

کتابچه

چطور سیستم را میلیاردی کنیم؟

بازار گرسنه

HUNGRY MARKET

LINKOJOB - AMIN LOTFI

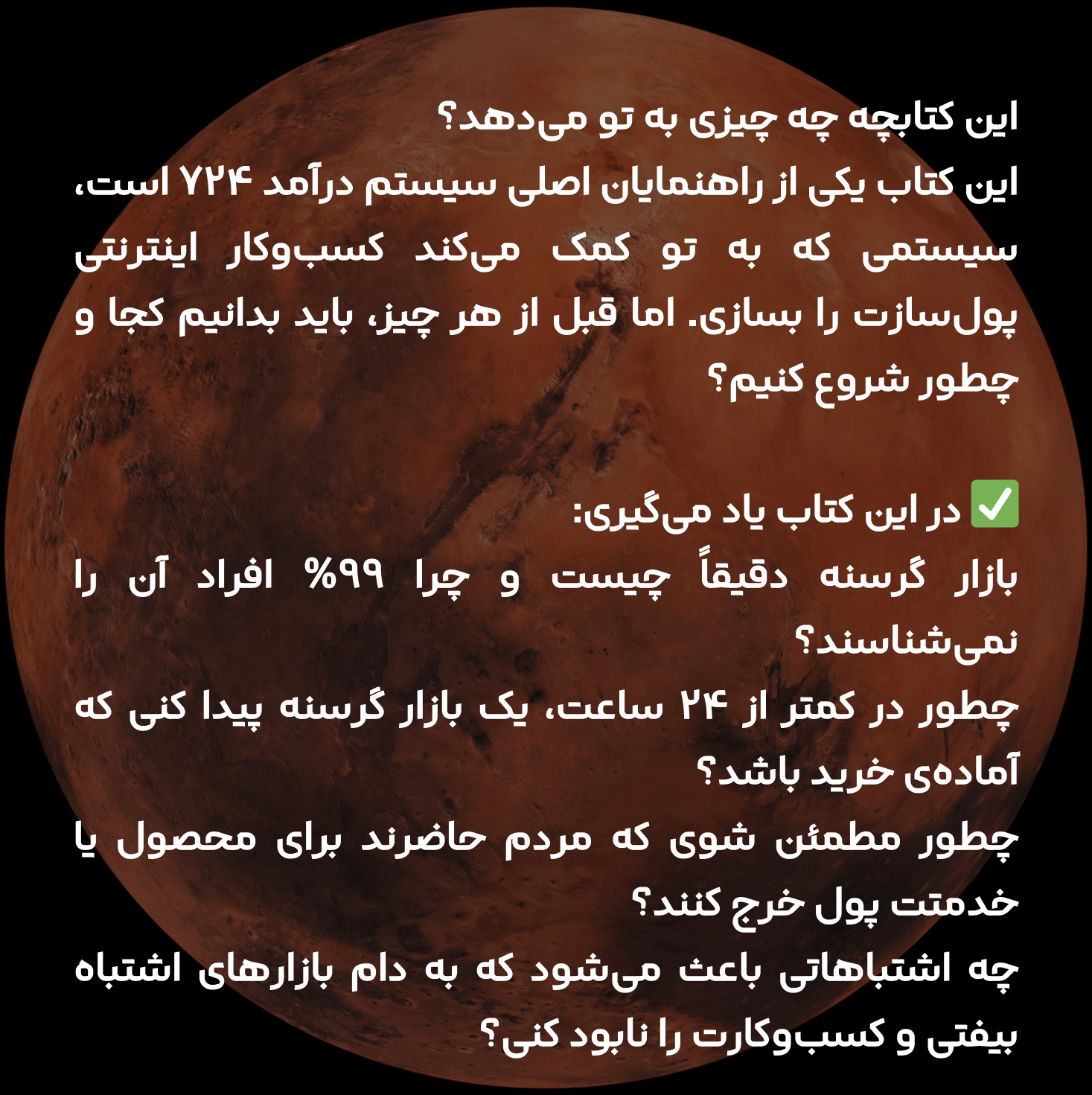
تصور کن دو نفر کنار ساحل ایستاده‌اند. یکی در حال حفر زمین است و دیگری یک قایق آماده دارد. اولی ساعت‌ها تلاش می‌کند تا آب پیدا کند، اما دومی فقط کافی است پارو بزند تا در دریایی از فرصت‌ها حرکت کند. کدام یک هوشمندتر است؟

بیشتر افرادی که وارد دنیای کسب‌وکار می‌شوند، مثل آن شخصی هستند که در زمین خشک دنبال آب می‌گردد. روزها و ماه‌ها تلاش می‌کنند، اما مشتری نیست، یا اگر هم باشد، هزار بهانه برای نپرداختن پول دارد. اما گروهی دیگر، آن‌هایی که قوانین بازی را بلدند، درست همان جایی قایقشان را به آب می‌اندازند که امواج پول و فرصت در حرکت است.

