доирасида Қўллаб-қувватлаш ва Қаршиликка бағишланган қайси иккита мавзу ёритилиши керак?

Ҳаммаси шу. Одамларни мўъжаз сўровномага электрон почта орқали юборувчи қисқача жавоблар.

Агар юқорида баён қилинган ўнта савол билан қизиқаётган бўлсангиз, улар билан танишиш асносида мен улардан айримларига олган жавобларим баробарида қўйган қадамлар билан танишасиз.

1. Одамларга бирон бир нарсани сотишга ҳаракат қилаётганини кўрсатмаган ҳолда, бўлажак воқеа ҳақида маълумотни қандай тақдим этиш керак?

Кўриб турганингиздек, мен потенциал харидорларни бўлажак воқеалар ҳақида ҳатто реклама қилмасдан ҳам харидор қилдим. Мен улардан фақат ёрдам сўрадим. Уларнинг ушбу лойиҳа ҳақидаги фикрлари мени қизиқтирди.

Бу менинг хабарим эди. Аммо бу менга бошқа қатор

мақсадларга эришишга ҳам имкон берди ...

2. Қандай қилиб уларнинг қизиқишини уйғотиш мумкин?

Мен бунга бир неча восита орқали эришдим. Биринчидан, уларга ҳозирча сотиб олишлари мумкин бўлмаган маҳсулот ҳақида маълумот бердим. Тафсилотларни ҳаволани босиш орқали билиб олишларини айтиб ўтдим.

Бундан ташқари, мазкур мактубда ҳам, кейинчалик саҳифада ҳам ушбу асосий ибора такрорланди: “Кўпдан бери кутилган савдо қўлланмаси устида олиб борилган иш деярли тугади”. Қўлланмани узоқ кутилган нарса сифатида тақдим қилсангиз, одамларда аллақачон қизиқувчан ва маҳсулотни сабрсизлик билан кутмоқдалар, деган таассурот уйғотасиз. Бу жуда муҳим, чунки “шов-шув”, қизиқиш ва олдиндан сезиш бир-бирини озиклантириб туради. Мен эрта босқичда шундай таассуротни шакллантириб, кўпчилик кутган ишга туширишни тайёрлаб турман.

Ушбу маҳсулот узоқ вақтдан бери кутилгани ростми? Умуман олганда, бундан хабарим йўқ. Аммо мен ушбу маҳсулотнинг чиқишига узоқ вақтдан бери ишора қилаётганимни биламан ва мендан шунга ўхшаш нарсаларни яратишни сўраган одамлар рўйхати бор. Мен, чиндан ҳам, ушбу лойиҳа устида узоқ вақт ишладим ва уни дунёга танитишга тайёрман. Юқорида айтилганларнинг барчаси менга маҳсулотни узоқ кутилган деб аташим учун асос бўлади.

3. Маҳсулотимни яратишда одамларни менга ёрдам беришларига қандай мажбурлаш мумкин? Қандай қилиб уларни ҳамкорлик қилишга ундаш керак?

Бу саволга жавоб жуда оддий. Обуначилар ушбу ҳаволага ўтганларида, уларга қўлланмада қайси жиҳатларни муҳим деб билишларини айтиб бериш имконияти берилади. Мен потенциал мижозларни шарҳлар қолдиришни сўраб, маҳсулот устида ишлашга жалб қиламан. Бу ерда асосий ибора қуйидагича:

“ЛЕКИН биз сизнинг ёрдамингизга муҳтожмиз. Бизнеснинг ишимиз натижасини матбуотга беришдан олдин, биз барча мумкин бўлган мавзуларни ҳақиқатан ҳам очиб берганимизга ишонч ҳосил қилмоқчимиз”.

Унутманг, одамлар ўз қўллари билан яратган нарсаларни қўллаб-қувватлашга мойилдирлар. Ва мен ўқувчиларга маҳсулот устида ишлашда қатнашиш имкониятини бераман.

Бу ерда инсон психологиясининг яна бир нозик жиҳати ҳам намоён бўлади. Эсингиздами, олдинги бобда ўзаро ёрдам бериш менталь триггери кўриб чиқилганди? Бу мантиққа зид бўлган кўрсатма бўлиб туюлиши мумкин, аммо мавжуд ҳолатда биз ундан фойдаланамиз. Эҳтимол, сиз “Биз потенциал мижозларга хизмат қилиши ҳақида сўрасак, ўзаро ёрдам қандай роль ўйнаши мумкин?”, деб ҳам ўйлашингиз мумкин.

Аммо вазият қай тарзда эканига разм солинг. Аввало, хат менинг ахборот тарқатмамга аъзо бўлган одамларга етиб борди – уларнинг кўплари уни узоқ вақт давомида ўқийдилар. Кундалик ахборот нашрлари кўпчиликни мени мутахассис ёки хатто “гуру” деб ҳисоблашларига олиб келди.

Аслида, уларнинг фикрларини сўраб, мен уларга эътибор қаратдим. Шу нуқтаи назардан, мен яна бир бор берувчи, яъни хайрихоҳ томонга айландим. Эътибор қаратишим билан кўпчилик ўқувчиларда ўзаро ёрдам триггерини фаоллаштирдим.

Мўъжазгина мактуб ва кичик сўров ёрдамида биз келажакда роль ўйнайдиган триггерлар комбинациясини яратишни бошлаганимизни кўриб турибсиз.

4. Келгусида чиқадиган маҳсулот изоҳларини қандай олса бўлади?

Бу ҳам осон. Мен шунчаки обуначилардан сўров бўйича изоҳ беришларини сўрадим. Албатта, мен “етишмовчиликлар” сўзини ишлатмадим, чунки одамлар буни бошқачароқ қабул қилишарди. Аммо, уларнинг фикрига

кўра, иккита энг муҳим мавзу тўғрисида гапириб беришини сўраганимда, улар бир вақтнинг ўзида ўз мулоҳазалари билан ўртоқлашишди.

Бундай саволларга жавоблар ҳар доим иккита, уч ёки ҳатто тўртта такрорланадиган мавзуларни ўз ичига олади. Потенциал мижозларнинг асосий шарҳлари шулардан иборат бўлади.

5. Такдим этилаётган маҳсулотни муҳокама қилишда потенциал мижозни қандай жалб қилиш керак? Қандай қилиб ишга туширишни ҳаммасидан олдин еб битириши мумкин бўлган корпоратив-бюрократик тилдан қочиш мумкин бўлади?

Авалло, хабар ва сўров шаклига эътибор беринг. Ҳеч қандай корпоратив луғат йўқ. Энг бошидан, МАВЗУ деган жойда “Мўъжаз эълон ва сўров...” деб ёзилган эди, қачон охирги марта йирик корпорациялар ёрдам сўраб хабар жўнатишган?

Энди суҳбатни қандай бошлаш ҳақида – бу айнан бизнинг мини-узвийлигимизга бағишланади. Суҳбат бу ердаги билдирилажак мулоҳазаларга муносабат ўлароқ фикр қолдиришни илтимос қилиш билан бошланади.

6. Қандай қилиб ишга туширишни завқли, ҳазил туйғуси билан ва ҳатто ақл бовар қилиб ўтказиш керак?

Ростини айтсам, ушбу ишга тушириш олди тараддуди доирасида мазкур шартни бажара олганимга амин эмасман. Ахир мен ўқувчиларга яқинда бўладиган воқеа сири ҳақида айтиб бермасам керак албатта. Мен уларга ижодий устахонамнинг эшигини салгина очдим холос. Бу гавжум хонада, кимнингдир қулоғига айрим нарсаларни салгина пичирлаш билан баробар – ҳамма дарҳол бунинг қандай эканини билишни истайди. Бу ҳолатда, мен обуначиларимга кенг омма билиши мумкин бўлган нарсаларнигина шивирладим.

7. Одамлар гавжум бўлган бозорда қандай ажралиб туриш керак?

Айни энг асосий нуқта – маҳсулот чиқарилишидан

олдин обуначиларга ўз фикрлари билан ўртоқлашишни сўраб мурожаат қилишимдан иборат. Шу тариқа мен уларни иш жараёнида шерик қилдим. Ва бу жуда муҳим, чунки одамлар ўзлари қатнашган нарсаларни қўллаб-қувватлашга мойил.

Мен уларга мазкур маҳсулот билан боғлиқ сценарий асосидаги спектаклдаги кичик ролни тақдим этдим. Бу сизнинг очилишингизни қўллаб-қувватлайдиган ва эҳтимол сизнинг маҳсулотингизни сотиб оладиган мухлислар армиясини яратиш йўлидаги муҳим қадамдир.

8. Менинг бозорим қандай рекламани тақозо қилишини қандай тушуниш мумкин?

Бунда яна обуначиларга таклиф қилинган сўровнома менга ёрдам беради. Бу нафақат асосий мулоҳазалар, балки бошқа кўплаб маълумотлар ҳақида ҳам тасаввур беради.

Бундай сўровномаларда саволларни бир нечта тайёр жавоб вариантлари ва жавоблари матн доирасида таклиф қилинган саволлар билан уйғунлаштириш мақсадга мувофиқдир. Жавобларни танлаш билан саволларнинг жавоби баландроқ аҳамият касб этади, негаки матнни шакллантириш ва чоп этишдан кўра белгилаш катакчаларини қўйиш ёки алмаштиришни керакли жойга ўрнатиш осонроқ. Аммо иккинчи турдаги саволларга берилган жавоблар нима бўлаётгани ҳақида чуқурроқ тасаввур беради. Айнан улар ишга туширишдан олдинги кетма-кетлигини қандай қуриш ёки ишга туширишни ўзи ташкил этишга бирмунча аниқлик киритади. Кўпинча, мен олинган жавоблардан сўзлар ва ибораларни нусха кўчираман ва ишга туширишдан олдин уларни маълумот материалларида ишлатаман.

Тўғридан-тўғри маркетинг дунёсида “потенциал мижознинг онгида бўлиб ўтган суҳбатда қатнашиш” ибораси аллақачон муқим жой топган. Сўров давомида олинган жавоблар ушбу суҳбатга қўшилиш учун йўл очиб беради. Бу муболағасиз, жуда самарали усул.

9. Қандай қилиб таклифни аниқ шакллантириш керак?

Бу саволга жавоб бериш учун – аниқроғи, жавоб қандай бўлиши мумкинлиги ҳақида биринчи тасаввурга эга бўлиш учун – сўровнома натижалари яна сизга ёрдам беради. Хоҳловчиларга ахборот маҳсулотини таклиф қилар эканман, таклифнинг матни давомида ушбу сўзнинг мазмунига аниқлик кирита оламан. Ахир, таклифни оптималлаштиришга ёрдам берадиган қўшимча маълумотлар ишга туширишдан олдин ҳам, ишга тушириш жараёнида ҳам пайдо бўлади.

Виджетларни сотаётган бўлсангиз ҳам, олинган янги маълумотга мувофиқ таклифни таҳрир қилишингизга ҳеч нарса тўсқинлик қилмайди. Масалан, менинг чиқишимда, таклифнинг якуний версиясида, шунингдек, реал вақт режимида саволларга жавобларни ўзида мужассам қилган телесеминарлар бўлиб ўтди. Ишга тушгандан кейин улар учун сўровнома келди ва мен ушбу элементни ҳеч қандай муаммосиз таклифга қўшдим. Бундай бонуслар ҳар қандай ишга туширилган маҳсулотга нисбатан қўлланилиши мумкин ва қўлланилиши шартдир.

10. Буларнинг барчасидан Бошланиш кетма-кетлиги қандай қилиб табиий равишда ҳосил бўлади?

Биринчи хатдан бир неча кун ўтгач, мен яна ахборот тартқатмани тузиб чиқдим. Мен батафсил жавоблар учун барчадан миннатдорман ва лойиҳани тугатганимдан хурсандман. Бу бизга савдо агентига айланмасдан келгусидаги маҳсулот ҳақида гапиришни давом эттиришга имкон берди. Мен баланд овозда: “Менинг маҳсулотимни сотиб олинглар, маҳсулотимни сотиб олинглар!” деб бақирмаганман. Бунинг ўрнига, мен почта рўйхати бўйича обуначиларимдан менинг ҳаммуаллифларим бўлишини сўрадим. Буларнинг барчаси мен учун ҳақиқатан ҳам юқори сифатли маҳсулотни ишлаб чиқариш қанчалик муҳимлигини ва улар хоҳлаган нарсаларга қизиқишимни кўрсатди. Мен уларни ишга туширилажак маҳсулот ўзларининг эҳтиёжларига энг мос келадиган деб ўйлашга мажбур қилдим.

Ҳаммом халати чўнтагидаги 110 минг доллар

Ишга туширишдан олдинги жараён аслида содда ва самаралиликнинг чиройли комбинациясидир. Бу олдиндан ўйлашни ва режалаштиришни талаб қилади, аммо аслида амалга ошириш жуда оддий. Юқорида кўриб чиққан мисолимда битта қисқа хат ва кичик сўровнинг ўзи етарли бўлганди. Матнни таҳрир қилиш ва саволларни тузиш бир соатча вақтни олди⁹.

Ушбу муаммога нисбатан ёндашувлар жуда кўп, мен турли хил усулларни ишга туширишдан олдинги жараёнда ишлатганман, аммо энг самарали усул бу иккита асосий саволни шакллантириш усулидир. Ўзингизнинг дастлабки ишга туширишингиздан олдинги жараёнда уни ишлатишингизни маслаҳат бераман. Бу бозорни бўлғуси харидорларнинг кайфияти ва интилишлари ҳақида маълумотларни олган ҳолда бўлғуси маҳсулот ҳақида хабардор қилишнинг ажойиб усули.

Тадқиқот менга ажойиб мулоҳазаларни тақдим этди, бу менга бозор истиқболларини тушуниш, потенциал мижозларнинг асосий фикрларини олдиндан билиш ва ҳатто барча кетма-кетликлар давомида ишлатилган тилни ривожлантиришга имкон берди.

Бу ҳақиқий маҳсулотни сотишга бўлган биринчи уришим – иккита китоб ва бир нечта компакт-дисклар тўплами – ва менинг ортимда катта нашриёт турмаганди албатта. Бу фақат мен, менинг хабарларим рўйхати ва оддийгина веб-сайт эди.

Мен ошхонадаги столда ҳаммом халатимда ўтириб, ишга туширишимни эълон қилдим.

Сизга қасам ичаман, мен фақатгина халатда, ошхонада ўтирган эдим. Мана, менинг рафиқам савдо бошланганидан кейин лаҳза ҳам ўтмасидан олган сурат.

⁹ Сиз анкеталарни тузишда фойдаланишингиз мумкин бўлган хизматларни <http://thelaunchbook.com/resources> саҳифасида санаб ўтганман



Ишга тушириш жараёни

Суратда мен табассум қилиб турибман, чунки у дўкон очилгандан кейин дарҳол олинган. Шунингдан олишим кетди, мен шу дақиқани кутиб бир неча қийин дақиқаларни бошимдан ўтказдим. Ва қасам ичаманки, менинг бармоғим ҳар сафар ишга туширишдан олдин ноаниқлик билан сичқонча тугмачасининг устида бир лаҳза қотиб туриб қоларди. Ҳаммаси тўғри бажарилганми ёки йўқлигини эшлашга уринаман ҳамда мазкур тугма босиш нима-ларга олиб келишини билмоқчи бўламан.

Бироз вақт ўтди ва мен бу саволга жавоб олдим...

Тугмани босилгандан сўнг тўрт дақиқадан кам вақт ўтгач, биринчи буюртма келиб тушди. Беш сониядан кейин, иккинчиси. Ва пойга бошланди. Биринчи соатда буюртмалар менга 27000 доллар олиб келди ва биз бир ҳафтадан кейин ишга туширишни ёпганимизда, умумий даромад 110 минг долларни ташкил этди.

Бунинг учун менга ҳеч қандай шериклар, дистрибуторлар ёки савдо агентлари керак эмас эди. Оддий веб-сайт ва тарқатиш рўйхатидан бошқа – ҳеч нарса. Албатта, ушбу савдоларнинг барчасини ташкил этиш нафақат ишга туширишдан олдинги ҳаракатлар керак эди. 80 сўздан иборат электрон почта хабаридан ва оддий сўровдан ташқари яна бир нарса керак эди. Кейинги бобда айнан мана шу нарсани муҳокама қиламиз – маҳсулотни ишга тушириш Формуласининг қалби ва юрагини. Ишга тушириш олди кетма-кетлигини кўриб чиқиш вақти келди.

7-боб. Уларга ўзлари истаган нарсаларини сотинг: ишга туширишдан олдинги афсун.

Онлайн машғулот видеоларини томоша қилиш орқали теннис ўйнаш маҳоратини ошириш мумкинми? Сайтга пулли обуна, теннис дарсларини ўрнини босиши ёки унга қўшимча бўлиши мумкинми? Ва Билл Гамильтон учун янада муҳимроқ савол: одамлар онлайн теннис машғулотлари учун пул тўлайдими?

Билл дўсти билан Fuzzy YellowBalls.com веб-сайтини яратганда ўзига айна шу саволларни берган. У коллежни эндигина тугатган эди ва кўп йиллар давомида мураббий бўлиб ишлаш уни унчалик қизиқтирмас эди. Шу сабабли, у ота-онасининг уйи ертўласида Интернетда бизнес яратишга киришди. Дастлаб у YouTube да рекламадан пул топиб, видеоларни нашр этишни режалаштирган эди. Аммо гоёнинг умидсизлиги тез орада аниқ бўлди. Теннисдек жуда тор ихтисослашган соҳада жиддий реклама бизнеси учун зарур бўлган фикрларни тақдим этиб бўлмайди.

Шунинг учун Билл ва унинг дўсти таълим видеосини тўловли аъзолик шарти билан сайтга жойлаштиришди. Нархини ҳам белгилашди: ойига 25 доллар. Лекин ташриф буюрувчилар кам эди, шунга мос тарзда сотув ҳам суст эди. Олти ой ўтганидан сўнг дўстлар бу тажрибанинг

муваффақиятсизлигини тан олишга ва бошқа яна нималарнидир бошлашга тайёр бўлишди. Одамлар теннис бўйича онлайн-дарслар учун пул тўлаши мумкинми, деган саволга жавоб топилгандек эди. Табиийки, жавоб салбий оҳангда. Сайт кутилганидек муносиб даромад келтирмади.

Айни шу пайтда Билл ўзи учун ишга тушириш Формуласини кашф этди. Энди унинг йўқотадиган нарсаси йўқ эди ва у – таъбир жоиз бўлса – жангга киришди. Ҳозирлар ўзи ўша ҳолатни эслаб айтишича, дастлабки қуймоқ озгина куйган ҳолда пишганди. Ишга тушириш олди жараёни жуда тезлик билан содир бўлган, бундан ташқари, Билл Формуланинг амалда қўлланиши ибтидосини синаб кўрганди.

Лекин (бунга мазкур бобдан ишонч ҳосил қиласиз) ҳатто асосий принципларга риоя этиш ҳам ҳаётни тубдан ўзгартира олади. Биринчи ишга тушириш бир ҳафтада 35 минг доллар олиб келди, бу эса бундан ўн ой олдинги бизнестан бир неча баравар кўп миқдорни ташкил этарди. Аслида эса, айланма воситаси тўлалигича рақамли маҳсулот бўлиб, савдолар бутунича соф даромад келтирганди.

Шу тариқа Fuzzy YellowBalls.com сайти кутилмаганда даромадли бўлиб чиқди. Келажак ойдинлашди ва у қўшимча ишга туширишлар билан бевосита боғлиқ эди. Иккинчи ишга туширишга Билл анчагина жиддий ёндашди ва Формулага синчковлик билан амал қилишга тиришди, бу эса даромадни икки ҳисса ошишига сабаб бўлди. Бу гал савдо миқёси 65 мингни ташкил қилди. Бундан кейинги ишга тушириш янада муваффақиятли бўлди – олти рақамли даромад келтириши билан ёдда қолди. Якунда савдо даромади 105 минг долларга етганди. Бу ҳолатда ҳам гап рақамли маҳсулот ҳақида боради ва самарадорлик кўрсаткичи эса жуда юқори даражани қайд этди.

Ишга туширишлар кўпайгани сари Билл ҳамкорлари билан рўйхатни кенгайтирди ва улар биргаликда ўзларининг бозордаги ўринларини тобора мустаҳкамлаб бориш-

ди. Tennis Ninja нинг янги маҳсулоти 170 минг доллар даромад келтирди. Шунингдек, айрим эътиборли жиҳатлар кўзга ташланди: мазкур маҳсулотнинг ишга туширилиши Боб ва Майк Брайан билан бирга ишловчи агентнинг эътиборига тушди. Теннис ишқибозлари доирасидагилар “Ака-ука Брайанлар” деб атовчи ва айни пайтда кўпчиликнинг фикрича, эркалар теннисида етакчи саналувчи мазкур жуфтлик Биллнинг ишига қизиқиш билдирди.

Натижада ака-ука Брайанларнинг ўйинлари схемаси мужассам қилинган китоб дунё юзини кўрди (“The Bryan Bros Doubles Playbook”), бу китобни Билл Боб ва Майк билан биргаликда нашрдан чиқариб, таълим курси доирасида сотувга чиқарди. Бу нашр ўзидан олдинги барча рекордларни ортда қолдириб, мислсиз даромад келтирди – 450 минг доллар. Бир неча ой ўтиб, ака-ука Брайанлар Уимблдон кубогини қўлга киритиб, кейинчалик Олимпия ўйинлари олтин медалига сазовор бўлишганидан сўнг Билл улар билан бирга суратга тушиш имконига эга бўлди. Мана ўша сурат – Билл ўртада, унинг бўйнида иккита олтин медаль осиглиқ турибди: таассуфки ишга тушириш Формуласидан фойдаланган ҳаммага ҳам бундай – олимпия олтинлари билан суратга тушиш насиб этавермайди, кафолатланмаган бу, албатта.

Лекин Биллнинг натижаси яхши ташкиллаштирилган ишга тушириш нечоғлик қудратли нарса эканлигини яққол мисоли бўла олади. Ва Ишга тушириш олди тараддуди жараёни мазкур ишга туширишнинг энг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. Мазкур бобда айнан улар ҳақида сўз юритамиз. Негаки ишга тушириш олди тараддуд жараёнининг тартибли тарзда ўтказилиши бундан кейинги барча тадбирларнинг муваффақияти учун ўзига хос гаров бўлиб хизмат қилади.



Билл Гамильтон ака-ука Брайанлар ва уларнинг олтин медаллари билан

Пичоққа қарши тўппонча билан

Келинг, асосий иш билан машғул бўлишга қайтамиз. Сиз тафсилотлар, диалог ва узвийликнинг мислсиз самардорлигидан воқифсиз албатта. Мен ўз мавриди билан менталь триггерларнинг ҳайратли таъсирлари ҳақидаги залворли мисолларни келтириб ҳам ўтдим. Яна сиз Яширин реклама дараклари ҳақида ҳам биласиз. Шунингдек, йўл-йўлакай мен санаб ўтган қатор воситаларни қўллаган ҳолда турлича бозорларда ранг-баранг маҳсулотлар билан муваффақиятларга эришган оддий одамлар ҳақида гапириб бердим.

Шундай қилиб, амалиёт нуқтаи назаридан энг муҳим паллага етиб келдик, бу – Ишга тушириш олди изчиллигидир. Айни мана шу палладан эътиборан ишимизнинг

асосий қисми бошланади. “Умидлар маркетинги” ҳақидаги гапларни бутунлай унутиб, маҳсулотни ишга тушириш, деб аталувчи қудратли восита билан натижаларнинг барқарор тарзда моделлаштириш ишига қатъий тарзда киришингизга тўғри келади. Шунини эслатиб ўтишим лозимки, ишга тушириш олди жараёни (шунингдек, бутун Ишга тушириш Формуласи) тор мутахассисликка оид техника сирасига кирмайди. Бизнеснинг ғаройиб тарзда қайта тикланиш механизми бир қатор воситаларнинг умумлашмасидан иборат бўлади. Эшитган бўлсангиз, қадимдан шундай бир ибора мавжуд: “пичоққа қарши тўппонча қўллаш” билан боғлиқ бу ибора. Мен, одатда, бундай нақл-ибораларни ишлатаверишни хуш кўрмайман, лекин айни мана шу ибора менга негадир ёқади. У менга “Нух кемасини қидириб” фильмидаги қилич сермаб Индиана Жонснинг қаршисида пайдо бўлиб қолувчи ассасин (жосус) билан боғлиқ кўринишни эслатади. Шунда Индиана унинг нечоғлиқ совуқ қуролга эга эканига таъсирчан нигоҳ билан қараб қолади ва кейин тўппончасини чиқариб, уни отиб ташлайди. Шу тариқа хавф бартараф этилади. Ўйин якунига етади. Бу таъсирли лавҳа – унутилмас кўриниш.

Айнан шу маҳсулотни ишга тушириш Формуласи бизнес сари бошлайди. У ўйин қоидаларини ўзгартириб, муваффақиятга бўлган имкониятлар эҳтимолини кескин оширади. Лекин пичоққа қарши тўппонча экани қониқтирмайди. Ҳамонки, жангга киришар эканман, мен пулемёт ёки ракета қурилмаси каби воситалар билан қуролланган бўлишимни маъқул кўраман.

Албатта, бу ерда гап тўғридан-тўғри жанггоҳлар ёки жанговар ҳаракатлар ҳақида боргани йўқ, маркетинг дегани – уруш эмас ахир. Биз мижозларга наф келтирувчи ажойиб маҳсулотнинг ажойиб таклифини шакллантиришимиз лозим. Лекин бундай фойда фақат сотувларни яхши ташкил қилганингиздагина келиши мумкин.

Ишга тушириш жараёни савдо микёси ва кўламини ўзида мужассам қилган махсус ҳисоб формуласидан

иборат. Кузатилувчи ностандарт натижаларга қандайдир биргина восита орқалигина эришиб бўлмайди. Улар турлича воситалар, тактика ва триггерларнинг биргаликдаги қўлланилиши сифатида вужудга келади. Жараён ишга тушириш олди тараддуди босқичида бошланган, энди эса, ишга тушириш олди жараёни ёрдамида унга хос бўлган узвийлик жўшқинлигини ҳис қилиш вақти етди.

Маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг!

Шундай қилиб, ишга тушириш Формуласининг фундаментал элементлари савдолар бошланишига оид гап-сўзлардан ҳам олдинроқ мижозларга манфаат келтириш ва улар билан муносабатларни йўлга қўйишдан иборат бўлади. Бу жуда оддий кўринишда бўлиб, бу принциплардан одамлар ўз бизнесларини юритишда нега бунчалик кам фойдаланишидан ҳайратга тушади киши. Бунинг ўрнига улар қад-қоматини кўз-кўз қилганича, майдонларда туриб олади ва: маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг, деб қичқиришдан тўхтамайди.

Муаммо шундаки, сиз шундоққина ёнида ишлаётган бозорга боғлиқ бўлмаган тарзда ўнлаб, юзлаб ва эҳтимолки, минглаб рақобатчиларингиз худди сиздек қичқиришаётган бўлади. Ҳамма аслида бир нарсани таклиф этаётган бўлиб чиқади. Айни шу муҳитда оммадан ажралиб кўринишнинг ўзи мушкул, бундай қичқириқларнинг ортиб боравериши тайин бўлгани учун йил сайин вазият мушкуллаша бораверади. Ва шуниси ҳам борки, бошқалардан кўра қаттиқроқ ва узокроқ қичқирувчи одам ҳаммиша ҳам топилади. Айни пайтда борган сари кўпроқ куч сарфланади ва бундай вазиятда ҳар қандай одам ҳам мағлубиятга учраш эҳтимолидан ҳоли бўлмайди. Энг ёмони: янги бизнес бошлашингиз биланоқ сиз шу пайтгача мавжуд бўлиб, бозорда бир қадар мустаҳкам ҳолда ўз манбаларига

эга бўлган бинеслар билан рақобатга киришасиз. Демак, бошқа – энг муҳими сизнинг қоидаларингизга кўра иш юритилувчи бошқа ишга ўтиш керак бўлади.

Бунга қандай эришса бўлади? Жуда оддий! Эътиборни қичқириқлар билан жалб қилиш керакмас, балки амалий ишлар билан, масалан, сиз савдоларни йўлга қўймасдан олдинок мижозларга манфаат келтириш билан ишга тушиш лозим. Менинг дўстим Жо Полиш: “Хаёт берганларга беради, олганлардан олади”, деб таъкидлашни хуш кўради. Менимча, дунё худди шу асосга қурилган. Ва бу ибора бизнесда ҳеч қачон ҳозиргидан кўра аниқроқ акс этмаган. Интернетнинг хайрия иқтисодига нисбатан муносабатнинг ўзгариши сабаб бўлаётгани ҳам ажойиб. Бошқаларга ниманидир бериш аввалгилардан кўра осонроқ ва арзонроқ. Ахир сиз маълумотларни тарқатмоқчи ва бу ишни интернетда амалга оширмоқчисиз ахир. Маълумотлар матн, видео ёки аудиороликлар, шунингдек, бундан ташқари исталган форматларда тақдим этилиши мумкин.

Албатта, дуч келган одамларга совға бериб, улардан айни шу совғаларни олавериш мумкин эмас. Корпорация раҳбарига коучинги курсини сотишга ҳаракат қилиш ва кейинчалик унга вегетерианча рецептларни юбориш билан сиз бизнес бунёд эта олмайсиз. Маълумотларни тизимлаштириш, уларга маълум изчиллик бахшида этилиши керак, буларнинг барчаси табиий тарзда савдоларга йўл очиши лозим. Ишга тушириш Формуласининг моҳияти айнан шунда.

Бошланиш олдидан изчиллик

Аксарият ҳолларда Ишга тушириш олди изчиллиги Ишга тушириш олди информатсион материя учта таркибий қисмидан иборат бўлади – алое (мен уларни PLC аббревиатураси билан белгилайман). Буни уч актли пьесанинг муқаддимаси, оралик ва якуни билан таққосла-

шингиз мумкин. Ишга тушириш олди информацион материалларининг ҳар бир қисми маълум бир вазифани бажаради. Ҳар қисм ўзига хос тарзда аҳамиятли бўлиб, биргаликда яхлит бир сюжет линиясини ташкил қилади. ҳеч қачон материалнинг қисмларини бир-биридан алоҳида тарзда тасаввур қилмаслик лозим, бу зарур натижаларни келтириб чиқармаслиги тайин.

Ўзгаришлар ёки трансформация имкониятлари ҳақидаги яхлит сюжет линиясини ўзида мужассам қилган ҳикоя таркиб топади. Кейин эса эришилган трансформация намоянига бағишланган батафсил сабоқ навбати келади. Ҳаммаси эса, “эгаллик тажрибаси” ҳикоя билан ўз якунига етади. Айнан мана шу дамда потенциал мижозга таъсир ўтказувчи маҳсулот ҳақидаги мулоқотларга киришиш мумкин бўлади.

Бутун изчиллик давомида сиз 5 бобда келтирилган менталь триггерларнинг комбинациясини шакллантира борасиз. Фойдали маълумотни текинга тақдим этиш орқали сиз ўзаро муносабат триггерини фаоллаштирасиз. Билим ва беғараз кўмак бера олиш кабиларни намойиш қилиш билан авторитет триггерини фаоллаштирасиз. Ишга тушириш вақти яқинлашгани сайин мутлақо табиий тарзда сизнинг шахсиятингизга нисбатан ишонч шакллана бошлайди. Шарҳларга жавоб бериш ва Ишга тушириш олди материалларига одамларни жалб қила бориш билан ҳамжамият барпо қилинишига ҳисса қўша борасиз. Потенциал мижозлар билан биргаликда бутун изчиллик давомида умумий тажрибага эга бўла борасиз ва бу орқали воқеа ва маросим триггерини фаоллаштирган бўласиз. Ишга тушириш муддати қанчалик яқинлашгани сари олдиндан сезиш ҳисси шунчалик кучайиб бораверади. Моҳиятан олганда, сиз Ишга тушириш олди изчиллиги триггерларни табиий суратда бирма-бир фаоллаштира боради, бутун жараён айнан шунга асосланади. ҳаммасини аъло даражада ташкиллаштириш орқали сиз авторитет мақомига тегишли энг юксак даражага кўтариласиз. Бу-

нинг учун савдо бўйича тактикалардан биридан иккинчисига ўтаверишингиз шарт бўлмайди, маълумки, бу тактикалар кишини ўзини эски машиналар сотувчиси каби ҳис қилишга мажбур қилади. Сизнинг таъсирингиз ҳам худди бошқа одамлар қай тариқа обрў-эътибор қозонганига ўхшаб кетади. Шунчаки, сиз бу жараёни бироз жадаллашган ҳолда амалга оширасиз.

Сиз бу ерда афсуннинг мазкур жараёнинг ўзида муҳасаб бўлганини англашингиз керак. муваффақиятга эришиш учун алоҳида иқтидорли копирайтер ёки савдо агенти бўлиш шарт эмас. Албатта, кишининг бундай қобилиятларга эга бўлиши зарар қилмаган бўларди, пировардида, маҳсулотни ишга тушириш Формуласи – маркетинг дунёсидаги имкониятларни барқарорлаштирувчи восита ҳисобланади. У, ҳатто, профессионал маркетинг бўлмаган одамлар орасида ҳам юксак даражали савдо-сотиқ муҳитини яратиш имконини беради. Ишга тушириш олди жараёни якунида, агар ҳаммаси тўғри бажарилган бўлса, ташкилотчи маҳсулотни қачон харид қилиш имкони бўлишини интизорлик билан кутаётган потенциал мижозларнинг рўйхатига эга бўлади.

Шунингдек, форматлар билан мавзуга ҳам тўхталиб ўтишни истардим. Кўриб турганингиздек, бу жуда нозик нарсасиз. Сиздаги PLC электрон почта хабарлари, блоглардаги дараклар, PDF ҳисоботлари ёки аудиоклиплар кўришида бўлиши мумкин. Ишга тушириш Формуласининг аксарият фойдаланувчилари кейинги йилларда видеолардан фойдаланишни маълум кўришмоқда, бу формат албатта, қатор афзалликларга эга. Замонавий одамлар ўқишдан кўра, кўпроқ кўради, томоша қилади. Айтиш жойизки, бирон бир таъсирли видеомаҳсулотни суратга тушириш иқтидорли тарзда қандайдир матнни ёзишдан кўра осонроқ эканини ҳам эътироф этиш лозим. Агар одам ёзувчилик иқтидорига эга бўлмаса, потенциал мижозлар билан танишув ва мулоқот жараёнини сезиларли тарзда кучли суратда осонлаштиради. Қолаверса, материал тақ-

дим қилинишидаги бошқа воситалардан кўра видеонинг кўпроқ қадрланиши ҳам сир эмас.

Техник жиҳатларга ортиқча тўхталмоқчи эмасман, шунинг учун уларни икки турга ажратиш мумкинлигини айтиш билан кифояланаман: булар – экрандаги тасвирлар таъсири билан ҳосил қилинувчи ва тўлиқ форматли кабилардан иборат. Биринчи ҳолатда сиз кўз ўнгингизда содир бўлаётганларни компьютер экранига муҳрлайсиз ва уни овозлаштирасиз. PowerPoint, веб-сайтлар тақдимотлари ёки турли дастурлар шу тариқа намоён бўлади. Тўлиқ форматли видео – бу биз телевизор орқали кўришга кўниккан формат саналади; у камера орқали тасвирга туширилади. Бу маҳсулотларнинг қайсидир яхши, қайсинидир ёмон дейиш мумкин эмас; ҳар иккисининг ҳам кучли ёки ожиз томонлари мавжуд. Мисол учун, бировлар шунчаки, экранни забт этишни истайди, улар учун тасвирга тушиш қизиқмас, бунда улар ўзларини ноқулай ҳис қилади. Бошқа бировларга эса, тўлиқ форматли видео мақбул, негаки унинг тайёрланиши бир қадар камроқ тайёргарлик муддатини талаб қилади. Агар киши материал ҳақида яхши билимларга эга ва нималарни гапириш лозимлигини тахминан биладиган бўлса, камерани ёқиб тасвирни ёзишга киришиши мумкин.

Айни пайтда айтиш жоизки, ишга тушириш олди информацион материаллари асосан видео форматда яратилмоқда ва ўйлайманки, бу борада сиз ҳам шундай йўл тутасиз. Шундай бўлса-да, ёдингизда бўлсинки, сиз айна видеоклиплар олишга мажбур эмассиз. Мен электрон почтадан ташқари ҳеч нарсадан фойдаланмасдан туриб ҳам Ишга туширишларнинг анчагинасини амалга оширганман.

Шундай қилиб, Ишга тушириш олди изчиллик босқичларини янада батафсилроқ кўриб чиқамиз.

PLC № 1: Имконият (ёки саёҳат)

Ишга тушириш олди информация материалларидаги дастлабки қисми (PLC№ 1) ҳал қилувчи даражада муҳим саналади. У потенциал мижозлар эътиборини жалб қилиш ва тутиб туришга бағишланган, демакки, етарли даражада ишончли бўлиши ва “нима учун?” деган жиддий саволга жавоб бериши лозим.

Нима учун бу потенциал мижозни қизиқтириши лозим? Нима учун у ўзининг қимматли вақтини сиз учун ажратиши керак? Нега у сизни эшитишга мажбур? Сиз унга нима билан фойдали бўласиз?

Бу саволларга қандай жавоб берилади? Потенциал мижозни ўтирғизиш, қандай қилиб сизни тинглашга мажбурлаш мумкин? Қай тариқа унда қизиқиш уйғотиш мумкин?

Мен буларга шундай жавоб бераман. Ҳар бир маҳсулотнинг, таклифнинг замирида трансформация ёки ўзгаришлар имконияти ётади. Агар сиз гольф ўйинини ўргатувчи, ўйинчи учун ўз ҳисобини бешта зарбагача қисқартирувчи ўқув курсини сотаётган бўлсангиз, демакки, сиз унга трансформацияни таклиф этаётган бўласиз. Агар сиз келажакни меҳру муҳаббат билан қарши олишга ундовчи маҳсулотни сотаётган бўлсангиз, демакки, трансформацияни таклиф этасиз. Агар сиз офис почтасига 380 фоизга тезроқ суратда етказувчи машинани сотаётган бўлсангиз, демак, сиз трансформацияни таклиф этаётган бўласиз.

Бу гап кўпчилик одамларга ёқмайди, бошқа айримларга эса бу таклиф айни муддао. Ҳечқиси йўқ, сиз “ўзгариш” ёки “таъсир ўтказиш” каби сўзларниям ишлатишингиз мумкин. Бу ҳолатда асосий ғоя шундаки, бунда сиз мижозларга фойдали бўлувчи маҳсулотга ва натижага асосий эътиборингизни қаратишингиз лозим. Пировардида сиз мижозни қандайдир муаммолардан халос қиласиз... ёки улар ҳаётдан рози бўлиши учун имкон яратасиз.

Бу нафақат ишга туширишлар учун хос ва тўғри ҳисобланади. Бу принцип ҳар қандай савдода фойдаланиш

учун қулай ҳисобланади. Маркетинг билан шуғулланувчи реклама берувчиларнинг айтишича, агар сизнинг асбоблар билан савдо қилувчи дўконингиз бўлиб, пармадастани сотаётган бўлсангиз, аслида сиз пармадастани эмас, “ёғоч девордаги тешикларни” сотаётган бўлиб чиқасиз. Одамлар, одатда, якуний натижани сотиб олишни мақбул билишади. Бунда эса, сизнинг нима билан савдо қилаётганингиз мутлақо аҳамиятсиз. Одатдаги истеъмолчини қайсидир асбоб қизиқтирмайди аслида. У қайсидир натижага эришиш учун восита холос. Бу эса, сиз унга сотишни истаган нарсанинг айнан ўзи бўлиб чиқади.

Мазкур масалага бошқа томондан ҳам қараш мумкин. агар киши ўзининг ёқтирган дам олиш масканида хордиқ чиқаришни истаса, имкон қадар тезроқ, машинадан машинага кўчиб юришларсиз ва эҳимолки, имкон қадар арзонроқ, хавфсиз ва албатта қулай тарзда ўша ерга боришни истаб қолади. Аввало, унга қайси транспортда бориш, жудаям аҳамиятли бўлиб чиқмайди. Юқорида саналган талабларга мос келувчи исталган транспорт тўғри келаверади. Агар ўша қулайлик ва муддатларга мос келгудек бўлса, унга қолса, самолётда, поездда ҳам бораверади. Унинг нуқтаи назарига кўра, восита эмас, у етиб борувчи манзил-макон муҳимлар ичра муҳим бўлиб қолаверади.

Агар энди, сиз нима учун одамлар маҳсулотингизни сотиб олмаётгани билан боғлиқ савол берсангиз, бунинг биринчи ва энг кўп тарқалган сабаби – таклиф қилинган маҳсулотга нисбатан қизиқишнинг йўқлиги бўлиб чиқади. Айтайлик, сизда дунёдаги энг яхши ногиронлар аравачаси бор – энг қулай, ясалиши жиҳатидан чиройли ва бежирим, мустаҳкам ва ҳамма талабларга жавоб бера олувчи. Эҳтимол, сиз буни бошқа худди шундай аравачалардан кўра арзонроқ сотаётган бўлишингиз ҳам мумкин. лекин сиз уларни бундай аравачага умуман эҳтиёжи йўқ одамга таклиф этаётган бўлсангиз – савдонгиз юришмаслиги тайин албатта.

Иккинчидан, одамлар ўзларида пул йўқлиги учунги-

на харид қилишмайди. Бунинг учун зарур маблағ, уларда, шунчаки, йўқ. Буни ҳам, сизнинг савдонгизни юришмаслигига сабаб бўлувчи шарт-шароит деса бўлади.

Учинчидан, одамлар сизга ишонмагани учун ҳам сизнинг маҳсулотингизни харид қилишмайди. Маҳсулотингизни мақташдан тўхтамайсиз, лекин бу уларни ишонтира олмайди. Улар сизни “атайлаб ёлғон гапираяпти ёки адашаяпти”, деб ўйлашади. Бошқача қилиб айтганда, улар сизнинг тартибли эканингизга ҳам, обрўли эканингизга ҳам ишонмайди.

Тўртинчидан, ҳатто, улар сизнинг маҳсулотларнинг хусусиятлари ҳақидаги ҳикояларингизга ишонган тақдирда ҳам, сиз айтган жиҳатлар маҳсулотда ишламаётгани ҳақида ўйлашади. Дейлик, сиз чекишни ташлашга ёрдам берувчи воситани сотаяпсиз. Потенциал мижоз мазкур маҳсулотнинг кўпчилик учун фойдали бўлганига тўла-тўқис ишониши мумкин, лекин, барибир: “Мен бунинг бошқаларга наф бераётганини биламан, лекин мен 15 та воситани қўлаб кўришга улгурдим, лекин мана, ҳалиям чекаяман ахир”, деб ўйлайди.

Дастлабки икки сабаб билан (мижозларга, шунчаки, бу маҳсулот керак бўлмаганида ёки уларнинг бунга пули йўқлигида) ишга тушириш Формуласи иш бермайди. Лекин унинг тўғри қўлланилиши учинчи ва тўртинчи сабабларни бартараф қилиш учун етарли бўлади. Ва бу йўлдаги илк қадам – Ишга тушириш олди информацион материалларнинг биринчи қисми ҳисобланади.

Мана, PLC № 1 учун яхши натижа берувчи рецепт:

1. Имкониятлар намоиши. Маҳсулотингиз уларнинг ҳаётини қай тариқа ўзгартишини кўрсатинг/айтиб беринг.

2. Устун жиҳатлар. Улар нима учун сизни эшитишлари кераклигини кўрсатиб беринг/тушунтиринг.

3. Таълим. Сиз нафақат имкониятлар билан таништиришингиз, балки қимматли маълумотларни ҳам беришингиз керак.

4. Маҳсулотга эътирозлар ва буларга жавоб ёки келгуси видеода бунга жавоб беришга ваъда бериш. Қандай маҳсулот таклиф қилинмасин, барибир унга нисбатан қандайдир эътирозлар бўлади. Сиз бунга тайёр бўлиб туришингиз керак.

5. PLC № 2 даракчиси. Сизни эшитаётганларга яқинда яна бир янги видео чиқарилишини айтинг, PLC № 2 орқали ўрганишлари мумкин бўлган ажойиб нарсалардан олдиндан воқиф қилиш билан улардаги қизиқишларни алангалатинг.

PLC № 2: Трансформация

Агар PLC № 1 да “нима учун?”, деган саволга жавоб берган бўлсангиз, ишга туширишнинг иккинчи қисми “нима?” деган саволга бағишланади. Трансформация ёки имконият нима, у мижозларга ўз ҳаётини ўзгартириши қай тариқа асқотади? Бу қисм, ўзининг кенг миқёсига кўра, таълимга ихтисослашган; сиз томошабинларга амалий маслаҳатлар ёки фойдали йўриқлар берасиз.

Потенциал мижозларда ажойиб таассурот уйғотиш учун беш ёки ўн дақиқада нималарни ўргатиш мумкин? қай тариқа сиз ҳозирнинг ўзида уларнинг ҳаётини ўзгартиришингиз ёки нарсаларга ўзгача кўз билан қарашга мажбурлашингиз мумкин? Эҳтимолки, сиз кўрсатаётган таъсир унчалик катта бўлмаслиги мумкин – аммо, энг асосийси мижозларни ҳаракат қилишга мажбур қилишдан иборат.

