"I am confident that it will inspire a new kind of entrepreneur."
—**GARY VAYNERCHUK**, chairman of VaynerMedia

12 MONTHS TO $1 MILLION

How to Pick a Winning Product, Build a Real Business, and Become a **SEVEN-FIGURE ENTREPRENEUR**

RYAN DANIEL MORAN

FOUNDER OF CAPITALISM.COM

Foreword by **RUSSELL BRUNSON**, Founder of ClickFunnels.com

sambaraweb.com

12 ماہ سے لے کر 1 ملین ڈالر تک تعریف

"ریان کئی بار میرے پوڈکاسٹ پر رہا ہے، اور مجھے اس کا سفر دیکھنے میں مزہ آتا ہے. یہ عنوان جتنا بھی ہے، مجھے یقین ہے کہ یہ ایک نئی قسم کے کاروباری شخصیت کی حوصلہ افزائی کرے گا۔

-**گیری وینر چوک**، وینر ایکس کے چیئرمین اور سب سے زیادہ فروخت ہونے والے مصنف

"جب میں 42 سال کا تھا تو پوپوری کا خیال میرے ذہن میں آنے سے پہلے میں ایک کاروباری شخصیت کے طور پر بے شمار بار ناکام رہا۔ میرے کاروبار کے پہلے سال میں نے فروخت میں $ 1 ملین سے تجاوز کیا ، اور میں اپنے تمام سابقہ کاروباروں سے سیکھے گئے اسباق کے بغیر یہ نہیں کر سکتا تھا۔ مجھے پورے دل سے یقین ہے کہ یہ تجربات کامیابی کا ایک لازمی حصہ ہیں، اور ریان نے اپنے چیلنجوں—اور ہمارے سامنے آنے والے بہت سارے متاثر کن اور کامیاب کاروباری افراد کے علم کو ایک ایسی ترکیب کا خاکہ پیش کرنے کے لئے استعمال کیا ہے جو آپ کے کاروبار اور اپنے آپ کو بڑھانا بہت آسان بنا دے گا۔ توجہ دیں اور فوائد حاصل کریں!"

-**سوزی باتیز**، پوپوری اور مافوق الفطرت کے خالق اور سی ای او

sambaraweb.com

"ریان در حقیقت وہ شخص ہے جس سے میں نے اس وقت رابطہ کیا جب میں نے کاروبار شروع کرنے کا فیصلہ کیا۔ میں نے ان کے طالب علموں سے ملاقات اور بات چیت کی ہے، اور ان کی کامیابی کی کہانیاں بہت ساری ہیں جن کا نام نہیں لیا جا سکتا۔ ان کے واقعات کلاس میں سب سے اوپر ہیں، خاص طور پر جب میں ایمسی ہوں. دنیا جتنی پولرائزڈ ہے، اسے کاروبار، پیسے اور سرمایہ داری کے ارد گرد ایک متحد پیغام پیش کرنے کی خصوصی صلاحیت کی ضرورت ہوتی ہے، اور ریان ایسا ہی کرتا ہے. میں نے کبھی کسی کو اتنی تفصیلی پلے بک فراہم کرتے ہوئے نہیں دیکھا اور ریان ڈینیئل موران سے بہتر کوئی نہیں ہے۔

- **جے پی سیئرز**، کامیڈین، مصنف، اور جے پی کے ساتھ اوکین کے میزبان

کیس اسٹڈیز

sambaraweb.com

"ریان کی حکمت عملی اور تعلیم پہلے سال کے اندر اپنے کاروبار کو ملین کے نشان سے آگے بڑھانے میں ہماری مدد کرنے کا ایک لازمی حصہ تھے. سات اعداد و شمار کو عبور کرنے کے بعد، ہم نے ریان کے ساتھ کام کرنا جاری رکھا کیونکہ ہم سات اعداد و شمار سے آٹھ تک پہنچ گئے تھے۔ اپنے کاروبار کو چلانے کے ڈھائی سال بعد، ہم خوش قسمت تھے کہ ہمیں آٹھ اعداد و شمار کے ساتھ باہر نکلنے کا موقع ملا۔ آج، ہمیں دنیا کا سفر کرنے اور دلچسپ منصوبوں میں سرمایہ کاری کرنے کی آزادی ہے. یہ کہنا کہ اس فارمولے نے میری زندگی بدل دی ہے، ایک بہت بڑی کم بیانی ہو گی۔

-**الیکس اپرمین**، کنساس سٹی، ایم او

"ریان کی ویڈیوز، پوڈکاسٹ، اور براہ راست تقریبات کی بدولت، میں اس سال سات اعداد و شمار کا کاروبار کرنے کے لئے تیزی سے آگے بڑھ رہا ہوں - یہ یوکرین سے آنے والے تارکین وطن کے لئے ایک بڑی تعداد ہے! تاہم، ریان کے کام نے مجھے یہ دیکھنے میں مدد کی ہے کہ ادائیگی مالی سے زیادہ ہے. میں نے اپنے برانڈ، ٹریولائزیشن کے تحت ایک کمیونٹی بنائی ہے. مجھے اب احساس ہے کہ میرا کاروبار مجھے مثبت تبدیلی لانے میں مدد کر سکتا ہے۔ ذاتی دولت خود بخود ہوتی ہے جب آپ دوسروں کے لئے منفرد قدر پیدا کرتے ہیں۔ یہ ایک ایسا تفریحی کھیل ہے - اس نے مجھے مالی آزادی اور دنیا بھر کے لوگوں کو متاثر کرنے کی صلاحیت دی ہے۔

-**آندرے سدلک**، وینکوور، قبل مسیح

"آج، میں نہ صرف اپنا کاروبار چلاتا ہوں، بلکہ میں اس کاروبار کے بارے میں اسٹیج پر مشورہ اور بات بھی کرتا ہوں. اگر میں کچھ بالکل نیا شروع کرنے کے لئے کھلا نہ ہوتا تو اس میں سے کچھ بھی کبھی نہیں ہوتا۔ میں نے سخت محنت کی اور اب بھی کرتا ہوں لیکن اب مجھے زندگی بھر کے لیے اپنے شاٹس بلانے کی

sambaraweb.com

آزادی ہے۔ میں اپنی نئی زندگی کو براہ راست اس دن تک ٹریک کر سکتا ہوں جب میں نے ریان کے کام کو دریافت کیا۔ اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ آپ اپنے سفر میں کہاں ہیں، توجہ دیں - یہ ایک جنگلی سواری ہے!

-**یوماروسنکو**، سیاٹل، ڈبلیو اے

"میں اڑتیس سال کا تھا جب میں نے اپنا پہلا پروڈکٹ برانڈ شروع کیا۔ میں نے صرف وہ کامیابی حاصل کرنے کا خواب دیکھا تھا جو اسے ملے گی - پہلے سال 100 ملین ڈالر سے زیادہ کی فروخت کے ساتھ، سیکڑوں ملازمتیں پیدا ہوئیں، اور دنیا بھر میں لاکھوں گاہک متاثر ہوئے. کاش یہ کتاب اس وقت موجود ہوتی جب میں نے اپنا سفر شروع کیا تھا، کیونکہ اس میں بہت سے اہم نکات اور اسباق شامل ہیں جو مجھے مشکل طریقے سے سیکھنے تھے۔ یہ ہر خواہش مند کاروباری شخصیت کے لئے لازمی پڑھنا ضروری ہے. اسٹریپ ان - آپ ایک مہم جوئی کی تلاش میں ہیں."

-**جوش بیزونی**، بائیوٹرسٹ، آسٹن، ٹیکساس

sambaraweb.com

"اس مواد نے مجھے کروڑ پتی بنانے میں کافی مدد کی۔ اگر آپ ایک خواہشمند کاروباری شخصیت ہیں اور چاہتے ہیں کہ روایتی '9 سے 5 ملازمت میں 40 سے 50 سال کام کریں اور پھر بوڑھے ہونے پر ریٹائر ہو جائیں' تو آپ کو اس فارمولے پر عمل کرنا چاہیے جو ریان نے پیش کیا تھا اور میرے جیسے لوگوں نے اس پر عمل کیا ہے اور ہماری زندگیوں کو تبدیل کیا ہے۔

-**چاڈ گھائلز**، گرینڈ ریپڈز، مشی گن / لوکیلو، پورٹوریکو

"ریان اور اس کے طریقوں نے مجھے ٹروڈوگ کو امریکہ میں 39 ویں تیز ترین نجی کمپنی بنانے میں مدد کی۔ اپنے خوابوں سے نکلنے سے ٹھیک پہلے، ہمارے اسٹاک کی قیمت $100 ملین تھی! اگر ریان کچھ بھی شروع نہیں کر سکتا اور کچھ بنا سکتا ہے - ٹھیک ہے تو میں بھی کر سکتا ہوں! آپ کا شکریہ، ریان، ہمیشہ ایک حوصلہ افزائی بننے کے لئے."

-**لوری ٹیلر**، سنسینیٹی، اوایچ

"جب کوئی لاکھوں کمانے کا فارمولا ہونے کا دعوی کرتا ہے، تو شک کرنا آسان ہے. تاہم، چونکہ ہم نے ریان کے بارے میں بہت ساری اچھی باتیں سنی تھیں، لہذا میں اور میرے شوہر نے اپنا کاروبار شروع کرنے کے ایک سال بعد ایک ورکشاپ میں موقع لیا۔

اور مجھے بہت خوشی ہے کہ ہم نے ایسا کیا. نہ صرف ہم فوری طور پر عمل درآمد کرنے کے لئے ٹھوس حکمت عملی کے ساتھ چلے گئے، بلکہ، سب سے اہم، ریان نے ہمیں بگ سوچنے کی ترغیب دی۔ دو سال بعد ہم نے اپنی پہلی کمپنی کو آٹھ اعداد و شمار میں فروخت کر دیا، اور میں مستقبل کے بارے میں اس سے زیادہ پرجوش نہیں ہو سکتا تھا.

sambaraweb.com

-**شاونا چاڈویل**، کنساس سٹی، ایم او

"دس سال پہلے کارپوریٹ امریکہ میں ملازمت سے لے کر آن لائن انشورنس ایجنسی شروع کرنے تک، مجھے ہمیشہ مزید کی بھوک تھی۔ آج، میں کئی سات اعداد و شمار کے آن لائن کاروبار اور ایک مارکیٹنگ ایجنسی چلاتا ہوں اور دوسرے کاروباری افراد کو تقاریر کرنے کے لئے دنیا کا سفر کرتا ہوں. تاہم، جو چیز مجھے سب سے زیادہ پرجوش کرتی ہے وہ یہ ہے کہ اب میں جس آزادی کا تجربہ کر رہی ہوں اس نے مجھے ایک بہتر شوہر، والد اور دوست بننے کی اجازت دی ہے. ریان کا مواد اور وہ جو وضاحت فراہم کرتا ہے وہ میری ترقی کا ایک بڑا حصہ رہا ہے۔

-**لیرن ہر شکورن**، لانگ آئی لینڈ، نیویارک

"میرے شوہر اور میں نے ہمیشہ ایک غیر منافع بخش ادارہ شروع کرنے کا خواب دیکھا جب ہم اپنی میڈیکل پریکٹس سے ریٹائر ہوئے۔ ہم نے ہمیشہ سوچا تھا کہ یہ ایک بیس سالہ منصوبہ ہو گا، لیکن یہ سب اس وقت بدل گیا جب ہم نے ریان ڈینیئل مورن کو پہلی بار '12 ماہ سے 1 ملین ڈالر' کی پریزنٹیشن دیتے سنا۔ نہ صرف ہمارا ہے

sambaraweb.com

صرف چند سالوں میں کاروبار کچھ بھی نہیں تھا، لیکن ہم نے اپنی میڈیکل پریکٹس فروخت کر دی تا کہ ہم اپنی سوچ سے ایک دہائی پہلے اپنی غیر منافع بخش سرگرمی شروع کر سکیں۔ اس کاروبار کو شروع کرنا سب سے مضحکہ خیز، سب سے زیادہ تفریحی، سب سے زیادہ چیلنجنگ، اور سب سے زیادہ منافع بخش کام رہا ہے جو میں اور میرے شوہر نے کبھی کیا ہے (بچے پیدا کرنے کے علاوہ!)۔

- **جینا زیگلر**، آسٹن، ٹیکساس

"میں ایک کاروباری بن گیا کیونکہ میں آزادی چاہتا تھا. میں جانتا تھا کہ مجھے سارا دن ڈیسک پر بیٹھنے سے زیادہ کسی چیز کے لئے بنایا گیا تھا۔ ریان کے کام نے مجھے اپنے خواب کو حقیقت میں بدلنے کے لئے پلے بک دی۔ میں نے اپنے پہلے سال کے بعد سات اعداد و شمار کو عبور کیا، اور تین سال بعد، میں نے اپنے کاروبار کو تنخواہ کے دن کے لئے فروخت کر دیا جس نے میرے اور میرے خاندان کو زندگی بھر کے لئے تیار کر دیا. یہ سفر آسان نہیں ہے، لیکن یہ اس کے قابل ہے. نہ صرف مالی امکانات کے لئے، بلکہ اس شخص کی وجہ سے جو آپ راستے میں بنتے ہیں۔

- **کرس نواک**، ڈیلاس، ٹیکساس

"میں نے ہمیشہ ملازمت سے آزادی حاصل کرنے اور اپنی مرضی کے مطابق زندگی گزارنے کا خواب دیکھا تھا، لیکن میرے پاس ایسا کرنے کے لئے کبھی بھی کوئی واضح منصوبہ نہیں تھا۔ جب میں نے ایک لائیو ایونٹ میں ریان کے '12 ماہ سے 1 ملین ڈالر' کے منصوبے کو سنا تو سب کچھ بدل گیا۔ اس نے مجھے اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لئے ایک روڈمیپ دیا، اور ہم نے تقریباً دو سالوں کے اندر سات اعداد و شمار کا ہندسہ عبور کیا۔ آج، میری بیوی، کیٹی، اور میں دونوں کو کاروبار کے اندر کل وقتی کام کرنے کا موقع ملتا ہے. ایک کاروباری شخصیت بننا آسان نہیں ہے - اس کے لئے بہت زیادہ لگن اور توجہ کی ضرورت

sambaraweb.com

ہوتی ہے - لیکن ریان کے پوڈ کاسٹ اور ویڈیوز نے ہمیشہ میری مدد کی ہے جب مجھے اضافی دباؤ کی ضرورت ہوتی ہے۔نئے کاروباری افراد کو میرا مشورہ یہ ہے کہ وہ 'اس کے لیے جائیں'، کیونکہ یہ منصوبہ کام کرتا ہے۔

-**ڈیون ڈوروش**، سینٹ لوئس، ایم او

"12 ماہ سے 1 ملین ڈالر تک کے منصوبے کی دریافت کے بعد سے، میں نے فخر کے ساتھ اپنا پہلا انٹرنیٹ کاروبار سات اعداد و شمار کے نشان سے آگے بڑھایا ہے. اس نے مجھے ایک کل وقتی کاروباری شخصیت بننے اور اپنی شرائط پر زندگی گزارنے کی اجازت دی ہے۔ میں سخت محنت کرتا ہوں، جو کچھ ہم تخلیق کر رہے ہیں اس پر یقین رکھتا ہوں، اور میں ہر دن بڑھنے کے لئے پرجوش ہوں. سب کچھ اس پلے بک اور کامیاب ہونے کی میری خواہش کے ساتھ شروع ہوا۔

- **جسٹن رے**، فورٹ کولنز، سی او

sambaraweb.com

"گزشتہ سال تک، مجھے یہ کہتے ہوئے فخر ہے کہ ہمارے کاروبار نے سات اعداد و شمار کو عبور کیا۔ '12 ماہ سے $ 1 ملین' کے منصوبے کام کرتے ہیں، اور میں اس کا ثبوت ہوں! مجھے ایک کل وقتی کاروباری شخصیت بننا پسند ہے اور ہم جو کچھ بنا رہے ہیں اس پر مجھے فخر ہے۔

-**جیسن فرانسیوسا**، عنصر 26

"اس کتاب میں بہت سے الفاظ ہیں، اور مجھے یہ پسند ہے. اس کے علاوہ، مجھے واقعی کتاب کا سائز پسند ہے. میں ابھی تک نہیں پڑھ سکتا، لیکن مجھے یقین ہے کہ دوسرے لوگ اسے پسند کریں گے. "

-**ایستھر موران**، 4 سال کی عمر

sambaraweb.com

sambaraweb.com

12 MONTHS TO $1 MILLION

How to Pick a Winning Product,
Build a Real Business, and Become a
SEVEN-FIGURE ENTREPRENEUR

sambaraweb.com

RYAN DANIEL MORAN

BenBella Books, Inc.
Dallas, TX

sambaraweb.com

یہ کتاب انٹرپرینیورشپ کے بارے میں درست اور مستند معلومات فراہم کرنے کے لئے ڈیزائن کی گئی ہے۔ نہ تو مصنف اور نہ ہی پبلشر اس کتاب کی اشاعت کے ذریعے قانونی، اکاؤنٹنگ یا دیگر پیشہ ورانہ خدمات انجام دینے میں مصروف ہیں۔ اگر اس طرح کی کسی بھی مدد کی ضرورت ہو تو، ایک قابل مالی پیشہ ور کی خدمات طلب کی جانی چاہئے. مصنف اور پبلشر اس کتاب میں موجود کسی بھی معلومات کے استعمال اور اطلاق کے نتیجے میں ہونے والے کسی بھی ذمہ داری، نقصان، یا خطرے کے لئے ذمہ دار نہیں ہوں گے.

مینوفیکچررز اور فروخت کنندگان کی طرف سے اپنی مصنوعات کو الگ کرنے کے لئے استعمال ہونے والے بہت سے عہدوں کو ٹریڈمارک کے طور پر دعوی کیا جاتا ہے۔ جہاں یہ نامزدگیاں اس کتاب میں موجود ہیں اور بین بیلا بکس کو ٹریڈمارک کے دعوے کا علم تھا، وہاں یہ عہدے ابتدائی بڑے حروف میں چھاپے گئے ہیں۔

ریان موران کی طرف سے 12 ماہ سے $1 ملین کاپی رائٹ ©2020

تمام حقوق محفوظ ہیں. اس کتاب کا کوئی بھی حصہ ناشر کی تحریری اجازت کے بغیر کسی بھی طرح سے استعمال یا دوبارہ پیش نہیں کیا جا سکتا، سوائے تنقیدی مضامین یا جائزوں میں شامل مختصر اقتباسات کی صورت میں۔

sambaraweb.com

بین بیلا بکس، انکارپوریٹڈ.

10440 این سینٹرل ایکسپریس وے، سویٹ 800

ڈیلاس، ٹیکساس 75231

www.benbellabooks.co

m

feedback@benbellabooks.com کو فیڈبیک بھیجیں

بین بیلا ایک وفاقی طور پر رجسٹرڈ ٹریڈمارک

ہے۔ پہلا ای بک ایڈیشن: مئی 2020

لائبریری آف کانگریس کنٹرول نمبر:

2019051641 آئی ایس بی این

9781948836951 (پرنٹ)

آئی ایس بی این 9781950665143 (الیکٹرانک)

sambaraweb.com

گریگوری براؤن کی تدوین الزبتھ

ڈیگن ہارڈ کی طرف سے کاپی

ایڈیٹنگ
کور ڈیزائن 99ڈیزائن / ٹاپ ہلز اور سارہ ایونیجر کی طرف سے
پبلشرز ڈیزائن اینڈ پروڈکشن سروسز، انکارپوریٹڈ کی جانب سے ٹیکسٹ

ڈیزائن، پرفیک ٹائپ، نیش ویل، ٹی این

ورڈ کو انڈیکسنگ سروسز، انکارپوریٹڈ کی طرف سے

کرسٹین فلوری اور مائیکل فیڈسن انڈیکسنگ کی طرف

سے پروف ریڈنگ۔
لیک بک مینوفیکچرنگ کی طرف سے چھاپا گیا

sambaraweb.com

ٹوریورز ڈسٹری بیوشن کے ذریعہ تجارت میں تقسیم، ایک انگرام برانڈ

www.tworiversdistribution.com

Special discounts for bulk sales are available. Please contact
.bulkorders@benbellabooks.com

sambaraweb.com

ایستھر کے لئے.

آپ اس طرح کے وقت کے لئے پیدا ہوئے تھے.

پیار، بابا

sambaraweb.com

نوٹ

مثالیں، پوڈکاسٹ انٹرویوز، اور کیس اسٹڈیز www.Capitalism.com/best پر مفت ڈاؤن لوڈ کیا جا سکتا ہے۔

sambaraweb.com

مشمولات

پیش لفظ رسل برنسن پیش لفظ: اس کتاب

کو مت پڑھیں تعارف

sambaraweb.com

1 مواقع کا منظر نامہ

2 سات شخصیات پر مشتمل کاروباری شخصیت کی ذہنیت

3 پہلا مرحلہ: اپنے گاہک کا انتخاب کریں

4 مرحلہ دوم: اپنی پہلی مصنوعات تیار کریں

5 مرحلہ تین: آپ کے کاروبار کی فنڈنگ

6 مرحلہ چار: ڈیک کو اسٹیک کریں

7 مرحلہ پانچ: اپنی پہلی مصنوعات لانچ کرنا

8 چھٹا مرحلہ: ایک دن میں پچیس فروخت تک بڑھنا

9 مرحلہ سات: ایک ملین ڈالر برانڈ بنائیں

10 مرحلہ آٹھ: ہر ماہ اور اس سے آگے $100 ہزار تک پہنچنا

11 مرحلہ نو: یہ سب ایک ساتھ رکھنا

12 مرحلہ دس: بڑی تنخواہ کا دن

sambaraweb.com

نتیجہ: مہم جوئی کبھی ختم نہیں ہوتی اشاریہ

مصنف کے بارے میں

sambaraweb.com

پیش لفظ

Y

تم ایک لمحے کے فاصلے پر ہو۔"

یہ الفاظ کاروباری افراد سے میرا وعدہ ہیں۔

میرا نام رسل برنسن ہے، اور میں کاروباری افراد کی ایک برادری کی قیادت کرتا ہوں جو سادہ اور منافع بخش کاروبار بناتے ہیں۔ ہم اپنے آپ کو "فنی ہیکرز" کہتے ہیں۔

sambaraweb.com

میں نے ذاتی طور پر ہزاروں خواتین اور مردوں کو کاروبار بناتے دیکھا ہے جس میں کامیاب ہونے کے لئے ایک خیال اور مہم کے علاوہ کچھ نہیں ہے۔ آج تک، ہمارے پاس ہمارے "دو کوما کلب" میں 600 سے زیادہ کمیونٹی ممبران ہیں-وہ افراد جنہوں نے ہمارے سافٹ ویئر پلیٹ فارم، کلک فنلز پر کم از کم ایک ملین ڈالر فروخت کیے۔

ہم میں سے کوئی بھی اپنے منہ میں چاندی کے چمچ لے کر نہیں آتا۔ ہمارے پاس بڑی ٹیمیں نہیں ہیں، اور ہم وینچر کیپٹل فرموں سے پیسے جمع کر کے دھوکہ نہیں دیتے ہیں۔ اگر کوئی ہم میں سرمایہ کاری کرتا ہے، تو یہ عام طور پر کسی ایسے شخص کی طرف سے چند ہزار ڈالر ہوتا ہے جو ہمارے پاگل خوابوں پر یقین رکھتا ہے. ہم منفرد مہارت یا پچھلے تجربے سے شروع نہیں کرتے ہیں. ہم کاروباری مغلوں کے خاندانوں سے نہیں آتے ہیں۔ ہم صرف پرجوش کاروباری بلڈرز ہیں جو کاروباری ہونے کے علاوہ کچھ نہیں کر سکتے ہیں۔

کیوں؟ کیونکہ سب سے بڑھ کر ہم آزادی چاہتے ہیں۔

ہم اپنے خاندانوں، اپنی برادریوں اور اپنے گرجا گھروں کو زیادہ دینے کی آزادی چاہتے ہیں، اور ہم دنیا کو اس سے بہتر طور پر چھوڑنا چاہتے ہیں جس طرح ہم نے پایا. ہم اپنے بچوں کو وہ فوائد دینے کی آزادی چاہتے ہیں جو ہمارے پاس نہیں تھے۔ ہم دنیا کو دیکھنے اور اپنی شرائط پر زندگی گزارنے کی آزادی چاہتے ہیں۔

میرا ماننا ہے کہ ہر شخص اپنی آزادی کے ورژن سے ایک فنل، ایک خیال، یا ایک کامیابی دور ہے۔ آپ زندگی سے ایک قدم دور ہیں

sambaraweb.com

جو آپ چاہتے ہیں. سات اعداد و شمار کے کاروبار سے ایک فنل دور ہے (اگر آپ چاہتے ہیں کہ یہ اتنا بڑا ہو)۔ ایک فنل اس زندگی سے دور ہے جس کی آپ سب سے زیادہ خواہش رکھتے ہیں۔

ہم میں سے ہزاروں ہیں، اور ہم دنیا کو تبدیل کر رہے ہیں.

ہم جتنے بھی کامیاب کیوں نہ ہوں، ہمارے "فنل ہیکرز" کا خاندان 2008 کے بعد پھلنے پھولنے والی انٹرپرینیورشپ کی لہر میں صرف ایک گراوٹ ہے۔ اس وقت تک، انٹرپرینیورشپ خطرناک تھی۔ کون خطرہ مول لینا چاہتا ہے جب آپ ایک آرام دہ، آرام دہ کام کر سکتے ہیں؟

لیکن ایک بار جب ایک محفوظ اور محفوظ کیریئر کا خیال معیشت کے ساتھ ٹوٹ گیا، تو ہمارے جیسے خواب دیکھنے والوں نے فیصلہ کیا کہ ہم بھی اپنی شرائط پر زندگی تخلیق کرنے کا فیصلہ کر سکتے ہیں۔ اگر معاشی تباہی میں سب کچھ کھونا ممکن تھا، تو ہم اپنی باقی زندگی کے لئے خوش اور آزاد رہنے کے لئے ایک چھوٹا سا خطرہ بھی لے سکتے ہیں!

یہ وہ وقت تھا جب ہماری صنعت میں پیش قدمی کرنے والوں نے سانچے کو توڑنا شروع کیا۔ سائیڈ لائن پر بیٹھے کاروباری افراد نے نظام کے ارد گرد راستے تلاش کرنا شروع کیے، اور مل کر، ہم نے کاروبار کے تمام قواعد کو توڑ دیا۔

نتیجتا موقع کے سیلاب کے دروازے کھل گئے۔ جن لوگوں کے پاس پہلے کبھی کاروبار نہیں تھا انہوں نے کھیل میں شامل ہونا شروع کر دیا۔

سوشل میڈیا، کراؤڈ فنڈنگ، ایمیزون، فنل ہیکنگ، ڈراپ شپنگ، اور دیگر نئی ٹکنالوجیوں جیسے مواقع نے کسی کے لئے بھی کاروبار شروع کرنا ممکن بنایا۔ یہاں تک کہ "اوسط" شخص بھی ایک مصنوعات بنا سکتا ہے (یا کسی اور کی فروخت کر سکتا ہے) اور ایک کل وقتی کاروباری بن سکتا ہے.

کچھ لوگ کروڑپتی بن گئے۔ اور یہ ہر ایک دن ہو رہا ہے.

sambaraweb.com

اگرچہ انٹرپرینیورشپ عجیب ہوا کرتی تھی، لیکن اب یہ ایک مقبول اور مطلوبہ کیریئر ہے۔ دنیا بھر

کے بچے بڑے ہو کر کاروباری بننا چاہتے ہیں۔ یہ ایک اچھی بات ہے کیونکہ ہم وہ ہیں جو روزگار پیدا کرتے ہیں، مواقع پیدا کرتے ہیں، اور (جیسا کہ ریان اسے کہنا پسند کرتا ہے) تبدیلی پیدا کرتے ہیں.

ہم ابھی بھی انٹرپرینیورشپ کی اس لہر کی دوسری اننگز میں ہیں۔ آنے والے برسوں میں زیادہ سے زیادہ مواقع کھلیں گے، اور آزادی کی خواہش رکھنے والے ہر شخص کو اب توجہ دینی چاہئے.

ہر روز نئے کاروباری افراد پیدا ہو رہے ہیں۔ ان میں سے کچھ تفریحی سائیڈ ہسٹلز شروع کرتے ہیں ، جبکہ دیگر کل وقتی طور پر جاتے ہیں، اور بہت سے سات یا آٹھ اعداد و شمار حاصل کرتے ہیں۔ اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ آپ کے عزائم کتنے بڑے ہیں، آج سے زیادہ موقع کبھی نہیں ملا ہے۔

ہم میں سے ان لوگوں کے لئے جن کے پاس آزادی ہونی چاہئے اور انہیں کاروباری ہونے کے لئے بلایا جاتا ہے، یہ زندہ رہنے کے لئے تاریخ کا سب سے دلچسپ وقت ہے۔

sambaraweb.com

یہی وجہ ہے کہ میں اس کتاب کے بارے میں بہت پر جوش ہوں.

دہائی میں تقریبا ایک بار، ایک کتاب آتی ہے جو ہمارے جیسے خواب دیکھنے والوں کے لئے نئے خیالات پیدا کرتی ہے. یہ کتاب کاروباری افراد کے لئے دروازے کھولتی ہے ، اور یہ خواب دیکھنے والوں کی حوصلہ افزائی کرتی ہے کہ وہ ایک طرف سے نکل جائیں اور آزادی کے لئے اپنی تلاش شروع کریں۔ ماضی میں ،رابرٹ کیوساکی کی رچ ڈیڈ پور ڈر ڈیڈ ، ٹم فیریس کی 4 گھنٹے کام کا ہفتہ ، اور اسے کرش کرنے جیسی کتابیں! گیری ویز چک نے کاروباری مالکان کی ایک نئ نسل کو متاثر کیا؛ ان کتابوں کو کلاسیکی سمجھا جاتا ہے کیونکہ وہ آج تک کاروباری افراد کو متاثر کرتی ہیں.

مجھے یقین ہے کہ آپ اس وقت جو کتاب پڑھ رہے ہیں-ریان ڈینیئل مورن کی 12 ماہ سے 1 ملین ڈالر تک -کاروباری افراد کی اس نسل کے لئے اگلی کلاسک ہے۔ سات اعداد و شمار کو چھونے کے لئے ان کے سادہ لیکن بے حد مؤثر فارمولے نے سیکڑوں کاروباری افراد کو دلچسپ کاروبار بنانے کے لئے آزاد کر دیا ہے۔

میں نے ریان ڈینیئل موران کو پہلی بار اس وقت دریافت کیا جب میں نے فیس بک پر وائرل ہونے والی ایک ویڈیو میں ان کی مشہور ٹی شرٹ دیکھی۔ اس میں لکھا ہے:

~~ڈیموکریٹ ری پبلکن~~

~~انٹرپرینیور~~

فوری طور پر، میں جانتا تھا کہ وہ ایک ایسا شخص تھا جو مختلف سوچ رکھتا تھا. یہ وہ شخص تھا جو اصولوں کی مخالفت کرنے اور معمول کی حدوں کو آگے بڑھانے سے نہیں ڈرتا تھا۔

تاہم، میں ریان سے ذاتی طور پر اس وقت تک نہیں ملا جب تک کہ اس نے مجھے اپنی تقریب، کیپیٹلزم کانفرنس میں تقریر کرنے کے لئے نہیں کہا۔ پہلے تو میں نے انکار کر دیا، لیکن پھر ریان نے مجھے

sambaraweb.com

ایک پیشکش کی جسے میں انکار نہیں کر سکتا تھا: اس نے مجھے بوئس میں ایک نجی جیٹ لینے کی پیش کش کی، مجھے رات بھر آسٹن، ٹیکساس لے جایا، اور پھر مجھے اپنے اہل خانہ کے ساتھ رات کے کھانے کے لئے وقت پر گھر لے گیا.

یہ شخص جانتا ہے کہ چیزوں کو کیسے پورا کرنا ہے، میں نے سوچا.

میں جتنا متاثر ہوا، ان کی تقریب میں کاروباری افراد کی برادری نے مجھے اور بھی زیادہ متاثر کیا۔ مرد اور عورتیں اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لئے دنیا بھر سے آئے تھے۔ ان میں سے بہت سے دو سال یا اس سے بھی کم عرصے میں کروڑ پتی بن گئے تھے۔ وہ سبھی سیکھنے کے شوقین تھے، بڑھنے کے لئے پر جوش تھے، اور دنیا میں مزید کام کرنے کے لئے پر جوش تھے.

یہ ایک "راہ راہ" تقریب سے کہیں زیادہ تھا جو کم فروخت کنندگان سے بھرا ہوا تھا۔ اس کے بجائے، یہ برادری ایک تبدیلی لانے کے لئے دے رہی تھی، حاضر تھی، اور بے چین تھی۔ وہ

sambaraweb.com

وہ حقیقی سرمایہ دار تھے: وہ لوگ جو اپنی زندگیوں کی ملکیت لیتے ہیں، قدر پیدا کرتے ہیں، اور اپنی برادری کی خدمت کرتے ہیں.

میں کسی بھی ایسے شخص کی حمایت اور حمایت کرنے پر فخر محسوس کرتا ہوں جو اس طرح کی کمیونٹی کو بڑھا سکتا ہے۔

میری طرح، ریان بہت کم مواقع کے ساتھ بڑا ہوا، لیکن بہت سارے بڑے خوابوں کے ساتھ. اس نے خندقوں میں اس کھیل کا پتہ لگایا۔ ہمارے جیسے لوگ "ہاؤٹو" مینوئل کے ساتھ پروان نہیں چڑھے، لہذا یہ ہماری ذمہ داری ہے کہ ہم کاروباری افراد کی اگلی نسل کو اس علم کے ساتھ بااختیار بنائیں جو ہم نے راستے میں سیکھا۔

میں اپنی کتابوں، اپنے پوڈکاسٹ، اور اپنے سالانہ ایونٹ، فنل ہیکنگ لائیو کے ذریعہ ایسا کرتا ہوں۔ ریان اپنے پوڈکاسٹ کے ذریعے سالوں سے یہ کام کر رہا ہے، لیکن کچھ بھی اس کتاب سے موازنہ نہیں کرتا جو آپ اپنے ہاتھوں میں پکڑتے ہیں۔

جب میں نے کچھ سال پہلے ریان کا پوڈکاسٹ دریافت کیا تو، میں نے کسی ایسے شخص کو تلاش کیا جو ہر چیز کا اشتراک کرنے کے لئے تیار تھا۔ انہوں نے صحیح مصنوعات کا انتخاب کرنے، انہیں منافع بخش طور پر فروخت کرنے کے لئے درست حکمت عملی کا اشتراک کیا، اور سات اعداد و شمار کے کاروبار کو کیسے بڑھایا جائے جسے آپ بالآخر فروخت کر سکتے ہیں اگر آپ چاہیں۔ انہوں نے یہ بھی بتایا کہ کس طرح انہوں نے پیسے کی سرمایہ کاری کی تاکہ وہ زندگی بھر کے لئے آزاد رہیں۔

ریان انٹرنیٹ پر نایاب کرداروں میں سے ایک ہے جو رضاکارانہ طور پر سب کچھ شیئر کرتا ہے۔ اس سے بھی بڑھ کر، وہ نشیب و فراز کا اشتراک کرتے ہیں، جو بہت کم لوگ کرنے کو تیار ہیں۔ فینسی کاروں کو چمکانے یا یہ دعویٰ کرنے کے بجائے کہ سب کچھ ٹھیک اور ٹھیک ہے، ریان چیلنجوں کے بارے

sambaraweb.com

میں اس طرح کھل کر بات کرتا ہے جو کاروباری افراد کو اپنی جدوجہد پر قابو پانے اور زیادہ اعتماد کے ساتھ آگے بڑھنے میں مدد کرتا ہے۔ میری پسندیدہ ویڈیو جو اس نے کبھی کی تھی اسے کہا جاتا ہے، "میں کبھی بھی کروڑ پتی بننا چاہتا تھا" (اگر آپ نے اسے کبھی نہیں دیکھا ہے تو، یہ گوگل کے قابل ہے)۔

میں نے یہ بھی دریافت کیا کہ ریان کی حکمت عملی میری پوری طرح سے تکمیل کرتی ہے۔ اگرچہ میں لوگوں کو نقد مثبت کاروبار بنانے میں مدد کرتا ہوں جو حیرت انگیز قلیل مدتی نتائج پیدا کرتے ہیں، ریان طویل مدتی اثاثوں کی تعمیر پر توجہ مرکوز کرتا ہے جسے اسکیل یا فروخت بھی کیا جا سکتا ہے۔

میں ہمیشہ ان کی رائے سے متفق نہیں ہوں، اور وہ یقینی طور پر مجھ سے زیادہ متنازعہ ہونے کے لئے تیار ہیں، لیکن ان کے طالب علموں کے نتائج خود بولتے ہیں. ہم دونوں کے درمیان، یہ دلیل دی جا سکتی ہے کہ ہم نے تاریخ میں کسی بھی جوڑی کے مقابلے میں زیادہ کروڑ پتی بنانے میں مدد کی ہے.

یہ ایک کاروباری شخصیت بننے کے لئے تاریخ کا واحد سب سے بڑا وقت ہے. یہ آزادی کی زندگی گزارنے کا بہترین وقت ہے۔ اب سے پہلے، مرد اور عورتیں نہیں تھے

sambaraweb.com

اس علم تک رسائی حاصل کریں. کاروباری افراد کو خود ہی اس کا پتہ لگانا پڑا۔

یہ کتاب ملین ڈالر کے کاروبار کی تعمیر کا روڈ میپ ہے۔ یہ ابھی ناممکن لگ سکتا ہے، لیکن میں نے ہزاروں بار ایسا ہوتے دیکھا ہے. میں ریان کے طالب علموں سے ملا ہوں، اور میں نے ان کی کامیابی دیکھی ہے. وہ بڑا سوچتے ہیں. وہ سخت محنت کرتے ہیں۔ وہ چیزوں کو مختلف طریقے سے کرتے ہیں. وہ موڑ سے آگے ہیں. اور سب سے اہم بات یہ ہے کہ وہ اس کتاب کے فارمولے پر عمل کرتے ہیں، کیونکہ یہ کام کرتا ہے.

میں نے اپنے کیریئر میں کبھی بھی اتنے سارے کاروباری افراد کو حقیقی کاروبار بناتے نہیں دیکھا جو آنے والے سالوں تک موجود رہیں گے۔ یہ کتاب اس کو ممکن بنانے کے لئے دستی کتاب ہے۔

مجھے یقین ہے کہ اس کتاب کو پڑھنے والے کاروباری افراد دلچسپ کاروبار بنانے کے لئے اچھی طرح سے لیس ہوں گے جو دنیا میں مثبت اثر ڈالتے ہیں۔

مجھے فخر ہے کہ مجھے ریان کی تقریبات اور اس کے پوڈکاسٹ میں اسٹیج پر دکھایا گیا ہے۔ مجھے فخر ہے کہ ریان میرے "ٹو کو ما کلب" میں ہے۔ سب سے بڑھ کر، میں اس کتاب کے لئے اپنی توثیق دینے پر فخر اور پرجوش ہوں جو آپ کے ہاتھوں میں ہے۔ یہ آپ اور ان ہزاروں لوگوں کے لئے زندگی بدلنے والا لمحہ ہے جو آپ اپنی کامیابی سے متاثر ہوں گے۔

آپ ایک فنل سے دور ہیں. آپ ایک خیال دور ہیں. آپ ایک مصنوعات سے دور ہیں. آپ ایک لمحے کی دوری پر ہیں.