اسم این بازی انتخاب بازار گرسنه است.

چرا این کتاب را نوشتم؟
من، امین لطفی از لینکوجاب، سال‌هاست که در دنیای کسب‌وکارهای اینترنتی و سیستم‌های درآمدزایی فعالیت می‌کنم. در این مسیر، صدها مدل کسب‌وکار را بررسی کرده‌ام و به یک حقیقت ساده اما حیاتی رسیده‌ام:
بازار گرسنه، تعیین‌کننده‌ی درآمد شماست، نه مهارت، نه تبلیغات، نه حتی کیفیت محصول!

🚀 واقعیت تلخ: اگر وارد یک بازار اشباع یا غیرضروری شوید، هرچقدر هم زحمت بکشید، شکست می‌خورید.
💰 واقعیت شیرین: اگر وارد بازار گرسنه شوید، مشتری خودش به سمت شما می‌آید و حتی برای خرید عجله دارد!



این کتابچه چه چیزی به تو می‌دهد؟
این کتاب یکی از راهنمایان اصلی سیستم درآمد ۷۲۴ است، سیستمی که به تو کمک می‌کند کسب‌وکار اینترنتی پول‌سازت را بسازی. اما قبل از هر چیز، باید بدانیم کجا و چطور شروع کنیم؟

✅ در این کتاب یاد می‌گیری:
بازار گرسنه دقیقاً چیست و چرا ۹۹% افراد آن را نمی‌شناسند؟
چطور در کمتر از ۲۴ ساعت، یک بازار گرسنه پیدا کنی که آماده‌ی خرید باشد؟
چطور مطمئن شوی که مردم حاضرند برای محصول یا خدمتت پول خرج کنند؟
چه اشتباهاتی باعث می‌شود که به دام بازارهای اشتباه بیفتی و کسب‌وکارت را نابود کنی؟

بازار گرسنه چیست؟

تصور کن یک دکه‌ی آبمیوه‌فروشی راه انداخته‌ای. حالا دو سناریو پیش روی توست:

دکه را وسط یک خیابان شلوغ اما پر از مغازه‌های آبمیوه‌فروشی باز می‌کنی. رقبا قوی هستند، قیمت‌ها شکسته شده و مشتریان حق انتخاب زیادی دارند.

همان دکه را وسط یک منطقه‌ی گرم و بیابانی می‌گذاری، جایی که عده‌ای تشنه و خسته برای خرید آبمیوه صف کشیده‌اند.

کدام سناریو پول بیشتری نصیب تو می‌کند؟ بدیهی است که سناریوی دوم. این همان مفهوم بازار گرسنه است.

بازار گرسنه یعنی جایی که تقاضا بیشتر از عرضه است، نیاز شدید است، و مردم حاضرند بدون چانه‌زنی هزینه کنند.

بیشتر افراد در کسب‌وکارهای خود شکست می‌خورند چون در یک بازار اشباع یا غیرضروری فعالیت می‌کنند. بازارهایی که یا رقابت در آن‌ها کشنده است یا کسی حاضر نیست بابت محصول یا خدمت پول بدهد.

اما آن‌هایی که وارد بازار گرسنه می‌شوند، بدون تبلیغات سنگین و بدون تخفیف‌های زیاد، به سادگی درآمدهای بالا کسب می‌کنند.

چرا بازار گرسنه مهم‌تر از هر چیزی است؟

وقتی در یک بازار گرسنه فعالیت کنی:

بدون نیاز به تبلیغات زیاد، مشتری به سمتت می‌آید.

قیمت‌گذاری دست خودت است، چون مردم برای حل مشکلشان حاضرند هزینه کنند.

رقبای کمتری داری، چون بیشتر افراد بازارهای اشباع را انتخاب می‌کنند.

اما اگر بازار اشتباه را انتخاب کنی، هرچقدر هم که محصول عالی داشته باشی، تبلیغات حرفه‌ای انجام دهی یا حتی قیمتت را کاهش دهی، باز هم فروش زیادی نخواهی داشت.

چگونه یک بازار گرسنه را تشخیص دهیم؟

برای پیدا کردن یک بازار گرسنه، باید این سه معیار را بررسی کنیم:

نیاز شدید و ضروری:

آیا مردم در این بازار واقعاً به محصول یا خدمت تو نیاز دارند، یا فقط یک خواسته‌ی لوکس است؟ بازارهای گرسنه همیشه نیازهای فوری و مهم دارند. مثال:

افرادی که مشکل چاقی دارند و به دنبال کاهش وزن سریع هستند.