Мисол учун, PLC № 2 “ишга тушириш Формуласи” курсидаги ишга туширишлардан бири экин-тикин ишга туширишга бағишланади (бу босқич 9-бобда кўриб чиқилади ва бу ҳатто ҳеч қандай маълумот ёки тайёр маҳсулотнинг ўзи йўқ бўлган тақдирда ҳам ишга тушириш жараёнини қўллаш мумкинлиги ҳақида бўлади).

PLC № 2 нинг якунида мен Экин-тикин ишга тушириш ҳақида тўхталганман. Албатта, 18 дақиқалик видеоклипда мен мазкур жараёни “Маҳсулотни ишга тушириш Формуласи” сингари батафсил тавсифлашим мумкин бўлмасдир. Лекин мен мавзуни имкон қадар кенг ва теран тарзда талқин ва таҳлил қилишга ҳаракат қилдим. Лекин кўпчилик одамлар айнан шу видео туфайли Экин-тикин ишга туширишни муваффақиятли тарзда амалга оширишди.

Албатта, одамларнинг аксарияти видеони томоша қилиши биланоқ тажрибада синаб кўришга шошилишмайди, лекин, уларда, асосан, ўз кучларига нисбатан ишонч туйғуси пайдо бўлади. Асосий ғоя эса мана бундай: агар PLC № 2 мижозларга PLC № 1 да ваъда қилинган трансформацияни қай тариқа амалга оширишни англашга ёрдам берса, демакки, сиз ўз вазифангизни уддалаган бўласиз.

PLC № 2 нинг умумий ишончли схемаси

1. Миннатдорлик ва такрорлаш. Изоҳлари ва PLC № 1га оид саволлари учун одамларга миннатдорлик билдиринг ҳамда PLC № 1нинг қисқача моҳиятини эслатинг.

2. Имкониятлар ҳақида эслатма. Бунга PLC№ 1да бўлгани сингари кўп вақт сарфлашнинг ҳожати йўқ, лекин қисқача эслатма берилиши шарт. Потенциал мижозлар PLC№ 1ни кўришлари биланоқ эслаб қолиши керак, деб ўйлаш ҳам шарт эмас, унутманг, уларнинг бусиз ҳаётлари жўшқин ва суронли, бундай ишга туширишлар улар учун сизга бўлганичалик муҳим эмас.

3. Устунликни такрорланг. Сиз ўзингизнинг кимлигингиз ва улар нима учун сизни тинглашлари муҳимлигини албатта эслатиб туришингиз керак. Лекин ортиқча тафсилотларга берилманг – буни тезлик билан амалга оширинг.

4. Вазиятга хос таҳлил ва сабоқ. Сиз томошабинларга қандайдир ғоят қимматли нарсани тақдим этишингиз лозим бўлади. Уларни зудлик билан амалиётда қўллаб кўришля-

ри мумкин бўлган битта (ёки биттадан ошиқ) нарсаларга ўргатинг.

5. Эътирозларга жавоблар. Бир-икки асосий эътирозларни эслатиб, уларга жавобларни айтинг. Сиз потенциал мижозларда пайдо бўлган ўзингиз тақдим этган трансформация ва ўзгаришларга нисбатан эътирозлар булути-ни тарқатиб юборишингиз керак.

6. PLC № 3 даракчиси. Ўз ўрнида сиз уларни яқинда оммага намоёиш этилувчи яна бир янги видео тақдимотидан воқиф қилишингиз лозим. Кейинги сафар нима-ларга ўргатишингиз ҳақида қисқача хабардор қилинг, бу мижозларни янги видеони интиқлик билан кутишлари учун замин ҳозирлайди.

7. Ҳаракатга чорлов. Блог ёки ижтимоий тармоқлардаги ишга туширишларда тақдим этилган видеога нисбатан изоҳлар қолдиришни сўранг.

PLC № 3: Маҳф этиш тажрибаси.

Шундай қилиб, PLC№ 1да “нима учун?”, PLC№ 2 да “нима?” деган саволларга жавоб бердик. PLC№ 3 да эса сиз “қандай қилиб?” деган саволга жавоб беришга киришасиз.

Бошқача қилиб айтганда, потенциал трансформация ва ўзгаришларни намоён қилдингиз – бу, эҳтимолки, пианино чалишни ўрганиш ёки ҳовлидаги майдончани майсазорга айлантириш ва ёки медитация қобилиятингизни ривожлантириш кабилар бўлган бўлиши мумкин. Лекин, одатда, потенциал мижозлар бу ўзгаришларни ўз ҳаётларига жорий қилишни ҳамиша ҳам тўла-тўқис тушунавермайди. Бу масалада узил-кесил жавоб сизнинг маҳсулотингизнинг харид қилиниши бўлиши мумкин ва PLC№ 3 нинг якунига бориб бу борадаги маълумотларни оммага етказасиз. Лекин, дастлаб бир неча миқдордаги қимматли маълумотларни тақдим этишингиз лозим бўлади.

Ишга тушириш олди узвийлиги жараёнида шов-шув

ва жўшқинлик муҳитини вужудга келтириш шарт. Та-саввур қилингики, сиз роман ёзаяпсиз ёки фильм суратга олаяпсиз. Асарда, мактаб дарсликларидоги иборани ёдга олиб айтадиган бўлсак, ўзига хос “тугун” бўлиши керак. Кейин тафсилотлар кульминацияга, яъни айти шу тугуннинг маълум ечимлари томон бориши лозим бўлади. Маҳсулотнинг ишга туширилиши айнан мана шундай принцип асосига қурилади. Ва PLC даги бир қисмдан иккинчисига ўтиш баробарида рағбат ва ҳаяжон даражасини ошира бориш талаб этилади.

Шундай қилиб, PLC[№] 3 учун рецепт мана бундай:

1. Миннатдорлик ва мамнуният изҳор қилиш. Томошабинларга PLC № 2 га оид изоҳлари ва саволлари учун миннатдорлик билдириш. Сиз ва барча томошабинлар ҳис қилган ҳажонли таассуротлар билан ўртоқлашинг. (Агар сиз PLC № 1 ва № 2 лар устида рисоладагидек ишлаган бўлсангиз, томошабинларингиз ҳам сиздаги ҳажонларни ҳис қилади).

2. Имконият ва устунлик ҳақидаги тезкор эслатмалар.

Томошабинларнинг ҳаммаси ҳам биринчи ёки иккинчи видеоларни кўришган деб ишониб қолиш керак эмас, шунинг учун қисқача тарзда имкониятдан фойдаланинг – ўзингизнинг кимлигингизни ва улар нима учун сизни эшитишлари ҳақидаги эслатмалар беринг. Тафсилотларга ортиқча берилиб кетманг – бу дамда ҳаммасига тезда ва қисқача тарзда улгуриб қолиш керак.

3. Имкониятга кўра, вазиятга оид яна бир таҳлил.

4. Олинган асосий саволларга жавоблар. Бошқача қилиб айтганда, сиз яна бир марта асосий саволларга жавоб берасиз. Сизни буни PLC нинг бундан олдинги босқичларида бажарган бўлишингизга қарамасдан, яна бир бор қилишингиз керак бўлади. Одамлар ўзларининг эътирозларини турлича воситалар орқали, турли саволлар бериш билан билдиришади албатта. Шунинг учун блогингизда пайдо бўлаётган саволларнинг барчасига тортинмасдан, бафуржа жавоб қайтаринг.

5. Умумий принцип ва тафсилотлар амалиётига оид тушунтиришлар. Бир қадам ортга чекининг ва реал имкониятларни кўриб чиқинг. Сизнинг махсулотингиз хариди потенциал мижозларнинг ҳаётини қай тариқа ўзгартиради? Бу саволни ҳар томонлама кўриб чиқинг ва уни келажакка мослаштирган ҳолда мулоҳаза юритинг.

6. Енгил йўл билан таклифга ўтиш. Ўз таклифингизнинг 25 фоизини PLC № 3 га бахшида этинг. Бу вақтга келиб, потенциал мижозлар сизга нисбатан илиқ муносабатни ҳис қилиб улгуриши лозим, сиз уларга фойдали бўлувчи анчагина маълумотларни тақдим этиб турибсиз ахир. Демак, аста-секин уларни ўзингиз билдиражак таклифга тайёрлаш вақти етди. Сиз яхши дўст бўлган одамдан бирданига эски автомобиллар сотувчисига айланиб қолмаслигингиз керак. Демак, сиз навбатдаги видеода уларга таклиф билан чиқмоқчи эканингизни билдиришингиз лозим. Ва трансформациянинг навбатдаги босқичига чиқиш учун томошабинлар кейинги видеони кўришлари талаб этилади.

7. Таклифлар камёблиги ғояси. Сиз ишга туширувчи таклифлар, албатта, қандайдар чекловларни ўзида мужассам қилиши керак. Ва PLC № 3 якунига бориб, бу чекловларни эслатиш керак бўлади. Бунга ҳаддан ортиқ урғу бериш ҳам ярамайди, негаки потенциал мижозлар ҳали сизнинг таклифларингиз нимадан иборатлигини билишмайди. Шундай бўлса-да, ҳар қандай ҳолатда ҳам келгуси мактабни эътибордан соқит қилмаслик лозимлигига ишора қилинги, улар бунда ўзлари учун маълум чекловли бўлган таклифлар баён этилишидан бохабар бўлсин.

8. Блогда ёки ижтимоий тармоқларда ишга туширилган видеони шарҳлашларини сўранг.

Айнан шунинг ўзи сизнинг Ишга туширишингиз олди изчиллигингиздаги учинчи қисм ҳисобланади. Буни тўғри бажариш билан сиз потенциал мижозлар билан тўғри муносабатларни йўлга қўйиб, авторитетни мустаҳкамлаган ва уларда яхши ниятлар билан харид қилиш иштиёқини

уйғотган бўласиз. Албатта, сиз бунда ҳар бир қадамингизда потенциал мижозлар учун қимматли маълумотларни бериб борган бўлиб чиқасиз.

Бундан ташқари, потенциал мижозлардан блогда ўз изоҳларини қолдиришларини сўраш орқали сиз “ишга тушириш бўйича суҳбат”ни ташкиллаштирган ҳам бўласиз. Бу ҳолат ўша дамнинг ўзидаёқ ҳамжамият тузилишига асос яратади, негаки одамлар бир-бирларининг изоҳларини ўқий бошлайди ахир (ва ҳатто бир-бири билан мулоқотга ҳам киришади). Ишга туширишнинг муҳокамаси сизнинг маҳсулотингизга нисбатан билдирилган асосий эътирозлар бўйича асл тасаввурлар ҳосил қилиш ва сизнинг Ишга тушириш олди информацион материалларингиз потенциал мижозларни нечоғлик қамраб олганини баҳолаш имконини беради.

Вазият таҳлиliga оид эҳтиёткорлик

Бир нарсани эслатиб ўтишга тўғри келади. Лекин олдиндан айтиб қўйишим лозимки, мен юрист эмасман. Ҳатто кинода ҳам бундай роль ўйнамайман. Бу ҳолатда мен, шунчаки, ўз фикрим билан ўртоқлашмоқчиман, демаски, бу хусусдаги батафсил тушунтиришлар учун профессионалларга мурожаат қилишга тўғри келади. Бундан ташқари, мазкур китоб ёзилаётган вақтда қонун ва меъёрий ҳужжатлар барқарорлаштириш босқичида эди.

Лекин, мисол учун, бир неча йиллар олдин АҚШ савдо комиссияси тестларга нисбатан – айниқса, кейинчалик рекламада қўлланилган маҳсулотлар ва хизматлар билан боғлиқ – тестларнинг натижаларига нисбатан янги-ча талабларни эълон қилди.

Авваллари ўз маҳсулоти ҳақидаги ҳисоботида сотувчи “”нормуносиб натижалар” ҳақида гапириши мумкин бўларди. Ҳозир эса бунинг ўзи етарли бўлмай қолди. Мен тафсилотларга берилмоқчи эмасман ва яна бир марта юрист эмаслигимни эслатаман. Ва мазкур мавзу ҳалигича охиригича тушунарли эмас.

Лекин мен буни сизга ўзингизнинг PLC ингизга қўйишни маслаҳат берган эканман, бу ҳақда эслатиб ўтишим лозим. Вазиятга оид таҳлил қайси вақтда “тест натижалари бўйича баҳоларга мос” бўлишини аниқлашнинг иложи йўқ.

Шунинг учун агар сизда ўзингизнинг савдонгиз ёки PLC бўйича заррача шубҳангиз бўлса ва шу ҳолатда сотувларни АҚШда ташкил қилишни режалаштираётган бўлсангиз, юрист билан маслаҳатлашинг ва мақсадингиз Федерал савдо комиссиясининг янги қоида ва бошқарув меъёрларига нечоғлик мос келиши билан қизқинг.

Ишга туширишдан олдинги вақт чекловлари

Энди Ишга тушириш олди изчиллигидаги муҳим масалага ўтамиз: у қанча муддатни тақозо қилади? PLC ўртасида қанча муддат энг мақбули ҳисобланади? Афсуски, мен булар маълум вазиятнинг қандайлиги билан боғлиқ деб жавоб беришга мажбурман албатта.

Шахсан мен уч кундан йигирма етти кунгача давом этувчи Ишга туширишларни амалга оширганман. Лекин бу вариантларнинг ҳеч бирини дастлабки Ишга тушириш учун таклиф қилмаган бўлардим. Менимча, дастлабки Ишга тушириш жараёни учун етти кундан ўн кунгача бўлган вақтинчалик муддат мақбул саналади. Бу вақт PLC нинг илк қисмидан Ишга тушириш ва савдолар бошлангунича бўлган муддат.

Агар сиз арзон маҳсулот, масалан, 27 долларлик электрон китобларни таклиф қилаётган бўлсангиз, сизга маълум муддат – етти ёки ҳатто беш кунлик муддатни тавсия қиламан. Бирмунча қиммат, масалан, 297 долларлик “Қандай қилиб саёҳат лайнерида иш топиш мумкин” курсининг савдосида бу муддатни ўн кунгача узайтириш мантиққа мос келади.

Етти кунлик изчилликнинг ўзига хослиги мана бундай кўринишда бўлади:

- 1 кун: PLC № 1 эълони.
- 3 кун: PLC № 2 эълони.
- 5 кун: PLC № 3 эълони.
- 7 кун: савдоларнинг очилиши.

Ўн кунлик Ишга тушириш олди изчиллиги мана бундай кўринишда бўлиши мумкин:

- 1 кун: PLC № 1 эълони.
- 5 кун: PLC № 2 эълони.
- 8 кун: PLC № 3 эълони.
- 10 кун: савдоларнинг очилиши.

Лекин шуни ҳам англаб олиш муҳимки, Ишга тушириш олди давомийлиги Ишга тушириш олди информация материаллари изчиллиги сингари эътиборталаб эмас. Одамларга чиндан ҳам фойдали бўлган материалларни тақдим этинг, мен сизга берган Формулага риоя қилинг ва шунда ҳаммаси рисоладагидек бўлади.

Буларнинг барчаси ишлашининг сабаби

Сизни Формула амалиётидаги айрим амалий жиҳатлар тўғрисида жиддий ўйлаб қолганингизга нисбатан шубҳаланиб турибман. Аммо бир зумгина ортга назар ташлаб, ҳолатнинг умумий кўринишига назар ташлайлик. Баъзан, ишга тушириш жараёни билан танишиб чиққач, одамларнинг методологиясини маркетинг ҳийла-найранглари, потенциал миқозни кўзини шамғалат қилиш имконини берувчи улкан психологик методлар тўплами сифатида қабул қила бошлайдилар. Алоҳида қисмларни бирлаштириб, сиз ҳақиқатан ҳам одамларга ғайритабиий таъсир кўрсатиш имкониятига эга бўлишингизни рад этмайман, лекин аслида PLF умуман бу нарсага бағишланмаган. Сиз узоқ муддатли бизнесни психологик ҳийла-найранг билан қура олмайсиз.

Сизнинг ишга туширишдан олдинги маълумотингиз, бозор учун катта фойда келтириши керак. Агар сиз фақат битта жиҳатга эътибор қаратишни афзал кўрсангиз, бу сизнинг Ишга тушириш олди маълумотларингизни куза-

таётган потенциал мижозлар учун фойдали бўлиши керак.

Бу дегани, сиз ҳамма нарсани, “захирада” ҳеч нарса қолдирмасдан айтиб беришингизни англамайди. Бу сиздан ҳеч қачон, ҳеч нарсани сотиб олмайдиган, текинхўрларни жалб қилишингизни англамайди. Бу сиз ресурсларни бепул тарқатиб, банкрот бўласиз дегани эмас.

Сиз, бор-йўғи, одамлар учун чиндан-да аҳамиятга эга бўлган маълумотларни тақдим этишингиз керак. Уларни, шунчаки, жалб қилиб қолмай – уларни ўзлари учун сезиларли нарсалар билан таъминланг. Биринчи PLC қисмида, ушбу сабабларнинг чегарасидан ташқарига чиқадиган истиқболлар ҳақида гапириб беринг. Одамларни чиндан ҳам фойдаланиши мумкин бўлган нарсаларга ўргатинг. Ҳар бир ишга тушириш жараёнида мен тақдим этган бепул материалларнинг миқдоридан ҳайратда қолган одамлардан турли-туман шарҳлар оламан. “Маҳсулотни ишга тушириш формуласи” курсида юзлаб одамлар, мен томонимдан бепул тақдим этилган ишга тушириш олди материалларга асосланиб муваффақиятли ишга туширишга муваффақ бўлдилар. Менинг ўйлашимча бу ажойиб... Охир-оқибат, ҳамма нарсани ҳаммага ҳам доимий равишда сотиш мумкин эмас.

Натижада, сизнинг ва бизнесингизнинг муваффақияти бу сиз дунёга намоёиш этувчи имтиёзлар миқдори билан чамбарчас боғлиқ. Ва одамларга қимматли маълумотларни тақдим этадиган ажойиб Ишга тушириш олди кетма-кетлиги, изчиллигини яратиш – бу дунёга фойда келтиришнинг ажойиб усулидир. Сиз муносиб бўлган мукофотни узоқ кутишнинг ҳожати бўлмайди. Сиз уни сотувлар бошланганини эълон қилган куниёқ оласиз.

8-боб. Менга пулни кўрсатинг: ишга тушириш вақти!

Сьюзен Гаррет ишга жон-жаҳди билан киришувчи, жўшқин аёл эди, лекин у жуда шошқалоқлик қилди. У менинг маҳсулотни ишга тушириш Формуласини ўргатиш курсларимга ёзилди, ваҳоланки, у ўзининг бу қароридан эрини воқиф қилмаганди. Сьюзен эрининг кредит картадан пул ечиб олганигача етарли маблағ топиб қўйишга ишониб, шунга кўра иш тутди. Аммо унинг на почта тарқатма рўйхати, на маҳсулоти бор эди – пул ўтказилгани битилган қоғозчани эса у менга бир ойгача муддатда юбориши керак – шунинг учун унинг олдида жуда қийин вазифа турар эди.

Сьюзен итларни қўлга ўргатиш билан шуғулланар эди ва итларнинг эгаларига ўзининг ҳайвонларни парваришлаш бўйича маслаҳатлар беришни яхши кўради. Бундан ташқари, у дунёдаги энг яхши мураббийлардан бири, айниқса итларнинг чаққонлиги ва абжирлиги на-

моён этилувчи жуда ажойиб спорт турида. У Америка ва Канадада 25 дан ортиқ чемпионатлар, шунингдек, кўплаб жаҳон чемпионатларида ғолиб бўлган.

У эришган муваффақият ва ҳосил қилган кўникмалар унга ривожланаётган халқаро бизнесни очишга имкон берди. Сьюзен ўқувчиларга ёрдам бериш учун Европа, Австралия ва Янги Зеландияга саёҳатлар уюштирган. Итларга ва уларнинг эгаларига ёрдам беришни орзу қилган одам нуқтаи назари-



Навбатдаги чемпионат ғолиби бўлган Сьюзен.

дан бу ёқимли ва ўзи учун завқу шавқли иш эди.

Аммо шу билан биргаликда, бу Сьюзен (Торонто атрофида яшайдиган) жуда банд бўлган саёҳатга оид кун тартибига эга эканлигини ҳам англатарди. Бундан ташқари, доимий равишда мижозларга ёрдам бериш учун ҳеч қандай имконият йўқ: барча чет эл семинарлари бир марталик тадбирлар эди. Шу сабабли, Сьюзен хизмат сафарлар сонини қисқартириш усулини изларди, негаки унинг эри яқиндагина юрак хуружини бошидан кечирган эди ахир.

Кўпинча шундай бўлади, саломатлик билан боғлиқ муаммолар бизни ҳаётга бошқача қарашга мажбур қилади. Сьюзен саёҳатларини минимал даражада камайтирмоқчи эди, аммо бунда иккита саволга жавоб бериш талаб қилинарди: қандай қилиб дунёнинг турли бурчакларида яшайдиган мижозларни йўқотмаслик мумкин? Ва семинарларга боришни тўхтатса, йўқотадиган даромадини қай тариқа қайтариш мумкин бўлади?

Сьюзен бир нечта DVD-дискларни ишлаб чиқарди, аммо уларни сотишдан келган даромаддан катта фойда кўрмади. Бу асосий даромадга қўшимча бўлган, албатта, ёқимли эди, аммо бу унинг семинарлардан олувчи даромадининг ўрнини ҳеч қачон тўлиқ босолмасди.

Тахминан шу вақтда Сьюзен маҳсулотни ишга тушириш формуласи ҳақида билиб қолди. 2008 йилда у PLF курсига аъзо бўлди. Ва у катта молиявий сармояларни талаб қилгани сабабли, Сьюзен кредит карта ҳисоб varaғидан кўчирма олишдан аввал ўқиш қарзини тўлашга ва ишга туширишни амалга оширишга қарор қилди (эри унинг қанча пул сарфлаганини билиб қолиши шубҳасиз эди албатта).

Аммо унинг олдида бир қатор тўсиқлар турар эди. Биринчидан, айтиб ўтганимдек, унда на почта рўйхати, на тайёр маҳсулот бор эди. Сьюзен деярли техник маҳоратларга ҳам эга эмас. Унинг бисотида фақатгина битта мулк бор эди – муваффақиятга эришишга нисбатан жуда катта истак. Айнан у барча аджилити, яъни итларнинг

чаққонлиги ва абжирлиги бўйича чемпионатлардаги ғалабаларини таъминлаган.

Ниҳоят, Сьюзен мавжуд мижозлардан бошлашга қарор қилди – у 1200 кишининг манзилига эга эди. Менинг дарсларимдан у почта рўйхати учун хостинг, яъни веб-саҳифаларни интернет серверига жойлаштириш кераклигини билар эди, шунинг учун у ProFolloz0.com (<http://www.profollow.com>.) сайтида рўйхатдан ўтди. Илгари унинг хизматларидан фойдаланган деярли 700 киши унинг ахборот бюллетенига аъзо бўлган.

Кейин у маҳсулот – илгари ёзган мақолаларини ўзида мужассам қилган электрон китоб яратди. У шуларни таҳрир қилиб, 14 доллар 97 цент турадиган китоб шаклини вужудга келтирди. Шундан сўнг, ишга тушириш вақти келди.

Сьюзен жуда оддий ишга туширишни амалга оширди. Техник маҳоратининг етишмаслиги туфайли у хат юбориш билан чекланиб қўя қолди. Ишга туширишдан олдин видеоларни суратга олишнинг ўрнига, у потенциал мижозларга ҳақиқатан ҳам қимматли маълумотларни ўз ичига олган хатларни юборди ва натижада бу сотувларга эришишга ёрдам берди.

Бу дарҳол ва мутлақо ажойиб натижаларга олиб келди – сотишдан тушган даромад 27 000 долларни ташкил этди, бу PLF курсини тўлаш харажатларини осонликча қоплади ва янги бизнесни очишга ёрдам берди. Бундан ташқари, Сьюзен ниҳоят PLF кучига ишонч ҳосил қилди. Ахир, илгари DVD -ларни сотиш унга йилига 10000 АҚШ доллари-дан камроқ фойда келтирарди, бу эса кўплаб тайёргарлик ишларини, жумладан, ускуналарни сотиб олишни, дистрибютор билан ҳамкорлик қилишни ва дискларни почта орқали юборишни талаб қилар эди. Бир сотувдан тушган даромад DVD савдоси бўйича энг яхши йиллик кўрсаткичлардан қарийб уч баравар кўпроқ эди. Бундан ташқари, ишга тушириш деярли ҳеч нарса талаб қилмаган эди – уни ўзи бир неча ҳафта ичида ташкил қилди!

Албатта, бу фақат бошланиши эди. Бундай вазиятларда биринчи ишга тушириш ҳеч қачон охиригиси бўлмайди. Вақт ўтиши билан, Сьюзен итлар учун машғулотларнинг бутун линиясини ишлаб чиқарди. Минимал харажат 47 долларни ташкил этар, энг юқори нарх эса 4997 долларга етган эди. Ҳар бир янги маҳсулот ишга туширилиши билан унинг натижалари ўсишда давом этарди. Ҳозирда Сьюзен фақат онлайн равишда дарс беради ва бутун дунёда талабалар билан ишлайди. Бундан ташқари, мен бошқа ҳеч қандай бизнесда унинг сингари содиқ мижозларни учратмадим. Сьюзен итларни ўргатиш бозорида таниқли етакчига айланди.

Бу жуда катта муваффақият тарихи – бир неча кун ичида 14,97 цент қийматидаги электрон китоб билан бошланган бизнес (ва кредит карта ҳисобварағи бўйича маълумотнома келгунга қадар PLF ни ўқитиш учун ҳақ тўлашга оид қатъий қарор). Энди Сьюзен учун ёрдамчиларнинг бутун жамоаси ишламоқда ва уларнинг барчаси ўн минглаб итлар ва уларнинг эгалари ҳаётини фаровонлиги ошишига хизмат қилмоқда. Аста-секин, Сьюзеннинг ишга туширилиши PLF жамоасининг афсонасига айланди, чунки улар тарихдаги энг муваффақиятли учирлардан бири эди¹⁰.

Фазогир нуқтаи назаридан

Ура, ИШГА ТУШИРИШ вақти келди!

Агар сиз ушбу босқичгача етиб келган бўлсангиз, унда сиз PFL ни ишга туширишнинг асосий омили билан аллақачон танишсиз – бу омил ишлашдан иборатдир. Мен буни бошқача бўлишини истардим, чунки бу барчамиз орзу қилган нарсага тезда эришишга имкон берадиган орзу – сеҳрли тугмачани эгаси бўлиш ахир. Умуман олганда, PLF усули сизнинг маҳсулотингизни сотишни

¹⁰ Сюзан вазиятни тўлиқроқ: <http://thelaunchbook.com/susan>, сайтида танишиб чиқишингиз мумкин

бошлайдиган шундай тугма деб ҳисобланиши мумкин, аммо айти пайтда сиз бироз ҳаракат қилишингиз керак. Аслида, натижалар анчагина тер тўкиб ишлашга арзийди ва ишга тушириш кунда сизнинг барча меҳнатингиз оқланади.

Бу куннинг сизга нечоғлик ҳаяжонларни тақдим этишини тасвирлаб бўлмайди. Шу кун учун сиз бир неча ҳафта ёки ҳатто ойлар давомида ишлагансиз. Ишга тушириш кунини менга болалиқдаги бир вақтичоғликни эслатади. Болалигимда мен катталаштирадиган шишани олиб, қуёш нурларини ёғочга қаратишни яхши кўрардим. Охир-оқибат, уни ёқиш учун етарли нур-иссиқлик бир жойга жамланарди. Бу тўла-тўқис бошланғич ишга тушириш жараёнига ўхшайди. Ахир, сиз эътибор билан энергияни узоқ вақт давомида унга жамлайсиз. Ва буларнинг барчаси сизнинг почта рўйхатингиздаги ва бозордаги одамларни эътиборини жалб қилиш ва уларни ажойиб кун келишини кутишга ундашдир. Агар сиз ҳамма нарсани менинг формулам бўйича қилсангиз, шу кунга қадар уларнинг қизиқиши энг юқори даражага чиқиши керак. Ва табиийки, сизнинг ҳис-туйғуларингиз ва энергиянги ҳам максимал даражага етади.

Савдо бошланганини эълон қилиб, “Жўнатиш” тугма-часини биринчи марта босганингизни ҳеч қачон унутмайсиз. Менинг дўстим халқаро космик станциядан уч марта учган, космонавт. У менга космосга учирилгандан кейинги дастлабки дақиқаларни тасвирлаб берди – бу ре-актив даражадаги тортишиш ва тезлашувнинг мислсиз ҳаракати. Билмадим, балки сизга ахмоқона бўлиб туюлар, лекин унинг ҳикояси менга маҳсулотни муваффақиятли ишга тушириш пайтида пайдо бўлган ҳиссиётни эслатди, сиз деярли шунга ўхшаш тортишиш ва тезлашишни бошингиздан кечиришингиз мумкин.

Улар шу ерда-а-а... ва харид қилмоқчи

Мижозларимдан бирига ишга туширишга қандай ёрдам берганимни эслайман. Кучли ишга туширишдан сўнг, ғалаба аллақачон бизнинг қўлимизда эканлигига ишонган эдик. Бу туйғу барча белгилар билан тасдиқланган. Ишга туширишдан 36 соат олдин одамлар нархлар ва таклифлар тўғрисида аниқ саволлар беришни бошладилар. Блогни ишга туширишнинг сўнгги кунида, маълумотларга оид саволлар аста-секин бизнинг таклифимизга тегишли саволлар билан тўлдирила бошланди. Бу ҳар доим яхши белги ҳисобланади.

Аммо ҳатто энг муваффақиятли ишга тушириш ҳам шубҳалардан бутунлай холи бўлишингиз учун асос бўлмайди. Шундай ҳолатдаям, барибир ўзингизга савол бера-сиз: одамлар ҳамённи очишга уриниб, сиздан харид қилишни истаб қолишармикан?

Ишга тушириш куни биз эрта тонгда савдо саҳифасига ҳавола билан хат юбордик. Ушбу саҳифа ҳали мавжуд эмас эди, аммо вақт очилишга яқинлашаётган эди. Сайтга ташриф буюрувчилар таймерни кузатаётган пайтида биз серверлар статистикасини ўрганиб чиқаётган эдик. Айнан шу видеонинг пайдо бўлишини кутиб, сайтда қанча одам борлиги ҳақида маълумот беради. Сайтда қанча одам борлигини, қайси саҳифада бўлишини ва у ерда қанча вақт ўтказганини кўриб турар эдик. Рақамлар ўсишда давом этарди. Бошланишдан 30 дақиқа олдин сайтда 100 киши ўтирар эди. 20 дақиқада – 300. 10 дақиқа ичида уларнинг сони 600 га етди.

Одамлар саҳифани доимий равишда янгилаб туришганлиги сабабли, шу дақиқада биз сервер юкламаси ошганлигини аниқладик. Улар видеони сотиш бошланишини интизорлик билан кутишаётган эдилар. Ва кейин мен Скайп орқали ишга тушириш гуруҳимга хабар юбордим: “Улар шу ерда-а-а... ва харид қилмоқчи!”

Бир неча дақиқадан сўнг, аниқ белгиланган вақтда биз

эфирга чиқдик. Реакция дарҳол кузатилди. Деярли дарҳол сотувлар бизга 100000 доллар олиб келди, биринчи соатда 500.000 АҚШ доллари миқдорида даромад олинди ва ишга тушириш ёпилиши билан савдо даромади 3 миллион доллардан ошди.

Албатта, ҳар бир старт бундай даромад келтирмайди. Бундан ташқари, мен миллионлик босқични ўтишимдан олдин бир неча ўнлаб ишга туширишларни бажардим. Аммо сизнинг муваффақиятингиз унчалик аҳамиятли бўлмаса ҳам, савдо очилишида сиз ҳам улкан ижобий энергияни бошингиздан кечирасиз.

Ростини айтсам, менинг талабаларимнинг даромади 3000, 8000 ёки 27000 бўлган ишга туширишлар ҳақидаги ҳикоялари, мени миллионлаб долларлик ишга туширишлар ҳақидаги янгиликлардан кўра кўпроқ хурсанд қилади. Янги келганларнинг бу “кичик” стартаплари ҳақида эшитиб, мен обрўли компанияларнинг жуда даромадли ишга тушириши ҳақида ҳисобот олишдан кўра кўпроқ яхши кўраман. Ахир, мен биламан, бу биринчи ишга туширишдан сўнг, менинг шогирдларимнинг ҳаёти бутунлай ўзгаради. Тез орада улар ўзларининг муваффақиятларини оширади, лекин улар “Жўнатиш” тугмачасини қандай босганликлари ва биринчи буюртмани ҳеч қачон унутмайдилар.

Ишга тушириш кунини ҳақида батафсил

Шунга одатланганмиз, биз ишга тушириш кунини Очик сават деб номлаймиз, чунки шу кунини биз Интернет-дўконни очамиз ва буюртма қабул қилишни бошлаймиз. Ва сиз тахмин қилишингиз мумкин бўлганидек, биз ишга туширишни тугатиш кунини Ёпиқ сават деб атаёмиз. Техник нуқтаи назардан, бу сотувларни тугатиш дегани эмас, аммо ишга туширишнинг аниқ якуни бўлиши керак. Аммо, мен ҳозир анчагина муддат кейин бўладиган нарсани айтиб ўтаяпман, чунки бу мавзу бироз кейинроқ

кўриб чиқилади.

Агар сиз менинг формуламга мувофиқ қатъий ҳаракат қилсангиз, унда сиз Очиқ саватга олиб борадиган, ишга тушириш олдидан тайёрланган маълумотларнинг тўпламига эгасиз. Улар сизнинг тарқатма аъзолари билан алоқани таъминлаб беради. Ақлий триггерларни фаоллаштириш орқали сиз ишонч, ижтимоий далил ва жамоага эга бўласиз. Ва ишга туширишдан олдинги сўнгги кунларда камёблик триггери ишга туширилади. Почта хабарлари рўйхати аъзолари таклиф деярли тайёрлигини билишади. Биринчи марта сиз охирги PLC нинг парчасида эслаб ўтгансиз. Бошқача қилиб айтганда, олдиндан ишга тушириш, аксарият ҳолларда келажакдаги савдони ташкил этишдаги қийин вазифани ҳал қилади.

Ишга тушириш механизмининг ўзи жуда оддий. Яхши тайёрланган маркетинг саҳифаси керак бўлади. Одатда у реклама видеоси ёки матнини ўз ичига олади. Гарчи сиз билан бирга бошлашнинг барча кетма-кетлигини кўрган одамлар келажакдаги маҳсулот учун рекламаларни олдиндан олишган бўлса ҳам, тижорат тиражини ишлашдан кўпам фойдаланиш керак эмас. Аввало, сизнинг таклифингиз мижозга очадиган имкониятларни кўрсатиб беринг ва кейин маҳсулотнинг бутун тарихини айтиб беринг.

Сотиш саҳифаси тайёр бўлиши биланоқ, амалиётларга тайёрлигингиз ҳақида одамларни хабардор қиладиган янгиликлар вақти келади. Бу сотиладиган саҳифанинг ҳаволаси бўлган оддий, қисқача мактаб ҳисобланади. Дастлабки тайёргарликка кўп вақт ва куч сарфланган, шунинг учун ушбу хат дарҳол масаланинг моҳиятини очиб бериши керак.

Мисол тариқасида, “Маҳсулотни ишга тушириш Формуласи” ўқув дастуримни очишда фойдаланган хатимни кўриб чиқинг:

Шундай қилиб, мен "маҳсулотни ишга тушириш формуласи" курсига рўйхатдан ўтишни йўлга қўйдим. У <http://www.productlaunchformula.com> манзилида мавжуд (Мен ортиқча юкламаслик ва сервердаги юкни тарқатмаслик учун саҳифани олдиндан очиб қўйдим).

Эзгу тилаклар билан,

Жефф

Р. С. Мен сизга ваҳима учун ҳеч қандай сабаб йўқлигини эслатаман. Барча жойларни бирданига сотиш жисмоний жиҳатдан имконсиз. Аммо сиз P/LF семинарида иштирок этишни кафолатламоқчи бўлсангиз, тўловни кечиктирмаганингиз яхшироқ. Жойлар тезда тугайди.

Кўриб турганингиздек, бу оддий ва қисқа хабар. Биргина таништирув таклифидан сўнг дарҳол сотиладиган саҳифага ҳавола мавжуд. Албатта, хатни юбориш пайтида ушбу ҳавола иш ҳолатида бўлган¹¹.

ХАТ ЮБОРИШДАН ОЛДИН

Очиқ-равшан нарсаларни такрорлайдиган одам бўлиб кўринишим мумкин бўлса-да, эслатиб ўтаман, савдо очилиши тўғрисида хат юборишдан олдин, сиз яна бир бор ҳамма нарсани текшириб кўришингиз керак – эҳтимолки, бу ишни икки марталаб қиларсиз. Сотувчи саҳифаси ишляаптими? Унинг ичидаги барча ҳаволалар очилаяптими? Буюртма шакли тўғри ишляаптими? Буюртма жараёнини диққат билан текшириб кўрдингизми? Сиз буюртма берганингиздан кейин нима бўлишини биласизми? Харид қилганингиздан кейин пайдо бўлган миннатдорчилик саҳифаси ҳақида нима дейиш мумкин? Буюртмани тасдиқловчи хат келадими? Буюртмалар қандай қайд қилинади?

¹¹ Постскрипtum кўпинча хатнинг энг кўп ўқиладиган қисмидир, шунинг учун мен камёб бўлган триггерини ишлатардим. Мен обуначиларимни агар улар менинг семинаримга келишни хоҳласалар, иккиланмасликлари кераклиги ҳақида огоҳлантирдим.

Агар ҳамма нарса синовдан ўтган бўлса ва юборишга тайёр бўлса, сиз янгиликлар варақасини тарқатишингиз мумкин. Шуни айтишим керакки, ушбу соҳада катта тажрибага эга бўлсам ҳам, шу лаҳзаларда мен асабийлаша бошлайман. Мен ишга тушириш бошланиши ҳақида хабар юборган тугмани босишга қарор қила олмайман. Бу жуда буюк лаҳзадир, шунинг учун сизни асабий титроқ ва бошқа кучли ҳис-туйғулар эгаллаб олиши мумкинлигини ёдингизда тутинг. Аммо бу қадам ишга тушириш олдиндан текширувлар тугаши билан амалга оширилиши керак. Ахир, сиз ишга туширишга тайёрсиз.

Буюртмалар оқимини кузатиш.

Ишга туширишдан кейинги дастлабки бир неча соат, кўпинча, ажойиб спорт пойгасига айланади. Дастлабки натижаларга эътибор қаратмаслик жуда қийин. Биринчи буюртмадан сўнг, сиз енгил нафас олишингиз мумкин, чунки бу ҳамма нарса тўғри ишлаётганидан дарак, дегани.

Кейинги икки соатни мен статистикани кўздан кечиришга сарфлайман. Мен сайтнинг трафигини кузатаман, буюртма шакли билан саҳифага ташриф буюрганларнинг сони, очилиш ҳақидаги хабарни ўқиганлар миқдори ва ундаги ҳаволани ўқиганлар сони, буюртмалар сони ва уларнинг имкониятларини кузатиб бораман (одамлар, кўпинча, қайси вариантни танлайди).

Бундай ҳолатда, жуда кўп статистик маълумотлар мавжуд ва уни кузатиш қийин бўлиши мумкин. Аммо бир ёки икки соатдан кейин сиз яна ишлашга қайтишингиз керак, чунки Очиқ сават энди ишлай бошлади¹².

Сизнинг очиқ саватингиз

Албатта, ишга тушириш унутилмас лаҳзадир, аммо бу изчилликнинг бир қисмигина холос. Одатда, тўрт ёки етти

¹² Менинг сеvimли статистикани кузатиш воситаларимга ҳаволаларни <http://thelaunchbook.com/resources> сайтида топиш мумкин

кун давом этади. Баъзан мен қисқа ишга туширишларни амалга ошираддим. Бир неча марта маҳсулот 24 дан 36 соатгача бўлган даврда тўлиқ сотилган.

Аммо сиз бир неча бор ишга туширишларни қўлламаганингизча ва бир оз тажрибага эга бўлмаганингизча ушбу қисқа ишга туширишларни четлаб ўтишингиз керак. Агар қисқа вақт оралиғида хато юз берса, орқага қайтишга вақтингиз бўлмайди. Шунинг учун, биринчи марта ишга тушириш учун, бошиданок, беш кун ажратилиши керак.

Муайян натижалар сиз ишлаётган бозор, таклиф этилган маҳсулот ва умуман ишга тушириш стратегиясига боғлиқ. Аммо, одатда, барча буюртмаларнинг 25 фоизи биринчи кунга тўғри келади, 50 фоизи эса охириги кунга тўғри келади. Юқори бошланғич самарадорлик, сиз жуда кўп ишлаган олдиндан кутиш триггерларидан келиб чиқади. Ишга тушириш охиридаги энг юқори даражага ноёблик триггери сабаб бўлади. Бошқа барча буюртмалар очилиш ва ёпилиш ўртасида аста-секинлик билан бажарилиши аниқ.

Улкан якун

Муваффақиятли ишга тушириш учун мажбурий, асосий қоидалардан бири бу унинг тугаши учун аниқ санани борлиги билан боғлиқ. Ишга тушириш жараёнида, харид қилмаслик салбий оқибатларга олиб келиши керак. Потенциал мижозлар, агар улар ишга тушириш вақтини ўтказиб юборсалар, бирор нарсани йўқотишларини тушунишлари керак. Айнан шу ёндашув камёб триггерни фаоллаштиради ва сотувни сўнгги 24 соат ичида кескин ўсишига олиб келади.

МУҲИМ! Кўпинча, одамлар ишга туширишни охирида, камёблик триггерини фаоллаштиришдан қочади. Бундай хато қилманг, бу муқаррар равишда натижаларингизга таъсир қилади. Савдо икки баравар камайиб кетиши мумкин. Ишга туширишнинг якунини ажойиб қилинг ва нати-

жалар икки баравар кўпаяди.

Камёблик бу нима? Номукаммал сотиб олиш ишга тушириш даврида қандай салбий оқибатларга олиб келиши мумкин? Камёблик триггерини фаоллаштиришнинг учта асосий усули мавжуд:

- Кўтарилган нарх. Ишга тушириш вақтида маҳсулот учун махсус нарх белгиланади, бу сиз харидни яқунланиш кунигича қилишингиз керак деганини англатади. Ушбу ёндашув мисолларини осонгина эслаб қолишингиз мумкин. “Қора жума” – бу Шукрона кунидан кейин сотувлар учун очиладиган мавсум. Бу одамларни харид қилишга шошилтиришнинг яхши усули, уни ишлатиш осон, аммо шунинг учун камёблик триггерининг бу шакли энг кучлиси эмас.

- Йўқолаётган бонуслар. Айтайлик, сиз блюз гитара машқлари маҳсулотини сотаяпсиз. Ишга тушириш вақтида махсус таклиф мавжуд бўлади: барча мижозлар сиздан шахсий Скайп дарсини оладилар. Агар бирор киши ишга тушириш пайтида курсга рўйхатдан ўтмаса, у бонус дарсисиз қолади. Бундай ҳолда, камёблик триггери жуда кучли бўлади. Катта бонус нархларни оширишдан кўра кўпроқ кучли имтиёзлар билан боғлиқ ҳисобланади.

- Яқун ясовчи таклиф. Ишга тушириш вақтида маҳсулотингизни сотиб олмасдан, потенциал мижозлар ундан фойдаланиш имкониятини йўқотадилар. Кўпгина ҳолларда, бу ноёблик триггери учун энг кучли вариант ва нархни кўтаришдан кўра анча кучли рағбат ҳисобланади. Фақатгина муаммо шундаки, у барча таклифларга ҳам мос келмайди. Агар сиз ресторан очаётган бўлсангиз, уни бир ҳафтадан кейин ёпишингиз даргумон. Шахсан мен ноёблик триггери шаклидан жуда тез-тез фойдаланардим, айниқса онлайн курсларни сотишда (масалан, маҳсулотни ишга тушириш формуласини ўргатиш курси каби). Бундай ҳолатларда мазкур ёндашув мантиқий, чунки мен бир гуруҳ талабаларга худди коллеждаги каби ўргатаман. Шунга кўра, рўйхатдан ўтиш фақат кейинги дарслар бошлани-

шидан олдин бўлиши мумкин. Рўйхатдан ўтишга улгурмаган киши, гуруҳнинг қолган аъзолари билан ўқишни бошлай олмайди. Ушбу ишга тушириш операцияси жуда кучли рағбатдир, агар у сизнинг маҳсулот туторингизга мос бўлсагина албатта.

Муҳим нарса: сиз камёблик триггерининг санаб ўтилган вариантларини бир-бирларига қўйиб, бирлаштира оласиз.

Ишга тушириш тугагандан сўнг, маҳсулот юқори нархда ва бонус таклифисиз сотилиши ҳақида эълон қилиш орқали сиз ушбу триггернинг таъсирини ва шу сабабли ишга тушириш натижаларини кучайтирасиз.