جب آپ اس کتاب کو پڑھیں گے تو آپ کے ذہن میں خیالات زندہ ہو جائیں گے۔ آپ خود کو ایسا کرنے کا تصور کریں گے، اور آپ اپنے کاروبار کو اپنے ذہن میں واضح طور پر دیکھیں گے۔

آپ کے سامنے آنے والے ہزاروں کاروباری افراد ہیں جنہوں نے اس پگڈنڈی کو روشن کیا ہے۔ ہم آپ کی حوصلہ افزائی کر رہے ہیں، اور ہم آپ پر بھروسہ کر رہے ہیں. آپ ایک سرمایہ دار ہیں اور

sambaraweb.com

دنیا آپ پر بھروسہ کر رہی ہے۔

خدا رحم کرے۔

رسل برنسن بانی،

ClickFunnels.com

sambaraweb.com

مقدمہ

اس کتاب کو مت پڑھیں

اگر آپ نے یہ کتاب اس لیے اٹھائی ہے کہ آپ بارہ ماہ میں دس لاکھ ڈالر کمانے کے قلیل مدتی ہدف سے دلچسپی رکھتے ہیں، تو میں ڈین کا حوالہ دے کر شروع کرتا ہوں۔

سلیوان: "ایک کاروباری شخصیت ہونا عمر قید کی سزا ہے۔

دراصل، یہ ایک عظیم مہم جوئی کی طرح ہے - لیکن یہ زندگی بھر رہتا ہے. یہ منظم اور ترتیب وار جیت کی کہانی نہیں ہے. یہ ایک طویل اور ناہموار راستہ ہے جس میں دل دہلا دینے والے نقصانات، خود اعتمادی، ڈپریشن کے واقعات اور ہر چیز کو اپنے کندھوں پر اٹھانے کی بھاری پن شامل ہے۔

کسی بھی مہم جوئی کی طرح، تاہم، اس راستے کے آخر میں واقعی کچھ قیمتی ہے۔ چیلنجوں کا سامنا کرنے کے بعد، آپ توقع نہیں کر سکتے تھے یا تیاری نہیں کر سکتے تھے، جیت ہے. وہاں آزادی ہے. اپنے شاٹس کو

sambaraweb.com

کال کرنے کی صلاحیت ہے. اور، سب سے اہم بات، مہم جوئی کے اختتام پر ایک نیا ہیرو ہے: آپ.

انٹرپرینیورشپ سے زیادہ چیلنجنگ اور فائدہ مند کوئی کھیل نہیں ہے۔ ایک بار جب آپ کو خارش ہو جاتی ہے تو، یہ واقعی کبھی بھی مکمل طور پر کھرچ نہیں جاتا ہے۔ ایک بار جب آپ کو پہلا ذائقہ مل جاتا ہے تو، آپ کبھی پیچھے نہیں ہٹتے ہیں۔ یہ زندگی کے لئے ایسا ہی ہو گا. ایک بار جب آپ کو کاروباری شخصیت بننے کے لئے بلایا جاتا ہے تو، آپ اپنے دن گزارنے کا کوئی دوسرا اطمینان بخش طریقہ نہیں ہے۔

ایک کاروبار شروع کرنے کے لئے اس سے کہیں زیادہ قربانی کی ضرورت ہوتی ہے جتنا میں نے کبھی سوچا تھا۔ تو، میں یہ کیوں کروں؟ سادہ: کیونکہ اس کے علاوہ کچھ بھی نہیں ہے جو میں کر سکتا ہوں اور خوش رہ سکتا ہوں. اگر یہ آپ کی طرح لگتا ہے - اگر آزادی آپ کی دعوت ہے، اور آپ کو اسے حاصل کرنا ہے - تو اس کتاب کو اپنی مہم جوئی کا روڈمیپ سمجھیں۔ ان صفحات میں آپ سیکھیں گے کہ سات شخصی کاروباری شخصیت کیسے بننا ہے۔ یہ منصوبہ ثابت ہو چکا ہے

sambaraweb.com

کام کرنے کے لئے. کامیابی کی سینکڑوں کہانیاں آپ کے سامنے آچکی ہیں، جس سے آپ کا راستہ آسان ہو گیا ہے۔

کاروباری لوگ عجیب ہیں. ہم بہت کم ہیں. ہم چیزوں کو مختلف انداز میں دیکھتے ہیں۔ باقی دنیا ہم پر بحث کرتی ہے، ہمارا فیصلہ کرتی ہے، اور کبھی کبھی کامیابی حاصل کرنے کے لئے ہمیں مورد الزام بھی ٹھہراتی ہے۔ لیکن ہم تبدیلی پیدا کرتے ہیں، اور دنیا کو ہمارے جیسے مزید لوگوں کی ضرورت ہے.

اگر آپ عجیب لوگوں میں سے ایک ہیں، تو یہ کال کا جواب دینے کے لئے آپ کی دعوت ہے.

اگر آپ نہیں ہیں؟ پھر براہ مہربانی صفحہ مت موڑیں۔

میرا یقین کریں، میں یہ جھوٹی سازش پیدا کرنے کی کوشش کرنے کے لئے نہیں کہہ رہا ہوں - میں سنجیدہ ہوں. یہ ایک *انتباہ* ہے، فروخت کی پچ نہیں. اس کتاب کا روڈمیپ اتنا موثر ہے کہ اگر آپ چاہیں تو معمولی تجسس رکھنے والے افراد یعنی کھڑکی خریدنے والوں کو بھی کامیاب کاروباری افراد میں تبدیل کر سکتے ہیں۔ اگر آپ آسانی سے اس راستے پر چلتے ہیں، اور آپ ان صفحات کے اندر منصوبے پر عمل کرتے ہیں تو، آپ اپنے آپ کو ملین ڈالر کے کاروبار کے لئے فوری طور پر ذمہ دار پا سکتے ہیں۔ میں لفظ "ذمہ دار" کو ہلکے سے استعمال نہیں کرتا۔ میں کسی ایسے شخص پر انٹرپرینیورشپ کی خواہش نہیں کروں گا جو اس کے لئے کٹوتی نہیں کرتا ہے یا اس میں لگنے والے کام کی مقدار کے لئے وقف نہیں ہے۔

یہ روڈمیپ ان کاروباری افراد کے لئے ہے جو کامیابی کی راہ تلاش کر رہے ہیں، تلاش کر رہے ہیں اور ان کی تلاش کر رہے ہیں۔ اس نے اکیلی ماؤں کے لئے کام کیا ہے جنہیں تبدیلی کی اشد ضرورت ہے۔ اس نے دیوالیہ خاندانوں کے لئے کام کیا ہے جنہیں نئی امید کی ضرورت تھی۔ اس نے چھوٹے بچوں کے لئے کام کیا ہے جو اپنی زندگی کے ساتھ کچھ مختلف کرنا چاہتے تھے۔ آپ کو اس کتاب کے صفحات میں ایسی بہت سی کامیابیوں کی کہانیاں ملیں گی۔ امید کے ساتھ، آپ اپنے آپ کو ان کی کہانیوں میں دیکھیں گے.

sambaraweb.com

لیکن یہ طریقہ ان لوگوں کے لئے بھی چیلنجوں کا سبب بن سکتا ہے جو اس کی ضرورت کے خون، پسینے اور آنسوؤں کے لئے تیار نہیں ہیں. صحیح ذہنیت کے بغیر کاروبار شروع کرنے سے آپ کے دن ضائع ہو جائیں گے ، آپ کے کام اور زندگی کا توازن تباہ ہو جائے گا، اور آپ کو یہ سوال کرنے پر مجبور کر دیا جائے گا کہ آپ لمحہ بہ لمحہ کیا کر رہے ہیں۔ آپ اپنے آپ پر ان طریقوں سے شک کریں گے جن کے بارے میں آپ نہیں جانتے تھے کہ یہ ممکن ہے۔

در حقیقت، میں نے حال ہی میں ارب پتی ڈین پینا کو یہ کہتے ہوئے سنا ہے کہ وہ دوبارہ ایسا کبھی نہیں کریں گے۔ یہ تعاقب سب کے لیے مشکل ہو جاتا ہے اور کبھی ختم نہیں ہوتا۔ اس کے علاوہ، انہوں نے کہا، ان کے بچوں کے ساتھ بہت سے یاد شدہ دن تھے.

آپ کے پاس یہاں اس کتاب کو بند کرنے اور چلے جانے کا موقع ہے۔ یا، ارے- اسے اس دوست کو دے دو جسے آپ جانتے ہیں کہ جس میں ماسوچسٹ رجحانات ہیں (ہم سب کے پاس اس طرح کا ایک دوست ہے، ٹھیک ہے؟)۔ اگر آپ اپنی زندگی سے خوش ہیں تو اسے اسی طرح گزارتے رہیں۔ کل اپنے بستر پر اٹھو، اپنے ناشتے کا لطف اٹھائیں، اور بنیں

sambaraweb.com

شکر ہے کہ دنیا میں ایسے پاگل لوگ ہیں جو کامیابی کی تلاش میں اپنے کاروبار پر خون بہانے کے لئے سب کچھ قربان کر دیں گے۔

لیکن اگر آپ جانتے ہیں - اگر آپ 100 فیصد یقین رکھتے ہیں - کہ آپ ان پاگل لوگوں میں سے ایک ہیں... اسٹریپ کریں.

صفحے کو موڑ کر، آپ کچھ عظیم بنانے کے عمل سے وابستہ ہیں۔ اگر آپ اس روڈ میپ پر عمل کرتے ہیں تو، ایک اچھا امکان ہے کہ آپ کے پاس اب سے ایک سال بعد ملین ڈالر کا کاروبار ہو گا۔ یہ آپ کی شاندار مہم جوئی ہے، اور آپ کا سفر اب شروع ہوتا ہے.

sambaraweb.com

تعارف

جب میں بچہ تھا تو میں نے اپنے والد سے پوچھا کہ کتنے ملین ڈالر ہیں۔

میرے والد تیس سال سے زیادہ عرصے سے مڈل اسکول کے استاد تھے۔ انہوں نے اپنے بچوں کی دیکھ بھال کرنے اور ریٹائرمنٹ پیدا کرنے کے لئے اپنے پیشے کو اپنی زندگی دے دی۔ ایک استاد کی حیثیت سے، انہیں کبھی بھی کروڑپتی بننے کا زیادہ موقع نہیں ملا۔

sahibanweb.com

انھوں نے کہا کہ 'ریان اگر میں نے اپنے پورے کیریئر کے لیے کام کیا اور کبھی کمایا ہوا کوئی پیسہ خرچ نہ کیا تو میرے پاس تقریباً دس لاکھ ڈالر ہوں گے۔

اس پر عمل کرنے میں مجھے چند سال لگے۔ لیکن اگر آپ اعداد و شمار چلاتے ہیں، تو یہ سمجھ میں آتا ہے. ایک بار جب آپ ٹیکس وں پر غور کرتے ہیں تو، اساتذہ ایک سال میں اوسطاً $40،000 گھر لے جاتے ہیں۔ ایک ملین ڈالر کمانے کے لئے، انہیں پچیس سال تک کام کرنا پڑے گا، اور کبھی ایک پیسہ بھی خرچ نہیں کرنا پڑے گا.

جیز.

میں نے اس وقت اور وہاں فیصلہ کیا کہ میں کروڑ پتی بننا چاہتا ہوں۔ میں نہیں جانتا کیوں۔ شاید میں نے کروڑ پتی ہونے کو آزاد ہونے کے برابر قرار دیا۔ میرا مطلب ہے کہ صرف 6 فیصد سود پر لگائے گئے ایک ملین روپے سے وہی سالانہ آمدنی حاصل ہو گی جو میرے والد نے اپنی باقی زندگی میں کمائی تھی۔ میں وہ کر سکوں گا جو میں کرنا چاہتا تھا (اس لمحے کے لئے، ایک سادہ لوح بچے کو نظر انداز کر دوں - سوچتا ہوں کہ

سالانہ 40 ہزار ڈالر جو چاہیں کرنے کے برابر ہیں)۔

اس وقت، میں صرف ایک کاروباری ذہن کا بچہ تھا جس کو کوئی اندازہ نہیں تھا کہ کروڑ پتی بننے کا رن وے کیسا ہے. پیسہ کمانے کے کچھ واضح طریقوں یعنی رئیل اسٹیٹ، اسٹاک مارکیٹ کے بارے میں پڑھنے کے بعد مجھے احساس ہوا کہ یہ راستے لمبے، سست اور بہت سست لگ رہے ہیں۔ مجھے سرمایہ کاری میں موجود کنٹرول کی کمی بھی پسند نہیں تھی۔ اس طرح سے ایک ملین ڈالر کمانے کا مطلب مارکیٹ کی مرضی سے بڑھنا اور گرنا ہو گا، اور میں اپنا راستہ خود بنانا چاہتا تھا۔

sambaraweb.com

بارہ سال کی عمر میں، میں نے یہ نتیجہ اخذ کیا کہ اپنی شرائط پر ایک ملین ڈالر کمانے کا واحد طریقہ ایک کاروبار شروع کرنا تھا. میری مہم جوئی نے تقریبا بیس سال بعد ایک خاص طور پر دلچسپ پلاٹ موڑ کو نشانہ بنایا۔ انتیس سال کی عمر میں ایک انتہائی حیرت انگیز صبح میں نے خود کو ایک بینک بیلنس کو دیکھ کر حیرت زدہ پایا جو راتوں رات آٹھ اعداد و شمار میں بدل گیا تھا۔

اس صبح میرے بزنس پارٹنر میٹ نے جلدی فون کیا تھا۔ میں میٹ کو اپنی بیس ویں دہائی میں جانتا تھا، اور ہماری انفرادی مہم جوئی نے اس میں سے زیادہ تر کے لئے ایک ہی راستہ اختیار کیا تھا- ہم نے مل کر کاروبار بنائے تھے، سیاست اور مذہب کے بارے میں بات کرتے ہوئے صبح سویرے جاگتے تھے، اپنی سب سے بڑی جیت اور سب سے زیادہ نقصانات کا اشتراک کرتے تھے، اور یہاں تک کہ ایک ہی سال میں باپ بن جاتے تھے. ہمارا رشتہ، کسی بھی کاروباری شراکت داری کی طرح، ایک شادی کی طرح تھا. ہمارے پاس ایک قاعدہ تھا کہ اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ کیا ہو رہا ہے اگر دوسرا فون کرتا ہے تو ہم ہمیشہ فون اٹھائیں گے۔

جب میں نے فون کا جواب دیا تو میٹ خوش تھا۔ وہ کئی ہفتوں سے خوش نہیں تھا- ہم اپنے کاروبار کے ساتھ ایک تناؤ کے وقت سے گزر رہے تھے، شاید اس وقت تک ہم میں سے کسی نے بھی سب سے زیادہ تناؤ کا سامنا کیا تھا. لیکن اس کے بعد اس کی آواز ایسی لگ رہی تھی جیسے وہ اب تک کی سب سے بڑی مسکراہٹ کو بمشکل روک رہا ہو۔

"تم نے دیکھا؟" اس نے پوچھا۔

میں اس وقت جانتا تھا کہ وہ کس بارے میں بات کر رہا تھا، لیکن میں ابھی تک اپنے آپ کو واقعی اس پر یقین نہیں کر سکا. "یہ وہاں ہے؟" میں نے کہا.

"میں آپ کے لئے حیرت کو خراب نہیں کرنا چاہتا، لیکن ہاں. یہ وہاں ہے." "واقعی؟"

sambaraweb.com

"واقعی۔"

میں نے اپنے بینک کی ویب سائٹ کھولی، لاگ ان کیا، اور وہاں یہ تھا: $10 ملین، سب سے زیادہ رقم جو میں نے اپنی زندگی میں کبھی دیکھا تھا. ہم نے کامیابی کے ساتھ اپنی فٹنس سپلیمنٹ کمپنی، شیر اسٹرینتھ میں اکثریتی حصص فروخت کیے تھے، اور خریداری کرنے والی کمپنی کا تار آخر کار اتر گیا تھا۔ یہ میرے والد کے پورے کیریئر کے دوران دیکھے گئے پیسے سے دس گنا زیادہ رقم تھی۔ درحقیقت، یہ کافی پیسہ تھا کہ نہ تو میٹ اور نہ ہی مجھے اپنی زندگی میں دوبارہ ایک دن کام کرنا پڑے گا.

"ٹھیک ہے، مجھے لگتا ہے... ایک اچھا اختتام ہفتہ ہے؟" میٹ نے ہنستے ہوئے کہا۔

"اوہ،" میں نے جواب دیا، "میں جا رہا ہوں۔"

sambaraweb.com

اس کا قسمت سے کوئی لینا دینا نہیں ہے

جب آپ کے بینک اکاؤنٹ میں رات بھر $10 ملین ظاہر ہوتے ہیں تو آپ کیا کرتے ہیں؟ بالکل ایسا ہی میرے اور میٹ کے ساتھ ہوا تھا- لیکن یہ حادثاتی طور پر نہیں ہوا تھا۔

یہ سالوں کی براہ راست منصوبہ بندی اور کام کا نتیجہ تھا. ایک دہائی کی آزمائش اور غلطی کے بعد، ہم نے وہ آزادی حاصل کی جو ہم ہمیشہ تلاش کرنے کی امید رکھتے تھے.

اگر آزادی آپ کا مقصد ہے، تو یہ کتاب آپ کا نقطہ آغاز ہے. آپ کے پورے سفر کے دوران، یہ کتاب آپ کی رہنمائی کرے گی، جو آپ کو ملین ڈالر کے کاروبار کی تعمیر کے ہر مرحلے سے گزرے گی اور آپ کو ہر رکاوٹ پر قابو پانے میں مدد کرے گی۔ میں پہلے ہی ان رکاوٹوں کا کئی بار تجربہ کر چکا ہوں، جیسا کہ دوسرے کاروباری افراد کے ساتھ میں نے کام کیا ہے، اور اسی طرح وہ طلباء بھی ہیں جو میرے پوڈ کاسٹ اور یوٹیوب ویڈیوز میں بیان کردہ طریقوں پر عمل کرتے ہیں۔ ہم آپ سے آگے کا راستہ طے کر چکے ہیں، اس لیے ہم جانتے ہیں کہ گڑھے کہاں ہیں۔

دراصل، یہی وہ حصہ ہے جس کی وجہ سے میں نے یہ کتاب لکھی ہے۔ اس سے مجھے یہ جاننے میں مدد ملتی ہے کہ میں دوسرے کاروباری افراد کو آزادی کے اپنے راستے پر ایک ہموار سفر کرنے میں مدد کر سکتا ہوں۔

جب ہم اپنا کاروبار بنا رہے تھے تو میٹ اور میرے پاس گائیڈ بک نہیں تھی۔ ہمارے پاس ایک سرپرست تھا، ٹریوس، ایک ناقابل یقین انسان جس نے ہماری بہت مدد کی. ہم کسی کو بھی نہیں جانتے تھے کہ اس نے کبھی ملین ڈالر کا کاروبار بنایا تھا، فروخت کرنا تو دور کی بات ہے۔ درحقیقت، ہم جن "کاروباری افراد" کے ساتھ گھومتے تھے، ان میں سے زیادہ تر "ضرورت مندوں" کی طرح تھے۔ وہ اس طرح کے کاروباری شخصیت تھے جو آپ ان دنوں یوٹیوب پر دیکھتے ہیں جو کاروں اور لڑکیوں کے

sambaraweb.com

ساتھ اپنی "دولت" کا مظاہرہ کرتے ہیں۔ (سبق نمبر ایک: کوئی بھی اپنی ساری رقم لگژری گاڑیوں پر خرچ کرکے امیر نہیں ہوا۔ سبق نمبر دو: گرل فرینڈ ہونا آپ کو امیر نہیں بناتا ہے - حقیقت میں یہ عام طور پر اس کے برعکس ہوتا ہے۔

یہ ہمارا منظر کبھی نہیں تھا. ہم کچھ حقیقی چاہتے تھے. میٹ نے ایک بار مجھ سے کہا، "میں جانتا ہوں کہ ہم کامیاب ہونے جارہے ہیں. جب تک ہم ایسا نہیں کرتے ہم اس پر سخت محنت کریں گے۔ یہ خیال ہے یا نہیں، مجھے نہیں معلوم... لیکن ہم وہاں پہنچ یں گے." اگر آپ اسی ذہنیت کی تعمیر کرسکتے ہیں، تو آپ بالکل ٹھیک ہو جائیں گے.

ایک طویل عرصے سے "خواہشمند کاروباری افراد" کے طور پر، ہم نے بہت سارے خیالات آتے اور جاتے ہوئے دیکھے تھے. ہم نے بہت سے ضرورت مندوں کو آتے اور جاتے دیکھا– ہم نے ایک ایک کرکے ان پر سبقت حاصل کی۔ ہم نے کامیابی حاصل کرنے کی اپنی کوششوں میں بے شمار کاروباری ماڈلز اور "اچھے خیالات" آزمائے۔ اور ہمیں یہ کرنے میں مزہ بھی آیا۔ ایمانداری سے، ایک کاروباری شخصیت بننے کا سب سے آسان اور ممکنہ طور پر سب سے زیادہ تفریحی وقت شروع ہوتا ہے، جب آپ جوش و خروش سے بھر جاتے ہیں. آپ رات کو دیر تک جاگتے ہیں جیسا کہ میٹ اور میں کیا کرتے تھے، آپ ان تمام حیرت انگیز کامیابیوں کے بارے میں بات کرتے ہیں جو آپ جارہے ہیں۔

sambaraweb.com

ہونا چاہئے. آپ اس دن کے بارے میں خواب دیکھتے ہیں جب آپ کا بینک اکاؤنٹ اچانک راتوں رات دس گنا پھٹنے والا ہے۔ دنیا بھر کے انیس سالہ کاروباری افراد کے درمیان رات گئے ہونے والی یہ پرجوش بات چیت ہر روز ہوتی ہے اور یہ عام طور پر جیک اسکوٹ کا باعث بنتی ہیں۔

میٹ اور میرے ساتھ، ان بات چیت نے بہت سے جھوٹے آغاز اور ناکام منصوبوں کو جنم دیا. آج ہم ان کے بارے میں ہنستے ہیں. ہمیں تیار ہونے میں چھ سال لگے۔ اس کتاب میں آپ جو طریقہ سیکھیں گے اس کے بارے میں خیال کے ساتھ آنے کے لئے ایک اور سال؛ اور ماڈل کی تعمیر کے لئے چار سال جو بالآخر ہمارے $10 ملین کی ادائیگی کا باعث بنے۔

لیکن اگر آپ وہ اقدامات کرتے ہیں جو آپ اس کتاب میں سیکھیں گے اور سب کچھ کریں گے تو، اسے کامیاب ہونے میں دس سال نہیں لگیں گے۔ اس میں آپ کو صرف بارہ مہینے لگیں گے.

میٹ اور میں سب سے پہلے اس طریقہ کار کو "پیش قدمی" کرنے والے تھے، زیادہ تر اس طریقے کو اپنے عزم اور گھنٹوں کی تحقیق اور ٹیسٹنگ کے ذریعے یکجا کرتے تھے۔ جب سے ہم نے اسے عملی جامہ پہنایا ہے اور دوسروں کو سکھانا شروع کیا ہے، اس نے کامیابی کی سینکڑوں کہانیاں تخلیق کرنے میں مدد کی ہے۔ آپ اس کتاب میں بہت سے لوگوں کے پیچھے کاروباری افراد سے ملیں گے. اس دن میرے بینک اکاؤنٹ میں موجود 10 ملین ڈالر کو دیکھ کر مجھے یقین تھا کہ میٹ اور میں انٹرنیٹ پر کچھ چھوٹی سی ہلچل کے ساتھ نہیں آئے تھے۔ یہ کوئی غیر فعال آمدنی کی اسکیم نہیں تھی۔ یہ حقیقی تھا.

جب ہم نے شیر اسٹرینتھ کو ایک سرمایہ کاری کمپنی کو فروخت کیا- اور اس عمل میں متعدد دلچسپی رکھنے والی پارٹیاں تھیں- تو یہ واقعی میرے لئے کلک کیا. میں نے محسوس کیا، یہ طریقہ کام کرتا ہے. یہ اسکیل ایبل ہے. یہ دہرایا جاسکتا ہے. اور بڑے کاروبار وہی خریدنا چاہتے ہیں جو اس سے پیدا ہوتا ہے۔

اور اگر آپ اپنے آپ کو روح چوسنے والی جدوجہد یعنی انٹرپرینیورشپ سے گزرنے کا فیصلہ کرتے ہیں تو آپ بھی کامیاب ہوسکتے ہیں۔

sambaraweb.com

سب اندر جاؤ

اس کتاب کے عنوان پر ایک اور نظر ڈالیں۔

12 ماہ سے 1$ ملین تک فوری طور پر آپ کے ذہن میں کیا پیدا ہوتا ہے؟

اگر اس سوال کا جواب امیر بننے کا ایک آسان راستہ ہے، یا ایک طرف سے کچھ عظیم بنانے کا فوری طریقہ ہے، تو یہ آپ کے لئے ایک مشکل سال ہونے جا رہا ہے. آپ شاید کاروبار کے بجائے لاٹری ٹکٹ کے ساتھ بہتر ہوں گے۔ کوئی غلطی نہ کریں: میں اس کتاب میں آپ کو جو پیش کر رہا ہوں اس کے لئے بہت سارے کام کی ضرورت ہو گی. آپ یہ معمولی طور پر نہیں کر سکتے ہیں۔ جبکہ آپ اسے سائیڈ پر شروع کر سکتے ہیں، یہ ہے

sambaraweb.com

کوئی "سائیڈ ہسل" یا ون ٹائم گیگ نہیں۔ کسی وقت آپ کو اندر جانے کی ضرورت ہو گی. جب آپ ایسا کرتے ہیں تو، ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنانا ممکن ہو جاتا ہے۔

ہر کامیاب کاروبار کی بنیاد پر ایک کاروباری شخص ہوتا ہے جو یہ سب کچھ لائن پر ڈالنے اور کمپنی کو اس کے پہلے ملین تک لے جانے کے لئے تیار ہے۔ جب تبدیلی آتی ہے اور دولت پیدا ہوتی ہے، تو ہمیشہ ایک شخص ہوتا ہے جو اسے اپنی پیٹھ پر رکھتا ہے اور اسے ایک چیلنج کے طور پر لیتا ہے.

میں اس شخص کو بااختیار بنانے کے لئے جیتا ہوں۔ میڈیا میں جو کچھ آپ سن سکتے ہیں اس کے برعکس منافع خور سرمایہ دار اس دنیا میں سب سے بڑی تبدیلی پیدا کرتے ہیں۔ میں اس اقدار پر اتنا پختہ یقین رکھتا ہوں کہ میں ذاتی طور پر ان کاروباروں میں سرمایہ کاری کرتا ہوں جو میرے طلباء اور دوست شروع کرتے ہیں۔ میں اس تبدیلی کا حصہ بننا چاہتا ہوں جو ان کاروباری افراد نے پیدا کی ہے۔

ہینی جیسے لوگ، جنہوں نے میرا پوڈکاسٹ دریافت کیا اور ایک آؤٹ ڈور کمپنی شروع کی جس سے مجھے محبت ہو گئی۔ میں نے اس کی ہاتھ سے تیار کردہ بیگ کمپنی، نیٹ پیک میں $85،000 کی سرمایہ کاری کی۔ اور اونت جیسی کمپنیاں، میرے دوست اوبری مارکس کے ذریعہ شروع کردہ ایک کارکردگی کمپنی جو اپنی صنعت میں سب سے زیادہ پسند کی جانے والی انسانی کارکردگی کی کمپنی بن گئی ہے۔ یا آؤٹ اسٹینڈنگ فوڈز، مشروم پر مبنی چپ کمپنی جو پائیدار طریقے سے مزید ارناشتے کے کھانے بنانے کی تحریک کا حصہ ہے۔ ہر روز میں اسٹارٹ اپس کو مشورہ دینے اور کاروباری افراد کو حیرت انگیز چیزیں بنانے کے لئے بااختیار بنانے میں اپنا وقت گزارتا ہوں۔

میٹ اور میں نے اپنے طریقہ کار کی تعمیر میں گزارے گئے طویل سالوں کے دوران، میں نے اپنے تجربات اور اپنے پوڈکاسٹ اور اپنے یوٹیوب چینل پر اپنے تمام تکراروں، ناکامیوں اور کامیابیوں کو دستاویزی شکل دی۔ جتنا زیادہ میں نے شیئر کیا، اتنا ہی دوسرے لوگوں نے بھی اس کی پیروی کی اور اپنے سفر کو بھی شیئر کرنا شروع کر دیا۔ جب ہم نے سیکڑوں کیس اسٹڈیز، ذاتی سفر، اور ناقابل یقین کامیابی اور

sambaraweb.com

کچلنے والی ناکامی کی کہانیاں مرتب کیں تو انٹرنیٹ انٹرپرینیورز کی ایک پوری کمیونٹی بننا شروع ہو گئی۔ ہم سب نے مل کر اپنا راستہ تلاش کیا۔

میٹ اور میں نے اپنی کمپنی فروخت کرنے کے بعد، میں نے Capitalism.com شروع کیا، جو کاروباری افراد کو کاروبار کے ذریعہ تبدیلی پیدا کرنے کے لئے بااختیار بناتا ہے۔ میں نے ایک سالانہ پروگرام بھی شروع کیا، جس کا نام کیپیٹلزم کانفرنس ہے، جہاں میں ان تمام بڑے کاروباری افراد کو اکٹھا کرتا ہوں جن سے میں سب سے زیادہ سیکھنا چاہتا ہوں اور ان سے آپ جیسے کاروباری افراد کو اپنی کہانیاں سنانا چاہتا ہوں۔

12 ماہ سے 1 ملین ڈالر تک کے طریقہ کار کے ساتھ، ہم نے کاروباری افراد کی ایک کمیونٹی کو متاثر کیا ہے جو دنیا کے کونے کونے کو متاثر کر رہے ہیں، اور میں چاہتا ہوں کہ آپ اس کمیونٹی کا حصہ بنیں. سینکڑوں لوگوں نے مجھے بتایا ہے کہ انہوں نے انٹرنیٹ پر شائع کردہ مفت معلومات کو سننے کے نتیجے میں سات اعداد و شمار کے کاروبار بنائے ہیں۔

sambaraweb.com

یہ سب یہ کہنے کا ایک طریقہ ہے کہ ایسے لوگ ہیں جو آپ کی حمایت کرتے ہیں۔ ہم چاہتے ہیں کہ آپ کامیاب ہوں. لیکن یہ ایک بہت بڑی ذمہ داری ہے. آپ کو عہد کرنا پڑے گا. آپ کو سب اندر جانا پڑے گا.

مجھے مشورہ تلاش کرنے والے یا اپنے کاروبار کی کہانی شیئر کرنے کے لئے لوگوں کی طرف سے بہت زیادہ رابطہ کیا جاتا ہے۔ آپ سوچیں گے کہ یہ جلدی پرانا ہو جائے گا، لیکن ایمانداری سے، ایسا نہیں ہے. مجھے ان لوگوں کے ساتھ انٹرپرینیورشپ کے بارے میں بات کرنا پسند ہے جو اس کے بارے میں اتنے ہی پرجوش ہیں جتنا میں ہوں۔ مجھے خاص طور پر مشکل چیزوں، زوال اور جدوجہد کے بارے میں بات کرنا پسند ہے. یہ اس طرح کی چیزیں ہیں جو آپ ممکنہ طور پر سمجھ نہیں سکتے ہیں جب تک کہ آپ وہاں نہ ہوں۔

ایک چیز جو مجھے پاگل بنا دیتی ہے، وہ یہ ہے کہ جب لوگ کامیاب ہونے کے لئے فول پروف، صفر خطرے، "آسان طریقہ" کے بارے میں مشورہ کے لئے مجھ سے رابطہ کرتے ہیں. اس سے قطع نظر کہ انٹرنیٹ آپ کو کیا بتاتا ہے، یہ موجود نہیں ہے۔

اگر آپ صرف نتائج کی پیروی کر رہے ہیں، تو آپ کو ایک مشکل سفر کرنا پڑے گا. اگر آپ صرف ملین ڈالر کا کاروبار کرنے کے "کسی دن کے مقصد" پر توجہ مرکوز کرتے ہیں تو، آپ اس کام کو نظر انداز کر دیں گے جو آپ کے سامنے ہے اور اپنے مقصد تک پہنچنے میں بالکل ناکام ہو جائیں گے۔

اس کتاب میں آپ سیکھیں گے کہ آپ کو اپنے مقصد کو حاصل کرنے کے لئے ہر قدم سے ایک ایک کر کے کیوں گزرنا پڑتا ہے - اور کیوں شارٹ کٹ آپ کو اصل میں پہاڑ کے کنارے سے ٹکرا دیں گے۔ راستے میں برے دنوں، خود اعتمادی اور الجھن کے اپنے منصفانہ حصے کی توقع کریں. ہم آپ کے زیادہ تر چیلنجوں پر مل کر قابو پالیں گے، لیکن اگلے بارہ مہینوں تک بغیر تنخواہ کے بہت سے لمبے گھنٹوں کی توقع کریں گے، جس کا مقابلہ گہری خوشی، جوش اور جذبے کے غیر معمولی لمحات سے کیا جائے گا۔

sambaraweb.com

اگر آپ اس کتاب سے ایک چیز کو ہٹادیں تو یہ گہرا احساس ہونا چاہئے کہ آپ ایسا کر سکتے ہیں۔ آپ ایک منافع بخش کاروبار کے ساتھ دوسری طرف آسکتے ہیں جو آپ کو اپنی باقی زندگی کے لئے آزاد کرتا ہے۔

12 ماہ سے $1 ملین تک

میں اس کتاب میں مندرجہ ذیل باتوں کو کئی بار دہراتا رہوں گا۔ درحقیقت، جب تک آپ پڑھنا ختم کرتے ہیں، آپ اسے یاد کر لیں گے - یہ اتنا اہم ہے. یہاں آپ ملین ڈالر کا کاروبار بنانے کا طریقہ بتاتے ہیں:

اگر آپ کے پاس تین سے پانچ مصنوعات ہیں، 30 ڈالر فی یونٹ کی اوسط قیمت پر، ہر ایک روزانہ پچیس سے تیس یونٹ فروخت کرتا ہے، تو آپ کے پاس ایک ملین ڈالر کا کاروبار ہے.

sambaraweb.com

جب میں لوگوں کو یہ سادہ سا فارمولا بتاتا ہوں تو ان کی آنکھیں پھیل جاتی ہیں۔ وہ اکثر مجھ پر یقین نہیں کرتے.

"واقعی؟" وہ کہتے ہیں۔ "یہ اتنا مشکل نہیں لگتا. یہ آسان لگتا ہے!"

جہاں تک فروخت کرنا ہے، یہ عمل نظریاتی طور پر کسی بھی قسم کے کاروبار کے لئے کام کرے گا. یہ کہا جا رہا ہے، میں نے جسمانی سامان فروخت کرنے میں سب سے زیادہ کامیابی دیکھی ہے - یا، جیسا کہ میں اسے کہتا ہوں، *ایک برانڈ بنانا*۔ ایک برانڈ صرف مصنوعات کا ایک گروپ (تین سے پانچ) ہے، جن میں سے ہر ایک ایک ہی گاہک کی خدمت کرتا ہے.