والدینی که به دنبال راه‌حل فوری برای موفقیت تحصیلی فرزندانشان هستند.

آمادگی برای پرداخت پول:
حتی اگر نیاز شدیدی وجود داشته باشد، آیا مردم حاضرند برای حل مشکلشان هزینه کنند؟ بررسی کن که:
آیا قبلاً در این حوزه محصولاتی به فروش رفته است؟
آیا مردم برای حل این مشکل هزینه‌های زیادی می‌کنند؟
کمبود رقابت بیش از حد:
اگر بازار پر از رقبا باشد و قیمت‌ها به شدت رقابتی شده باشد، کار سختی خواهی داشت. بازار گرسنه جایی است که هنوز ظرفیت‌های زیادی برای ورود وجود دارد.
در ادامه راه‌های عملی پیدا کردن بازارهای گرسنه را بررسی خواهیم کرد.

حالا که فهمیدی بازار گرسنه چیست و چرا اهمیت دارد، وقت آن است که وارد فاز عملی شویم. چطور باید یک بازار گرسنه را پیدا کنیم که هم نیاز شدید دارد، هم مردم حاضرند پول خرج کنند و هم رقابت در آن کشنده نیست؟

در این بخش، 3 روش اثبات‌شده برای پیدا کردن بازارهای گرسنه را بررسی می‌کنیم.

1. بررسی جستجوهای داغ در اینترنت

یکی از بهترین راه‌ها برای پیدا کردن بازار گرسنه، بررسی عبارت‌هایی است که مردم در اینترنت جستجو می‌کنند. اگر تعداد زیادی از مردم یک مشکل را جستجو می‌کنند، یعنی نیاز واقعی وجود دارد.

چطور این کار را انجام دهیم؟

گوگل ترندز (Google Trends):

این ابزار به تو نشان می‌دهد که چه موضوعاتی در حال رشد هستند. اگر یک کلمه کلیدی در حال افزایش باشد، یعنی بازار آن در حال داغ شدن است.

تحلیل پیشنهادهای خودکار گوگل:

کافی است بخشی از یک عبارت را در گوگل تایپ کنی و پیشنهادهای خودکار را ببینی. این پیشنهادها بر اساس بیشترین جستجوهای کاربران ساخته شده‌اند.

مثال واقعی:

اگر ببینی که در فروم‌ها و یوتیوب، افراد زیادی درباره "چگونه در کمترین زمان 10 کیلو وزن کم کنیم" صحبت می‌کنند و این موضوع در گوگل هم جستجوی بالایی دارد، یعنی یک بازار گرسنه وجود دارد.

تحقیق درباره رفتار خرید مردم
حتی اگر چیزی در اینترنت زیاد جستجو شود، مهم این است که آیا مردم حاضرند برای آن پول خرج کنند؟

چطور این را بفهمیم؟

بررسی محصولات پرفروش در مارکت‌ها:
سایت‌هایی مثل دیجی‌کالا، آمازون و حتی دوره‌های پرفروش در یودمی را چک کن. ببین مردم بیشتر روی چه موضوعاتی هزینه می‌کنند.

بررسی تبلیغات پولی:
اگر کسب‌وکارها روی یک حوزه خاص تبلیغات زیادی انجام می‌دهند، یعنی مشتریان برای آن پول خرج می‌کنند. بررسی کن که چه محصولاتی تبلیغات گسترده دارند.

مثال واقعی:
اگر ببینی که دوره‌های مربوط به "ترید ارز دیجیتال" در یودمی پرفروش هستند، یعنی مردم برای یادگیری این مهارت هزینه می‌کنند. پس یک بازار گرسنه در این زمینه وجود دارد.

مشاهده مشکلات واقعی در زندگی روزمره
گاهی بهترین ایده‌ها از مشکلات روزمره‌ای که خودت یا اطرافیانت با آن درگیرند به دست می‌آید.

به دردسرهایی که خودت یا خانواده‌ات تجربه کرده‌اید، دقت کن.

ببین مردم از چه چیزهایی گلایه می‌کنند و چه چیزی را ناکارآمد می‌دانند.

مثال واقعی:
فرض کن متوجه می‌شوی که خیلی از افراد از عدم تمرکز در مطالعه شکایت دارند. اگر این مشکل جدی باشد و مردم حاضر باشند برای آن هزینه کنند، می‌توانی محصولی برای رفع این مشکل طراحی کنی.

بررسی محصولات ناموفق و رفع نقاط ضعف آن‌ها
گاهی برخی محصولات فروش کمی دارند، نه به خاطر اینکه بازار آن‌ها بد است، بلکه به خاطر اینکه نقصی در محصول یا نحوه ارائه آن وجود دارد. اگر بتوانی این مشکل را حل کنی، یک بازار گرسنه اما کم‌رقابت پیدا خواهی کرد.