Ва ниҳоят, шуни эслатиб ўтмоқчиманки, камёблик триггери учун юқоридаги вариантлардан фойдаланиш манипуляция билан ҳеч қандай алоқаси йўқ. Бу ҳақиқий дефицит сифатида бўлиши керак.

Ишга туширишнинг бундай кескин ёпилишининг яхши иш беришига сабаб, одатда, потенциал мижозлар қарорларни эртага қолдиришга мойил бўлишларидадир. Ва сиз ҳамённи очиб у ердан пул олишингиз кераклиги ҳақида гап кетганда, бу тенденция янада кучаяди. Агар сиз потенциал мижозлар ҳаётига катта таъсир кўрсатадиган ажойиб маҳсулотни яратган бўлсангиз, сиз шунчаки, уларга иккиланишни енгишга ёрдам беришингиз керак. Бунга камёблик триггерини зудлик билан бажарилишини кўрсатиб, ишга туширишни юқори даражада яқунлашга ёрдам беради.

Очилиш ва Ёпилишдан ташқарида

Ишга туширишдан сўнг, асосийси – тўхтаб қолмаслик керак. Баъзи талабаларим бундай хатога йўл қўйишди, бу эса пул йўқотишларига олиб келди. Очiq сават кунларида тарқатмалар варақасини тарқатишга ишонч ҳосил қилинг. Ахборот тарқатмалари потенциал мижозларни ишга туширишга йўналтиришга ёрдам берадиган восита. Бу ҳолат, дейлик, унинг давомийлиги беш кунни ташкил қила-

ди.

Ишга тушириш кунда сиз иккита хатни юборишингиз керак: биринчиси – саватни очиш пайтида (юқорида бундай хатнинг мисоли келтирилган), иккинчиси – тўрт соатдан кейин, ҳамма нарса ишлаётганлиги ва сиз операцияларни бажаришга тайёр эканлигингиз ҳақида хабар беришингиз керак.

Эртаси куни яна бир мактуб юборилади. Одатга мувофиқ, бу ижтимоий далилни намойиш этади. Унда сиз эксплуатация муваффақиятли бўлганлиги ҳақида маълумот берасиз.

Учинчи куни маҳсулот билан боғлиқ бўлган асосий саволларга жавоблар битилган хат юборилади. Очиқ сават пайтида юборилган барча бошқа хабарлар сингари, у сотиладиган саҳифага камида битта ҳаволани ўз ичига олган бўлиши керак.

Тўртинчи куни, хат камёблик триггерини фаоллаштириши керак. Аслида, сиз 24 соатдан кейин ишга тушириш ёпилиши ҳақида огоҳлантирасиз. Бу нима содир бўлишини ва бу вақт ичида потенциал мижозлар харид қилишмаса, нимани йўқотишини аниқ белгилашингиз учун керак бўлади.

Бешинчи куни почта орқали юбориш икки (ёки ҳатто уч) марта амалга оширилади. Биринчи хат эрта тонгда юборилади ва яқинда ишга тушириш бошланиши ҳақида хабар беради. Иккинчиси бу воқеадан олти ёки саккиз соат олдин кетади. Агар сиз кўрсатмаларга қатъий риоя қилган бўлсангиз, бу кун ҳиссиётларнинг порлаши ва катта буюртмалар оқимига тўлади. Афсуски, кўпинча одамлар хатоларга йўл қўйиб, ҳамма нарсани ўз ҳолига ташлаб кетишига гувоҳ бўлганман. Улар ё тарқатма ахборот бюллетенларини умуман қилмайдилар ёки буни фақат бир марта қилишади. Одатда, бу улар ишга тушириш пайтида жуда кўп хат юборилганлиги ва яна бошқасини юбориш ҳеч нарсани ўзгартирмайди, деб ўйланганида содир бўлади.

Бу нотўғри ёндашув. Бундай хатоларга йўл қўйманг. Ёпилиш кунида сиз бир нечта хабарларни юборишингиз керак. Менга ишонинг: у ҳамма нарсани ўзгартиради. Кўпинча, доимий мижозлар қарор қабул қилиш вақтини кечиктиришга мойил бўладилар. Ва улар сўнгги дақиқагача кутишади. Биринчи марта ишга туширишни тугатганингизда ва якуний шов-шувга қойил қолганингизда, сиз ОДАТДА одамлар дахшатли даражада зимдан синчков эканини кўрасиз. Ишга тушириш қандай тугатилиши режалаштирилишидан қатъий назар, одамлар энг сўнгги дақиқаларгача буюртма беради. Шунинг учун, ўзингизга яхшилик қилинг – ёпилиш кунида камида икки марта ахборот бюллетенини тузинг ва учинчи хатни юбориш ҳақида ўйлаб қўйинг.

Нимадир нотўғри бўлаётганида

Ҳамма нарса яхши бўлишини ва ҳар бир ишга тушириш катта муваффақият қозонишини исташимга қармай, баъзида ишга тушириш муаммолардан ҳоли бўлмайди. Баъзида натижалар кутилганидан паст бўлади. Шунинг учун мен энг кўп учрайдиган муаммоларни кўриб чиқишни ва бундай вазиятларни қандай ҳал қилиш бўйича баъзи маслаҳатларни беришни хоҳлайман.

Биринчидан, баъзида техник муаммолар пайдо бўлади. Масалан, веб-сервер жуда кўп трафик туфайли ишдан чиқади. Яхшиямки, биринчи ишга тушириш пайтида, бу муаммо сизга таҳдид солмайди. Серверларни ишга тушириш учун жудда катта трафик талаб қилинади. Яхши ривожланган бизнес ва узундан-узоқ тарқатмалар рўйхати эгаси бўлмасангиз, сиз, шунчаки, ерсерверга бундай юк тушира олмайсиз.

Аммо яхши ривожланган бизнес эгалари ва узун почта рўйхатлари эгалари учун эътибор бериш керак бўлган нарсалар мавжуд. Менинг энг муҳим ишга туширишларимнинг бирида сервер ишдан чиқди, бу мен учун кўп

рухий изтироблар, буюртмаларнинг йўқолиши ва натижада катта миқдордаги пулни сарф қилиниши кабиларни олиб келди. Бундан ташқари, мен маълум бир даражада миждозларнинг ишончини йўқотдим ва бу обрўйимга путур етказди. Сизга қасам ичиб айтишим мумкин, сервер ишдан чиқиши жуда ёқимсиз ҳолатдир¹³.

Кўпчиликнинг хаёлига ҳам келмайдиган иккинчи муаммо бу инкассация билан, яъни пул олиш билан боғлиқ. Интернет орқали буюртмаларни қабул қилиш учун сизга бирон-бир тўлов шлюзи ёки тижорат ҳисоби керак бўлади. Қайси усулни танлашингиздан қатъий назар, кутилмаганда катта миқдордаги буюртмалар ушбу хизматни тақдим этганларни асабийлаштириши мумкин. Эҳтимол, вазият улар томонидан кредит хавфи сифатида қабул қилиниши мумкин. Охир оқибат, сиз шунчаки пулни олиб, улар билан Таитига қочиб кетишингиз мумкин ва улар алданган миждозларга пулни қайтариш учун жавобгар бўлиб қолишади. Бир сўз билан айтганда, одатий даражага нисбатан буюртмаларнинг кескин кўпайиши, сизга транзит ҳисобини тақдим этганларни кўрқитади. Шахсан, мен тижорат ҳисобим ва PayPal тизими билан боғлиқ муаммоларга бир неча бор дуч келдим. Бундай муаммоларни олдини олиш учун, ишга туширишдан олдин вазиятни муҳокама қилиш яхшидир. Бундан ташқари, ишга туширишни тасдиқлаш билан шуғулланадиган ташкилотлар билан ишлаш ҳам наф беради. “Жефф Уокер услубида ишга туширишни амалга ошириш”, дейишингиз ўзиёқ нимани англатишини тушунадиган операторлар мавжуд¹⁴.

¹³ Постскриптум кўпинча хатнинг энг кўп ўқиладиган қисмидир, шунинг учун мен камёб бўлган триггерини ишлатардим. Мен обуначиларимни агар улар менинг семинаримга келишни хоҳласалар, иккиланмасликлари кераклиги ҳақида огоҳлантирдим.

¹⁴ Тавсия этилган операторлар рўйхатини <http://thelaunchbook.com/resources> сайтидан топишингиз мумкин

Агар ҳеч ким сотиб олмаса?

Агар ишга тушириш катта даромад келтирмаса нима бўлади? Сиз саватни очишингиз билан, аммо савдо деярли йўқ бўлса-чи. Сизни ишонтириб “бундай бўлмайди”, деб айтмоқчи бўлишимга қарамай, бу ҳолатлар ҳам бўлиб туришини назарда тутиш лозим албатта. Ва бу ҳодисанинг сабабини тушунишингиз керак.

Дастлаб бутун жараёни синаб кўринг. Дастурдаги ишга тушириш ҳақида хабарни очинг ва унга уланган ҳавола ишлаётганига ишонч ҳосил қилинг. Савдо саҳифасида ҳамма нарса яхши ёки йўқлигини текшириб кўринг. Саҳифа юкланаяптими? Буюртма шаклига ўтса бўладими? Қабул қилинганига ишонч ҳосил қилиш учун, буюртма беришга ҳаракат қилиб кўринг.

Кейин сайтингиз трафикни қабул қиладими ёки йўқлигини тушунишингиз керак. Тарқатма статистикасини текширинг. Хатлар жўнатилаяптими? Одамлар сайтингизга кираяптими? Сайтдаги трафик статистикаси нима ни кўрсатапти? Савдо саҳифасига неча киши ташриф буюряпти? Буюртма саҳифасига-чи?

Ва ниҳоят, агар сайт ишлаётганлиги ва одамлар унга ташриф буюраётгани аён бўлса, бу ҳолда конверсия билан боғлиқ муаммолар мавжудлигини англатади. Одатда, бу сизнинг таклифингиз ёки тижорат мурожаатингиз билан боғлиқ. Конверсия муаммосининг аниқ сабабини аниқлаш қийин. Қолаверса, бу юқорида айтиб ўтилган икки омил комбинацияси туфайли юзага келиши мумкин.

Аввал таклифингизни кўриб чиқинг. Бу жозибадорми? Бу мижозларнинг муаммоларини бартараф қилиш учун ечим таклиф қила оладими? Сиз бозорга жуда зарур бўлган нарсаларни ёки ўз наздингизда одамларни қизиқтириши мумкин бўлган нарсани сотаяпсизми? Ёки, эҳтимол, умуман бу фақат сиз эндигина яратмоқчи бўлган нарсадир? Сизнинг таклифингизда потенциал мижозларнинг умидлари ва орзулари инобатга олиними? Бу бозорга хос

бўлган кўрқув, ҳадик ва интилишларни ҳисобга оладими? Бу бозор хоҳлаган нарсага қаратилганми?

Сотилаётган видео ёки хатни тузилишини таҳлил қилинг. Сизнинг маҳсулотингиз потенциал мижозларга ваъда қилган трансформация бу ерда таъкидланганми? У ерда маҳсулотнинг афзалликлари аниқ кўрсатилганми? Ушбу жиҳатлар аниқ ва аниқ кўринадими? Харид қилиш жараёни қанчалик содда ва тушунарли? Эҳтимол, одамлар шунчаки буюртма тартибини аниқлай олмаётгандир? Одамларга пировард натижалар тўғрисида қанчалик аниқ маълумот берасиз? Жараённинг ҳар бир босқичида улар нимани кутишлари мумкин? Маҳсулот қанча туради? Сиз қандай кафолатлар берасиз?

Агар сиз савдонинг тақчиллиги таклиф ёки реклама матни билан боғлиқлигини тушунсангиз, унда ишга киришиш вақти келди. Ҳали сиз қўлингиздаги имкондан фойдаланишингиз учун кеч эмас. Мен ишга тушириш жараёнининг ўртасида, таҳрир қилинган таклиф ёки тузатилган савдо саҳифаси туфайли вазият тубдан ўзгарганининг ҳам гувоҳи бўлганман.

Ҳаммаси яхши бўлсин – ишга туширишдан кейинги ҳаракатлар

Ишга туширишнинг энг кучли ва ҳайратланарли натижаларидан бири бу сизга нисбатан пайдо бўладиган яхши муносабатдир. Ишга туширишдан олдинги ахборот материалларида жуда кўп фойдали маълумотларни бепул берганингизда – бозор сизни яхши кўришни бошлайди. Қолаверса, булар орасида маҳсулотингизни охир-оқибат сиздан сотиб оладиган одамлар ҳам, видеоларни фақат ишга туширишдан олдин томоша қиладиганлар ҳам бўлди.

Албатта, сизни ҳамма ҳам бирдай яхши кўрмайди, лекин бозорнинг аксарияти сизга нисбатан миннатдорлик ҳисларини туяди. Сизнинг жамоангиз шу одамлардан

ташкил топади ва ишга туширишдан олдинги жараён ўзига хос танловни амалга оширувчи табиий филтёр вазифасини ўтайди.

Ишга туширишни тугатиб, саватни ёпганингиздан сўнг, сизга даромад келтирадиганлар билан муносабатларни мустақкамламоқчи бўласиз. Ушбу “ишга туширишдан кейинги” жараён бу сизнинг ишга туширишингизнинг импульсини жадаллаштириш ва созлашда муҳим қадамдир. Мен янги харидорларга, кўп куч сарфлаган ҳолда, ҳаддан ортиқ тарзда режалаштирилувчи етказиб беришларни амалга ошираман ва умид қиламанки, сиз ҳам шундай қиласиз. Менда ҳар доим кўшимча бонуслар бўлади, улар ҳақида ишга тушириш пайтида мен ҳеч нарса демайман. Уларнинг тақсимланиши сават ёпилгандан сўнг кўп ўтмай бошланади. Ҳозирги пайтда биз, кўпинча, маҳсулотни сотиб олгандан кейин орттирган тажрибамиздан норози бўлганимизда, дастурга ортиқча нарсаларни кўшиш бизга сотувчиларнинг асосий қисмидан ажралиб туришга имкон беради. Бир нечта кутилмаган бонуслар билан қандай натижаларга эришиш мумкинлигининг ўзи ажабланарли ҳолат албатта. Бу ақлга сиғмас нарса дейишга шошманг – ваъда қилганингиздан кўпроқ нарсани беринг, шунинг ўзи етарли.

Бозордаги энг катта ва энг осон ғалабалардан бири янги мижозлар билан ишончли алоқа жараёни орқали таъминланади. Кўп жиҳатдан, у автоматик жавоб электрон хабарлари ёрдамида амалга оширилади.

Шунингдек, мижозларни қўллаб-қувватлаш хизмати-ни эътиборсиз қолдирмаслик керак. Мен дунё миқёсида қўллаб-қувватлашни тақдим этаман ва бу сарфланган ҳар бир центга арзийди. Қўллаб-қувватлаш менга фойда келтирмайди, аммо бу бизнес қуришга хос бўлган умумий стратегиянинг муҳим қисмидир.

Ва ниҳоят, сиздан ҳали ҳеч нарса сотиб олмаган потенциал мижозларни ҳам унутмаслик лозим. Сиз уларни ишга тушириш олдидан энергия сарфлаб уларни мафтун

қилишга урингансиз ва улар охир оқибат харидни амалга оширмаган бўлсалар ҳам, эҳтимолки, уларга сизнинг кейинги таклифингиз кўпроқ ёқиши мумкин.

Бу муносабатларни бузилишига йўл қўйманг. Ишга туширишдан бир неча кун ўтгач, улар билан бошқа қимматли маълумотларни ҳам баҳам кўринг. Бу уларни кейинги таклифингиз ёки кейинги ишга туширишингиз учун мослаштиради.

Шундай қилиб, энди ишга тушириш нима эканлигини билиб олганингиз учун, менда сизлар учун кичкина бону-сим бор – Экин-тикин ишга тушириш сирлари. Сиз почта рўйхати ёки маҳсулотсиз қандай ишга туширишни ўргана-сиз. Мен Экин-тикин ишга туширишдан қандай қилиб 20 миллионли империяга ўтганимни айтиб берман...

9-боб. Нолдан бошлаш: Экин-тикин ишга туширишнинг бошланиши.

Мўъжаз оиладаги гўдакнинг ўлими Тара ва Дейв Маринонинг ҳаётини бутунлай ўзгартириб юборди. Бу ҳар қандай ота-она учун фожеа албатта. Мен бу дунёни муддатидан олдин тарк этган азизларимни йўқотган бўлсам-да, бунинг қанчалик азобли эканлигини ҳатто тасаввур ҳам қила олмайман. Буни бошдан кечириш осон эмас.

Дейвнинг яхши иши бор эди, унга йилдан-йилга олти рақамли даромад олиб келарди, лекин корпоратив мута-ассиблик уни ақлдан оздираётганини ҳис қилди. Ва фо-жиадан кейин унинг учун атрофдаги ҳамма нарса ўз маъ-носини йўқотди. Тара кўчмас мулк агенти бўлиб ишларди, аммо аксарият ҳолларда у уйи ва болалари билан машғул бўларди.

Унинг, шунингдек, севимли машғулоти бор эди – дўст-ларига, одатда, ўзи каби уй бекаларига, ўзларининг ҳа-ётини ўзгартириш учун ёрдам беришни яхши кўрарди. Формула маҳсулотни Ишга тушириш Формулasi ҳақида

биринчи марта эшитганида, у дарҳол ушбу восита унга тажрибасини янада кенгроқ аудитория билан бўлишиш ва ўз бизнесини йўлга қўйишга имкон беришини тушунди. Ва, эҳтимолки, бу Дейвнинг ҳаётига ўзгача маъно бағишларди.

Аммо Таранинг олдида жуда катта муаммо турардики, бу ҳаммасини нолдан бошлаш зарурати билан боғлиқ эди. Дўстларига ёрдам бериш асносида у жуда катта миқдордаги материаллар тўплади, аммо буларнинг барчаси китоб, семинар ёки, ҳеч бўлмаганда, бир қатор тақдимотлар шаклида тизимлаштирилиши керак эди. Аслини олганда, унинг маҳсулоти йўқ эди.

Яна бир муаммо бор эди: бу рўйхат ва платформанинг йўқлиги. Тара Twitter даги бир неча обуначилари ва Facebook ижтимоий тармоғидаги дўстлари билан ғурурланиши мумкин эди, аммо ундан кўпроқ нарса йўқ эди.

Шунга ўхшаш вазиятда бўлганингизда сиз нимадан бошлаган бўлардингиз?

Маҳсулотсиз пул олиш

Экин-тикин ишга туширишнинг сеҳрли хусусиятлари том маънода сизга бизнесни ҳеч нарсасиз бошлашга имкон беради – Тара ҳам худди шундай йўл тутди.

Почта қутиси ва ижтимоий тармоқлардан у 200 кишининг манзилларини топишга ва ишга тушириш олди жараёни ташкил қилишга имкон топди. У ўз маҳсулоти-ни “Сиз – мукамалсиз” деб номлади. Тара ва Дейвнинг таъкидлашича, бутун корхона ўз-ўзидан пайдо бўлганга ўхшар эди. Бироқ, биринчи маҳсулотни дўстлари ва танишлари орасида кичик бир доирада ишга тушириш, уларнинг ҳолатида бўлганидек, кўпинча, хатоларни четлаб ўтишга имкон беради. Шунинг учун, экиш пайтида Тара курс учун бешта талабани топди ва шу орқали у деярли 3000 доллар пул топди!

Маҳсулот ўзида иш жадваллари ва шаблонлари билан олти ҳафталик телевизион семинарларни мужассам-

лаштирарди. Аслида, Тара сотувлардан кейингина маҳсулотни яратди ва тақдим этди. Ҳар ҳафта у кейинги дарсга материаллар тайёрлар эди, сўнгра телефонни олиб, дарс ўтказади. Бу ажойиб интерфаол жараён эди. Мижозларнинг шарҳлари, аниқ эҳтиёжларга кўра қуйидаги дарсларни тузишга имкон берарди. Албатта, Тара барча дарсларни ёзиб олар ва бу ёзувлар, асл дастурни тугатгандан сўнг унинг маҳсулоти учун асос бўлиб хизмат қилди. Экин-тикин ишга тушириш унга нафақат даромадни, балки тайёр маҳсулотни ҳам олиб келди.

Нолдан 3000 доллар қилиш – бу жуда жозибали, аммо бундан кейин содир бўлган воқеа аввал содир бўлганларни янада ажойиб қилиб кўрсатади. Биринчи курсда мижозлар билан бўлган мулоқот натижасида яна иккита маҳсулот: “Таъсирчанлик кучи” ва “Гўзаллик формуласи”ни ишга тушириш ғояси пайдо бўлди. Биринчи ишга туширишдан сўнг Дейв ва Тарада минглаб манзилларнинг рўйхати тузилган эди. Кейинги ишга тушириш уларга дярли 12 000 доллар даромад келтирди. Аммо такрор айтман: бу фақат бошланиши эди. Учинчи акция пайтида улар 90 000 доллар тўртинчиси давомида улар аллақачон 190 000 доллар ишлаб топишди. Ҳар бир ишга тушириш уларнинг почта рўйхатини кўпайтирди ва бозорда ўз обрўсини мустаҳкамлади. Бугунги кунга келиб, Таранинг машғулоти ва мураббийлик курслари уларга ярим миллион доллардан кўпроқ даромад келтирди.

Бу вақт орасида Дейв ишдан бўшади. Тўсатдан, унинг “хавфсиз” идораси барча жозибасини йўқотди. Бизнесдаги муваффақият фарзандидан жудо бўлиш азобини юмшатиши даргумон, аммо улар бутун оилага бутунлай янги бўлган ҳаётини муҳитни бахшида қилди. Тара, Дейв ва уларнинг икки ўғли таътилда Францияга боришгандан сўнг, ўша ерда қолишга қарор қилишганда, бу ҳаёт кескин ўзгариб кетди! Тара ҳар доим Францияда яшашни орзу қилар эди, янги бизнес ва янги ҳаёт тарзи тўсатдан бу орзунини ҳақиқатга айлантди. Улар уйларига қайтиб

учиб кетишди, аксарият буюмларини нарсалар сақланувчи омборга топшириб сўнг Франциянинг жанубига кўчиб ўтишди¹⁵.

Сиз бошлашга киришганингизда

Ишончим комилки, ҳозирга қадар сиз синчковлик билан режалаштирилган ишга тушириш самара беришни кўрдингиз. Сиз аллақачон маҳсулотни ишга тушириш формуласи ҳар қандай ҳажмдаги корхоналар билан қайта-қайта иш бериши тасдиқланган тизим эканлигини кўрдингиз.

Аммо узоқ вақт давомида ушбу мавзу билан шуғулланган одам сифатида биламан, баъзи ўқувчилар Формулани ўз ҳолатларига қандай қўллаш мумкинлигини тасаввур қилишмайди, айниқса, бизнес ҳали мавжуд бўлмаса. Эҳтимол, бундай шубҳалар сизни ҳам ташвишга солаётгандир. Эҳтимол, буларнинг барчаси, албатта, мантиққа тўғри келади деб ўйларсиз, аммо бизнесда қандай қўллаш кераклигини сиз ҳали билмайсиз албатта. Сизда почта рўйхати ёки маҳсулотнинг ўзи йўқ. Эҳтимолки, сиз ишга тушириш жуда яхши бўлар эди, деб ўйлайсиз, аммо керакли активларга эга эмассиз. Ёки ҳатто сизнинг бизнесингиз бор, лекин ўзингизни бошқа соҳада синаб кўришни хоҳлайсиз. Сиз олдинга силжишга тайёрсиз, лекин сизга бошланғич нуқта керак. Бундай ҳолда, ушбу боб сиз учун мўлжалланган, чунки у юқорида келтирилган барча саволларга жавоб беради.

Мен уни Экин-тикин ишга тушириши деб номлайман, чунки бу кичик ишга тушириш сизга маҳсулот, почта рўйхати ва ҳатто муваффақиятли бизнесни тақдим этишга қодир. Бир кун осмон қадар ўсиб кетувчи катта эманга айланиши мумкин бўлган кичик бир уруғни тасаввур қилинг. Бундай уруғдан ўсиши мумкин бўлган ғаройиб дарахт ғояси бемаъни кўринади, аммо биз аниқ биламиз-

¹⁵ Тара ва Дейвнинг тўлиқ ҳикояси <http://thelaunchbook.com/tara> да жойлашган

ки, бу худди шундай бўлади. Шунга ўхшаш вазият экинни Экин-тикин ишга тушириш пайтида ҳам содир бўлади. Буларнинг барчаси ғоядан ва оз миқдордаги сотувлардан бошланади, кейин у жиддий бизнесга айланиши мумкин.

Жума куну содир бўлган фалокат

Энди биз Экин-тикин ишга тушириш механикасини кўриб чиқамиз, лекин аввал унинг ишлаш принципи ва самарадорлик даражасини кўрсатадиган мисолни келтирмоқчиман. Мен ушбу Экин-тикин ишга туширишга 2005 йилда мурожаат қилдим ва ҳар доимгидек, бундай ҳолатларга мурожат қилиш, жиддий ҳолатларни юзага келтирган. Мен бизнесни нолдан бошлашимга тўғри келган.

Кўп йиллар давомида мен турли хил товарлар ва хизматларни тарғиб қилиш билан шуғулланиб келганман ва тўсатдан шерик билан бўлган муносабатларим кескин равишда яқунланди. Ўтган йиллар давомида мен тез-тез бизнес ҳамкорликка мурожаат қилдим ва битта ҳақиқатни аниқ англадим. Бизнес шериклик, асосан, узоқ вақт давом этмайдиган тарзда яратилган. Аммо бу сафар мен билан муносабатларни огоҳлантиришсиз узиб юборишди. Жума кунларининг бирида шериклардан бири менга қўнғироқ қилди ва у нафақат ишлашни тўхтатибгина қолмай, балки деярли барча тўлов қобилиятига эга мижозларни ўзи билан олиб кетишини айтди.

Кўплаб ишбилармонлар бу каби ҳолатларни бошидан кечирганлар, шунинг учун ушбу вазиятнинг ўзида ғайритабиий нарсанинг ўзи йўқ. Аммо бу ҳолатда битта фикр диққатга сазовор эди. Менинг биринчи қилган нарсам – бу ўтириб олиб, энди нима билан машғул бўлишим бўйича обдон ўйлаб олишдан иборат эди. Мен йўқотган бизнеснинг барча ижобий ва салбий томонларини ёзиб чиқдим. Кейин эса мен бизнеснинг янги версиясида кўришни истаган нарсаларимни санаб ўтдим. Мен қизиққан соҳани эгаллашга етарилча кўп вақт сарфланди. Ва энг муҳими,

мен бозорга қандай фойда келтиришим мумкинлиги ҳақида яхшилаб ўйлаб кўрдим.

Кўп йиллар давомида мен инвестиция ва савдо соҳа-сида ишлаб келдим. Менинг барча маҳсулотларим одам-ларга фонд бозорига қандай инвестиция қилишни ўрга-тар эди. Гарчи бу бизнес менга жуда ёққан бўлса-да, мен вужудимда чарчоқ бошланганини ҳис қилдим. Менинг фонд биржаларим бюллетенлари йилига ўртача беш юз марта нашр этиларди. Ва мен бошқаларнинг ёрдамисиз ҳамма нарсани қилганим учун, бу жараён жуда оғир эди. Мен бошқа, режалаштириш ҳажми камроқ бўлган бозорга ўтишни хоҳладим.

Яна бир ҳаракатлантирувчи омил бор эди: тез ора-да менга тадбиркорлик ва маркетинг билан шуғулланиш ёқиб бораётганига эътибор бериб қолдим. Фаолиятим-нинг бошида мен маркетинг ҳақида ҳеч қандай тасаввур-га эга эмас эдим, лекин аста-секин “бу масалада устаси фаранг” бўлиб қолдим. Мен йўқ жойдан, яъни ҳеч нарса-дан бизнес ярата бошладим, улкан почта рўйхатини туз-дим ва маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ажойиб тизимини яратдим. Бундан ташқари, мен бошланғич техникани бошқа тадбиркорлар билан баҳам кўрдим ва улар ҳам жуда яхши натижаларга эришдилар, шунинг учун мен усулим бошқаларда худди ўзимда бўлгани сингари яхши ишлашини билардим.

Шундай қилиб, менинг ихтисослашувим (маркетинг ва маҳсулотни ишга тушириш) одамларга катта фойда кел-тириши мумкин эди ва мен тадбиркорлик ва маркетинг асосларини яхши кўрардим. Аммо менинг олдимда икки-та муаммо турар эди: бу бозорда менда на почта рўйхати ва на тайёр маҳсулот бор эди. Олдинги бизнесдан қолган улкан манзиллар рўйхати бор, аммо улар фонд бозорига қизиққан одамларга тегишли эди; янги йўналишда улар-дан фойда кам эди. Яхшиямки, менга омад кулиб боқди – мени бир неча ҳафта ичида бўлиб ўтадиган маркетинг конференциясида чиқиш учун таклиф қилишди. Ва мен

тақдимотни янги бизнесни қуриш учун асос қилиб олишга қарор қилдим.

Мен 90 дақиқада айтилиши мумкин бўлган даражада батафсил тафсилотларни намойиш этадиган ажойиб тақдимот қилдим. Тақдимотдан сўнг таклифлар тингланди: методологияни батафсилроқ ўрганишни истаганлар учун ва юқорида келтирилган барча стратегиялар қандай амалга оширилаётганини аниқ билиш учун мен жараёни босқичма-босқич намойиш этиш билан кичик гуруҳларда машғулотлар ўтказдим. Мен уни “Ишга тушириш Форумласи семинари” деб номладим. Машғулотлар мен бир мунча вақт ўтгач бошлашим керак бўлган, телефон конференциялари шаклида ўтказилиши керак эди.

“Саҳнадаги савдо-сотик” – бу алоҳида санъат тури, шунинг учун тан олишим керакки, мен ушбу бизнесда зарур кўникма ва тажрибага эга эмас эдим. Шунга мувофиқ тарзда менинг таклифим унчалик эътиборга сазовор ҳам бўлмади. Залда уч юзга яқин одам бор эди, мен гуруҳдаги атиги олтита ўринни сотдим. Бу жуда паст кўрсаткич. Энди мен саҳнадан таклиф тушганидан кейин кутилиши керак бўлган минимал жавоб даражаси 10 фоизни ташкил этишини керак эканлигини биламан. Менинг натижам эса 3 фоиздан ҳам кам эди.

Айтайлик, сотувчи сифатида мен юқори натижаларни кўрсата олмадим, лекин мен учуришда яхши ишга туширишларни амалга оширардим. Ва энди менда ҳақиқий мижозлар бор эди. Мен уларга ҳаётларини бутунлай ўзгартирадиган нарсаларни ўргата олишимга амин эдим.

Бир неча муаммо... ҳал қилинди!

Ушбу босқичда навбатдаги бир қатор муаммолар пайдо бўлди. Биринчидан, мен ишга туширишларни қандай амалга оширишни билардим, лекин буни қандай ўргатишни билмасдим. Иккинчидан, кўпроқ иштирок этиш учун олтитадан кўпроқ талаба керак эди. Шунинг учун мен гуруҳга бир неча йиллар давомида танишган дўстларим

– тадбиркорлар ва бизнес эгаларига қўшилишни таклиф қилдим. Бу ҳолатда мен талабаларнинг “танқидий мас-саси” га эга бўлишим жуда муҳим бўлганлиги сабабли қў-шимча одамлар бепул таклиф қилинганди. Уларнинг кўп-чилиги менинг омадли ишга туширишларимдан хабардор бўлиб, менинг формуламни билиб олишни жуда хоҳлар-дилар. Шундан бу улар учун ҳеч нарса йўқотилмайдиган вазият эди. Мен ўзимга танқидий массамни олардим ва улар менинг сирларимни билиб олардилар. Натижада 30 кишидан кўпроқ бўлган гуруҳни ташкил қилдим.

Шундай қилиб, танқидий масса муаммоси ҳал қилин-ди, лекин мен ҳали материални тақдим этишнинг энг яхши усулини танламадим. Мен ишга туширишларни қандай бажаришни билар эдим, лекин илгари ҳеч қачон Формуламни бировга ўқитмагандим. Ва тажрибамдан бил-лардимки, ҳар қандай соҳадаги мутахассислар, кўпинча, “билимнинг тавқи лаънати” остида қолиши ҳеч гап эмас-ди. Одам ўзини бу ишда янги эканини тезда унутади ва жуда юқори даражада дарс беради.

Шунинг учун, мен ўзим ёқтирган асбобга мурожаат қилдим, у ҳақда мен ишга туширишдан олдинги босқични ёритганда айтиб берган эдим. Мен гуруҳ аъзоларидан ни-мани билишни хоҳлашларини сўрадим. Таклифим доира-сида бешта телефон конференциясини ўтказишга ваъда бердим. Биринчи дарсдан олдин, мен талабалардан маҳ-сулотга оид қайси мавзулар кўпроқ қизиқтиришини сўра-дим. Жавобларни беш тоифага ажратдим – ҳар бир бўла-жак дарс учун биттадан. Биринчи дарсда мен бошланғич жараён ҳақида умумий маълумот бериш имконини берув-чи саволларни олдим ва уларни мантиқий кетма-кетлик-да жойлаштирдим. Кейин семинар давомида мен рўйхат бўйича ҳар бир саволга жавоб бериб чиқишим керак бўл-ди холос.

Кейинги дарс олдидан мен яна бир сўровнома ўтказ-дим. Гуруҳда, биринчи машғулот материаллари бўйи-ча саволлар бор-йўқлигини билмоқчи эдим. Шунингдек,

мени иккинчи мавзу бўйича асосий саволлар – ишга туширишдан олдинги кетма-кетликни яратиш ҳақидаги саволлар қизиқтирарди. Ва яна мен, шунчаки, маърузамнинг асосини ташкил этувчи мантиқий ҳикоядаги саволларга жавоблар беришим керак эди.

Шундай қилиб, бешта дарснинг барчаси шаклланди. Семинардан сўнг мен қўшимча, бонусли телефон конференциясини ўтказдим, шунда мен тингловчиларим орасида қолган саволларга жавоб бериб ўтдим. Кейин (доимо ваъдаларимни бажаришни яхши кўрганим учун) мен бошқа одамларнинг ишга туширишларига оид вазиятнинг таҳлилига бағишланган яна бир нечта телефон конференцияларини ўтказдим.

Натижада, дастлаб ваъда қилинган бешта конференциянинг ўрнига, мен тўққизта ёки ҳатто ўнтача косференция ўтказдим. Биз мавзуни ҳар томонлама ўрганиб чиқдик ва мен билганларимнинг барчаси билан ўртоқлашдим. Натижада, мен талабаларимдан ажойиб шарҳлар ва уларнинг муваффақиятлари ҳақида хабарлар олдим. Билдирилган фикр-мулоҳазалар мен ўзим ваъда қилганимдан кўпроқ нарсани берганимдан далолат бериб турарди. Бундан ташқари, тақдим этилган материал (кейинчалик маҳсулотни ишга тушириш формуласининг асосини яратди) ҳақиқатан ҳам ақл бовар қилмас эди. Аммо менинг талабаларим курсни тўлиқ қадрлашлари учун яна бир сабаб бўлиб, улар буни тўла-тўқис ҳис қилиш жуда муҳим саналарди.

Оддий қилиб айтганда, мен барча материалларни гуруҳга етказишга муваффақ бўлдим, ваҳоланки, илгари ҳеч қачон буни қилмагандим ҳам. Гап менинг туғма ўқитувчилигимда эмас. Талабаларимга жараённи бевосита ўзлари олиб боришга рухсат бердим. Доимий равишда дарс пайтида ҳам, дарс олди сўровларда ҳам улардан нимани билишни хоҳлашини сўрадим. Ўтган мавзуларда нима нарсаси тушунарсиз бўлиб қолган? Қайси мавзуларга қайтиш ва батафсил кўриб чиқилиши керак? Яна қандай саволлар

жавобсиз қолди? Аслида, мен Экин-тикин ишга тушириш пайтида, ёлланган биринчи талабалар гуруҳидан материални қандай ўқитишни ўрганиш учун фойдаланганман.

Ушбу соҳадаги ҳозирги мавқеимдан келиб чиқиб, турли хил маҳсулотларнинг бозорда қандай пайдо бўлишини кўраман. Ва уларнинг орасида жуда кўпи паст сифатли. Экиш ишга туширилиши туфайли сиз яратган маҳсулот паст сифатли молга айланади, деб хавотирланмайсиз. Ахир, унинг устида ишлаш жараёни жуда интерактив. Сиз доимо харидорларнинг фикрлари билан қизиқасиз ва бу ажойиб натижаларни беради. Оддий қилиб айтганда, сиз табиий равишда бозор эҳтиёжларига мослашасиз. Сизнинг олдиндан тахминлар қилишингиз шарт эмас. Сиз “билим тавқи лаънати”га чап берасиз. Ва мижозларга ҳақиқий фойда келтирасиз.

Экин-тикин ишларингиз бошланиши

Шундай қилиб, Экин-тикин ишга тушириш жараёнини батафсил кўриб чиқайлик.

Бу на почта рўйхати, на маҳсулотга эга бўлган янги бошланувчилар учун жуда мос келади. Бу янги маҳсулот ҳақида тасаввурга эга бўлгану, лекин маҳсулоти кимгадир керак бўлармикан, деб шубҳаланаётганлар учун ёки бирон бир сабабга кўра маҳсулот яратилишидан олдин тўловни олиш керак деб иккиланаётганлар учун ҳам тўғри келади. Экишни тайёрлаш воситаси қанчалик мослашувчан эканлигига ҳайрон қоласиз. Ваҳоланки, битта чеклов ҳам мавжуд: жисмонан маҳсулотни етказиб бераётган бўлсангиз, ушбу турни ишга туширишнинг иложи йўқ. Аммо маълумот ва таълим маҳсулотларига жуда мос келади. Агар сиз одамларга вазн йўқотишни, муносабатлар ўрнатиш, яхши иш қидириш, марафонча югуриш, итларни қўлга ўргатиш, қўшимча беморларни терапия машғулотларига жалб қилиш, ижтимоий тармоқлардаги обуначилар сонини кўпайтириш ёки шунга ўхшаш нарсаларга эга бўлсангиз, экишади ишга тушириши сизга хуш ёқади.

Сиз учун хушxabар айтишим мумкин: сиз аллаqачон экиш бошланганда зарур бўладиган деярли барча воситалар ва тушунчалар билан танишиб чиқдингиз. Бундан ҳам яхшироқ янгилик бор. Сиз ишга туширишнинг барча мавжуд бўлган вариантларидан энг оддийсини бажаришингиз керак бўлади. Ва, энг муҳими, у тугаши билан сизнинг кўлингизда потенциал миждозларнинг эҳтиёждари ва истакларига мукамал даражада жавоб берадиган, мукамал сифатли тайёр маҳсулот бўлади.

Экин-тикин ишга туширишда, асосан, электрон почта орқали тўғридан-тўғри савдо билан шуғулланган бир неча кишиларга маълум бўлган иккита ҳодисадан фойдаланишни бошлайди. Биринчидан, фоиз сифатида кичик рўйхатлар катта рўйхатларга қараганда яхшироқ жавоб қайтаришади. Ва мен КИЧКИНА рўйхатларни кўпроқ жавоб қайтаради деб айтмаяпман – демоқчиманки, улар жуда ҳам сезгир. Масалан, бир гал мен 299 манзиллар рўйхати билан ишлаган эдим. Бу ишга туширишнинг энг қийин вариантларидан бири эди, чунки мен илгари бепул бўлган онлайн хизмат учун одамларни тўлашга мажбур қилишим керак эди. Янги нарх катта эмас, лекин у йилига 100 долларни ташкил этар эди.

Бир қарашда, мени олдинда жуда оғир иш кутиб турар эди. Аммо рўйхатга жуда самимий одамларнинг манзиллари киритилган эди (бошқача қилиб айтганда, мен улар билан жуда яхши муносабатда бўлганман). Ва натижада мен 299 маҳсулот обуналаридан 297тасини олдим, яъни жалб қилиш (конверсия) нисбати 99,3 фоиз эди. Ишончим комилки, мен бундай натижадан янада ошиб кетолмайман! (Шунга қарамай, менинг одатий натижаларим одатдагидан анча йироқ!) Аммо ишонч билан айта оламанки, агар рўйхатда уч мингта манзил бўлганида, шунга ўхшаш жалб қилиш коэффициенти, умуман олганда, эришиб бўлмайдиган натижа бўлар эди.

Экин-тикин ишга туширишининг фойда келтирадиган иккинчи таъсири - бу “ўта сезгирлик” билан танилган

маълум фоиз одамлар рўйхати мавжудлиги. Бу сизнинг содиқ мухлисларингиздир. Улар сиз юборган барча хатлар ва электрон почталарни очиб кўришади. Улар сиз таклиф қилаётган ҳамма нарсани катта эҳтиёж билан сотиб олишади. Сиз айнан улардан биринчи бўлиб электрон почта орқали жавоб оласиз; улар биринчи бўлиб сизнинг блогингизга шарҳлар қолдиради ва ижтимоий тармоқлардаги янги ланишларингиз ҳақида биринчи бўлиб хабар олишади. Ва диққатга сазовор тарафи шундаки, бундай ўта сезгир одамлар ҳар қандай почта рўйхатида мавжуд.

Кичик рўйхатларнинг катта сезгирлигини уларнинг ҳаддан ташқари масъулиятли одамларини бирлаштирган ҳолда, сиз уруғларни оласиз... Экин-тикин ишга туширишни.

Эҳтимол сиз ҳайрон қолаётгандирсиз: нега дастлаб кичкина рўйхатлар ҳақида гапираяпман, ахир гап дастлаб экиш ишга туширишини умуман рўйхатсиз ўтказиш имконияти ҳақида эди. Гап шундаки, экиш ишга тушириш учун биринчи қадам микро рўйхат яратишдир. Унинг ичида фақат 30 киши бўлиши мумкин, аммо бу рақамни юзга етказиш яхшироқдир. Ундан ҳам яхшиси, уч юзта манзилни тўпланг.

Шунга қарамай, мен сизни хурсанд қилишим мумкин, энди микро рўйхатларни тузиш ҳар қачонгидан ҳам осонроқ бўлиб қолган. Ушбу муаммони ҳал қилишнинг энг самарали воситаси бу ижтимоий тармоқлардир. Биринчи обуначиларни топиш учун Facebook, Twitter ёки исталган бошқа ижтимоий тармоқлардаги мавзуларингиз бўйича юқори сифатли материалларни баҳам кўришни бошлашнинг ўзи кифоя.

Ижтимоий тармоқлардаги вазият, китоблар нашр этилгандан кўра тезроқ ўзгариб бораётгани ва экин-тикин ишга тушириш, бу сўзларни ёзгандан кейин ўн йил ўтгач ишлатилиши мумкинлиги сабабли, мен сизга ижтимоий тармоқлар орқали микро рўйхатлар яратиш учун аниқ тактикаларни тақдим қила олмайман. Сиз танлаган

мавзу бўйича муҳим, қизиқарли материалларнинг нашр этилиши, пировард натижада обуначиларни жалб қилади. Материалларни шахсан ўзингиз яратишингиз ёки танлаб олишингиз мумкин (яъни сиз томондан топилган ва эълон қилинган бўлиши мумкин). Қандай бўлмасин, сизнинг ресурсингизнинг янгиланишини кузатишни истганлар дарҳол, тез орада топилади. Яна бир бор эслатиб ўтаман, сиз юзтадан уч юзтагача манзилларни тўплашингиз керак. Бу унчалик қийин эмас.

Экин-тикин ишга туширишнинг асосий мақсади миллион доллар ишлаб топиш эмас, балки сизни ўйин билан таништириш, автоматик равишда ажойиб маҳсулотни яратиш ва бозорни таниб олиш, шунингдек, келажакда янада кенгроқ ишга тушириш учун зарур шарт-шароитларни яратишдир.

Мен сизни ўзимнинг Экин-тикин ишга туширишим бўйлаб бориб маҳсулотларни сотишга бағишланган семинарларни, яъни мижозларга бир қатор теле-семинарларни таклиф қиламан. Белгиланган вақтда барча иштирокчилар махсус рақамга қўнғироқ қилишади. Телефон бутун гуруҳ сизни тинглаши учун созланган бўлади. Аслида, сиз телефон орқали маъруза ўқиш имкониятига эга бўласиз. Агар кези келса, сиз ҳар бир талабага сўз беришингиз мумкин. Мен минглаб одамлар учун теле-семинарлар ўтказган эдим, аммо уруғ экиш бошлангандан сўнг сиз кўпи билан ўнлаб мижозлар билан ишлашингиз керак бўлади¹⁶.

Айтайлик, сиз танланган мавзу бўйича бир қатор телесеминарлар ўтказмоқчисиз. (Семинарлар сони турлича бўлиши мумкин, лекин учдан бешгача қўнғироқни

¹⁶ Телесеминар ўрнига сиз веб-семинар ташкил қилишингиз мумкин. Бундай ҳолда, талабалар сизни нафақат эшитишлари, балки кўришлари ҳам мумкин. Вебинарлар жуда яхши воситадир, чунки улар сизга визуал материалларни баҳам кўришга имкон беради, аммо уларни ташкил қилиш анча қийин. Агар сизнинг барча мижозларингиз сиз билан бир шаҳарда истиқомат қилишса, сиз юзма-юз дарсларни ўтказишингиз мумкин. Аммо бошлашнинг энг осон усули – бу телесеминарлар. Ушбу хизматни ким тақдим этишини билиш учун менинг [http:// thelaunchbook.com/resources](http://thelaunchbook.com/resources) саҳифасига ташриф буюринг

ташкил этиш яхшироқдир.) Ҳафтасига битта семинарни режалаштиринг. “Саволлар ва Жавоблар” бонус конференцияси ҳақида ҳам унутманг, бу янги мижозларга берилган ваъдаларнинг ҳаддан ташқари бажарилишини кафолатлайди.