میں نے جو عمل طے کیا ہے اس پر عمل کرنا پیچیدہ نہیں ہے، لیکن وہاں تک پہنچنے کے لئے کام کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس عمل میں اقدامات کی ایک سیریز شامل ہے جسے چھوڑا نہیں جا سکتا ہے۔ ایک گھر کی تعمیر کی طرح ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنانے کا تصور کریں. آپ کو احتیاط سے بلیو پرنٹ پر عمل کرنا ہو گا، ورنہ پوری چیز ٹوٹ جاتی ہے۔ آپ دیواروں کو پینٹ کرنے کے حق میں بنیاد ڈالنے سے نہیں بچ سکتے ہیں۔

اس کے بعد آنے والے ابواب میں، یہاں آپ کو کیا پتہ چلے گا:

1. موقع. ایک نئے کاروباری شخص کے لئے ایک کامیاب کاروبار بنانے کا بہترین موقع کیا ہے؟ اب ایسا کرنے کا وقت کیوں ہے؟ ای کامرس اور سوشل میڈیا کا نیا منظر نامہ مواقع کا ماحول کیسے پیدا کرتا ہے؟ اور آپ اس سب میں کیسے فٹ ہوتے ہیں؟ آپ کو پتہ چلے گا کہ اب آپ کی پائی بنانے کا بہترین وقت کیوں ہے، اور کیوں دوسرے ہیں جو ایک ٹکڑا خریدنے کے لئے تیار اور تیار ہیں۔

sambaraweb.com

2 . **ذہنیت**. ایک وجہ ہے کہ ہر ناپسندیدہ شخص ایک کامیاب کاروباری شخصیت نہیں بن جاتا ہے، اور نفسیات پہیلی کا ایک بڑا ٹکڑا ہے۔ میں آپ کو ایک سال میں کاروبار کو صفر سے دس لاکھ تک لے جانے کے لئے صحیح ذہنیت کی ترقی کے ذریعے لے جاؤں گا۔

3 . **گاہکوں کو حاصل کرنا**. ایک ملین ڈالر کا کاروبار کسی مصنوعات سے شروع نہیں ہوتا ہے؛ یہ ایک شخص سے شروع ہوتا ہے. اپنے کاروبار کی تعمیر میں آپ کا پہلا قدم اپنے گاہک کی شناخت کرنا اور پھر اس کی ضرورت کا جواب دینا ہونا چاہئے. یہ ایک حقیقی برانڈ بناتا ہے، نہ کہ صرف آمدنی کا سلسلہ۔ اگر آپ کو یہ ٹکڑا صحیح مل جاتا ہے تو، آپ کے پاس بار بار خریداروں کی ایک بڑی تعداد ہو گی جو آپ کی مصنوعات کے لئے بے تابی سے "اوور پے" کریں گے، اس کے لئے آپ کا شکریہ، اور اپنے تمام دوستوں کو آپ کے بارے میں بتائیں گے۔

sambaraweb.com

4. **حاصل ضرب**. اپنی پہلی مصنوعات کا انتخاب آپ کو درپیش سب سے بڑی رکاوٹ ہو گی۔ اس کے لئے تحقیق، صبر اور عزم کی ضرورت ہو گی. سب سے اہم بات یہ ہے کہ اس کے لئے سننے کی ضرورت ہو گی کہ آپ کا گاہک کیا کہہ رہا ہے۔ میں آپ کو آئیڈیالوجی سے لے کر پروٹو ٹائپنگ اور اصلاح تک پورے عمل سے گزروں گا، جس سے آپ کو اس رکاوٹ کو کچھ ہی وقت میں دور کرنے میں مدد ملے گی۔

5. **فنڈنگ**. یقیناً، آپ کے پاس ایک عمدہ مصنوعات ہے، اور آپ جانتے ہیں کہ آپ کس کو فروخت کر رہے ہیں - لیکن آپ اپنی انوینٹری کو کس طرح فنڈ کرتے ہیں؟ پیسے کے بارے میں دباؤ ڈالے بغیر، یہاں بتایا گیا ہے کہ کس طرح خود کفیل آمدنی کی مشین میں اپنا راستہ بنانا ہے۔

6. **ڈیک کو اسٹیک کرنا**۔ آپ اس بات کی ضمانت کیسے دیتے ہیں کہ آپ کی پہلی مصنوعات کامیاب ہے، گیٹ سے باہر؟ ایک بار جب آپ فیصلہ کر لیتے ہیں کہ آپ کس کاروبار میں ہیں تو، ہم اس بات کو یقینی بنانے کے لئے کام کریں گے کہ آپ ایسی مصنوعات کو پکڑنے میں پھنس نہ جائیں جو کوئی نہیں چاہتا ہے۔ یہ وہ جگہ ہے جہاں آپ ڈیک کو اسٹیک کرتے ہیں تا کہ آپ کے لانچ کا دن دھماکے کے لئے ترتیب دیا جائے۔

7. **پھینکنا**. آپ کی پہلی مصنوعات لانچ کرنے کے لئے تیار ہے. اب آپ کیا کرتے ہیں؟ کیا آپ اسے سوار ہونے دیتے ہیں؟ نہیں. یہاں تعلقات کی تعمیر اور کچھ اسٹریٹجک مارکیٹنگ تجاویز آپ کے کاروبار کو ایک ہی پروڈکٹ سے عالمی معیار کے برانڈ تک لے جائیں گی، کیونکہ ہم اس بات کا احاطہ کرتے ہیں کہ آپ کو روزانہ پچیس فروخت کے کلیدی ترقی کے نقطہ تک پہنچنے کے لئے کیا کرنے کی

sambaraweb.com

ضرورت ہے۔

8 .**اسکیلنگ**. آپ کے پاس ایک مصنوعات ہے جو ایک دن میں پچیس یونٹ فروخت کرتی ہے۔ آپ نے ثابت کیا ہے کہ آپ مارکیٹ میں ایک مصنوعات حاصل اور فروخت کر سکتے ہیں. اب وقت آگیا ہے کہ مصنوعات دو، تین، چار اور پانچ کو لانچ کیا جائے اور بارہ ماہ کے اختتام تک اسنو بال کو ملین ڈالر کی آمدنی کے دھارے میں تبدیل ہوتے ہوئے دیکھا جائے۔

9 . **مارکیٹنگ**. یقینی طور پر، اگر آپ بہت ساری مشہور شخصیات کے دوست ہیں جو اپنے انسٹاگرام پر آپ کے برانڈ کے بارے میں پوسٹ کریں گے تو، آپ مارکیٹنگ کے ساتھ تیار ہیں۔ لیکن کیا ہو گا اگر آپ شروع سے شروع کر رہے ہیں، بغیر کسی رابطے اور مارکیٹنگ کا کوئی تجربہ نہیں ہے؟ یہاں بتایا گیا ہے کہ آپ تعلقات، اثر ورسوخ رکھنے والوں اور سامعین کے ذریعہ صحیح قسم کی مارکیٹنگ کیسے بنا سکتے ہیں، اپنے کاروبار کو ایک قابل احترام برانڈ کی سطح پر لا سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

10. حصول. آپ کے کاروبار کو فروخت کرنا کیسا لگتا ہے؟ آپ جو کچھ تعمیر کر رہے ہیں اس کے لئے وہاں بہت سے خریدار بھوکے ہیں۔ یہاں آپ سیکھیں گے کہ اس عمل کو کس طرح نیویگیٹ کرنا ہے، اپنے پے ڈے کو لاک کرنا ہے، اور فیصلہ کریں گے کہ اس کے بعد کیا کرنا ہے۔

میں جن کاروباری افراد کے ساتھ کام کرتا ہوں، ان میں سے بہت سے کے لئے، جب کاروبار شروع کرنے کی بات آتی ہے، تو یہ ان کا پہلا روڈیو نہیں ہے. مسئلہ یہ ہے کہ وہ مالی آزادی کے سینکڑوں مختلف راستوں کو دیکھ سکتے ہیں۔ وہ اکثر کچھ میں مشغول رہتے ہیں: کچھ وقت کے لئے، وہ رئیل اسٹیٹ سرمایہ کاری کے ساتھ رقص کرتے ہیں۔ پھر وہ کنڈل پبلشنگ کی کوشش کرتے ہیں۔ پھر وہ ملحقہ مارکیٹنگ پر اترتے ہیں۔ یہ چلتا رہتا ہے. یہ الجھن انہیں پھنسے رکھتی ہے۔ وہ واضح طور پر مختلف کاروباری ماڈل دیکھ سکتے ہیں جن میں سے وہ انتخاب کر سکتے ہیں ، لیکن انتخاب رکاوٹ ہے۔ اس بارے میں وضاحت کا فقدان ہے کہ کون سا ماڈل (یا کون سی مصنوعات، یا کون سی سمت) انہیں ان کی منزل تک لے جائے گا۔

اوپر بیان کیا گیا طریقہ یہ ہے کہ وہاں تک کیسے پہنچا جائے۔ میں بیک روم کے نام سے ایک ایکسلریٹر چلاتا ہوں، جو ان کاروباری افراد کے لئے ہے جنہوں نے $ 1 ملین کا ہندسہ عبور کیا ہے (یہ اس وقت تک آپ ہوں گے جب تک ہم ختم ہو جائیں گے)۔ مل کر، ہم نئے مواقع کھولتے ہیں، اور میرا حتمی مقصد ان کاروباروں کے ساتھ کام کرنا ہے جو مجھے سب سے زیادہ متاثر کرتے ہیں، کمپنی میں اقلیتی شراکت دار (عام طور پر 20 سے 40 فیصد) کے طور پر شامل ہوں، کاروبار کو سات اعداد و شمار سے آٹھ اعداد و شمار تک بڑھنے میں مدد کریں، اور کمپنی کو فروخت کرنے کے لئے تیار ہوں.

ہمارے کچھ ارکان نے $9 ملین، $20 ملین، یہاں تک کہ $50 ملین میں بھی فروخت کیا ہے۔ میرے پاس ایک اور رکن ہے جس نے ابھی $50 ملین کی ویلیوایشن حاصل کی ہے اور دوسرا جو $100

sambaraweb.com

ملین پورٹ فولیو بنا رہا ہے۔ ان سب نے بالکل وہیں شروع کیا جہاں آپ اس وقت ہیں - اس منصوبے کو تلاش کرنا، طریقہ کار کو جذب کرنا، اور اپنے پہلے ملین ڈالر کے کاروبار کی تعمیر کا عمل شروع کرنا۔

ان میں سے بہت سے لوگ تقریبا ایک سال میں وہاں پہنچ گئے، اور ان کے پاس یہ کتاب نہیں تھی۔ تم کرتے ہو. اب سے ایک سال بعد، آپ اپنے آپ کو میرے لیونگ روم میں پا سکتے ہیں، میری کمیونٹی کے اندر میرے ساتھ کام کر سکتے ہیں، اور اپنے کاروبار کو رقم کے لئے فروخت کرنے کے لئے تیار کر سکتے ہیں جو آپ کے پورے خاندان کی زندگی کو تبدیل کر دے گا.

اس کتاب کو لکھنے کے لئے یہ میری خفیہ، خود غرض وجہ ہے: آپ میں سے بہت سے عظیم لوگ ہوں گے جن کے ساتھ میں کام کرنا چاہتا ہوں، عظیم کاروباروں کی تعمیر کریں گے جن میں میں حصہ لینا چاہتا ہوں.

میں نے اپنا دن گزارا اور اپنی بڑی جیت حاصل کی. جہاں میں آگے جانا چاہتا ہوں (بعد میں اس پر مزید) جانے کے لئے، مجھے اس عمل میں بہت ساری کامیابی کی کہانیاں تخلیق کرنے کی ضرورت ہو گی. مجھے پسند ہے

sambaraweb.com

یہ سوچنا کہ ہم Capitalism.com میں ایک آن لائن شارک ٹینک کے طور پر کیا تعمیر کر رہے ہیں تاکہ کاروباری افراد اپنی زندگیوں میں تبدیلی پیدا کر سکیں اور اس عمل میں امیر ہو سکیں (یا کم از کم، مالی طور پر آزاد)۔

شروع کرنے سے پہلے: کاش کسی نے مجھے کیا بتایا ہوتا

اس کتاب کے ہاتھوں میں ہونے سے آپ کو ایک فائدہ ہے. آپ کو ہر اس چیز کا فائدہ ہے جسے سیکھنے میں مجھے دس سال لگے اور بہت ناکامی ہوئی۔ آپ کے پاس میرے جیسے درجنوں کاروباری افراد کی کہانیاں ہیں جنہوں نے خوشی خوشی اپنے سفر کو اس امید میں شیئر کیا ہے کہ وہ آپ کو کچھ ٹھوکریں بچا سکتے ہیں۔

جب میں نے اس سفر کا آغاز کیا تھا تو مجھے جو کچھ بھی معلوم ہوتا اس کو سمجھنے میں مجھے کافی وقت لگا، لیکن مجھے یقین ہے کہ مندرجہ ذیل چھ حکمتوں نے مجھے کامیابی کی راہ پر بہت تیز اور کم تکلیف دہ راستے پر گامزن کیا ہو گا۔

1. یہ آپ کے خیال سے کہیں زیادہ مشکل ہے.

ایک کاروباری شخصیت کے طور پر بننا اور کامیاب ہونا بہت کچھ پرورش کی طرح ہے۔ میں آپ کو بتا سکتا ہوں کہ یہ مشکل ہے؛ آپ اس طرح کی کتابیں پڑھ سکتے ہیں - جو تمام نقصانات کی وضاحت کرتے ہیں اور تمام تجاویز فراہم کرتے ہیں؛ لیکن دن کے آخر میں، آپ تصور نہیں کر سکتے ہیں کہ یہ کتنا مشکل ہو گا.

کسی بھی والدین سے پوچھیں اور وہ آپ کو ایک ہی بات بتائیں گے: بچوں کی پرورش اس سے کہیں

sambanaweb.com

زیادہ مشکل ہے جتنا انہوں نے کبھی سوچا تھا۔ بہت سے لوگ ایک خاندان شروع کرتے ہیں کیونکہ وہ سوچتے ہیں کہ یہ ان کی زندگی میں محبت اور تکمیل کی ایک نئی سطح لائے گا. وہ غلط نہیں ہیں. والدین بننا ہمیشہ لامحدود خوشی کا ذریعہ رہا ہے اور ہمیشہ رہے گا۔ یہ کہا جا رہا ہے کہ، پرورش اس سے دس گنا زیادہ مشکل ہے جتنا کوئی تصور کرتا ہے، اور اس کے لئے تیاری کرنے کا کوئی حقیقی طریقہ نہیں ہے۔(زندگی کا اشارہ: اپنے والدین کا شکریہ. ہم میں سے وہ خوش قسمت ہیں جو آج زندہ ہیں، ہم اپنے والدین کے بہت شکر گزار ہیں، جنہوں نے اتنا کچھ چھوڑ دیا تاکہ ہم اس پر قابو پا سکیں۔ انہوں نے بہترین کام کیا، اور بچپن سے کوئی بھی داغ آپ کو کامیاب ہونے کے لئے مزید ایندھن دے گا۔

وہ لوگ جو سوچتے ہیں کہ "کاروباری زندگی آسان ہے" تقریبا ہمیشہ ناکام ہو جاتے ہیں۔ زیادہ درست طور پر، وہ سوچتے ہیں کہ یہ ان سے کہیں زیادہ آسان ہو گا جتنا انہیں بتایا گیا ہے. بہر حال، ایک ملین ڈالر کے لئے بارہ مہینے تک ہنگامہ کرنا کتنا مشکل ہو سکتا ہے۔

sambaraweb.com

تنخواہ کا دن؟ آپ کو اپنے کاروبار کو فروغ دینا ہے. آپ کو ہر دن کے ہر گھنٹے میں اس کے ساتھ رہنا ہے. ایک بچے کی طرح، کبھی کبھی یہ آپ کو آدھی رات میں پکارتا ہے، اور آپ کو اس کی مدد کے لئے اٹھنا پڑتا ہے۔

جو لوگ آسان سواری کی منصوبہ بندی کرتے ہیں وہ دانتوں میں لات مارتے ہیں اور چھوڑ دیتے ہیں۔ یہاں تک کہ اگر آپ یہ جاننے میں داخل ہوتے ہیں کہ یہ کتنا مشکل ہو سکتا ہے تو، آپ کو حقیقت حیرت انگیز لگے گی۔ لیکن شروع سے ہی چیلنجوں کو جاننے سے آپ کو کچھ ایسا بنانے کا بہتر موقع ملتا ہے جو کام کرتا ہے۔

2. یہ اس بارے میں نہیں ہے کہ آپ کیا حاصل کر سکتے ہیں، بلکہ اس کے بارے میں ہے کہ آپ کیا تخلیق کر سکتے ہیں۔

پہلی ذہنیت کی تبدیلیوں میں سے ایک جو آپ کو سمجھنے کی ضرورت ہو گی وہ قیمت نکالنے اور قدر کی تخلیق کے درمیان فرق ہے۔

بہت سے لوگ سوچتے ہیں کہ وہ دنیا میں موجود "محدود" قیمت کا صرف ایک ٹکڑا حاصل کرنے کے لئے باہر ہیں. وہ ایک میز پر چلتے ہیں جس میں ایک پائی ہوتی ہے، ایک ٹکڑا لیتے ہیں، اور سوچتے ہیں کہ یہ کافی ہے۔ وہ تصور کرتے ہیں کہ ایک بار جب تمام ٹکڑے ختم ہو جاتے ہیں، تو بس. مزید کوئی قیمت نہیں.

یہی وجہ ہے کہ لوگ ارب پتیوں، یا ایسی کمپنیوں سے نفرت کرتے ہیں جو مناسب ٹیکس ادا نہیں کرتی ہیں: ان کا ماننا ہے کہ "ٹاپ 1 فیصد" دوسروں سے لے کر امیر ہو جاتے ہیں.

حقیقت یہ ہے کہ ہم قدر پیدا کرتے ہیں. آپ کے ہر ٹکڑے کے لئے، آپ کو ایک پوری دوسری پائی پکانا ہو گا. جیف بیزوس بہت امیر ہو گئے کیونکہ انہوں نے ایک صنعت کو تبدیل کیا۔ یہ قدر کی تخلیق

sambaraweb.com

ہے.

بہت سے لوگ میرے پاس آتے ہیں اور پوچھتے ہیں، "میں اپنی پائی کا ٹکڑا کیسے حاصل کروں؟" یہ کتے کھانے کی دنیا ہے. یہ ہر ڈالر کے لئے ہوسٹنگ ہے. اس بارے میں سوچنا بند کریں کہ آپ کیا لے سکتے ہیں، اور اس قدر کو پہچاننا شروع کریں جو آپ تخلیق کرسکتے ہیں۔ پیسہ، جو اچھے کام کی ضمنی پیداوار ہے، جیسے ہی آپ سوئچ کریں گے، آپ تک پہنچ جائے گا۔

3. ترقی دلچسپی کی طرح ہے: یہ وقت کے ساتھ بڑھتی ہے.

ایک ہلچل چھوٹی جیت سے چھوٹی جیت تک زندہ رہتی ہے۔

گیراج کی فروخت پر چیزیں خریدنا اور انہیں ای بے پر فروخت کرنا- چھوٹی چھوٹی جیتیں - کبھی بھی کمپاؤنڈ نہیں ہوتی ہیں۔ آپ واقعی سخت محنت کرسکتے ہیں اور اضافی پیسہ کما سکتے ہیں، لیکن اس کا امکان نہیں ہے کہ آپ کروڑپتی بن جائیں گے۔

sambaraweb.com

اگر آپ میرے منصوبے پر عمل کرتے ہیں تو، نتائج بہت تیزی سے اسٹیک کریں گے. وہ شروع میں غیر اہم لگ سکتے ہیں، لیکن، ایک سال کے بعد، آپ کے پاس ایک سخت چارجنگ آمدنی کا سلسلہ ہو گا جو آنے والے سالوں تک بڑھتا رہے گا۔

میری پسندیدہ کتابوں میں سے ایک جیف اولسن کی دی *لائٹ ایج* کہلاتی ہے۔ اس میں، وہ دلیل دیتے ہیں کہ غیر معمولی نتائج بڑی کامیابیوں سے نہیں آتے ہیں-وہ وقت کے ساتھ ساتھ بڑھتے ہوئے قدموں سے آتے ہیں۔ مثال کے طور پر، آپ ایک بار زیادہ کھانے سے موٹے نہیں ہوتے ہیں۔ جب آپ مسلسل ضرورت سے زیادہ کھاتے ہیں تو آپ موٹے ہو جاتے ہیں۔

دولت کا بھی یہی حال ہے۔ آپ ایک بڑی فروخت سے امیر نہیں ہوتے ہیں. آپ صحیح کام کرنے سے امیر ہو جاتے ہیں تاکہ اس میں اضافہ ہو۔

میرے تجربے میں، ایک کامیاب، منافع بخش کاروبار بنانے کے لئے تقریبا بارہ ماہ کی مستقل، پیچیدہ کوششوں کی ضرورت ہوتی ہے. ہم زندگی میں جو کچھ بھی کرتے ہیں، اور جو بھی کامیابی ہمیں ملتی ہے، وہ عادات سے آتی ہے۔ اس سے بھی بڑھ کر، یہ طویل مدتی اہداف مقرر کرنے اور ان عادات کو ان کی طرف چلانے کے لئے استعمال کرنے سے آتا ہے. چاہے میں فٹ ہونے کی کوشش کر رہا ہوں، امیر بننے کی کوشش کر رہا ہوں، یا خوش ہونے کی کوشش کر رہا ہوں، مجھے طویل مدتی سوچنے کی ضرورت ہے.

اگر میں اپنے گاہکوں کے ساتھ اچھا سلوک کروں تو، وہ خوش ہوں گے. اگر میرے گاہک خوش ہیں تو، وہ اچھے جائزے چھوڑیں گے. اچھے جائزے ایک وفادار کسٹمر بیس بناتے ہیں۔ کوششیں اور اقدامات کمپاؤنڈ ہوتے ہیں، اور جتنا طویل مدتی آپ سوچ سکتے ہیں، آپ اتنے ہی زیادہ کامیاب ہوں گے.

sambaraweb.com

4. آپ کا کاروبار آپ کے بینک اکاؤنٹ سے زیادہ متاثر ہوتا ہے.

کاش کسی نے مجھے بتایا ہوتا، جب میں شروع کر رہا تھا، تو یہ سب کتنا بڑا ہونے جا رہا تھا. مجھے اندازہ نہیں تھا کہ میں کیا تعمیر کر رہا ہوں یا سالوں بعد اس کا کیا مطلب ہو گا۔ اگر مجھے معلوم ہوتا تو میں اور بھی مشکل میں چلا جاتا۔ میں اس سے بھی زیادہ جارحانہ ہوتا۔

آپ کو جلد ہی پتہ چلے گا کہ بڑے برانڈز وہاں موجود ہیں، مارکیٹ شیئر حاصل کرنے کے لئے چھوٹے برانڈز حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ وہ لفظی طور پر آپ جیسے کاروباری افراد پر بھروسہ کر رہے ہیں تاکہ وہ کچھ عظیم بنا سکیں تاکہ وہ بورڈ پر چھلانگ لگا سکیں۔ میں کبھی نہیں جانتا تھا کہ کتنے لوگ میری حمایت کر رہے ہیں۔ میں کبھی نہیں جانتا تھا کہ یہ عمل بہت سارے لوگوں کو متاثر کر سکتا ہے، یا یہ کہ میں ان ہی لوگوں کو طالب علموں کے طور پر لے جاؤں گا اور انہیں اپنے ڈیزائن کی بنیاد پر ان کی زندگیوں کو تبدیل کرتے ہوئے دیکھوں گا۔

اس سے آگے بھی، آپ کا کاروبار براہ راست آپ کے گاہکوں کو متاثر کرتا ہے. ہم سب کے پاس ایسے برانڈز ہیں جن کے بارے میں ہم پرجوش ہیں-میرے لئے، یہ کوئسٹ نیوٹریشن اور

sambaraweb.com

زیویا- اور ہم خریدنا پسند کرتے ہیں. آپ کچھ ایسا بنا رہے ہوں گے جو اس سطح پر لوگوں کو براہ راست متاثر کرے۔

لوگ بہت چھوٹی سوچ کر اس زندگی میں داخل ہوتے ہیں۔ وہ اضافی آمدنی کا دھارا چاہتے ہیں، وہ تھوڑا سا اضافی چاہتے ہیں، اور انہیں کوئی اندازہ نہیں ہے کہ یہ کتنا بڑا ہو سکتا ہے. ایک ملین ڈومینو گرنے کے لئے تیار ہیں، اور اس کے لئے صرف کسی ایسے شخص کی ضرورت ہے جو پہلے ڈومینو کو دھکیلنے کے لئے ڈرائیور رکھتا ہے.

ہر مائیکرو فیصلہ اس بات کی عکاسی کرتا ہے کہ پیمانے پر کیا ہوتا ہے۔ میں نو ویڈیوز بنا سکتا ہوں جن کو ایک ٹکڑا سو بار دیکھا جا سکتا ہے، لیکن میری دسویں ویڈیو کو 100،000 لوگ دیکھتے ہیں۔ 100 میں سے ایک ویڈیو وائرل ہو جائے گی اور لاکھوں لوگ اسے دیکھیں گے۔

یہی وجہ ہے کہ ہر گاہک کے ساتھ ہر بار اچھا سلوک کرنا ایک اچھا خیال ہے۔ دس میں سے نو لوگ کہیں گے، "میری بات کے لئے شکریہ." تاہم، ایک اپنے دس دوستوں کو آپ کے بارے میں فخر کرنے جا رہا ہے، اور 100 میں سے ایک کو 10،000 کا اثر و رسوخ رکھنے والا فالو کرنے جا رہا ہے. 1,000 میں سے ایک ریٹیل پارٹنر بننے جا رہا ہے جو آپ کو یہ دیکھنے کے لئے خرید رہا ہے کہ آیا وہ آپ کو اپنے ہزار اسٹورز میں رکھنا چاہتے ہیں یا نہیں۔ پاسے کا ہر رول اہمیت رکھتا ہے۔

5. ایک ساتھی ہونا ایک نعمت یا لعنت ہو سکتی ہے (اگر غلط کیا جائے).

آپ کسی پارٹنر کے ساتھ اس کاروبار میں جانے کا فیصلہ کر سکتے ہیں۔ بہر حال، میرے پاس میٹ شیر اسٹرینتھ کی تعمیر، اسکیلنگ اور فروخت میں میرے ساتھ تھا، اور اس کے ساتھ کامیابی کا اشتراک کرنا اتنا ہی اچھا محسوس ہوا جتنا کہ چیزیں غلط ہونے پر اس کی مدد کرنا تھا۔

sambaraweb.com

عظیم پارٹنرشپ 50/50 نہیں ہیں-وہ 100/100 ہیں. آپ کو اس توقع کو پورا کرنا ہو گا کہ آپ میں سے ہر ایک برابر کام کرے گا کیونکہ ایسے اوقات ہوں گے جب آپ جہاز چلاتے ہیں، اور ایسے اوقات ہوتے ہیں جب آپ کا ساتھی مشعل اٹھاتا ہے۔

اگر آپ اپنے نتائج کے لئے مکمل اور مکمل ملکیت لے سکتے ہیں، تو میں اسی ذہنیت کے ساتھ ایک ساتھی کو لانے کا مشورہ دوں گا. جب دو لوگ ایک ساتھ آتے ہیں، اور وہ دونوں منصوبے کے نتائج کی مکمل ذمہ داری لیتے ہیں تو، یہ جادوئی ہو سکتا ہے۔

اگر یہ غلط ہے تو یہ ایک تباہی بھی ہو سکتی ہے۔

ایک دوست اور ساتھی کے درمیان فرق کو سمجھنا ضروری ہے. یقینی طور پر، آپ اپنے دوست کے ساتھ ایک کمپنی تشکیل دے سکتے ہیں، اس دوران بہت مزہ کریں

sambaraweb.com

ملاقاتیں، اور شاید کچھ روپے کمائیں. اگر آپ خوش قسمت ہیں تو، ستارے ہم آہنگ ہوں گے، اور آپ کے پاس ایک فعال کام کا رشتہ ہو گا جو کمپنی کی ترقی کا باعث بنے گا۔ تاہم، سب سے زیادہ امکان ہے کہ آپ کاروباری افراد کی اکثریت کی طرح ختم ہو جائیں گے: ٹوٹ گیا اور مربع سے شروع ہوا.

کاروباری افراد کی دو قسمیں ہیں: وہ جو وژن کو چلاتے ہیں اور وہ جو تعمیر کرتے ہیں۔ یہ ناقابل یقین حد تک نایاب ہے کہ ایک شخص ایک بصیرت مند اور معمار دونوں ہو۔ بصیرت رکھنے والے انتہائی متحرک اور انتہائی جذباتی ہوتے ہیں۔ وہ نئے خیالات کے ساتھ آتے ہیں. اس کے برعکس، بلڈرز مستحکم ، منظم اور پرسکون ہیں۔ بصیرت رکھنے والے خوفناک مینیجر بناتے ہیں، لہذا لوگ عام طور پر ان کے ساتھ کام کرنے سے نفرت کرتے ہیں۔ لیکن وہ فروخت کرنے اور بڑے، جرات مندانہ فیصلے کرنے میں بہت اچھے ہیں. بلڈرز شاذ و نادر ہی بڑا سوچتے ہیں، لیکن وہ تفصیلات کا انتظام کرنے اور اس بات کو یقینی بنانے میں شاندار ہیں کہ دراڑوں سے کچھ بھی نہیں گزرتا ہے۔ ایک بصیرت مند کو کچھ بھی کرنے کے لئے ایک بلڈر کی ضرورت ہوتی ہے، اور ایک بلڈر کو کسی ایسی چیز کی تعمیر کے لئے ایک بصیرت مند کی ضرورت ہوتی ہے جو اہم ہو۔

جب آپ ان شخصیات کو اکٹھا کرتے ہیں تو، وہ عظیم چیزیں انجام دے سکتے ہیں۔

مثال کے طور پر، میرے ایک اور سابق کاروباری پارٹنر، شان کو لے لو. ہم نے کچھ سال پہلے یوگا کا ایک چھوٹا سا کاروبار بنایا اور فروخت کیا۔ جب ہم ابتدائی تعمیر کے مرحلے میں تھے، تو وہ منصوبہ بندی کے عمل سے اپنا سر باہر نہیں نکال سکے، اور وہ کوئی فیصلہ نہیں کرتے تھے. وہ معمار ہے۔ میں ایک بصیرت مند ہوں. ہر بار جب وہ پھنستا، میں نے ہمیں اگلے قدم کی طرف دھکیل دیا۔ اس نے اسے کیچ اپ کھیلنے پر مجبور کیا۔ اس کے ساتھ ساتھ ان کے تیار رہنے کی ضرورت کا مطلب یہ تھا کہ ہمارے پاس ہمیشہ پیدا ہونے والے کسی بھی سوال کا جواب ہوتا تھا۔ مل کر، ہم نے ایک حقیقی کاروبار بنایا. ہم نے ایک دوسرے کو متوازن کیا۔

sambaraweb.com

آج تک، شان کہتے ہیں، "اگر یہ آپ کے لئے نہیں ہوتا، تو میں اب بھی اسپریڈ شیٹ کو دیکھ رہا ہوتا، یہ فیصلہ کرنے کی کوشش کر رہا ہوتا کہ کون سی مصنوعات فروخت کرنی ہے."

میں نے جواب دیا، "آپ کے بغیر، میں اب بھی مستقبل میں ایک سال سوچ رہا ہوں، اس بارے میں کہ ایک ملین ڈالر کا کاروبار کیسے بڑھایا جائے جو میں نے ابھی تک تعمیر بھی نہیں کیا ہے."

انگوٹھے کا ایک عام اصول: اگر آپ کے ساتھی میں وہی خصوصیات ہیں جو آپ میں ہیں تو، آپ میں سے ایک کاروبار کے لئے غیر ضروری ہے۔ اسے ایک وجہ سے شراکت داری کہا جاتا ہے۔ آپ دونوں کو میز پر ایک عنصر لانے کی ضرورت ہے. اگر آپ میں سے ایک آپریٹر ہے، تو دوسرے کو بڑا مفکر بننے کی ضرورت ہے. اگر آپ نیٹ ورکنگ میں بہت اچھے ہیں تو، دوسرے شخص کو لاجسٹکس اور آپریشنز کو سمجھنے کی ضرورت ہے۔ آپ کو تکمیلی شخصیات، مکمل اعتماد، اور ایک ہی اہداف کی ضرورت ہے. شان اب تک کا سب سے عاجز، متوازن، مہربان انسان ہے، اور وہ پاگل بوڑھے کے بغیر کہیں بھی نہیں پہنچ سکتا تھا. میں ایک خلائی شخص ہوں،

sambaraweb.com

جذباتی، حد سے زیادہ پر امید ڈرائیور، اور میں اس کے بغیر کہیں بھی نہیں جا سکتا تھا.

6. کوئی فرق نہیں پڑتا ہے، چپس میز پر رہتے ہیں.

"سب کچھ کرنے" کی تشبیہ کے باوجود، میں اس زندگی کا موازنہ جوئے سے نہیں کرتا. اس کھیل میں، گھر جیتتا نہیں ہے کیونکہ آپ کھیلنے کے لئے ٹھہرے ہوئے ہیں. کاروباری شخصیت ہونے کا مطلب مہینوں کے بجائے سالوں میں سوچنا ہے۔ سب سے بری چیز جو آپ کسی بھی چکر میں کر سکتے ہیں وہ مختصر مدتی جیت کے لئے طویل مدتی خطرے کی تجارت کرنا ہے۔

جب سات اعداد و شمار کے کاروبار کی تعمیر کی بات آتی ہے تو، یہاں وہ ذہنیت ہے جو آپ کو اختیار کرنی چاہئے: آپ اپنے چپس کو جتنی دیر تک میز پر رکھ سکتے ہیں، آپ کا حتمی نتیجہ اتنا ہی بڑا ہو گا۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ جیسے ہی آپ منافع بخش ہوں کاروبار سے آمدنی نہ لیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ منافع کو اپنے بینک اکاؤنٹ کے بجائے کاروبار کے لئے کھیل میں رکھنا۔ سادہ لفظوں میں، اس کا مطلب ہے *دوبارہ سرمایہ کاری کرنے کے بجائے دوبارہ سرمایہ کاری کرنا*.

منافع کی دوبارہ سرمایہ کاری کے لئے میں جو ٹائم فریم تجویز کرتا ہوں وہ کم از کم ایک سال ہے۔ اس سال کے دوران، آپ بہت کم ادائیگی کے لئے کام کریں گے. آپ اپنے بنائے ہوئے ہر پیسے کو کاروبار میں واپس ڈالیں گے۔ اگر آپ اسے روک سکتے ہیں تو، آپ اپنی کامیابی کے امکانات کو تیزی سے بڑھائیں گے۔

sambaraweb.com

میں اپنے طالب علموں سے کہتا ہوں کہ وہ ایک سال کی تیاری کریں کیونکہ اس میں کتنا وقت لگتا ہے۔

یہ سال بیٹھ کر نہیں گزرتا۔ آپ اپنے مقاصد کے لئے کام کر رہے ہیں، بڑھ رہے ہیں اور تعمیر کر رہے ہیں. وہ عادات جو آپ تیار کرتے ہیں وہ صرف مضبوط ہوتی ہیں، اور یہ وقت تیزی سے معیار کو بڑھاتا ہے۔ اس کے بارے میں مرکب سود کی طرح سوچیں۔ فرض کریں کہ آپ چھ ماہ کے بعد اپنا کاروبار فروخت کرتے ہیں اور فروخت پر $100،000 کماتے ہیں. ذرا تصور کریں کہ اگر آپ پورے سال انتظار کرتے اور تعمیر کرتے رہتے تو آپ کتنا زیادہ کما سکتے تھے۔ آپ نئی مارکیٹوں میں ترقی کر سکتے تھے، اپنے کسٹمر بیس کو مضبوط بنا سکتے تھے، اور اپنی مصنوعات کی فہرست میں بہتری لا سکتے تھے. قلیل مدتی ادائیگی کی اپیل کو قبول کر کے، آپ نے ممکنہ طور پر اپنے آپ کو لاکھوں روپے خرچ کیے ہیں۔

آپ میں سے کچھ کے لئے، سب سے بڑا سوال اس پہلے سال زندہ رہنا ہے. آپ کے پاس ادا کرنے کے لئے بل ہیں اور کم از کم آپ کی حمایت کرنے کے لئے. طویل مدتی ادائیگی کے لئے روکنا مشکل ہو سکتا ہے۔ بعد میں، ہم ان طریقوں پر تبادلہ خیال کریں گے جو آپ فنڈ کرنے کے لئے استعمال کر سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

آپ کی کوشش، لیکن وہ بھی ضمانت نہیں ہیں. آپ کا پہلا سال مکمل طور پر آپ کے کندھوں پر ہو سکتا ہے. آپ کو اپنے کاروبار میں ہر جاگنے کے گھنٹے کو ڈوبتے ہوئے ایک ایسی ملازمت کرنا پڑ سکتی ہے جس سے آپ نفرت کرتے ہیں۔

مصنف اور ٹرینر کریگ. بیلنٹین نے کہا تھا کہ "کامیابی اس وقت آسان ہوتی ہے جب آپ یہ تسلیم کرتے ہیں کہ یہ کتنا مشکل ہے۔

آپ کی توقعات کو پورا کرنے کے لئے، میں اکثر بارہ ماہ کے عمل کو تین مراحل میں تقسیم کرتا ہوں: گرائنڈنگ (مہینے ایک سے چار)، ترقی (مہینے پانچ سے نو)، اور سونا (مہینے دس سے بارہ).۔

زیادہ تر لوگ ناکام ہو جاتے ہیں کیونکہ وہ اسے کبھی بھی گرائنڈ سے باہر نہیں بناتے ہیں۔ یہ وہ ابتدائی مہینے ہیں جن میں آپ فیصلہ کرتے ہیں کہ کون سی مصنوعات فروخت کرنی ہے، آپ کی قیمت کا نقطہ کیا ہو گا، اور آپ کون سی لانچ حکمت عملی استعمال کریں گے۔ آپ گرائنڈ میں ہیں جب تک کہ آپ اپنی پہلی مصنوعات پر روزانہ کم از کم پچیس فروخت کو برقرار نہ رکھ سکیں۔

یہ کتاب آپ کو جتنی جلدی ممکن ہو گرائنڈ سے باہر نکالنے کے لئے ڈیزائن کی گئی ہے۔ اگر آپ بیان کردہ مراحل پر عمل کرتے ہیں تو، آپ پڑھنے کے تقریبا چار ماہ بعد گرائنڈ چھوڑ دیں گے۔ آپ کا چیلنج تیز، جرات مندانہ فیصلے کرنا، اور ان کے کامل سے کم ہونے کے ساتھ ٹھیک ہونا ہو گا. بصورت دیگر ، آپ ہر قدم پر حد سے زیادہ سوچیں گے ، اور آپ "اسٹیج زیرو" میں پھنسے رہیں گے ، جس حالت میں آپ صرف کاروباری بننے کے بارے میں سوچ رہے ہیں۔

ابتدائی مراحل میں ، رفتار آپ کی دوست ہے ، اور ہر فروخت ، جائزہ ، اور تبصرہ بہت اہمیت رکھتا ہے۔ جب آپ کے پاس تقریبا ایک ہزار لوگوں کی پیروی ہوتی ہے ، اور آپ کے پاس اپنی پہلی مصنوعات پر کم از کم بیس جائزے ہوتے ہیں تو، آپ کو ممکنہ طور پر روزانہ پچیس فروخت جلد ہی مل جائے گی۔

sambaraweb.com

دوسرا مرحلہ ترقی ہے، جو وہ جگہ ہے جہاں سنو بال واقعی تعمیر کرنا شروع ہوتا ہے۔ اس مرحلے میں آپ کا کام زیادہ سے زیادہ مصنوعات کو رول آؤٹ کرنا ہے جو آپ آرام سے سنبھال سکتے ہیں، اپنے آپ کو بھٹکائے بغیر۔ یاد رکھیں، روزانہ پچیس فروخت پر صرف تین سے پانچ مصنوعات ایک ملین ڈالر کا کاروبار ہے.

اس مرحلے میں، آپ گاہکوں کے اسی گروپ کو اپنی پہلی مصنوعات کے طور پر نئی مصنوعات جاری کریں گے. آپ انہیں ایک ایک کرکے جاری کریں گے ، اور ہر مصنوعات کو روزانہ کم از کم پچیس فروخت تک پہنچائیں گے۔ یہاں رفتار تیزی سے بڑھے گی کیونکہ آپ کو دوسری بار اسی "فیصلے کی رکاوٹوں" سے نہیں گزرنا پڑے گا۔ تقریباً چھ ماہ میں، آپ سات اعداد و شمار سونگھ سکیں گے، اور آپ کو اس عمل کو پیچیدہ بنانے کا لالچ ہو گا۔ توجہ ہٹانے کی اپنی خواہش سے لڑیں، کم از کم اس وقت تک جب تک کہ آپ کم از کم تین مصنوعات جاری نہ کر دیں۔

تیسرا مرحلہ گولڈ ہے۔ یہاں آپ مختلف اشتہاری فارمیٹس کے ساتھ تجربہ کرنا شروع کریں گے: آپ کچھ انسٹاگرام اشتہارات چلا سکتے ہیں، پوڈکاسٹ اسپانسر کر سکتے ہیں، یا

sambaraweb.com

ایک اثر ورسوخ رکھنے والے کو ادائیگی کریں. یہ وہ مرحلہ بھی ہے جس میں آپ آخر کار، آخر کار، اپنے آپ کو ادائیگی کرنے پر غور کرسکتے ہیں، اور آپ اپنے آپ کو کل وقتی کاروباری کہہ سکتے ہیں۔ تاہم، جب تک آپ اس مقام پر نہیں ہیں، آپ کا کام منصوبے پر عمل کرنے پر توجہ مرکوز رکھنا ہے۔

ایسے دن آئیں گے جب قربانی تکلیف دہ ہوگی۔ ایسے دن آئیں گے جب آپ جانتے ہوں گے کہ اگر آپ صرف فروخت کرتے ہیں اور چلے جاتے ہیں تو آپ کو چھ اعداد و شمار کی غیر متوقع آمدنی ہوگی۔ رکو. آپ مزید چند ماہ، مزید چند سہ ماہی تک زندہ رہ سکتے ہیں، جب تک کہ آپ اپنے مقصد تک نہیں پہنچ جاتے۔

بہر حال، اس کتاب کا عنوان چھ ماہ سے لے کر $1 ملین تک نہیں ہے. اپنے آپ کو ایک سال کے جہنم کے لئے تیار کریں.

sambaraweb.com

1

مواقع کا منظر نامہ

مجھ سے پوچھے جانے والے سب سے عام سوالات میں سے ایک یہ ہے کہ "کیا مجھے بہت دیر ہو گئی ہے؟ کیا اب بھی کوئی موقع ہے، یا میں نے کشتی کھو دی ہے؟"

رجحانات تبدیل ہوتے ہیں، ہوا کے ساتھ فیڈ آتے اور جاتے ہیں، اور کبھی کبھی ایسا محسوس ہوتا ہے کہ آپ ہمیشہ درستگی کا تعاقب کر رہے ہیں. اگرچہ یہ سچ ہے کہ آپ کو کھیل میں رہنے کے لئے تازہ ترین رہنے کی ضرورت ہے، لیکن ٹیمپو اس سے کہیں زیادہ منظم ہے جتنا کوئی سوچ سکتا ہے۔

میں نے اپنا پہلا کاروبار اپنے والدین کے ڈائل اپ کمپیوٹر، خام ایچ ٹی ایم ایل اور ڈریم ویور میں ہینڈ

sambaraweb.com

کوڈنگ ویب سائٹس پر شروع کیا(اگر آپ جانتے ہیں کہ یہ کیا ہے تو، آپ انٹرنیٹ سالوں میں باضابطہ طور پر "بوڑھے "ہیں)۔ میں نے ویب سائٹس بنائیں، انہیں گوگل میں رینک دلوایا، کچھ پیسہ کمایا، اور اسے کالج کی ادائیگی کے لئے استعمال کیا. پھر گوگل کچھ تبدیلیوں سے گزرا، اور مجھے ایڈجسٹ کرنا پڑا۔ پکی چلتی رہتی ہے۔ آپ سیکھتے رہتے ہیں. آپ بڑھتے رہتے ہیں.