چطور این کار را انجام دهیم؟

مطالعه نظرات منفی کاربران در سایت‌ها
به نظرات منفی در دیجی‌کالا، آمازون یا دوره‌های آموزشی نگاه کن. ببین مشتریان از چه چیزهایی ناراضی‌اند و چه چیزی را دوست داشتند بهتر باشد.

مثال واقعی:
فرض کن مردم در نظرات یک دوره آنلاین آموزش طراحی سایت می‌نویسند:
"آموزش خوبه ولی عملی نیست، فقط تئوری توضیح داده شده!"

این یعنی یک فرصت عالی برای ساخت یک دوره کاملاً عملی در همین زمینه که بازار گرسنه‌ای دارد اما رقبا نتوانسته‌اند آن را به خوبی پوشش دهند.

چگونه یک بازار گرسنه پیدا کنیم؟
بررسی جستجوهای اینترنتی : ببین مردم درباره چه چیزی زیاد سوال می‌پرسند.

تحلیل رفتار خرید : ببین مردم حاضرند روی چه چیزهایی پول خرج کنند.

توجه به مشکلات واقعی اطرافیان : ببین در زندگی واقعی چه مشکلاتی وجود دارد.

بررسی نقاط ضعف محصولات موجود : محصولاتی که مشتریان از آن‌ها ناراضی‌اند را بهبود بده.

در ادامه ، یاد می‌گیری چطور وقتی یک بازار گرسنه پیدا کردی، یک محصول یا خدمت ایده‌آل برای آن طراحی کنی تا حداکثر سود را ببری.



چگونه یک پیشنهاد بی‌رقیب برای بازار گرسنه بسازیم؟
حالا که بازار گرسنه‌ات را پیدا کردی، باید چیزی ارائه دهی که این بازار نتواند به آن "نه" بگوید. اینجا دقیقاً جایی است که بیشتر افراد شکست می‌خورند. آن‌ها یا چیزی می‌سازند که کسی آن را نمی‌خواهد، یا چیزی ارائه می‌دهند که تفاوتی با رقبا ندارد.

در این بخش، یاد می‌گیری که چگونه یک پیشنهاد بی‌رقیب و وسوسه‌انگیز خلق کنی که بازار گرسنه را دیوانه کند!

پیشنهاد بی‌رقیب چیست؟
یک پیشنهاد بی‌رقیب یعنی چیزی که:

دقیقاً مشکلی را حل کند که بازار گرسنه درگیر آن است.
به شکلی ارائه شود که کاملاً با پیشنهادهای رقبا تفاوت داشته باشد.
به حدی جذاب باشد که مشتری نتواند آن را رد کند.

برای این کار، از فرمول چهارمرحله‌ای ساخت پیشنهاد بی‌رقیب استفاده می‌کنیم:

مشکل اصلی را با دقت مشخص کن.

راه‌حل خود را از سایر رقبا متمایز کن.

یک گارانتی قوی بساز که ترس مشتری را از بین ببرد.

ارزش پیشنهاد را بیشتر از قیمت آن نشان بده.

حالا برویم سراغ اجرای هر مرحله.

مشکل اصلی را مشخص کن (بیشتر از خود مشتریان بدان!)
شاید فکر کنی که مشتری‌ها می‌دانند مشکلشان چیست، اما این همیشه درست نیست! گاهی آن‌ها مشکل را حس می‌کنند، اما نمی‌توانند دقیقاً آن را بیان کنند. وظیفه تو این است که این مشکل را واضح‌تر از خودشان بشناسی.

چگونه این کار را انجام دهیم؟
جستجو در کامنت‌ها و فروم‌ها: مردم درباره چه چیزی بیشتر گلایه دارند؟
تحلیل نظرات منفی مشتریان رقبا: ببین چه چیزی را دوست نداشته‌اند.
صحبت با مشتریان بالقوه: مستقیم از آن‌ها بپرس که با چه مشکلی دست‌وپنجه نرم می‌کنند.
مثال واقعی:
اگر در بازار کاهش وزن کار می‌کنی، شاید فکر کنی که مشکل مردم "چاقی" است. اما اگر دقیق‌تر بررسی کنی، متوجه می‌شوی که مشکل اصلی "نداشتن انگیزه، شکست‌های قبلی و سختی رژیم گرفتن" است.



پس اگر فقط بگویی:
❌ یک رژیم عالی برای لاغری داریم!
احتمالاً کسی هیجان‌زده نمی‌شود. اما اگر بگویی:
✅ چطور بدون رژیم، بدون ورزش، و بدون حس گرسنگی، 10 کیلو وزن کم کنید؟
اینجا تفاوت ایجاد می‌شود، چون دقیقاً روی مشکل واقعی تمرکز کرده‌ای.