Ишга тушириш жараёнининг ўзи ҳақида. Сиз деярли сезгир ва дўстона бўлган одамларни ўз ичига оладиган, фойдаланувчилар учун қулай бўлган кичик рўйхат билан ишлаётганингиз учун ҳеч қандай мураккаб иш қилишингизга ҳожат қолмайди. 6 ва 7-бобларнинг материалларидан фойдаланишнинг ўзи кифоя.

Аммо сизда яхши таклиф бўлиши керак, бундан ташқари, сиз ўзингизнинг семинарларингиздан кейин одамлар қандай фойда олишларини тушунтириб беришингиз керак. Аслида, сиз таклиф қилинган курсни яқунлаб, амалга ошириладиган ўзгариш ёки ўзгаришларга эътибор қаратишингиз керак. Сиз ўз мижозларингизга қўрқув ва умидсизликлардан қочиб, ушбу курс уларнинг орзулари ва умидларини амалга оширишга қандай ёрдам беришини кўрсатишингиз керак. Масалан, агар сиз одамларга гитара чалишни ўргатсангиз, улар турли хил аккордларда чалишни қанчалик тез ўрганишларини кўрсатиб беришингиз шарт эмас; бунинг ўрнига, асосан қандай ўзгариш бўлишини таъкидланг. Натижада нима олишади? Дўстлар учун чалиш ва кўшиқ айтишга қодир бўла олишадими? Улар ўзларини мазкур гуруҳ учун ижро этишда ишонч билан тута олишадими? Улар ўзларини ҳақиқий мусиқачи каби ҳис қила оладими? Қарама-қарши жинс вакилини эътиборини қозона оладими?

Шундай қилиб, процедурани ўзини кўриб чиқамиз. Уруғни экиш бўйича ишга тушириш ҳолатида ҳам, ишга туширишдан олдин ҳам ҳамма нарса жуда оддий тарзда бўлиши керак. Бундай ҳолатда, ишни бошлашдан олдинги жараён асосий қисм бўлади. Ушбу босқичга бағишланган бобни қайта ўқиб чиқинг ва кейин микрорўйхатдаги одамлардан улар учун энг муҳим бўлган саволларни бе-

ришини сўранг. Бунинг учун сиз сўровнома тузишингиз ёки электрон почта ва ижтимоий тармоқлардан фойдаланишингиз мумкин. Олинган натижалар сизнинг бозорингиздаги умидлар / орзулар / қўрқувлар / умидсизликлар ҳақида кўп нарсаларни кўрсатиб беради ва таклиф яратиш жараёнига бебаҳо ҳисса қўшади. Бу потенциал мижозларни таклифга тайёрлайдиган, бу ҳақда маълумот берадиган ва ҳатто олдиндан сезишнинг пайдо бўлишига ҳисса қўшадиган огоҳлантириш зарбаси бўлади.

Тадқиқотни ишга туширишдан олдинги босқичда сўровнома ўтказганингиздан сўнг қандай маълумот олганингиз ва қандай хулосалар чиқарганингиз тўғрисида сизга хабар берадиган бюллетен тайёрланиши керак. Йўл-йўлакай, сиз ўзингизда бўлган ўзгаришларингизга оид ҳикояни баҳам кўришингиз, масалан, машғулотнинг дастлабки босқичида бўлган муаммолар ва уларни қандай енгиш ҳақида гапириб бериш мумкин. Матннинг охирида келгусида ишлатиладиган ресурслар ҳақида гапириш мантиқий бўлади.

Таклифнинг ўзи кейинги хатда қилинади. Одатда, ушбу хат одамларнинг савдо хати ёки видео саҳифага юборилиши керак. Аммо унутманг, сиз ҳеч қачон ўз маҳсулотингизни мажбурлаб сотишингиз керак эмас. Сизнинг манзилларингизда, яъни сизнинг рўйхатингизда бўлган одамларнинг нуқтаи назарича, улар сиз билан шахсий муносабатларга эга (ва уларнинг кўплари учун бу худди шундай бўлиши мумкин). Шундай қилиб, сизнинг савдо хабарингиз бу ҳақиқатни акс эттириши керак. Албатта, сиз имтиёзларни тушунтириш ва айниқса, сиз таклифингизда эришиш мумкин бўлган ўзгаришларни таъкидлаб, кўп ишлашингиз керак. Лекин сиз ўзингизни эски автомобил сотувчиси каби тутмаслигингиз керак. Ўзингизни бундай тутишингиз микрорўйхатингиздаги яхши акс-таъсирларни келтириб чиқармайди.

Бундай ҳолда, сизнинг мақсадингиз – 30 киши (ёки 60 кишини) “ҳа” деб жавоб бериши ва маҳсулотингизни

сотиб олишига эришишдир. Иштирокчиларнинг бу сони сизнинг гуруҳ билан фаол алоқангизни тақозо этиши билан боғлиқ. Бундан ташқари, уруғ сепиш каби табиий танлов ҳодисасига тегишли чегирма бериш керак. Деярли ҳамиша бир ҳолат кузатилади: баъзи одамлар умуман муносабат билдирмайди ёки ўзларининг мавжудлигини умуман намоиш этмайдилар. Яъни, агар сиз 30 кишидан бошласангиз, фаол иштирокчилар сони ундан ҳам камроқ бўлади. Агар сиз семинарда 30 та жойни сотолмасангиз, худди мен каби семинарларни бошлашингизни тавсия этаман, яъни дўстларингизни бепул таклиф қилинг. Аммо, агар сиз 30 кишини бирлаштира олмасангиз ҳам, буни қўрқинчли тарафи йўқ. Тара бешта аъзо билан бошлади, менда эса олтитаси бор эди.

Мен нархлар ва даромадлар ҳақида қисқача тўхталмоқчиман. Нархлари 50 дан 3000 долларгача бўлган (барчаси бозор ва таъминотга боғлиқ) маҳсулотларни Экин-тикин ишга туширишини кўрдим, шунинг учун ҳар сафар молиявий натижалар тубдан фарқ қилади. Сизга шуни эслатиб ўтаманки, бу ҳолатда биз асосан пул ишлаб чиқариш ҳақида эмас, балки катта маҳсулот ва бизнес соҳасидаги дастлабки қадамлар ҳақида гаплашмоқдамиз.

Маҳсулотни таништириш билан биргаликда, сизнинг энг яхши дўстларингиз – мижозлар сўровлари ва шарҳлари эканлигини унутманг. Мен ҳар бир семинар олдидан талабалар билан суҳбатлашаман. Кейинги дарсда улар қандай саволларга жавоб топишларини хоҳлашлари билан қизиқаман. Гитара дарслари мисолига қайтайлик. Агар биринчи дарс чолғу асбобларини созлаш билан боғлиқ бўлса, мен қисқагина бир жумла билан мавзуни тушунтириб бераман ва кейин мен: “Сиз гитарани созлаш билан боғлиқ тарзда айтмоқчи бўлган икки асосий савол қайсилар?”, деб сўрайман.

Бу вазиятда сизнинг ишингиз барча саволларга телефон орқали жавоб беришдан иборат бўлмайди. Сиз барча жавобларни синчковлик билан ўрганишингиз, уларни

мавзулар бўйича гуруҳлашингиз ва улар асосида маърузанинг асосини ташкил этадиган саволларни ёзишингиз керак. Улар мантиқий ва изчил кетма-кетликни яратиши керак. Бу амалга оширилгандан сўнг, сиз телефонда ўтириб, маърузани бошлашингиз мумкин.

Биринчи дарсдан кейин яна бир сўров ўтказилади. Аввало, сиз биринчи дарс мавзусида бирон бир савол бор-йўқлигини сўрашингиз керак (яъни “гитарани қай тариқа созлаш керак”). Кейин, иштирокчиларга навбатдаги дарс ҳақидаги муҳим саволларни бериш таклиф қилинади. Ушбу жараён ҳар дарсдан олдин ва кейин такрорланади. Айнан у бозор талабларига тўла мос келадиган маҳсулотни яратишга имкон беради. Йўл-йўлакай сиз бозор ҳолати тўғрисида таҳлилий маълумотларга эга бўласиз ва потенциал мижозлар билан суҳбатлашишни ўрганасиз. Буларнинг барчаси биринчи катта ишга тушириш вақти келганда юз барабар оқланади. Шу билан бирга, сиз аслида бозор шароитларини ўрганиш учун пул оласиз.

Албатта, барча семинарлар ёзиб олиниши керак – баъзи бир провайдерлар, масалан, конференц-алоқалар буни автоматик равишда амалга оширишга имкон беради. Агар сиз бешта семинар ўтказсангиз ва саволларга жавоблар билан бонус конференциясини қўшсангиз, олтига аудио ёзувга эга бўлишингиз керак. Уларни қоғозга ёзиш мумкин. Бундай ҳолда, соатлик ёзувлар 15-20 босма саҳифага айланади, яъни сиз 90 ёки ҳатто 120 саҳифали оддий ёки электрон китоб ҳосил қиласиз. Аудио ёзувлар ва китоб сизнинг мультимедиа маҳсулотингиздир. **БАЖАРИЛДИ!** Ҳозиргина сизнинг маҳсулотингизни яратиш учун сизга пул тўлашди!

Бундан ташқари, сиз мижозларингизни жиддий натижалар билан таъминлашингиз керак, чунки улар янада кенгроқ ишга туширишга тайёргарлик кўриш ва вазиятни таҳлил қилиш учун биринчи номзодлар бўлади.

Аслини олганда, бу Экин-тикин ишга туширишининг моҳияти – соддалик, тезлик ва мослашувчанлик. Шу билан

бирга, бу катта лойиҳаларга йўл очади. Бу синов босқичидан ўтиш, билимларни узатиш усулларини ишлаб чиқиш, мақсадли аудиториянинг умидлари, орзулари ва қўрқувларини тушуниш ва ҳеч қандай махсус куч сарфламасдан ажойиб маҳсулотни яратиш учун идеал усулдир.

Бошланғич ишга туширишдан – империягача

Экин-тикин ишга тушириш нималарга олиб келиши мумкинлигини намойиш қилиш учун сизга маҳсулотни ишга тушириш семинарлари қандай яқунланганини айтиб бераман. Гарчи олтитагина одамни харид қилишга ишонтирган бўлсам ҳам, ғалаба калити аллақачон ўзимнинг қўлимда эканлигини ҳис қилдим. Машғулотларни тамомлаган одамлар жуда мамнун бўлди. Олинган билимларни амалда қўллаш жуда яхши натижаларни берди. Бу турли соҳаларда ва бозорларда улкан муваффақиятлар тўлқинининг бошланиши эди. Бу тафсилотлар мазкур маҳсулотларни ишга тушириш формуласи томонидан яратилган ҳикоялар.

Ҳар бир нарсада мукамалликка интилувчи киши сифатида мен биринчи семинарлардан материал олиб, унинг асосида янада оқилона версияни яратдим. Мен ўқув жараёнида орттирилган тажрибани инобатга олдим ва унга баъзи талабаларимнинг ҳолатларини таҳлил қилдим. Ва бир неча ойдан кейин мен маҳсулотни ишга тушириш курсининг биринчи версияси устида ишлашни тугатдим.

Албатта, мен унинг ишга туширишини ташкил этишим керак эди. 2005 йилнинг октябр ойи эди. Ушбу ҳафталик ишга тушириш менга 600 000 доллардан кўпроқ даромад келтирди. Йиллар давомида мен ўн мингдан ортиқ одамга Формула дарсини ўтказиб, PFL сотувидан 20 миллион доллардан кўпроқ даромад олдим. Сиз ҳам, ушбу воқеанинг акс-садосини ҳис қилаяпсиз, чунки агар мен кўп йиллар олдин оддий Экин-тикин ишга туширишни ўтказмаганимда, сиз бу китобни қўлингизда ушлаб турмаган бўлар эдингиз. Сиз экиш ишга туширишини бошлаб ва малака-

ни оширишни давом эттириш орқали қандай натижаларга эришишингиз мумкинлигини кўрдингизми?

Ушбу бобда келтирилган рақамлар ҳақида бир нарса-ни айтмоқчиман. Бунгача мен муваффақиятли бизнесга эга бўлган бўлсам ҳам, нолдан бошлаганман. Мен бутунлай янги маҳсулот билан, мен учун бутунлай янги бозорга кириб келдим. Олдинги бизнесдан қолган улкан почта рўйхатлари бу ерда менга фойда бермасди. Ҳамма нарса бошидан тикланиши керак эди ва экиш ишга тушириши бу учун жуда яхши бошланиш эди.

Аммо менинг бисотимда янги бизнесни бошлашимга имкон берадиган битта “яширин қурол” бор эди. Бу менинг фаолиятимдаги энг катта ютуқлардан бири бўлган 600 минг долларни ишга туширишга йўл очиб берган. Қандай қилиб мен бутунлай янги бўлган бозорда бу каби муваффақиятга эришдим? Мен ҳақимда ҳеч ким билмаган ва почта рўйхатим ҳам умуман бўлмаган бозорда қай тариха содир бўлди?

Менинг сирим “Биргаликда ишга тушириш” ажойиб кучда бўлиб, бу ҳақида навбатдаги бобда сўз юритилади.

10-боб. Қандай қилиб мен бир соат ичида миллион доллар ишлаб топдим: қўшма ишга тушириш.

Кўркув ва ваҳима орасидаги чегара қаерда?

Лойихани ишга тушириш вақти шиддат билан яқинлаша борди ва мен ҳаддан ташқари ҳаддан ташқари чарчадим ва уйқусизликка мубтало бўлдим. Мен охирги марта тўлақонли уйқуга тўйиб уйғонганимдан сўнг 48 соатдан кўпроқ вақт ўтди. Электрон почта ва тезкор хабарлар, ҳар томондан менга юборилган саволлар, шарҳлар ва таклифлар ёғилди. Мен сайтда ҳеч қачон бундай трафикни кўрмаганман. Мен учун, албатта, тажрибамнинг биринчиси эмасди – мен ўнлаб марта ишга туширишларни

амалга оширгандим. Аммо энди ставкалар анча юқори эди ва қамров янада кенгроқ эди.

Соатлар бетўхтов тарзда ўтиб борар, қилинмаган ишларим эса талайгина эди. Сарлавҳа етишмасди. Буюртма жараёнини синаб кўришга тўғри келарди. Тарқатма материалларни тайёрлаш ҳам керак. Ҳали ҳамкорлар билан муносабатларга киришиш лозим. Жин урсин... Эрталабки соат 10 га бориб имконимиздаги вақт деярли ўтиб бўлди.

Менинг олдинги бизнес шеригим билан муносабатлар бузилганлиги сўнг орадан олти ойдан кўпроқ вақт ўтди, шунинг учун кимгадир фойда келтирувчи “даромадли ходиса”нинг вақти етди. Бошқача айтганда, пул ишлаш вақти келганди. Мен бизнесга қайтишга тайёр эканлигимни ҳис қилдим. Аммо бу сафар мен бутунлай назорат қила олувчи ва бирор ғоя ёки режа бўйича маслаҳатшишга мажбур бўлувчи ҳеч қандайдир шерик-ҳамкорларсиз юритилувчи бизнес керак эди менга.

Мен бизнинг фақиргина фонд бозоримиз билан хайрлашишга тайёр эдим. Мен биринчи марта бизнесни бошлаганимда менга қимматбаҳо қоғозлар бозори ёқарди, аммо вақт ўтиши билан мен маркетингни афзал кўра бошладим, бунинг учун менда барча имкониятлар бор эди.

Мен маркетинг бўйича маслаҳатчи бўлишни истамаслигимни билардим. Ахборот соҳасида тадбиркорлик йилларим давомида мен ноширлик ва ўқитувчилик ишига қизиқиб қолдим. Менга бизнеснинг табиатан самарали бўлган табиати ёқади, бунда даромад қанча соат ишлашига эмас, балки ўз маҳсулотларини сотиш қобилиятига боғлиқ. Мен ўз вақтида тақдим эта олишимдан мамнун бўлдим. Ўнлаб одамларга маслаҳатчи сифатида ёрдам беришнинг ўрнига, мен минглаб одамларга ношир сифатида таъсир ўтказа оламан. Ва буларнинг барчаси ҳақиқат эди – мен Интернетдан бизнес соҳасида пул ишладим, унинг асоси кўпчилигингиз фойдаланувчи Интернетга қараганда муттасилроқ бўлган маркетингдан иборат бўлади.

Аммо бир муаммо бор эди. Бозор аллақачон гавжум бўлиб улгурган. Минглаб одамлар маркетинг бўйича мутахассис сифатида Интернетда пул ишлашга ҳаракат қилишди. Улар орасида муваффақиятли бўлганлар бор эди, аммо кўпчилик ҳануз ўзигагина ташриф қоғозчаларини чоп эттиришга улгуришганди. Мен бу бозорда на мавқега ва на машҳурликка эга эдим. Интернетда кўп йиллик тажрибага эга бўлсам ҳам, ўзимнинг онлайн-савдодаги мутлақо инқилобий усулим бўлишига, гуру Интернет-маркетинг деб аталувчи аксарият сайтларга қараганда кўпроқ пул ишлаганимга қарамасдан... афсуски, буларнинг ҳеч бири аҳамиятга эга бўлмай қолди, мен бу муҳитда атрофдагаларга таниш эмасдим. Мени бу мўъжаз муҳит билан таништиришмаган эди. Менинг барча хабарлар рўйхатим ва сайтларим фонд бозори билан боғланган. Биржа бозоридаги ўн минглаб обуначиларимнинг мавжудлиги Интернет-маркетинг соҳасида бизнесни бошлашда ёрдам беролмайди.

Лекин менинг енгимда қартанинг тузи яширинган эди. Мен бор нарсамни тикишим мумкин бўлган ягона қартам шу эди.

Бир неча йил олдин, 2003 йил феврал ойида, мен Интернет-маркетинг бўйича семинарда қатнашдим. У ерга борганимда, ўзимни қадрдон оиламни топгандек ҳис қилдим.

Ўша пайтларда тармоқда бизнес қилиш ёлғиз бўлишни англатарди. Уйдаги офисимда ҳар куни мен ҳақиқий жангга киришардим, лекин менинг нима қилаётганимни деярли ҳеч ким тушунмасди, билмасди. Электрон тижорат гоёси бошқалар учун бегона эди ахир.

Семинарда бирданига худди ўзим сингари иш билан машғул бўлган юзлаб одамларнинг орасига тушиб қолдим – уларда ҳам худди меникига ўхшаш умидлар, орзулар, жасурликлар ва умидсизликлар мавжуд. Конференц-залнинг орқа томонига йиғилган кичик бир гуруҳ, кўп йиллар давом этувчи ва бутун соҳани ўзгартириб юборувчи

муносабатларни уйғунлаштиришга уриниб кўришди. Лекин, менимча, бу олис келажакка тегишли. Мен эса қисқа муддатли истиқболга оид бир муҳим ҳақиқатни тушуниб етдим – фонд бозоридаги фаолиятим давомида ишга туширган маҳсулотларимнинг қиммати беҳисоб, ноёб экан. Бундай ишларни ҳеч ким қилмаган. Ушбу семинаргача мен ўзимнинг ишларимдаги ноодатийлик даражаси нечоғлик эканини тасаввур ҳам қилмагандим. Яқинда мен етти кун ичида 10 6000 доллар олиб келган маҳсулотни ишга туширдим, бу менга уй сотиб олишга имкон берди. Аммо бунда намоён бўлган натижа ва мен фойдаланган стратегиянинг аҳамиятсиз эканини тушунмадим. Шуни тан олдимки, бошқалар ҳам шу каби маҳсулотларни бозорга чиқаришда иштирок этиб, худди шундай хулосаларга келишларини ҳисобга олмагандим. Мен адашган эдим. Ҳар сафар фаолиятим давомида амалга оширган ишга туширишлардан сўнг йиғилганларнинг барчаси сукут сақлаб қолишиб, кейин бор овозда ўз фикрлариин билдира бошлади. Афтидан, менинг усулларим маркетинг ва бизнеснинг одатий қонунларига зид эди. Ушбу семинарда мен жуда кўп янги танишувларни амалга оширдим - уларнинг баъзиларида Интернет-маркетинг соҳасида етакчи бўлган одамлар билан мулоқотга киришдим. Улар мижозлар рўйхати ва ўзига хос кенг миқёсли алоқаларга эга эдилар. Ҳа пайтда мен ҳали ҳам фонд бозорлари билан боғлиқ материалларни нашр этаётган эдим ва бир неча йил ичида менинг нашрларим мавзуси Интернет-маркетинг бўлишини хаёлимга ҳам келтирмасдим. Аммо менга янги дўстлар билан суҳбатлашиш ёқди, чунки улар менинг маркетинг ва тижорат корхоналарини ташкил этиш иштиёқимга хайрихоҳ бўлишди. Маълум вақт давомида мен уларнинг баъзиларига ўз маҳсулотларини сотувга тайёрлашга ёрдам бера бошладим ва сезиларли натижалардан улар мамнун бўлди. Интернет-маркетинг соҳасида бу йигит, Жефф Уокернинг қисқа вақт ичида ақлдан даромад олишига имкон берувчи янги услубга эга экани ҳақи-

да гаплар тарқалди. Ўша пайтларда мен кейинги ишларим учун замин ҳозирлаётганимни ўзим ҳам билмасдим.

Менинг биринчи қўшма ишга тушуришим

Ҳар қандай ишга туширишнинг ҳал қилувчи омилларидан бири бу – бўлажак мижозларнинг рўйхати ҳисобланади. 9-бобда мен кичик миқёсдаги ишга туширишга бундай рўйхатсиз ҳам киришиш мумкинлигини кўрсатдим (ёки микролист билан). Аммо агар сиз бозорда дарҳол ўзингизни намоён қилишни истасангиз, бундай рўйхат, шунчаки, сизда бўлиши шарт. Ҳозирда уни яратишнинг кўплаб усуллари мавжуд, аммо энг тезкор усул бу аллақачон яратилган ва тартибга солинган, бошқа одамлар томонидан тузилган рўйхатлардан фойдаланишдир. Бу қўшма ишга туширишнинг моҳиятини ташкил қилади.

Сизнинг фаолиятингиз бошланганлиги ҳақида обуначиларни хабардор қилиб, янгиликлар тарқатадиган шерикларингиз бор. Агар сизнинг маҳсулотингизни шерикларнинг почта рўйхатидан келган киши сотиб олган бўлса, сиз ҳамкорингизга комиссия тўлайсиз.

Умуман олганда, бу ҳамкорликда шериклар ўз ўқувчиларини сизнинг бошланғич маълумотларингиз билан танишишга ундайди. Кўпгина ҳолларда, шериклар абонентни контактларни олиш саҳифасига юборадилар, бунда у ишга тушириш олди информациясини олишдан аввал сизнинг почта рўйхатингизга қўшилиши керак. Ишга тушириш жараёнида сиз янги потенциал муносабатларни кузатасиз. Бунинг учун¹⁷ сайтда махсус алоқа ўрнатилиб, унда маълум бир алоқа ёки мулоқот қайси ҳамкордан келгани ҳақидаги маълумотлар мавжуд. Кейин, сиз дўкон очиб, сотишни бошлаганингизда, ушбу илова автоматик равишда янги мижозни ким юборганлигини аниқлайди, бу эса шерикларга комиссияларни тўғри тўлаш имконини беради.

Қўшма эксплуатациянинг энг истиқболли маҳсулотла-

¹⁷ Ресурслар саҳифасига қаранг: <http://thelaunchbook.com/resources>

ридан бири бу барча қайдлар асосида жиддий почта рўйхатини яратишдир. Ишга туширишдан сўнг уни сақлаш керак. Бу сизнинг манзил базангизни тўлдиришнинг энг тезкор усуллари билан биридир. Албатта, ўсиш бутунлай сиз ишлаётган жой, шерикларингиз ва уларнинг почта рўйхатлари ҳажмига боғлиқ, аммо бир неча кун ичида ўз электрон почта рўйхатингизга минглаб янги манзилларни қўшиш мумкин.

Менинг мисолимда айнан шундай бўлди. Мен Интернет-маркетинг соҳасидаги етакчилар билан яхши муносабатларни ўрнатганим ва уларга ўз ишга туширишларида тез-тез ёрдам берганим сабабли, ушбу мутахассислар менга бажонидил ёрдам беришга тайёр эдилар. Шунинг учун, мен ишга туширишгача бўлган маълумотларнинг биринчи қисмини тақдим этганимда, менинг кўплаб иттифоқчиларим ўз рўйхатларига кўра тарқатмаларни ҳозирлашди. Бир неча кун ичида 8000 киши менинг хабарларим рўйхатига қўшилди. Бу ҳали ҳаммаси эмас. Ҳамкорлар почта жўнатмаларини ишга туширишдан олдин юборишди, натижада 15000 дан ортиқ янги обуначилар пайдо бўлди. Бу рақамни кўриб нафасим бўғзимга тикилди. Менга анча кенгроқ миқёсдаги фонд бозорида бундай рўйхатни тузиш учун бир неча йил керак бўлди. Энди мен бир неча кун ичида мутлақо янги соҳада шунга ўхшаш натижани олдим – ва буларнинг барчаси Кўшма Ишга туширишнинг шарофати билан бўлди.

Шундай қилиб, 2005 йил 21 октябр куни, сават очилишидан бир неча дақиқа олдин мени кўрқув қамраб олди. Кўрқувим учун жиддий сабаб бор эди албатта.

Бу менинг ўз қобилиятимга нисбатан шубҳам бўлганидан эмасди. Мен ажойиб стартни ташкил қилишим мумкинлигини ва ўзимда жуда яхши маҳсулот борлигини билардим. Ишга тушириш олдидан олинган фикру-мулоҳазалар таклифимнинг барча тафсилотлари потенциал мижозларда қизиқиш уйғотишини кўрсатди. Ишга тушириш муваффақиятли бўлиши тобора ойдинлашиб борар-

ди.

Лекин бу “Қўшма ишга тушириш” масъулиятни янада оширгани рост. Ҳамкорларим ўзлари ишонишгани учун мени қўллаб-қувватладилар ва мен ишончни оқлаш учун бор кучимни сарфлашим керак эди. Айни шу жиҳат қуйида батафсил муҳокама қилинади, аммо сиз ушбу шериклик турига олтинга нисбатан бўлганидек муносабатда бўлишингиз керак. Шунинг учун очилиш олдидан... сўнги дақиқаларда одатдагидан кўра анча кучлироқ эдим.

Аслида, агар менинг шерикларим маҳсулотни ишга тушириш натижаларимга нисбатан бир қадар шубҳали тарзда қараб туришар, шундан улар савдо очилишидан кейинги дастлабки дақиқалардаёқ ҳар томонга тарқалишга тушишди. Биринчи соатда мен 70 минг доллардан кўпроқ даромад олдим. Биринчи куннинг охирига келиб, иш бошланганидан атиги 14 соат ўтгач, даромад 200 минг долларни ташкил қилди. Бир ҳафта ўтгач, мен ишга туширишни тугатганимни эълон қилганимда, маблағ аллақачон 600 000 доллардан ошганди. Янги бизнесни бошлашнинг яхши усули эди бу, айниқса, мутлақо янги бозорда, янги маҳсулот ва реклама харажатлари нолга тенг бўлган вазиятда. Ва буларнинг барчаси Колорадо тоғларидаги менинг офисимдан, мижоз билан ишлашда менга ягона ёрдамчи ролини ўзимнинг рафиқам ўйнаган ҳолда амалга оширилди. Янги бизнес учун бу, умуман олганда, ёмон эмас эди.

Иблис тафсилотларнинг ичида бўлади, дейишади, қолаверса, ҳар қандай бизнес учун чиқимлар ўзига хос тарзда бўлиши ҳақиқат. Ушбу савдодаги тушумларнинг барчаси ҳам тўғри менинг чўнтагимга қараб йўналтирилмаганди. Қўшма ишга тушириш билан боғлиқ энг катта харажатлардан бири бу филиал комиссияси. Ҳамкорлар сизнинг ташриф буюришингиз билан боғлиқ эълонларни, янгиликларни тарқатишади. Биргаликда ишга туширишнинг муҳим нуқтаси (Аслида у мана шу туфайли ишлайди ҳам)

сотиб олишни амалга оширган шахснинг қайси алоқани келиб чиқишини кузатиб боришдир. Шундан сўнг, мижозни юборган ҳамкорга комиссия тўланади. Менинг ҳолатимда, бу сотиб олиш миқдорининг 50 фоизи эди. Биринчи сотувда, маҳсулотни ишга тушириш формуласи курси 997 доллар эди, шунинг учун ҳар бир сотишдан менга харидорларни юборган шерикларга 498.50 доллар тўладим.

Талабалар, кўпинча, мендан кўшма ишга туширишда шерикларга тўланадиган одатий комиссия миқдори ҳақида сўрашади. Мен уларга ҳар гал бир хил жавоб бераман: “аниқ-яққол” комиссия мавжуд эмас. Буларнинг барчаси ўзига хос ишга тушириш, бозор, макон муҳити ва ҳатто ҳамкорга ҳам боғлиқ. Сиз тўловлар миқдори ва шерикларга тўланадиган компенсация таркиби тўғрисида мустақил равишда қарор қилишингиз керак. Мен комиссиянинг 50 фоизини тўлашим мумкин эди, чунки менинг даромадим нисбатан юқорилигича турганди. Менинг бизнесимдаги харажатлар ҳар доим ташриф буюрувчилар учун трафикни ишлаб чиқаришга ва сотишни ташкил этишга қаратилган. Аммо бизнеснинг бошқа турларида ишлар бошқача бўлиши мумкин. Агар сиз ҳақиқий маҳсулотларни (компютерлар, сим тўр ва бошқалар) сотсангиз, комиссия камроқ бўлади. Ва комиссиялар 50 фоиздан сезиларли даражада ошадиган бозорлар мавжуд. Масалан, бунга “якуний” сотувлар, яъни дастлабки босқичдан сўнг сотилганлар анча юқори даромад келтирувчи ҳолатлар киради.

Аммо шериклар учун ҳар қандай компенсация тизимида маҳсулотни тақдим қилишнинг мазкур турининг бир афзаллиги бор: сотувдан кейин комиссия тўланади. Буни сиз дарҳол кўп пул сарфлашингиз керагу, лекин бунинг қандай наф келтиришини билмайдиган одатдаги реклама билан таққосланг. Реклама туридан қатъий назар – телевизорда, радиода, газетада, Интернетда, хабар юбориш ёки сариқ матбуот саҳифаларда нашр қилиш – сиз пул сарфлайсиз ва вақт ўтиши билан бошланғич сармоянгиз қопланади, деб умид қиласиз. Кўшма ишга тушириш

ёки ҳамкорликдаги муносабатларда тўловлар эришилган натижаларга бевосита боғлиқ бўлади, чунки сиз фақат маҳсулотларни сотгандан кейин тўлайсиз.

ҚЎШМА ИШГА ТУШИРИШ БЎЙИЧА ҲАМКОРМИ ЁКИ ШЕРИК?

Қўшма ишга туширишдаги шерик билан ҳамкорнинг ўртасидаги фарқ нимадан иборат? Моҳиятан, албатта, бу иккиси бир хил тушунча, шундай эмасми? Иккала ҳолатда ҳам, биз маҳсулотни реклама қилишда иштирок этадиган ва ўзи таклиф қилган потенциал мижоз харидидан кейин комиссияни оладиган киши ҳақида гапирамиз. Яъни, агар шерик Жон потенциал мижоз Элисни сайтингизга юборса ва у сизнинг маҳсулотингизни сотиб олса, сиз шерик Жонга комиссия тўлайсиз. Сиз ушбу комиссия миқдорини ўзингиз белгилаб қўйгансиз (бу харид миқдорининг фоизи ёки ҳар қандай харид учун белгиланган миқдор бўлиши мумкин) ва бу шеригингиз Жон билан келишувингизнинг бир қисми бўлади.

Ушбу келишувни тузиш механизми қўшма ишга туширишда шериклар каби, ҳамкорлар мисолида қолади, шунинг учун сиз исталган номдан фойдаланишингиз мумкин. Аммо биринчи ҳолда, одатга кўра, яқинроқ муносабатлар назарда тутилади. Мен ўзимнинг деярли барча шерикларимни биладан ва ишга тушириш жараёнида биз яқиндан алоқа қиламиз – электрон почта орқали ва баъзан телефон орқали. Уларнинг кўплари менинг яқин дўстларим ҳисобланади.

Қўшма ишга тушириш нима учун ишлайди

Агар сиз “Қўшма ишга тушириш”нинг афзалликларига (савдо ҳажмининг кескин ўсиши, почта рўйхатининг мислсиз суратда кенгайиши, улкан бозордаги муқим жойлашув) қарасангиз, ушбу усул ҳар қандай муаммони ҳал қилиши мумкиндек кўринади. Аммо тадбирнинг муваффақияти учун зарур бўлган бир қатор муҳим жиҳатлар мавжуд. Шунингдек, тажрибасиз одам томонидан йўл

қўйилувчи қатор ҳатоларнинг бўлиши ҳам эҳтимолдан ҳоли бўлмайди. Шунинг учун келинг, барча босқичларни батафсил кўриб чиқамиз.

Биринчи навбатда, сизнинг потенциал бошланғич шерикларингиз фойда учун бизнес қилишини унутмаслик лозим бўлади. Ва уларнинг бир мунча катта почта рўйхатлари улар учун муҳим манба ҳисобланади, улар буни шақклантириш учун етарлича вақт ва маблағ сарфлашган ахир. Аввало, улар ўзларининг қўлларида нечоғлик кучли ресурслари борлигини билишади, улар бу ерда қандайдир ишга туширишни амалга оширишдан манфаатдор ҳам эмас. Бошқача қилиб айтганда, сиз ишга тушириш олди изчиллик кетма-кетлиги ва таклифларни тайёрлаганингиздан сўнг, стартингизни реклама қилишни хоҳловчилар сизга ўз-ўзидан мурожаат қилади, деб ўйламаслигингиз керак. Бундан ташқари, жиддий почта хабарлари рўйхатига эга бўлган киши, одатда, ўзи ўйлагани – эҳтимол тутилганидан кўпроқ реклама бўйича таклифларни олади. Бу ҳақиқат. (Жиддий рўйхатга эга бўлмаган одам унчалик яхши шерик эмас, шунинг учун у билан ишлашнинг маъноси йўқ). Тарқатмаларни чекланмаган миқдорда, мутасил тарзда юбориб тураверишингиз мумкин эмас, бу имконингиздан ташқарида, жиддий рўйхати бўлган одам эса ҳар куни кимнингдир маҳсулотини реклама қилиш таклифини олади. Ахир, бундай рўйхатлар ўзида жуда камёб манбани мужассамлаштиради.

Айнан шу тобда пухта ўйланган Ишга тушириш изчиллиги катта саҳнага чиқади. Бу ўзгаришларни намоян этувчи ажойиб машина, демак сиз ажойиб натижалар юзага келишига ишонишингиз мумкин. Умуман олганда, бу ишга тушириш бўйича шериклар учун катта комиссияларни ҳам англади. Баҳолаш параметрларидан бири бу ЭПС деб аталади – ҳар бир босишда даромад. Бу шерикнинг реклама ҳаволасини босган ҳар қандай кишидан оладиган комиссия миқдори. Яъни, агар шерик томонидан 100 киши юборилган бўлса ва комиссия тўловлари

450 АҚШ долларини ташкил этган бўлса, ЭПС параметри 450/100, яъни 4.50 доллар ЭПС бўлади.

Мендан кўпинча: “Қайси ЭПС яхшиси ҳисобланади?”, деб сўрашади. Бу саволнинг аниқ жавоби йўқ, чунки ЭПС бозор ва таклифга боғлиқ. Аммо, бу ҳолда, ишга тушириш ЭПСи бозорда қолган таклифларнинг ЭПСидан сезиларли даражада ошиб кетиши, шерикларнинг сиз учун янгиликларни етказиши осонлашганига ишонтириш муҳимроқ саналади. Ва яна бир бор эслатиб ўтаманки, яхши режалаштирилган PLF-ишга туширилиши бу ҳақиқий ЭПС-жадаллаштирувчи бўлиб хизмат қилади.

Ҳамкорлар рўйхати билан тажриба ўтказманг

Кўшма ишга тушириш бўйича муваффақият қозониш учун шериклар билан мустаҳкам алоқаларни ўрнатиш керак. Мен бу ишдаги муносабатлар фақат ишга тушириш вақтида шаклланади деб ишонган кўплаб тадбиркорларни кўрдим. Аммо бу ёндашув билан узоқ муддатли истиқболга умид қилиш қийин.

Гап шундаки, таклифингизни тарғиб қиладиган шериклар ўзларининг статистикаси ва ЭПСни албатта назорат қилади. Улар, шунингдек, ўзлари юборган одамлар билан қандай муносабатда бўлишингизга ҳам эътибор беришади, чунки уларнинг вазифалари бунга бевосита боғлиқ. Агар унинг почта хабарлари рўйхатидаги шериги сизни видеонгизни кўришга ундаса ва видео зерикарли ва фойдасиз бўлиб чиқса, бу унинг обрўсига салбий таъсир қилади. Демак, бу масалада унинг ўз манфаати бор. Сизнинг ишга туширишингиз ҳақидаги маълумот тарқатиш – бу харажат бўлиши билан биргаликда жиддий таваккал ҳамдир. Ва агар бундай реклама натижалари унчалик яхши бўлмаса, келажакда шеригингиз сиз билан ишлашни хоҳлаши даргумон бўлади. Шунинг учун, кимгадир ҳамкорлик қилишни таклиф қилишдан олдин, маҳсулотингиз яхши сотилишига ишонч ҳосил қилинг.

Яхшиямки, ишга тушириш ҳамкорларда нечоғлик

ижобий таассурот қолдиришини текширишнинг осон усули бор. Буни амалга ошириш учун, биринчи навбатда, буни ўз имконингиз доирасида бажариб кўришингиз маъқулроқ. Бошқача қилиб айтганда, дастлаб фақат ўзингизнинг рўйхатингиздан фойдаланинг (бу жуда оз бўлса ҳам). Бу сизнинг тартиб-қоидаларингизни синаб кўриш ва янгиликлар тарқатиш учун шериклар билан боғланишдан олдин компаниянгнинг даромадини текшириш ва таклиф бериш имкониятини беради.

Мен ўз шогирдларимга дастлаб мустақил равишда ишга туширишни амалга ошириш кераклигини айтганимда, уларнинг кўплари бунга кулоқ солмайди. Кўшма ишга туширишнинг жўшқинлиги ва ғалаба нашидасини тезда ҳис қилиш истаги устунлик қилади (йўл-йўлакай яхшигина пул ишлаб олиб албатта). Аммо бир қатор сабабларга кўра бунга йўл қўймаслик керак. Мустақил ишга тушириш барча тизимларнинг ишлашини синаб кўриш ва маълум тажрибага эга бўлиш имконини беради. Бу жуда муҳим, аммо бундан ҳам муҳимроқ нарса бу сизнинг таклифингизни ва ишга тушириш олди изчиллигини синаб кўриш ва маҳсулотингиз сотилиши кафолатланганлигига ишонч ҳосил қилишдир. Бундай тажрибалар ҳеч қачон бошқа бировнинг почта рўйхатларига нисбатан қўлланмаслиги лозим. Ҳамкорингизни тажриба қуёнчасига айланторманг. Қутилмаганда таклифингиз наф келтиришдан йироқ бўлиб қолса, бундан фақатгина ўзингиз зиён кўрасиз.

Эсингизда бўлсин, ишга тушириш бўйича ҳамкорлар билан муносабатларни мустаҳкам валютадек кўришга тўғри келади. Бу муносабатларни янада такомиллаштириш, узоқ муддатли ҳамкорликка айланиш, ривожлантира бориш лозим. Бу ҳақда аввал ҳам айтиб ўтгандим, лекин бу шунчалик даражада муҳимки, яна бир марта такрорлашимга арзийди албатта: агар сиз ҳамкорингиздан бюллетенни юборишни сўрасангиз,, шунингдек, ишга тушириш муваффақиятли бўлмаса, ҳамкорингиз кейинги

сафар сиз билан бирга ишлашга рози бўлиши даргумон. Тескариси бўлиши ҳам мумкин албатта. Агар сизда синовдан ўтган ва кафолатланган фойдали таклиф бўлса (яъни сиз ушбу маҳсулотни ишга туширишни ўз кучингиз билан амалга оширган бўлсангиз) ва аниқ натижаларни кўрсата олсангиз, ҳамкорни янги тарқатмаларни юборишга кўндиришингиз анчагина осон кечади. Дарҳақиқат, бу ҳолатда яхши даромад олиш эҳтимоли ошади. Даромад қанча кўп бўлса, шериклар келажақда сизнинг таклифларингизга рози бўлишади.

Ишга тушириш бўйича ҳамкорлар қидириш

Кўшма ишга тушириш катта фойда келтириши шубҳасиз, аммо жиддий шерикларни излашга қай тариқа киришиш лозим? Бу жуда жиддий мавзу, мен потенциал ҳамкорлар билан боғланиш ва бу муносабатларни изчил тарзда қўллаб-қувватлашда давом этиш санъатини эгаллаш учун бир кундан кўпроқ вақт ажратаман. Шунингдек, дарҳол энг муҳим жиҳатларни қайд этиб қўйишга тушаман.

Аввало, сиз минглар, юзлар ва ҳатто ўнлар лозим бўлмаслигини тушунишингиз керак. 80/20 қонундаси ҳақида сиз шубҳасиз эшитгансиз, унга кўра, натижаларингизнинг 80 фоизи ҳаракатларнинг 20 фоизини таъминлайди. Ишга тушириш бўйича ҳамкорлар ва шериклар ҳақида гап кетганда, у 99/1 қонундага айланади, яъни натижаларнинг 99 фоизи 1 фоиз шериклар томонидан таъминланади. Менинг бизнесимда танлов жараёнида жуда эҳтиёт бўлиш керак – фақат юқори малакали мутахассислар зарур. Иш шу даражага борадики, натижаларнинг катта қисми биринчи ўнталикка кирган ҳамкорлар томонидан таъминланиши маълум бўлади. Бундан ташқари, агар биз фақат энг яхши натижаларни кўздан кечирадиган бўлсак, натижаларнинг чорак қисми дастлабки учликдаги шериклар ҳиссасига тўғри келиши ойдинлашади. Албатта, ишга туширишнинг ҳар бир версиясидаги аниқ рақамлар ўз-ўзидан тақсимла-

нади, аммо бунда масаланинг моҳияти ўзгариб қолмайди. Фақатгина энг жиддий ҳамкорларгина асосий даромадни келтиради. Бундан, ишга тушириш бўйича ҳамкорларнинг сони эмас, сифати муҳим, деган хулосага олиб келади. Та-лабалар мендан, кўпинча: “Юзлаб шерикларни қандай топиш керак?”, деб сўрашади. Мен уларга ҳар доим бунинг учун миқдорнинг ҳеч бир маъноси йўқлигини, ҳар томонлама қўллаб-қувватлашга қодир учта ёки бешта жиддий ҳамкорларнинг етарли бўлишини таъкидлайман.

Потенциал шерикларни топиш осон. Бундай одамлар сизнинг бозорингизда ҳам ишлайди. Бу бозорни қидириш учун Googleга асосий калит сўзларни киритиш кифоя. Масалан, сизнинг сайтингиз гитара чалишни ўрганишга бағишланган бўлса, “гитара чалишни ўрганиш” сўз бирикмасини киритинг. Сўровнинг дастлабки эликта натижаларини кўриб чиқинг ва ушбу сайтларда контактни олиш саҳифасини топишга ҳаракат қилинг. Агар сайт эгаси ўз ахборот бюллетенига обуна бўлишни таклиф қилса, демаски, унда бу борадаги рўйхат бор ва уни қўшма ишга тушириш учун потенциал ҳамкор сифатида кўриб чиқиш мумкин. Сиз унинг ахборот бюллетенига обуна бўлишингиз керак. Албатта, 50 та тарқатмага обуна бўлиш орқали (сиз эса айнан шундай қилишингиз керак), жуда кўп миқдордаги хатларни қабул қила бошлайсиз. Бунинг учун асосий почта қутисини кераксиз ҳарфлар билан аралаштириб юбормаслик учун алоҳида электрон почта манзилени яратиш ўринли бўлади.

Шундан сўнг фақатгина юборилган хабарларни диққат билан ўқиш қолади. Обуначиларга одамлар айнан нима юборишини аниқланг. Кимни ва нимани реклама қилаётганини кўринг. Муайян одамнинг фақат ўз маҳсулотини реклама қилиш билан чеклангани, унинг хабарларида бошқа одамларнинг хизматларини реклама қилишни камраб олиши ёки йўқлигини тушуниш муҳимдир. Уларнинг маркетинг сифати ва обуначилар билан бўлган муносабатларини баҳоланг. Бу одамларни ижтимоий тар-

моқларда ҳам кузатиб боринг. Уларнинг маркетинги ва таклифларини муҳандислик таҳлилидан ўтказишга ҳаракат қилинг.