کچھ لوگ بازار کی تبدیلیوں کی مخالفت کرتے ہیں کیونکہ ان کی بنیادی آمدنی کا دھارا خطرے میں محسوس ہوتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی یہ تبدیلیاں نئے مواقع بھی کھولتی ہیں۔ آج، پہلے سے کہیں زیادہ دستیاب اوزار اور مواقع موجود ہیں۔

جب میں نے اپنا پہلا کاروبار شروع کیا تو، صرف چند منٹوں میں سائٹ لانچ کرنے میں آپ کی مدد کرنے کے لئے کوئی ویب سائٹ ٹولز نہیں تھے۔ سوشل میڈیا نہیں تھا۔ کوئی یوٹیوب نہیں تھا. "اپنا نام باہر نکالنے "کا کوئی طریقہ نہیں تھا۔

آپ سوچیں گے کہ جب یہ چیزیں آئیں گی، تو ہر کوئی خوش ہو گا، ٹھیک ہے؟ آخر میں، اپنے سامعین کی تعمیر کے لئے ایک آسان، تیز، مفت طریقہ! لیکن

sambaraweb.com

اندازہ ہے کیا؟ جشن منانے والے ہر ایک شخص کے لیے دو شکایتیں تھیں۔ لوگوں کو ڈر تھا کہ سوشل میڈیا بلاگرز کو کاروبار سے باہر کر دے گا۔ ان کا خیال تھا کہ فیس بک ای میل مارکیٹنگ کو ختم کر دے گا۔

تبدیلی ناگزیر ہے۔ لیکن ان تبدیلیوں کے ساتھ ہمیشہ ایک نیا موقع آتا ہے، لہذا کشتی سے محروم ہونے جیسی کوئی چیز نہیں ہے۔

مثال کے طور پر، ایمیزون کا ایمیزون پروگرام، یا ایف بی اے، 2000 کی دہائی کی سب سے بڑی پیش رفت وں میں سے ایک تھا۔ ایف بی اے نے سیارے پر کسی بھی شخص کے لئے جلدی اور آسانی سے اپنا اسٹور کھولنا ممکن بنایا، اور ایمیزون اپنے گوداموں سے تمام تکمیل کرے گا۔ اس بات کو نظر انداز نہ کریں کہ یہ تبدیلی کتنی بڑی تھی: تاریخ میں پہلی بار، آپ ففتھ ایونیو کے انٹرنیٹ ورژن پر ایک اسٹور کھول سکتے ہیں، صفر کرایہ ادا کر سکتے ہیں، اور لاکھوں گاہکوں کے سامنے ہو سکتے ہیں۔

ایف بی اے پر پہلے چند سالوں کے لئے، یہ وائلڈ ویسٹ تھا. مطلوبہ الفاظ کے لئے درجہ بندی کرنا آسان تھا، اور مقابلہ کم تھا۔ آئی فون کیسوں سے لے کر کایکس تک سب کچھ فروخت کرنے والے ہسلرز منظر عام پر آ گئے۔ جو کچھ بھی آپ Amazon.com پر ڈالتے ہیں وہ فروخت ہو جائے گا کیونکہ ایف بی اے نے اسے اتنا وسیع کر دیا ہے۔ جیسا کہ میرے استاد ٹریوس نے کہا، یہ اتنا کھلا تھا کہ "احمق امیر ہو گئے۔

جب آپ کو اس طرح کی بڑی تبدیلی کا سامنا کرنا پڑتا ہے تو، آپ کے پاس تقریبا ہمیشہ جنگلی مغرب کا دور ہوتا ہے، جس کے بعد ایک بڑی اصلاح یا استحکام ہوتا ہے۔ سالوں تک، میں نے اپنے سامعین اور پیروکاروں کو متنبہ کیا کہ وہ ایمیزون پر ایک حقیقی برانڈ بنانے کے مواقع کا استعمال کریں۔ جنہوں نے لاکھوں ڈالر کمائے۔ وہ لوگ جو اس وقت نہیں نگل گئے جب بڑے کھلاڑی منظر عام پر آئے اور ان کے مقابلے میں 50 سینٹ سستے داموں اسپیٹولا فروخت کیے۔

sambaraweb.com

جیسے جیسے یہ منظر نامہ تبدیل ہوا، لوگوں نے شکایت کرنا شروع کر دی کہ یہ "اب آسان" نہیں تھا یا ایمیزون پر موقع ختم ہو گیا تھا۔ ٹھیک ہے، ہاں - کسی بھی چیز کی طرح، پک ہل گیا تھا، لیکن نئے مواقع کھلتے رہے۔

یہاں سچ ہے: اگر آپ آن لائن کاروبار بنا رہے ہیں تو، آپ کے پاس پہلے سے کہیں زیادہ مواقع ہیں. جب ایمیزون ایک وائلڈ ویسٹ تھا، تو کوئی کک اسٹارٹر نہیں تھا، جو آپ کے لئے اپنے کاروبار کو تقریبا صفر ڈالر کے ساتھ فنڈ کرنا ممکن بناتا ہے۔ اور کوئی انسٹاگرام نہیں تھا، جس کی وجہ سے دل کی دھڑکن میں آپ کی مصنوعات کو ہزاروں لوگوں کے سامنے رکھنا ممکن ہوتا ہے۔ ہم مستقبل کے ابواب میں ان تمام مواقع کا احاطہ کریں گے. ابھی کے لئے، صرف یہ جان لیں کہ ہمیشہ مواقع موجود رہیں گے، اور ہم ابھی بھی انٹرنیٹ کاروباری منظر نامے کی صرف دوسری اننگز میں ہیں.

اس کے علاوہ، ہمیشہ اچھی مصنوعات اور اچھے برانڈز کی مانگ ہے. میرا مطلب ہے کہ اگر فولگرز - معروضی طور پر خستہ حال کافی - ایک جاری رکھ سکتے ہیں

sambaraweb.com

بلین ڈالر کا برانڈ، پھر آپ کے لئے بھی موقع ہے. منظر نامہ تبدیل ہوتا رہے گا، اور مقابلہ ہمیشہ عمل کا ایک حصہ رہے گا، لیکن آپ اب بھی جیت سکتے ہیں، خاص طور پر اگر آپ ان اقدامات کو کام کرنے کے لئے رکھتے ہیں۔

پرانے برانڈز نئے کیوں خریدتے ہیں

کمبرلی کلارک ایک بہت بڑی، عوامی طور پر کاروبار کرنے والی کمپنی ہے جو کاغذ کی مصنوعات میں مہارت رکھتی ہے. وہ ذاتی حفظان صحت کی مصنوعات سے لے کر خاندانی دیکھ بھال تک ہر چیز کا احاطہ کرتے ہیں۔ آپ شاید انہیں کلینیکس اور کوٹینیل کی پیرنٹ کمپنی کے طور پر جانتے ہیں۔

اب، اگر آپ کمبرلی کلارک کے سی ای او تھے، اور آپ اپنی مصنوعات کو فروخت کرنا چاہتے تھے جیسا کہ انہوں نے 1975 سے 2006 تک کیا تھا، تو آپ ٹی وی پر اشتہارات کا ایک گروپ چلائیں گے۔ یہی وہ جگہ تھی جہاں میڈیا رہتا تھا۔ یہ گاہکوں کے ایک وسیع بینڈ تک پہنچنے کا بہترین طریقہ تھا. کمبرلی کلارک اندرونی طور پر اپنی تمام مینوفیکچرنگ اور تقسیم کو سنبھالتا ہے، اور کوئی بھی دوسری کمپنی اس کا مقابلہ نہیں کر سکتی ہے۔

لیکن آج، کھیل بدل گیا ہے. خاص طور پر بڑے برانڈز کے لئے.

نارم نامی ایک طالب علم اب اپنے کمرے سے پارٹی ٹوپیاں بیچنے کا سات افراد پر مشتمل کاروبار بنا سکتا ہے۔ وہ بیرون ملک کسی کو خاص طور پر بیٹ مین پارٹی کے لئے مصنوعات بنانے کے لئے ادائیگی کر سکتا ہے۔ اس کے بعد وہ اپنے تین سالہ بچوں کے لئے سپر ہیرو پارٹیاں منعقد کرنے والے والدین کو براہ راست مارکیٹ کر سکتا ہے۔ اگر نارم اپنے کاروبار کو بڑھانا جاری رکھتا ہے تو، ایک بڑی کاغذی کمپنی آسکتی

sambaraweb.com

ہے۔ وہ دیکھیں گے کہ نارم کی کاغذی بیٹ مین ٹوپیوں پر ایک چھوٹی سی اجارہ داری ہے ، اور وہ اس تقسیم کے مالک بننا چاہیں گے۔

در حقیقت، یہ وہ حکمت عملی ہے جس پر زیادہ تر بڑے برانڈ عمل کرتے ہیں۔ وہ اپنے مارکیٹ شیئر کو بڑھانے کے لئے دوسرے برانڈز خریدتے ہیں۔

یہ ہوا کرتا تھا کہ بڑے برانڈز ہر چیز کے مالک تھے۔ کسی بھی برانڈ کے ساتھ مقابلہ کرنا ناممکن تھا کیونکہ وہ تقسیم اور اشتہارات کے مالک تھے۔ لیکن انٹرنیٹ - خاص طور پر ایمیزون ، شاپائف ، کک اسٹارٹر ، اور فیس بک / انسٹاگرام - نے یہ سب کچھ بدل دیا۔ اب یہ ممکن ہے کہ چھوٹی دکانیں تیزی سے گندگی کو ٹکر دیں۔ آپ کو صرف اپنی جگہ کی وضاحت کرنے اور ایک مخصوص مارکیٹ کے لئے اپنا کاروبار بنانے کی ضرورت ہے. تقسیم پر اجارہ داری ختم ہو چکی ہے۔

اس کے نتیجے میں ، ایک اور دو افراد کے کاروبار ایمیزون ، شاپائف ، کک اسٹارٹر ، یا سوشل میڈیا پر مٹھی بھر مصنوعات فروخت کرنا شروع کر سکتے ہیں ، اور بڑے برانڈز کو کم از کم اپنے ہدف گاہکوں کو فروخت کر سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اس کھیل میں بورڈ پر اپنا نام حاصل کرنے کا موقع ملتا ہے۔ لیکن یہ صرف ایک سے کہیں زیادہ ہے

sambaraweb.com

آپ کے لئے ایک کاروبار بنانے کا موقع. یہ بھی توجہ حاصل کرنے کا ایک موقع ہے
بڑے برانڈز کے ذریعہ اور ان کے ذریعہ خریدا گیا.

کمبرلی کلارک یا پراکٹر اینڈ گیمبل جیسے بڑے گروپ آپ جیسے چھوٹے برانڈ کو کیوں خریدیں گے؟
بہت آسان الفاظ میں: کیونکہ وہ نئی کمپنیوں کی طرح تیزی سے جدت نہیں لاسکتے ہیں. وہ بہت بڑے اور بے قابو ہیں. یہ ایک طرح سے ہے جب فیس بک نے انسٹاگرام خریدا، یاٹویٹر نے پیریسکوپ کو خرید لیا۔ فیس بک نے انسٹاگرام کو ایک ارب ڈالر میں اس وقت خریدا تھا جب وہ صرف نو ماہ کا تھا۔ کیوں؟ چونکہ انسٹاگرام اتنی تیزی سے بڑھا تھا، لہذا فیس بک کے لئے اسے خریدنا آسان تھا۔

اس نئے بازار میں، ایک مصنوعات بنانے اور اسے کسی کاروبار کو فروخت کرنے کی کوشش کرنے کے بجائے، آپ اس کاروبار کو نگلنے کے لئے ایک مارکیٹ کو گھیر رہے ہیں۔ چھوٹے کاروبار بڑے برانڈز کے مقابلے میں بہت تیزی سے جدت طرازی کرسکتے ہیں۔ وہ سوشل میڈیا مصروفیت کے ذریعے پروڈکٹ ٹیسٹ کرسکتے ہیں۔ وہ اپنے سامعین کے مطابق اپنی مصنوعات میں ٹارگٹڈ تبدیلیاں کرسکتے ہیں۔

کمبرلی کلارک اپنی پوری پروڈکٹ لائن کو دوبارہ ترتیب نہیں دے سکتا کیونکہ ایمیزون کے کچھ جائزے درد کے نقطہ کو ظاہر کرتے ہیں۔ اس موقع پر، وہ انفرادی گاہکوں کی طرف سے درخواست کردہ تبدیلیوں کے ساتھ رول کرنے کے لئے بہت پیچیدہ ہیں۔ لیکن آپ کرسکتے ہیں.

صرف آر ایکس بی اے آر کے بانی پیٹر راہل سے پوچھیں، جو ان کھلاڑیوں کے لئے بنایا گیا ایک "حقیقی فوڈ پروٹین بار" ہے جو اپنی غذا کو صاف رکھنا چاہتے ہیں۔ پیٹر نے 2013 میں اپنے والدین کے تہہ خانے میں آر ایکس بی اے آر کی بنیاد رکھی۔ سرخ کھانے کا مکسر جسے وہ کھجوروں، میوے اور انڈوں کو ملا کر استعمال کرتے تھے وہ اب بھی کمپنی کے شکاگو ہیڈ کوارٹر میں نمائش کے لیے رکھا گیا ہے۔

sambarayeb.com

ایسا نہیں ہے کہ سیارے پر پروٹین سلاخوں کی کمی تھی؛ برداشت کرنے والے ایتھلیٹس کے پاس

ان کی بار تھی - اسے کلیف بار کہا جاتا تھا (اور اس کاروبار نے بھی اس کتاب میں "ترکیب" کی پیروی کی)۔ کم کارب ڈائیٹرز کے پاس کوئسٹ سلاخیں تھیں۔ باڈی بلڈرز کے پاس ایم ای ٹی - آر ایکس بار اور پاور بار تھے۔ ایسا لگتا تھا کہ دنیا کو ایک اور فوڈ بار، یا یہاں تک کہ ایک اور پیک شدہ ناشتے کی ضرورت نہیں تھی، لیکن خاص طور پر کراس فٹ ایتھلیٹس کے لئے کوئی فوڈ بار نہیں تھا، جو پیٹر کے ہدف گاہک تھے۔

آر ایکس بی اے آر کے قیام کے صرف تین سال بعد، پیٹر کو کیلوگ کی کال موصول ہوئی۔ کیلوگ جانتے تھے کہ یہ اتنی تیزی سے ایک اچھی کمپنی نہیں بنا سکتا جتنا پیٹر پہلے ہی کر چکا تھا، لہذا انہوں نے اس کے بجائے اسے خرید لیا۔ کیلوگ کے تنخواہ یافتہ نوجوان پیٹر، پھر اپنے کاروباری سفر میں صرف تین سال، $600 ملین. مالی لحاظ سے، ہم اسے "سرمایہ کاری پر ایک اچھا منافع" کہتے ہیں.

امکان یہ ہے کہ آپ نے آر ایکس بی اے آر، یا کلیف بار، یا کوئسٹ بار کھایا ہے، چاہے آپ کراس فٹ ایتھلیٹ یا باڈی بلڈر نہ ہوں۔ اور یہ، ایک بار پھر، ہے

sambaraweb.com

برانڈز اور مصنوعات کے درمیان فرق مصنوعات ایک وقت میں ایک شخص کو اپیل کرتے ہیں. لیکن ایک برانڈ پہلے لوگوں کے ایک گروپ سے اپیل کرتا ہے، اور پھر ہر کسی کے ذریعہ اپنایا جاتا ہے۔ مصنوعات مختصر وقت کے لئے تھوڑا سا پیسہ کماتے ہیں. برانڈز لاکھوں ڈالر میں خریدے جاتے ہیں۔

آن لائن برانڈ سائیکل

میں نے پہلے دوسری اننگز میں ہونے کا ذکر کیا تھا۔ ابھی، ہم ابھی بھی آن لائن برانڈ تخلیق کے اس نئے چکر کے ابتدائی مراحل میں ہیں. پہلی لہر کا آغاز ایمیزون پر خریداری کرنے والے لوگوں سے ہوا۔ اس ویب سائٹ کو استعمال کرنے میں آسانی نے کسی کے لئے بھی مصنوعات فروخت کرنا ممکن بنا دیا. پھر کسٹمر کے لئے خریداری کے عمل کو ہموار کرنے کے لئے Shopify جیسے ٹولز کا استعمال کرتے ہوئے اپنے کاروبار کی ویب سائٹ پر اپنا ای کامرس پلیٹ فارم بنانا ممکن ہو گیا۔

اب یہ وائلڈ ویسٹ نہیں ہے، لیکن سوشل میڈیا کا اثر، فوریت اور اثر ان دنوں کی آزادی کی قدر سے کہیں زیادہ ہے. آپ کا موقع بھی ایسا ہی ہے۔ جو کوئی بھی مختلف انداز میں کہتا ہے وہ امکانات کے پورے منظر نامے کو نہیں دیکھ رہا ہے۔

یہاں تک کہ فیشن جیسی "اچھوت" صنعتوں کو بھی آپ جیسے کاروباری افراد کی طرف سے متاثر کیا جا رہا ہے۔

حال ہی میں، مجھے نئی پتلون خریدنے کی ضرورت تھی. مجھے کسی چیز کے بارے میں بالکل واضح ہونے دیں: مجھے اسٹائل کا کوئی احساس نہیں ہے. میں ایک والد ہوں، اور میں ایک کی طرح لباس پہنتا ہوں. میں نے ہمیشہ فیشن کے ساتھ جدوجہد کی ہے - "ٹھنڈا" ہونے کے لئے میرا حوالہ ہائی اسکول میں

sambaraweb.com

اپنے پسندیدہ ہینڈ-می-ڈاؤن پہننا تھا۔

اپنی پاکیزگی برقرار رکھنے کے لئے، میں سادہ، آرام دہ کپڑے خریدتا ہوں جو اس طرح کے میل کھاتے ہیں. اور میں ان برانڈز کے ساتھ گونجتا ہوں جو میرے لئے یہ آسان بناتے ہیں۔ دو نئے برانڈز، میزن + مین اور پبلک ریک نے مجھے اشتہارات کے ساتھ نشانہ بنایا- میزن + مین پوڈکاسٹ اشتہارات کے ساتھ اور پبلک ریک انسٹاگرام اشتہارات کے ساتھ۔ میرے سامنے آنے کے لیے انہیں پیسے خرچ کرنے پڑے، اور میں نے دونوں کاروباروں کے ساتھ ہزاروں ڈالر خرچ کیے ہیں۔

کیا میں نے انہیں خوردہ اسٹور پر خریداری کر کے دریافت کیا؟ نہیں۔

کیا میں نے انہیں ٹی وی اشتہارات کے ذریعہ یا یہاں تک کہ کسی دوست کی سفارش سے دریافت کیا؟ نہیں۔

میں نے دونوں کو چھوٹے چھوٹے اشتہارات کے ساتھ دریافت کیا جس سے ان کمپنیوں کو کچھ بھی خرچ نہیں کرنا پڑا- اور اب میں ان کے کپڑے خریدتا ہوں اور اپنے تمام دوستوں کو ان کے بارے میں بتاتا ہوں۔ درحقیقت، میزن + مین کے بانی، کیون لاویل نے میری ایک تقریر میں بات کی۔

sambaraweb.com

کیپیٹلزم کانفرنس کی تقریبات، جہاں انہوں نے بتایا کہ انہوں نے کمپنی کیسے بنائی۔ خاص طور پر فعال مردوں کے لئے کپڑوں کی کوئی لائن نہیں تھی، اور روایتی لباس پہننا محدود محسوس ہوتا تھا، لہذا انہوں نے اپنے اور اپنے جیسے لوگوں کے لئے کمپنی بنائی۔ اور اس نے راکٹ کی طرح اڑان بھری۔

جبکہ پبلک ریک اور میزن + مین جیسی نئی کمپنیاں مارکیٹ شیئر میں اضافہ کر رہی تھیں، صنعت کے رہنما ڈیزل – کپڑوں کا ایک بڑا برانڈ جس نے دہائیوں تک حکمرانی کی - نے دیوالیہ پن کے لئے درخواست دائر کی۔ یہ وہ جگہ ہے جہاں ہم سائیکل میں ہیں: چھوٹے برانڈز تیزی سے بڑھتے ہیں، اور بڑے برانڈز برقرار رکھنے کے لئے ہاتھ پاؤں مار رہے ہیں. یہ امید کرنے کا "پرانا طریقہ" کہ آپ کی مصنوعات "اڑان بھرے گی" باطل اور باطل ہے۔ آج، آپ کا خیال اور آپ کی مصنوعات دنیا کے سب سے بڑے آن لائن خوردہ فروشوں کے ساتھ شراکت کر سکتے ہیں. شروع کرنے کے لئے، آپ کو صرف اپنے سامعین کی وضاحت کرنے کی ضرورت ہے، ایک پروڈکٹ لانچ کریں، اسے روزانہ پچیس فروخت تک حاصل کریں، اور پھر اس وقت تک دہرائیں جب تک کہ آپ کے پاس ملین ڈالر کا کاروبار نہ ہو۔

وہاں سے، مواقع کی ایک نئی دنیا آپ کے لئے کھل جائے گی.

یہ اس وقت کی حقیقی علامت تھی جب ایمیزون نے اگست 2017 میں ہول فوڈز کو خریدا تھا۔ یہ، پہلی بار، "اولڈ وے" کا انضمام تھا اور نیا، پہلی بار ایک انٹرنیٹ خوردہ فروش نے جسمانی خوردہ فروش خریدا۔ صرف دس سال پہلے، یہ مضحکہ خیز لگتا تھا. انٹرنیٹ کاروبار حقیقی کاروبار نہیں خریدتے ہیں! انٹرنیٹ خوردہ فروش حقیقی خوردہ فروشوں کو کاروبار سے باہر نہیں رکھتے ہیں!

لیکن آج آپ کا برانڈ ایک بہت ہی چھوٹے سے مقام کو نشانہ بنا کر شروع کر سکتا ہے - لوگوں کے ایک چھوٹے سے گروپ کی خدمت - اور بہت تیزی سے عوام تک پھیل سکتا ہے (آر ایکس بی اے آر کو یاد رکھیں) کیونکہ اب یہ ناگزیر ہے کہ آن لائن اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کرنے والے برانڈز ہر جگہ

sambaraweb.com

خوردہ اسٹورز میں ظاہر ہوں گے۔ اس کے بارے میں اس طرح سوچیں: اگر آپ کی مصنوعات ایمیزون پر جیت جاتی ہے تو، کچھ سالوں میں یہ ملک میں ہر پورے کھانے کے ہر شیلف پر ہو گا۔ ایمیزون کے پاس خریداروں کا تمام ڈیٹا موجود ہے اور یہ شناخت کرنے کے قابل ہو گا کہ آیا آپ کا پروٹین پاؤڈر اٹلانٹا، جارجیا میں اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کر رہا ہے یا نہیں۔ اور اگر ایسا ہے تو، وہ اسے فوری طور پر اٹلانٹا میں ہول فوڈز کے ہر شیلف پر رکھ سکتے ہیں، اس کے بعد ملک کے باقی حصوں میں۔

در حقیقت، یہ پہلے ہی ہونا شروع ہو گیا ہے. ہماری کمیونٹی کے ممبروں میں سے ایک نے وزن میں کمی کے مخصوص سپلیمنٹ کے لئے ایمیزون پر نمبر ایک درجہ حاصل کیا۔ جلد ہی، اسے ملک بھر میں ہر ہول فوڈ میں دکھایا گیا۔ اس کے کچھ ہی عرصے بعد، اسے امریکہ کی ہر گروسری چین نے اٹھالیا۔ اور یہ اس سائیکل کا اگلا مرحلہ ہے - آن لائن اور آف لائن برانڈز کا انضمام، اور بڑے برانڈز کے ذریعہ چھوٹے برانڈز کا حصول۔

آگے بڑھتے ہوئے، تیز رفتار ترقی کی کلید بہت، بہت "مائکرو" جا رہی ہے۔ جتنا زیادہ مخصوص سامعین کو آپ ہدف بنا سکتے ہیں، اتنی ہی تیزی سے آپ بڑھیں گے۔ مزید

sambaraweb.com

اپنی مصنوعات کو "جگہ" دیں، جتنی تیزی سے آپ مصنوعات جاری کرنے اور پہلے ملین تک پہنچنے کے قابل ہوں گے۔ اگر آپ ایسا کرتے ہیں تو، آپ مواقع کے اگلے دور کے لئے تیار ہوں گے کیونکہ وہ کھلتے ہیں۔ جیسے جیسے دوسرے بڑے برانڈز ای کامرس میں ایڈجسٹ ہونا شروع کریں گے، آپ جیسے چھوٹے برانڈز کے لئے زیادہ تقسیم موجود ہو گی۔

Walmart.com ایک ایسے موقع کی ایک عظیم مثال ہے جو مستقبل میں پھیلے گا۔ اگر کوئی ایمیزون کا مقابلہ کر سکتا ہے تو وہ وال مارٹ ہے۔ اس میں بنیادی ڈھانچہ، رسائی اور شناخت ہے. اگر وال مارٹ اسمارٹ ہے تو وہ جو بھی پروڈکٹ اسے مار رہی ہے اسے Walmart.com پر لے جائے گی اور اسے اپنے 35,000 اسٹورز میں سے ہر ایک میں پیش کرے گی۔ یہ لاکھوں سامعین کا ایک سامعین ہے جو ایک ثابت شدہ مصنوعات کو دیکھنے کے لئے منتخب کیا گیا ہے. بہتر ہو گا کہ آپ اس پر توجہ دیں۔

اگر آپ اپنی مارکیٹنگ کے ساتھ ان پلیٹ فارموں میں سے کسی ایک پر جیت سکتے ہیں تو، آپ ایک برانڈ کے طور پر جیتنا شروع کرتے ہیں۔ جب آپ اپنے آپ کو ایک قابل عمل برانڈ ثابت کرتے ہیں تو، آپ کو بڑی کمپنیوں کے ذریعہ خریدا جاتا ہے۔ مجھے یقین ہے کہ وہ دن آئے گا جب فیس بک ہدف جیسے خوردہ گروپ کو خریدے گا۔ آپ فیس بک مارکیٹ پلیس پر اشتہار دیں گے، اور مصنوعات آپ کے قریبی ہدف سے بھیجی جائے گی۔

پرانے برانڈز اور نئے برانڈز ضم ہو رہے ہیں، اور دنیا آپ کے چھوٹے برانڈ کے فولڈ میں داخل ہونے کا انتظار کر رہی ہے.

ایک ٹویٹ کے ساتھ ایک بلین ڈالر کیسے بنائیں

سنہ 2014 میں مشہور سرمایہ کار کارل آئیکان نے ٹوئٹر پر لکھا تھا کہ ان کے خیال میں ایپل کے اسٹاک

sambaraweb.com

کی قدر کم ہے۔ انہوں نے کہا کہ انہوں نے ابھی کم قیمت کا ایک ٹن اسٹاک خریدا ہے۔

اس ٹویٹ کے بعد کے دنوں میں ایپل کے اسٹاک میں بالکل اضافہ ہوا۔ کارل نے ایک عوامی طور پر کاروبار کرنے والی کمپنی میں اربوں ڈالر کا اضافہ کیا کیونکہ اس نے اس کے بارے میں ٹویٹ کیا تھا۔ کوئی ایسا کیسے کر سکتا ہے؟ میں نے ایسا ہوتے دیکھا اور بہت متاثر ہوا۔ کچھ نیوز پنڈتوں کے مقابلے میں ان کے فالوورز کم تھے، لیکن انہوں نے ایک کمپنی میں اربوں کا اضافہ کیا۔ یہ انٹرنیٹ پر ایک جوابدہ سامعین رکھنے کی طاقت ہے.

سرمایہ کار کارل آئکن کی پیروی کرتے ہیں۔ جب وہ کہتے ہیں کہ اسٹاک کی قدر کم ہے، تو ان کی برادری اس کی پیروی کرتی ہے۔ جب آپ صحیح ہجوم پر اثر انداز ہوتے ہیں تو، آپ نقشے پر کوئی بھی پیغام ڈال سکتے ہیں۔

مصنف اور کاروباری شخصیت ٹم فیرس ایک اور عظیم مثال ہیں۔ ٹم لفظی طور پر رجحانات پیدا کرتا ہے کیونکہ اس کے سامعین بہت جواب دہ ہیں۔ *فوربز* کا ایک مشہور مضمون ہے جس کا عنوان ہے "ٹم فیرس ایفیکٹ"، جس میں اس کا خاکہ پیش کیا گیا ہے۔

sambaraweb.com

ٹم کے ذکر کے بعد برانڈز کی ترقی۔ ٹم کے پوڈکاسٹ پر ان پر تبادلہ خیال کرنے کے کچھ دنوں بعد بہت سے برانڈز ریکارڈ فروخت کی نشاندہی کرسکتے ہیں۔ درحقیقت، ان کے ناظرین کی پشت پر پورے برانڈز لانچ کیے گئے ہیں۔ مشروم کافی کمپنی فور سگماٹک کو اصل میں ٹم کے پوڈکاسٹ پر اشتہارات کی وجہ سے آگ لگ گئی تھی، اور ان کی ایمیزون کی فروخت میں تیزی آئی تھی۔ آج، آپ انہیں دنیا بھر میں خوردہ اسٹوروں میں پائیں گے۔

سڑک پر عام آدمی شاید کارل آئکن یا ٹم فیریس کو نہیں جانتا ہے، لیکن ان دونوں لوگوں کے پاس اتنی وقف بنیاد ہے کہ وہ جب بھی ان کا ذکر کرتے ہیں تو دوسری کمپنیوں کو نقشے پر لاسکتے ہیں۔ ہیک، ہول فوڈز نے سارڈین کے ایک برانڈ پر اسٹاک ختم ہونے کی اطلاع دی جس کا ٹم نے ایک بار اپنے پوڈکاسٹ میں ذکر کیا تھا۔

ہم ایک ایسی دنیا میں رہتے ہیں جہاں کارڈیشین قبیلے کی سب سے چھوٹی بہن کائلی جینر اس طرح کی حکمت عملی استعمال کرتے ہوئے تاریخ میں دنیا کی سب سے کم عمر خود ساختہ ارب پتی بن سکتی ہیں۔ وہ اس رئیلٹی شو کے ذریعے وہاں نہیں پہنچ سکیں جس میں انہوں نے اپنی نوجوانی کے زیادہ تر عرصے میں اداکاری کی تھی۔ وہ لائسنسنگ کے سودے، توثیق، یا ظاہری فیس کے ذریعے وہاں نہیں پہنچی۔ وہ بالکل اسی طرح وہاں پہنچی جس طرح آپ وہاں پہنچنے جارہے ہیں: ایک آن لائن سامعین کا استعمال کرتے ہوئے جو اس نے ایک چھوٹے انٹرنیٹ کاروبار کو ایک بڑی کامیابی میں فروغ دینے کے لئے بنایا تھا۔

اب مجھے پتہ چلا ہے کہ آپ اس طرح کے بلٹ ان ناظرین کے ساتھ شروعات نہیں کر رہے ہیں جس طرح کائیلی کے پاس تھا۔ ایک وقت کے لئے، ان کا انسٹاگرام پلیٹ فارم پر نمبر ایک، سب سے زیادہ فالو کیا جانے والا اکاؤنٹ تھا۔ اس نے یقینی طور پر ایک ٹانگ اوپر اٹھا رکھی تھی۔ لیکن ہر دوسرے طریقے سے، اس کا عمل وہی تھا جو آپ اس کتاب کے ذریعے سیکھنے اور استعمال کرنے جارہے ہیں. انہوں نے ایک سامعین کی نشاندہی کی: نوجوان، سوشل میڈیا سے واقف، بیوٹی پروڈکٹ کے عقیدت

sambaraweb.com

مند. اس نے ناظرین کی خدمت کے لئے ایک برانڈ بنایا: کائلی کاسمیٹکس۔ اور وہ ایک واحد لانچ پروڈکٹ کے ساتھ آئی جس نے اپنے سب سے مشہور اور پسندیدہ جسمانی اثاثے کا فائدہ اٹھایا: کائلی لپ کٹس۔

اس کی پروڈکٹ لانچ کے ارد گرد کی تشہیر پاگل پن تھی۔ انہوں نے جو ناظرین بنائے تھے وہ کسی ایسی پروڈکٹ کے لیے پیسے پھینکنے کے لیے اتنے پرجوش تھے کہ کسی نے کبھی یہ بھی نہیں دیکھا تھا کہ یہ پروڈکٹ مکمل طور پر فروخت ہو چکی ہے اور کائیلی کو پہلے ہی دن 19 ملین ڈالر کی آمدنی ہوئی ہے۔ اٹھارہ ماہ میں کائلی کاسمیٹکس نے 420 ملین ڈالر کی آمدنی حاصل کی تھی۔ دو سال کے اندر اندر اس کی مالیت ایک ارب ڈالر تک پہنچ گئی۔

یہاں اہم بات یہ نہیں ہے کہ آپ کو اپنی بہنوں کے ساتھ ایک رئیلٹی شو شروع کرنے کی ضرورت ہے تاکہ آن لائن ناظرین کی تعمیر میں ایک دہائی گزار سکیں جو آپ کو دو سال سے بھی کم وقت میں دس اعداد و شمار تک لے جائے گا۔ دی

sambaraweb.com

سبق یہ ہے کہ، آن لائن سامعین اور سامعین کو نشانہ بنانے والے برانڈ کے صحیح امتزاج کے ساتھ، کامیابی یقینی طور پر ایک معاملہ ہے۔

شخص سے شروع کریں

آپ کو ملین ڈالر کا کاروبار کرنے کے لئے ایک ملین پیروکار حاصل کرنے کی ضرورت نہیں ہے. آپ کو اشتہارات کا ایک حصہ اور برانڈ بلڈنگ کے ایک حصے کے ساتھ ساتھ تین سے پانچ مصنوعات کی ضرورت ہوتی ہے جو ایک دن میں تقریبا تیس گاہکوں کو حاصل کرتے ہیں۔

شروع میں، اس کا مطلب یہ ہے کہ ان چند لوگوں پر "سب کچھ" کرنا جو آپ کو دیکھتے ہیں، آپ کی پیروی کرتے ہیں، اور آپ سے خریدتے ہیں. شروع میں یہ معمولی لگتا ہے، لیکن "پھیلاؤ" کی وجہ سے اگلے سال میں برف کا گولہ بڑھ جائے گا۔

میرے کالج کے پروفیسروں میں سے ایک نے اسے "مارکیٹنگ کا پھیلاؤ نظریہ" کہا۔ ہر نئے آئیڈیا یا پروڈکٹ کے ساتھ، آپ کو اپنانے کا ایک گھنٹی موڑ ہے. بالکل شروع میں، آپ کے پاس جدت طرازوں کا ایک چھوٹا لیکن بلند گروپ ہے جو کسی مصنوعات کے بارے میں بات کرتا ہے۔ اپنے تکنیکی دوست پر غور کریں جو کچھ نیا خریدتا ہے اور اس کے بارے میں بات کرنا بند نہیں کرے گا۔ وہ اس کے بارے میں اس وقت تک بات کرتے ہیں جب تک کہ انہیں ابتدائی طور پر اپنانے والوں، پھر عوام اور آخر میں پیچھے رہنے والوں کی توجہ حاصل نہ ہو جائے۔ اسمارٹ فونز کے بارے میں سوچیں۔ آپ کے پاس ٹیک اختراع کار تھے جو سوچتے تھے کہ وہ ٹھنڈے ہیں۔ انہوں نے اپنے دوستوں کو بتایا اور انہیں جلد اپنانے والے کے طور پر اندر لے آئے۔ پھر، کچھ سالوں کے بعد، دادی کے پاس بھی ایک آئی فون ہے. اب جدت طراز اگلی چیز کی طرف بڑھ رہے ہیں۔

sambaraweb.com

میں نے یہ سب دیکھا اور سوچنے لگا کہ اسے اپنے فائدے کے لئے کیسے استعمال کیا جائے۔ کیا میں اتنا شور مچا سکتا ہوں کہ ایک ملین ڈالر کی کمپنی کی طرف انجن اسٹارٹ کر سکوں؟

میں کارل آئکن یا ٹم فیریس نہیں ہوں، لیکن مجھے یہ سوچنا پڑا کہ ان کے اصولوں کو اپنے فائدے کے لئے کس طرح استعمال کیا جائے۔ اپنی مصنوعات کے لئے بنیادی فین بیس حاصل کر کے، آپ اپنا چیک لکھ سکتے ہیں۔ حامیوں کا ایک چھوٹا سا گروپ، یا ان "جدت طرازوں" یا "ابتدائی اپنانے والوں" کو لے لیجیے۔ اسے ایمیزون، کک اسٹارٹر، یا Walmart.com جیسے پلیٹ فارم کے ساتھ جوڑیں۔ تھوڑی سی رفتار کو برقرار رکھنے کے لئے سوشل میڈیا کا استعمال کریں۔ اس کے بعد سنو بال واقعی ان سو فروخت کی طرف بڑھنا شروع ہو جاتا ہے جس دن آپ آخر کار چاہتے ہیں۔ اس کاروباری ماڈل کو زندگی بدلنے کے لئے چند سو افراد کو ایک وفادار کسٹمر بیس میں تعمیر کیا گیا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ کارل اور ٹم اور یہ تمام مائیکرو برانڈ مثالیں متعلقہ ہیں۔

sambaraweb.com

شناخت کی مارکیٹنگ اور آپ کے لئے اس کا کیا مطلب ہے

میرے پاس بہت سے طالب علم ہیں جو کافی فروخت کرتے ہیں۔ کچھ مہنگے، اعلی معیار کی مصنوعات کے ساتھ کام کرتے ہیں، لہذا ان کا پیغام رسانی اور مارکیٹ ہوٹی ٹوٹی، بوگی کافی پینے والا ہے۔ میرے پاس ایک اور طالبہ ہے جو ماؤں پر توجہ مرکوز کر رہی ہے، اور اس کا پورا مارکیٹنگ پیغام یہ ہے: "اگر خواتین کافی کے کپ وں پر منسلک ہوں تو کیا دنیا ایک بہتر جگہ نہیں ہو گی؟"

دوسری طرف، آپ کے پاس بلیک رائفل کافی جیسی کمپنی ہے۔ اگر آپ نے کبھی بلیک رائفل کے اشتہارات نہیں دیکھے ہیں تو، کمپنی گوگل کے قابل ہے (صرف اس بات کو یقینی بنائیں کہ کمرے میں کوئی بچہ نہیں ہے)۔ اس کا اشتہار جرات مندانہ طور پر قدامت پسند، بندوق رکھنے والے مردوں کو پورا کرتا ہے جو "لبرل اسٹار بکس" کو اپنا پیسہ دینے سے انکار کرتے ہیں۔ وہ ذائقوں، سپلائرز، یا طریقوں کے بارے میں بات نہیں کرتے ہیں۔ وہ صرف خود کو بندوقیں چلاتے ہوئے دکھاتے ہیں اور بندوق کے مالکان کو اپنی کافی پینے کی دعوت دیتے ہیں۔ ان کے گاہک اسے کھاتے ہیں۔ یہ شناخت کی مارکیٹنگ ہے، اور یہ کام کرتا ہے.