راه‌حل خود را از رقبا متمایز کن

اینجا مهم‌ترین بخش است. باید طوری پیشنهادت را طراحی کنی که کاملاً متفاوت و خاص باشد. اگر چیزی که ارائه می‌دهی مشابه بقیه باشد، مردم می‌گویند:

خب، این هم مثل بقیه!

چند روش برای ایجاد تمایز:

متفاوت ارائه بده:

شاید رقبا فقط یک کتاب PDF بفروشند، اما تو می‌توانی یک دوره ویدیویی + یک گروه پشتیبانی + جلسات مشاوره ارائه دهی.

روش جدیدی بساز:

اگر همه کلاس آموزش زبان برگزار می‌کنند، تو سیستم یادگیری زبان در خواب را ارائه بده.

ویژگی خاصی اضافه کن:

اگر همه مکمل‌های بدنسازی معمولی می‌فروشند، تو یک مکمل کاملاً گیاهی بدون عوارض جانبی بساز.

از یک نام اختصاصی استفاده کن:

مردم عاشق روش‌هایی هستند که اسم خاص و منحصربه‌فرد دارند.

مثال واقعی:

به‌جای اینکه بگویی:

دوره آموزش اینستاگرام مارکتینگ

بگو:

فرمول IG Domination : سیستم 3 مرحله‌ای برای افزایش فالوور و فروش در اینستاگرام (حتی اگر از صفر شروع می‌کنی!)

یک گارانتی قوی بساز که ترس مشتری را از بین ببرد
مردم همیشه قبل از خرید می‌ترسند. تو باید این ترس را با یک تضمین قوی نابود کنی.
روش‌های گارانتی:
گارانتی بی‌قید و شرط:
اگر ناراضی بودی، کل پولت را پس می‌دهیم.
گارانتی دوبرابر پول:
اگر نتیجه نگرفتی، دو برابر مبلغ پرداختی را پس می‌گیری.
گارانتی عملکرد:
اگر تا 3 ماه بهوزن فلان نرسیدی، من شخصاً با تو کار می‌کنم تا به نتیجه برسی.
گارانتی ویژه:
اگر در 30 روز اول به نتیجه نرسیدی، خودم شخصاً کمکت می‌کنم و اگر باز هم نتیجه نگرفتی، پولت را کامل پس می‌دهم.
مثال واقعی:
اگر نتیجه نگرفتی، پولت را پس می‌دهیم.
(این کلیشه‌ای شده است.)
ما تضمین می‌کنیم که در 60 روز حداقل X تومان درآمد داشته باشی، در غیر این صورت نه‌تنها پولت را پس می‌دهیم، بلکه 1 میلیون تومان هم به تو هدیه می‌دهیم تا نشان دهیم چقدر به سیستم‌مان مطمئنیم!

ارزش پیشنهاد را بیشتر از قیمت آن نشان بده

مردم وقتی خرید می‌کنند، به این فکر می‌کنند که آیا این مبلغی که می‌پردازند واقعاً ارزش دارد؟ باید ارزش پیشنهادت را طوری نمایش دهی که مشتری احساس کند دیوانگی است اگر نخرم!

چند روش برای افزایش ارزش:

بسته ویژه بساز:

اگر یک محصول 500 هزار تومانی داری، چندین هدیه ارزشمند اضافه کن تا ارزش نهایی آن را به 2 میلیون تومان برسانی، اما قیمت همان 500 هزار تومان بماند.

مقایسه با هزینه‌های دیگر:

اگر دوره تو 2 میلیون تومان است، به مشتری نشان بده که بدون این دوره ممکن است 10 میلیون تومان اشتباه کند.

ارائه محدودیت زمانی:

بگو: این پیشنهاد فقط تا 48 ساعت آینده معتبر است.

مثال واقعی:

دوره کسب درآمد از یوتیوب: 1.5 میلیون تومان

دوره کسب درآمد از یوتیوب: 1.5 میلیون تومان، اما همراه با 3 هدیه ارزشمند:

پکیج افزایش بازدید (1.2 میلیون تومان)

دوره تولید محتوای حرفه‌ای (900 هزار تومان)

عضویت در گروه VIP ما (1.5 میلیون تومان)

مجموع ارزش: 4.6 میلیون تومان ولی قیمت نهایی فقط 1.5 میلیون تومان!