Буларнинг барчаси потенциал ҳамкорлар рўйхатини шакллантиришга қаратилган ҳаракат ҳисобланади. Сизга учдан беш нафаргача жиддий шериклар кераклигини эслатаман, лекин бунинг учун сиз 50 кишидан иборат гуруҳларни синчковлик билан ўрганишингиз керак. Ҳамкорлик қилиш мумкин деб ўйлаган кишиларингиз орасидаги танлов-саралаш фақат шу йўл билан амалга ошиши мумкин.

Ва шуни ёдда тутингки, бундай одамлар нафақат жисмонан мавжудлиги билан аҳамиятли, балки уларда ҳар доим ҳам реклама тадбирларини ўтказиш бўйича кўпроқ таклифлар бўлади. Бизнес билан асл воқелик шундай. Уларнинг ишга туширишни қўлаб-қувватлаши – бу чиндан ҳам камёб ҳодиса ҳисобланади. Агар сиз уларга илтимос билан мурожаат қилсангиз, улар сизни ўз улушини ола қочувчи навбатдаги очкўз одам сифатида кўришади. Буларнинг барчаси сизнинг оломондан ажралиб турган ҳолда уларга манфаат келтиришингиз лозимлигини англатади.

Пухта режалаштирилган Ишга тушириш изчиллиги – бу ерда энг яхши қурол, восита бўлишини таъкидлаш жоиз. Лекин бу қуролдан зудлик билан фойдаланиш ярамайди, балки, эътиборни жалб қилишнинг бошқа йўллари қидириб топишга тўғри келади. Масалан, сиз потенциал ҳамкорингизнинг маҳсулотини биринчи бўлиб реклама қилишингиз мумкин. Агар сиз унинг учун етарли миқёсдаги савдо-сотикни ташкил қилсангиз, албатта эътиборга муносиб кўриласиз. Сиз бундан кейин ҳам унинг маҳсулотини сотиб олишингиз, ундан фойдаланишингиз ва конструктив фикр ва ёки ижобий тавсиялар беришингиз мумкин ахир. Шунингдек, сиз мунтазам тарзда потенциал ҳамкорингиз блогига ёки ижтимоий тармоқдаги саҳифасида фикр-мулоҳазаларингизни қолдириш имко-

нигаям эга бўлиб қолаверасиз. Энг муҳими шундаки, сиз келажакда шериклар учун кўп жихатдан фойдали бўлишингиз мумкин ва қанчалик фойдали бўлсангиз, эвазига ўзингизга ҳам шунча кўп фойда келтирган бўлиб чиқасиз.

53 дақиқада миллион доллар

Сизнинг бизнесингизга (ва сизнинг молиявий ҳаётингизга) камдан-кам нарсалар муваффақиятли ва муваффақиятли қўшилиш натижасида таъсир қилиши мумкин. Бу таъсир савдо сони билан чекланмайди. Истиқболда сиз бозордаги мавқеингизни мустаҳкамламоқдасиз ва почта рўйхатингизни тезда кенгайтирасиз.

Аммо агар сиз Биргаликда Бошларда муваффақият қозонишни истасангиз, мен ушбу боб давомида бир неча бор эътиборингизни жалб қилган иккита нарсани эсланг. Биринчидан, сиз бошланғич шериклар билан мустаҳкам алоқаларни ўрнатишингиз керак. Бу сизнинг биринчи қўшма ишга тушириш билан дўстона муносабатлар орасида маълум йиллар бўлади, дегани эмас. Муносабатлар эса баъзида ҳайратланарли даражада жадаллашади, лекин келгуси истиқбол ҳақида пухта ўйлаш талаб қилинади.

Менинг биринчи қўшма концерним ҳақиқий маънода менинг бизнесимни яратди, десам бўлади. Бу 2005 йилда бошланган ва мен ушбу бобнинг бошида айтганимдек, мен биринчи марта маҳсулотни ишга тушириш формуласи бўйича ўқитиш курсини тақдим этганман, бундан 600000 АҚШ долларидан кўпроқ даромад қилганман. Мен тезда фойдали бизнесинг эгаси бўлдим ва бирмунча кўп комиссия тўлаб, шерикларни ҳам хурсанд қилдим. Бундан ташқари, менинг қўлимда 15000 дан ортиқ электрон почта манзиллари бор эди. Мен бозордаги ўрнимни топдим. Ушбу ишга туширишдан сўнг мен саноат раҳбарлари қаторига қўшилдим ва маҳсулотни ишлаб тушириш Формуласи брендга айланди. Буюртмалар давоми бўлди ва биринчи йилда мен миллион доллардан кўпроқ даромад олдим. Буларнинг барчаси дастлабки қўшма лойиҳанинг

натижаси эди.

Лекин айтиш жоизки, бу шунчаки, кейинги воқеаларга тайёргарлик эди. 2008 йил бошида мен янги версия устида ишлай бошладим: маҳсулотни ишга тушириш формуласи 2.0. Мен PLFни биринчи марта чиқарган пайтдан бошлаб барча ўрганганларимни ҳисобга олиб маҳсулотни тўлиқ қайта ишладим. Аслида менда жуда кўп янги материаллар, жуда катта миқдордаги бонуслар, мураббийларим билан юзма-юз маслаҳатлашиш имконияти бўлган бутунлай янги таклифим бор эди. Шунинг учун мен нархни 1997 долларгача оширдим, шундан сўнг навбатдаги йирик қўшма ишга тушириш учун вақт етилди.

Шу икки йил ичида мен дастлабки ҳамкорим билан муносабатларимни нафақат сақлаб қолдим, балки ривожлантирдим ҳам. Агар айтиш лозим бўлса, эндиликда уларнинг барчаси мени қўллаб-қувватлашга тайёр эдилар. Ишга тушириш олдидан менинг нашримга 34 000 дан ортиқ одам ёзилди – бу жуда ажойиб натижа, негаки бу натижа бир неча кун ичида ҳосил қилингани билан ҳам аҳамиятли. Ишга тушириш олдидан олинган маълумотларни таҳлил қилар эканман, улкан ҳодиса яқинлашаётганини ҳис қилдим. Лекин барибир натижани олдиндан тахмин қилишнинг имкони бўлмагани туфайли мен ишга тушириш кунда, одатдагидек, қаттиқ асабийлашдим. Бир томондан, менинг ишга туширишим дунёдаги энг яхши ҳамкорлар томонидан реклама қилинганга ўхшарди ва аввалги йиллардаги PLFнинг тижорий муваффақиятлари буни исботлагандек эди. Аммо мен анчагина баланд нархли мутлақо янги маҳсулотни таклиф қилдим, бу эса, шубҳасиз бирмунча ташвишли бўлди. Ишга тушириш 2008 йил 27 мартда бўлиб ўтди. Бу пайтда, одатдагидек, аввалги кунларни ғира-ширлик билан эслайман. Ахир, айниқса, Қўшма ишлаб чиқариш режалаштирилишига келганда жуда кўп ишларни амалга ошириш керак. Тарихий куннинг тонги одатдагидек, асабийлик билан бошланди, лекин не ажабки, қўрқув ҳақида ўйлашга вақтим йўқ;

жуда кўп нарсани айнан сўнгги дақиқаларда ҳал қилиш керак ахир. Мен сотув мактуби ва буюртма шаклини тузатишга қарор қилганимиз туфайли вужудга келган сўнгги дақиқалардаги тартибсизликларни эслайман. Мана, вақти келди. Ҳаммаси зарурий суратда ишлади ва мен “жўнатиш” тугмачасини босдим.

Узоқ кутишнинг ҳожати бўлмади. Буюртмалар, том маънода, дастлабки сониялардаёқ ёғилди, десам муболаға бўлмайди. Улар менинг статиска саҳифамни янгилашни биланок йиғилиб қолиши кўриниб турарди. Кейинчалик маълумотларни таҳлил қилар эканман, бир сонияда биз 12000 АҚШ долларидан кўпроқ маблағ тўплаганимиз маълум бўлди. Бир сонияда 12 000 доллар! Миллион долларлик сарҳад 53 сонияда босиб ўтилди. Савдо ҳам бу билан тўхтаб қолмади. 34 соатдан кейин, мен ишга тушириш жараёни тугатилишини эълон қилганимда биз 3,73 миллион доллар ишлаб топиб улгургандик.

Албатта, соф фойда анча-мунча кам эди. Ўша пайтда мен ишни уч кишидан иборат гуруҳ билан олиб боргандим (гарчи уйда туриб ишлаётган ва барча ходимлар “виртуал” бўлса-да). Бундан ташқари, мен комиссия тўлашим, шунингдек, бошқа харажатлар ҳам бор эди. Менга пулни қайтариб бериш ҳар доим кафолатлангани сабабли, агар маҳсулотлар бирон-бир тарзда мос келмаса қатор маҳсулотларим қайтарилиши мумкинлигини билардим. Аммо, шунга қарамай, даромад тасаввурларимдан ошиб тушди. Бир неча йил олдин менинг энг катта бизнес орзум – оилавий бюджетимни қўллаб-қувватлаш учун 10 000 доллар топиш бўлганини ёдга олдим. Яқинда эса ишдаги ҳамкоримнинг хиёнати туфайли мен ҳамма нарсани нолдан бошлашимга тўғри келди. Шундан сўнг мен ишга туширишни ташкил қилишга тушдим, у менга 34 соат ичида деярли 4 миллион доллар олиб келди. Бунга ишониш қийин эди албатта. Бу “Кўшма ишга тушириш”нинг шарофати. Бу бутун PLF имкони доирасидаги энг кучли воситалардан биридир. Фақатгина бир нарса ундан устунлик

қилади: бизнесни ишга тушириш Формуласи бу.

11-боб Ҳаводан бизнес: бизнесни бошлаш формуласи

Дунёдаги ходисалар бизга хайрат устига хайратни тақдим этиб турганида бизнесни қай тариқа бунёд қилиш мумкин бўлади? Айниқса, кимдир ўз самолёти билан бирон бинога келиб урилса-ю сизнинг бизнес моделингизга ҳам ногаҳоний хавф туғилса?

Руфь Бачински – хулқ-атвор тиббиётини клиник қўлаш Миллий институти (НИСАБМ.ком) лицензиясига эга бўлган психолог. Бу институт соғлиқни сақлаш ва руҳий саломатлик соҳасида 20 йилдан ошиқ вақт давомида мутахассислар тайёловчи, психосоматик тиббиёт соҳасидаги кашшоф ва етакчи даргоҳ ҳисобланади.

Ўз фаолияти давомида Руфь ўн минглаб психологлар, маслаҳатчилар, ижтимоий ходимлар, шифокорлар ва ҳамшираларга ёрдам берди. Унинг конференцияларига дунёнинг турли бурчакларидан минглаб одамлар ташриф буюрган ва у замонавий усулларни ўқитиш бўйича асосий мутахассислардан бири саналган.

Руфнинг бизнеси 2001 йил 11 сентябргача гуллаб-яшнади. Ўша кунги теракт кўплаб одамларнинг ҳаётини остин-устун қилиб, қутилмаган оқибатларга сабаб бўлди. Хусусан, парвозлар сони камайтирила бошланди. Бу эса кўплаб компанияларга, жумладан, Руфнинг бизнесига ҳам зарба бўлди. Конференциялар унинг асосий даромад манбаи эди, аммо энди одамларни самолёт чиптасини сотиб олишга ва тадбирга қатнашиш учун учишга ишонтириш қийин. Гарчи бизнес ҳамон даромад келтираётган бўлса-да, Руф даромадларининг камайиб боришини кузатишни ёқтирмасди албатта.

Ҳаёт унга яна бир зарба берди. Тахминан ўша вақтда, узоқ давом этган касалликдан сўнг унинг умр йўлдоши вафот этди.



Руфь Бачински

Бир муддат ўтганидан сўнг Руфь тушкунлик таъсиридан халос бўлиб, ўз ишига, бизнесига ўзгача назар билан қарай бошлади ва нималарнидир ўзгартириш кераклигини англаб етди. Даромадлар тушиб кетган, конференциялардаги иштирокчиларнинг ўринлари тўлалигича сотилмаган. Айнан мана шу пайтда Руфь бизнесини Интернетда синаб кўришга қарор қилди. Руфь асл конференцияларни бус-бутун “виртуал” шаклга кўчириш мумкинлигини ўйлаб қолди.

Лицензияга эга бўлган шифокорлар Руфнинг асосий мижозлари ҳисобланарди. Шунингдек, мижозларнинг унчалик катта бўлмаган фоизини дилетантлар ташкил қилар, уларнинг аксарияти соғлиқни сақлаш соҳасида аккредитациядан ўтган мутахассислар саналарди. У психологлар, терапевтлар, ҳамширалар, консультант ва ижтимоий ходимлар малакасини ошириш курсларини таклиф қилди. Унинг маркетинги соф профессионал бўлиши билан бирга, сотувларни жадаллаштиришга кўмак бериши лозим эди. Бу эса маҳсулотни ишга тушириш Формуласига идеал тарзда мос тушарди.

**Бош шифокор огоҳлантиради:
Ишга тушириш олди жараёнингни
ким кузатаётганини билмайсиз**

Руфнинг онлайн-конференциялари бошиданок муваффақиятли бўлди. Ҳар сафар у классик PLF-ишга туширишни амалга оширди. У Ишга тушириш олди информация жараёнига оид учта қисмни оммага эълон қилди. Учишни бошлашдан олдин учта маълумотни чоп этди – одатда, булар видеолар бўлиб, ПДФ форматда бироз чекланган ҳолда тақдим этиларди. Масалан, видеоларнинг биринчи қисми – унинг яқинда ўтказилган “” МИЯ фаолияти ҳақидаги фан” тренинги бўлиб, “Миянгиз учун зарур бўлган икки нарса” деб аталувчи видео эди. Видеога мингдан зиёд шарҳлар ёзилди.

Стандарт PLF-ишга тушириш олди жараёнидан сўнг Руф ўзининг виртуал тадбири рўйхатдан ўтказишга киришди. У рўйхатдан ўтганлар учун ташкил этилувчи вибинарларни ўз ичига оларди. Айни пайтда хоҳловчилар унинг веб-сайтларидан ёзувларни, шунингдек, сценарийлар ва турли хил бонусларни сотиб олишлари имкони берилганди.

Таъкидлаш лозимки, Руф ўзи лицензияга эга психолог бўлса-да, машғулотларга жаҳон миқёсидаги мутахассислар, масалан, Даниел Амен, Рам Дасс ва Даниел Големан кабиларни жалб қилади.

Шуниси эътиборлики, Руф материалларни баҳам кўришда етарли даражада сахий бўлиб, сиз бир цент ҳам сарфламасдан туриб ҳам вибинарларда иштирок этишингиз, ҳам унинг ёзувларини тинглашингиз мумкин бўлади.

Мазкур моделнинг муваффақияти Руфга ўз корхонасини кенгайтириш имконини берди. У йилига бир нечта виртуал конференциялар ўтказади. Бири иқроп бўлишга бағишланган бўлса, иккинчиси – тафаккур илмига, учинчиси эса – руҳий асоратларга малҳам топиш кабиларга бағишланади.

Буларнинг барчасига холис баҳо берган ҳолда Руфнинг ажойиб натижаларни кўрсатаётганини эътироф этиш мумкин бўлади. Унинг сўнгги тренинги давомида вебинарлардан бири 9000 тингловчини (70 мамлакатдан) тўплашга муваффақ бўлди. Агар тингловчиларнинг аксарияти лицензияли амалиётчилар экани инобатга олинса, бу рақамлар янада таъсирли ва залворли кўринишни ҳосил қилади. Руфнинг фаолияти кенг омма учун мўлжалланмаган, шунинг учун унинг мижозлари миқдори, одатдагидан анчагина кам.

Яқинда Руф ўзининг маълум таъсири нечоғлик муҳим экани яна бир бор тасдиқланди – у (бошқа етакчи мутахассислар билан биргаликда) кўриқлаш хизмати билан АҚШ армиясидаги руҳий саломатликнинг нечоғлик аҳамиятини муҳокама қилишга таклиф қилинди. Ушбу тадбирда Руф Америка армиясининг бош шифокори (уч юлдузли генерал) билан учрашди, генерал унга: “Мен сизнинг тарқатма хабарингизни ўқидим”, деди.

Тасаввур қилинг: Америка армиясининг бош шифокори Руфнинг ишга тушириш олди информацион материалларини томоша қилган!

Албатта, бу вазиятдаги энг муҳими шундаки, Руфнинг бизнеси вебинарлар воситасида нафақат бевосита конференциялардан тренингларга ўтишда муваффақиятли бўлди, балки мазкур бизнес том маънода ривожланишга тушди. Сўнгги уч йил ичида у 160 фоиз ўсишга эришди ва йилига ўн минглаб одамларга ёрдами тегди. Бу тиббиёт ходимларининг барчаси минглаб одамларни даволашда Руфнинг машғулотларидаги ўзлаштирган кўникмаларидан фойдаланди.

Руфнинг ҳикояси бошланғич бизнесни бус-бутунича кўриб чиқиш билан боғлиқ мисолларидан бири саналади. Мижозлар билан ўзаро муносабатимиз ҳақиқий ҳаётдан Интернетга кўчиб улгурди. Дастлаб бевосита почта орқали юритилувчи маркетинг эндиликда онлайн тарзда амалга оширилмоқда. Шу билан бирга, Руф самарадор-

ликни оширди, таъсир ва қамров доирасини кенгайтирди, маълум хавфларни камайтиришга эришди.

Синалган формула... кенгайтирилди

Шундай қилиб, сиз бу вақтга келиб, PLF товарлар ва хизматларни ишга туширишнинг ажойиб воситаси эканлигини аллақачон билиб, буни ўзлаштириб олгансиз албатта. Энди бу Формулани қай тариқа кейинги босқичга олиб чиқишни айтаман, буни бизнесни ишга тушириш Формуласи деб (“Бузизнес Лаунч Формула. БЛФ) номлаганман. Аслида, сиз маҳсулотни ишга тушириш формуласининг асосий тушунчаларини ўзлаштирган ҳолда улардан бутун бизнесни қуриш (ёки ривожлантириш) учун фойдаланасиз.

Олдинги бобларда сиз менинг шахсий ҳаётимга оид тафсилотларнинг каттагина қисмидан воқиф бўлдингиз – бола тарбияси билан машғул бўлган Меҳрибон она мақомидан то таъсир доираси минглаб одамларни қамраб олувчи кўп миллионли бизнес соҳиббасигача бўлган ақл бовар қилмас йўлдаги саргузаштларни ҳам билиб олдингиз. Агар мен буларни бадиий асар сифатида ёзганимда воқеаларнинг реал воқелиқдан олинганига кимнингдир ишонishi даргумон бўларди.

Аммо менинг ҳаётимга оид қисса фақатгина ўзимнинг муваффақиятларим билан чекланмайди, чунки PLF – фақатгина маҳсулотни ишга тушириш воситаси эмас ахир. Бу сизнинг бус-бутун бизнесни ишга туширишингизда асқотади. Ва ҳатто, одамларга ўзларининг орзуларига мос бўлган турмуш тарзини – ҳаётини изга туширишда ажойиб тарзда ёрдам ҳам беради.

Сиз аллақачон Жон Галлахер ҳақида ўқидингиз, эсингизда бўлса, унинг оиласи маҳсулотни ишга тушириш Формуласини сотиб олиш учун қарз олган вақтида унинг оиласи давлатдан озик-овқат талонларини олиб турарди. Энди у бус-бутун маҳсулот тармоғини сотувчи ва олтита иш ўрнига эга бўлган жиддий бизнесга эга.

Ва дастлаб ўнлаб ит эгаларига ёрдам бериш имкони-дан ривожлана бориб, орадан бир йил ўтиб эса минглаб итбоқарларга хизмат кўрсата олиш даражасига етган Сьюзен Гаррет эсингиздами? У ўзининг даромадларини имкон қадар қисқартира бориб, айти бир пайтда хизмат сафарлари сонини кескин камайтиришга эришди. Бошқача айтганда, у ўзи ёрдам берувчи одамлар доирасини кенгайтирди, ўзининг ҳаётини яхшилади ва даромадини ошира борди – ёмон комбинация бу, шундай эмасми?

Ёки теннисни ўргатувчи, ташриф буюрувчилари камтаргина миқдорда бўлган сайтни ташкил қилган коллеж битирувчиси Билл Гамильтоннинг кейинчалик олий лига спортчилари билан ишлаб, улар билан дунёнинг барча билим ва зукколикларни баҳам кўрадиган даражага етганини эсланг.

Мижозларимнинг шахсий ҳаётини ҳурмат қилган ҳолда мен уларнинг бизнесдаги барча ютуқларини ҳар томонлама ошқор қилишни маъқул кўрмайман албатта. Лекин савдо соҳасидаги улар эришган натижа ва даромадлар кўпчиликини ҳамон ҳайратда қолдираётгани рост.

Бундай натижаларга қай тариқа эришса бўлади?

Бизнесни ишга тушириш Формуласи

Ўқув курси Маҳсулотни ишга тушириш формуласи менга ўз бизнесини бошлаётган ва ривожлантираётган одамларни (айниқса, бу бизнес Интернетга уланган бўлса) ўқитишимга имкон яратади. Мен маҳсулотни айти ишга тушириш жараёни давомида ўргатаман. Аммо тренинг бирмунча кенгроқ жиҳатларни қамраб олади. Менинг одамларга бизнес-ДНКларини қайта дастурлашда ёрдам бераётганим ҳақида ўйлаш ёқимли албатта. PLF стратегиялари ва тактикасини ўзлаштириб олгач, улар одатда ушбу воситаларни ўз бизнесларининг барча соҳаларида қўллай бошлайдилар.

Менинг PLF дастуримга келган ҳар бир кишининг олдига мен биргина мақсадни қўйдим: ишга тушгандан

кейин бир ҳафта ичида йиллик даромад олиш. Бу жуда юқори мақсад ва албатта, бунга нисбатан кам одамлар эришади. Бундан ташқари, биринчи ишга тушириш биланоқ бундай даромадга эришиш ҳам имконсиз. Лекин, шуниси муҳимки, биринчи муваффақиятли ишга тушириш ҳеч қачон охиргиси бўлмайди.

Айнан шуларнинг шарофати билан PLFни ўрганувчи бутун бир гуруҳ пайдо бўлди, улар орасида Жон Галлахер, Сьюзен Гаррет, Билл Хамилтон ва Руфь Бажински бор, улар янги босқичга кўтарилишди. Улар “Бизнес Лаунч Формула” деб номланган усулдан фойдаланишди. Келинг, унинг қандай ишлашини кўриб чиқайлик.

Озиқ-овқат талонларидан олти рақамли даромадгача (ва ундан юқори)

Жон Галлахердан бошлайлик. Айтиб ўтганимдек, унинг биринчи чиқиши болаларни истеъмолга яроқли ва доривор ўсимлик ҳамда гиёҳларни таниб олишга ўргатувчи стол ўйинига бағишланган эди. Ушбу ишга тушириш Жон учун уддабурон ишбилармон обрўсини яратди ва унинг хабарнома ва тарқатмаларига обуначилар кўпайгандан кўпайди. У мазкур гиёҳлардан иборат жамланмалардан ўзи мустақил тарзда дори воситаларини яратиш учун фойдаланди.

Буларнинг барчаси унга бўлган ишончга ва бозордаги мавқеи мустаҳкамланишига ижобий таъсир кўрсатди, бу эса ўз навбатида, почта рўйхати ошишига сабаб бўлди. Ҳар бир ишга тушириш пайтида у абонентлар билан фаол алоқа ўрнатди (яъни у ишга тушириш билан боғлиқ суҳбатлар ўтказди), бу унга кейинги маҳсулот қандай бўлиши кераклигини аниқлаб олишга ёрдам берди. Агар потенциал мижозлар ва харидорлар ўзлари хоҳлаган нарсаларини айта олсалар, нега энди бу мавзуда фирибгарлик қилиш керак экан?

Бу пайтга келиб Жон бутунлай янги маҳсулотга эга эди: Лернинг Хербс.ком пуллик аъзолик сайти. Табиийки,

Жон ишга туширишни амалга оширди ва катта муваффақиятга эришди. У илгари олинган барча билим ва кўникмалардан фойдаланди ва сайт очилгунга қадар юзлаб пуллик аъзоларни жалб қилган энг яхши ишга туширишни амалга оширди, обуналар сони бир неча мингга кўпайди. Сайтга кириш учун тўлов ойига тахминан 12 долларни ташкил этди.

Сайт Жонга сезиларли ва автоматик равишда ойлик ортиб борадиган даромадни – кафолатланган даромадни тақдим этди. Бу одамларни қўшимча тарзда ёллашга имкон берди ва Жон аста-секин ўз жамоасини яратишга тушди.

Ушбу эксплуатация нафақат Жоннинг почта рўйхатини кенгайтирди, балки унинг таъсирини ҳам кенгайтирди. Жон ҳозирда доривор ўсимликларни тайёрлаш бозорида асосий ўйинчилардан бири ҳисобланади. Албатта, Жон ҳеч қачон ўзини мутахассис деб ҳисобламаган; аксинча, у абонентларга мутахассислар билан суҳбатлашиш имкониятини берувчи шахс. Аммо, масалага бизнес нуқтаи назаридан қараганимизда, Жон шубҳасиз, ушбу бозорнинг мазкур соҳасида етакчи ҳисобланади.

Бу унга етакчи мутахассислар билан бир қатор видеоларни яратиш имкониятини берди. Шу сабабли, ҳозирги кунда, йилига икки марта, Жон таниқли соҳа мутахассислари билан биргаликда яратилган мутлақо янги маҳсулотни тақдим этади. Шунингдек, вақт-вақти билан, одатда, унинг сайтини йилига қўшимча ишга тушириш амалга оширилади. Бу йилига икки, уч ва баъзан тўрт марта ишга туширишни англатади. Ва Жон ҳар бир ишга тушириш олдидан жуда кўп фойдали маълумотларни берганлиги сабабли, унинг почта рўйхатлари доимо ўсиб, бозор ўрни тобора мустақкамланиб бормоқда.

Бозорга доимий равишда қимматли маълумотларни тақдим этиб, сиз мавжуд ва потенциал мижозлар билан алоқаларни ўрнатишга ёрдам берасиз. Одамларга маҳсулотингизни муҳокама қилиш учун асос бериб, улар билан

суҳбатга киришасиз ва доимо янги маҳсулотлар ҳамда реклама акциялари ҳақида ғояларни оласиз. Бу доимий ривожланаётган бизнеснинг муваффақиятли формуласи. Яъни, бизнесни ишга тушириш Формуласи.

Итларнинг ҳаёти янада бахтлироқ бўлди

Сьюзен Гаррет иштирокидаги ҳодисалар бироз ўзгачароқ кўринади, аммо булар ҳам худди шу стратегияга асосланган. Маҳсулотни ишга тушириш формуласи билан танишиш пайтида, унинг битта мақсади бор эди – бу ҳам бўлса, кредит картаси бўйича маълумотномани олишдан олдин PLF ставкаси учун етарли даражада миқдордаги маблағни топиш. Шунинг учун у аввалги йилларда ёзган мақолаларини жамлаб электрон китобга айлантирди ва бу 14,97 долларга сотила бошлади. Биринчи ишга тушириш унга 27000 доллар даромад келтирди, бу эса машғулотларга сарфланган пул миқдоридан анчагина ошиқ даромад дегани эди.

Аммо бундан ҳам муҳими шундаки, Сьюзен биринчи ишга туширишдан сўнг Формула самарадорлигига ишонч ҳосил қилди. Ва устунликка интилаётган одам сифатида у анча юксак натижаларга эришиши мумкинлигини тушунди.

Биринчи марта намоёиш этилганидан кўп ўтмай, Сьюзен ўзининг биринчи ДВД-дискини чиқарди. Илгари бундай ДВД-лар, асосан, дистрибюторлар орқали сотилган, аммо энди Сьюзен почта рўйхатини тузишни бошлагач, у савдо билан ўзи шуғулланишга қарор қилди. Оддий ишга туширишни ташкиллаштириб, уч кун ичида у бутун йил давомида ўзининг дистрибюторига қараганда кўпроқ дискларни сотди.

Шундан сўнг, Сьюзен янги ахборот маҳсулотларини яратишга жиддий ёндашишга қарор қилди. Шундай қилиб, Интернетда бир қатор ўқув видеолари пайдо бўлди. Бу унга ДВД-дискларни ишлаб чиқариш харажатларини тежашга ва дистрибюторлар билан алоқа қилиш зарура-

тидан халос бўлишга имкон яратди. Ўқув курслари мижозларга тўғридан-тўғри сотилди ва Интернет орқали материалларга кириш таъминланди.

Съюзен йилига бир неча марта машғулотлар ўтказди. У ҳар доим PLF усули бўйича ишлайди, ишга туширишдан олдин кўплаб қимматли маълумотларни тақдим этади ва талабаларни курсга жалб қилади. Маҳсулотни ишлаб чиқариш формуласини ўрганиб чиққач, унинг бизнеси 16 барабар ўсди. Бу Съюзенга янги машғулотларда узлуксиз ишлашига ёрдам берадиган кичик бир гуруҳни шакллантиришга имкон берди.

Съюзен нафақат муваффақиятли молиявий бизнесга, балки ортиқча югур-югурлардан ҳоли бўлган ҳаётий фаровонликка эришди. Ҳозир у фақатгина мусобақаларга иштирок этиш учун парвоз қилади, яъни у ўзининг кўп вақтини оиласи, эри билан ўтказиши мумкин. Муваффақият унга ўз орзуларига эриша бориб, атрофдагиларга борган сари ижобий таъсир таъсир кўрсата боришга имкон яратди – бунда у имкон қадар кўпроқ миқдордаги итларга ва итбоқарларга ёрдам кўрсатиши мумкин.

Коллеж битирувчисидан медиамагнат даражасига қадар

Билл Гамильтоннинг бизнесдаги йўли ҳам бизнесдаги ишга тушириш Формуласига яққол мисол бўла олади. У ишга туширишни 35000 билан бошлади, бу анчагина машаққатли уринишлардан кейинги катта муваффақият эди. Буларнинг натижасида орттирилган тажрибалар тўфайли яна уч марта ишга туширишларни амалга оширди ва булар унга 340 000 дан ортиқ даромад келтирди.

Ушбу стартлар унга онлайн теннис бўйича машғулотлар бозорида етакчилик мавқеини таъминлади ва унинг почта рўйхатини сезиларли даражада оширди. Коллежни тугатгач, теннис сайтини яратган Билл энди бола эмас эди. У теннис бўйича машғулотлар бозорида асосий ўйинчига айланди.

Ишга тушириш натижалари ва уларнинг шарофати билан эришган позицияси Биллга етакчи теннисчилар билан – аввал ака-ука Брайанлар билан (кўп марта дунёдаги энг яхши эркак жуфтлиги деб тан олинган), кейин эса Патрик Рафтер (бир вақтлар дунёнинг биринчи ракеткаси унво-нига сазовор бўлган) билан ҳамкорлик қилишни бошлаш имконига эга бўлди. Ҳамкорлик имкониятлари бу билан чекланмади. Билл бошқа етакчи мутахассислар билан музокаралар олиб бормоқда ва ҳатто теннис муҳитидан ташқарида бўлиш ва бошқа спорт турларини ўрганишни ҳам ўйламоқда.

Ишга тушириш: энди нафақат маҳсулотлар учун

Ушбу бўлимда келтирилган барча мисоллар бизнесни ишга тушириш Формуласининг қанчалик кучли эканлигини намойиш этади – бу маҳсулотни ишга тушириш формуласини ўзлаштириш жараёнида олинган билимларга асосланиб, бус-бутун бизнесни яратишга имкон беради.

PLF усулининг моҳияти биринчи бўлиб беришдир ва шундан кейингина сотиш тўғрисида гаплашамиз. Битимдан олдин сиз мижоз билан ишончли шахс (ёки ҳатто дўст) сифатида муносабатларни ўрнатасиз. Сиз одамларга катта фойда келтирасиз ва буни ўзингиз ҳақингизда гапиришдан олдин маҳсулотингизни харид қилинишига сабаб бўлувчи муносабатларни йўлга соласиз. Аслида, бу энг яхши жаҳонгашта савдогарларнинг минглаб йиллар давомида қилган ишларидан жуда фарқ қилмайди.

Аммо маҳсулотни ишга тушириш Формуласи буларнинг барчасини ақл бовар қилмайдиган тезликда бажариш имконини беради. Сиз шахсий ёндашувнинг самарадорлигини теленамойишларнинг қамрови билан уйғунлаштирасиз.

Албатта, бу товарларни удабуронлик билан шахсан намойиш қилиш каби самарали эмас. Ва сизнинг ишларингизни теленамойишнинг улкан қамрови билан

таққослаш ҳам ўринсиз. Лекин, шунга қарамай, сиз буларнинг иккисига хос бўлган куч ва афзалликларидан фойдаланасиз.

Бизнесни бошлаш формуласи эса PLF методологиясининг табиий суратдаги давоми ҳисобланади. Ишга тушириш тамойилларини ҳисобга олиш ва уларни бутун бизнесни қуриш учун қўллашгина кифоя бўлади бунда.

Бизнесни бошлаш Формуласининг олти калити.

1-калит. Ҳар доим ишга тушириш олди материалларни таклиф қилинг.

Ишга тушириш билан сиз биринчи навбатда бозорга фойда келтирмоқчисиз. Яъни, сизнинг маҳсулотингизни сотиб олиш-олмаслигидан қатъий назар, одамга фойдали бўлган энг яхши Ишга тушириш олди информацион материалларни тақдим этишингиз керак. Бу ерда ҳеч қандай янги нарса йўқ, мен ушбу принципни олдинги бобларда бир неча бор такрорлаб ўтганман.

Ишга тушириш жараёнида потенциал мижозларнинг ҳаммаси ҳам харидни амалга оширмайди. Бундан ташқари, деярли аксарият ҳолларда кўпчилик ҳеч нарса сотиб олмайди. Бунинг сабаблари кўп бўлиши мумкин, аммо кўпинча харидни амалга ошириш вақти келмаган бўлади. Агар сиз тўй либосларини сотсангиз ва потенциал мижоз яқин келажакда тўй қилишни режалаштирмаган бўлса, албатта, сиз уни либосни сотиб олишга мажбурлашингиз даргумон.

Аммо ҳар бир киши ижтимоий тармоқларда маълумот алмашиши ва истаган одам иштирок этиши мумкин бўлган замонавий бозорда юзлаб ва ҳатто минглаб содиқ мухлислардан иборат гуруҳнинг шаклланиши катта натижалардан умид қилиш мумкинлигига даолат бўлади. Сиз бошланғич жараёнда асос солувчи муносабатларнинг таъсири борган сари кучайиш тенденциясига эга. Ҳар бир потенциал мижоз янги мижозларни жалб қилиши мумкин,

шунинг учун муваффақият қозонишда мухлисларга эга бўлиш жуда муҳимдир.

Шубҳасиз, ишга туширишдан олдин фойдали маълумот бериш доимий таъсирга эга бўлади. Менинг бир нечта чиқишларимни кўрган ва шундан кейингина харидни амалга оширишга қарор қилган мижозларим бор. Аммо сотиб олиш вақти келганида, улар мен ҳақимда эслашди. Мен уларга катта фойда келтирдим, сезиларли даражада ишонч даражасини ҳосил қилдим, шунинг учун улар менга қайтиб келиб, маҳсулотни сотиб олишди.

2-қалит. Рўйхат ва ушбу рўйхат аъзолари билан муносабатларни шакллантиринг.

Сизга яқин бўлган одамларнинг манзиллари рўйхати бўлиши билан (уларнинг сони бир неча юзта бўлса ҳам), энди сиз эндиликда тақдирингиз ўз қўлингизда эканини англайсиз. Хабар ёзиш, уни электрон почта орқали оубначиларга юбориш ва бир неча сониядан сўнг реакцияни кўриш мумкинлиги имкониятлар ҳақидаги тасаввурларни бутунлай ўзгартиради. Шунинг учун барча саъй-ҳаракатлар почта рўйхатини шакллантиришга йўналтирилиши зарур.

Албатта, “сизнинг рўйхатингиз” деган ибора бунда бир қадар соддалаштирилгандир. 3-бобда мен кўп рўйхатлар бўлиши мумкинлигини айтиб ўтган эдим. Аммо мен бундаги бизнесингизнинг энг қимматли активларини кенг маънода назарда тутганман. Агар сиз почта рўйхати ва ушбу рўйхатдагилар билан дўстона муносабатларни шакллантиришга муваффақ бўлсангиз, унда сиз муваффақият қозонасиз ва бизнесни яратасиз.

Почта хабарлари рўйхати аъзолари билан ҳар бўлган муносабат дўстона бўлиши ёки аксинча бўлиши мумкин. Бу шунчаки, сотув ҳақида ўйламасдан ҳам маълумотни бўлишингиз керак дегани эмас. Сиз ҳам маълумот беришингиз, ҳам маҳсулотингизни сотишингиз керак. Эсингизда бўлсин, бир кишининг “потенциал мижоз” тоифасидан “харидор” тоифасига ўтиш бошқа ҳеч нарса

каби муносабатларни мустаҳкамлайди. Сиздан бир марта маҳсулот сотиб олган одам келажақда сиздан янада қимматроқ нарҳдаги маҳсулотни ҳам харид қилиб олиши мумкин. Бундан ташқари, бундай одам сизни ўз дўстларига тавсия қилиш эҳтимолини оширади.

3-калит. Бир нечта жумлаларни тузинг.

Бу ишга туширишни амалга оширишга деярли ҳар бир киши билан содир бўлади. Биринчи ишга тушириш пайтида камида битта таклиф ёки маҳсулотнинг ажойиб ғояси туғилади. Охир-оқибат, потенциал мижозлар билан суҳбатлар кўплаб ғоялар ва таклифларни келтириб чиқаради. Ва кўпгина таклифлар, одатда, давомий бўлган ишга туширишларни вужудга келтиради (Руфь Бачинскининг йиллик конференциялари каби). Кўпинча, PLF фойдаланувчилари йилига уч-тўрт марта, баъзан эса кўпроқ ишга туширишларни амалга оширишади.

Ўзим учун, мен ўртача поғонани топдим – йилига иккитадан тўртгача. Одатда, буларнинг биттаси ёки иккитаси – бу йирик Қўшма ишга туширишлардир (10-бобга қаранг), тарқатиш рўйхатлари ва сотувлар сонини кескин оширилишига олиб келар эди. Қолганлари эса – бу ўз-ўзидан амалга ошириладиган кичик ҳажмдаги ишга туширишлар, янги маҳсулотларнинг сифатини оширишга ва уларни биргаликда ишлаб чиқаришга таклиф қилишдан олдин таклифлар.

4-калит. Ажойиб цикл: экин-тикин, мустақил, қўшма ишга туширишлар.

Бу жуда яхши натижалар берадиган бир қатор ишга туширишлар. Мен буни “Ажойиб цикл” деб атаيمان. Мен бу иборанинг стилистик жиҳатдан унчалик тўғри эмаслигини биламан, лекин ўғлим билан гаплашаётим шу иборани ўйлаб топдим. Ва бу таърифга оид мувофиқликнинг етишмаслиги унга, ўз ўрнида, ажойиб бир жиҳатни бағишлайди.

Бу мана бундай бўлади. Янги маҳсулот ғояси пайдо бўлади ва сиз ушбу маҳсулотнинг амалда пайдо бўлишига

ёрдам бериш учун экин-тикин Ишга туширишини ўтказадиган бўласиз. Уруғларни экиш (9-бобга қаранг) биринчи миждозларни топиш, бозордаги талабни текшириш ва сифатли маҳсулотни яратиш учун жуда мос келади.

Тайёр маҳсулотни олганингиздан сўнг, сиз ўзингизнинг почта рўйхатингиздан фойдаланган ҳолда мустақил равишда ишга туширишни амалга оширасиз. Сиз Ишга тушириш олди кетма-кетлигини яратасиз ва жараёнда иштирок этасиз. Бундай ҳолда, ушбу ҳодисанинг табиатнинг ўзи экиш ишга туширилишига қараганда яхшироқ молиявий натижаларни кафолатлайди.

Мустақил ишга туширишнинг муваффақияти сизга қўшма ишга туширишга ўтишингизга имкон беради. Сизда потенциал шерикларга намойиш этилиши мумкин бўлган статистика, шунингдек, тайёр ва синовдан ўтган ишга тушириш тартиби ва ишга тушириш процедуралари мавжуд бўлади. Бундай ҳолда, сиз анча кўп жиҳатларга эътибор қаратишингиз керак бўлади, лекин мустақил равишда ишга тушириш пайтида кўп иш қилганингиз сабабли, жараёни бошқариш жуда соддалаштирилган ҳолда кечади. Муваффақиятли қўшма ишга тушириш натижалари кўпинча ягона ютуқларга қараганда каттароқ бўлиб чиқади.

Шундан сўнг циклнинг мантиқий якуни келади. Ахир, ишга туширишнинг ушбу кетма-кетлигидан сўнг, одатда, кейинги маҳсулот ғояси пайдо бўлади. Демак, жараёнинг энг бошига қайтиб, экиш ишга туширишининг бир қисми сифатида янги ғояни синаб кўриш вақти келади. Аслида, шу пайтларга келиб сиз кўпроқ тажрибага эга бўлган бўласиз, эҳтимол сизнинг рўйхатингизни узун ва сиздан қоникқан қўшма ишга тушириш шериклари, сизнинг кейинги кўрғазмангизни реклама қилишга тайёр бўлиб туришади.

5-калит. Қайта-қайта ва абадий оммалашган ишга туширишлар.

Такрорий ишга тушириш жуда самарали – шунча-

ки, Барри Фридманнинг мисолини қайта ўқиб чиқинг (4-бобда). У Showbiz Blueprint ўқув курсини қайта-қайта ишга туширади. Бу кичик сонли гуруҳнинг талабалар ва ўқитувчи ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг юқори даражасини кафолатлайди, шу орқали курснинг юқори нархини тўлиқ оқлайди. Бундан ташқари, бу талабни ушлаб туришга ёрдам беради, яъни таклифни қайта ишга туширишга имкон беради.

Қайта ишга туширишларнинг самарадорлиги қисман почта рўйхати қандай ўсишига боғлиқ. Агар у ерда доимий равишда янги манзиллар пайдо бўлса ва сизда яхши ташкил этилган олдиндан тайёргарлик кетма-кетлиги бўлса, унда сиз яхши имкониятдан фойдаланишингиз мумкин. Сиз вақти-вақти билан қайта ишга туширишни амалга оширишингиз мумкин ёки “Доимий оммабоп ишга тушириш” га ўтишингиз мумкин.

Ҳар доим оммабоп намоишнинг таърифи ушбу китобнинг қамров доирасига кирмайди, аммо қисқача айтганда, унинг моҳияти шундан иборатки, янги обуначилар пайдо бўлиши билан улар учун янги ишга тушириш олди кетма-кетликлар яратилади, унинг таркиби одамларнинг рўйхатга қўшилиш пайтига боғлиқ.

6-калит. Мижозларга эътибор беринг ва улар учун яна ишга туширишни йўлга қўйинг.

Бу ҳар қандай бизнесга тегишли бўлувчи универсал қоида мавжуд: маҳсулотни илгаридан таниш бўлган мижозингизга сотишингиз янги мижозга маҳсулот сотишдан яхшироқ ва осонроқ бўлади.

Бу ҳолатда аниқ рақамлар маълум вазиятга билан боғлиқ бўлади, лекин бунда ҳар доим ҳам етарлича катта фарқ бўлиб келган. Интернет-бизнеснинг турли хил версияларидаги тажрибам шуни кўрсатадики, маҳсулотни одамга иккинчи марта сотиш биринчи марта бўлганидан кўра ЎН БЕШ марта осонроқ.

Шундай қилиб, сиз мижозларга ғамхўрлик қилишингиз керак. Мен ҳар доим ҳам ўзимнинг берган ваъдамнинг

устидан чиқишни жуда яхши кўраман, бу одатим ўзимга-ям ёқади. Ва мен ҳар доим буни олдиндан режалаштириб қўяман. Янги таклиф устида иш олиб бораётганимда, мен ҳар доим бир нечта бонусларни ўзимда тутиб тураман. Улар таклифга киритилмайди ёки сотиш пайтида ҳам айтилмайди. Мен мижозларимга ўзларига сездирмасдан бир сюрприз ҳозирлайман.

Ҳатто энг қайсар мижоз ҳам кутилмаган бонушни олишдан хурсанд бўлади. Кўпинча, одамларни ҳайратга солиш ва хурсанд қилиш жуда осон, бундан ортиқча ваҳимага берилишга ҳожат йўқ.

Мижозларни ҳайратда қолдириш осон. Берган барча ваъдаларингизни бажаринг, мижозларингизга ёрдам беринг ва йўл давомида бир ёки иккита кутилмаган ҳодисаларни уюштиринг. Бу юз баравар ўзини оқлайди. Мижозлар нафақат кейинги ишга туширишни кутишади, балки уни амалга ошириш жараёнида сизни ҳар томонлама қўллаб-қувватлайдиган содиқ мухлисларга айланишади.