بلیک رائفل کافی اور دیگر کافی کمپنیوں میں کیا فرق ہے؟ جب مصنوعات کی بات آتی ہے تو، دونوں *بالکل ایک ہی پھلیاں استعمال کر سکتے ہیں۔ لیکن برانڈ، خاص طور پر، جس شخص کو انہوں نے نشانہ بنایا، بالکل مختلف ہے۔*

اگر آپ اپنے شخص کی شناخت کرتے ہیں اور انہیں وہی دیتے ہیں جو وہ چاہتا ہے تو، آپ ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنا سکتے ہیں چاہے آپ اسی قسم کی مصنوعات فروخت کریں جو آپ کے حریف کرتے ہیں۔ لیکن آپ ان کے ساتھ مقابلہ نہیں کریں گے۔ آپ ایک مختلف شخص کو نشانہ بنائیں گے.

کچھ سال پہلے، ملر لائٹ حریفوں کے مقابلے میں مارکیٹ شیئر کھو رہا تھا۔

sambaraweb.com

سچ کہا جائے تو اس کے بٹ کو لات ماری جا رہی تھی۔

کمپنی نے چیزوں کو تبدیل کرنے اور اپنی نئی مارکیٹنگ ہک تلاش کرنے میں مدد کے لئے ایک پیشہ ور برانڈنگ ایجنسی لائی۔ ملر کورز نے اس ایجنسی کو اپنی شراب خانوں کے ارد گرد لے جایا، اس کی بیئر بنانے میں جانے والی ہر چیز کو اجاگر کیا۔ بیئر بنانے والی کمپنی کی ٹارگٹ مارکیٹ اور برانڈ اسٹوری پر گہری غوطہ لگانے کے بعد، ہر کوئی نئے اشتہار کا انتظار کر رہا تھا۔

مارکیٹنگ کمپنی اس کے ساتھ واپس آئی: "ملر لائٹ: یہ ٹرپل ہپس بریوڈ ہے۔"

کچھ لوگوں نے اس تجویز کا مذاق اڑایا، کیونکہ تمام بیئر ٹرپل ہپس تیار کی جاتی ہیں۔

تاہم، کوئی اور یہ نہیں کہہ رہا تھا، لہذا یہ ابھی تک عوامی ذہنیت میں موجود نہیں تھا. ملر کورز نے اس مہم کا آغاز کیا، اور یقینی طور پر، گاہکوں نے اس کی "ٹرپل ہپس تیار کردہ" بیئر کا خیال کھایا جو کسی طرح مقابلے کی بیئر سے بہتر ذائقہ رکھتا ہے۔

sambaraweb.com

ناظرین اب زیادہ شوقین ہیں، لہذا آپ کو صرف مصنوعات کی مارکیٹنگ سے کہیں زیادہ کرنا ہو گا۔ آپ کو گاہک کو مارکیٹ کرنا ہو گا.

چند سال پہلے، میں نے ڈالر شیو کلب کے بانی مائیکل ڈوبن کو کیپیٹلزم کانفرنس میں مدعو کیا اور Capitalism.com میں اپنے پوڈ کاسٹ پر انٹرویو پوسٹ کیا. مائیکل نے اپنے برانڈ کی عاجزانہ شروعات کی کہانی سنائی۔ مائیکل نے ایک کاروباری شخصیت کے طور پر شروعات نہیں کی تھی۔ درحقیقت، انہوں نے اس کی شروعات قطبی مخالف کے طور پر کی تھی: ایک مزاحیہ اداکار۔

مائیکل نے سالوں تک اپنی کامیڈی کا مظاہرہ کیا اور مختلف ٹیلی ویژن اور فلم رائٹنگ رومز میں کام کیا۔ وہ کسی کاروباری موقع کی تلاش میں ہی نہیں تھا کہ بے ترتیب طور پر ایک شخص اس کی گود میں گر گیا۔ ایک پارٹی میں موجود ایک دوست نے اسے بتایا کہ اسے ایشیا سے حاصل کردہ ریزرز کی ایک بڑی کھیپ منتقل کرنے میں دشواری ہو رہی ہے۔ مائیکل کو ایک خیال آیا: کیا ہو گا اگر وہ ریزرز کو اسٹور الماریوں سے نکالنے کی کوشش کرنے کے بجائے، اس اہم چیز کو خریدنے کی تکلیف کو کم کرے جو اس کے جاننے والے زیادہ تر لوگ استعمال کرتے ہیں؟ کیا ہو گا اگر وہ انہیں براہ راست گاہکوں کے گھر بھیج دے؟

وہ اپنے سامعین کو جانتا تھا: اس جیسا ہر آدمی جو ہر ماہ چند سستے بلیڈوں کے عوض بادشاہ کے تاوان کی ادائیگی سے تنگ آ چکا تھا۔

ایک خیال کی بنیادی باتیں اس کے ذہن میں پیدا ہوئیں۔ مائیکل نے بزنس پلان اور ڈسٹری بیوشن کا طریقہ کار ترتیب دیا۔ جب لانچ کرنے کا وقت آیا تو انہوں نے اپنے مزاحیہ پس منظر پر انحصار کرتے ہوئے ایک مزاحیہ تصوری ویڈیو بنائی جس کا مقصد ان کی کمپنی کی شناخت کو نشانہ بنانا تھا: بیس اور تیس کی دہائی کے نوجوان جو ایک اچھا شیو چاہتے تھے جو آسان اور سستا دونوں ہو۔

sambaraweb.com

"کیا ہمارے بلیڈ اچھے ہیں؟" مائیکل ویڈیو کے پہلے چند سیکنڈ میں خود کو برانڈ کے سفر کے ہیرو کے

طور پر کاسٹ کرتے ہوئے پوچھتا ہے۔ "نہیں۔ ہمارے بلیڈ بہت اچھے ہیں."

ڈالر شیو کلب نے مزاح اور ایک برانڈ اسٹوری کا استعمال کرتے ہوئے اپنے ہدف سامعین کو ظاہر کیا- بلے سے فورا کامیابی حاصل کرنے کے لئے۔ یہ سبسکرپشن سروس بلیڈ فروخت کرنے سے لے کر سستے، آسان، اور مؤثر باتھ روم مصنوعات کا ایک پورا مجموعہ فروخت کرنے تک گیا، جسے گاہک کے دروازے پر بھیج دیا گیا۔

کیا ڈالر شیو کلب ریزرز جیلیٹ یا اس کے کسی بھی حریف سے مختلف تھے؟ اس وقت نہیں. لیکن انہوں نے ایک مختلف شخص کو نشانہ بنایا، اور اس نے کام کیا. 2016 میں یونی لیور نے ڈالر شیو کلب کو ایک ارب ڈالر میں خریدا تھا۔ چین سے دوبارہ پیک کیے گئے ریزر بلیڈ کی طاقت پر اس کی قدر نہیں کی گئی تھی۔ اس کی قدر کی گئی

sambaraweb.com

ڈالر شیو کلب کی اپنے سامعین کی توجہ حاصل کرنے اور اسے گاہکوں میں تبدیل کرنے کی صلاحیت پر.

زیادہ تر کاروباری افراد ناکام ہو جاتے ہیں کیونکہ وہ ہر ایک کے لئے مصنوعات بنانے کی کوشش کرتے ہیں۔ وہ بڑے پیمانے پر اشتہارات پر اپنا پیسہ ضائع کرتے ہیں، پیغام رسانی کا استعمال کرتے ہیں جو کبھی بھی کسی سے جڑتا نہیں ہے۔ اگر آپ چاہتے ہیں کہ لوگ توجہ دیں تو، آپ کو کسی مخصوص شخص کو مارکیٹ کرنے کی ضرورت ہے، نہ کہ صرف اپنی چیز فروخت کریں۔

اگر آپ ایسا کرتے ہیں تو، آپ بالآخر ایک بڑی کمپنی کی توجہ حاصل کر سکتے ہیں جو آپ کو حاصل کرنا چاہتی ہے۔ کمبرلی کلارک جیسی کمپنی ایک کاغذی کمپنی خرید سکتی ہے جو پارٹیوں کو نشانہ بناتی ہے، دوسری جو جینیٹرز کو نشانہ بناتی ہے، اور دوسری خاندانوں کے لئے۔ یہی حال یونی لیور کی جانب سے ڈالر شیو کلب کی خریداری کا بھی ہے۔ یہ بڑی کمپنیاں صرف برانڈز کو نہیں خرید رہی ہیں-وہ مارکیٹوں کو خرید رہی ہیں۔

دوسرے لفظوں میں، اگر آپ لوگوں کے ایک مخصوص گروپ کو تشکیل دیتے ہیں اور اپنے برانڈ کو خاص طور پر ان کے مطابق ڈھالتے ہیں تو، آپ شائقین اور مستقبل کے حصول کنندہ کی توجہ حاصل کریں گے۔ اس کتاب میں آپ سیکھیں گے کہ ان مارکیٹوں میں کس طرح ٹیپ کرنا ہے جس طرح یہ بڑی کمپنیاں نہیں کر سکتیں۔ آپ اپنے آپ کو کمرے میں سب سے زیادہ پرکشش شخص بنانے جا رہے ہیں، اور وہ آپ کا تعاقب کرنے جا رہے ہیں.

اب تک، میں جانتا ہوں کہ آپ پمپ کر چکے ہیں اور اپنے کاروبار میں چھلانگ لگانے کے لئے تیار ہیں. میں واقعی آپ سے تھوڑا سا حسد کرتا ہوں. وقت میں واپس جانے اور دوبارہ تجربہ کرنے کا کوئی طریقہ نہیں ہے جو آپ تجربہ کرنے جا رہے ہیں. میں آپ کے ذریعے اس وقت تک زندگی بسر کروں گا جب تک کہ میں آپ کی پوری کہانی ذاتی طور پر نہیں سن لیتا۔

اس سے پہلے کہ ہم قدم بہ قدم عمل میں کودیں، آپ کو تھوڑا سا اور سیاق و سباق جذب کرنے کی ضرورت ہے۔ مواقع کے منظر نامے کی وسیع تفہیم اور یہ سمجھنا کہ شناخت کی مارکیٹنگ آپ کے لئے

sambaraweb.com

کس طرح کام کرتی ہے اہم ہے، لیکن وہ آپ کو کہیں بھی نہیں لے جائیں گے جب تک کہ آپ پہلے اپنے کانوں کے درمیان کی جگہ کو حل نہ کریں۔ سب کچھ کرنے سے پہلے اپنی ذہنیت کا جائزہ لینے کے لئے وقت نکالنا ممکنہ طور پر بہترین سرمایہ کاری ہے جو آپ اپنے کاروباری سفر کو شروع کرنے سے پہلے کر سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

2

سات شخصیات پر مشتمل کاروباری شخصیت کی ذہنیت

زیادہ تر لوگ دو وجوہات کی بنا پر غریب رہتے ہیں:

1. انہوں نے ایسی حکمت عملی پر عمل نہیں کیا جو انہیں امیر بنائے۔

sambaraweb.com

2 . ان کے پاس کسی امیر شخص جیسی ذہنیت نہیں ہے۔

میں پہلے نکتے کے ساتھ آپ کی مدد کرنے کا ارادہ رکھتا ہوں. میرا ماننا ہے کہ دولت حاصل کرنے کے دو سب سے اہم اقدامات ایک کاروبار بنانا اور منافع کی سرمایہ کاری کرنا ہے۔ یہ کتاب "ایک کاروبار کی تعمیر" کے حصے میں مدد کرے گی. تاہم، یہ آپ پر منحصر ہے کہ آپ اپنی ذہنیت کو از سر نو تشکیل دیں۔ جیسے ہی آپ اسے دوبارہ ترتیب دیتے ہیں، اس کے مالک ہوتے ہیں، اور اسے لیورج کے طور پر استعمال کرتے ہیں، آپ کو کامیابی حاصل ہوتی ہے۔

یاد ہے جب میں نے کہا تھا کہ کاروباری افراد منفرد ہیں؟ کیا ہم دنیا کو دوسرے لوگوں کے مقابلے میں مختلف انداز میں دیکھتے ہیں؟ میں اس تخمینے کے ساتھ مزید آگے جاؤں گا: زیادہ تر کاروباری افراد کے کندھوں پر چپس ہوتے ہیں۔ ہم دوسروں کو غلط ثابت کرنا چاہتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ہم رضاکارانہ طور پر بہت زیادہ تناؤ اور خطرہ مول لیتے ہیں، تعلیم یافتہ اندازوں پر اپنے پیسے اور معاش کو داؤ پر لگاتے ہیں۔ آپ اس خیال سے پرجوش ہو سکتے ہیں کیونکہ ایک کاروباری بننا اس وقت خاص طور پر ٹرینڈ ہے - اپنے خوابوں کا تعاقب کرنا اور دوسری طرف دولت اور آزادی تلاش کرنا اچھا ہے۔ بہت سارے لوگ کام کی اس لائن میں آتے ہیں کیونکہ وہ سمجھتے ہیں کہ یہ لاکھوں لوگوں کے لئے ایک آسان راستہ ہے.

sambaraweb.com

کاروباری شخصیت بننے کا مطلب اکثر بارہ گھنٹے کے دن، آپ کے بینک اکاؤنٹ میں بہت سرخ رنگ، اور اکیلے کام کرنے والی لمبی راتیں ہوتی ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ ایک کے بعد ایک طوفان کا سامنا کرنا جس کا کوئی اختتام نظر نہ آئے اور زمین پر کوئی بھی آپ کی حمایت نہ کرے۔

اور کوئی بھی، میں دہراتا ہوں، کوئی بھی نہیں سمجھ پائے گا (سوائے، یقیناً، دوسرے کاروباری افراد کے)۔ کاروباری افراد بہت تنہا لوگ ہوتے ہیں، اور تنہا لوگ اکثر بہت اچھے کاروباری بناتے ہیں۔ ہم ایک خاص نفسیات کا اشتراک کرتے ہیں، اور یہ نفسیات عجیب ہے.

خود ایک کاروباری شخصیت ہونے کے سالوں میں، اور سیکڑوں کاروباری افراد کے ساتھ کام کرتے ہوئے، میں نے ذہنیت اور طرز عمل میں کچھ ایسے نمونے دیکھے ہیں جو حقیقی طور پر کامیابی یا ناکامی کی پیش گوئی کر سکتے ہیں. اپنی ذاتی کہانیوں کو شیئر کرتے ہوئے، میں نے یہ بھی دیکھا ہے کہ ہم میں سے ایک بڑی تعداد زندگی کے مخصوص تجربات کا اشتراک کرتی ہے اور جوانی میں ان تجربات کا بوجھ اٹھاتی ہے.

میں کبھی بھی یہ دعوی نہیں کروں گا کہ ہر کاروباری شخص ایک ہی سوچتا ہے اور کام کرتا ہے، لیکن مختلف نمونے ہیں جو ہمارے کام کرنے کے طریقے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ یہ کوئی بری بات نہیں ہے. درحقیقت، یہ عام طور پر خفیہ چٹنی ہے جو ہمیں آبادی کی اکثریت کے مقابلے میں مالی اور تخلیقی کامیابی کی اعلی سطح کی طرف لے جاتی ہے۔

اس بارے میں آگاہی کے بغیر کہ آپ کس چیز کے ساتھ کام کر رہے ہیں، اور لہذا آپ کو آگے بڑھانے کے لئے اپنی ذہنیت کی رہنمائی اور استعمال کرنے کی صلاحیت کے بغیر، آپ کو خطرہ ہے کہ آپ کی نفسیات آپ کو پیچھے دھکیل دے گی۔ کوئی بھی شخص جو واقعی ایک کامیاب ملین ڈالر کے کاروبار میں جانا چاہتا ہے اسے برانڈ بنانے میں قدم رکھنے سے پہلے یہ کام خود کرنے کی ضرورت ہے۔

sambaraweb.com

آگے بڑھنے کے لئے پیچھے مڑ کر دیکھنا

جب میں گیارہ سال کا تھا تو میرے والدین الگ ہو گئے۔ میں جانتا ہوں کہ بہت سے بچے اس طرح کی چیزوں سے گزرتے ہیں، لیکن میں نے اسے خاص طور پر مشکل سے لیا۔ میں دیر سے کھلنے والا تھا، اور میں پہلے ہی اپنے نئے مڈل اسکول میں جگہ سے باہر محسوس کر رہا تھا. میں نے اسکول تبدیل کیے، ہر روز زیادہ سائز کے ہینڈ می ڈاؤن پہنے، اور کمپیوٹر میں سکون پایا، جہاں میں نے ایک منٹ میں 100 الفاظ ٹائپ کرنا اور ویب سائٹس بنانا سیکھا.

میری ماں کام پر واپس چلی گئی. میرے والد نے گھر چھوڑ دیا اور اپنی زندگی کی تعمیر نو کے لئے چلے گئے۔ اور میں؟ میں اسکول سے گھر ایک خالی گھر میں آتا تھا۔ وہاں میں تھا، میرا جسم بدل رہا تھا، میری دنیا ٹوٹ گئی تھی، اور میں اکیلا محسوس کر رہا تھا. یہ بہت کچھ ہے جس میں کوئی قیادت نہیں ہے اور کوئی مضبوط رول ماڈل نہیں ہے۔(ویسے، میری ماں، اور تمام اکیلے والدین کو چیخنا: مجھے بچپن میں کبھی احساس نہیں ہوا کہ کیسے

sambaraweb.com

اس وقت اس کی دنیا بکھر چکی تھی۔ وہ اپنی پوری بالغ زندگی ایک ماں رہی تھی، اور اب اسے اپنی زندگی کا تعین کرنا تھا، پیسہ کمانا تھا، اور اپنے خوابوں کو چھوڑنا تھا. اس نے ہماری دیکھ بھال کرنے کے لئے بہت محنت کی۔ میں سمجھ نہیں سکتا تھا کہ اب تک اس کے لئے یہ کتنا مشکل تھا.

مرد قیادت اور رہنمائی کی تلاش میں، میں نے مرد دوستوں سے رابطہ کیا اور سرپرستوں کی تلاش کی. گرجا گھر میں کچھ مرد تھے جنہوں نے میری حمایت اور حوصلہ افزائی کی، اور میں اپنے گرجا گھر کے نوجوانوں کے گروپ میں گہرائی سے شامل تھا. اس وقت کے دوران، میرے پاس ایک دوست تھا جس پر میں واقعی بھروسہ کرتا تھا. ایک ایسے وقت میں جب مجھے واقعی تعلق رکھنے کی ضرورت تھی، انہوں نے مجھے "ٹھنڈے بچوں" سے متعارف کرایا اور مجھے ایسا محسوس کرایا جیسے میں فٹ ہوں۔ میں ہر روز ان کے ساتھ دوپہر کا کھانا کھاتا تھا۔ انہوں نے مجھے نئے دوست بنانے میں مدد کی اور یہاں تک کہ مجھے اسکول کے بعد کچھ سرگرمیوں میں بھی شامل کیا۔ میں نے اس کی تعریف کی اور ڈیڑھ سال تک اس کی پیروی کی۔ میں نے اس کی طرح کپڑے پہنے۔ میں نے اسے ماڈل کیا. میں نے ٹی وی شو دیکھے اور ان کی سفارشات پر مبنی کتابیں پڑھیں۔ میں نے وہ لطیفے بتائے جو مجھے معلوم تھے کہ وہ ہنسائیں گے۔

وہ مہربان، خوش آمدید اور بے باک تھا، اور میں اس کے لئے بہت شکر گزار تھا. میری زندگی میں ایک وقت کے دوران جب مجھے لگا کہ مجھے چھوڑ دیا گیا ہے، وہ ایک مستقل سہارا تھا. یہاں تک کہ ایک دن، جب اس نے میری طرف دیکھا اور کہا، "مجھے تم واقعی پریشان کرتے ہو. میں صرف آپ کا دوست ہوں کیونکہ مجھے آپ پر افسوس ہے."

کیا؟!

انہوں نے مجھے یہ بھی بتایا کہ میرے دوسرے "دوست" میری پیٹھ کے پیچھے میرے بارے میں بات کرتے تھے، اور یہ کہ میں کبھی بھی ان کے گروپ کا حصہ نہیں تھا.

sambaraweb.com

مجھے اس لمحے کے بارے میں سب کچھ یاد ہے. مجھے یاد ہے کہ اس کی آنکھوں میں جو جھلک تھی اور

جب اس نے مجھے یہ سب بتایا تو اس نے جو لاپرواہی اور عجیب و غریب ہنسی نکالی تھی۔ مجھے وہ کالی لمبی آستین والی قمیض بھی یاد ہے جو میں نے پہنی ہوئی تھی۔ جب میں اس دن گھر گیا تو میں رویا، اور مجھے کوئی ایسا وقت یاد نہیں ہے جب میں نے کبھی زیادہ اکیلا محسوس کیا ہو، یا ایک ہارنے والے کی طرح محسوس کیا ہو۔

میں ان بچوں کے ساتھ دوپہر کے کھانے کی میز پر کبھی واپس نہیں گیا۔ میں نے دوپہر کا کھانا چھوڑ دیا اور باقی سال کے لئے ہر روز کمپیوٹر لیب میں چھپا رہا۔ اگلے چار سالوں تک، میں نے اپنے سابقہ "دوست" سے اس طرح گریز کیا جیسے اس نے مجھے جسمانی طور پر زخمی کر دیا ہو۔ میں اس سے آنکھ ملانے سے بھی ڈرتا تھا۔ ہمارے سینئر سال کے دوران، مجھے "کامیاب ہونے کا سب سے زیادہ امکان" کے لئے دوسرا مقام ملا۔ میں اس سے ہار گیا. مجھے اس بات سے نفرت تھی کہ اس نے مجھے مارا۔

اس سال کے آخر میں، وہ اور میں اسکول کے بعد ایک چھوٹے سے گروپ میں ایک ساتھ تھے۔ چار سال تک تکلیف، عدم تحفظ اور خوف کو برداشت کرنے کے بعد، میں نے اس کا سامنا کرنے کی ہمت کی۔

sambaraweb.com

ہم ایک کلاس روم میں اکیلے تھے، اور وہ عجیب طرح سے خاموش تھا. میں نے اپنا گلا صاف کیا اور کہا، "ارے، کیا ہم آٹھویں جماعت کے اس دن کے بارے میں بات کر سکتے ہیں جب ہم نے دوست بننا بند کر دیا تھا؟"

اس نے مجھے مضحکہ خیز انداز میں دیکھا۔ "ہے نا؟"

"تم جانتے ہو. جس دن آپ نے کہا کہ آپ واقعی مجھے پسند نہیں کرتے اور صرف میرے لئے افسوس محسوس کرتے ہیں. "

"میں نے ایسا کبھی نہیں کہا،" انہوں نے کہا.

مجھے ایسا لگا جیسے مجھے تھپڑ مار دیا گیا ہو۔ مجھے یہ بات اچھی طرح یاد ہے۔ "ہاں، تم نے کیا۔ میں نے اس کے بعد سے ہر روز اس کے بارے میں سوچا ہے. "

اس نے پھر کہا، "نہیں، مجھے یہ یاد نہیں ہے. معاف کیجئے گا۔"

مجھے اس پر چیخنے، اسے گھونسہ مارنے، یا دونوں کرنے کے لئے سب کچھ کرنا پڑا۔ "آپ کا کیا مطلب ہے، آپ کو یاد نہیں ہے؟ میں اس کے بعد ہر روز کمپیوٹر لیب میں چھپ جاتا تھا!"

اس نے کندھے جھکائے۔

میں مکمل طور پر حیران تھا اور تھوڑا سا خاموش تھا، لیکن میں نے ایک اور سوال کا جواب دیا: "ہم نے چار سالوں سے بات نہیں کی ہے. ہم دوست تھے یار۔ کیا تم نے سوچا نہیں کہ میں تمہاری زندگی سے غائب کیوں ہو گیا؟"

اس نے ایک بار پھر کندھے جھکائے۔ "میں... مجھے نہیں معلوم. میں نے اس کے بارے میں نہیں سوچا تھا. میں معذرت خواہ ہوں۔"

اور یہی وہ تھا. انہوں نے دعویٰ کیا کہ انہیں اس واقعے کی کوئی یاد نہیں ہے۔ سچ کہوں تو، جب اس نے مجھ سے یہ بات کہی تو ہم صرف بچے تھے، اور جب میں نے اس کا سامنا کیا، تو وہ اٹھارہ سال کا تھا اور

sambaraweb.com

اس کی زندگی بہت اچھی طرح ترتیب دی گئی تھی. وہ ایک اسکول ایوارڈ یافتہ تھا اور موسم خزاں میں ایک باوقار یونیورسٹی میں چلا گیا۔ وہ آگے بڑھ چکا تھا، لیکن میں نے برسوں تک اس بات چیت کو بار بار اپنے ذہن میں چلایا۔

دو وجوہات ہیں جو میں آپ کو یہ کہانی بتانا چاہتا ہوں.

سب سے پہلے، جب بھی میں اسے کسی دوسرے کاروباری شخص کے ساتھ شیئر کرتا ہوں، تو وہ تسلیم کرتے ہوئے سر ہلاتے ہیں۔ زیادہ تر کاروباری افراد نے اپنی زندگی کے کسی نہ کسی مرحلے پر خود کو اکیلا محسوس کیا ہے - ان سب کے پاس میری کہانی کا اپنا ورژن ہے۔ ان میں سے ایک بڑی تعداد طلاق کے بچے بھی ہیں۔ ایسا لگتا ہے کہ ترک کرنے، پسماندگی، اور خارج اور بے قدری محسوس کرنے کا ایک مشترکہ دھاگہ ہمارے تجربات سے گزرتا ہے۔ اگر آپ میری کہانی میں اپنے آپ کا کچھ سایہ دیکھ رہے ہیں، تو میں چاہتا ہوں کہ آپ سمجھیں کہ آپ اکیلے نہیں ہیں.

دوسری وجہ اصل میں کہیں زیادہ اہم ہے. اگر وہ بچہ نہ ہوتا تو آج میں کروڑپتی نہ ہوتا۔

آپ دیکھیں، میں اس کی وجہ سے ہر روز کمپیوٹر لیب میں چھپا رہتا تھا. اور اس کمپیوٹر لیب میں، میں نے ویب سائٹس بنانا سیکھا. میں نے ٹریفک چلانے کا طریقہ سیکھا. میں

sambaraweb.com

لکھنا سیکھا۔ اگر وہ نہ ہوتا تو آپ اس کتاب کو نہ پڑھتے۔ اگر یہ اس کے لئے نہیں ہوتا، تو آپ اس کاروبار کی تعمیر نہیں کرتے جو آپ کو آزاد کرنے جا رہا ہے.

میرا مقصد یہ نہیں ہے کہ کسی وجہ سے سب کچھ کیسے ہوتا ہے اس کے بارے میں کچھ غلط بیانی کی جائے۔ میرا نکتہ یہ ہے کہ آپ کی زندگی میں ایسی چیزیں ہوئی ہیں جو منصفانہ نہیں تھیں، اور جب آپ ان کو تبدیل نہیں کر سکتے ہیں تو، آپ انہیں ایندھن میں تبدیل کر سکتے ہیں جو آپ کو کامیابی کی طرف لے جائے گا۔ وہ دردناک لمحات وہ ہوتے ہیں جن میں آپ یا تو بھاگ جاتے ہیں یا کھڑے ہو جاتے ہیں اور تبدیلی لانے کا فیصلہ کرتے ہیں۔

ملکیت لینا

شاید یہ اتفاق ہے. شاید یہ ایک نمونہ ہے. شاید یہ عالمگیر ہے. لیکن ہر کاروباری شخصیت جس سے میں ملا ہوں اس کہانی سے تعلق رکھتا ہے، یا کم از کم اکیلے محسوس کرنے کے خیال سے متعلق ہے. اچانک، بغیر کسی انتباہ یا توقع کے، انہیں تمام فیصلے کرنے پڑے اور نتائج کے ساتھ جینا پڑا۔ اپنی زندگی کے کسی موڑ پر، انہوں نے خود سے کہا: *کوئی بھی میری دیکھ بھال نہیں کرے گا، لہذا میں اپنا خیال رکھوں گا*. اس طرح کا دباؤ ایک طرح کا بپتسمہ ہے، اور میرا ماننا ہے کہ یہیں سے کاروباری ذہنیت کا آغاز ہوتا ہے۔

ایک کاروباری شخص وہ ہے جو کسی مسئلے کی ذمہ داری لیتا ہے اور اس کے بارے میں کچھ کرتا ہے۔ کبھی کبھی، یہ "مسئلہ" یہ ہے کہ آپ ٹوٹ گئے ہیں اور اب ٹوٹنا نہیں چاہتے ہیں۔ کبھی کبھی، یہ مسئلہ یہ ہوتا ہے کہ آپ کی زندگی خراب ہو جاتی ہے اور آپ آخر کار اس کے بارے میں کچھ کرنے کے لئے تیار ہیں. یا آپ کے بچوں کا کوئی مستقبل نہیں ہے، اور اب وقت آگیا ہے کہ آپ پلیٹ میں آگے بڑھیں،

sambaraweb.com

دوسرے لوگوں یا قوتوں کو مورد الزام ٹھہرانا بند کریں، اور چیزوں کو بہتر کے لئے تبدیل کریں.

ایک کاروباری شخص ان مسائل کو حل کرتا ہے جو کسی اور نے پیدا کیے ہیں۔ ایک کاروباری شخص تبدیلی پیدا کرنے کے لئے ذمہ داری لیتا ہے.

میں ہر چیلنج، ہر تکلیف دہ لمحے، اور ہر اس چیز کو جس پر مجھے قابو پانا پڑا ہے، اس سفر کا ایک لازمی حصہ سمجھتا ہوں۔ یہ ایک بااختیار چیز ہے جب آپ کو احساس ہوتا ہے کہ کوئی بھی آپ کو بچانے کے لئے نہیں آرہا ہے۔ کوئی بھی آپ کے لئے آپ کی زندگی کو ایک ساتھ نہیں رکھے گا. کوئی اور آپ کو ایک ملین ڈالر کمانے والا نہیں ہے.

کچھ لوگ اس یقین سے پیچھے رہ جاتے ہیں کہ پیسہ نایاب ہے اور اس کا حصول مشکل ہے۔ یہ لوگ اس عقیدے کو اپنا عالمی نقطہ نظر تشکیل دینے کی اجازت دیتے ہیں، جس کے نتیجے میں ان کے اعمال کو متحرک کیا جاتا ہے۔ اگر آپ کو یقین ہے کہ پیسہ نایاب ہے اور آنا مشکل ہے

sambaraweb.com

آپ کو یقین ہے کہ وہ زیادہ منافع بخش لیکن کم یقینی مستقبل کے پیچھے جانے کے لئے ایک گھٹیا نوکری چھوڑنے کا خطرہ مول نہیں لیں گے۔ آپ محفوظ راستہ اختیار کریں گے.

دوسرے لوگ اس یقین سے پیچھے رہ جاتے ہیں کہ پیسہ کمانا خود غرضی ہے، اور یہ کہ امیر لوگ برے ہیں۔ یہ لوگ کبھی بھی کاروباری نہیں بن سکتے کیونکہ کاروبار کو آگے بڑھانے کا مقصد یعنی منافع، بچہ!- ایک ایسی چیز ہے جسے وہ پیٹ نہیں سکتے۔ شاید انہیں اپنی زندگی کے کسی مرحلے پر اس کے بارے میں برا محسوس ہوا ہے۔ وہ اسے دوسرے لوگوں پر بھی پیش کر سکتے ہیں اور انہیں پیسہ کمانے کے بارے میں برا محسوس کرنے کی کوشش کر سکتے ہیں۔

میں اپنا منصوبہ ایک ایسے شخص کو دے سکتا ہوں جو اسے ملٹی ملین ڈالر کا کاروبار بنانے کے لئے استعمال کرتا ہے۔ میں ایک دوسرے شخص کو بھی یہی منصوبہ دے سکتا ہوں اور وہ مجھے گھوٹالے کا آرٹسٹ کہہ سکتے ہیں۔ آپ کی دنیا وہی ہے جو آپ کے خیال میں ہے اگر آپ اپنے عالمی نقطہ نظر اور اپنے نتائج کی ملکیت لینے کا انتخاب کرتے ہیں۔

فوری نوٹ: جب میں "اپنے آپ پر کام کرنے" کے بارے میں بات کرتا ہوں تو میرا مطلب صرف اس باب کو پڑھنا نہیں ہے۔ یہ میری بیداری کی دعوت ہے، اس سے زیادہ کچھ نہیں۔ اس کے ساتھ بیٹھیں، اس کے بارے میں سوچیں، اور ایمانداری سے اپنی ذہنیت کا جائزہ لینے کے لئے وقت نکالیں.

اگر یہ ایماندارانہ خود تشخیص کسی بھی خود اعتمادی یا ناکامی کے خوف کو جنم دیتی ہے تو، ایک پوڈ کاسٹ قسط ہے جو میں چاہتا ہوں کہ آپ سنیں۔ یہ کاروبار کے بارے میں نہیں ہے. یہ ان شیطانوں کو مارنے کے بارے میں ہے. اسے "آپ کافی ہیں" کہا جاتا ہے، اور آپ اسے Capitalism.com/best پر تلاش کریں گے.

sambaraweb.com

سب سے پہلے اپنا خیال رکھیں

انٹرپرینیورشپ کے میرے اصولوں میں سے ایک یہ ہے کہ پہلے اپنے آپ کا خیال رکھیں۔ میں نے خود کو بار بار زمین پر کام کرکے یہ مشکل طریقہ سیکھا۔ آپ اپنے کاروبار کے ڈرائیور ہیں، اور کاروبار اپنے رہنماؤں کی عکاسی کرتے ہیں. آپ کی عادات، آپ کی ثقافت، اور آپ کے اخلاق سب آپ کے تخلیق کردہ کاروبار اور مصنوعات میں سرایت کرتے ہیں. آپ کو جسمانی اور ذہنی طور پر اپنا خیال رکھنا چاہئے تاکہ آپ دوسروں کو تخلیق اور خدمت کر سکیں۔ سب سے زیادہ منافع بخش چیز جو آپ کر سکتے ہیں وہ ڈرائیور کی دیکھ بھال کرنا ہے: خود. انٹرپرینیورشپ تناؤ پیدا کر سکتی ہے، اور تناؤ برے فیصلوں کو جنم دیتا ہے. آپ اچھے خیالات کو مجبور نہیں کر سکتے. یہی وجہ ہے کہ میرے دوست پیٹر شلارڈ، جو خود "انٹرپرینیورز کے لئے سکڑتے ہیں" کہتے ہیں کہ ایک کاروباری شخص کا بنیادی مقصد اس موڈ میں رہنا ہے جہاں کام آسان ہو۔ صحت مند کھانا کھائیں، ورزش کریں، اور اپنی ضرورت کے مطابق وقفہ لیں. اپنے آپ کی دیکھ بھال کرنے کا مطلب دوسرے اسٹیک ہولڈرز کا خیال رکھنا بھی ہے - آپ کے گاہکوں، آپ کے ملازمین، اور آپ کے

sambaraweb.com

سرمایہ کار - اور اپنے اشتہارات اور آپ سوشل میڈیا پر کس طرح بات چیت کرتے ہیں اس کے بارے میں ہوشیار رہنا۔

ضروری نہیں کہ اختتام ذرائع کا جواز پیش کریں۔ اگر آپ اس عمل سے ناخوش ہیں تو، آپ کو نتائج سے ناخوش ہونے کا امکان ہے۔ جب میں نے ماضی میں خیالات پر کام کیا ہے، اور وہ پورے وقت میں لطف اندوز نہیں ہوئے ہیں، تو مجھے کبھی بھی آخری مصنوعات پسند نہیں آئی ہے۔ اگرچہ آپ کو یقینی طور پر سخت محنت کے لئے تیار ہونا چاہئے، لیکن آپ کو کسی خیال کے لئے تکلیف کا سامنا نہیں کرنا چاہئے۔

یہاں فرق ہے: اگر آپ کسی چیز کو ثابت کرنے یا اپنے ذہنی بلاکس پر قابو پانے کے لئے کام کر رہے ہیں، تو آپ تناؤ، برن آؤٹ، مایوسی اور ناکامی میں بھاگ جائیں گے. میں اسے ناخوشی کہتا ہوں۔ تاہم، اگر آپ کثرت کی جگہ سے تخلیق کر رہے ہیں اور اس عمل میں دوسروں کی حقیقی خدمت کر رہے ہیں، تو زندگی اور کاروبار بہت خوشگوار ہے.