جمع‌بندی: چگونه یک پیشنهاد بی‌رقیب بسازیم؟
مشکل اصلی را مشخص کن. (بیشتر از خود مشتریان بدان!)
راه‌حل خود را از رقبا متمایز کن. (با ویژگی خاص و نام اختصاصی)
گارانتی قوی بساز که ترس مشتری را از بین ببرد.
ارزش پیشنهاد را بیشتر از قیمت آن نشان بده.
در ادامه یاد می‌گیری که چطور این پیشنهاد را در قالب یک پیام تبلیغاتی حرفه‌ای به مشتریان ارائه دهی تا فروش حداکثری داشته باشی.



چگونه پیشنهاد بی‌رقیب خود را به بازار گرسنه بفروشیم؟
حالا که یک پیشنهاد بی‌رقیب ساختی، وقت آن است که آن را به‌درستی ارائه کنی. یک پیشنهاد عالی اگر درست بیان نشود، به فروش نمی‌رسد. چگونه باید این پیشنهاد را طوری نمایش دهی که مشتری نتواند آن را رد کند؟

در این بخش یاد می‌گیری:
چگونه پیام فروش حرفه‌ای بنویسی که توجه مخاطب را بگیرد.
چگونه پیشنهادت را طوری ارائه دهی که مشتری آن را یک فرصت نایاب ببیند.
چگونه از تکنیک‌های متقاعدسازی برای افزایش فروش استفاده کنی.

پیام فروش حرفه‌ای بنویس (فرمول PAS + AIDA)

اگر پیشنهادت را بدون استراتژی به مخاطب بدهی، احتمالاً نتیجه‌ای نمی‌گیری. باید از فرمول‌های اثبات‌شده تبلیغ‌نویسی استفاده کنی.

فرمول PAS (Problem – Agitate – Solution)

Problem: مشکل اصلی را بیان کن.

Agitate: درد آن را شدیدتر کن.

Solution: راه‌حل (پیشنهاد بی‌رقیب) را ارائه بده.

مثال:

این یک دوره آموزش کسب درآمد از اینترنت است.(کلیشه‌ای و بی‌تأثیر!)

امروز هزاران نفر در اینترنت درآمد دارند، اما هنوز خیلی‌ها نمی‌دانند از کجا باید شروع کنند. آیا تو هم بارها خواسته‌ای کسب‌وکارت را راه بیندازی اما در پیچ‌وخم یادگیری گیر افتاده‌ای؟ ما دقیقاً برای حل این مشکل، سیستم درآمد ۷۲۴ را ساختیم: یک روش تضمینی که تو را از نقطه صفر به درآمد پایدار می‌رساند.

بعد از PAS، فرمول AIDA را استفاده کن تا متن تبلیغاتی‌ات مؤثرتر شود:

Attention (جلب توجه): تیتر جذاب بنویس.

Interest (ایجاد علاقه): روی خواسته‌های مخاطب تمرکز کن.

Desire (برجسته کردن مزایا): ارزش‌های پیشنهادت را نشان بده.

Action (دعوت به اقدام): مشتری را به خرید تشویق کن.

پیشنهادت را به یک فرصت نایاب تبدیل کن
اگر پیشنهاد تو محدود نباشد، مخاطب خرید را عقب می‌اندازد! تو باید آن را فوری و کمیاب نشان دهی.
ایجاد محدودیت زمانی:
این پیشنهاد فقط ۳ روز فعال است.
بعد از این تاریخ، قیمت افزایش پیدا می‌کند
ایجاد محدودیت تعداد:
فقط ۲۰ نفر می‌توانند در این دوره شرکت کنند.
تنها ۵۰ سایت آماده با این قیمت موجود است.
اضافه کردن یک پیشنهاد ویژه:
"اگر تا ۲۴ ساعت آینده ثبت‌نام کنی، یک هدیه اختصاصی دریافت می‌کنی!

مثال:
دوره ما همیشه در دسترس است، هر وقت خواستی بیا ثبت‌نام کن!(باعث تعلل مشتری می‌شود.)

این فرصت فقط تا پایان این هفته است. بعد از آن، هزینه دوره افزایش می‌یابد و برخی مزایا حذف می‌شوند. همین الان ثبت‌نام کن! (حس اضطرار ایجاد می‌کند.)

استفاده از تکنیک‌های متقاعدسازی برای افزایش فروش

اثبات اجتماعی (Social Proof):

نظرات مشتریان قبلی را نشان بده.

داستان موفقیت افراد را منتشر کن.

تعداد شرکت‌کنندگان دوره را نمایش بده.

اصل کمیابی:

وقتی چیزی نایاب باشد، مردم ارزش بیشتری برای آن قائل‌اند.

فقط ۵ جای خالی باقی مانده!

اثر لنگر (Anchoring Effect):

ابتدا یک قیمت بالا نشان بده، سپس قیمت پیشنهادی خود را ارائه کن.