Минглаб бизнесни ишга туширган формула

Бизнесни бошлаш формуласи шу қадар кенг миқёсли нарсаси, унга битта боб доирасида эътибор қаратишнинг иложи йўқ. Шундай қилиб, биз унга фақатгина 30000 фут баландликдан нараз солдик. Аммо бу жуда яхши йўлга қўйилган жараён ва мен ўз мижозларимдан доимий равишда муваффақият билан қандай фойдаланганликларини кўрдим. Улар маҳсулотни ишга тушириш формуласини олиб, кейинги босқичга олиб чиқардилар. Битта ишга туширишнинг ўрнига, улар бутун бир серияни ўтказдилар, натижада ушбу ҳаракатлар бутун бир бизнесни яратишга имкон берди. Ҳар бир кейинги ишга туширилиш аввалгисининг муваффақиятига асосланган бўлар эди. Хабарлар тарқатма рўйхати ўсди, таклифлар яхшиланиб борди, янги маҳсулотни таклиф қилиш мумкин бўлган мижозлар сони кўпайди, ҳамкорларнинг қўллаб-қувватлаши кучайди. Айнан шу тарзда, бизнесни бошлаш формуласи ишлайди.

12-боб. Сизга ёқиб қолувчи бизнес.

Менинг ишимнинг таркибий қисми бу турли корхоналар ва уларни яратган раҳбарлик қилаётган тадбиркорлар билан танишиш имкониятидан иборат. Келгуси икки боб шу мавзуга бағишланган. Бизнесни яратиш бу алоҳида нарса, сизнинг кўнглингизга ёқадиган бизнес ва ҳаётни яратиш эса умуман бошқа нарса. Кўпчилик, шунчаки, улар сабр қилаётган бизнес билан шуғулланишларини пайқадим. Аммо бундан ҳам баттар бўлиши мумкин. Одамлар ўзларига ёқмайдиган бизнесни яратадилар ёки бу бизнесни кўрарга кўзлари йўқ бўлади – лекин ўзлари шу ишнинг ичида бўлади. Бу даҳшатли ҳолат.

Бунинг сабаблари кундек равшан. Кўпчилик мен каби ўзининг ишини яхшилаш, такомиллаштириш, ривожлантиришга жуда қаттиқ уринади. Ҳар куни ҳисоб-китобларни тўлаш ва озиқ-овқат сотиб олиш ҳақида бош қотирсангиз, ҳар қандай даромадли бизнес жозибали кўринади.

Аммо, кўпинча, одамлар даромад олишни бошлаганларида, бизнес дегани фақатгина даромад олиш дегани эмаслигини тушуниб етадилар. Айнан шу лаҳзаларда кўпчилик “Кейин-чи, кейин нима бўлади?”, деб қолади.

Мен бу ҳолатга мана бундай муносабатда бўлардим. Агар бутун вужудингиз билан бизнесга киришмоқчи бўлсангиз, сиз ўзингиз учун сеvimли бўлган машғулотни бизнесга айлантиришингиз лозим. Хусусий бизнеснинг энг муҳим жиҳатларидан бири бу – албатта, ҳуқуқий ва ахлоқий меъёрлар доирасида бўлувчи қоидаларни инсоннинг ўзи ўрнатиш имкони бўлишдан иборат. Шундай экан, нега сиз муваффақиятга эриштирувчи қоидаларни ўрнатмаслигингиз керак? Нега энди кўлингиздаги қарталарни ўзингизнинг манфаатингизга мос тарзда чийлашингиз мумкин бўлмасин?

Мен қўлида фақатгина болғача бўлган ҳолида дурадгор бўлиб кўринишга ҳаракат қилаяпман, бундай одам шунинг учун атрофида фақатгина михлар борлигини

кўра олади, лекин, шундай бўлса-да, айтишим керак. Бу орзуингиздаги бизнесни ривожлантириш учун восита бўлувчи маҳсулотни ишга тушириш Формуласи. Лекин, энг аввало, мазкур бизнес қай кўринишда бўлиши лозимлигини яхшилаб англаб олиш лозим.

Сизнинг катта “нима учун”ингиз

Орзуингиздаги бизнесингизни яратишингиз учун, энг аввало нима қилишингиз кераклигини билиш учун, “нима учун?” деган саволга жавоб беришингизга тўғри келади.

Агар сиз, шунчаки, бойиб кетишни истасангиз – майли, бу ҳам жуда яхши. Кўп пул ишлаб топишнинг ўзи – ажойиб ахир. Мен пулни тўпланган эркинлик ва куч, шижоат деб ўйлайман, менга эркинлик ва қудратли бўлиш ёқади албатта. Нақлда айтилганидек, пул етишмаслиги билан боғлиқ муаммолар мавжуд, лекин пулнинг ортиқча бўлиши билан боғлиқ муаммолар ҳам бор. Менга, шахсан, иккинчиси муаммо кўпроқ ёқади.

Аммо мен, инсон маълум бир моддий даражага эришиши биланоқ, у одатда, ҳаётининг бошқа томонларига эътибор беришни бошлашни пайқадим. Масалан, менга, асосан, тадбиркорларга ёрдам бериш орқали дунёга ижобий таъсир кўрсатиш имконияти катта илҳом беради. Ажойиб жамоанинг шакллантирилиши – иш жойлари билан таъминлаш ва касбий ўсиш имкониятларидан руҳланган одамларни ҳам биламан. Баъзилар янги технологияларни жорий этишдан ақл бовар қилмас даражада завқланишади. Бошқалар одамларни ўқитишдан ёки ўзларини қийнаётган изтироблардан халос бўлишдан худди шу даражада завқ туйишади.

Давом эттиришим мумкин, лекин, ўйлашимча, асосий фикрни тушундингиз. Шундай пайтлар бўладики, инсонда пул ва моддий бойлик тўплашдан кўра юқорироқ мақсадлар пайдо бўлади.

Айни мана шу ҳолатда сиз “нима учун?” деган савол-

га жавоб беришингиз унчалик муҳим эмас. Муҳими сизда жавоб бор. “Қаерга боришни билмасанг, қайси йўлдан боришингнинг фарқи йўқ”, дейишгани бежиз эмас ахир.

Менинг PLF семинарларим талабаларга “нима учун?” саволига жавоб топишга имкон берадиган амалиётни ўз ичига олади ва бу бутун курснинг энг эсда қоларли машқларидан биридир. Ахир, одам ўзи учун жавобни топиши биланоқ қаршисида янада порлоқ истиқбол кўрингандек бўлади.

Ўзингиз ёқтирган мижозларни жалб қилиш

Одамлар ўзаро фарқланади, истеъмолчилар ҳақида гап кетганда, бу тасдиқ икки баравар тўғри бўлиб чиқади. Айримлар ажойиб мижозларга айланиши мумкин, бошқалар эса бундай бўлиб чиқмайди. Кимдир сизнинг ишингиз, маҳсулотларингиз, таклифларингизга жавоб қайтаради, бошқалари эса йўқ.

Мен ҳеч кимни айбламайман. Биламан, баъзи одамлар менинг услубимни ёқтиришади, баъзилари эса уни ёқтирмайди. Кимдир мени етарлича расмий эмас ва жуда бўшашган деб ҳисоблайди, кимлар учундир мен бошқача кийинишим керак, ёшроқ ёки ёши каттароқ бўлишим керак ва ҳоказолар. Булар жудаям аҳамиятли эмас, негаки мен биламанки, ишга тушириш жараёнида менга яхши муомала қиладиган мижозлар табиий равишда менга кўшилади.

Аслида, мен ўз ҳаётимга доимо қизиқарли ва ажойиб одамларни жалб қилиб келганман, деган муқим фикрга эгаман.

Ишончим комилки, менинг сўнги фикрларим айримларни ғаблантиради. Ва кимдир буни ахлоқона тарзда ўзини мақташ деб ўйлайди. Аммо бунинг ёмон тарафи йуқ, бу балки ўша одамларнинг мен билан бир оқимда эмаслигидандир эҳтимол. Улар на менга, на менинг бизнесимга тўғри келади. Бунинг қандай ишлашини кўрдингизми?

Сизнинг ҳолатингизда ҳам шунга ўхшаш вазият бўлади. Ҳар биримизнинг теграмизда биз билан бошқаларга қараганда яхшироқ муносабатда бўлувчи одамлар мавжуд. Аслида, яхши маркетингнинг мақсади – зарур одамларни жалб қилиш ва бошқаларни саралашдан иборат.

“Саралаш” сўзи баъзи одамларни бегонага айлантириши мумкин, аммо сиз аниқлаштириб олинishi муҳим бўлгани – бу катта миқдордаги яроқсиз потенциал мижозлар ва харидорлардир. Мен бу хулосага яна ва яна қайтаман. Сўнгги икки конференцияда маърузалар пайтида у менинг бошимга маҳкам жойлашиб олди. Бу юзлаб иштирокчилар қатнашган йирик анжуманлар эди.

Бир қарашда, иккала ҳолатда ҳам менинг олдимда бир-бирига ўхшаш аудитория ўтирар эди, улар менинг дарсларимга жуда эътиборли эди.

Биринчи гуруҳ жуда шижоатли – одамлар менинг ҳар бир айтган сўзимни тинглайди. Бирор нарса қилишни сўраганимда улар фаол иштирок этишади. Уларнинг саволлари кўп. Залдаги энергияни кафтингиз билан сезишингиз мумкин эди гўё. Мен сахнада ўтказган ҳар бир дақиқамдан завқланардим ва ниҳоят залга тушганимдан сўнг, одамлар мени қуршаб олиб, яна икки соатдан кўпроқ вақт давомида саволларга жавоб бердим.

Ушбу маърузадан сўнг жуда катта куч-ғайрат, ички шижоатни ҳис қилдим ва кейинги конференцияни интиқлик билан кутардим. Афсуски, кейинги гал мутлақо бошқа аудитория йиғилган эди. Улар мени диққат ва ҳурмат билан тинглашди, лекин бундан ортиқ ҳеч нарса содир бўлмади. Мен улардаги бирон бир фаолликни сезмадим. Саволлар ҳам кам бўлди. Шунга мос тарзда мен қизиқиш ҳам асли йўқлигини сездим.

Иккинчи конференциядаги мен учун бир қадар оғриқли нутқ жараёнида шу нарса аниқ бўлдики: биринчи ҳолда, томошабинлар “менинг” одамларимдан иборат бўлган экан. Гарчи уларнинг кўплари, мен сахнада пайдо бўлган пайтгача мен ҳақимда ҳеч нарса билмасалар ҳам, менинг

ғояларим улар билан уйғун эди. Иккинчи ҳолатда эса, томошабинлар “меники бўлмаган одамлар” дан иборат экан. Улар ажойиб одамлар эди, шунчаки, биз умуман бир-биримизга мос келмадик холос.

Ушбу конференцияларнинг фарқи иштирокчилар афзал кўрган маркетинг турида эди. Биринчи ҳолда, одамлар шуғулланаётган маркетинг менинг бизнесга бўлган муносабатимга тўғри келди. Иккинчи ҳолатда эса қарама-қарши қарашларга эга бўлган одамлар конференцияда тўпланишди. Улар мижозга маҳсулотни мажбурлаб сотиш учун рекламага зўр беришни афзал кўришарди – бу эса менинг мижозлар билан ишлашимдаги ўзимни олиб қочадиган жиҳат.

Бу фарқ конференциядан кейин ҳам сезилди, чунки мен иккала нутқимдан кейин, у ерда бўлган мижозларни кузатиб бордим. Биринчилари иккинчиларидан яхшироқ эдилар. Улар камроқ қўллаб-қувватлашни талаб қилишди, товарларни камроқ қайтариб беришди, PLF жамиятининг ҳаётида фаол иштирок этишди, яхши натижаларга эришишди, амалий тадқиқотларни олиб боришди ва менинг мураббийлар гуруҳларим сафига тезроқ киришди.

Мазкур тафсилот жуда содда: сиз бизнесингизга ўзингизнинг одамларингизни жалб қилаётганингизга ишонч ҳосил қилишингиз керак. Яхшиямки, сизда буни амалга ошириш учун керакли восита бор – бу маҳсулотни ишга тушириш Формуласи. Ушбу формуладан келиб чиққан ҳолда ва ишга туширишдан олдинги информацион материалларини ишончли тарзда намойиш этсангиз, сиз идеал мижозларни жалб қиласиз. Бу процедуранинг бир қисми.

Атрофингизга назар ташланг

Ўғлим тоғ велосипедида машғулотларни олиб боришга киришганида мураббийдан муҳим бир сабоқ олган, у менга шу ҳақда айтиб берди. У доимо “ён-атрофга назар ташлаш” муҳимлигини айтди. Бошқача қилиб айтганда,

тик тоғдан велосипедни ҳайдаган ҳолда тушишда фақатгина қаршингиздаги йўлакка қарашингиз етарли бўлмайди. Акс ҳолда, фалокат юз бериши мумкин. Чунки сиз фақат охирги сонияда реакция кўрсатишингиз мумкин. Эртами-кечми сиз четлаб ўтолмайдиган тўсиққа дуч келасиз.

Олдинга қаранг. Иложи борича кўриш чизиқларингизни кенгайтиришга ҳаракат қилинг. Бурилиш пайтида, бурилишнинг қаерда тугадини тушуниш учун бурчакка назар солинг. Агар дарахтлар кўринишни тўсса ҳам, диққатни жамланг ва уларнинг орқасида нима бўлиши мумкинлигини тушунишга ҳаракат қилинг. Тўсиқни қидиринг.

Бизнесда шунга ўхшаш қоида қўлланилади – сиз келгуси кун, ҳафта ёки ойга нисбатан ҳам олдинроқдагиларга назар ташлашга ҳаракат қилиб туришингиз керак. Ҳар қандай ярқироқ нарсага ва ҳар қандай янги тактикаларга чалғиманг. Агар сиз йўналишни ўзгартирмоқчи бўлсангиз ёки янги йўналишни танламоқчи бўлсангиз, бу оқилона стратегик тушунтириш бўлиши керак.

Мен одамлар ўзларининг мавқеига, брендига ва обрўсига хавф туғдирадиган сўнгги тактикалар ёки сўнгги долларга интилишларини тез-тез кўрганман. Бир лаҳзалик манфаат учун одамлар илгари эришилган ҳамма нарсани қурбон қилишини кўриш жуда ачинарли. Аммо агар сиз узоқни кўра билсангиз (ва бугунги кунда бу камида уч ой олдиндан ўйлаш қобилиятини ўз ичига олади) – доимий равишда умумий манзарадан ажралиб турасиз.

Фикрлаш маҳорати принципи

Наполеон Хилл 1937 йилда “Ўйла ва бой бўл” номли китобида “Фикрлаш маҳорати” деган самарали ғояни илгари сурди. Тан олишим керакки, агар фаолиятимнинг дастлабки босқичларида “фикрлаш маҳорати” гуруҳларида қатнашмаганимда ҳозирги натижаларга эриша олмаган бўлар эдим.

Бу ҳолатда ишлаш принципи жуда оддий: ҳамфикр

бўлган тадбиркорлар гуруҳи муваффақият йўлида тўпла-
надилар ва бир-бирларини қўллаб-қувватлайдилар. Гар-
чи ҳамкорлик қилишнинг табиий равишда пайдо бўлган
вариантлари қўшма фаолиятнинг қўшимча маҳсулоти
ҳисобланса-да, бу бизнес-гуруҳ эмас. Аммо бу ҳолатда асо-
сий эътибор тажриба алмашиш, мия ҳужуми ва бир-бир-
ларига ҳисобот беришга қаратилади.

Кўпинча бундай гуруҳда “иссиқ стуллар” қўлланилади
ва ҳеч қачон бундай ҳолатга дуч келмаганлар учун бу жуда
ғайритабиий тажрибадир. Одатда, бир киши бирон бир
ғоя таклиф қилади ёки муаммо туғдиради ва гуруҳ бирва-
ракайига бош қотиради.

Агар тўғри танланган гуруҳ бўлса, “иссиқ стул” пирो-
вардида акулаларни боқишга ўхшайди. Бир хонага 20 ёки
30 нафар тадбиркорни киритиб қўйиш ва уларни биз-
нес-муаммоларга ечим топишга ундаш сувга бир томчи
томизишдек гап. Шулардан кейин қўлингизни ташқарига
осилтириб юрмаганингиз яхшироқ бўлади албатта.

(Бошқа одамларнинг муаммоларини ҳал қилиш ўзи-
мизникига ечим топишдан анчагина осон ва қизиқарли
эканини ҳаммамиз ҳам биламиз).

1999 йилдан бери мен бундай гуруҳларнинг анчагина-
сида иштирок этдим. Баъзан бу аъзолиги пуллик ва про-
фессинал координатори бўлган гуруҳлар бўлади. Баъзан
– ҳеч ким томонидан маслаҳат ёки йўналтирилмаган дўст-
лар гуруҳи бўлади. Форматлар ҳам ўзгариб турган албатта
– электрон почта орқали ишлайдиган гуруҳлардан теле-
фонда ишлайдиган гуруҳларгача. Энг самарали гуруҳлар,
албатта, бевосита мулоқотлар уюштирилган гуруҳлар эди.

Мен ўзим баъзи мижозлар учун юқори сифатли “фикр-
лаш маҳорати” гуруҳларини яратганман. Бу менга бундай
гуруҳларнинг ишлаш принципини чуқур англашга имкон
берди. (Ва менинг Platinum Mastermind лойиҳамнинг аъ-
золари мен учун ҳақиқий ака-ука ва опа-сингилларга ай-
ланди. Мен ҳеч қачон бундай кучли ва қадрдон жамоада
ишламаган эдим).

Ўтган йиллар давомида мен нима учун ҳар сафар бошқача натижага эришишимни тушуниб етдим (иштирокчи ва ташкилотчи нуқтаи назаридан). Тасодифий одамларни бир-бири билан бирлаштиришда ҳеч қандай сир-тилсим йўқ. Гап одамларнинг малакаси ва гуруҳдаги ҳамжамиятлик даражасида аслида.

Ўз фикрлари билан ўртоқлашишини истаган одамлар йиғилганда ажойиб гуруҳ шаклланади. Ўз ўртоқларига фойда келтириши керак бўлган одамлар. Айнан шу “Фикрлаш маҳорати” гуруҳларининг моҳияти бу; ҳар бир киши бошқаларга ёрдам беришга эътиборни қаратиши ва бунинг эвазига мукофот жараённинг ўзидан олинади.

Аммо бошқалар билан баҳам кўриш истагини ўзи етарли эмас. Бу юқори ақл ва ҳиссий сезгирликка эга, юқори ҳисса қўшишга қодир одамларни талаб қилади. Гуруҳ ташкилотчиси хонадаги энг ақлли одам бўлиши шарт эмас.

“Фикрлаш маҳорати”нинг энг яхши гуруҳлари, аниқ фикрга эга ва жамоатни деярли тўла ҳис қила олади. Гуруҳ бир бутун танадек бўлиб, ўзини кучли ҳис қилиш қобилиятига эга. Мен гуруҳларда ишлай бошлаганимда, вақтинчалик мағлубиятлар ҳам менда ҳақиқий йўқотиш ҳиссини келтириб чиқарди. Бир неча кунни Интернетсиз ўтказганимдан сўнг, мен қилган биринчи иш – гуруҳдан келган хатларни текшириш бўлди.

Тўғри, ҳалол одамларни ажойиб жамоага тўплаганингизда, ҳақиқий афсуннинг кучи сезилгандек бўлади. Мақолда айтилганидек, “Тўфон барча қайиқларни кўтарди”. Айнан “фикрлаш маҳорати” кучли гуруҳларида рўй беради. Гуруҳнинг ҳар бир аъзоси бошқаларга ёрдам беришга шошилганидагина умумий манфаат ҳосил бўлади. Охир-оқибат, ҳамма янги ғоялар, алоқалардан воқиф бўлиб, ўзини ўзи тартибга солиб, бизнесни олдинга суради.

Шунинг учун, мен сизга “фикрлаш маҳорти” гуруҳини топишингизни маслаҳат бераман. Ишбилармон дўстлардан сизга бундай гуруҳларни тавсия қилишни сўранг.

Эҳтимол, сиз қўшилишингиз мумкин бўлган бепул (ёки деярли бепул) гуруҳлар мавжуддир, аммо уларни топиш қийин бўлиши мумкин. Улар деярли ҳамиша панада бўлади. Пулли гуруҳларни топиш осонроқ (ва одатда улар кўпроқ тузилган бўлади). Қолаверса, сиз бундай гуруҳни ўзингиз ташкил қилишингиз мумкин. Сизга ҳақиқатан ҳам мос келадиган гуруҳни топмагунингизча, бир нечта гуруҳларга ташриф буюриб кўришингиз мумкин. Аммо қидирув натижаси муваффақиятли бўлиши биланоқ катта фойда бўлади.

Бизнесда энг муҳим нарса

PLF бўйича менинг сўнгги семинарим қатнашчиларидан бири бизнесда энг муҳим менинг муваффақиятимга боғлиқ ва бизнесни ривожлантиришда эътибор берилиши муҳим бўлган жиҳатларни айтиб беришимни илтимос қилди.

Бу жуда қийин савол! Бизнес учун энг муҳим нарса нима? Нима ишнинг натижасини аниқ белгилайди?

Мен бунга: “муқобил имкониятлар!”, деб жавоб бераман.

Википедияда улар “манбалардан фойдаланишнинг муқобил вариантларидан бирини танлаш натижасида йўқотилган фойда ва шунинг учун бошқа имкониятлардан воз кечиш” деб таърифланади.

Менинг фикримча, бундай таърифни тушуниш анча қийин. Шунинг учун, мен муқобил, яъни альтернатив имкониятларни “икки ёки ундан кўп бўлувчи турли хил имкониятлардан бирини танлаб, бошқаларидан воз кечишингиз керак бўладиган нарса” деб биламан.

Шу билан бирга, молиявий харажатлар чекланиб қолмайди. Тадбиркор учун энг катта муқобил харажат, кўпинча, вақтни англатади.

Бизнесни бошлаш, одатда, чекланган капитал билан боғлиқ. Шунинг учун, кўп нарсалар мустақил равишда бажарилиши керак бўлади, демакки сиз вақт чекловларини

ҳам ҳисобга олишингиз керак. Бундай шароитда тўғри вариантларни танлаш жуда муҳим албатта. Нотўғри танлов лойиҳани амалга оширишни ҳафталар, ойлар ва ҳатто йилларга кечиктиришга қодир.

Бу альтернатив имконият харажатларининг моҳиятидир. Имкониятларни излаш нафақат пулни сарфлашга олиб келиши мумкинлигини тушунишингиз керак. Сизни қўрқитмоқчи эмасман ва ҳеч нарса қилмасликка ундашни ҳам хоҳламайман, чунки ҳаракатларнинг етишмаслиги катта альтернатив чиқимларни чеклашларга олиб келади. Битта йўлни танлаш билан сиз бошқа альтернатив йўллардан фойдалана олмайсиз.

Дастлабки муваффақият билан эса, альтернатив чиқимлар ошади.

Ишнинг боришидаги моҳият ана шундай. Сиз қанчалик муваффақиятли бўлсангиз, олдингидаги имкониятлар шунчалик кўпаяди. Биз буни битимлар оқими деб атаемиз. Сиз муваффақиятга эришасиз, бир қатор активларни тўплайсиз, ўз қадрингизни исботлайсиз ва бирдан бошқаларда сиз билан бирга ишлаш истаги пайдо бўлади.

Битимлар оқими – жуда яхши нарса. Айнан шу омил бой одамнинг янада бойиб кетишига ёрдам беради. Шу сабабли, нолдан мингга эришишга нисбатан 100 000 доллардан миллионга эришиш осонроқдир.

Аммо, келишувлар оқимида чалкашиб қолиш ҳам жуда осон. Ахир, вақт, энергия, эътибор, манбалар ва бошқалар чекланган. Ва ҳар сафар бирон бир имкониятдан фойдаланишга қарор қилсангиз, бирон нарсадан воз кечишингиз керак бўлади.

Тадбиркорлар учун эса бу нарса, одатда – вақтдир.

Менинг дўстим Дин Грасиози альтернатив чиқимлар бўйича қуйидаги мисолни келтиради. Тасаввур қилинг, сизнинг жавонингиз китобларга тўла. Дўконда яна бир ажойиб китобни кўриб, уни сотиб олишингиз мумкин. Лекин бунда ўша китобни жавонга қўйиш учун бу ердаги китоблардан бирини олиб ташлашингиз керак бўлади.

Шунинг учун, кўп вариантларга эга бўлиш жуда яхши эканлигини унутманг. Аммо бу ҳар доим альтернатив чиқимлар билан бирга келади. Ва бу харажатларни минималлаштирадиган танлов қобилияти сизнинг бизнесингиз муваффақиятининг калитидир.

Ўзингизни бошқалардан устун деб ҳисобламанг

Агар сиз бизнес билан шуғулланиб, узоқ муддатли муваффақиятларга эришмоқчи бўлсангиз, умрбод талаба бўлишга тайёрланинг. Бозор, мижозлар ва рақобатчилар тўхтамайдилар ва сиз ҳам тўхтаб тура олмайсиз.

Фаолият тури бўйича мен жуда кўп муваффақиятли ишбилармонлар билан мулоқотга киришдим, шунинг учун ҳақли равишда айта оламанки: уларнинг барчаси доимий равишда изланишдалар.

Бошқаларга бизнесни қандай қуришни ўргатиш орқали пул ишлайдиган одам сифатида мен худбин мақсадларга интилаётгандай кўринишим мумкин, аммо аслида бу ҳаёт ҳақиқати. Мен ҳам кўп вақт ва пулимни ўзимнинг таълимимга сарфлаганман. Мен буни қилишим керак. Бу менинг ишим. Бундай бизнеснинг фойдалари жуда катта, аммо катта муваффақиятнинг қиймати вазиятни доимий равишда кузатиб бориш заруратидир.

Сиз ўқишни бошлашингиз керак. Ва доимий равишда қўллаб-қувватлаш ва профессионал ривожланиш билан шуғулланинг.

Айрилганни бўри ер

Ҳаммаси жуда оддий – сизнинг соҳангиздаги ҳамкасблар билан кучли алоқалар ўрнатишингиз керак. Бундан ташқари, мен “рақобатчи” сўзини юқорида ишлатган бўлсам ҳам, ҳаётда мен уни ишлатмайман. Мен одамларга шерик ва бўлғуси ҳамкор сифатида қарашни афзал кўраман.

Биламан, баъзи бизнес турлари рақобатсиз бўлиши

мумкин эмас. Масалан, одамлар, одатда, бир вақтнинг ўзида бир нечта спорт залларига бормайдилар. Шунинг учун, агар сиз спорт залини очсангиз, тумандаги шунга ўхшаш жойларнинг бошқа эгалари сизнинг бевосита рақобатчиларингизга айланадилар.

Аммо замонавий шароитда, тобора кўпроқ одамлар ақлий меҳнатда рақобат учун эмас, балки ҳамкорлик қилиш учун кўпроқ имкониятлар мавжуд бўлган бизнес билан шуғулланмоқдалар.

Ҳозирги бизнесимни тўғридан-тўғри рақобатчиларим деб ҳисоблаш мумкин бўлган корхоналар билан ҳамкорликда ташкил қилдим. Аммо биз бир-биримизни қўллаб-қувватлашни афзал кўрамиз. Натижада, биз тортни қандай бўлишиб олиш ҳақида ортиқча ташвишланмаймиз. Биргаликдаги ҳаракат натижаси ўлароқ – биз бу тортни янада каттароқ қиламиз.

Рақобатчиларни қандай қилиб шерикларга айлантириш мумкинлиги ҳақида ўйлашни таклиф қиламан. Ушбу муаммони ҳал қилиш учун вақт ажратинг, чунки бизнес тармоғингиз сизнинг капиталингиздир.

Ахборот бизнесига қўшилиш

Ушбу китобдаги барча мисоллар ахборот бизнесига, яъни одамларни турли-туман маҳсулотни такдим этишга – ит парваришладан тортиб, теннис ва жонглёрга қадар бевосита боғлиқ.

Лекин ён-атрофда ҳамма ҳам ахборот бизнеси билан шуғуллана олмайди. Охир-оқибат, кимдир машиналар сотиши ёки гилам тозалаши керак-ку ахир.

Бироқ, бизнинг дунёмизда деярли ҳар бир киши маълум даражада ахборот бизнесига муҳтож. Амалга ошириш жараёни ёки маҳсулотнинг бир қисми сифатида ахборот билан боғлиқ таркибий қисми қўшиш деярли ҳар бир бизнеснинг муваффақияти учун асос бўлади.

Масалан, Жо Полиш ўзининг гилам тозалаш фирмасини мижозларга тозалаш компаниялари томонидан ишла-

тиладиган сохта савдо усуллари тўғрисида маълумот бериши орқали кенгайтириб олди. Айни шу тарзда берилган ахборот – изоҳ келгусида унга катта шон-шараф ва кўплаб буюртмалар олиб келди. Жонинг иши ўқитиш билан боғлиқ эмас эди, аммо у ўз хизматларини, компаниясини олға интилиши учун маълумотдан маҳсулот сифатида фойдаланган.

Биз ахборотга бой дунёда яшайпмиз. Одамлар тайёр маълумотни қўлга киритишни жуда хоҳлайди албатта. Бу шуни англатадики, ҳар қандай бизнес маълум даражада нашр этилиши керак – маркетингининг бир қисми ёки таклифининг бир қисми сифатида.

Инсон омили

1996 йилда мен ўз бизнесимни бошлаганимда, инсон омили савдони қай даражада оширишини тушуниб етдим. Мен ҳар доим ўзимга хос бўлишга интилганман, шуни ис-таганман ва шунинг учун мен ҳеч қачон ўзимни улкан корпорация сифатида кўрсатишга ҳаракат қилмаганман. Мен ҳеч қачон хабарларда “биз” сўзини ишлатмаганман, бу омиллар бошиданок мени умумий кўриниш-манзарадан ажратиб турар эди. Ўша пайтларда ўз ишини бошлаётган деярли ҳар бир бизнесмен ўзини катта муҳим компания сифатида ифода этишга ҳаракат қилар эди, мен эса ўз обуначиларимга худди дўстларим билан суҳбатлашаётгандай мурожаат қилардим. Ва бу ўз самарасини берарди.

Одамлар тушунарсиз корпорациялар билан эмас, одамлар билан муносабатда бўлишни хоҳлашади. Улар “корпоратив услубда” ёзилган ва аэропортдаги овоз каби эшитиладиган хатларни олишни хоҳламайдилар. Сиз нима ҳақида гапираётганимни биласиз: “Самолёт эшиклари ёпилган. Илтимос, олдинги ўриндиқнинг орқа томонига битилган йўловчи учун эслатмани ўқиб чиқинг”. Бу совуқ, номақбул, расмий товушлар. Албатта, истиснолар ҳам мавжуд; танқидий вазиятда мижозлар сизнинг бизнесингизни давом эттириш учун ресурсларингиз бор-

лигини билишлари муҳимдир. Аммо бу ҳолатда ҳам, улар одам билан муносабатда бўлишни афзал кўришади.

“Корпоратив овоз” савдо-сотиқни ўлдиреди деса ҳам бўлади. Одамлар одамлардан сотиб олишни афзал кўришадилар. Мижозлар билан мулоқотда шоҳона саналувчи “биз” сўзини унутинг. Юзма-юз гаплашинг. Бу маҳсулотни сотишни осонлаштиради ва сизга кўпроқ завқ бағишлайди. Яна бир бор эслатиб ўтаман, маҳсулотни ишга тушириш формуласини қўллаш, биринчи навбатда, потенциал мижозлар билан алоқаларни ўрнатиш жараёнидир. Шундан келиб чиқиб, биз ушбу мақсадга эришишда ёрдам берадиган алоқа усулига муҳтожмиз.

Ўз қоидалари бўйича ўйнаш

Бизнес, ҳамма нарсага ўзингиз жавобгар эканлигингизни тушуниб етишингиздан бошланади. Бу постулат, яъни ортиқча далил-исботсиз ҳам очиқ-равшан кўринувчи ҳолат, аммо кўпчилик қаерлардадир кўзи тушган бирон бир нарсаларга асосланиб бизнес қурадилар. Ёки бизнеснинг қандай кўриниши ҳақидаги ўзларининг ғояларига мувофиқ қурадилар.

Эсда тутинг, сиз қоидаларни ўрнатишингиз керак. Сиздан ўз соҳангиздаги бошқа ишбилармонлар каби бизнес юритиш талаб қилинмайди. Сизга ёқмайдиган мижозлар билан ишлаш талаб қилинмайди. Сиз ўзингиз ёқтириб қоладиган бизнесни яратишингиз мумкин.

Барчаси бундай бизнес қандай кўринишга эга бўлиши ва агар у мавжуд бўлса, ҳаётингиз қандай кўриниши кераклигини тушунишдан бошланади. Буни кейинги бобда муҳокама қиламиз.

13-боб. Муваффақиятли ҳаёт рецепти

Мичиган университети магистратурасини тугатганимдан сўнг, Аризона штатининг Темпе шаҳрида жойлашган Motorola компаниясига ишга жойлашдим. Менга яна иккита ишга олиш таклифи тушган эди, лекин мен шу жойни ёқтирганлигим учун ушбу вариантни танладим. Мен Детройт яқинида вояга етганман ва ҳеч қачон Миссисипидан ғарбдаги ҳудудларда бўлмаганман. Лекин Ғарб мени ўзига мафтун қилиб келган.

Мичигандан Аризонагача бўлган йўл узоқ. Тўрт кунлик саёҳат. Учинчи оқшомда мен Колорадо штатидаги Дуранго шаҳрида, шу пайтгача ҳам эшитмаганим – чоғроққина бир меҳмонхонада қолдим. Мен умримда бундай тоғларни кўрмаганман ва улар менда катта таассурот қолдирди. Эрталаб мен ота-онамга қўнғироқ қилиб, ўзим ҳақимда, ҳозирги таассуротларимдан уларни ҳам воқиф қилдим ва Дуранго ҳақидаги таассуротларимни муттасил тарзда гапириб бердим.

Бир неча дақиқадан сўнг, дадам: “Афтидан, сен Дурангода бутунлай қолиб кетмоқчига ўхшаяпман, шекилли”, деди. Ордан кўп йиллар ўтди ва мен бу сўзларни ҳали ҳам эслайман, чунки ўша пайтда у бемаъни эшитиларди. Дурангода қолиш ғояси ойга қадам қўйиш, ойга саёҳат уюштиришга ўхшарди ахир.

Мен ажойиб оилада улғайганман, оиламни қўллаб-қувватлашга доим тайёрман. Ота-онам менга ва ака-ука, опа-сингилларимга тарбия бериш учун кўп ҳаркат қилишган. Улар бизнинг ҳаётга кириб, унда ўз ўрнимизни эгаллаб олишларимиз учун яхши старт билан таъминлашган ва биз коллежга киришимиз учун асосий таъсирни беришган. Назаримда, менинг ҳаётим олдиндан мутлақо белгиланиб-аниқланиб қўйилганди: ўқиш, “яхши иш” топиш ва охириги кунларимгача ўша ерда ишлаш. Менинг катта оиламнинг яшаш тарзи шундай эди ахир. Дўстларимнинг оилалари ҳам шундай. Ўртаҳол бўлган кўшни-

ларимиз ҳам худди шундай ҳаёт тарзига эга эди.

Аммо бир қатор сабабларга кўра, мен ҳар доим ўз бизнесим ҳақида орзу қилардим. Мен уни яратиш усуллари тўғрисида ҳеч қандай тасаввурга эга эмас эдим, лекин мен ўз бизнесим бўлишини истаганимни жуда яхши эслайман, ҳатто 10 ёшдалигимда ҳам буни хоҳлаганман. Шу билан бирга, менда бизнесни қандай яратиш ва қуришни кўрсатадиган рол моделлари йўқ эди. Менда таянч, суянчиқ йўқ эди. Одамлар бундай орзуларни қандай амалга оширишларини билмас эдим. Бу менинг атрофимдаги содир бўлаётган ҳамма нарсага зид эди. Шунинг учун, қолган кунларимни оилавий дастурга мувофиқ ўтказиш учун Темпе шаҳрига йўл олгандим.

Аммо Motorola фирмасига ишга келганимда, мен корпоратив дунёга мос келмаслигимни тезда англадим. Мен тўртбурчак тешикка сиғмоқчи бўлган юмалоқ қозиққа ўхшардим. Менда имкониятлар йўқ эди. Шу сабабли мен бир неча йилдан кейин ишдан кетиб, уйда болалар ва уй ишларини қилиш учун қолдим. Мен корпорацияларда ишлашга яроқсиз эканлигимни тан олдим ва у ерга қайтиб боришни ҳам истамай қолдим.

Дурангога кўчиб ўтиш

Мен ушбу сатрларни Колорадо штатининг Дуранго шаҳридаги уйимда ёзаяпман. 14 йил олдин мен ва хотиним бу ерга кўчиб ўтдик. Дадам, менинг Дурангода яшашни исташимни айтганида ҳақ эди. Ва мен айнан шу ерда яшаяпман, чунки мен хоҳлаган жойда яшашга имкониятим бор.

Менинг бизнесим 100 фоиз Интернетда олиб борилади, менинг виртуал гуруҳ ёрдамчиларим бор, яъни мен аниқ бир географик ҳудуд ёки жойга боғланмаганман. Интернетга кириш имкони бўлган ҳар қандай жойда ишлашим мумкин.

Дуранго, аслида, одамлар бетиним интилувчи, шу ерда яшашга ҳаракат қилувчи шаҳар эмас, лекин мен уни ёқти-

раман. Колорадодаги энг чиройли тоғлар деярли менинг орқа боғимда жойлашган ва мени икки соатлик йўлгина АҚШнинг жануби-ғарбидаги буюк даштлардан ажратиб туради. Мен истаган пайтимда чанғида учишим, тоғ велосипедида юриб, дарёда қайикда саёҳат қилишим мумкин. Мен Дурангода яшайдиган одамларни яхши кўраман ва менимча, бу болаларни тарбиялаш ва ўстириш учун ажойиб жой.

Мен ҳар куни эрталаб хушкайфият билан, ўрнимдан бардам бўлиб тураман. Фақатгина чанғида учиш учун эрта туриш керак бўлган пайтда – соатни уйғотиш сигналига мослайман. Ёки самолётга кеч қолмаслик учун. (Мен фақатгина ўзим хоҳлаганимда саёҳат қиламан – бизнес учун зарур бўлганда, мен ажойиб одамлар билан учрашиш ёки жаҳоний миқёслардаги машғулотларга бориш учун саёҳатга отланаман).

Колорадода яшашдан завқланишнинг бир қисми – болаларингиз билан очик ҳавода дам олиш билан боғлиқ завқу шавқингизни атрофдагилар бўлишишдан иборат. Менинг ўғилларим дунёнинг энг гўзал ёввойи дарёлари бўйида сайр қилади, тоғ велосипеди машғулотларига боради, чанғида учишади ва сузиш билан шуғулланади.

Мен буларнинг ҳаммасини мақтанишни истаганим учун эмас – балки шунчаки, сизнинг ҳаётингизда ҳам ҳамма нарса мумкинлигини тушунишингизни хоҳлаганимдан айтиб бераяпман – ёзаяпман. Менинг минглаб тадбиркорларга ёрдам берадиган бизнесим бор, менга бу бизнесни юритишда ёрдам берадиган ажойиб гуруҳ, мижозлар орасида мени қўллаб-қувватлайдиган мухлислар, мен орзу қилган ҳамма нарсадан ҳам ошиб кетди, мен ўзим хоҳлаган жойга кўчиб ўта олдим... ва шу билан бирга, менинг уйимнинг эшиги ташқарисида жойлашган гўзал табиатдан завқланишим учун вақтим бор.

Албатта, баъзида буларнинг барини эшитган одамлар мени, шунчаки, алоҳида – ўзгача одам, деб ўйлашади. Ёки менинг қандайдир ғайритабиий кучга эга деб билади. Ёки

мен танишларни тўғри танлаган бўлиб чиқаман. Яна мени жуда омадим келгани ҳақида гапиришади.

Афсуски, мен сеҳрли кучга эга эмасман. Ва бизнес бошлаган пайтимда менинг алоқаларим йўқ эди. Худди ҳеч қандай афзаллик ёки қўшимча маблағнинг ўзи менда бўлмагани сингари.

Ўрта Ғарбда вояга етган оддий болакайдан, корпоратив ишдаги омадсиз бўлган одамдан, “Жаноб онажон”дан қандай қилиб ўз орзуларидаги каби ҳаётни бошқарадиган кишига айландим?

Маҳсулотни ишга тушириш Формуласи ёрдамида яратилган бизнес учун ташаккур айтаман мен. Албатта, ҳар бир нарсанинг ортида катта иш ва бир қатор муваффақиятлар бўлади, аммо буларнинг барчасига асос бўлиб хизмат қилган нарса бу – Формула бўлди.

Яна бир нарсани айтишим керак – нафақат мен бундай натижаларга эришдим. Менинг кўплаб талабаларим ва мижозларим шунга ўхшаш ютуқлар билан мақтана олади. Сиз уларнинг баъзи ҳикояларини ўқиб чиқдингиз.

Хўш, қандай қилиб сиз ўзингиз хоҳлаган жойда яшашингиз, хоҳлаган вақтингизда ишлашингиз ва ўзингиз ёқтирган бизнес ва ҳаёт тарзини йўлга қўйишингиз мумкин бўлади?

Образдан бошланг

Ўз бизнесимни ташкил қилишдан олдин, мен ўз нуқтаи назаримдан келиб чиққан идеал ҳаётни ақлий равишда моделлаштирган машқни бажарганман. Мен ушбу машқ ҳақида илгари ўқиганман ва менинг келажакдаги муваффақиятларимни айнан шу машқ аниқлаб берган деб ўйлайман. Ушбу оддий машқ жуда тез амалга оширилади. Мен вараққа барча истакларимни – даромад, турмуш тарзи, моддий бойлик, саёҳатларнинг сонини санаб ўтдим. Кичиккина рўйхат шаклланди, чунки ўша пайтда мен мумкин бўлган вариантларни жуда яхши тасаввур қилмаган эдим. Бугунги ҳаёт билан таққослаганда, менинг

сўровларим жуда камтар эди, аммо ушбу рўйхат менга керакли бўлган тўғри йўналишни кўрсатди.

Машқни тугатганимдан сўнг, мен рўйхатни кундаликнинг остига қўйдим ва у ҳақда унутиб юборганим жуда кулгили. Бир неча йиллардан сўнг тўсатдан рўйхатни кўриб, мен у ерда санаб ўтилган деярли барча мақсадларга эришганимни кўриб ҳайрон бўлдим. Айнан ўша пайтда мен ўз келажагимни онгли равишда яратиш кучига ишонган эдим... ва албатта, бу фикрларни қоғозга ёзишнинг қудратига ҳам.

Менинг бизнесим ривожлана бошлагач, мен рўйхатни тезда кўриб чиқдим ва ушбу рўйхатга яна бир нечта нарсаларни қўшиб қўйдим. Мен келажақдан кутган барча нарсаларни ёздим: умумий даромад, бизнес билан шуғулланишдан бўш вақт миқдори, бу вақтни қандай сарфлашим, молиявий аҳволим, ўз бизнесим билан нима қиламан, бу қандай таъсир кўрсатади ва қандай одамлар билан ишлайман ва ҳоказо.

Агар хоҳласангиз, келажақдаги муносабатлар, жисмоний ва руҳий саломатлик, таълим, уй, оила ва бошқалар нуқтаи назаридан ўзингиз хоҳлаган нарсани ёзишингиз мумкин.

Бу машқда тўғри ёки нотўғри жавоблар йўқлигини тушуниш муҳимдир. Ва сиз ёзган нарсалар абадий эмас, исталган вақтда ҳамма нарсани такрорлашингиз мумкин ва, эҳтимол, аниқ такрорлайсиз ҳам. Аммо бу ҳозирги сизнинг идеал ҳаётингиз ҳақидаги фикрингиз. Машқ қилишда ҳар қандай вақт, давр ҳисобга олиниши мумкин, аммо мен, одатда, ҳозирги пайтдан бошлаб уч ёки беш йиллик муддатни мўлжал қиламан. Рўйхат, шунчаки, пойдевор эканлигини унутманг. Мен доимо келажақдаги ҳаёт ҳақидаги тушунчамни янгилайман ва тўлдираман, ўйлайманки, сиз ҳам шундай қила оласиз.

Шунинг учун, сиз ҳозироқ бошланг, ишга киришинг. Телефон, электрон почта, Интернет пейжерини ўчириб қўйинг. Бундан ташқари, Интернетдан бутунлай узилиш

мантикий бўлади. Ишонинг, ярим соат ичида буларнинг барчаси ҳеч қаяққа кетиб қолмайди. Хонангизнинг эшигини ёпинг, умуман, иложи бўлса, кафе ёки кутубхонага боринг. Қоғоз ва қалам олинг ёки янги ва хужжатни очинг. Уч йил ичида сизнинг идеал ҳаётингиз қандай куринишини, орзуингиздагини – барчасини ёзиб чиқинг:

...Қандай даромад оласиз?

...Сиз қандай машинада бўласиз?

...Сиз қаерда ва қандай уйда яшайсиз?

...Сизнинг мижозларингиз кимлар бўлади ва сиз уларга қандай хизматлар кўрсатасиз.

...Сизнинг жисмоний ва руҳий ҳолатингиз қандай бўлади?