جب میں اپنا سب سے کامیاب رہا ہوں، تو میں اس کا پتہ لگا سکتا ہوں کہ میں نے اس سفر سے کتنا لطف اٹھایا. جب میٹ اور میں نے شیر اسٹرینتھ پر کام کیا، تو ہم مصنوعات کے لئے اپنے شوق اور کچھ ایسا بنانے کے خیال سے متاثر تھے جو ہم دونوں خریدنا چاہتے تھے. ہر بار جب ہم نے اپنے آپ کو روکا اور مارکیٹ یا نئے رجحانات کو سنا، تو ہم ایک رکاوٹ کا شکار ہو گئے. ان برے فیصلوں سے ہمیں وقت اور پیسہ ضائع ہوتا ہے۔

فی الحال، میں ایک نئی فوڈ کمپنی پر کام کر رہا ہوں. یہ منصوبہ ایک دھماکہ ہے، اور یہ یا تو سب سے کامیاب کام ہونے جا رہا ہے جو میں نے کبھی کیا ہے، یا ناکامی پر میرے پاس سب سے اچھا وقت ہو گا. کسی بھی طرح سے، منصوبہ خوشگوار ہے، اور یہ ایک قابل قدر مقصد ہے. اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ جس سواری پر ہیں اس سے لطف اندوز ہو رہے ہیں، یا میں ضمانت دے سکتا ہوں کہ آپ جل جائیں

sambaraweb.com

گے۔

تعاقب اس کے قابل ہے

ایلون مسک تنہائی کا شکار ہے۔ وہ اس بارے میں عوامی طور پر بات کر چکے ہیں۔ جب آپ تین کمپنیاں چلا رہے ہیں جو دنیا کو تبدیل کر رہے ہیں تو، آپ کے پاس گرل فرینڈ، معاشرتی زندگی، یا کسی اور چیز کے لئے زیادہ وقت نہیں ہے۔ بالکل واضح طور پر، میں بہت سے متوازن کاروباری افراد کو نہیں جانتا. کامل کام اور زندگی کے توازن کے ساتھ خوش شخص عام طور پر راک اسٹار انٹرپرینیور نہیں بنتا ہے۔

اس کھیل میں آپ کو اپنے کندھوں پر بوجھ اٹھانے اور خوف کا سامنا کرنے کے لئے دبانے کی ضرورت ہے. چاہے یہ آپ کا پہلا کاروبار ہو یا آپ کا سوواں، آپ کسی وقت اپنے آپ سے وہی سوالات پوچھیں گے: *کیا یہ گرنے والا ہے؟*

sambaraweb.com

الگ؟ کیا مجھے دھوکہ باز کے طور پر پایا جائے گا؟ کیا میرے حریفوں میں سے ایک پہلے ہی اس کا بہتر ورژن لے کر آیا تھا؟ یہ چھوٹی سی آواز زیادہ تر لوگوں کو توڑ دیتی ہے۔ حقیقی طور پر پیدا ہونے والے کاروباری افراد اس سے گزرتے ہیں کیونکہ وہ اپنی پوری زندگی خوف کے ذریعے کام کرتے رہے ہیں۔

میں یہ دعویٰ نہیں کروں گا کہ میں نے کبھی نہیں سوچا کہ کیا یہ سب اس کے قابل ہے. درحقیقت، میں نے ان گنت راتیں یہ سوچتے ہوئے گزاری ہیں کہ اگر میرے پاس چھوٹے اہداف ہوتے تو کیا میں زیادہ خوش ہوتا۔ میرے خاندان کے ارکان ہیں جو مجھے زیادہ وقت کی چھٹی لینے کی ترغیب دیتے ہیں، اور ہر بار جب میں ایسا کرتا ہوں تو، مجھے آزاد ایجنٹ کی طرح محسوس ہوتا ہے جو کھیل میں واپس آنے کا انتظار نہیں کر سکتا ہے۔

تاہم، شیر طاقت کی فروخت کے بعد ایک وقت تھا جب میں انٹرپرینیورشپ کے کھیل کے بارے میں خاص طور پر افسردہ محسوس کرتا تھا۔ میں نے یہ بنایا تھا
10 ملین ڈالر کی تنخواہ، لیکن مجھے اس سے زیادہ خوشی محسوس نہیں ہوئی. اس وقت کے آس پاس، میں نے خود کو کاروباری شخصیت اور مصنف ٹم فیرس کے ساتھ رات کے کھانے پر پایا۔ وہ حال ہی میں آسٹن، ٹیکساس منتقل ہوا تھا، اور میرے ایک دوست نے مجھے اس کے اور ٹم کے ساتھ ڈنر پر مدعو کیا تھا.

ہم مذہب سے لے کر کاروبار اور تعلقات تک ہر چیز کے بارے میں بات کرتے تھے، لیکن میرے پاس ایک جلتا ہوا سوال تھا جو میں پوچھنا چاہتا تھا: "ٹم، ایک چیز ہے جو مجھے جاننا ہے. آپ کامیابی کی اس سطح پر ہیں جس تک میں پہنچنا چاہتا ہوں۔ کیا آپ کے پاس اب بھی ایسے دن ہیں جہاں آپ سوچتے ہیں کہ کیا یہ سب اس کے قابل ہے؟"

وہ زور زور سے ہنسنے لگا۔ "یار، میرے گھر والے مجھے ہر وقت اس بارے میں بات کرتے سنتے ہیں!"

پھر اس کا چہرہ بدل گیا۔ اس نے فوری طور پر سیریئس ٹم موڈ کا رخ کیا۔ اگر آپ نے کبھی اس کی ویڈیوز دیکھی ہیں تو، آپ کو معلوم ہوگا کہ اس کا ایک بہت ہی الگ "سنجیدہ ٹم چہرہ" ہے۔ یہ وہ چہرہ تھا.

sambaraweb.com

اس نے میری آنکھ میں مردہ دیکھا اور کہا، "ریان، یہ وہ ہے جو میں نے دریافت کیا ہے. بہت ساری چیزیں ایسی ہیں جو پیروی کرنے کے قابل نہیں ہیں۔ لیکن اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ یہ کرنے کے قابل نہیں ہے. آپ دیکھتے ہیں، بھلے ہی وہ چیز اس کے قابل نہ ہو، تعاقب ہے. "

یہ میرے لئے انٹرپرینیورشپ کا خلاصہ ہے۔

یہ پیسے کے بارے میں نہیں ہے. یہ وہ ہے جو آپ تعاقب کے ذریعے بنتے ہیں جو آخر کار اس سب کو اس کے قابل بناتا ہے۔

آپ اس سفر کو سائیڈ پر شروع کر سکتے ہیں، لیکن جیسے ہی آپ "لفٹ آف" دیکھتے ہیں - یعنی آپ کے کاروبار کو مسلسل فروخت مل رہی ہے - یہ وقت جھک نے اور سب کچھ کرنے کا ہے۔ اور یہ آپ کے احساس سے کہیں زیادہ تیزی سے ہو گا۔ یہ عام طور پر کاروبار کے آغاز سے چار سے چھ ماہ ہے. یہی وہ وقت ہے جب آپ پہلے سر میں غوطہ لگانے جا رہے ہیں اور دن بارہ گھنٹے کام کرتے ہیں۔ یہی اصول ہو گا،

sambaraweb.com

لیکن یہ جہنم کی طرح دلچسپ ہو گا. اگر آپ کل وقتی ملازمت کر رہے ہیں تو، اس کا مطلب ہے کہ اگلے سال کے لئے آپ کی راتیں اور اختتام ہفتہ بھر جائیں گے۔

آپ کا تعاقب اندر جانے کے فیصلے سے شروع ہوتا ہے۔ یہ قبول کرنے کے فیصلے کے ساتھ شروع ہوتا ہے کہ یہ ایک طویل سفر ہے، اور ویسے بھی اسے کرنے کا فیصلہ کرتا ہے. آپ نے شاید یہ جملہ سنا ہو گا کہ " آزادی آزاد نہیں ہے۔ ہم اس جملے کا استعمال امریکی آزادی کے لیے لڑنے والے شہید ہیروز کو خراج تحسین پیش کرنے کے لیے کرتے ہیں، جیسا کہ ہمیں کرنا چاہیے۔ تاہم، ہم یہ بھول جاتے ہیں کہ ہماری اپنی آزادی آزاد نہیں ہے. ہمیں اس کے لئے بہت محنت کرنی ہو گی۔

ایک کاروباری شخصیت کے طور پر، آپ نے اس زندگی کا انتخاب کیا ہے کیونکہ آپ آزادی چاہتے ہیں. اور اگر آپ ایک انوکھی زندگی چاہتے ہیں تو آپ کو اس کے لئے قربانی دینی پڑے گی۔ یہ سفر چیلنجز پیدا کرنے والا ہے۔ آپ اپنے بارے میں نئی چیزیں سیکھیں گے - اس سے کہیں زیادہ جو آپ نے کبھی سوچا تھا کہ سیکھنا ہے! آپ پنڈورا باکس کھولنے والے ہیں۔ درحقیقت، اگر آپ کو لگتا ہے کہ آپ ابھی اپنے آپ کو جانتے ہیں، تو چھ ماہ کے اندر سڑک پر واپس چیک کریں اور اپنی روح کی تہوں کو دیکھیں جو آپ نے دریافت کی ہیں.

چلو رول کرتے ہیں

ٹھیک. یہاں ہم جاتے ہیں.

میں نے آپ کو وہ سیاق و سباق دیا ہے جو آپ کو یہ سمجھنے کی ضرورت ہے کہ آپ کیا کر رہے ہیں،

samparavi.com

اس میں کیسے کامیاب ہونا ہے، اور آپ کی زندگی کیسے تبدیل ہو گی.

میں نے آپ کو دکھایا ہے کہ موقع کیسا نظر آتا ہے اور آپ کو بہت بڑا اثر ڈالنے کے کتنے مواقع ہوں گے۔ میں نے آپ کو دکھایا ہے کہ آپ جو بنانے جا رہے ہیں اس کی بڑے پیمانے پر مانگ کیوں ہے ، اور کیوں وہاں کے لوگ ایک ملین ڈالر برانڈ بنانے کے لئے آپ پر انحصار کر رہے ہیں۔

امید ہے کہ میں نے آپ کے شعور میں اضافہ کیا ہے اور آپ کو ان عقائد اور ذہنیت کے بارے میں سخت سوچنے پر مجبور کیا ہے جو آپ میز پر لا رہے ہیں اور اس بات کو یقینی بنانے کے لئے آپ کو سب سے پہلے اپنے اوپر کام کرنے کی ضرورت ہے تاکہ یہ یقینی بنایا جا سکے کہ یہ سفر آپ کو گرتے اور جلتے ہوئے نہ دیکھے۔

آپ کو طریقہ دکھانے کے علاوہ کرنے کے لئے کچھ نہیں بچا ہے.

اگلے کئی ابواب میں، آپ صحیح ترتیب میں صحیح اقدامات سیکھیں گے - جس پر آپ کو ایک سال میں سات اعداد و شمار کا کاروبار بنانے کے لئے عمل کرنے کی ضرورت ہے۔ ہر باب میں، آپ دیکھیں گے کہ میری، میرے طلباء اور بڑے برانڈز کی حقیقی دنیا کی کہانیوں کے ذریعہ عملی طور پر قدم کیسا نظر آتا ہے۔

اقدامات کو مت چھوڑیں. پڑھنے سے پہلے شروع کرنے میں جلدی نہ کریں۔ احتیاط سے اور اچھی طرح سے پڑھیں، اور، اگر آپ کے پاس سوالات ہیں تو، تلاش کریں

sambaraweb.com

Capitalism.com کمیونٹی آن لائن. وہاں آپ کی طرح کاروباری افراد کا ایک پورا لشکر موجود ہے جو اپنے تجربات کا اشتراک کرنے اور آپ کے سوالات کے جوابات دینے کا انتظار کر رہا ہے۔ اس عمل کے دوران آپ جو تعلقات بناتے ہیں وہ ممکنہ طور پر آپ کی پوری زندگی کے سب سے اہم رشتوں میں سے کچھ بن جائیں گے، لہذا جلدی پہنچیں اور اپنے قبیلے کو اکٹھا کرنا شروع کریں۔

سب سے زیادہ، سفر کا لطف اٹھائیں! جی ہاں، میں آپ کو ڈرانے کی کوشش کر رہا ہوں - یہ مزہ آنے والا ہے.

sambaraweb.com

3

پہلا مرحلہ: اپنے گاہک کا انتخاب کریں

"ملین ڈالر کا کاروبار" بہت سے لوگوں کے لئے ناممکن لگتا ہے. یہ بہت بڑا ہے، بہت جرات مند ہے، اور بہت پہنچ سے باہر ہے. تاہم، میں نے اسے سیکڑوں بار ہوتے دیکھا ہے، لہذا میں جانتا ہوں کہ یہ کسی بھی کاروباری شخص کے لئے کافی ڈرائیو اور عزم کے ساتھ مکمل طور پر ممکن ہے۔ چونکہ زیادہ تر لوگوں کے پاس یہ نہیں ہے، لہذا مجھ پر اکثر الزام لگایا جاتا ہے۔

اس کی سادگی کو زیادہ فروخت کرنا۔

یہی وجہ ہے کہ میں آپ کے کاروبار کے پہلے چند مہینوں کو "دی گرائنڈ" کہتا ہوں۔ جب تک آپ

sambaraweb.com

کے پاس ایک مصنوعات مسلسل اوپر اور فروخت نہیں ہوتی ہے ، ہر ایک فیصلہ ایک پہاڑ کی طرح محسوس ہو سکتا ہے جس پر آپ کو چڑھنا ہے۔ یہ خاص طور پر شروع میں سچ ہے.

اگر آپ کو اندازہ نہیں ہے کہ آپ کیا فروخت کرنے جا رہے ہیں، یا آپ فلیٹ ٹوٹے ہوئے ہیں تو، اس خیال کو نظر انداز کرنا آسان ہو گا کہ آپ کے لئے سات ہندسوں کا کاروبار بھی ممکن ہے۔

یقینی طور پر میرے دوست سوزی باتیز کے ساتھ بھی ایسا ہی ہوا۔

سوزی اپنی پوری زندگی ایک کاروباری شخصیت بننے کی کوشش کر رہی تھی۔ انہوں نے اپنی جوانی میں کئی کاروبار شروع کیے اور ختم کیے، اور پھر وہ دوبار دیوالیہ ہو گئیں۔

بیس سال کی عمر میں ان کا پہلا دیوالیہ پن ایک ناکام دلہن سیلون کا نتیجہ تھا۔ وہ تیس سال کی عمر میں دوسری بار دیوالیہ ہو گئیں، انہوں نے ایک ایسی ویب سائٹ لانچ کرنے کی کوشش کی اور ناکام رہی جو کارپوریٹ کلچر کی بنیاد پر ملازمت کے درخواست دہندگان سے بھرتی کرنے والوں سے میل کھاتی تھی۔ تاہم، تمام پیدائشی کاروباری افراد کی طرح، وہ کوشش کرتی رہی۔ لیکن اگلا خیال اسے اس وقت تک نہیں لگا جب تک کہ وہ چالیس سال کی عمر میں نہ ہو جائے۔ یہ اس کے بالکل نیچے ہوا

sambaraweb.com

ناک جب اس کا شوہر باتھ روم میں گھس گیا۔ کبھی کبھی، آپ کے اپنے سب سے بڑے مسائل بہت منافع بخش حل کے لئے علامات ہیں.

یہ کام کرنے کے لئے بہت عجیب لگ رہا تھا: اگر نمبر دو جانے کے بعد باتھ روم میں بدبو سے چھٹکارا پانے کا کوئی طریقہ ہوتا تو کیا ہوگا؟ انہوں نے خوشبو کے تیل کے ساتھ تجربات کرنا شروع کیے، اور جلد ہی انہیں پتہ چلا کہ بدبو کو ختم کیا جاسکتا ہے جب آپ کو کھانے سے پہلے ٹوائلٹ میں اس کا "جادوئی مشروب" ڈال دیا گیا تھا۔

کچھ بہتریوں کے بعد، اس نے اپنے جادوئی مشروب کو اسپرے کی بوتل میں ڈال دیا، اور "پوپوری، پہلے • آپ • جاؤ" اسپرے کا خیال پیدا ہوا۔

یہ ایک اچھا خیال تھا، اور مصنوعات نے کام کیا. لیکن اسے ایک مسئلہ تھا: آپ ایسی مصنوعات کی مارکیٹنگ کیسے کرتے ہیں جس کے بارے میں پہلے کسی نے نہیں سنا تھا؟ ہدف گاہک کون ہے؟ آخر کار، جیسا کہ ایک بچے کے ہر والدین جس نے اس بچے کی کتاب بار بار پڑھی ہے، جانتا ہے، ہر کوئی اس کا مذاق اڑاتا ہے.

سوزی نے دوستوں کو مصنوعات دے کر اور جائزے مانگ کر کچھ تیزی سے فروخت حاصل کی۔ انہوں نے زبانی کلام سے کچھ توجہ حاصل کی، اور بوتیک کی دکانوں میں ان کا ایک چھوٹا سا ڈسٹری بیوشن نیٹ ورک تھا۔ ابتدائی طور پر فروخت انتہائی سست تھی، اور اسے ایک اور ناکامی کا خدشہ تھا۔

تاہم، جب انہوں نے اپنے سامعین کی شناخت کی تو یہ سب بدل گیا۔ سوزی کا ہدف وہ مرد نہیں تھے جو باتھ روم کو حیران کرتے تھے (حالانکہ مجھے یقین ہے کہ وہ چاہتی تھی کہ ایسا ہوتا!) یہ ان جیسی عورتیں تھیں، جو شرمناک حالات سے تنگ آچکی تھیں۔

یہ وہ لمحہ تھا جب پو-پوری نے اڑان بھری۔

sambaraweb.com

انہوں نے اس پروڈکٹ کے لیے ایک ویڈیو بنائی جس میں انگریزی لہجے کی ایک نوجوان خاتون

ٹوائلٹ میں بیٹھی ایک پیاری سی نوجوان میری پوپنز کی طرح کیمرے میں مسکراتی ہوئی نظر آرہی ہے اور کلاسک اوپننگ لائن دے رہی ہے: 'آپ کو یقین نہیں آئے گا کہ میں نے جو مدر لوڈ گرایا ہے اس پر آپ یقین نہیں کریں گے!'

ویڈیو مضحکہ خیز تھی۔ یہ بروقت تھا. اس میں بنیادی طور پر مصنوعات کو نمایاں کیا گیا تھا۔ اور یہ بالکل پھٹ گیا. چند ہی دنوں میں پوپوری عوامی شعور میں داخل ہوگئی اور یہ جلد ہی سنسنی بن گئی۔ چند سالوں کے اندر، پوپوری نے فروخت میں $400 ملین سے زیادہ کا کام کیا تھا۔ یہ ناکامی کے ان تمام خدشات کو "ختم" کرنے کے لئے کافی تھا جو متعدد دیوالیہ پن کی وجہ سے پیدا ہوئے تھے۔

سوزی کی کامیابی ان وجوہات میں سے ایک ہے جس کی وجہ سے میں انہیں کیپیٹلزم کانفرنس میں تقریر کرنے کے لیے لایا تھا۔ کچھ خاص ہوتا ہے جب آپ سوزی جیسے کسی شخص سے ملتے ہیں اور پتہ چلتا ہے کہ وہ بالکل آپ کی طرح ہے - اچانک، وہ چیزیں جو آپ نے "ناممکن" سمجھی تھیں اب اتنی دور نہیں لگتی ہیں۔

sambaraweb.com

سوزی راتوں رات کامیابی کی کہانی کی ایک عظیم مثال ہے جس میں بیس سال لگے۔ آج، وہ فوربز کی فہرست میں نظر آتی ہیں اور کلیدی مقرر ہیں. میں اس کے بارے میں جس چیز کی سب سے زیادہ تعریف کرتا ہوں وہ کاروباری افراد کو کچھ ایسا کرنے کے لئے اپنی کاروباری طاقت کا استعمال کرنے کی ترغیب دینے کی صلاحیت ہے جو واقعی اہم ہے۔

سوزی نے ایک پروڈکٹ آئیڈیا کے ساتھ شروعات کی، لیکن اس کا کاروبار اس وقت تک جاری رہا جب تک کہ اس نے اس شخص کی شناخت نہیں کی جو اسے خریدنا چاہتا ہے۔ ایک بار جب اس نے اپنا برانڈ پروڈکٹ پر نہیں بلکہ شخص پر مرکوز کیا تو اس کا کاروبار دوڑ میں شامل ہو گیا۔

یہی وجہ ہے کہ، جب کوئی مجھ سے پوچھتا ہے، "مجھے کون سی مصنوعات فروخت کرنی چاہئے؟" یا "میں مزید مصنوعات کیسے فروخت کروں؟" میں ہمیشہ جواب دیتا ہوں، "فیصلہ کریں کہ آپ کا گاہک سب سے پہلے کون ہے."

لوگوں پر توجہ مرکوز کرنا، مصنوعات پر نہیں

2006 میں جب میں نے ایک کاروباری شخصیت کے طور پر کام شروع کیا تھا تو کسی نے بھی مجھے یہ نہیں سکھایا تھا کہ کسی شخص کو کس طرح نشانہ بنایا جائے۔ میں نے اسے مشکل طریقے سے دریافت کیا، اور آخر کار یہ سمجھنے میں مجھے "ناکام" انٹرپرینیور شپ اور اوور ورک کے دس سال لگے کہ آپ واقعی خوش نہیں ہو سکتے جب تک کہ آپ کچھ ایسا نہ کریں جس سے دوسرے لوگوں کو فائدہ ہو۔ اسے کاروباری لحاظ سے کہیں تو، آپ اس وقت تک کامیاب نہیں ہو سکتے جب تک کہ آپ کے کام کو کسی اور کے ذریعہ اہمیت نہ دی جائے، یہی وجہ ہے کہ اس شخص کے ساتھ شروع کرنا اتنا اہم ہے۔

sambaraweb.com

میں نے مڈل اسکول میں ویب سائٹس کو ہینڈ کوڈ کرنا سیکھا، اپنے خاندان کے رہنے والے کمرے میں مشترکہ کمپیوٹر کا استعمال کرتے ہوئے - ڈائل اپ پر، اس سے کم نہیں۔ چھوٹی عمر سے ہی انٹرنیٹ میں اس طرح پلگ ہونے کا مطلب یہ تھا کہ میں جانتا تھا کہ سوشل میڈیا ایک چیز ہونے سے پہلے انٹرنیٹ کی دیگر مفید چیزیں کیسے کرنی ہیں، جیسے بنیادی سرچ انجن مارکیٹنگ، انٹرنیٹ ایڈورٹائزنگ، اور انٹرنیٹ کمیونٹیز میں پلگ ان کرنا۔

کالج میں، مجھے پتہ چلا کہ میں مصنوعات کے لئے صفحات بنا سکتا ہوں، انہیں گوگل پر رینک دلوا سکتا ہوں، پھر سائٹ پر ٹریفک چلانے کے لئے گوگل ایڈورڈز چلا سکتا ہوں۔ یہ فیس بک سے پہلے تھا، کک اسٹارٹر سے پہلے، اور ایمیزون کے آج بڑے پیمانے پر بننے سے پہلے تھا. یہاں تک کہ ان میں سے کسی بھی اوزار کے بغیر، میں نے اپنے کمرے کے کمرے سے اس "ہلچل" کو بہت اچھی طرح سے چلایا۔ اسکول کے دوسرے بچے جانتے تھے کہ میرا انٹرنیٹ کا ایک کامیاب کاروبار ہے، اور انہوں نے سوچا کہ میں گرم گندگی ہوں - اور، ایمانداری سے، میں نے سوچا کہ میں بھی گرم گندگی ہوں.

یہ سب کچھ اس وقت ختم ہوا جب میں نے گریجویشن کیا۔ میرے پاس پیسہ کمانے کا ایک طریقہ تھا لیکن زندگی کا کوئی واضح راستہ نہیں تھا۔ نتیجتا، میرا انٹرنیٹ کا کاروبار - جسے میں نے کیریئر کے بجائے ایک سائیڈ ہسل سمجھا تھا - اچانک خالی محسوس ہوا۔ یقینا، میں کافی کما رہا تھا

sambaraweb.com

زندہ رہنے کے لئے پیسہ، اور یہاں تک کہ سرمایہ کاری کرنے کے لئے، لیکن اس کی کوئی سمت نہیں تھی. کاروبار لینے کے لئے کہیں اور جگہ نہیں تھی، اور اسے بڑھانے کا کوئی طریقہ نہیں تھا.

ایک طرف، میں نے اس مسئلے کو حل کر دیا تھا جس کا سامنا میرے بہت سے ہم جماعتوں کو کرنا پڑ رہا تھا: مجھے نوکری کیسے مل سکتی ہے؟ میں زندگی کیسے گزاروں؟ میرے پاس پیسے تھے. لیکن میرے پاس کوئی مقصد نہیں تھا، اور میرے پاس پیمائش کرنے کے لئے کوئی حقیقی مہارت نہیں تھی.

ایسا لگتا ہے کہ اب پیچھے مڑ کر دیکھنے سے ایسا لگتا ہے کہ یہ ایک حد سے زیادہ رد عمل ہے، لیکن اس وقت، مجھے دنیا کی سب سے بڑی ناکامی کی طرح محسوس ہوا. وہ سارا وقت اور پیسہ کالج پر خرچ ہوا، اور میں ... کیا؟ ایک لڑکا جس نے بے ترتیب مصنوعات آن لائن فروخت کیں؟ ایک انٹرنیٹ ٹریفک ہیرا پھیری کرنے والا جس کو بالکل اندازہ نہیں تھا کہ میں اپنی زندگی کے ساتھ کیا کرنا چاہتا تھا؟ جی ہاں، میں تسلیم کرتا ہوں کہ میرے پاس "پہلی دنیا کے مسائل" کا ایک سنجیدہ معاملہ تھا، لیکن میں نے بری طرح کھویا ہوا محسوس کیا.

ایک دن مجھے آسٹن، ٹیکساس میں ایک ملاقات کے بارے میں ایک ای میل موصول ہوئی، جس میں میرے جیسے ہسلرز شامل تھے۔ یہ انٹرنیٹ ٹریفک اور اشتہارات کے بارے میں تین روزہ تقریب تھی۔ میرے پاس کرنے کے لئے اس سے بہتر کچھ نہیں تھا، میں کبھی ٹیکساس نہیں گیا تھا، اور میں اپنی زندگی میں سمت کی تلاش میں تھا، لہذا میں نے شرکت کرنے کا فیصلہ کیا.

جب میں وہاں تھا، تو میں دوسرے کاروباری افراد سے ملا جو مجھ سے کہیں زیادہ فروخت کر رہے تھے. لیکن وہ کچھ مختلف کر رہے تھے - ان کے پاس حقیقی کاروبار تھے، نہ کہ صرف سائیڈ ہسل۔

وقفے کے ایک موقع پر میں نے سمٹ کے رہنما سے رابطہ کیا اور ان سے مشورہ مانگا۔ "اگر تم میں ہوتے تو کیا کرتے؟"

sambaraweb.com

"تم جانتے ہو میں کیا کروں گا؟" اس نے کہا۔ "میں اصلی چیزیں فروخت کروں گا۔ حقیقی

مصنوعات."

یہ میرے لئے ایک بہت بڑا "آہا" لمحہ تھا. اور اپنے اپارٹمنٹ میں واپس جانے اور سارا دن اکیلے کمپیوٹر کی سکرین کو گھورنے کا خیال خالی لگ رہا تھا۔ میں نے فیصلہ کیا کہ مجھے بالکل ان لوگوں کے آس پاس ہونا چاہئے جو مجھ سے بڑا سوچ رہے تھے۔

کوئی رشتہ یا ذمہ داری نہ ہونے کی وجہ سے میں نے اپنے پاس موجود تقریبا ہر چیز فروخت کر دی، جو کچھ میں نے چھوڑا تھا اسے کیا اسپورٹس میں پیک کر دیا جو میں نے چند سال پہلے فخر سے خریدا تھا، اور آسٹن، ٹیکساس چلا گیا۔

میں نے ماہانہ بنیادوں پر ایک اپارٹمنٹ کرایہ پر لیا اور آسٹن میں اپنی زندگی کے چھ ہفتوں کے بعد میں نے ایک سال کی لیز پر دستخط کیے۔ میں وہاں رہنے کے لئے تھا. میری ملاقات گروسری اسٹور پر ایک مٹھائی کی لڑکی سے ہوئی۔ میں نے مختلف کاروباروں کے ایک گروپ میں اپنا ہاتھ آزمایا، یہ سوچ کر کہ آخر کار مجھے کچھ مل جائے گا جس کے ساتھ میں رہنا چاہتا ہوں۔

آسٹن میں میری نئی زندگی کے ایک سال بعد، سب سے بڑا جبری کام جو انسان کو معلوم تھا، میری گود میں گر گیا: مجھے پتہ چلا کہ میں ایک والد بننے جا رہا ہوں. یہ ناقابل یقین ہے

sambaraweb.com

حمل کے ٹیسٹ میں پلس سائن آپ کو کھوئے ہوئے اور افسردہ ہونے سے کتنی تیزی سے نکال سکتا ہے کہ "مجھے اب اپنی زندگی کا پتہ لگانا ہے۔

اس وقت تک، میں مقصد اور گہرے معنی کی تلاش میں آنے والے کسی بھی کاروباری موقع پر اپنا ہاتھ آزمارہا تھا۔ لیکن اس دن حمل کے ٹیسٹ میں پلس سائن نے اعلان کیا کہ میں جلد ہی ایستھر نامی ایک بیٹی پیدا کروں گا، میں نے اپنی ساری کوشش ایک کاروباری ماڈل میں لگانے کا فیصلہ کیا: یہ ایک. ایک طرح سے، میں خوش قسمت تھا۔ میرا ہاتھ مجبور تھا۔ میرے پاس اندر نہ جانے کا انتخاب نہیں تھا۔

اس کتاب کو پڑھنے والے آپ میں سے بہت سے لوگ شاید کھیل میں داخل ہونے سے پہلے اس نقطہ پر پھنس گئے ہیں، جہاں آپ کو منتخب کرنا ہو گا کہ آپ کیا فروخت کرنے جارہے ہیں۔ شاید، میری طرح، آپ نے ایک درجن مختلف کاروباری ماڈلز میں کام کیا ہے، اور کچھ بھی پھنسا نہیں ہے.

ایک عام اسٹارٹ اپ ماڈل ہے جسے "اپنی خارش کو خراش دیں" کہا جاتا ہے، اور اس میں ایک مسئلہ تلاش کرنا شامل ہے جو آپ کو خود ہے، اس مسئلے کو حل کرنا، اور پھر اس حل کو کاروبار بنانے کی اجازت دینا۔ یہی وہ چیز ہے جس نے سوزی کو پو-پوری شروع کرنے کی ترغیب دی۔

سالوں تک، میں نے اس کے برعکس کیا۔ میں نے پیسے کمانے کے لئے جو کچھ بھی کر سکتا تھا بیچ دیا. میں نے ایسا اس لئے کیا کیونکہ انٹرنیٹ پر ہر کوئی امیر بننے کے لئے یہی کہتا ہے۔ وہ غلط نہیں تھے. میں نے پیسہ کمایا. اور میں نے ان سالوں میں کچھ مفید مہارتیں حاصل کیں۔ لیکن پیسہ کمانے اور ایک حقیقی کاروبار بنانے کے درمیان ایک فرق ہے.

آپ چیزیں فروخت کر سکتے ہیں اور پیسہ کما سکتے ہیں، اور آپ کا کاروبار خالص طور پر لین دین ہو گا. آپ ایک فارمولے پر عمل کر سکتے ہیں جو منافع پیدا کرتا ہے، اور یہ تھوڑی دیر کے لئے کام کر سکتا ہے۔ لیکن ایک بار جب آپ لوگوں کے بارے میں سوچنا شروع کرتے ہیں تو، آپ ایک حقیقی کاروبار بنانا شروع کرتے ہیں۔ اگر آپ کچھ ایسا بناتے ہیں جو لوگ واقعی چاہتے ہیں، اور آپ اس شخص سے بات

sambaraweb.com

جیت کرتے ہیں تو ، آپ ایک سال میں ملین ڈالر کا کاروبار بنا سکتے ہیں۔ اس طرح آپ ایک حقیقی کاروباری بن جاتے ہیں.

آپ اسے ایک سال تک کھائیں گے

جیسا کہ آپ اگلے سال میں ایک ملین ڈالر کا کاروبار بناتے ہیں، اس سے آپ کو مندرجہ ذیل کو جاننے میں مدد ملے گی: آپ اسے پورے سال کے لئے کھانے جا رہے ہیں.

پہلے سال میں، آپ بہت کم پیسے کے لئے کام کریں گے، تنخواہ نہیں لیں گے، اور ہر ڈالر میں دوبارہ سرمایہ کاری کریں گے، جب تک کہ آپ سال کے آخر میں ایک ملین ڈالر کا کاروبار نہ کریں. تب تک آپ کے پاس ایک ثابت شدہ تصور ہو گا. تک

sambaraweb.com

پھر، آپ اس کا پتہ لگا رہے ہیں. خوش قسمتی سے، میں آپ کو سال کے وقت کے اندر اس کا پتہ لگانے میں مدد کرنے کا راستہ دے رہا ہوں۔ ڈیڈ لائن کے بغیر، غیر فعال میں پھنسجانا آسان ہے، یہ اس وقت ہو گا جب ایسا ہو گا - طرز کی سوچ، اور یہ آپ کی خدمت نہیں کرے گا۔

یہ باب ان بنیادی فیصلوں کے بارے میں ہے جو آپ کو کرنے کی ضرورت ہے۔ آپ کا کاروبار کیا ہے؟ آپ کا گاہک کون ہے؟ ان سوالات کے جوابات جاننے سے آپ کو وہاں لے جایا جائے گا جہاں آپ تیزی سے جانا چاہتے ہیں، لہذا آپ کو کم شیٹ سینڈوچ کھانا ہو گا۔

یہ باب صرف ایک منصوبہ بندی کے بغیر سب کچھ کرنے کے بارے میں نہیں ہے. یہ اس سوچ کے عمل کے بارے میں ہے جس سے آپ کو گزرنا پڑے گا تاکہ آپ اس کاروبار کے ساتھ آگے بڑھسکیں جس میں آپ سب کچھ کرنا چاہتے ہیں۔

آپ کے پاس دو طریقے ہیں جن سے آپ اس کے ساتھ جاسکتے ہیں: آپ اس بنیاد پر فیصلے کر سکتے ہیں کہ قلیل مدتی نقد بہاؤ کیا لائے گا۔ یا، آپ اپنے آپ سے پوچھ سکتے ہیں، "مجھے صحیح گاہک کیا لانے جا رہا ہے، جو منافع بخش اور حصول پر کشش کاروبار کا باعث بنے گا؟"

مصنوعات کو فروخت کرنے اور گاہک حاصل کرنے کے درمیان ایک فرق ہے. معروف کاروباری مصنف پیٹر ڈرکر نے کہا کہ کاروبار کے دو کام گاہکوں کو حاصل کرنا اور گاہکوں کو رکھنا ہے۔ جب آپ آن لائن فروخت کرتے ہیں، تو کیا یہ گاہکوں کو حاصل کرنا ہے، یا انہیں رکھنا ہے؟ زیادہ تر لوگ کہیں گے کہ یہ سابقہ ہے، لیکن یہ ایک مشکل سوال ہے - یہ نہیں ہے۔

اگر وہ Amazon.com پر خریدتے ہیں تو وہ ایمیزون کے گاہک ہیں۔ اگر وہ وال مارٹ میں خریدتے ہیں، تو وہ وال مارٹ کے گاہک ہیں. وہ آپ کے گاہک نہیں ہیں جب تک کہ وہ نہیں جانتے کہ آپ کون ہیں، اور وہ آپ کے پاس واپس آنے کا انتخاب کرتے ہیں.

sambaraweb.com

آپ کس کی خدمت کرتے ہیں؟

مجھے کاروباری افراد کی طرف سے ایک دن میں درجنوں پیغامات ملتے ہیں، اور سب سے عام سوال جو مجھے اسٹارٹ اپ کے عمل میں نئے لوگوں سے ملتا ہے وہ یہ ہے کہ "مجھے کون سی مصنوعات فروخت کرنی چاہئے؟"

اس سوال کا جواب تلاش کرنے کے لئے، آپ کو سب سے پہلے یہ سمجھنے کی ضرورت ہے کہ آپ ایک برانڈ بنا رہے ہیں، مصنوعات فروخت نہیں کر رہے ہیں.

کسی کو برانڈ لفظ کی وضاحت کرنے کے لئے کہیں۔ امکان ہے کہ وہ بہت ساری تفصیلات کو پھینک دیں گے: ایک ٹھنڈا نام، ایک منفرد لوگو، ایک ویب سائٹ، ایک زبردست کسٹمر سروس ٹچ جو انہیں موصول ہوا. یہ سب ایک برانڈ کی خصوصیات ہیں، لیکن

sambaraweb.com

وہ برانڈ کی بنیاد نہیں ہیں. ایک برانڈ لوگو نہیں ہے. یہ ایک فینسی ویب سائٹ یا اسپانسرشپ کا ایک پیک نہیں ہے.

ایک برانڈ اعتماد ہے. ایک برانڈ ایک توقع ہے کہ گاہک اس کی خریداری سے خوش ہو گا. ایک برانڈ ایسی چیز ہے جو مصنوعات کا ایک گروپ بنا کر بنائی جاتی ہے جو سب ایک ہی شخص کی خدمت کرتے ہیں۔

میرے دوست میٹ اور میں دونوں اپنی بیس ویں دہائی کے اواخر میں سنجیدہ ذاتی تبدیلیوں سے گزرے، اور ہم نے تقریبا ایک ہی وقت میں ایسا کیا۔ اس طرح، ہمارے پاس ایک مشترکہ ذہنیت تھی: ہم صحت اور لمبی عمر جیسے زیادہ بالغ اہداف کی طرف دیکھنا شروع کر رہے تھے. ہم دونوں کی زندگی کا ایک بڑا جزو ہماری صحت پر توجہ مرکوز کرنا تھا- میں، اس سے بھی زیادہ، کیونکہ تب تک میری ایک بیٹی تھی جس کے لئے میں صحت مند رہنا چاہتی تھی۔

جب ایک برانڈ بنانے کا وقت آیا تو، ہم نے یہ سوچنے میں زیادہ وقت نہیں گزارا کہ ہمیں مصنوعات کی ایک لائن کے ساتھ کس طرح کے شخص کی خدمت کرنی چاہئے۔ ہم نے صرف اپنی زندگی وں کو دیکھا اور اپنے آپ سے پوچھا کہ ہم کیا چاہتے ہیں۔ جواب ناقابل یقین حد تک مخصوص تھا: ہم دونوں ایک پری-ورزش سپلیمنٹ چاہتے تھے جو مؤثر اور تمام گندگی سے پاک ہو جو مارکیٹ میں ہر دوسرے پری-ورک آؤٹ سپلیمنٹ میں تھا.