ارزش واقعی این دوره ۱۰ میلیون تومان است، اما تو امروز فقط با ۲ میلیون ثبت‌نام می‌کنی!

رفع ریسک خرید:

گارانتی‌های قوی ارائه بده.

حس امنیت به مشتری بده که اگر نتیجه نگرفت، پولش هدر نمی‌رود.

دعوت به اقدام (Call to Action) قدرتمند بنویس

روشن و واضح بگو مشتری چه کاری باید انجام دهد.

به او دلیلی بده که همین حالا اقدام کند.

از جملات مستقیم و قاطع استفاده کن.

❌ اگر دوست داشتی، می‌توانی ثبت‌نام کنی. (ضعیف و بی‌تأثیر)

✅ همین حالا روی دکمه زیر کلیک کن و مسیر درآمدزایی آنلاین خود را شروع کن! (مؤثر و واضح)

جمع‌بندی: چگونه پیشنهاد بی‌رقیب را بفروشیم؟

یک پیام فروش قوی بنویس (PAS + AIDA)

پیشنهاد را به یک فرصت نایاب تبدیل کن (محدودیت زمانی و تعداد)

از تکنیک‌های متقاعدسازی استفاده کن (اثبات اجتماعی، کمیابی، اثر لنگر)

یک CTA قوی بنویس (دعوت به اقدام روشن و قاطع)

حالا که یاد گرفتی چطور پیشنهاد بی‌رقیب خود را بفروشی، در ادامه به بررسی روش‌های افزایش مقیاس و رشد انفجاری سیستم درآمدی‌ات می‌پردازیم!



چگونه سیستم درآمدی خود را مقیاس‌پذیر و میلیونی کنیم؟
حالا که یک پیشنهاد بی‌رقیب ساختی و یاد گرفتی چطور آن را به بازار گرسنه بفروشی، وقت آن است که سیستم درآمدی خود را مقیاس‌پذیر کنی. یعنی درآمدی که امروز به دست می‌آوری، بتواند بدون وابستگی مستقیم به زمان و انرژی تو، رشد کند و به درآمدهای بزرگ‌تر برسد.

در این بخش یاد می‌گیری:
چگونه درآمدت را از چند میلیون به چند میلیارد برسانی.
چگونه سیستم خود را خودکار کنی تا حتی وقتی کار نمی‌کنی، پول دربیاوری.
چگونه مخاطبان جدید جذب کنی و فروش‌های خود را چند برابر کنی.

ساخت یک ماشین فروش خودکار

اگر هر بار برای فروش محصولت باید دستی تبلیغ کنی، مذاکره کنی و توضیح بدهی، هرگز نمی‌توانی درآمد میلیاردی داشته باشی. باید یک سیستم خودکار بسازی که ۲۴/۷ برای تو بفروشد.

مرحله ۱: لندینگ پیج پرفروش طراحی کن

توضیحات محصول را واضح و جذاب بنویس.

از نظرات و داستان‌های موفقیت مشتریان استفاده کن.

یک دکمه CTA قوی بگذار: «همین الان دریافت کن!»

مرحله ۲: اتوماسیون ایمیل و پیامک راه‌اندازی کن

مخاطب را با یک هدیه رایگان جذب کن (مثلاً کتابچه PDF یا یک ویدیوی خاص).

یک سری ایمیل خودکار طراحی کن که او را قانع کند خرید کند.

از پیامک‌های یادآوری و پیشنهادهای ویژه استفاده کن.

مرحله ۳: ترافیک مداوم به سیستم فروش بفرست

تبلیغات پولی (گوگل، اینستاگرام، یوتیوب)

محتوای سئو شده در سایت

ویدئوهای وایرال یوتیوب و اینستاگرام

همکاری با اینفلوئنسرها

مهم: اگر ورودی جدید نداشته باشی، فروشت می‌خوابد. پس باید همیشه ترافیک تازه جذب کنی!