...Дўстларингиз, шерикларингиз, болаларингиз, ота-онангиз, ҳамкасбларингиз ва бошқалар билан муносабатларингиз қандай бўлади?

...Сизнинг маънавий ҳаётингиз қандай бўлади?

...Қандай саёҳатларга борасиз ва қандай тажрибага эга бўласиз?

...Профессионал ва шахсий ютуқларингиз нимада бўлади?

—Қисқача эслатма: агар сиз юқорида айтилганларнинг барчасига аллақачон эришганингиз каби ёзсангиз, рўйхат яхшироқ иш беради.

Бу жараёни эътиборсиз қолдирманг. Сиз яратган барча муҳим нарсалар, биринчи навбатда, онгингиз кўзларини очади, фикран яратасиз уларни.

Ва энди, нима қилишни хоҳлашингиз аниқ бўлганда, режалаштирилган дастурни амалга ошириш тафсилотлари ҳақида гаплашамиз.

Тадбиркорлик хавфсизлиги

Орзуингиздаги ҳаётни яратиш учун керак бўлган биринчи нарса хавфсизликдир. Ўз бизнесини бошламоқчи бўлганларнинг кўпчилиги кафолатланган даромад бўлмаслиги эҳтимолидан хавотирга тушади.

Афсуски, ҳатто ойлик маош билан ишлаш ҳам тўлиқ хавфсизликни кафолатламайди. Ишонаманки, сиз бир

компанияда йиллар давомида ишлаган, кейин ишдан бўшатилган одамлар билан таниш бўлсангиз керак. Ёки улар фирма ўз фаолиятини тугатганлиги сабабли ишсиз қолишган.

Дунё ўзгарди ва хавфсизликнинг ягона кафолати бу сизнинг бошқаларга фойда келтиришингиз ва шунинг орқасидан пул топа олиш қобилиятингиздир. Ўз бизнесингизни очганингиздан сўнг, ҳақиқий хавфсизлик нима эканини тушунасиз. Ҳамкор билан муносабатларнинг бузилиши натижасида пайдо бўлган тушунмовчиликлар туфайли биринчи бизнесимни йўқотиб қўйганимдан кейин ҳам, бир неча ҳафта ўтгач, оёққа туриш ва яна ҳаммасини бошлаш керак эди.

Қилишингиз мумкин бўлган энг яхши сармоя бу сизнинг маҳоратингизга инвестиция қилишдир. Йўқ нарсадан янги бизнесни яратишга қодир одамгина ўз тақдирининг ҳақиқий устаси ҳисобланади. Ва сизнинг ишбилармонлик қобилиятингиз яхшироқ тўлаш, сизга ўзингизни ва бизнесингизни ҳамма нарсадан яхшироқ реклама қилиш ва сотиш имкониятини беради.

Ўйлайманки, мен PLF ни ҳозирги кунларда сотиш билан боғлиқ ишларда энг яхши восита деб билганимни яна бир бор таъкидлаётганимни ўқиб ҳайрон бўлмайсиз.

Ўз-ўзини такомиллаштириш

Стив Ковининг еттита шахсий муваффақиятларидан бири бу қайта ишга тушириш ва дам олиш учун вақт ажратишни билишдан иборат бўлди. Ўзингизни 100 фоиз ишга бағишласангиз ҳам муттасил суратда юқори даражада ишлаш мумкин эмас. Ҳеч бир киши доимий равишда максимал самарадорлик ва ижодкорлик билан ишлашга қодир эмас. Афсуски, ҳаётида фақат ишдан бошқа нарса бўлмаган кўплаб тадбиркорларни кўрдим. Улар том маънода ҳафтада етти кун, дам олишсиз ишлашади.

Тадбиркорлар орасида ўз бизнесининг энг устунлиги билан боғлиқ бир ҳазил юради. Ва у тўлиқ бўлмаган иш

куни вақтида – кун давомида сиз хоҳлаган ўн икки соатда ишлаш имконияти ҳақидаги ибора билан тугайди.

Лекин бундай турмуш тарзини – соғлом турмуш тарзи, деб бўлмайди. Пировардида сизнинг бизнесингиз ҳам, ҳаётингиз ҳам бундан жабр кўради. Ва бунинг узоқ умр кўриш учун дастуриламал эмаслиги ҳам аниқ.

Албатта, ҳар доим ҳам, одатдагидан кўпроқ ишлашга тўғри келадиган кунлар бўлади, айниқса, сиз ўз ишингизни бошлаётган бўлсангиз. Аммо эсингизда турсинки, бизнесингиз ўзингиз учун бўш вақтни умуман қолдирмаётган бўлса, билингки – ниманидир нотўғри қилаётган бўлиб чиқасиз.

Менинг дўстим Жо Полиш пойга оти билан боғлиқ таққосдан кўп фойдаланади. Миллион долларлик от эгаси унга жуда эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлади. Бундай отларни яхши овқатлантиришади, яхшилаб дам олишларига имкон яратилади, машғулотларини диққат билан кузатиб боришади. Бундай отлар тоза, қулай турар-жой билан таъминланиши ва ветеринар томонидан мунтазам равишда текшириб турилиши керак.

Ҳаётингизда ва бизнесингизда соғлиқ от каби муҳимдир. Ва унга худди шу тарзда ғамхўрлик қилишингиз керак, шундай эмасми?

Агар диний эътиқодларимиздаги фарқланишлар бўлишини ҳисобга олмаганда, менимча, ҳаммамиз ҳам биргина ҳаётга эга бўлиб чиқишимиз ҳақидаги фикрга эътироз билирмасангиз керак албатта. Ҳеч бўлмаганда хозирги танамиз – вужудимизда. Хўш, бу бебаҳо ҳаётни қай тарзда ўтказмоқчисиз? Миллионлаб доллар туриши мумкин бўлган танангиз ва руҳиятларингизга муносиб тарзда ғамхўрлик қила оласизми?

Сиз фойдали ва айни пайтда тўйимли бўлган овқат истеъмол қиласизми? Етарлича ухлашга ҳаракат қиляпсизми? Тоза ҳавода сайр қиляпсизми? Жисмоний машқларчи, улар ҳақида нима дейиш мумкин? Медитация? Чигалёзди машқлари ёки йога? Мунтазам равишда шифо-

кор кўригидан ўтиб турасизми?

Иш вақтининг кўпайиши – муаммоларингизнинг ечими бўлмайди, саволларингизга жавоб бермайди. Биз яхшироқ ва сифатлироқ ишлашимиз керак ва бунинг калитларидан бири бу – бизнинг кучларимизни доимий равишда тўлдириб боришимиз билан боғлиқ. Сиз ўзингизни такомиллаштиришингиз керак.

Ҳимолайдаги ҳаёт

Тадбиркор бўлиб, бизнеснинг куйига эниши ва юксалиши каби омиллардан қочиб қутула олмайсиз. Албатта, ҳар кимнинг ҳаётида ҳам шундай – пасайиш ва кўтарилиш паллалари бўлади, лекин, кўп ҳолларда, бизнесменнинг кўтарилиши оддий одамларга қараганда анча юқорироқ бўлади, пасайиши ҳам шунга мос – анчагина чуқур жарликка қулаши ҳам эҳтимолдан ҳоли бўлмаслиги тайин.

Кўпчилигимиз ўзимизнинг айни шундай ҳаётимизни бошқа нарсага алмаштирмаймиз – бизга ўз тақдиримизнинг устаси бўлиш ёқади. Ҳеч кимга ҳисоб бермаслик имкониятини яхши кўрамыз. Яратиш имкониятини яхши кўрамыз. Катта ғалабалардан ақлимиз шошади. Аммо биз ҳар доим ғалаба қозониш мумкин эмаслигини ҳам биламиз; бизнинг йўлларимизда мағлубиятлар ҳам бўлади, буларнинг барчаси – табиий.

Менинг танишим бўлган бир аёл – Лиза Сасевич, “Биз Ҳимолайда яшаймиз”, деб айтишни яхши кўради – тадбиркорларнинг чўққилари ва жарликларидан ташқари бўлган жойлари ҳам анчагина кенг ва катта. Супер қаҳрамонларнинг костюмини кийиб, биз ҳаётимизни ўзгартирамиз.

Бу бизга ўзимизнинг руҳий ҳолатимизни диққат билан кузатиб боришимиз кераклигини англатади. Бир ёки иккита ёмон ҳафтанинг сизга пул келтирмаслиги даҳшатли, қўрқинчли эмас, аксарият ҳолларда эртами-кечми – сизга пул олиб келади улар. Аммо агар сиз ўз компаниянгни бошқарсангиз ва сиз учун ишлайдиган одамларнинг ҳа-

ёти сизга боғлиқ бўлса, бундай ваҳима билан курашишингизга тўғри келади, шунда сиз бундай ваҳима билан курашишга қодир бўлишингиз керак.

Албатта, мен бошқа одамлардан фарқ қилмайман. Ҳаётимда жуда кўп кўтарилишлар ва пасайишлар содир бўлди. Натижада мен махсус процедурани ишлаб чиқдим. Мен тушкунлик ҳолатидан чиқишга ёрдам берадиган ҳамма нарсани ёзиб чиқдим. Менинг рўйхатимни талабаларим ва ҳамкасбларимнинг шунга ўхшаш рўйхатлари билан таққослаб – бундаги бир нечта ўхшашликларни топдим.

Шахсан менга, кўпинча, ёрдам берадиган нарсаларнинг бир қисмини келтириб ўтаман. Буларнинг ичидан сиз учун қайси мос келса – шуларни олишингиз мумкин.

Жисмоний машқлар. Етакчи рўйхат. Ҳеч нарса менинг соғлигимни юрак уриш тезлигидек яхшилаётгани олмайди. Спорт залида эмас, кўчада машқларни бажариш яхшироқдир.

Медитация. Самарадорлик нуқтаи назаридан у жисмоний фаолият билан бир даражада туради. Буни мураккаблаштириш шарт эмас, шунчаки, кўзингизни юминг ва нафас олишингизга эътиборингизни қаратинг. Беш дақиқа сизга етарли бўлади, аммо унинг давомийлигини йигирма дақиқага етказиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Очиқ ҳавода юриш. Ҳеч нарса менинг кайфиятимни табиат билан суҳбатдек тез кўтара олмайди.

Саргузашт. Тоғ велосипедида сайр қилинг, кунингизни чанғи спорти ёки сайрга бағишланг. Тоғларга чиқинг. Музейга ташриф буюринг. Кичик бир саёҳатга отланинг.

Хизмат. Бошқа одам учун қандайдир яхшилик қилинг. Менимча, ўзингизни ортиқча аяган ҳолда фидойилик билан бошқаларга ёрдам беришнинг иложи йўқ.

Миннатдорчилик ҳисси. Баъзида биз эътибор бермайдиган кичик ва эътиборсиз туюлган нарсалар барча яхши воқеалар учун миннатдорчиликни англаш ва тушуниш, кўнгилни кўтаришга қодир. Сокинликда ўтиришга вақт

ажратинг ва сиз миннатдор бўлган ҳамма нарсани ёзиб чиқинг. Сиз яшаш ва нафас олиш имконияти учун миннатдорчиликдан бошлашингиз мумкин... Бу нарсаларни одатдагидек, шунчаки, қабул қилмаслик керак.

Бу менинг рўйхатим, ва эҳтимол сиз ўз ғояларингизни ёзишингиз мумкин. Мен интроверт, яъни бирозгина одамови, ёлғизликни, ўзим билан ўзим бўлишни хуш кўрувчи одамман. Экстравертлар, яъни, тез киришувчан ижтимоий фаол одамларга, эҳтимолки, бироз бошқа нарсалар муҳимроқ бўлиши мумкинлиги табиий албатта.

Тушқунлик ҳолатини енгиш учун стратегия мавжудлигини англатишнинг ўзи муҳим саналади.

Ўзингизнинг даҳолик ҳудудингизда қолинг

Устозим Дэн Салливан (Strategic Coach® асосчиси) ноёб қобилият тушунчаси ҳақида гапириб берди. Сиз бу дунёга келишингизга сабабни (ҳатто икки ёки учтасини) айтинг. Нималарни вақтни тўхтаб қолишидек ҳайратли ва қойилмақом тарзда уддалай оласиз?

Бошқа одамлар сизда нимани ғайритабиий деб биллади ва бу сизга нималар шунчалик осон туюладики, атрофдагиларнинг нима ҳайратда қолдираётганини тушунолмайсиз?

Буларнинг барчаси сизнинг даҳоингиз қамрови худудини ёки сизнинг ноёб қобилиятингизни ташкил қилади.

Бизнес сиз яхши уддалай олувчи машғулот, иш ёки нарсаларга асосланиши керак. Сиз учун қийин бўлган нарсаларга вақт сарфламанг. Ўзингизнинг кучли томонларингиздан фойдаланинг. Ўз даҳолик доирангиздан ташқарида бўлган ишни бажариш учун бошқа одамларни ёлланг.

Сиз бемалол ва аъло даражада уддалай олмайдиган вазифалардан халос бўлишингиз билан, сиз ваколатли бўлган, аммо сизнинг даҳоингиз доирасидан ташқарида бўлган бошқа нарсаларга бошқаларнинг зиммасига ўтка-

зишга ҳаракат қилинг. Кимдир буни яхшироқ қила оладиган бўлса, нега ёлланган кучдан фойдаланмаслигингиз керак. Сўнгги нарса – бу сиз жуда яхши бажарадиган нарсалар, аммо улар ҳам сизнинг даҳолик ҳудудингизга кирмаган вазифалар. Ахир, уларга сарфланган вақт сизнинг ажойиб тарзда уддаловчи нарсаларнинг ҳисобидан олиб қолинади.

Ўзингизнинг даҳолик ҳудудингизда қанчалик кўп вақтингизни ўтказсангиз, бу сиз учун, сизнинг бизнесингиз, мижозларингиз... ва умуман олганда, бутун дунё учун яхшироқ бўлади.

Сизнинг ноёб ресурсингиз

Сизнинг камёблик манбаингиз – бу вужудан ва эътибор жиҳатидан яхлит ва бир бутун бўла олишингиз, яъни концентрацияда мужассам бўлади.

Дунё сизни чалғитмоқчи бўлади. Телефон, электрон почта, матнли хабарлар, тезкор хабарлар, ижтимоий тармоқлар ва буларнинг барчаси сизни ўзингиз машғул бўлишингиз лозим бўлган ишдан чалғитади.

Кўпчилик ўйғониши биланоқ дарҳол телефонга мукка тушади, телефон билан кўмилади гўё. Улар хабарларни теширади, почтани кўздан кечиради, ижтимоий тармоқларда янгиликларни кўриб боришга тушади. Бу жуда катта хатодир – телефонларимизда бизни фақат бошқа одамларнинг шахсий мақсадлари кутиб туради. Ва эрталабдан улар билан тўқнаш келиб, ўз мақсадларингиз устидан бошқарувни йўқотасиз. Сиз жавоб кутаётган хатлар ёки хабарларни топасиз ва уларга жавоб беришни бошлаганингиздан сўнг, сиз ўз кунингиз устидан назоратни йўқотасиз.

Кунингизни энг устувор бўлган фаолиятга эътибор қаратиш билан бошлашингиз керак ва шундан кейингина бошқа одамларнинг фаолияти билан шуғулланиш мумкин. Сиз учун қайси фаолият энг устувор ҳисобланади? Сизнинг даҳолик қамров ҳудудингиз бўлган нарса – бу

сизнинг ноёб қобилиятингиз билан боғлиқ.

Кўнглингизга яқин мижозлар

Олдинги бобда мен ушбу жиҳатни аввал айтиб ўтган эдим, шунинг учун бу ерда у ҳақида батафсил тўхталиб ўтирмаймиз, лекин сиз билан ишлашни ёқтирадиган мижозларга эга бўлиш – бу ҳаётдан завқланишнинг энг қисқа йўлидир.

Кўпинча, одамларнинг мижозларга шикоят қилишларини эшитаман, лекин ўша одамлар аслида шу мижозларни ўзи, айнан ўзи танлаган.

Агар сиз бошқа мижозларни хоҳласангиз, ўзингизнинг бизнесингизни ўзгартиришингиз, маҳсулотни ўзгартиришингиз, янгиликлар варақасини ва маркетингингизни ўзгартиришингиз кераклигини унутманг. Ахир, сиз ўзингиз мижозларни жалб қиласиз ва улар билан ишлашга қарор қиласиз. Шундай қилиб, сизга ёқадиганларини танланг.

Менинг энг яхши мижозларим Platinum Mastermind гуруҳидан бўлган одамлар эди. Мен улар билан вақт ўтказишни яхши кўрардим. Бу йилига бир неча марта йиғиладиган кичик гуруҳ бўлиб, ундаги жойлар сони қатъиян чекланган. Кириш учун барча аризалар қатъий кўриб чиқилади. Менинг гуруҳим ва мен маданиятимизга мос келадиган ва биз бирга бўлишни истаган одамларни танлаймиз. Мен ҳар бир йиғилишдан сўнг ўзимни кучга тўлгандай ҳис қилиб тарк этаман. Мен катта семинарларимдан олдин, гуруҳ учрашувлари ўтказилиши жадвалини тузишга ҳаракат қиламан, чунки бу менга ишлашим керак бўлган энергияни беради. Ушбу сатрларни ёзиш пайтига келиб, мазкур гуруҳ тўрт йилдан бери мавжудлиги ва унинг кўп аъзолари ташкил этилганидан бери йиғилишларда қатнашиб келишини айтишим жоиз албатта.

Бу асосий ғояни акс эттирувчи мисоллардан бири бўлиши табиий: мижозларингизни сизнинг ўзингиз танлайсиз. Ва бу бозорни танлаш, етказиб бериш ва маркетинг

орқали содир бўлади.

Бу борада ҳеч қандай мурасага ўрин йўқ. Ахир, маҳсулотни ишга тушириш Формуласи янги, яхшироқ мижозларни жалб қилиш учун махсус тарзда ишлайди. Боринг ва ўзингизга ёқадиган мижозларингизни топинг.

Ёлғиз этиш мумкин эмас

Мен ўз бизнесимни бошлаганимда, ҳамма нарсага ўзим эришишим ҳақида хаёл қилар эдим.

Назаримда, бу менинг ҳаётимни анча соддалаштирар эди. Ва виртуал маҳсулотни тарқатиб, виртуал бизнес билан шуғулланмоқчи бўлганим учун мен жамоасиз иш тутишим мумкин, деб ўйлардим.

Айтишим керакки, дастлабки 10 йил ичида мен ҳеч кимни ёлламаганман ёки пудратчиларнинг хизматларидан ҳам фойдаланмаганман. Бу олдинга силжишни қийинлаштирган жуда катта хато эди. Эндиликда мен ўзимни ўша пайтлари: “Ҳаммасини ўзим қиламан!”, деган икки ёшли болага ўхшаганимни тушунаяпман.

Гап шундаки, бирон бир муҳим нарсани ёлғизликда яратиб бўлмайди. Ушбу баёнотни рад этишга уринганлар, ўз даҳолик доирасидан ташқарида анча вақт ишлашлари керак бўлади.

Жамоа тузишни бошлашингиз билан ҳаётингиз янада қийинлашади. Бу муқаррар – ҳар сафар бировнинг ёрдамига мурожаат қилишингиз керак бўлиши орқасидан ҳамма нарса тобора мураккаблашади. Жамоа раҳбари бўлишни ўрганишингиз керак (агар буни қандай қилишни ҳали билмасангиз). Ва кўп жиҳатдан сиз жамоа олдида жавобгар бўласиз.

Жараёни сезиларли даражада соддалаштиришнинг битта усули мавжуд. Дўстим Эбен Пеген “фақат юлдузлар” деб атайдиган сиёсат йўриғига кўра иш тутишингизга тўғри келади. Бошқача қилиб айтганда, фақат юлдузларни ёллаш керак – малакаси юқори 10 талик даражага мос келувчиларни. Мен сизга янада қатъий танлов мезонла-

ридан фойдаланишни маслаҳат бераман ва малака даражаси фақат юқори биринчиликда турувчи одамларни ёллашингиз керак, деган бўлар эдим.

Юлдузлар ҳаётигизни осонлаштиради. Улар жуда қатъиятли бўладилар. Улар учун камроқ назорат ва тайёргарлик учун вақт кетади. Уларнинг ҳаётида муаммолар камроқ бўлади. Агар инсон юқори малакага эга бўлса-ю, лекин доимо муаммоларга дуч келса, уни юлдуз деб бўлмайди.

Сехрли сўз

Сизнинг муваффақиятингиз ошгани сайин битта сўз ҳаммасидан ҳам муҳимроқ бўлади. Бу «йўқ» сўзи.

Уоррен Баффет айтганидек, “муваффақиятли ва жуда муваффақиятли одамлар ўртасидаги фарқ шундаки, иккинчилари деярли ҳамма нарсани рад этади”.

12-бўлимда мен бизнеснинг энг муҳим томонларидан бири бу “имкониятлар муқобиллари” ғояси эканлигини айтиб ўтган эдим. Энди мен буни яна такрорлаб айтаман, лекин бу сафар шахсий даражада. Сизнинг муваффақиятингиз, шахсий кучингиз ва етакчи сифатида юксакликка кўтарилишингиз бошқаларнинг назарида сизнинг жозибдорлигингизни оширади. Бу ерда ҳеч нарсани ўзгартиришнинг иложи йўқ, ҳамма нарса ўз-ўзидан содир бўлади. Ҳозирги дунёда етакчилар етишмайди, шунинг учун одамлар лидерларни – ўзлари уларнинг орқасидан эргашиб учун излайдилар.

Кейинги қадам сизнинг ҳаётигизда одамлар сони ва таклифлар сонини кўпайтиришдир. Кўплаб имкониятлар сизга етарлича жозибали бўлиб туюлиши мумкин.

Аммо ҳар қандай нарсага рози бўлишда эҳтиёт бўлиш керак. Ўзингизнинг синчковлигингизни оширишингиз керак. Рад этишни ўрганиш керак. Сизга тўсқинлик қилиш мумкин бўлган нарсалар – бу сизни келажакка йўналтиришга ёрдам бермайдиган нарсалардир.

Сиз дўстлар орттиролмайсиз, демайман. Сизни қан-

дай бўлишингизга ёрдам берган одамлардан ва нарсалардан қочишингизни ҳам сўрамайман. Ва, албатта, сиз бошқаларга ёрдам қўлини узатманг демайман ҳам. Фақат вақт ва кучни диққат билан тақсимланг. Ҳар сафар сиз “ҳа” дейишингиз, бошқа бўлиши мумкин бўлган имкониётларга эшикни ёпиб қўяди.

Фаровонлик чашмасидан ташналикни қондириш

1996 йилда мен инвестиция ахборот бюллетенини бепул юборишни бошлаганимда, тармоқда шу каби маълумотларни нашр этадиган веб-сайт мавжуд эди. Гарчи биз битта йўналиш бўйича ишлаган бўлсак ҳам, ушбу сайт меникидан жуда фарқ қилар эди – унинг тарқатилиши пуллик эди. У анча профессионал кўринишга эга; меники эса, очикчасига айтганда, ҳаваскор даражада қилинган эди. Бундан ташқари, ўша пайтда менда домен номини ёки ҳостингни сотиб олишга пулим йўқ эди, шунинг учун бепул хизматдан фойдаланардим.

Рақобат қилувчи сайтнинг эгасининг исми Фрэнк Коллар эди. Мен тез-тез унинг сайтига кириб, ишларини – ўзимни қизиқиш мумкин бўлган нарсаларнинг барчасини кузатиб турар эдим. Профессional кўринадиган сайт ва пуллик ахборот бюллетени менинг энг катта орзум эди. Аммо мен бунга қандай эришишни, умуман, билмас эдим. Бу ишни ўзим уддалашим учун эса менда на техник маҳорат, на бу борада профессионалларни ёллаш учун пулим бор эди. Бундан ташқари, мен маҳсулотни қандай сотишни билмасдим. Ва энг муҳими, кимдир мендан ниманидир сотиб олишига ишончим комил эмас эди.

Хуллас, буларнинг барчаси қандай бўлган бўлмасин, мен бир кун Фрэнкдан хат олдим. У менинг сайтим учун фонд бозори жадвалларини қандай яратаётганимни сўради. Бу хат мени ҳайратда қолдирди. Фрэнк мен ва менинг сайтим борлигини умуман билганидан ҳайрон бўлдим ва маълум даражада хушомад қилдим.

Аммо, бошқа томондан, Франк менинг тўғридан-тўғри

рақибим эди. Биз Кока ва Пепси каби эдик (аслида мен дори сифатида ишлатилган Кола каби эдим). Биз бир бизнес билан шуғулланардик. Ва бу жадваллар менинг сайтга трафикни олиб киришнинг ягона усули эди. Ҳозирги пайт қандай диаграмма ва графикаларни нашр этиш ҳеч қандай муаммо туғдирмайди, аммо ўша пайтларда вазият бутунлай бошқача эди. Бир вақтнинг ўзида, ушбу диаграммаларни сайтга қандай қилиб жойлаштиришни ўрганиш учун, мен куннинг адолатли тақсимот миқдорини ва имконидан кўпроқ пул сарфлар эдим. Мен вақт, куч ва тиришқоқлик билан топилган пулларни сарфлардим ва ушбу жадвалларни бизнесимнинг асосий активларидан бири деб ҳисоблардим.

Шунинг учун мен Фрэнкнинг хатига қараб туриб, бунга қандай муносабат билдириш ҳақида ўйланиб қолдим. Профессионал сирим билан бўлишсаммикан? Ёки рад қилиш яхшими? Ёки умуман унинг мактубини эътиборсиз қолдириш керакдир?

Охир-оқибат, мен унга ёрдам беришга қарор қилдим. Ахир, агар мен сайтга диаграммаларни қандай ўрнатишни ўрганиб олган бўлсам, у ҳам худди шундай қилиши мумкин. Мен буни ўрганиш йўлида босиб ўтган машаққатларни қисқартириш мақсадида унга ёрдам беришимнинг нимаси ёмон?

Мен диаграммаларни яратиш ва нашр этиш бўйича кўрсатмалар тўпламини ёзиш учун 20 дақиқани сарфлардим ва Фрэнкга электрон почта орқали маълумотларни юбордим.

Бир неча дақиқадан сўнг у менга миннатдорчилик билан жавоб юборди. Шу билан бирга у кўп йиллар давомида қоғоз бюллетенларини нашр этиб келганини ва бир неча бор Интернет нашрларини синовдан ўтказганини айтди. У ушбу синовларнинг баъзилари ҳақида қимматли маълумотларни мен билан баҳам кўрди, бу менга қатор нархларни аниқлашга имкон берар эди. У ўз сўзининг охирида, агар мен келгусида пулли нашр қилишни хоҳла-

сам, у менга ўз билимлари ва тажрибаси билан ёрдам беришдан мамнун бўлишини айтди.

Ушбу хатдан кейин менинг ҳаётим ўзгарди.

Мен янги – мафтункор ва ажойиб дунёда яшаётганимизни англадим, бу ерда кўпинча (аксарият ҳолларда) ҳамкорлик, рақобатдан кўра муҳимроқ. Бир неча йил ўтгач, мен бу ҳодисани “фаровонлик ичимлиги” деб атадим.

Оддий қилиб айтганда, сизнинг фикрлаш тарзингиз мўл-кўлчилик асосида, ёки эҳтимол танқислик асосида қурилиши мумкин. Сиз оқилона танлов қилишингиз керак, чунки бу танлов ҳаётингизнинг барча соҳаларига таъсир қилади. Мен ўзим учун мўл-кўлчилик менталитетини танладим, бу менга кўпроқ қувонч, ўзини англаш ва... албатта, мўл-кўллик келтиради.

Бир неча ой ўтгач, Фрэнк менга пуллик ахборот бюллетенини чиқаришда чиндан ҳам ёрдам берди. Унинг маслаҳати ва тажрибаси менга шундай маҳсулотни яратишга бўлган ишончни тақдим этди. Бу менинг катта ютуғим эди. (Биринчи бобда мен айтиб ўтган 34000 АҚШ долларлик даромад). Ва бир неча йил ўтгач, у янгиликлар тарқатишдан чарчаганида, Фрэнк менга буначилар рўйхатини совға қилиб юборди. Мен ундан эстафета таёқчасини қабул қилиб олдим ва бунинг орқасидан катта пул ишладим. Ва барчаси, бир вақтлар мен унга озгина марҳамат кўрсатишга қарор қилганим учун эди – у билан фаровонлик чашмасини баҳам кўрдим.

Менинг асосий эътиқодларимдан бири шундаки, агар сиз фаровонлик чашмасидан ичиб, мўл-кўлликдан бошлаб мулоҳаза юритишни бошласангиз, янада бахтироқ бўласиз. Сиз нафақат бахтли бўласиз, балки сизнинг бизнесингиз тезроқ ўсади, сиз энг яхши мижозлар ва шерикларни жалб қилиб, дунёга ижобий таъсирингизни оширасиз.

Шунинг учун, мен сизга уятчан ва тортинчоқ бўлмасликни ҳамда фаровонлик чашмасидан лаззатланишни таклиф қиламан.

Яхши яшалган умр

Менимча, сўнгги ўн йил ичида бизнесни қуриш тизимларининг бирортаси ҳам Маҳсулотни ишга тушириш формуласи каби кўплаб муваффақиятлар келтирмади. Ушбу китоб саҳифаларида Формулани унинг таркибий қисмларига ажратдим. Бошқача қилиб айтганда, у сизга ўзингизнинг бизнесингизни яратиш воситасини тақдим этиб беради.

Лекин кўп таъкидланувчи гапни эслатаман: кимга кўп нарса берилган бўлса, кўп нарса талаб ҳам қилинади. Ва мен сизга кўп нарса бердим.

Ўзингизни ортиқча хурсанд қилиб юборманг – муваффақиятли бизнесни яратиш ўз-ўзидан бахтли ва муваффақиятли ҳаётга олиб келмайди. Дунёда бахтсиз тадбиркорлар кўп. Бундаги айёрлик ўз бизнесингизни бошлаш ва барибир қизиқарли ҳаёт кечиришингизда мужассамлашади. Бунинг учун сиз қураётган бизнесга ва яратилаётган ҳаётга диққат билан ёндашишингиз керак. Албатта, ҳеч нарса ўз-ўзидан пайдо бўлиб қолмайди.

Қандай қилиб дунё бўйлаб рақсга тушса бўлади

Себастьян Найт Кариб денгизидаги Гваделупа оролида туғилган ва ҳозирда Францияда яшайди. Биринчи марта у менинг машғулотимга 2010 йилда келган. Шу пайтдан бошлаб у PLF ни ўз бизнесини ривожлантириш учун ишлатади. Дастлаб у француз тилида сўзлашувчи “танишиш бўйича маслаҳатлар” бозорида ишлаган, тортинчоқ эркакларга қизларни қандай қилиб учрашувга таклиф қилишни ўргатган. Ниҳоят, Себастьян француз тилида сўзлашадиган одамларга Интернетда бизнесни қандай яратишни ўргатишни бошлади. Энди у “француз маркетинг мутахассиси” ҳисобланади. Себастьян ўнлаб маротаба ишга туширишларни амалга оширди ва жиддий бизнесни яратди. Аслида у француз тилида сўзлашадиган дунёдаги энг таниқли онлайн нашриётчилардан бири саналади.

Ҳар қандай ишбилармон сингари, у ҳам ҳозирги мавқега етишиш учун кўп куч сарфлади. Шу билан бирга, у ўзи учун ақл бовар қилмайдиган ҳаётни ташкил қила олди. Себастьян учун энг кульминация ҳозирги пайтда умр йўлдошининг икки азалий орзуларини рўёбга чиқариш бўлди – рақсга тушиш ва дунё бўйлаб саёҳат қилиш эди бу орзулар.

Ўтган йили Себастьян Сесил билан олти ой саёҳат қилди ва улар доимо рақсга тушишар эди. Улар Австралия, Бразилия, Ҳиндистон, Аргентина, Жанубий Африка, Таиланд, Дуранго ва Нью-Йоркка ташриф буюришди. Ҳиндистонда Себастьян Сесилнинг қўлини сўради ва у “ҳа” деди!

Сафар давомида Себастьян ҳафтада бир кун ишлар эди. Унинг бизнеси, меники каби, бутунлай виртуалдир, шунинг учун уни исталган жойдан қилишингиз мумкин. Сафар учун пулни унинг ишга туширишларидан бири олиб келди. Худди шундай қилиб, у иккита ажойиб тўй харажатларини тўламоқчи (худди шу келин билан, лекин бири Францияда, иккинчиси Гваделупада).

Гап шундаки, агар сиз Себастьянни четга олиб сўрасангиз, у сизга ўз ҳикоясининг энг таъсирли қисмини айтиб беради. Унинг муваффақиятини кўрган барча дўстлари ва қариндошлари унга тақлид қилиб, ўзлари учун турли-туман бизнесларни яратганлар¹⁸.

14-боб. Ишга тушириш вақти

Шундай қилиб, сиз маҳсулотни ишга тушириш формуласи билан танишдингиз.

Энди навбат сизники. Формула минглаб мисолларда исботланди. Менинг шахсий муваффақиятим ушбу ки-

¹⁷ Себастьяннинг ҳолати таҳлили билан танишингиз ва унинг Сесиле билан дунё бўйлаб саёҳати бўйича видеони <http://thelaunchbook.com/sebastien> сайтида кўришингиз мумкин.

тобда айтиб ўтган нарсаларимдан келиб чиқади. Бугунги кунга қадар мен бир нечта бизнесларни яратдим ва уларнинг ҳар бирининг асосида маҳсулотни ишлаб чиқариш Формуласи ётади. Бундан ташқари, бир неча ҳафта олдин мен сўнгги ишга туширишни амалга оширдим ва бу ерда келтирилган стратегиялар туфайли катта муваффақиятларга эришдим.

Энг муҳими, мижозларимга 500 миллион доллардан кўпроқ савдо-сотик қилишга ёрдам берган айнан мана шу Формула бўлди. Муваффақият тарихида ярим миллиард. Ва бу воқеалар турли хил бозорларда ва турли хил соҳаларда – қафасда жанг қилишдан тортиб медитацион семинарларгача, солиқ декларациясини тўғри тўлдиришни ўрганишдан тортиб, кўча оркестр учун асбобларни сотишгача ишлатилган.

Ишга туширишнинг ўлими

Мен биринчи марта 2005 йилда ишга туширишни амалга оширганимда Интернет-маркетинг ҳамжамияти катта эмас эди. Деярли барча асосий ўйинчилар бир-бирларини шахсан билишган. Ва бир неча ойдан сўнг, баъзилар “ишга туширишларни ўлими” ҳақида гапира бошладди. Ушбу ибора PLF пайдо бўлганидан бир йил ўтгач эълон қилинган катта эксперт ҳисоботида ишлатилган эди. Баъзи “инсайдерлар” PLF модели шу қадар кучлики, у ўз оғирлиги остида қулаб тушади, дея такидлашган. Бозор бир ёки иккита ишга тушишни кўриши биланоқ, ғоя ишламай қолади, деб қабул қилинган эди. Айтишади-ку, “биз душманни топдик, душман ўзимиз эканмиз”.

Ҳақиқат шундаки, ўша вақтдан бошлаб, ишга тушириш тез-тез амалга оширила бошланди ва кенгроқ миқёсга эга бўлди. Шунинг учун бу ерда яна бир иқтибос ўринли бўлади: “Менинг ўлимим ҳақидаги миш-мишлар жуда кўпиртирилган”.

Бу қандай содир бўлди?

Тактикалар ўзгаради, стратегия абадий.

Ҳарбий (ва бизнес) раҳбарлар деярли Сун Цзининг “Уруш санъати” ни жуда яхши билади. Ушбу китоб минг йиллар олдин ёзилган, аммо ҳали ҳам машҳур ва талабгир. Негаки, у тактикага эмас, стратегияга бағишланган. Стратегия ҳеч қачон эскирмайди.

PLF ишлашни давом эттиришининг сабаби стратегиядир. Формула машғулотининг бир қисми сифатида мен талабаларни кўплаб тактикалар билан таништираман, лекин улар ҳар доим умумий PLF стратегияси доирасида ишлайди. Сизга ростини айтсам: тактика келади-кетади. Масалан, мен ишга туширишлар билан шуғулланишни бошлаганимда, видео оқими мавжуд эмас эди. Бундан ташқари, блоглар йўқ эди. Ҳеч ким ҳеч қачон ижтимоий тармоқлар ва вебинарлар ҳақида эшитмаган эди. Ва ҳозирда биз ушбу воситаларнинг барчасини ишга туширишни амалга ошириш учун ишлатамиз.

Асбоблар ўзгармоқда, тактика ўзгармоқда. Стратегия эса қолади.

Потенциал мижозлар билан яқин муносабатларни ўрнатиш ҳеч қачон эскирмайди. Ижтимоий далил, обрў, жамият ва ўзаро муносабат каби воқеалар ва руҳий триггерларни олдиндан сезишни шакллантириш тўғрисида ҳам шундай дейиш мумкин. Сиз олган таъсир ҳеч қачон ишлашдан тўхтатмайди, одамлар савдо ҳақида гапиришни бошлашдан олдин уларга катта фойда келтирасиз. Буларнинг барчасини амалга ошириш усули ўзгаришда давом этмоқда. Аммо PLF стратегияси ишлашда давом этмоқда.

Компьютерни пул босиб чиқариш дастгоҳига айлантинг

1994 йил – аниқ санани эслай олмайман – менга “Компьютерингизни пул босиб чиқариш машинасига айлантинг” деган реклама келди. Ҳозирлар бу ном менга бе-

маъни бўлиб туюлади, лекин ўша пайтда бу бутун маттни ўқишга мажбур қилган эди. Менимча, ўша пайтларда мен бундай реклама учун идеал мақсадли аудитория эдим – бу уй бекаси сифатида фаолиятимнинг сўнгги босқичи эди. Биз жанг қилдик, охирини кутиб олишга ҳаракат қилдик ва менга ҳеч бўлмаганда пул учун баъзи босма машиналар керак эди.

Реклама электрон почта орқали келган ва жуда узоқ – 10 ёки кўпроқ саҳифалар. Биринчи ўқишдан кейин мен уни яна ўқишни хоҳлаганимни ҳис қилдим, шунинг учун матни матрицали принтерда чоп этдим. Нуқта-матрицали принтерлар секин ишлаганлиги ва рекламалар узоқ бўлганлиги сабабли, бу жараён ҳеч қачон тугамайдиганга ўхшайди.

Кейинги ҳафта мен ушбу эълонни қайта кўриб чиқдим. Унда “махсус репортажлар” ёзиш ва уларни Интернетда сотиш имконияти ҳақида гап борди. Реклама тўғридан-тўғри мижозлар билан ишлайдиган нашриёт бизнесининг завқини акс эттиради.

Ғоя ҳақиқатдан йироқ туюлди. Аммо нашриёт бизнеси бир неча асрлар давомида мавжуд бўлган ва шунинг учун фойда келтирадиган ҳисобланади. Мен кичкина мустақил нашриётчиларни билардим, улар менинг фикримча, етарлича пул топишар эди. Масалан, мени қизиқтирадиган китоблар орасида – дарё бўйида сузиш ва тоғ велосипеди – энг машҳурлари кичик оилавий компаниялар томонидан нашр этилган.

Бошқа томондан, мен ҳаётимда ҳеч қачон босма материаллар яратмаганман ёки нашр этмаганман. Сотишим керак деган фикр мени янада кўрқитарди. Менинг савдо бўйича тажрибам йўқ эди. Бундан ташқари, мендан менга энг ёқимсиз иш вариантлари рўйхатини тузишни сўрашганларида, ушбу рўйхатдаги етакчиликни аниқ сотувлар ташкил қилар эди.

Яна бир муаммо бор эди. “Компютерингизни пул босиб чиқариш машинасига айлантинг” маҳсулоти 99

доллар 50 цент турар эди. Бу даврда бизнинг тўрт кишилик оиламиз Мэрининг бюджет ташкилотидан оладиган маошига қараб яшар эди. Барча керакли тўловларни тўлаганимиздан сўнг, бизда 400 доллардан ортиқроқ пул қоларди. Бизнинг “ишлаб топган пулларимизнинг” тўртдан бир қисмини бу каби нарсага сарфлаш хавfli иш бўлиб туюлди.

Лекин реклама жуда мантиқий шунчалик мантиқий кўринардик... Қолаверса бутун фикр ҳам мантиқдан ҳоли эмасди албатта. Ўзгаришларни жуда орзу қилардим. Бир ҳафта давомида рекламаларни қайта ва қайта ўқиб чиқдим. Ухлашдан олдин ҳар кеча у ҳақида ўйладим. Бу менинг ҳолатимда ишлайдими ёки йўқлигини аниқлашга ҳаракат қилдим. Нимани ёзсам бўлади? Мен охиригача борсам буни уддалай оламанми? Мен бирон бир нарса ни сота оламанми? Ёки мени бундан буён ҳаётимдаги муваффақиятсизлик кутмоқдами?

Балки сиз ҳам шундай чорраҳада турган бўлсангиз керак. Кўп марта мен қарорлар қабул қилишни кейинга қолдириб келаверар эдим.

Ниҳоят, мен ҳаракат қилишга қарор қилдим. Мен ҳамма гумонларни четга сурдим, буюртма қоғозини тўлдириб юбордим.

Юрилмаган йўл

Роберт Фростнинг биз танлаган ва рад этадиган йўллар тўғрисида оқилона ва жуда машҳур шеъри бор. Эҳтимол, тўғридан-тўғри почта рекламасига қандай жавоб берганим ҳақидаги ҳикояда уни эслаб ўтишим ахмоқона ва бемаъни кўринади. Аммо менинг фикримча, бу битта ҳаракат ҳамма нарсани ўзгартириб юборди.

Маҳсулот жуда оддий эди – улар менга оддий 3,5 дюймли дискетни юборишди. У ерда ахборот маҳсулотлари учун тўғридан-тўғри маркетинг асосларини ўргатар эди. 90-йилларнинг бошларида Интернетга киришда “бошланғич малҳам” ролини ўйнаган қадимги онлайн

хизматлар жуфтлиги CompuServe ва AOL ларда сотишга бағишланган эди.

Бу бироз эскирган бўлиб кўриниши мумкин, аммо бу ахборот маҳсулоти мен учун янги дунёни очиб берди – тўғридан-тўғри савдо ва Интернетда ахборот бизнесини яратишни ўргатди. Ва бу дунё менга ҳайратли даражада мос келди. Албатта, пул ва муваффақият дарҳол пайдо бўлмади, бундан ташқари, бу жараён тез бўладиган ҳам эмас. Аммо мен ҳам пулга, ҳам муваффақиятга эришдим. Агар мен рекламага жавоб қайтармаганимда, сиз бу китобни қўлингизда ушлаб турмаган бўлар эдингиз.

Бир неча йил ўтгач, мен Шейла Данцигга хат ёздим, у “Компьютерни пул босиб чиқариш учун машинага айлантиринг” маҳсулотини яратган ва нашр этган аёл. Унинг яратган иши мен учун ва менинг оилам ҳаётига қандай таъсир қилганини айтиб бердим. Мен бундай хатни юборишдан мамнун эдим ва эртаси куни Шейладан жавоб олдим. У менинг хабаримни қабул қилганидан ва менинг муваффақиятимга қандай ҳисса қўшганини билишдан хурсанд эканлигини айтиб ўтди.

Мен бу туйғуни биламан, чунки мен ҳар ҳафта талабаларим ва мижозларим томонидан шунга ўхшаш шарҳларни қабул қиламан ва муваффақият ҳақидаги ҳикояларни ўқиш ҳеч қачон мени зериктирмайди.

Бугун эрталаб мен Фулбрайт дастури битирувчиси ва веналик доктор Франц Вайсбауэрдан хат олдим. Франц эхокардиография (юракнинг ультратовуш текшируви) бўйича ихтисослашган умумий амалиёт шифокори. 2010 йилда у (ҳамкасби доктор Томас Биндер билан биргаликда) шифокорлар ва сонографларга онлайн тарзда эхокардиография дарсларини ўтказиш учун платформа яратди. Одатда, бундай машғулотлар ҳар бирининг қиймати 500 долларни ташкил этувчи учта семинарда қатнашишни талаб этади. Ушбу ишга тушириш тарихи китобда келтирилган бошқа мисоллардан, умуман олганда, фарқ қилмайди. Франц ва Томас биринчи марта “умидлар мар-

кетинги” билан қуролланган дастурларини чиқарганларида, сотувлар жуда паст эди. Улар жуда яхши маҳсулотга эга эдилар, аммо уни бизнеснинг ҳаётийлигини кафолатлайдиган ҳажмларда сота олмадилар. Айнан ўша пайтда Франц ишга туширишларнинг тарихини эшитган. Биринчи имкониятда у менинг PLF машғулотларимга ёзилди ва PLF сайтини тўлиқ форматда ишга туширишни ташкил қилди. Бу катта муваффақият олиб келди ва унинг бизнесини бутунлай ўзгартирди. Бизнес биринчи ишга тушириши билан чекланиб қолмади – бизнес бошланғич даражага нисбатан ўн баравар ўсган эди. Аммо сотувлар муваффақиятнинг фақат биргина кўрсаткичидир. Бу кўрсаткични рақамлар билан ифодалаш жуда осон, аммо рақамлар ҳар доим ҳам тўлиқ тасвири бербмайди. Таъсирнинг яна бир кўрсаткичи – бу Франц тренингини тугатган шифокорлар ва сонографлар томонидан сақланиб қолинган ҳаётларнинг миқдоридир.

