

پیروزی آگاهانه

منتظر چه باشیم؟

- ۱- آشنایی با نویسنده
- ۲- کارهایی که باید انجام شوند
- ۳- روش‌های کشف کارها
- ۴- به‌کارگیری آن در سازمان

کریستینسن کیست؟



استاد دانشکده کسب و کار هاروارد



برترین اندیشمند مدیریت
سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۳



مبدع نظریه‌های نوآوری تحول آفرین
و کارهایی که باید انجام شوند



دوراهی میلک شیک



علت تصمیم



آیا کلان داده راه به جایی می برد؟



مشتریان محصولات یا خدمات را نمی خرند؛ بلکه آن ها را
برای **پیشرفت** در یک **موقعیت** خاص وارد زندگی می کنند.



اثرات این نظریه



محدودیت‌های نظریه

● نبود تکاپوی واقعی - وجود راه‌حل‌های به قدر کافی خوب

● متکی به تحلیل‌های منطقی صرف

کجا پدایشان کنیم؟

۵

غیرمعمول

- تمیزی قابلمه
- مثال‌های کاربرد عجیب

۴

نمی‌خواهند
انجام دهند

- حیوانات خانگی و دامپزشکی
- گل و گیاه

۳

جبران -
جایگزینی

- داریان

۲

رقابت با هیچ

- گربه‌ها و ناخن
- گردشگری
- آموزش کودکان

۱

در اطراف خود

- سایت‌های محتوایی

روندها و بعد عاطفی



جمعیت ایران به سمت کهنسالی پیش می رود.
مراقبت و درمان کاملاً مبنای عاطفی دارد.



نگید پول نیست، بگید پول نزدیک جایی که ما می گردیم، نیست.