یہ نوٹ کرنا اہم ہے کہ ہم نے ایسا کاروبار شروع کرنے کے ارادے سے نہیں روانہ کیا تھا جس کے بارے میں ہم پرجوش تھے۔ ہم میں سے کوئی بھی کسی بھی طرح سے ورزش سے پہلے انرجی مکس کے بارے میں پرجوش نہیں تھا۔ ہم صرف ایک ایسی مصنوعات تیار کر رہے تھے جس نے ہمارے لئے درد کے نقطہ کو حل کیا۔ ہم خود اپنی خارش کو کھرچ رہے تھے۔

sambaraweb.com

اگرچہ آپ کو اپنے آپ کی خدمت کرنے کے لئے ایک برانڈ بنانے کی ضرورت نہیں ہے، لیکن یہ

شروع کرنے کا ایک اچھا طریقہ ہے۔ اپنے مسائل کو جاننے سے حل پر غور کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ اگر آپ کی اپنی خارش کو کھرچنے سے آپ کو آن نہیں ہوتا ہے تو، ان لوگوں کے بارے میں سوچیں جن کے ساتھ آپ گھومتے ہیں - آپ کے دوست، آپ کا خاندان، کام پر موجود لوگ۔ ایک بار جب آپ کافی مختلف گروپوں کے بارے میں سوچتے ہیں تو، ایک متعین گاہک اسے ظاہر کرنا شروع کر دے گا۔

مثال کے طور پر، میں بہت سارے لوگوں کو جانتا ہوں جنہوں نے ایمیزون پر اسپیسٹولا فروخت کر کے پیسہ کمانے کی کوشش کی۔ ان میں سے کچھ نے اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کیا، لیکن ان میں سے زیادہ تر کچل دیے گئے۔ کیوں؟ کیونکہ زیادہ اسپیسٹولا فروخت کرنے کے صرف بہت سارے طریقے ہیں۔

لیکن اگر آپ بہت ساری ماؤں کو جانتے ہیں، اور آپ اس حقیقت کا احترام کرنا چاہتے ہیں کہ مصروف مائیں اب بھی اپنے بچوں کے لئے کھانا پکانے کے لئے ایک گھنٹہ لینا چاہتی ہیں، تو آپ اس شخص کے لئے مصنوعات کی ایک سیریز تشکیل دے سکتے ہیں۔ مصنوعات میں سے ایک اسپیسٹولس ہو سکتا ہے. آپ وہاں سے شروع کریں. پھر آپ مصنوعات کی ایک لائن بنا سکتے ہیں جو ان ماؤں کی خدمت کرتے ہیں. اچانک، مصنوعات کے بجائے لوگوں کے ساتھ شروع کر کے، آپ کے پاس ایک برانڈ ہے!

sambaraweb.com

لوگ وہ ہیں جو آپ کو پیسہ بناتے ہیں، مصنوعات نہیں. اس کے بارے میں اس طرح سوچیں. ایک مصنوعات ایک بار کا لین دین ہے. لیکن ایک برانڈ ایک شخص کے بارے میں کچھ کہتا ہے. یہ ایک کہانی بتاتا ہے جو مصنوعات سے آگے جاتا ہے۔ اس طرح کی طاقت لوگوں کو متعدد مصنوعات خریدنے اور اپنے دوستوں کو ان کے بارے میں بتانے کی طرف لے جاتی ہے۔ اگر آپ صرف بے ترتیب مصنوعات فروخت کر رہے ہیں تو، آپ لوگوں کو اس کہانی سے محروم کر رہے ہیں - اپنے بارے میں ایک کہانی۔ آپ گاہکوں کو حاصل کرنے کے بجائے فروخت حاصل کر رہے ہیں. اور جلد یا بدیر، آپ کا کاروبار اگلے شخص سے خطرے میں آجائے گا جو آپ کی مصنوعات کو سستا، تیز، یا قدرے بہتر فروخت کر سکتا ہے۔

آر ایکس بی اے آر کے معاملے میں، بانی پیٹر راہل اور جیرڈ اسمتھ نے پہلے سے ہی سیلاب زدہ پروٹین بار مارکیٹ میں داخل ہونے کی شدید خواہش کے ساتھ آغاز نہیں کیا تھا۔ انہوں نے کراس فٹ کیا، جم میں دوست تھے، اور ان کے لئے دستیاب پروٹین بار کے اختیارات سے مطمئن نہیں تھے. لہذا، کراس فٹ میں اپنے دوستوں کو ذہن میں رکھتے ہوئے، انہوں نے ایک پروٹین بار بنایا جس کا مقصد براہ راست کراس فٹرز کو نشانہ بنانا تھا۔

ایک تہہ خانے کے ہیڈ کوارٹر سے شروع ہو کر انہوں نے اپنے کسٹمر اوتار کے ارد گرد برانڈ بنایا، پیچھے چھوٹے پرنٹ کے بجائے پیکیجنگ کے سامنے اجزاء رکھے، اور اپنی مصنوعات کو پھٹتے دیکھا۔ چار سال بعد، انہیں کیلوگ نے $600 ملین میں خرید لیا۔

اپنے گاہک کو کسی ایسے شخص کے ارد گرد بیان کرنا ضروری ہے جسے آپ اچھی طرح جانتے ہیں۔ ایسے لوگوں کے گروپ کا انتخاب نہ کریں جن کے بارے میں آپ کچھ نہیں جانتے ہیں جب تک کہ آپ ان پر بہت ساری تحقیق کرنے کے لئے تیار نہ ہوں - اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ گروپ کے ذریعہ اشتراک کردہ کم از کم ایک درد پوائنٹ کی شناخت کر سکتے ہیں، اور آپ مصنوعات کے مجموعہ کے

sambaraweb.com

ساتھ اس درد پوائنٹ کی خدمت کیسے کر سکتے ہیں۔ لہذا، صرف اس لئے کہ آپ نے سنا ہے کہ جنرل زیڈ ہائی اسکول کے طلباء کے پاس ڈسپوزایبل آمدنی ہے اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ آپ انہیں اپنے گاہک کے طور پر نشانہ بنائیں۔ امکان سے زیادہ، آپ کو اندازہ نہیں ہے کہ وہ گروپ کیا چاہتا ہے یا ضرورت ہے. آپ کی زندگی کے لوگ کون ہیں؟ آپ جانتے ہیں کہ وہ کیا چاہتے ہیں اور کیا چاہتے ہیں.

ایک بار جب آپ اپنے شخص اور ان کے درد کے نقطہ یا ان کی مدد کرنے کا طریقہ شناخت کر لیتے ہیں تو، تین سے پانچ مصنوعات کی شناخت کرنا بہت آسان ہو جاتا ہے جو آپ کے نئے کاروبار کو شروع کر سکتے ہیں۔

انتباہ کا ایک لفظ: سب سے بری چیز جو آپ کر سکتے ہیں وہ یہ ہے کہ اپنے آپ سے پوچھیں، *اس وقت کون سی مصنوعات سپر مقبول ہیں؟* مثال کے طور پر، میں آپ کو یہ نہیں بتا سکتا کہ میں کتنے لوگوں کو جانتا ہوں جنہوں نے فجیٹ اسپنرز کا پیچھا کیا یا ڈائٹ سپلیمنٹ فروخت کرنے کی کوشش کی. دونوں رجحانات میں تیزی سے اضافہ ہوا، اور، یقینی طور پر، کچھ لوگوں نے کچھ پیسہ کمایا- لیکن وہ کاروبار نہیں بنا سکے، کیونکہ فجیٹ اسپنرز ہیں۔

sambaraweb.com

ایک واحد مصنوعات جو براہ راست شخص کی خدمت نہیں کرتی ہے، اور ہر سال غذا کی عادات تبدیل ہوتی ہیں۔ ان لوگوں کا خیال تھا کہ ان کا کوئی کاروبار ہے، لیکن ان کے پاس اصل میں ایک قلیل مدتی کیش فلو مشین تھی، اور ان میں سے زیادہ تر فروخت کنندگان اب کاروبار سے باہر ہیں کیونکہ ان کا فلیش ان دی پین فیڈ ختم ہو گیا ہے۔

اگر آپ صرف اس بات کی بنیاد پر مصنوعات کے بارے میں سوچتے ہیں کہ اس وقت کیا گرم ہے تو ، آپ کو بالآخر حریفوں کی ایک بڑی تعداد سے خطرہ ہو گا، اور اسی وقت منافع کا مارجن سکڑ جاتا ہے۔ ایمیزون مصنوعات کی فروخت شروع کرنے کے لئے بہترین جگہ ہو سکتی ہے، لیکن اگر آپ صرف ایمیزون پر فروخت ہونے والی چیزوں کو دیکھتے ہیں اور اسے فروخت کرنے کی کوشش کرتے ہیں تو، آپ کو ایک حقیقی کاروبار بنانے میں جدوجہد کرنی پڑے گی۔ کیوں؟ ٹھیک ہے، اگر کوئی اور اسی مصنوعات کو $30 کے لئے فروخت کرتا ہے، تو آپ کو $28 میں اپنی مصنوعات فروخت کرنا ہو گی. پھر اگلا شخص اپنی مصنوعات کی قیمت $26 کرے گا. اب منافع کے مارجن پر سب سے نیچے جانے کی دوڑ ہے۔

جب آپ لوگوں کے ساتھ شروع کرتے ہیں اور ان کے لئے مصنوعات بناتے ہیں تو، آپ قیمت مقرر کرنے والے بن جاتے ہیں، نہ کہ قیمت کے پیروکار۔ یہ آپ کو بہتر منافع مارجن دیتا ہے. اور آپ کو ایک بار فروخت کے بجائے بار بار گاہک ملتے ہیں۔

جیتنے والی مصنوعات کا انتخاب کیسے کریں

اگر آپ کے ذہن میں کوئی شخص ہے تو، یہ معلوم کرنا آسان ہے کہ وہ کون سی مصنوعات خریدے گا۔

sambaraweb.com

یہ ہوا کرتا تھا کہ مصنوعات فروخت کرنے کے لئے، آپ کو انہیں شروع سے تیار کرنا پڑتا تھا اور بہت سے اندازے لگانے پڑتے تھے. کمپنیوں کو تحقیق اور ترقی پر ہزاروں خرچ کرنے پڑے، اور پھر ٹیلی ویژن، اخبار، میگزین اور ریڈیو اشتہارات کے ذریعہ ان کی مارکیٹنگ پر لاکھوں روپے خرچ کرنے پڑے۔ اس سب کے بعد، وہ پھر امید اور دعا کریں گے کہ گاہک مصنوعات خریدیں گے. کمپنیاں نتائج کو متاثر کرنے یا ترقی کو آگے بڑھانے کے لئے بہت کچھ نہیں کر سکتی تھیں۔

لیکن آج، آپ کو اندازہ لگانے کی ضرورت نہیں ہے. آپ جان سکتے ہیں کہ آیا کوئی مصنوعات شروع سے ہی کامیاب ہو گی. ایمیزون جیسے سیلز چینل صرف آپ کی مصنوعات پر نظر رکھنے کا ایک طریقہ نہیں ہیں۔ وہ ایک تحقیقی سونے کی کان بھی ہیں.

آپ کی انگلیوں پر، آپ کو ان تمام اعداد و شمار تک رسائی حاصل ہے جس کی آپ کو ضرورت ہے کہ کوئی مصنوعات کتنی فروخت ہو رہی ہے اور گاہک اس کے بارے میں کیا کہہ رہے ہیں۔ صرف ان مصنوعات کی تلاش کریں جو آپ کا شخص خریدتا ہے، دیکھیں کہ دوسری کمپنیاں کیا پیش کر رہی ہیں، اور جائزوں پر توجہ دیں۔ اس سے آپ کو یہ جاننے میں مدد ملتی ہے کہ آپ کا ہدف مارکیٹ کون ہے اور ان کی ضروریات کیا ہیں۔ وہ کیا پسند نہیں کرتے

sambaraweb.com

اس چہرے کی کریم کے بارے میں؟ اس فوری برتن کے ساتھ کیا غلط ہے؟ ان کے درد کے نکات کیا ہیں؟ آپ پہلے سے پیش کی جانے والی چیزوں کو کیسے بہتر بنا سکتے ہیں؟

کک اسٹارٹر چیک کریں اور ان منصوبوں کو دیکھیں جنہوں نے ایک ملین ڈالر جمع کیے۔ ایمیزون پر جائیں اور سب سے زیادہ فروخت ہونے والا ٹوائلٹ پیپر تلاش کریں۔ فیس بک کے اشتہارات دیکھیں اور دیکھیں کہ کمپنیوں کے بارے میں کیا بات کی جا رہی ہے۔ آپ کسی بھی چینل پر اس طرح کی تحقیق کر سکتے ہیں جہاں آپ فروخت کرنے کے بارے میں سوچ رہے ہیں، یا صرف توجہ دے کر۔

آپ کا کام تین سے پانچ مصنوعات کی شناخت کرنا ہے جو آپ کا مثالی شخص خرید سکتا ہے۔ آپ کو اس کے بارے میں فکر کرنے کی ضرورت نہیں ہے کہ اسے کیسے بنائیں یا آپ اسے کس طرح فروخت کریں گے - ہم اسے بعد میں ٹھیک کریں گے. صرف اس بات پر غور کریں کہ آپ کا شخص پہلے سے کیا خریدتا ہے اور ممکنہ چیزیں جو وہ خریدنا چاہتا ہے۔ یوگا کرنے والے لوگ چٹائیاں، تولیہ اور بلاک خریدتے ہیں۔ یہ تین مصنوعات ہیں. وہ اور کیا خرید سکتے ہیں؟ کپڑے، سفر کے معاملے، یا یوگا تکیے؟ کیا یوگا کرنے والے لوگ دوسری چیزیں بھی خریدتے ہیں؟ چائے، مراقبہ، یا ضروری تیل کی طرح؟ اور کیا یوگا کرنے والے لوگوں کی خریداری کی عادات دوسروں کے مقابلے میں مختلف ہوتی ہیں؟ کیا وہ نامیاتی خریدتے ہیں، یا مصنوعی جلد کی کریموں سے بچتے ہیں؟ یہ سب لکھیں.

آپ کو اس بارے میں فکر کرنے کی ضرورت نہیں ہے کہ آپ ابھی تک کچھ بھی کیسے کرنے جا رہے ہیں - بس یہ جان لیں کہ انٹرنیٹ نے ہر اس شخص کے لئے مواقع کھول دیئے ہیں جو شروع سے کچھ بنانا چاہتا ہے۔ کک اسٹارٹر مہم کوئی بھی کر سکتا ہے۔ کوئی بھی ایمیزون پر فروخت کر سکتا ہے. کوئی بھی ویب سائٹ گوگل میں درجہ بندی کر سکتی ہے. فیس بک پر کوئی بھی اشتہار چلا سکتا ہے۔ کوئی بھی انسٹاگرام پر پوسٹ کر سکتا ہے اور کسی بھی انفلوئنسر سے رابطہ قائم کر سکتا ہے۔ آپ کا کام یہ معلوم کرنا ہے کہ آپ کے گاہک کہاں ہیں، اور اپنے چارے کو اس تالاب میں چھوڑ دیں.

sambaraweb.com

اپنے گیٹ وے کی مصنوعات کی شناخت کریں

ایک بار جب آپ کسی ہدف شخص کے بارے میں سوچ چکے ہیں اور کم از کم تین سے پانچ مصنوعات پر غور کر رہے ہیں جو آپ کے برانڈ کو بناتے ہیں تو، آپ کا اگلا قدم اس پہلی مصنوعات کو کم کرنا شروع کرنا ہے جو آپ فروخت کریں گے۔ میں اسے "گیٹ وے پروڈکٹ" کہتا ہوں کیونکہ یہ مصنوعات کی سیریز میں پہلا ہے جو آپ آخر کار فروخت کریں گے۔ میں سوال پوچھنا پسند کرتا ہوں، "کون سی مصنوعات میرے ہدف گاہک کو مستقبل میں مجھ سے مزید خریدنا چاہے گی؟"

پہلی مصنوعات جو ایک یوگی خریدتا ہے وہ یوگا چٹائی ہے۔ پھر وہ باقی سب کچھ خریدتا ہے. لہذا پہلی مصنوعات جو میں نے اپنے یوگا کے کاروبار کے تحت فروخت کی وہ تھی

sambaraweb.com

یوگا چٹائی. پہلی مصنوعات میں سے ایک جو ایک نیا جم چوہا خریدتا ہے وہ ورزش سے پہلے کی مصنوعات ہے۔ پھر وہ باقی سب کچھ خریدتا ہے.

چاہے یہ یوگا میٹس یا اسپورٹس نیوٹریشن سپلیمنٹس ہوں، آپ کا گیٹ وے پروڈکٹ اس جگہ میں گاہکوں کے لئے پہلے واضح لین دین کی نمائندگی کرتا ہے۔ یہ ایک واضح درد کے نقطہ کو حل کرتا ہے اور ایک سادہ مسئلہ کو حل کرتا ہے. ایک بار مثالی گاہک کے پاس پہلی مصنوعات ہونے کے بعد، وہ اسی برانڈ سے دیگر مصنوعات خریدنے کا امکان رکھتے ہیں۔

یہاں تک کہ اگر آپ کی گیٹ وے کی مصنوعات دوسروں کی طرح ہی ہے تو، آپ اس طرح سے بات چیت کرنے جارہے ہیں جو آپ کے ہدف کی مارکیٹ کے لئے مخصوص ہے۔ یاد رکھیں، آپ صرف ایک مصنوعات فروخت نہیں کررہے ہیں. آپ ایک پیغام تخلیق کررہے ہیں. آپ کچھ ایسا لے رہے ہیں جو پہلے سے موجود ہے اور ایک ایسی کہانی تیار کررہے ہیں جو آپ کے گاہک کے مطابق ہے۔

دو افراد مکمل طور پر مختلف وجوہات کے لئے ایک ہی مصنوعات خرید سکتے ہیں. کوئی شخص جو باغ میں کام کرنے کے لئے دستانے خرید رہا ہے وہ لکڑی کے کام کرنے یا جم جانے کے لئے بالکل وہی دستانے خرید سکتا ہے۔ ان کی ترجیح ایک ایسا برانڈ تلاش کرنا ہو گا جو ان سے براہ راست بات کرے۔ سادہ الفاظ میں، گاہک ان برانڈز کو خریدنا چاہتے ہیں جو طویل مدت میں ان کی خدمت کرنے جارہے ہیں. آپ صرف ورزش کے دستانے فروخت نہیں کررہے ہیں. آپ ان لوگوں کو فروخت کررہے ہیں جو ورزش کرتے ہیں. اس پر کوئی سمجھوتہ نہیں کیا جاسکتا۔

بلٹ پروف کافی سے ڈیو ایسپری کسی ایسے شخص کی میری پسندیدہ مثال ہے جس نے یہ بہت اچھی طرح سے کیا۔

ڈیو نے ایک عاجز بلاگر کے طور پر آغاز کیا جس نے پیداواری صلاحیت اور صحت کی اصلاح کے بارے میں لکھا۔ انہوں نے کافی کے صحت کے فوائد کا دفاع کرکے اور قارئین کو اپنے صبح کے

sambaraweb.com

مشروبات میں چربی اور تیل شامل کرنے کی ترغیب دے کر شہرت حاصل کی۔

اپنے سفر کے چند سال بعد، انہوں نے اپنی کافی – بلٹ پروف کافی لانچ کی۔ یہ ان کا گیٹ وے پروڈکٹ تھا۔ کیا اس کی کافی دیگر کافیوں کے مقابلے میں خاص ہے؟ کچھ لوگ ایسا کہتے ہیں، کیونکہ یہ صرف ان کے لئے بنایا گیا ہے. یہ نامیاتی، تصدیق شدہ سانچے سے پاک ہے، اور قیمت سے دوگنا ہے.

اگر ڈیو صرف ایک اور کافی کمپنی شروع کرنا چاہتا تھا تو، اس کی دوسری مصنوعات ڈارک روسٹ یا ایک نیا ذائقہ کی طرح ہوتی۔ لیکن ڈیو کی توجہ کسی بڑی چیز پر تھی، اور اس کے پاس شروع سے ہی تین سے پانچ مصنوعات کا خاکہ تھا۔

دوسری مصنوعات جو انہوں نے لانچ کی وہ ناریل پر مبنی ایم سی ٹی تیل تھا جو آپ کے خاص مشروب مولڈ فری کافی میں جانے کے لئے تھا۔ اس کے بعد انہوں نے لیکٹوز سے پاک گھاس سے بھرا گھی لانچ کیا، جو آپ کی کافی میں شامل کرنے کے لئے، "کیفین کے جذب کو سست کرنے کے لئے، جس سے آپ کو کئی گھنٹوں تک توانائی بھی ملتی ہے۔ پھر یہ پروٹین کی سلاخیں تھیں، پھر

sambaraweb.com

مچھے پروٹین، پھر ایم سی ٹی تیل کو اپ گریڈ کیا. اب بلٹ پروف ایک بائیوہیکنگ کمپنی ہے جس کی مالیت کروڑوں ڈالر ہے۔

ڈیو کے ذہن میں تین سے پانچ مصنوعات تھیں، وہ تمام اس کے ہدف کی مارکیٹ کی خدمت کے لئے ڈیزائن کی گئی تھیں۔ یہ صرف کافی فروخت کرنے سے بہت مختلف ہے.

توانائی کی سلاخوں کی طرح، کافی مارکیٹ ناقابل یقین حد تک بھری ہوئی ہے؛ لیکن جب آپ اپنے ہدف کی مارکیٹ کے درد پوائنٹس میں سے ایک کی خدمت کرتے ہیں تو یہ بہت کم سیچوریٹڈ ہو جاتا ہے۔ ڈیو ایسپری کے بلاگ میں لکھا ہے کہ "اپ گریڈڈ کافی کافی بنانے کے لئے ایک ملکیتی بلٹ پروف پروسیس™ کا استعمال کرتی ہے جسے انسانی کارکردگی کو روکنے والے سانچے کے زہریلے مادوں میں کم ہونے کی جانچ کی جاتی ہے۔

بلٹ پروف نے درد پر توجہ مرکوز کی جو اپنے گاہکوں کو اعلی کارکردگی کا مظاہرہ کرنے سے روکتا ہے۔ نتیجتا سی ای اوز سے لے کر پروفیشنل ایتھلیٹس سے لے کر مصروف والدین تک سب نے بلٹ پروف سے خریداری شروع کر دی۔ ان مختلف گروہوں میں کیا مشترک تھا؟ آسان: وہ اعلی کارکردگی چاہتے تھے. وہ سب ڈیو کے ہدف گاہک تھے۔

لوگ ایسی مصنوعات خریدتے ہیں جو اپنے بارے میں کچھ کہتی ہیں۔ حریفوں کے مقابلے میں بلٹ پروف کافی کی دوگنی قیمت ادا کرنے کا کہنا ہے کہ وہ شخص اعلی کارکردگی کا مظاہرہ کرنے والا ہے۔ دوسری طرف، بلیک رائفل کافی پینا، جس کا ہم نے پہلے ذکر کیا ہے، کہتا ہے کہ آپ بندوق چلاتے ہیں، یا یہ کہ آپ دوسرے لوگوں کی رائے کی پرواہ نہیں کرتے ہیں۔ مصنوعات (کافی) تقریبا ایک ہی ہے، لیکن شخص مکمل طور پر مختلف ہے.

اس کا موازنہ میرے ایک دوست جیمز سے کریں۔

sambaraweb.com

جیمز ای ایس پی این پر ایک اسپورٹس کاسٹر تھا جس نے کاروباری شخصیت بننے کے لئے اپنی نوکری

چھوڑ دی۔ کئی سالوں تک، وہ سوچتا رہا کہ کس قسم کا کاروبار شروع کیا جائے، یہاں تک کہ اس نے میرا پوڈکاسٹ سننا شروع کر دیا۔ ایک دن، وہ ساحل سمندر پر دوڑ رہا تھا اور مجھے ایک ملین ڈالر کے راستے کا خاکہ سناتے ہوئے سن رہا تھا (ویسے وہی عمل جو آپ ابھی دریافت کر رہے ہیں)۔ وہ درمیان میں ہی رک گیا۔ "مجھے لگتا ہے کہ میں یہ کر سکتا ہوں،" انہوں نے کہا.

جیمز اس سے پہلے رات کو سونے میں جدوجہد کرتا رہا تھا جب تک کہ اسے اپنے چیلنجوں کا منبع معلوم نہ ہو گیا- رات دیر تک اس کے کمپیوٹر پر رہنے کی روشنی بے خوابی کا سبب بن رہی تھی۔ جیمز نے اس کا حل نیلے رنگ کے بلاکر شیشے پہننے میں تلاش کیا، جو ہائی انرجی وزیبل (ایچ ای وی) نیلی روشنی کو فلٹر کرتا ہے، جب وہ سونے سے پہلے کمپیوٹر پر تھا۔ انہوں نے اسے سونے میں مدد کی، لیکن وہ بدصورت تھے کیونکہ سب باہر نکل رہے تھے. درد کے پوائنٹ الرٹ!

لہذا جیمز نے حل تیار کیا. انہوں نے اسی نیلے رنگ کے بلاکنگ فنکشن کے ساتھ عینک بنانے کا فیصلہ کیا جس نے پہننے والے کو ڈورک کی طرح نہیں بنایا۔ وہ

sambaraweb.com

دیکھا کہ حریف نیلے رنگ کے بلا کنگ شیشے تقریبا 8 ڈالر فی جوڑی میں فروخت کر رہے تھے۔ زیادہ تر لوگ کم منافع کے مارجن پر اکتفا کرتے تھے، لیکن جیمز نے ایک ایسا برانڈ بنایا جو خاص طور پر بے خوابی کے مریضوں کے لئے تھا۔ اس نے اسے زیادہ قیمت وصول کرنے اور ایک عظیم مصنوعات بنانے کے لئے ضروری منافع مارجن حاصل کرنے کی اجازت دی۔

مصنوعات نے بہت اچھا کام کیا. گاہکوں نے اسے پسند کیا، اور اس نے ایک ایسا برانڈ بنایا جسے دکھانے پر لوگ فخر کرتے تھے۔ تاہم، کمپنی کو ایک چیلنج کا سامنا کرنا پڑا: وہ آگے کیا فروخت کرے گی؟

اس کی اگلی مصنوعات نیلے بلا کر شیشوں کا ایک مختلف انداز تھا، اور اس نے بمباری کی۔ کیا ہوا؟

ٹھیک ہے، جیمز نے یہ یقین کر لیا تھا کہ وہ عینک فروخت کر رہا تھا، نیند کے مسائل میں مبتلا لوگوں کی مدد نہیں کر رہا تھا. اس نے مصنوعات پر توجہ مرکوز کی تھی، نہ کہ شخص پر۔ اسے یہ جاننے کی ضرورت تھی کہ وہ ایک نیند کی کمپنی ہے، شیشے کی کمپنی نہیں۔ ایک بار جب یہ حل ہو گیا تو، تین سے پانچ نئی مصنوعات کے ساتھ آنا آسان تھا جو کمپنی فروخت کر سکتی تھی۔ یہ سب کچھ بدل دیتا ہے.

اس جال میں پھنسنا پر کشش ہے کہ آپ کا کاروبار مصنوعات فروخت کرتا ہے، کیونکہ یہی وہ جگہ ہے جہاں سے پیسہ آتا ہے۔ لیکن مصنوعات لوگوں کے ذریعہ خریدی جاتی ہیں، اور اگر آپ ایک ملین ڈالر تک پہنچنا چاہتے ہیں تو آپ کو معلوم ہونا چاہئے کہ وہ کون ہیں.

بنیادی سوالات

جب میرے دوست میرے طالب علموں کی کامیابیوں کے بارے میں سنتے ہیں، تو وہ اکثر پہنچتے ہیں اور

sambaraweb.com

"میرا دماغ منتخب کرنے" کے لئے کہتے ہیں. زیادہ تر معاملات میں، ان کے پاس کارروائی کرنے میں آرام دہ محسوس کرنے سے پہلے سوالات کا ایک سلسلہ ہوتا ہے۔

میرے دو دوستوں کارلی اور کارلی نے مجھے ایک دن دوپہر کے کھانے پر مدعو کیا۔ وہ کاروباری افراد بننے کے لئے تیار ہو رہے تھے، اور انہیں اپنے پہلے اقدامات کو واضح کرنے میں مدد کی ضرورت تھی۔ جیسے ہی میں چبا رہا تھا، انہوں نے مجھ پر سوالات کرنا شروع کر دیے (یہ بہت ہوتا ہے۔ میں اس کا عادی ہوں).

جب بات سامنے آئی، تو بیراج میں انہوں نے مجھ پر جو بھی سوال اٹھایا، وہ یہ تھا: *ہمیں کون سا کاروبار شروع کرنا چاہیے؟*

میں نے ان کے ساتھ کچھ اختیارات سے گزرا، اور، مٹھائی کے ذریعہ، انہیں ایک ٹھوس خیال تھا جس کے بارے میں وہ واقعی پرجوش تھے۔ جب میں وہاں سے چلا گیا، تو میں جانتا تھا کہ وہ ایک واضح سمت کے ساتھ ایک اچھے راستے پر ہیں. اگلی بار جب انہوں نے مجھے دوپہر کے کھانے پر مدعو کیا، تو وہ مجھے اپنی پیشرفت کے بارے میں اپ ڈیٹ کرنا چاہتے تھے۔ میں یہ سننے کے لئے انتظار نہیں کر سکتا تھا کہ ان کا نیا کاروبار کیسے چل رہا ہے.

sambaraweb.com

لیکن جیسے ہی میں وہاں پہنچا، وقفہ سوالات دوبارہ شروع ہو گئے: "ریان، ہمیں واقعی کون سا کاروبار شروع کرنا چاہئے؟" ہم یہاں تھے، واپس ایک مربع پر.

ان کے پاس کوئی پروٹوٹائپ نہیں تھا، کوئی سامعین نہیں تھا، اور تصور کا کوئی ثبوت نہیں تھا۔ وہ جگہ جگہ گھوم رہے تھے کیونکہ وہ انتظار کر رہے تھے کہ انہیں کیا کرنا ہے۔ میں نے انہیں یہ دریافت کرنے میں مدد کی کہ شروع کرنے کے لئے کوئی کامل مصنوعات یا "صحیح" کاروبار نہیں تھا۔ اس کے بجائے، صرف فیصلوں کا ایک مجموعہ ہے جو آپ کو کرنے کی ضرورت ہے۔

ایک بار جب آپ یہ فیصلے کرتے ہیں تو، آپ کو کامیابی کا ایک اچھا موقع ملے گا۔ لیکن جب تک آپ یہ فیصلے نہیں کرتے، آپ ہمیشہ کے لئے تجزیہ کے موڈ میں پھنس جائیں گے۔ ایک بار پھر، آپ کو یہ جاننے کی ضرورت نہیں ہے کہ کچھ بھی کیسے کرنا ہے - ہم اس کتاب کے باقی حصے میں اس عمل پر مزید تفصیل میں جائیں گے۔

سب سے پہلے، آپ کو فیصلہ کرنا ہو گا. بعد میں اپنے فیصلوں کو تبدیل کرنا بھی ٹھیک ہے، لیکن ان سوالات کے جوابات آپ کو اپنے ملین ڈالر کے کاروبار کی راہ پر چلنا شروع کرنے کی اجازت دیں گے۔

1. **آپ کس کو فروخت کریں گے؟** آپ اپنے شخص کی شناخت سے شروع کرتے ہیں. یہ آپ یا آپ کا کوئی جاننے والا ہو سکتا ہے، لیکن ایک بار جب آپ ان کی شناخت کرتے ہیں تو، دیکھیں کہ وہ لوگوں کے کس گروپ سے تعلق رکھتے ہیں۔ کیا وہ کراس فٹرز ہیں؟ کیا وہ پالیو غذا کھاتے ہیں؟ کیا وہ نرسیں ہیں؟ کیا وہ عیسائی ہیں؟ اگر آپ جواب نہیں جانتے ہیں تو، اپنے آپ سے شروع کریں. آپ کس گروپ سے شناخت کرتے ہیں؟

2. **وہ پہلے ہی کیا خریدتے ہیں؟** کیا آپ کم از کم تین سے پانچ مصنوعات کی فہرست دے سکتے

sambaraweb.com

ہیں جو آپ کا گروپ پہلے ہی خرید تا ہے؟ اگر آپ کم از کم تین مصنوعات کی فہرست نہیں بنا سکتے ہیں تو، آپ غلط مارکیٹ میں ہیں. اس عمل کے اس مقام پر، شروع سے ہی مصنوعات کا خیال بنانا واقعی پر کشش ہے، لیکن میں سفارش کرتا ہوں کہ آپ اس بات کی نشاندہی کر کے شروع کریں کہ آپ کا شخص پہلے سے ہی کیا خرید تا ہے۔ بس یہ لکھنا شروع کریں کہ آپ کا شخص پہلے سے ہی ایک عظیم ماں، ایک عظیم کاروباری شخصیت، یا ایک عظیم ڈیزائنر بننے کے سفر پر کیا خرید تا ہے.

3. مصنوعات کے اس مجموعے میں سے کس پروڈکٹ پر آپ توجہ مرکوز کرنا چاہتے ہیں، یا تو اس کا ایک عمدہ ورژن بنانے کے لئے یا ایک ورژن جو ان کے مسائل میں سے ایک کو حل کرتا ہے؟ آپ کے ساتھ آنے والی مصنوعات کی فہرست کو دیکھتے ہوئے، اپنے آپ سے پوچھیں، "وہ مصنوعات اس وقت میرے گروپ کی خدمت کیسے نہیں کر رہی ہیں؟" کیا ان میں سے ایک باقی فہرست کے لئے ممکنہ "گیٹ وے" کے طور پر چھلانگ لگاتا ہے؟ اگر آپ پہلی مصنوعات کی شناخت کرتے ہیں جو درد کے نقطہ کو حل کرتی ہے یا دیگر خریداریوں میں گیٹ وے کے طور پر کام کرتی ہے تو، آپ جانتے ہیں کہ کہاں سے شروع کرنا ہے۔

sambaraweb.com

4. **آپ کا گروپ مارکیٹ میں اسی طرح کی مصنوعات کے بارے میں کیا سوچتا ہے؟** اگر آپ کے پاس مصنوعات کا ایک گروپ ہے جس پر آپ توجہ مرکوز کرنے کے بارے میں سوچ رہے ہیں تو، آپ لوگوں کی باتوں کو سن کر مارکیٹ میں "سوراخ" کی شناخت کرنا شروع کر سکتے ہیں۔ صارفین کے جائزے پڑھیں اور انٹرنیٹ فورمز دیکھیں۔ آپ اس کے بارے میں آن لائن پوسٹ کر کے اپنے خیال کی جانچ پڑتال بھی شروع کر سکتے ہیں۔ میرے دوست موئز نے ٹام کے قدرتی ڈیوڈرنٹ کو استعمال کرنے کی کوشش کی، اور وہ ایک سادہ وجہ سے اس سے نفرت کرتا تھا: یہ کام نہیں کرتا تھا۔ اس نے سوچا، *میں حیران ہوں کہ کیا میں یہ بہتر کر سکتا ہوں*. لہٰذا انہوں نے آن لائن فورمز پر سوالات پوچھنا شروع کر دیے اور ان جیسے دیگر قدرتی لوگوں سے رائے حاصل کی۔ جواب سے، وہ جانتا تھا کہ دلچسپی ہے. انہوں نے 500 ڈالر کے پروٹوٹائپس کا ایک راؤنڈ کیا اور فوری طور پر فروخت ہو گئے۔ یہ مقامی ڈیوڈرنٹ کا آغاز تھا، جسے بعد میں پراکٹر اینڈ گیمبل نے $100 ملین میں حاصل کیا تھا۔ معیز کو 500 ڈالر کے پروٹوٹائپ سے ایک ملین ڈالر کے برانڈ تک جانے میں صرف اٹھارہ ماہ لگے (اور یہ نو اعداد و شمار میں فروخت ہوا!)۔

5. **آپ کا شخص دوسروں کے ساتھ کہاں گھومتا ہے؟** اس خیال کے ساتھ کہ ہم کیا فروخت کر سکتے ہیں، ہم یہ سوچنا شروع کر سکتے ہیں کہ ہمارے پہلے گاہک *کہاں* سے آسکتے ہیں۔ فروخت کرنا بہت آسان ہے جب آپ اپنی مصنوعات کو اپنے مثالی لوگوں کے گروپ کے سامنے چھوڑ سکتے ہیں۔ کیا آپ کا ہدف گاہک مخصوص پوڈکاسٹ سنتا ہے؟ کیا وہ بعض بااثر افراد کی پیروی کرتے ہیں؟ کیا ان کا تعلق مخصوص گروہوں سے ہے؟ کیا وہ کچھ بلاگ پڑھتے ہیں؟ غور کریں جہاں آپ کا مثالی گاہک اپنی توجہ مرکوز کرتا ہے، اور آپ کو جلدی سے معلوم ہو جائے گا کہ اپنی مصنوعات کو ان کے سامنے کہاں رکھنا ہے۔ اگلے ابواب میں، آپ یہ بھی سیکھیں گے کہ مائیکرو سائٹ کو کیسے تیار کیا جائے جو آپ سے آپ

sambaraweb.com

کی مصنوعات خریدنے کے لئے تیار ہے۔ میں دس دوستوں کے نام بھی لکھنا پسند کرتا ہوں جو کسی مصنوعات کے بارے میں پرجوش ہوں گے کیونکہ آپ کے مثالی گاہک ان کی طرح دوسرے لوگوں کو جانتے ہیں۔

6. **کیا آپ جانتے ہیں کہ آپ متوقع فروخت کیسے حاصل کریں گے؟** میرا مطلب ابھی تک آپ کو مغلوب کرنے کا نہیں ہے، لیکن آپ کی فروخت کے عمل کو اسکیل ایبل ہونا چاہئے۔ زیادہ تر لوگوں کے لئے، ایمیزون شروع کرنے کے لئے سب سے آسان جگہ ہے۔ ہم بعد میں اس کا احاطہ کریں گے. جب تک آپ کے پاس مسلسل فروخت جمع کرنے کا ایک مختلف طریقہ نہیں ہے، تب تک ایمیزون آپ کی ابتدائی جگہ ہو گی۔

7. **مصنوعات دو، تین اور چار کیا ہوں گے؟** کیا آپ جانتے ہیں کہ آپ کی فالو اپ مصنوعات کیا ہونے جا رہی ہیں؟ اگر آپ نہیں جانتے کہ آپ اپنے شخص کو اور کیا فروخت کر سکتے ہیں تو، آپ آگے بڑھنے کے لئے تیار نہیں ہیں۔ آپ کا کام رول کرنا ہو گا

sambaraweb.com

اسی گاہک کے لئے جتنی جلدی ممکن ہو اور جتنی جلدی ممکن ہو مصنوعات کو آپ پہلے سال کے لئے آرام سے سنبھال سکتے ہیں۔ آپ کی اگلی مصنوعات کا خیال رکھنے سے آپ اس عمل میں بہت آگے رہیں گے۔

جب میٹ اور میں نے شیر اسٹرینتھ شروع کی، تو ہم اسی عمل سے گزرے، اور اپنے آپ سے وہی سوالات پوچھے جو میں آپ سے پوچھ رہا ہوں.