Айнан мана шу занжирли реакция мени баъзида ҳаяжонга солиб қўяди, кечалари шу сабабли ухлай олмайман. Мен Францга ўз маҳсулотини ишлаб чиқариш имкониятини тақдим этдим ва унинг машғулотлари минглаб шифокорларга ўн минглаб беморларни даволашга ёрдам берди (ва кўплаб одамларнинг ҳаётини сақлаб қолди). Ҳаётда янги саҳифа очилган бу беморларнинг барчаси бутун дунёга нечоғлик ижобий таъсир кўрсатиши мумкинлигини ким ҳисоблаб чиқа оларкин?

Сизнинг биринчи иш юритишингиз

Бундан буён ҳаммаси ўзингизга боғлиқ. Китобимнинг асосий мақсади, ишга туширишни намойиш этиш эди. Бу йўл давомида, мен сизни ўз кучингизга ишонтиришни хоҳладим. Формула қандай ишлашини ўзимнинг талабаларимда, дунёнинг турли бурчакларидан келган турли хил касб эгаларининг ҳаёти ва фаолиятида кўриб гувоҳи бўлганман.

Асосийси, биринчи қадамни ташлаш ва ўржарлик би-

лан олдинга интилиш. Агар мен тадбиркорлик тажрибасига эга бўлмаган “Жаноб онажон”дан савдо-сотикдан ўнлаб миллион долларга кўтаришга эришган одамга айланган бўлсам, сиз ҳам буни қила оласиз. Агар Жон Галлахер озиқ-овқат маркаларидан олти сонли даромадга эриша олган бўлса, сиз ҳам бунга эришишингиз мумкин. Агар Тара ва Дейв Марино оддий ота-онадан, ярим миллион долларлик савдо-сотик қилиб ишбилармонга айланишган бўлса, сиз ҳам буни қилишингиз мумкин.

Биринчи намоёиш сизга миллионларни олиб келишини кутмаслигингиз керак. Бу китобда ўқиган ажойиб натижаларга эътиборингизни қаратманг. Муваффақиятларингизни миллион долларлик ишга туширишим билан таққосламанг. Камтарона бўлган 1650 долларни ташкил этган биринчи ишга тушириш таққослаш учун асос бўла қолсин.

Хатоларни бир неча бор такрорлашингизга ва кўп нарсаларни ўрганишга тайёр бўлинг. Кутилганидан ҳам кўпроқ ишлашга тайёрланинг. Умидсизликка ва уйқусиз тунларга тайёр бўлинг.

Ва сизнинг биринчи намоёишингиз унутилмас бўлишига ҳам тайёр тулинг.

Сиз яқиндагина бошлаган ғайритабиий катта саёҳат

Бу жуда қизиқарли саёҳат бўлди.

Ва ҳар бир қадам катта ўйлаш, бош қотириш зарурати билан бирга келади. Ўзингиз учун янги чўққиларни қидиринг.

PLF қайси нуқтада бошланишини аниқ билмайман. Менинг Формула фойдаланувчиларим бизнес ва маҳсулотларни барча соҳаларда ва барча мумкин бўлган бозорларда ишлашда давом этмоқда. Менинг формуламни талабаларим нотижорат мақсадларда фойдаланадиганлари ҳам топилди. Мени Формулани корпоратив дунёга тани-

тишга ундайдиганлар бор.

Лекин мен сизнинг ишга тушириш бўйича билиб-танишдан хурсанд бўлар эдим. Айтганимдек, муваффақият хикояларини ўқиш ҳеч қачон зерикарли бўлмайди.

Мен, шунчаки, ўйин-кулги билан яшаш учун етарлича пул топдим. Аммо мен ҳали ҳам шу ерда, ушбу китобни ташкил этадиган 70000 сўз орасидаман, чунки мен кўпроқ одамларга мурожаат қилишни истайман. Мен сизга мурожаат қилмоқчиман.

PLF исботланган. Бу сизнинг ҳолатингизда ҳам ишлайди. Ушбу китобда келтирилган кўрсатмаларга амал қилишнинг ўзи кифоя. Биринчидан, хабарлар рўйхатини яратинг. Китоб веб-сайтида келтирилган манбаларни ўрганинг. Менинг блогимни ўқинг. PLF ҳамжамиятига қўшилинг.

Шундан сўнг, ўзингизнинг муваффақият тарихингизни ёзинг ва менга айтиб беринг.

Менинг манзилим jeff.plf@gmail.com

Миннатдорлик

Менинг биринчи бизнес лойиҳамдан кейинги 18 йилни ҳайратланарли саёҳат билан таққослаш мумкин ва мен ўзимдан нега бу қадар омадли эканлигимни тез-тез сўраб тураман. Аммо бу йўлда мен ёлғиз юрмадим. Кўп одамлар менга ёрдам беришди.

Мен ушбу китобни хотиним Мэрига бағишлайман, у доимо менга ишонган ва мени жуда кўп қўллаб-қувватлаган, бу ҳали ҳам мени ҳайратда қолдиради, менинг ажойиб фарзандларим Дениел ва Жоан, мен бундай бахтга қандай лойиқ эканимни тушина олмайман.

Менга доим меҳрибон ва кучли қўллаб-қувватлаб келган онамга ва дадамга, шунингдек, Жим, Жан-Мери ва Жонга ташаккур билдираман. Мен сизларни яхши кўра-

ман ва эришганларим учун сизга раҳмат айтмоқчиман.

Виржиния ва айниқса Жо Яблонскига раҳмат, атрофдагилар нима учун уйда ўтириб, фарзандлар билан ўралашиб юрганимни сўрашганларида сиз мени қўллаб-қувватлаган эдингиз. Ўша узоқ ва тунд йилларда менинг доимий ёрдамчим бўлган Катерина Яблонскига алоҳида миннатдорчилик билдираман.

Мен миннатдорчилик билдиришни истаган бошқа кўплаб ажойиб одамлар бор.

Рейд Трейси, Брайан Курц ва Рик МакФарланд ушбу китобни ёзишда менга жуда кўп тавсиялар берди ва биринчи бобларни шакллантиришда ёрдам кўрсатди. Скотт Хоффман, Брандон Бурчард, Майкл Хайят ва Крис Хадад китобнинг умумий моҳияти бўйича ўз мулоҳазалари ва таклифларини билдирдилар. Китобнинг доимий равишда такомиллашиб борувчи кенг миқёсли концепцияси бўйича Виктория Лебамга раҳмат.

“Plat Plus” гуруҳига китоб мужассам қилинган кўплаб жихатлар бўйича бош қотиргани учун ташаккур айтаман. Китобнинг узоқ ва машаққатли яралиш жараёнида ўзимни ушбу гуруҳ олдида масъул ҳис қилдим.

Китоб, менинг ноширим Морган Жеймссиз дунё юзини кўрмаган бўларди, у хушмуомалалик билан барча ёқимсиз ҳодисаларни сезди ва материални етказиб бериш муддатларини ўтказиб юборди. Девид Ханкок, Рик Фрисман, Маргот Тулуза учун раҳмат. Ва менинг муҳарририм Викки Маккоунга катта раҳмат, у менинг матнимдан ўнлаб даҳшатли ноқисликларни чиқариб ташлади.

Менинг бизнесим карьераси бошланишида ёрдам берганларга, шу жумладан, Шейла Дансиг, Мика Рид, Фрэнк Коллар, Пол Мерс ва Дон Кассидига раҳмат.

Жон Риз ва Яник Сильвер мен одамларга маҳсулотни қандай ишлаб чиқаришни ўргатишим кераклигини уқтирди ва бу PLF номини ҳам айнан Жон ўйлаб топган эди. Уларнинг маслаҳатлари менинг ҳаётимни ва умуман дунёни ўзгартирди.

Йиллар давомида тақдир мени кўплаб ажойиб дўстлар, ўқитувчилар ва мураббийлар билан тўқнаштирди – уларнинг кўплари менинг яқин дўстларимга айландилар. Менинг мураббийим Жон Салливан ва унинг рафиқаси Бабс, Тони Роббинс, Эбен Пэгэн, Фрэнк Керн, Пауло Коэльо, Жеф Жонсон, Рич Шефрен, Райан Дайс, Дин Грасиози, Майк Филсэйм, менинг илҳомчим Энди Женкинс, Стивен Прессфильд, DVD саммитидаги дўстим Лиза Сацевич, Том Казлер, Крис Найт, Чалин ва Брет Жонсон, Брайан Кларк ва Соня Симоне, Дон Кроутер, Мари Форлео, биз бирга ўқиган дўстимиз Дин Жексон, Жо Полиш, Жон Карлтон, Майк Кениг, Кенни Рутер ва Тревис Россер, Жейсон ван Ордер ва Жереми Франдсен, Крис Завадовски, Жейсон Моффат, Яро Старак, Перри Белчер, Жей Би Глоссингер, Ренди Кассинг ҳам ва унинг барча “иссиқ бошлари”, Андрей ва Жим Ланфорд, Жон Родос, Клэй Коллинз, Рей Эдвардс, Жефф Маллиген, Эд Дейл, Дейв Тейлор, Тим Картер, Эрик Вагнер, Мартин Хови, Грег Пулос, Жейсон Поташ, Пэм Хендриксон, менинг “НВ” жамоам, Чарльз Ричардс, Грег Клемент, Трей Смит, “FT-Talk” ҳамжамияти, Холли Лайл, Бет Уокер, Шанон Уоллер, Энн-Мари Прэтт, Дэнис Госнел, Брайанн Сакс, Телман Ньюдсон, Марлон Сандерс, Мари-Эллен Триби, Девид Фрей, Крис Аттвуд, Жент Аттвуд, Жон Жантш, Майк Хилл, Жонатан Меисел, Жэй Абрахам, Дэн Кеннеди ва Гейл Кингсбери.

Энг зўр профессионал тадбирларни режалаштирувчи Дайан Уолкерга катта раҳмат. Мен унга ташкил қилган барча тадбирлар учун миннатдорман.

PLF мураббийларим Алан Дэвидсон, Жеймс Клобасу, Марк Каудри, Ригли Голсбороу, Хьюберт Ли, Курт Кениг, Лоу д Ало ва айниқса, Марк Эванс – шогирдларимга кўрсатган ёрдамнингиз учун ташаккур.

Тед Пастернакга у мен уюштирган барча PLF тадбирларига бахшида этган жозиба учун миннатдорчилик билдирмоқчиман. PLF Ливе ва Платнинг барча кўнгиллиларига, шу жумладан Гейл, Лесли, Мел, Энтони, Майкл,

Эреми, Матт, Ребекка, Эрин, Синди, Жоан ва Гарретларга катта раҳмат.

Билли Фостер, Браян Деир ва Мак Томпсонларга алоҳида раҳмат.

Мен Крис Барнес, Пол Уиллэр, Рик Рауф ва Жон Николасга ўз миннатдорчилигимни изҳор қилолмайман.

PLF техникасини дунёга ёйишимда жамоамнинг ўрни беқиёс: Марк, Мери, Шерин, Даниел, Мас, Педро, Жоей, Черет, Ларри, Жи Эр ва Пол. Компаниямизнинг юзига айланган ва бизнинг соҳада мижозлар билан ишлаш стандартларини ўрнатган Бетти Сампсонга алоҳида миннатдорчилик. Кристен Арнольд – менинг ажралмас захирадаги тафаккурим, мени қандай қилиб қай тариқа ишга солашни билади у. Ва мен, Жон Уокер билан бошқа ҳар қандай одамдан кўра кўпроқ биргаликда ишлайман.

Мен “Платинум” ва “Платинум Плюс” номли “фикрлаш маҳорати” гуруҳлари ҳақида нима дейишим мумкин... мен билан елкама-елка турган биродарларим ва опа-сингилларим барча муваффақиятларимизни таъминлаб, деярли енгиб бўлмайдиган тўсиқларни бартараф этишга имкон беришди. Ҳаётимнинг ҳар куни учун мен Яратганга миннадорчилик билдираман.

Ва, албатта, ушбу шоунинг ҳақиқий юлдузлари PLF методологиясидан фойдаланувчилардир, уларнинг муваффақияти мени ҳар куни илҳомлантиради. Раҳмат сизга!

Нотаниш сўзлар луғати

Олдин айтишим лозимки, атамаларнинг кўплари ноник. Луғат фақат китобда ишлатилган моҳиятга мос келади.

Вебинар

Webinar

Бу теле-семинарга ўхшайди, аммо Интернет орқали олиб борилади ва иштирокчилар ўзларининг экранларида тақдимотчини кўришлари мумкин. Кўпинча, “Поверпоинт” ёки “Кейнот” тақдимотларини намойиш қилиш

учун фойдаланилади. Мен вебинар ўтказиш имкониятини берадиган хизматларнинг рўйхати <http://thelaunchbook.com/resources> манбаларда келтириб ўтганман

Табиий қидирув трафиги

Natural SearchTraffic

Шахсий қидирув сўровлари натижаларига кўра сайтнингизга ташриф буюрувчилар.

Харидор

Customer

Мижозга қаранг.

Мижоз

Client

Маҳсулотингизни аллақачон сотиб олган киши (Ҳамкорнинг деярли синоними, аммо бу атама сизнинг почта рўйхатингизда бўлган, аммо ҳали ҳеч нарса сотиб олмаган потенциал мижознинг аксини англатади).

Қўшма ишга тушириш

Joint VenturePartner

Қўшма корхона шериги билан яқин ҳамкорлик алоқалари.

Конверсия

Conversion

Потенциал мижоз сизнинг маркетингингиз тўғрисида бирон бир ҳаракатни амалга оширадиган воқеа. Сиз ундан бирон нарса қилишни сўрадингиз, агар у содир бўлса, бу ўзгаради. Ушбу атама сизнинг ахборот бюллетенингизга обуна бўлганингизда ёки товарларни сотиб олганингизда ишлатилиши мумкин.

Ишга тушириш муҳокамаси

Launch Conversation

Сиз ва потенциал мижозларнинг (ёки бир-бирлари билан потенциал мижозларнинг) ўзаро муносабати, бу табиий равишда ишга туширишдан олдин кетма-кетликда содир бўлади. Бу сизга бозорнинг ҳолати тўғрисида чуқурроқ маълумотга эга бўлишга имкон беради – жумла-

дан, маҳсулотингизни сотиб олишга асосий эътирозларни аниқлаш ва мурожаатнинг қайси қисмлари потенциал мижозлар орасида энг кўп жавоб беришини тушуниш.

Пулли қидирув

Paid Search

Қидирув натижаларининг юқори қисмида сизнинг саҳифангизга ҳаволани пулли жойлаштириш. Ушбу турдаги реклама одатда квазик аукцион асосида сотилади.

Саватни очинг

Open Cart

Маҳсулотингиз сотилишини очиқ деб эълон қилган пайт. Ушбу атама буюртмаларни қабул қилиш бошлангандиган маълум бир кун, соатга ва бутун ишга тушириш даврига мурожаат қилиши мумкин.

Ҳамкор

Affiliate Partner

Савдо комиссиялари эвазига бошқа компания реклама қиладиган компания ёки шахс. Шунингдек, қаранг: Қўшма корхонанинг шериги.

Экин экиш бошланди

Seed Launch™

Оддий PLF ишга тушириш, одатда, маҳсулот ёки почта рўйхати бўлмаганда ишлатилади. Бундан ташқари, сиз янги маҳсулот ёки умуман, маҳсулот ҳақида тушунчангиз бўлса ва ушбу маҳсулотни яратишга вақт сарфлашни бошлашдан олдин ғояни синаб кўрмоқчи бўлсангиз ушбу атама қўлланилади.

Ишга тушириш кетма-кетлиги

Launch Sequence

Ишга туширишингизнинг умумий режалари, жумладан, ишга туширишгача бўлган маълумот материаллари ва «Очиқ сават».

Потенциал мижоз

Prospect

Сизнинг манзилингиз электрон почта рўйхатида бўлган ёки сизнинг маркетингингизни кузатаётган, аммо

ҳали ҳеч нарса олмаган одам. Сотиб олгандан кейин у Ми-жоз ёки Харидорга айланади.

Таклиф

Offer

Потенциал мижозлар орасида таклиф қилган нарсангиз. Таклифда етказиб берилган маҳсулотлар (бонуслар билан бирга), сиз белгилаган нарх, тўлов шартлари ва кафолатлари мавжуд.

Ишга туширишдан олдинги кетма-кетлик

Pre-Prelaunch Sequence

Ишга тушириш бошланишидан олдинги тараддуд даври.

Олдиндан кетма-кетлик

Prelaunch Sequence

Маҳсулотингизнинг ташқи кўринишига ҳаяжонли муносабат ва олдиндан сезишни шакллантиришга ёрдам берадиган бир қатор фойдали материалларнинг чиқарилиши. Материаллар турли форматларда тақдим қилиниши мумкин, шу жумладан видео, ПДФ-файлдаги ҳисобот, электрон почта хабарлари, блог-постлар ва бошқалар.

Ахборот материалларини ишга туширишдан олдин

Prelaunch Content

Ишга тушириш кетма-кетлиги пайтида нашр этилган материал. У турли хил форматларда тақдим қилиниши мумкин, жумладан видео, ПДФ файлидаги ҳисобот, электрон почта хабарлари, блог хабарлари ва бошқалар.

Амалга чорлаш

Call to Action

Потенциал мижозлардан аниқ ҳаракатларни талаб қилинг ёки қўнғироқ қилинг. Бу ахборот бюллетенига обуна бўлиш, шарҳ қолдириш, ҳаволани кузатиб бориш ёки маҳсулотингизни сотиб олиш учун сўров бўлиши мумкин. Одатда, хабарномангиздаги ҳар қандай хабарингиз ҳаракатга чорлаш билан тугайди.

Сотиш саҳифаси

Интернетда сизнинг Маркетинг хатингиз ёки Марке-

тинг видеоингиз бўлган саҳифа.

Видеони сотиш

Sales Video

Ўз маҳсулотингизни таклиф қиладиган видео.

Хат сотиш

Sales Letter

Сизнинг маҳсулотингизни таклиф қилувчи хабар.

Рейтинг

Rank

Сайтингизга ҳавола сифатидаги қидирув натижаларидаги мавқе (табиий қидирув жараёнида). Ушбу атама умумий маънода ишлатилиши мумкин, масалан, “ажойиб таркиб сизнинг Гуугл-даги рейтингингизни яхшилайти”.

Мустақил ёки ички ишга тушириш

Internal Launch

Сиз ўз шерикларингиз хизматидан фойдаланмасдан туриб почта хабарларингиз рўйхатини ишлатиш. Ушбу классик РТР ишга туширилиши китобнинг дастлабки саккизинчи бобида тасвирланган.

Яширин реклама хабари

Sideways Sales Letter™

Маҳсулотни ишга тушириш Формуласининг асосий таркибий қисми бўлиб, маҳсулотни ишга туширишдан олдинги кетма-кетликни ва бутун PLFни сотиш жараёнини кўрсатиб беради.

Биргаликда ишга тушириш

JV Launch

Ишга тушириш кетма-кетлигини таъминлайдиган шериклар ва шерикларнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи бўлган ишга тушириш.

Рўйхат

List

Сизнинг маркетингингизни юритувчи одамлар тўғрисидаги маълумотлар базангиз. Рўйхатлар тўғридан-тўғри почта, ижтимоий тармоқлар ёки электрон почта хабарномаларига асосланган бўлиши мумкин. Ушбу китобда элек-

трон почта алоқалари ҳақида сўз боради.

Рўйхатни ишга тушириш

Launchlist

Электрон почта манзиллари рўйхати, Ишга ттушириш олди кетма-кетлигида.

Буюртма саҳифаси

Order Page

Потенциал мижоз харид қилиши мумкин бўлган саҳифа. Бу ерда у алоқа ва тўлов маълумотларини қолдиради ва “Харид қилиш” тугмачасини босади. Одатда, сотиш саҳифасида буюртма саҳифасига олиб келадиган “Саватга қўшиш” ёки “Энди сотиб олиш” тугмачаси жойлашган бўлади.

Саҳифани сиқиш

Squeeze Page

Саҳифангизда сизнинг ахборот бюллетенига обуна шакли мавжуд бўлган саҳифа. Бу саҳифага ташриф буюрувчилар танлашлари керак – улар қўшимча маълумотларга эга бўлиш учун сизнинг ахборот бюллетенингизга обуна бўлиши ёки шунчаки, чиқиб кетиши мумкин. Контактларни ёзиб олиш саҳифаларини яратишни осонлаштирадиган хизматлар менинг веб-сайтимда келтирилган <http://thelaunchbook.com/resources> тақдим этилган

Телесеминар

Teleseminar

Конференция режимида уланиш, ташкилотчига бир вақтнинг ўзида турли одамлар билан суҳбатлашиш имконини беради. Барча иштирокчилар маълум рақамга қўнғироқ қилишади ва ПИН-кодни киритишади. Конференцияни ташкиллаштирган шахс иштирокчига сўз бериши мумкин. Телесеминарлар тренинг ва реклама намоишлари учун жуда яхши. Мен тавсия этадиган хизматлар <http://thelaunchbook.com/resources> сайтида келтириб ўтилган

Маҳсулотни ишга тушириш формуласи

PLF, ProductLaunch Formula®

Маҳсулотни ишга тушириш Формуласи

Хостинг
Web Host

Сайтингиз учун жой ажратадиган хизмат. Мен тавсия этадиган хостлар <http://thelaunchbook.com/resources> -да келтирилган

Рўйхатдаги хостинг
List Host

Сизнинг хабарларингизни абонентларингизга тарқатадиган хизмат. Мен тавсия этадиган хизматларим <http://thelaunchbook.com/resources> сайтида келтирилган

Ажойиб цикл
Circle of Awesome™

Экиш бошланишидан мустақил, сўнгра қўшма ишга тушириш тизимига ўтиш тизими, бунда ҳар бир ишга тушириш олдинги натижаларга асосланади.

Муаллиф ҳақида

Жефф Уокер онлайн тарзда савдо услубларни тубдан ўзгартириб юборди. Шу билан бирга, у дунёдаги етакчи тадбиркорлар ва маркетинг ўқитувчиларидан бирига айланди.

Аммо у ишга тушириш формуласи ҳақида дарс беришни бошлаган кунларда, дунёда онлайн тадбиркорлик ҳақида ҳеч ким тасаввурга эга эмас эди ва “кунига миллион доллар” ғояси бемаъни туюларди. Маҳсулотни ишга тушириш формуласи билан таниш бўлган дунёда бир миллион долларни (ва ҳатто бир неча миллионни) ишга тушириш энди ажаблантирмайдиган бўлиб қолди. Улар деярли одатий ҳолга айланган.

Аммо унинг усулларида нафақат мутахассислар фойдаланиши мумкин – у савдо-сотикдан 500 миллион доллардан кўпроқ пул топишга муваффақ бўлган минглаб талабаларни (турли жойдаги уйларда ишловчи) ўқитди (ва бу миқдор кун сайин ортиб бормоқда).

Жефф рафиқаси Мэри ва ити Женни билан Колорадо штатининг Дуранго шаҳрида яшайди, у ерда у турли спорт турларига бўлган иштиёқини амалга ошириб келмоқда. Уларнинг фарзандлари катта бўлиб, алоҳида яшайди, лекин оила, кўпинча, бирга вақт ўтказади (айниқса чанғи ва тоғ велосипеди машғулотларида).

Жефф JeffWalker.com блогини юритади ва Product-LaunchFormula.com. сайтида бепул маркетинг ва бошланғич машғулотларни таклиф қилади.



АБДУЛЛА ҚОДИРИЙ

ТЎЛА АСАРЛАР ТУПЛАМИ

«Ўйлаб юрган рўмонимни ёзиб битирсам, китоб бўлиб чиқса, қўрқаманки, «Ўткан кунлар», «Меҳробдан чаён»ни ҳеч ким ўқимай қўядими дейман».

Ушбу беш жилдлик тўплам нашри улуғ адиб Абдулла Қодирий – Жулқунбой таваллудининг 124 йиллигига ҳамда унинг қалбидаги яна бир гўзалликнинг қоғоздаги акси бўлгучи, лекин ёзилмай унинг бағрида кеткан ўша «Амир Умархон канизи» асарининг хотирасига бағишланади.

Китоб асарнинг 1926 йилги биринчи нашри асосида тайёрланди

ISBN 978-9943-4712-7-6



РОБЕРТ ЭНТОНИ

**ЙЙЛАШНИ БАС ҚИЛ!
ҲАРАКАТГА ТУШ!**

Сизга ҳаёт ва вақтнинг синовидан ўтган муваффақият формуласи тақдим этилмоқда. Бу сизга истакларингизни қандайдир ўй-фикрлару хомхаёллар билан эмас, аниқ ҳаракатлар билан амалга оширишга кўмак беради. Ўқиб кўринг, ўқиш билан бир вақтда – ундаги тавсияларни ҳаётга татбиқ эта боринг. Шунда, ҳаммаси қўз ўнгингизда ўзгаради. Ўзингиз истаганингиздек яшашни бошлайсиз!

ISBN 978-9943-5786-0-9



ПИТЕР ДРУКЕР, ЖОЗЕФ МАКЪЯРЕЛЛО

**ҲАР КУНИ ДРУКЕР БИЛАН
МОТИВАЦИЯ ВА ВАҚТНИ БОШҚАРИШДА 366
МАСЛАҲАТ**

Бу китоб менинг узоқ йиллик ҳамкасб дўстим, профессор Жозеф Макьярелло шарофати билан дунёга келди.

Менинг китобларимдан энг муҳим таъкидларни жамлаб китоб ҳолига келтириш – унинг ғояси. Бу китобга менинг асарларимдан, қўлёзма ва мақолаларимдан энг муҳим эслатмалар, иқтибос ва таъкидларни жамлаган. Натижада самарали менежментни бошқариш бўйича қўлланма вужудга келди.

ISBN 978-9943-5109-5-1

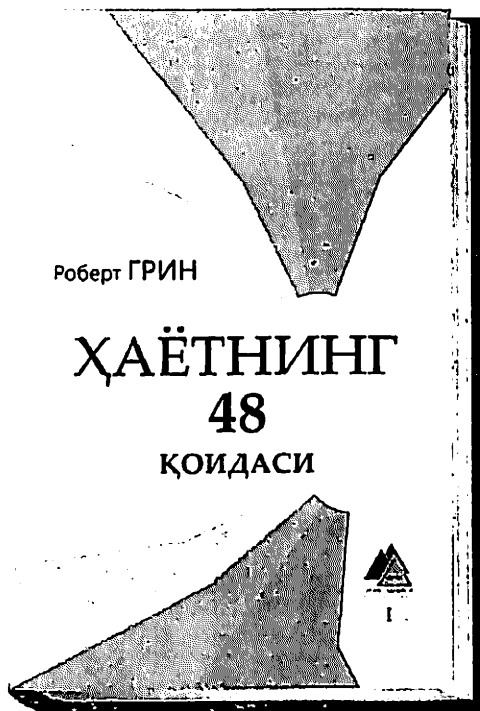


ЖОН К. МАКСВЕЛЛ

ЛИДЕРЛИКНИНГ 21 МУҚАРРАР ҚОНУНИ

Узоқ йиллар амалий машғулот ва китоблар воситасида менга лидерликни ўргатган минглаб одамларга ва Сизга – ўзида лидерлик хислатларини ривожлантиришни истаган одамга бағишланади, зеро ҳаётдаги ҳар қандай парвоз ёки куйига эниш лидерлик туфайли содир бўлади.

ISBN 978-9943-5443-8-3

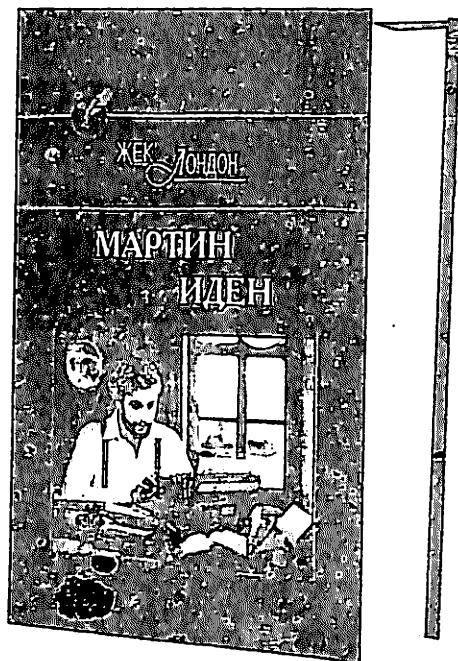


Роберт Грин

ХАЁТНИНГ 48 ҚОИДАСИ

Ушбу китоб – ҳаётнинг қуйи поғонасидан то ҳокимиятнинг юқори чўққисигача босиб ўтиладиган йўл ҳақиқатлари ҳақидаги энг мунозарали, энг қимматли, энг ҳаққоний китоб. Инсониятнинг йиллар, асрлар давомида ҳаёт ва ҳокимиятда муваффақиятга эришиш борасидаги тўплаган тажрибаларини сиз биргина китоб мутолааси орқали эгаллайсиз. Бу сизга ҳаётингизнинг барча жабҳасида – ишда, ижодда, карьерада, турмушингизда асқотади, деган умиддамиз.

ISBN 978-9943-5445-0-5



ЖЕК ЛОНДОН

МАРТИН ИДЕН

Романнинг бош қаҳрамони Мартин Иден – наст табақали оиладан чиққан йигит. У тасодифан бадавлат оиладан бўлган бир қиз билан учрашди ва бир кўришда унга ошиқ бўлади. У ўзини қиз учун этарлича маълумотли ва ақлли эмаслигини тушунади ва шунинг учун ўз-ўзини ўқитиш билан шуғулланишга қарор қилади. Мартин ҳар нарсада Рутнинг қалбига эришиш учун мақсадга интилади. Йигит яхши ёзувчи ва шоир бўла олишига ишонади. Рут унинг таълим олишга интилишини қўллабқувватлайди. Бироқ, Мартин кўплаб тўсиқларга дуч келади, энг муҳими, унинг ҳаётини қадриятларини қайта кўриб чиқиш ...

ISBN 978-9943-5443-9-0



ТЕОДОР ДРАЙЗЕР

ТУЗОҚ

Ҳаёт инсоннинг у ҳақдаги ўйларидан кўра кенгроқ ва кўп қиррали. Кўпинча шундай бўлади – ҳаммаси очиқойдин, равон... Лекин тасодифан ҳайратга тушасиз, ҳайрат ичра кечинмаларига кўра ўз ҳаёт йўлини белгиловчи инсоннинг нечоғлик куч-қудратини ҳам, тубанлик бобидаги даражасини ҳам илғайсиз. Не ажабки инсон беихтиёр ўзига ва атрофдагиларга нисбатан ўзгача синчковлик билан муносабат эҳтиёж сезади. Шундай эҳтиёж, қадрли кинобдон, сизда ҳам борлиги шубҳасиз. Теодор Драйзер ҳикоялари сизга тақдим этилмоқда – ҳаётни мутолаа қилинг.

ISBN 978-9943-5446-2-8

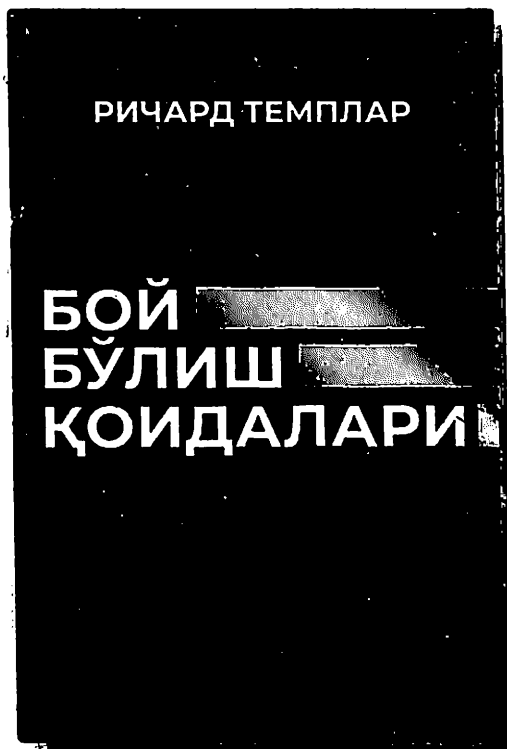


Жон Бальдони

ЛИДЕРНИНГ ОЛТИН КИТОБИ

Глобал миқёсдаги ишонсизликнинг ошиб бориши қуйидагиларни тақозо этади: раҳбарда ўтқир танқидий ақл, вазиятни тезкорлик билан таҳлил қилиш қобилияти, бошқаларга маълум бўлмаган кўмак кучларини илғаб қўллаш ва бошқа вазият талабига кўра тезкор қарорлар қабул қилиш иқтидори бўлиши керак.

ISBN 978-9943-5108-5-2



РИЧАРД ТЕМПЛАР

БОЙ БЎЛИШ ҚОИДАЛАРИ

Барчамиз бой ва муваффақиятли бўлишни истаймиз, аммо, одатда, бойликга қандай йўл билан эришиш мумкин эканини тасаввур ҳам қилмай, бу ҳақда фақат назарий жиҳатдан фикр юритамиз. Биримиз дангасалик қиламиз, яна биримиз қонуний йўл билан бойликка эришиб бўлмайди, деб баҳона қиламиз, шундайлар ҳам борки, улар тақдирга тан бериб, қамбағаллигича қолиб кетаверади.

ISBN 978-9943-5108-5-2



ФАХРИДДИН СОДИҚ

МУВАФФАҚИЯТ ФОРМУЛАСИ

Кўлингиздаги китобга кейинги пайтларда дунё миқёсида бестселлер бўлган “Бадавлат ота, камбағал ота” китоби асосида – дунёқарашдаги умумий ва фарқланувчи жиҳатларга таққослаб берилган. Бир неча китоб жанланмаси бўлган бестселлерда билдирилган ҳаётий мисоллар, бола ва унинг пулга муносабати бўйича сараланган фикрларга кенг ўрин берилганки, яхши ёки аксинча жиҳатлар, албатта, таққосда яққол кўринади. Аслида таққос учун тақдиму имконнинг ўзи мавридига кўра баҳсли, лекин ҳаёт шундай – асл нарса таққосда билинади.

ISBN 978-9943-5446-1-1

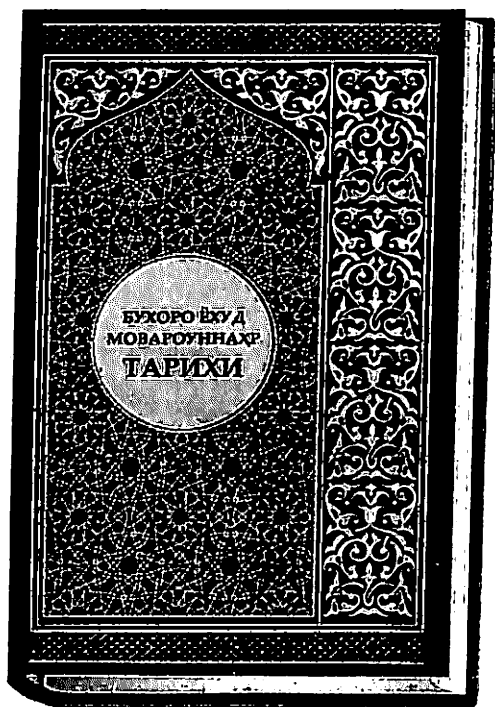


БАХТИЁР ҲАЙДАРОВ

СОҲИБҚИРОН ФИДОЙИЛАРИ

Амир Темур хос йигитларининг тенгсиз жасоратлари ҳақида ўз "Тузуқлар"ида кўп бор тўхталиб, улар ҳақида меҳрли сўзлар айтган. Хусусан, лашкарнинг ўзагини ташкил этган уч юз ўн уч хос аскарини алоҳида таъкидлаб айтади: "...уч юз ўн уч асл зотли, шижоатли ва ақл-фаросатли эр йигитларни атрофимга бирлаштирдим. Бирлик иттифоқда шундай эдики, барилари гўё бире тандек эдилар. Барчаларининг мақсадлари, раъйлари, сўзлари ва ишлари битта эди. Бир ишни қилайлик деб қарор қилсалар, тугатмагунларича ундан қўл узмас эдилар".

ISBN 978-9943-4712-4-5



ВАМБЕРИ-АРМИНИЙ

БУХОРО ҲУД МОВАРОУННАҲР ТАРИХИ

Венгриялик шарқшунос ва сайёҳ А.Вамберининг “Бухоро ва Мовароуннаҳр тарихи” асари Бухоро хонлигининг энг қадим даврларидан то XIX асрнинг иккинчи ярми, яъни Ҷрта Осиёнинг чор Россияси томонидан босиб олиниш даврини ўз ичига олади. Асар бир қатор муаррихлар: Наршахий, Жувайний, Али Яздий, Ибн Арабшоҳ, Мирхонд, Ибн Рўзбехон, Шариф Саййид Роқим ва бошқалар қаламига мансуб тарихий манбалар ва бир қатор ғарб шарқшунослари қаламига мансуб асарларга суяниб ёзилгани билан эътиборга молик.

ISBN 978-9943-5444-9-9

МУНДАРИЖА

1-боб. Етти кунда – хўжалик-хонадон соҳибидан	17
Олти рақамли даромадгача	17
Кани, ишдан кетинг.....	19
Мен қандай қилиб бошқаларга бой бўлишга ёрдам бериш орқали бойиб кетдим	21
Қоидалар ўзгарди	23
Кунига миллион доллар	24
Маркетингни ўзгартирган кун.....	27
Ўзингдан сўрасак?.....	31
2-боб. Озиқ-овқат талонидан олти рақамли даромадгача:	
маҳсулотни ишга тушириш формуласини тушунтириш	34
Ушалмаган умидлар мамлакати	36
Ғалабани мағлубият чангалидан тортиб олиш	37
Катта рақамлар ҳақида қисқача	39
Маркетингнинг “махфий” дунёси.....	40
Мингта бизнесни ишга туширган формула	43
Маркетингнинг воқеага айланиши	45
Мулоқот – сизнинг бозорингиз.....	47
Изчиллик, тафсилот ва триггерлар.....	49
Тафсилотлар. Одамлар қандай мулоқот қилади.....	51
Мозаиканинг сўнгги парчаси: менталь триггерлар	53
Хулоса	54
3-боб. Пул босиш учун лицензия: тарқатмалар рўйхати	55
Олтин стратегия.....	58
Аммо спам ҳақида нима дейиш мумкин?	60
Ижтимоий тармоқлар ҳақида нима дейиш мумкин?	63
Қандай мижозлар бўлади.....	65
Рўйхатни қандай яратиш керак.....	67
Қандай қилиб одамларни тарқатмага обуна бўлишга мажбурлаш мумкин	69
Рўйхатни олиш учун иш бошлашнинг ўзи кифоя	77
4-боб. Яширин реклама дараги: қай тариқа хиралик қилмас- дан муваффақиятли сотувларни амалга ошириш мумкин	78
Янги даромад олиш учун эски восита	80
Яширин реклама дараги, бу нима	82
Кундалик ишдан даромадни оширишгача	83

5-боб. Оммавий таъсир қуроллари: менталь триггерлар.....	93
Катта куч – катта масъулият	95
Оралиқ ва давомийлик: менталь триггерларнинг кейинги даражаси.....	106
6-боб. Огоҳлантирув зарбаси: ишга туширишдан олдин.....	109
Ишга туширишдан олдин ўнта савол	111
Менинг энг сеvimли ишга тушириш олди тараддуд стратегиям ...	115
“Кичик эълон ва талаб”	116
Ҳаммом халати чўнтагидаги 110 минг доллар.....	123
7-боб. Уларга ўзлари истаган нарсаларини сотинг:	
ишга туширишдан олдинги афсун.....	125
Пичоққа қарши тўппонча билан	128
Маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг, маҳсулотимни сотиб олинг!	130
Бошланиш олдида изчиллик	131
PLC № 1: Имконият (ёки саёҳат).....	135
PLC № 2: Трансформация	138
PLC № 3: Маҳф этиш тажрибаси.....	140
Вазият таҳлилига оид эҳтиёткорлик	143
Ишга туширишдан олдинги вақт чекловлари	144
Буларнинг барчаси ишлашининг сабаби	145
8-боб. Менга пулни кўрсатинг: ишга тушириш вақти!.....	147
Фазогир нуқтаи назаридан	150
Улар шу ерда-а-а... ва харид қилмоқчи.....	152
Ишга тушириш куни ҳақида батафсил.....	153
Буюртмалар оқимини кузатиш.....	156
Сизнинг очиқ саватингиз.....	156
Улкан якун	157
Очилиш ва Ёпилишдан ташқарида	159
Нимадир нотўғри бўлаётганида	161
Агар ҳеч ким сотиб олмаса?	163
Ҳаммаси яхши бўлсин – ишга туширишдан кейинги ҳаракатлар... 164	
9-боб. Нолдан бошлаш: Экин-тикин ишга туширишнинг бошланиши.....	166
Маҳсулотсиз пул олиш.....	167
Сиз бошлашга киришганингизда	169
Жума куни содир бўлган фалокат.....	170
Бир неча муаммо... ҳал қилинди!.....	172
Экин-тикин ишларингиз бошланиши	175
Бошланғич ишга туширишдан – империягача.....	183

10-боб. Қандай қилиб мен бир соат ичида миллион доллар ишлаб топдим: қўшма ишга тушириш	184
Менинг биринчи қўшма ишга тушуришим	188
Қўшма ишга тушириш нима учун ишлайди	192
Ҳамкорлар рўйхати билан тажриба ўтказманг	194
Ишга тушириш бўйича ҳамкорлар қидириш	196
53 дақиқада миллион доллар	199
11-боб Ҳаводан бизнес: бизнесни бошлаш формуласи	202
Бош шифокор оғохлантиради: Ишга тушириш олди жараёнингизни ким кузатаётганини билмайсиз	204
Синалган формула... кенгайтирилди	206
Бизнесни ишга тушириш формуласи	207
Озиқ-овқат талонларидан олти рақамли даромадгача (ва ундан юқори)	208
Итларнинг ҳаёти янада бахтлироқ бўлди	210
Коллеж битирувчисидан медиамагнат даражасига қадар	211
Ишга тушириш: энди нафақат маҳсулотлар учун	212
Бизнесни бошлаш формуласининг олти калити.	213
Минглаб бизнесни ишга туширган формула	218
12-боб. Сизга ёқиб қолувчи бизнес	219
Сизнинг катта “нима учун” ингиз	220
Ўзингиз ёқтирган мижозларни жалб қилиш	221
Атрофингизга назар ташланг	223
Фикрлаш маҳорати принципи	224
Бизнесда энг муҳим нарса	227
Ўзингизни бошқалардан устун деб ҳисобламанг	229
Айрилганни бўри ер	229
Ахборот бизнесига қўшилиш	230
Инсон омили	231
Ўз қоидалари бўйича ўйнаш	232
13-боб. Муваффақиятли ҳаёт рецепти	233
Дурангога кўчиб ўтиш	234
Образдан бошланг	236
Тадбиркорлик хавфсизлиги	238
Ўз-ўзини такомиллаштириш	239
Ҳимолайдаги ҳаёт	241
Ўзингизнинг даҳолик худудингизда қолинг	243
Сизнинг ноёб ресурсингиз	244
Кўнглингизга яқин мижозлар	245
Ёлғиз етиш мумкин эмас	246
Сехрли сўз	247

Фаровонлик чашмасидан ташналикни қондириш	248
Яхши яшалган умр.....	251
Қандай қилиб дунё бўйлаб рақсга тушса бўлади.....	251
14-боб. Ишга тушириш вақти	252
Ишга туширишнинг ўлими	253
Тактикалар ўзгаради, стратегия абадий.	254
Компьютерни пул босиб чиқариш дастгоҳига айлантинг	254
Юрилмаган йўл	256
Сизнинг биринчи иш юритишингиз	258
Сиз яқиндагина бошлаган ғайритабиий катта саёҳат	259
Миннатдорлик	260
Нотаниш сўзлар луғати	263
Муаллиф ҳақида.....	269

Махсус психологик-оммабоп нашр

ЖЕФФ УОКЕР

БИЗНЕС-СТАРТ

Таржимон
Фахриддин Содик


Муҳаррир
Умида Ғаффорова

Техник муҳаррир
Муҳиддин Холдаров

Бадий муҳаррир
Муҳиддин Холдаров

Лицензия рақами: АІ №207, 28.08.2011 йилда берилган.
Босишга 2022 йил 10 январда рухсат этилди.
Бичими 60x84 ^{1/16}. Босма тобоғи 18,0.
«PT Serif» гарнитураси. Офсет усулида босилди.
Адади 2000 нусха.

«Info Capital Group» нашриёти, 100128,
Тошкент шаҳри, Лабзак кўчаси, 29,55.

Тел.: (+998 71) 241-32-21, **Моб:** (+998 99) 899-89-11.
Электрон почта қутиси: publishing@infocapital.uz
Телеграм каналимиз:  [Info_Capital_Group](https://t.me/Info_Capital_Group)

«Behruz Prints» МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Тошкент шаҳри, Яшнабод тумани, Фидойилар МФЙ,
22-ҳарбий шаҳобча.