کشف ناگفته‌های مشتری

نیروهایی که تغییر یا انتخاب راه حل جدید را تحمیل می کنند

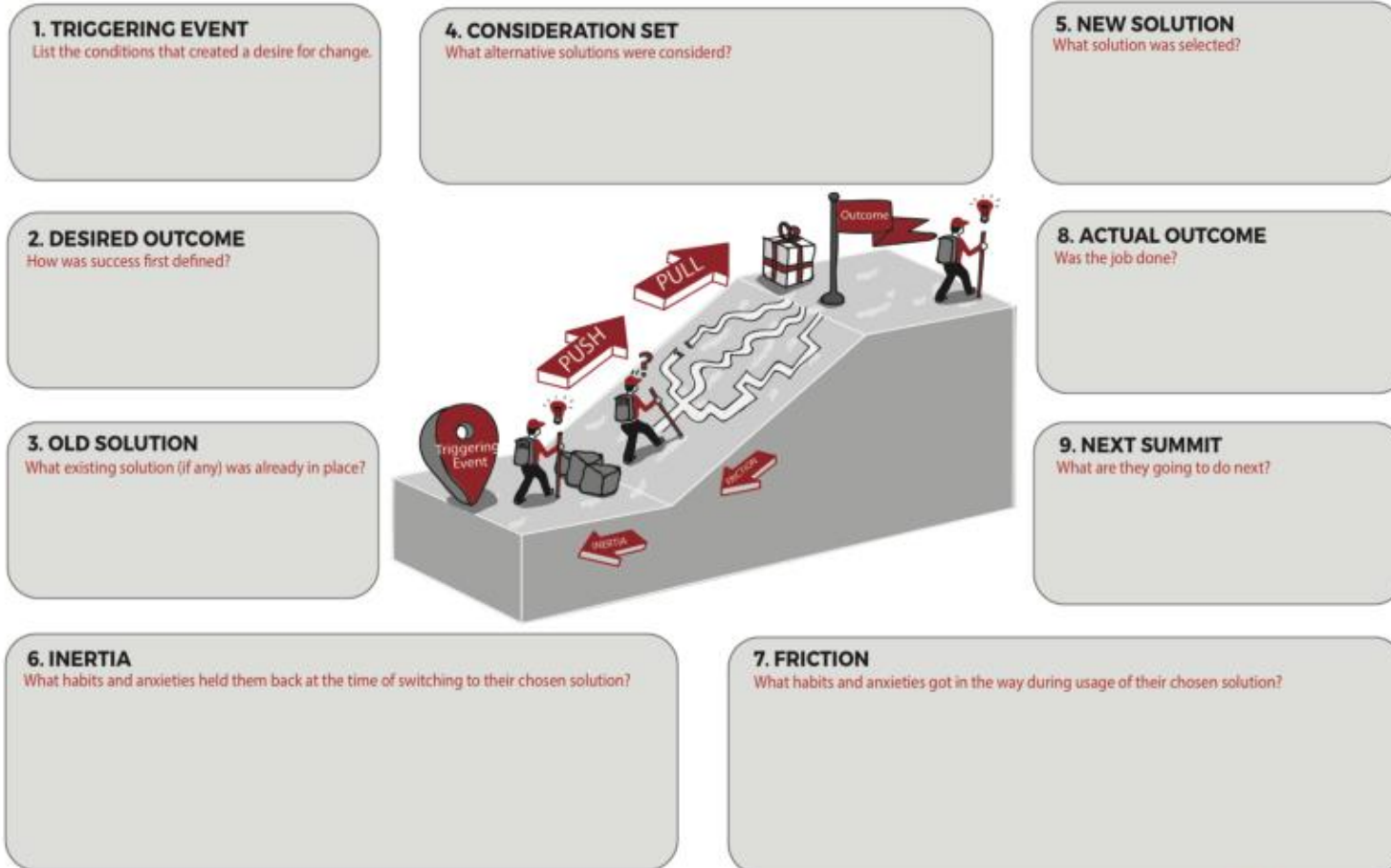
- بیمه موبایل
- هر روش نگهداری بهتر

نیروهای مخالف تغییر

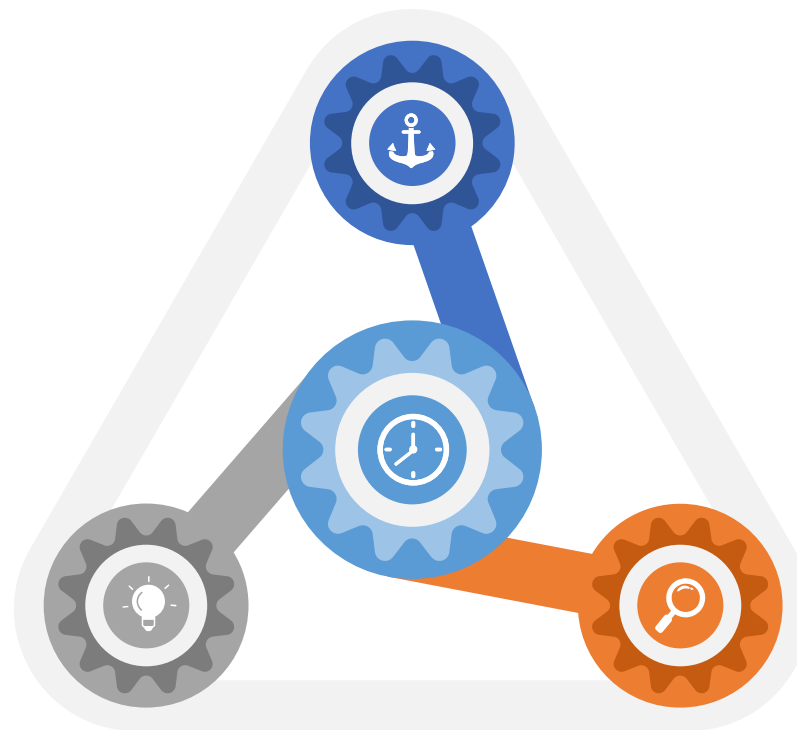
- ترس و اضطراب
- عادت و قابل پیش بینی بودن

بینش مشتری - نقشه نیروی مشتری

CUSTOMER FORCES CANVAS



کشف ناگفته‌های مشتری



- ردبول، ادویل یا تشک
- باید قبل از خرید را بدانید

آیا B2B می‌فروشید؟





مزیت رقابتی بلندمدت



فرایندهای داخلی



کمپین‌های تبلیغاتی



محصول یا خدمت



گام بعدی: برندینگ و بعد عاطفی

تبدیل به برند هدف

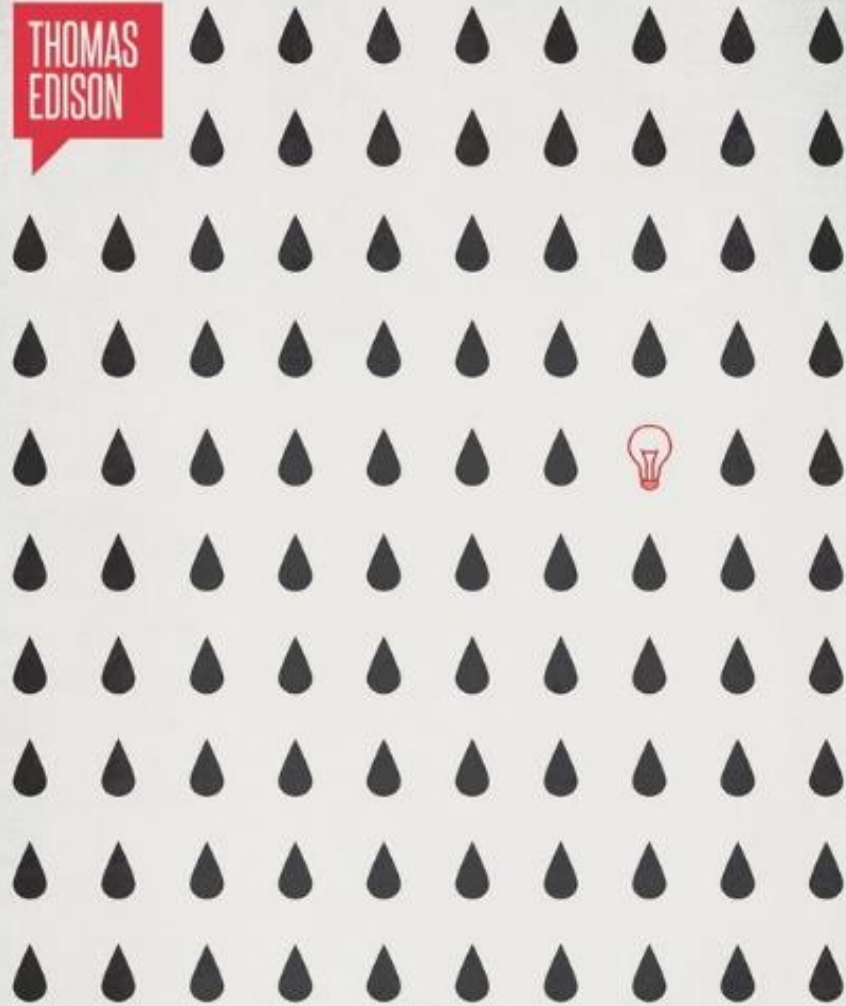
انتشارات بیدگل
در مسیر خوانش مشتری



دوره آنلاین بازاریابی دیجیتال
حذف موانع



THOMAS
EDISON



*Genius is one percent inspiration
and ninety-nine percent perspiration.*