افزایش مشتریان و افزایش درآمد از هر مشتری
فقط روی جذب مشتری جدید تمرکز نکن. کسب‌وکارهای میلیاردی می‌دانند که بیشتر درآمد از مشتریان فعلی می‌آید!
پیشنهادهای ارتقایی (Upsell & Cross-sell)
بعد از خرید محصول ارزان‌تر، پیشنهاد محصول گران‌تر بده.
مثلاً: «حالا که سایت آماده گرفتی، چرا دوره تبلیغات را هم نگیری؟»
اشتراک‌های ماهانه و عضویت VIP
به مشتریان وفادار، خدمات VIP بده تا هر ماه پرداخت کنند.
مثلاً: «به باشگاه ۷۲۴ بپیوند و هر ماه مشاوره اختصاصی بگیر!»
البته باشگاه 724 برای اعضای سیستم کاملا رایگان است و این فقط یک مثال عینی برای درک بیشتر شماست .
ساختن جامعه وفادار و ارجاع مشتریان جدید
یک کانال اختصاصی برای مشتریان ایجاد کن (مثل یک گروه خصوصی).
به مشتریانی که افراد جدید معرفی کنند، پاداش بده!
4. ایجاد تیم و حذف کارهای تکراری
اگر هنوز همه کارها را خودت انجام می‌دهی، رشد نمی‌کنی. باید کارهای تکراری را به تیم بسپاری و فقط روی رشد سیستم تمرکز کنی.
چطور این کار را انجام دهی؟
کارهای فنی (طراحی سایت، پشتیبانی) را به فریلنسرها یا تیم بسپار.
پاسخ به سوالات متداول را با یک صفحه سوالات متداول یا چت‌بات خودکار انجام بده.
محتوای یوتیوب و اینستاگرام را به کمک تیم تولید کن، نه تنهایی!
مهم: تو نباید درگیر جزئیات باشی. تو باید روی استراتژی رشد و مقیاس‌پذیری تمرکز کنی!



جمع‌بندی: چطور درآمد میلیاردی بسازیم؟
یک سیستم خودکار فروش بساز (لندینگ پیج + اتوماسیون + ترافیک مداوم)
از مشتریان فعلی بیشترین درآمد را بگیر (Upsell، اشتراک، ارجاع)
کارهای تکراری را حذف کن و تیم بساز (تمرکز روی رشد، نه اجرا)
حالا که مقیاس‌پذیری سیستم را یاد گرفتی، در بخش بعدی یاد می‌گیری چطور برند شخصی‌ات را قوی کنی تا همه تو را بشناسند و درآمدت چند برابر شود!

لیست محصولات PLR :

محصولات PLR (محصولات مورد علاقه من) گرگ باشید شاید باورتون نشه مردم برای اینکه سریع تر به خواستشون برسن و سرچ زیاد نکن حاضر از 30 هزار تا 200 هزار پول بدن برای هر چیزی که حتی میدونن رایگانش پیدا میشه بسته به ارزش اون محصول

پی دی اف ها

درست کردن محصولات کوچک از ویدئوهای یوتیوب

درست کردن محصولات از چیزهایی که بلدید

درست کردن محصولات از کتاب ها

پی دی اف کتاب های مختلف در زبان های مختلف(آموزشی + رمان و آمازون)

انواع چک لیست ها (ساخت محصول دیجیتال ـ خلاق بودن - فروش سریع)

قالب ها

قالب آماده سایت وردپرسی از تم فارست

قالب های آماده فتوشاپ

قالب های اکسل و پاورپوینت

پریست های پریمیر و اتوکد و بلندر

مدل های سه بعدی

و اووووووه تا هزار سال دیگه از این محصولات پولساز وجود داره

میکرو سرویس
تبدیل صوت به متن و برعکس
نوشتن حرفه ای کپشن و هشتگ اینستاگرام
طراحی کاور با کنوا + طراحی لوگو ساده و ارزان + ویرایش عکس
مشاوره (خلاق و عجیب باشید تا سریع دیده شوید)
مشاوره خرید موتور سیکلت
مشاوره خرید ماشین
مشاوره خرید لباس
مشاوره خرید پت و حیوان خانگی
مشاوره خرید کتاب
گیم و بازی ها(از بزرگان بازار بخرید و بفروشید)
جم ها - سی پی ها - بوت ها - اسکین ها
اکانت ها لول بالا - اکانت ها پریمیوم
و هزاران چیزی که گیم باز ها میدونن
موزیک و سمپل ها
بیت های ساده
سمپل های ساده
وی اس تی ها و پلاگین ها اف ال استودیو
ساخت موزیک برای اینستاگرام ها و یوتیوبر ها
و هزاران چیز دیگه توی این حوزه



لیست نیچ ها موجود در مارکت

- نیچ سلامت
- نیچ کسب درآمد و ثروت
- نیچ روابط



در پایان، "بازار گرسنه" نه‌تنها یک راهنما برای بهبود کسب‌وکار است بلکه الهام‌بخش برای کسانی است که می‌خواهند در دنیای تجارت به جایگاه‌های بالاتر دست یابند. من با ارائه مثال‌های عملی و استراتژی‌های قابل اجرا، شما را برای رسیدن به یک سیستم پایدار و میلیاردی آماده کردم. این کتاب به شما یاد می‌دهد که چگونه از یک ایده ساده، یک کسب‌وکار بزرگ بسازید که در بازارهای بسیار بزرگ رقابت کند و در نهایت به یک سیستم میلیاردی تبدیل شود.

عاشقتونم

امین لطفی - لینکوجاب