ہم اپنے گروپ کو جانتے تھے کیونکہ ہم ہمارے گروپ تھے. اور ہم جانتے تھے کہ ہمارے گروپ کے لوگوں نے پروٹین پاؤڈر، کریٹین، اور ورزش سے پہلے اور ورزش کے بعد کی مصنوعات خریدی ہیں. ہم نے ورزش بینڈ، بی سی اے اے، مشروبات، جم ممبر شپ اور ورزش کے کپڑے خریدے۔ ہم نے اپنے گیٹ وے کی مصنوعات کی نشاندہی کی اور باقی فہرست پر غور کیا۔ دوسری کمپنیاں کامیابی سے اسی طرح کی مصنوعات فروخت کر رہی تھیں، اور زیادہ تر لوگ شاید مسابقت کی وجہ سے اس مارکیٹ سے بچ گئے ہوں گے۔ لیکن ان دوسری کمپنیوں نے ہمارے لئے تحقیق اور ترقی کا ایک مجموعہ کیا تھا۔ انہوں نے پہلے ہی اس خیال کی جانچ پڑتال کی تھی اور دکھایا تھا کہ لوگ مصنوعات خرید رہے ہیں۔

میٹ کو چند مینوفیکچررز کے نام معلوم تھے، لہذا ہم نے انہیں ای میل کیا اور اپنے گیٹ وے کی مصنوعات کے لئے نمونے آرڈر کیے - ایک برداشت سپلیمنٹ۔ تمام نمونے ٹھیک تھے، لیکن وہ بورنگ تھے اور زیادہ تر ایک جیسے تھے۔ یہ ہمارے منفرد اسپن کو شامل کرنے کا موقع تھا. ہم ایک اجزاء شامل کرنا چاہتے تھے: چقندر کا عرق۔ ہم نے کچھ تحقیق کی تھی اور پایا تھا کہ یہ صبر کے لئے خاص طور پر مددگار تھا. جب ہم نے اس کی کوشش کی، تو اس نے ہمارے لئے بہت بڑا فرق پیدا کیا

اور کوئی بھی اسے ابھی تک اپنے فارمولوں میں شامل نہیں کر رہا تھا۔ آج، چقندر اسی طرح کی مصنوعات میں ایک عام جزو ہے، شاید اس لئے کہ ہم نے اس کا آغاز کیا.

sambaraweb.com

تاہم، ہم جانتے تھے کہ ہم صرف ایک "برداشت سپلیمنٹ" کمپنی نہیں بننا چاہتے تھے. چونکہ ہم وہ مصنوعات تیار کر رہے تھے جو ہم چاہتے تھے، لہذا ہم نے دیگر مصنوعات کی ایک لمبی فہرست بنائی جو ہم آخر کار فروخت کرنا چاہتے ہیں۔ اگر پہلی مصنوعات نے اڑان بھری تو، ہمیں معلوم ہو گا کہ ہم آگے کیا فروخت کر سکتے ہیں۔

ہماری پہلی مصنوعات ٹھیک فروخت ہوئی، لیکن یہ گیٹ سے باہر کچھ خاص نہیں تھا۔ روزانہ تقریبا پچیس فروخت حاصل کرنے میں مہینوں لگے، اور اسی وقت ہم نے مصنوعات کی اگلی لائن شروع کی۔ یاد رکھیں، یہ صرف تین سے پانچ مصنوعات لیتا ہے جو ہر ایک روزانہ تقریبا پچیس فروخت فروخت کرتا ہے. یہ ایک ملین ڈالر کا کاروبار ہے.

اس وقت آپ کے دماغ میں خیالات کا چکر لگانا واقعی ایک اچھی علامت ہے کہ آپ آگے بڑھنے کے لئے تیار ہیں۔ اگر آپ ابھی تک وہاں نہیں ہیں تو، بنیادی سوالات کی فہرست کا جواب دینا ایک اچھا خیال ہو گا(صفحہ 36 دیکھیں)۔

sambaraweb.com

لیکن کوئی بھی دن بھر بیٹھ کر "خیالات کے گرد چکر لگا سکتا ہے"۔ یہ آسان حصہ ہے.

مشکل حصہ اصل میں اس مصنوعات کو زندگی میں لانے کا خطرہ لینے کا فیصلہ کرنا ہے۔ سب سے مشکل حصہ سر کے شور پر قابو پانا ہے: میرا خاندان کیا سوچے گا؟ اگر میری مصنوعات چوس جائے تو کیا ہو گا؟ اگر مجھے منفی جائزہ ملے تو کیا ہو گا؟

اگرچہ میں آپ کی "کیسے کرنا ہے" میں مدد کروں گا، لیکن آپ کو ذہنی رکاوٹوں سے گزرنے کے لئے سب کچھ کرنا ہو گا.

یہ فیصلہ کرنے کا وقت ہے: کیا آپ سب کچھ کرنے کے لئے تیار ہیں؟

انٹرپرینیور سپاٹ لائٹ: جیرڈ اسپر نگر

جب جیرڈ اسپر نگر نے کاروباری افراد کے لئے میری تربیت حاصل کی، تو وہ اپنی زندگی میں ایک نچلے مقام پر تھا. حال ہی میں ان کے پیروں کے ساتھ پیدا ہونے والے ان کے بیٹے کو خوفناک طبی مسائل کا سامنا کرنا پڑا، جس نے جیرڈ کو بہت زیادہ قرض میں ڈال دیا۔ پھر، چیزوں کو پیچیدہ بنانے کے لئے، جیرڈ نے اپنے طبی مسائل کو فروغ دینا شروع کر دیا.

ایک دن، اسے فوری طور پر ایمرجنسی روم میں لے جایا گیا جو چلنے پھرنے سے قاصر تھا۔ بظاہر ان کی ٹانگ سے نیچے چلنے والا ایک بڑا اعصاب مکمل طور پر ٹوٹ چکا تھا۔ ڈاکٹروں نے ان سے کہا، 'یا تو آپ کی ایمرجنسی سرجری ہوئی ہے، یا پھر آپ پھر کبھی نہیں چلتے۔

اس وقت، جیرڈ، جو تیس سال کا تھا اور دو چھوٹے بچوں کے ساتھ شادی شدہ تھا، مینجمنٹ اور سیلز میں کام کرتا تھا۔ اچانک اس نے خود کو ایک واکر میں پایا جس کے سامنے صحت یابی کا ایک

sambaraweb.com

طویل راستہ تھا۔ یہ وہ وقت تھا جب جیرڈ نے میری ویڈیوز دیکھی تھیں۔ اپنے ہاتھوں میں کافی وقت ہونے کی وجہ سے، وہ میرے ذریعے شائع ہونے والے مواد کے ہر ایک ٹکڑے کو دیکھتا تھا۔ پھر اس نے تمام عملی اقدامات کیے۔

جیرڈ کو ایک کاروبار شروع کرنے کے لئے نکال دیا گیا تھا۔ ایک بڑا مسئلہ تھا: اس کے پاس کمپنی شروع کرنے کے لئے پیسے نہیں تھے. وہ اب بھی بحالی میں تھا، قرض میں تھا، اور کام کرنے سے قاصر تھا۔ اسے کامیابی کے راستے پر چلنا پڑا۔ اس نے اپنے کاروبار میں سرمایہ کاری کرنے کے لئے کافی رقم حاصل کرنے کے لئے بے ترتیب مصنوعات کو پلٹنا شروع کر دیا۔ ایک بار جب اس کے پاس تھوڑا سا سرمایہ تھا تو، اس نے اپنی پہلی مصنوعات تیار کی۔

آخر میں، اس کی پہلی مصنوعات ایک ناکامی تھی۔ تاہم، ہار ماننے کے بجائے، جیرڈ نے بنیادی باتوں پر واپس جانا شروع کیا اور فیس بک فالونگ شروع کر دی- اس نے اس شخص پر توجہ مرکوز کی، اور اس نے انہیں اپنے صفحے کو فالو کرنے کے لئے کہا، جو بالآخر 60،000 فالوورز تک پہنچ گیا، جس میں کچھ شامل ہو گئے۔

sambaraweb.com

انہیں ایک ای میل فہرست میں بھی شامل کیا گیا ہے. یہی وہ وقت تھا جب اس نے مختلف مصنوعات کی جانچ شروع کی۔

کرسمس سے ٹھیک پہلے، اسے ایک چھوٹا سا روبوٹک کتا بینک ملا جس میں آپ اس کے منہ میں ایک چوتھائی ڈالتے ہیں اور یہ اس پر چپک جاتا ہے. فوری طور پر، وہ جانتا تھا: *میں اسے فروخت کر سکتا ہوں!* وہ اپنے شخص کو اتنی اچھی طرح جانتا تھا کہ وہ جانتا تھا کہ یہ آف دی وال پروڈکٹ کامیاب ہو گی۔

اس سے پہلے، ان کا کاروبار جدوجہد کر رہا تھا، سرخ رنگ میں کام کر رہا تھا. لیکن جب انہوں نے فیس بک پر اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کی، تو یہ زور پکڑ گیا، اور چیزیں شروع ہو گئیں. آرڈر تیزی سے آنا شروع ہو گئے - اتنی تیزی سے کہ اس کے آرڈر اس کی انوینٹری سے تجاوز کر گئے، اور اسے پری آرڈر لینا شروع کرنا پڑا۔ انہوں نے اضافی مصنوعات کے لئے چین میں ایک سپلائر کو $40،000 فراہم کیے۔

حال ہی میں، یہ ان کے لئے ایک سال کی آمدنی تھی! (جیسا کہ میں بار بار لوگوں کو بتاتا ہوں، جب آپ اس عمل کی پیروی کرتے ہیں، تو آپ کا سب سے بڑا مسئلہ فروخت کی کمی نہیں ہو گی، لیکن ممکنہ طور پر بہت زیادہ فروخت!)

پھر وہ ناقابل تصور واقعہ پیش آیا: ان کا انوینٹری آرڈر دو ہفتوں تک کسٹمز میں بند رہا۔ اصل میں اس کے پاس کرسمس تک کافی وقت تھا۔ یہاں تک کہ اس نے ہوائی مال برداری کے ذریعے شپنگ کو تیز کرنے کے لئے بھی ادائیگی کی تھی۔ لیکن اب ان کا کوئی بھی حکم وقت پر پورا نہیں ہو گا۔

اس نے ہیل میری پھینکی، فیڈ ایکس کسٹمز کے مینیجر کو بلایا، اور اسے بتایا کہ اگر یہ اگلے دن ٹرک پر نہیں تھا تو وہ دیوالیہ ہو جائے گا. حیرت انگیز طور پر، اس نے کام کیا. اس رات اسے ایک

sambaraweb.com

ٹرک پر شپمنٹ ملی۔

اس کے باوجود، جیرڈ کے پاس وقت ختم ہو رہا تھا. اگر اسے لوگوں کو ان کے آرڈر نہیں ملتے ہیں، تو اسے ان کے پیسے واپس کرنے پڑیں گے - لیکن اس نے سارا پیسہ مصنوعات کی تشہیر اور آرڈر کرنے پر خرچ کیا تھا۔ رقم کی واپسی کے لیے پیسے نہیں تھے۔ یہ کرسمس سے ایک ہفتہ پہلے کی بات ہے، اور اس کے پاس جہاز بھیجنے کے لئے 5،000 آرڈر تھے. ہر شے کو جلدی سے باکس کرنا پڑتا تھا اور وقت پر اپنی منزل تک پہنچنے کے لئے بھیجنا پڑتا تھا۔ چونکہ انہیں تکمیل کے گودام میں بھیجنے کا وقت نہیں تھا، لہذا اسے یہ کام خود کرنا پڑا۔

لہٰذا جیرڈ نے وسکونسن میں موسم سرما کے وسط میں ہزاروں یونٹس اپنے گھر بھیج دیے تھے۔ وہ لیبل چھاپنے اور شپمنٹ کا انتظام کرنے والے دنوں تک جاگتے رہے۔ فیڈ ایکس ٹرک اس کے گھر کی طرف واپس آیا اور پیلیٹ کو ڈرائیو وے کے بیچ میں گرا دیا، بالکل اسی طرح جیسے برفانی طوفان ٹکرانے والا تھا۔ جیرڈ اور پندرہ دوستوں نے انہیں صرف چھ گھنٹوں میں پیک کیا اور لیبل لگا دیا، یہاں تک کہ جب انہیں ان کی منزل تک لے جایا گیا۔

sambaraweb.com

یہ جیرڈ کی ذہنیت تھی، اپنی کمپنی کے ابتدائی دنوں میں اس کی محنت کرنے کی خواہش تھی، جس نے اسے آگے بڑھایا-ناکامی کوئی آپشن نہیں تھا۔

آخر میں، جیرڈ نے اس کرسمس کے چند ہی مہینوں میں دو لاکھ ڈالر کمائے۔ یہ ہیپی پپن برانڈ کو منافع میں لانچ کرنے والی پہلی پروڈکٹ تھی۔ ایک سال بعد، برانڈ نے ایک ملین ڈالر کی آمدنی حاصل کی تھی۔ اب ہیپی پپن ایک سات اعداد و شمار پر مشتمل آپریشن ہے جو فی الحال ایک بڑی تنخواہ کے لئے فروخت ہونے والا ہے۔

"زیادہ تر لوگ سوچتے ہیں کہ آپ کو شروع کرنے کے لئے دسیوں ہزار ڈالر کی ضرورت ہے، لیکن آپ صرف ایک ہزار، یا اس سے بھی کم کے ساتھ وہاں پہنچ سکتے ہیں،" جیرڈ نے مجھے بتایا. "پیسہ رکاوٹ نہیں ہے. سچ تو یہ ہے کہ نوے فیصد لڑائی آپ کے سر کو درست کر رہی ہے اور صرف تمام رکاوٹوں کو عبور کر رہی ہے، چاہے کچھ بھی ہو۔ آپ کو راستہ تلاش کرنے کے لئے اپنا مشن بنانا ہو گا."

جیرڈ کی رکاوٹوں نے کرسمس کی اس بے خوابی کو ختم نہیں کیا۔ آج تک، حریف ان کے اشتہارات، اور یہاں تک کہ ان کی مصنوعات کی نقل کرتے ہیں. ان میں سے کچھ مکمل طور پر گھوٹالے کے فنکار ہیں جو انہیں پورا کرنے کے ارادے کے بغیر آرڈر لیتے ہیں۔

ان کا کہنا تھا کہ 'جب میں نے پہلی بار شروعات کی تھی تو مجھے دھوکہ بازوں پر بہت غصہ آتا تھا لیکن اس سے مجھے کوئی فائدہ نہیں ہو رہا تھا۔ انہوں نے کہا، 'اب، اگر میں کسی کو میری چیزوں کی نقل کرتے ہوئے دیکھتا ہوں، تو میں فوری طور پر اپنے وکیلوں کو شامل کرتا ہوں اور روک لگاتا ہوں۔ یہ کھیل کا حصہ ہے. میں نے صرف اس سے نمٹنا سیکھا ہے."

جیرڈ کے لئے، ایک کاروباری شخصیت ہونا ایک جذباتی رولر کوسٹر ہے. انہوں نے کہا کہ آپ کو اپنی ذہنیت کو درست کرنا ہو گا۔ "آپ کو واقعی بڑی جیتیں گے، آپ حیرت انگیز کام

sambaraweb.com

کریں گے، اور پھر کچھ ایسا ہوتا ہے جو آپ کو پیچھے دھکیل دیتا ہے. آپ کو ان چوٹیوں کو کم ڈرامائی بنانے کے لئے اپنے دماغ کی تربیت کرنی ہو گی، تاکہ آپ اس سے گزر سکیں۔

یہ جیرڈ کی سب سے بڑی جدوجہد تھی۔ تھوڑی دیر کے لیے وہ یا تو دنیا کے سب سے اوپر تھا یا اسے لگا جیسے اس کے ارد گرد سب کچھ گر رہا ہے۔ ایک بار جب اس نے یہ محسوس کرنے کے لئے ذہنی حوصلہ پیدا کیا کہ ہمیشہ نشیب و فراز آتے رہیں گے، تو یہ سب آسان ہو گیا۔

جس لمحے جیرڈ کو واقعی پتہ چلا کہ وہ ایسا کر چکا ہے وہ وہ لمحہ تھا جب اس نے ایک بالکل نیا ٹرک خریدا - ایک رام باغی جس میں 33 انچ کے ٹائر تھے - اور اپنی فیملی کو ایک ماہ کی چھٹیوں پر لے گئے۔

جیرڈ کا کہنا تھا کہ 'اس لمحے مجھے لگا کہ یہ سب حقیقت بن گیا ہے۔ ان کا کہنا تھا کہ 'تمام محنت اور محنت نے مجھے وہ آزادی دی جو میں ہمیشہ سے چاہتی تھی۔ مجھے یاد ہے کہ میں سوچ رہا تھا، یہ چیز واقعی کام کرتی ہے!"

sambaraweb.com

4

مرحلہ دوم: اپنی پہلی مصنوعات تیار کریں

دیسی ڈیوڈرنٹ کے بانی ہین معیز علی نے اس کاروبار کا آغاز کیا، انہوں نے مجموعی طور پر $W
500 کی شاندار سرمایہ کاری کی. دو سال بعد، اس نے کمپنی کو فروخت کر دیا
100 ملین ڈالر کے لئے پریکٹر اینڈ گیمبل.

یہ سرمایہ کاری پر بہت اچھا منافع ہے، میں کہوں گا.

معیز نے اپنی ایک کانفرنس کے اسٹیج سے کہا، "ہم نے پوری چیز کو ختم کر دیا۔ "ہم نے پروڈکٹ
ہنٹ پر لانچ کیا، اور کاروباری افراد کی سب سے زیادہ کاروباری افراد اس سائٹ پر جاتے ہیں اور روزانہ

samharaweb.com

کی بنیاد پر اسے اپ ووٹ اور ڈاؤن ووٹ دیتے ہیں. پہلے دن ، ہم نے ایک بار فروخت کیا تھا اور پروڈکٹ ہنٹ پر فہرست میں سب سے نیچے تھے۔اسے بھول جاؤ ، میں نے کہا،میں اس کاروبار کو بند کر رہاہوں۔

پھر ان کے ایک دوست نے کہا کہ ان کے پاس پروڈکٹ ہنٹ میں "ان" ہے اور وہ ٹاپ کے قریب مقامی کو حاصل کر سکتے ہیں۔ اگلے دن تک،وہ پچاس بار فروخت کر چکے تھے اور فہرست میں سب سے اوپر تھے.

معیز نے کہا، "ایک بار جب ہمارے پاس پہلے پچاس آرڈر تھے، تو ہم نے اپنے پہلے سو یونٹس خریدے۔"ہم نے پہلے پچاس بار بغیر کسی انوینٹری کے بیچ دیے۔ اگر آپ نے منگل کو خریداری کی ہے تو ، آپ کی مصنوعات آرڈر کے ایک دن کے اندر تیار کی گئی تھی۔ ہمارے پاس کوئی انوینٹری نہیں تھی، اور اس نے ہمیں واقعی دبلے رہنے کی اجازت دی۔

معیز نے ایمیزون، ریٹیل، یا کک اسٹارٹر کا استعمال نہیں کیا۔ اس نے تمام ٹریفک کو ایک جگہ، کمپنی کی ویب سائٹ پر بھیجا، اور زائرین کو $2 رعایت کے بدلے اس کی ای میل فہرست کو سبسکرائب کرنے کی ترغیب دی۔ لوگ عام طور پر سبسکرائب کرتے ہیں، جس سے مقامی کی تبدیلی کی شرح میں اضافہ ہوتا ہے۔

sambaraweb.com

"جب ہم نے اس کا تجربہ کیا، تو ہم نے ٹیسٹ کو طے شدہ مدت سے چھ ہفتے پہلے جاری رکھا، حالانکہ ہمارے پاس پہلے سے ہی ہارڈ ڈیٹا تھا کہ یہ یقینی طور پر کام کرتا ہے، لوگ سبسکرائب کرتے ہیں اور صارفین بننے کا زیادہ امکان رکھتے ہیں،" معیز نے کہا. اس کی وجہ یہ تھی کہ میرے دل میں یقین تھا کہ ایسا نہیں ہونا چاہئے۔ لیکن یہ بات ہے - جب مارکیٹنگ کی بات آتی ہے تو، مجھے کوئی اندازہ نہیں ہے۔ اشتہارات پر خرچ کی گئی تمام رقم خرچ کرنے اور تخلیقی کے ساتھ ہماری تمام کامیابیوں کے باوجود، مجھے اب بھی نہیں معلوم کہ کیا کام کرنے جا رہا ہے. میں گاہک نہیں ہوں. یہی وجہ ہے کہ ہم ہر چیز کی جانچ کرتے ہیں۔

اگرچہ مقامی سان فرانسسکو میں مقیم ہے، لیکن اس نے سیلیکون ویلی میں ہر کسی کی طرح سرمایہ اکٹھا نہیں کیا۔ معیز کے مطابق، اس کے بجائے، اس نے ٹیک کمپنیوں کے ٹیسٹ سافٹ ویئر کی طرح اپنی مصنوعات کی جانچ کی. "شروع میں، جب ہم نے 2015 میں لانچ کیا، تو ہمیں احساس ہوا کہ ہمارے پاس بہت اوسط درجے کی دوبارہ خریداری کی شرح ہے - بیس فیصد. ہمارے جائزے اوسطا چار ستاروں پر آ رہے تھے۔ ہم نے صرف گاہکوں سے پوچھنا شروع کیا کہ انہوں نے اسے دوبارہ کیوں نہیں خریدا۔ *آپ اس ڈیوڈرنٹ پر بارہ ڈالر خرچ کرنے کے لئے تیار تھے؛ آپ نے اسے دوبارہ کیوں نہیں خریدا؟* "

معیز نے پایا کہ اس کا جواب زبردست طور پر لاگو کیا گیا تھا؛ گاہکوں کو یہ پسند نہیں تھا کہ ڈیوڈرنٹ کس طرح لاگو ہوتا ہے۔ یہ بہت ہی مضحکہ خیز تھا۔ انہوں نے کاروبار کا پورا پہلا سال اس مسئلے کو حل کرنے کے لئے کام کرنے میں گزارا۔ وہ دھبے لگانے پر بھی توجہ مرکوز کر رہے تھے۔ معیز اپنی تمام شرٹس پر رگڑ کر اے / بی مصنوعات کی جانچ کرتا تھا، انہیں دھونے میں پھینکدیتا تھا، اور دیکھتا تھا کہ کیا ہوا تھا۔ کمپنی نے جتنی بھی ٹیسٹنگ کی، وہ ایک سال میں دوبارہ تیار کردہ پروڈکٹ لانچ کرنے کے لیے تیار تھی۔

sambaraweb.com

نیا فارمولا اصل سے "لامحدود طور پر بہتر" تھا۔ ریویوز 4 ستاروں سے 4.7 ستاروں تک چلے گئے،

اور بار بار خریداری دگنی ہو گئی۔

معیز نے متنبہ کیا کہ "چمکدار آبجیکٹ سنڈروم" کا شکار ہونا اور اپنی ترجیحات کو کھونا آسان ہے۔ "ہمارے سرمایہ کاروں میں سے ایک نے ہمیں بتایا کہ ہمیں دیگر زمروں میں لانچ کرنے کی ضرورت ہے، اور کوئی بھی سنگل کیٹیگری کا کاروبار خریدنے والا نہیں ہے۔ لیکن میں نے محسوس کیا کہ چیزیں اتنی اچھی طرح چل رہی ہیں کہ میں اس پر اپنی توجہ کھونا نہیں چاہتا تھا۔ اگر میں کسی دوسرے کاروباری زمرے میں برانچ کرتا ہوں، تو اس بات کے کیا امکانات ہیں کہ میں اسے کرنے کے قابل ہو جاؤں گا کیونکہ یہ کاروبار چل رہا ہے؟ ہمارے سیلز چینلز پر بھی سوالات اٹھائے گئے تھے - ہم سے ٹارگیٹ، ہول فوڈز، کوسٹکو، سیفورا، الٹا نے رابطہ کیا تھا۔ ہمارے پاس آنے والی اینٹوں اور مارٹر کی دکانوں کی تعداد سو صفحات پر مشتمل تھی۔ ہم نے لیزر پر توجہ مرکوز رکھنے کا فیصلہ کیا جو ہم اپنی ویب سائٹ پر فروخت کرنے میں اچھے تھے - کیونکہ ہم جو کچھ کر رہے تھے وہ کام کر رہا تھا۔ ہم نے سلیکون ویلی میں دوسرے اسٹارٹ اپس کے عام اصولوں میں الجھنے کے بجائے، جو کام کر رہا تھا اس پر دوگنا اضافہ کیا۔

sambaraweb.com

"ہم نے سالوں تک کوئی انفلوئنسر مارکیٹنگ نہیں کی. لوگوں نے ہمیں بتایا کہ ہم پاگل ہیں۔ آپ کو وہاں تمام شور سننے کی ضرورت نہیں ہے. آپ کی ٹیم جو کچھ بھی اچھا کر رہی ہے اس سے آمدنی پیدا ہو رہی ہے، اسے دوگنا کریں۔ آپ جو کچھ اچھا کر رہے ہیں اس پر توجہ مرکوز رکھیں اور ہر چیز کو نظر انداز کریں۔

جب مارکیٹ میں جانے کا وقت آیا، تو معیز کو معلوم تھا کہ اس نے ایک انتہائی منافع بخش کاروبار کیا ہے، لیکن ایک حد تک. انہیں یقین تھا کہ وہ کسی چیز سے آٹھ ہندسوں کے کاروبار میں تبدیل ہو سکتے ہیں۔ لیکن انہیں یقین نہیں تھا کہ وہ 100 ملین ڈالر کا کاروبار بنا سکتے ہیں۔ انہیں یقین نہیں تھا کہ ان کے پاس بڑے لڑکوں کے ساتھ کھیلنے کے کاروبار کو اگلی سطح پر لے جانے کی مہارت ہے۔ حصول کی ابتدائی بات چیت دراصل پراکٹر اینڈ گیمبل کے ساتھ نہیں تھی، جو اس کے حتمی خریدار تھے؛ یہ ایک اور کاروبار کے ساتھ تھا جو معیز کے دروازے پر دستک دے رہا تھا اور "شراکت داری" (جس کا مطلب ہمیشہ "خریدنا" ہوتا ہے) پر بات کرنا چاہتا تھا۔ تشخیص کی بات چیت ہونے لگی، اور معیز نے جلدی سے محسوس کیا کہ اسے ایک حقیقی عمل چلانے اور اسے صحیح طریقے سے کرنے کی ضرورت ہے۔ اس نے ایک سو کمپنیوں کی ایک فہرست تیار کی جسے وہ فروخت کرنا چاہتا تھا، ان تمام کمپنیوں کو عبور کیا جو اسے پسند نہیں تھیں، اور آخر میں سولہ افراد کی ایک فہرست تیار کی جن سے بات کرنے کے لئے جانا چاہتے تھے.

"اور ہم نے ایسا ہی کیا، ان سولہ لوگوں سے بات کی،" انہوں نے ہمیں بتایا۔ "ہم اپنی پریزنٹیشن دیں گے اور اپنے کاروبار کو ظاہر کریں گے. ہمیں پریکٹر اینڈ گیمبل کے لوگوں سے واقعی محبت ہو گئی۔ پراکٹر اینڈ گیمبل نے انہیں واپس پیار کیا- اتنا کہ انہوں نے کمپنی کو 100 ملین ڈالر میں خرید لیا۔

آپ ہمیشہ چھوٹے سے شروع کرتے ہیں. لیکن جب آپ اس پر توجہ مرکوز کرتے ہیں کہ کیا کام کرتا ہے تو، آپ کو ناقابل یقین نتائج ملتے ہیں۔

sambaraweb.com

اپنی پہلی مصنوعات کیسے بنائیں

جب میں چھ سال کی تھی تو میری خالہ کا ایک بوائے فرینڈ تھا جس کا نام ڈان تھا۔

ڈان پہلا امیر شخص تھا جس سے میں ملا تھا۔ آج تک، مجھے نہیں معلوم کہ ڈان نے اپنا پیسہ کیسے کمایا۔ مجھے صرف ایک بار یاد ہے جب اس نے میرا ذہن اڑا دیا تھا۔

ہم اپنے والدین کے سامنے کے برآمدے پر بیٹھے تھے، اور وہ مجھے میرا پہلا "کاروباری سبق" دے رہے تھے۔ میں نے ان سے کہا تھا کہ وہ مجھے کامیاب ہونے کے بارے میں سکھائیں۔ (جی ہاں، چھ سال کی عمر میں. جب آپ ایک حقیقی کاروباری شخصیت ہوتے ہیں تو، آپ خارش کے ساتھ پیدا ہوتے ہیں۔

میرے لئے ڈان کا پہلا سبق مصنوعات کی تخلیق پر تھا. آج تک، مجھے یہ واضح طور پر یاد ہے: "ریان، کیا آپ جانتے تھے کہ وہاں ایسی کمپنیاں ہیں جو بنا سکتی ہیں.

sambaraweb.com

کیا آپ کو زندگی میں کوئی خیال آیا ہے؟"

"آپ کا کیا مطلب ہے؟" میں نے

پوچھا۔

"آپ اور آپ کے دوست اس وقت کس چیز میں دلچسپی رکھتے ہیں؟""جی ہاں۔"میں نے کہا۔"چھٹی کے وقت میرے تمام دوست اپنے یو-یوز کو باہر لاتے ہیں اور

چالوں کا موازنہ کریں."

"ان چالوں میں سے ایک کا نام کیا ہے؟"

"کتے کو چلو۔"

"اگر آپ ایک یویو کے ساتھ آنا چاہتے ہیں جو کتے کی چہل قدمی کرتے وقت بھونکتا ہے، تو آپ ان کمپنیوں میں سے کسی ایک کو کال کر سکتے ہیں، اور وہ ایسا کر سکتے ہیں اور اسے آپ کو بھیج سکتے ہیں."

میں مشکل سے اس پر یقین کر سکتا تھا. کیا کمپنیاں ایسا کر سکتی ہیں؟ ذرا تصور کریں کہ میرے دوست کتنے متاثر ہوں گے اگر میں اگلے وقفے میں بھونکنے والے یویو کے ساتھ آؤں!

اب میں جانتا ہوں کہ ڈان کنٹریکٹ مینوفیکچررز کے بارے میں بات کر رہا تھا- ایسی کمپنیاں جو آپ کے لئے آپ کی مصنوعات بناتی ہیں اور آپ کو تھوک پر فروخت کرتی ہیں۔ تاہم، میرے بچپن کے بڑے پچھتاوے کے لئے، مجھے واقعی نہیں معلوم تھا کہ ان کمپنیوں کو کیسے تلاش کیا جائے۔

بیس سال بعد، مجھے پتہ چلا کہ ڈان صحیح تھا. دوسرے لوگ آپ کے خیالات کو زندگی میں لائیں گے ، اور اگر آپ اسے پسند کرتے ہیں تو، آپ اسے چھوٹی (یا بڑی) مقدار میں آرڈر کر سکتے ہیں۔ گیٹ وے آئیڈیا لینا اور اسے گیٹ وے پروڈکٹ بنانا واقعی اتنا آسان ہو سکتا ہے۔ شکر ہے، آج آپ کو مصنوعات بنانے کے لئے "کسی کو جاننے" کی ضرورت نہیں ہے، کیونکہ معاہدہ مینوفیکچررز آپ کے کاروبار کے لئے آن لائن مقابلہ کرتے ہیں.

sambaraweb.com

اگر آپ گوگل پر ان کی تلاش کرتے ہیں تو آپ کو ایک ٹن کنٹریکٹ مینوفیکچررز ملیں گے، لیکن دنیا کا سب سے بڑا بازار Alibaba.com ہے، جہاں آپ اپنی تخلیق کردہ مصنوعات کو تلاش کرنے کے لئے کنٹریکٹ مینوفیکچررز کو خرید سکتے ہیں۔

جب میں نے اپنے دوست شان کے ساتھ اپنا دوسرا برانڈ شروع کیا تو ڈان کا سبق ذہن میں سرفہرست تھا۔ شان اور میں اچھے پارٹنر تھے کیونکہ ہم نے ایک دوسرے کے کھیل میں خلا کو پر کیا۔ میں فیصلوں اور مارکیٹنگ کا انچارج تھا، اور شان تحقیق اور آپریشنز کا انچارج تھا. جب ہم اپنے ہدف گاہک کی شناخت کرنے کی کوشش کر رہے تھے، تو انہوں نے تمام مختلف مارکیٹوں کا موازنہ کرتے ہوئے اسپریڈ شیٹ کو اکٹھا کرنے میں ایک ٹن وقت گزارا۔

جب انہوں نے انہیں مجھے دکھایا اور مجھ سے پوچھا کہ میں کیا سوچتا ہوں، تو میں نے جواب دیا، "یوگا"

ہے نا؟ "ہم آسانی سے یوگا کرنے والے لوگوں کی خدمت کرنے والی متعدد مصنوعات بنا سکتے ہیں،" میں نے ان سے کہا۔ "یہ ایک ابھرتا ہوا رجحان ہے. اور میں ان لوگوں میں سے ایک کو جانتا ہوں۔ میں

sambaraweb.com

ان سے پوچھ سکتے ہیں کہ وہ کیا چاہتے ہیں. چلو یوگا کا کاروبار شروع کرتے ہیں۔

شان کا ابتدائی جواب تھا، "یہ مقداری تجزیہ نہیں ہے، *ریان!* "میں کبھی بھی چیزوں کے بارے میں زیادہ سوچنے والا نہیں رہا ہوں - زیادہ تر لوگ تحقیق کے عرصے میں بہت زیادہ وقت گزارتے ہیں. میں تیزی سے فیصلے کرتا ہوں اور بعد میں ایڈجسٹ کرتا ہوں۔

ہمارے ہدف گاہک کی شناخت کے ساتھ، ہم نے ممکنہ مصنوعات کی ایک فہرست بنائی اور اپنے گیٹ وے کی مصنوعات کا انتخاب کیا- ایک یوگا میٹ. اس کے ساتھ، ہم نے مصنوعات کی ترقی کا عمل شروع کیا. ہم نے ایمیزون پر سب سے زیادہ فروخت ہونے والے یوگا میٹس کو دیکھا اور جائزے پڑھے۔ ہم نے فیس بک گروپس، سبریڈٹس، اور انسٹاگرام انفلوئنسر اکاؤنٹس پر سوالات پوچھے۔ ہمیں اپنی پہلی مصنوعات کے ساتھ حل کرنے کے لئے ضروری اہم درد کے نکات کا اندازہ لگانے میں زیادہ وقت نہیں لگا۔

مجھے ڈان کا مشورہ یاد آیا اور میں نے مصنوعات بنانے کے لئے لوگوں کی تلاش شروع کر دی۔

ایک فوری سکرول اور ایک کلک کے ساتھ، ہم چین میں تھوک فروش، ہندوستان سے باہر ایک نجی لیبل سپلائر، یا ویتنام میں ایک معاہدہ کارخانہ دار کے درمیان انتخاب کر سکتے ہیں۔ تقریبا پچاس روپے میں، ہم یوگا میٹ کے نمونوں کا ایک سیٹ آرڈر کرنے کے قابل تھے جس میں وہی خصوصیات تھیں جن کی ہم تلاش کر رہے تھے۔ یہ اتنا آسان تھا.

ہاتھ میں نمونے، ہمیں اس بات کو یقینی بنانے کے لئے اپنی مصنوعات کے خیال کو بہتر بنانے کی ضرورت تھی کہ ہم واقعی درد کے پوائنٹس کو چھو رہے ہیں جن کی ہم نے نشاندہی کی تھی. اس وقت، میں نے اپنی زندگی میں شاید دو یا تین بار یوگا کیا تھا، اور میں ویسے بھی ہماری میٹس کے لئے تقریبا صحیح ڈیموگرافک نہیں تھا. اس نے مجھے سوالات پوچھنے پر مجبور کیا۔

sambaraweb.com

ہم یوگا سے محبت کرنے والے ہزار سالہ نوجوانوں کو نشانہ بنا رہے تھے، اس لیے میں وہاں گیا جہاں

وہ اکثر جمع ہوتے ہیں: اسٹار بکس۔ وہاں، میں نے اس طرح کا سخت فیلڈ کام کیا جس سے ایک کاروباری شخص کو پسینہ آتا ہے: نوجوان خواتین سے کافی پر سوالات پوچھنا۔

"آپ کون سی یوگا میٹ پسند کرتے ہیں؟ کیوں؟"

"ایک خراب یوگا چٹائی اور اچھی چٹائی میں کیا فرق پڑتا ہے؟""آپ کی موجودہ یوگا میٹ میں کیا خرابی ہے؟"

"آپ اس کے بارے میں کیا سوچتے ہیں؟ اور اس کے بارے میں کیا؟"

اس کے بعد، میں نے مقامی یوگا اسٹوڈیوز کا رخ کیا تاکہ یہ دیکھ سکوں کہ کس طرح ہمارے نمونے یوگا کلاس کے سخت مطالبات کے خلاف کھڑے ہیں۔ کچھ کلاسوں کے بعد، شان اور میرے پاس وہ سب کچھ تھا جس کی ہمیں اپنی مصنوعات کی ترقی کو محدود کرنے کی ضرورت تھی۔

ہمارے تمام اعداد و شمار کے ساتھ، ہم مینوفیکچررز کے پاس واپس چلے گئے. یوگا سے ناواقف چند لوگوں سے، ہم نہ صرف یہ جاننے کے لئے کافی علم رکھتے تھے کہ ایک اچھی یوگا چٹائی کیسی لگتی ہے، بلکہ اسے کس طرح محسوس کرنا اور کارکردگی کا مظاہرہ کرنا پڑتا ہے. ہم جانتے تھے کہ ہمیں اپنی یوگا میٹ کی کیا ضرورت ہے۔ اب ہمیں اسے سپلائی کرنے کے لئے صرف کارخانہ دار تلاش کرنا تھا۔

sambaraweb.com

کچھ رضامند ساتھی تلاش کرنے میں زیادہ وقت نہیں لگا۔ ہم نے وضاحتیں مقرر کیں، اور شان نے تمام مینو فیکچررز سے بات کی جنہوں نے کہا کہ وہ ہماری درخواستوں کو پورا کر سکتے ہیں۔ ہم نے اسے دو معیار کے اختیارات تک محدود کر دیا، اور پھر ہم بہترین قیمت اور بہترین مواصلات کے ساتھ ایک کا انتخاب کرتے ہیں۔ شان نے پروٹوٹائپ کا آرڈر دیا، اسے ہمارے برانڈ کے لوگو زین ایکٹو کے ساتھ سجایا اور کچھ ہی دیر میں ہم نے شان کے گھر کے فرش پر اپنی پہلی یوگا چٹائی اتار دی۔

یہ ہماری یوگا میٹ تھی۔ یہ ہماری مصنوعات تھی، ہماری خصوصیات کے ساتھ، ہمارے لوگو کے ساتھ، شان کے گھر میں، فروخت کے لئے تیار. اور اس میں صرف ایک ویب سائٹ اور سوالات پوچھنے کے لئے بہت ساری زمینی کام کی ضرورت تھی۔

اب، میں یہ نہیں کہہ رہا ہوں کہ ہم نے اپنی پہلی کوشش میں مصنوعات کو مکمل طور پر صحیح پایا. ہم نے کچھ غلطیاں کیں، اور ہم نے وقت کے ساتھ مصنوعات کو بہتر بنانے کے لئے ایڈجسٹمنٹ کی، لیکن ایک خیال لینے اور اسے مارکیٹ کے لئے تیار مصنوعات بنانے کی بنیادی باتیں واقعی اتنی آسان ہیں۔ آپ کو صرف سپلائرز کو تلاش کرنا ہے، تحقیق کرنا ہے، تبدیلیاں کرنا ہیں، اور وہاں بہترین پیش کش تلاش کرنا ہے۔

اپنے سپلائر کو تلاش کریں

میں Alibaba.com کے سپلائرز پر بھروسہ کرنے اور ان پر بھروسہ کرنے آیا ہوں، لیکن میں جانتا ہوں کہ اس کے اپنے ناقدین ہیں۔ جب صارف کے تجربے کی بات آتی ہے تو، سائٹ، واضح طور پر، تھوڑا سا گڑبڑ ہے۔ آپ اور سپلائر کے درمیان ایک خاص فاصلہ بھی ہے جو زیادہ مضبوطی سے ہاتھ ملانے

sambaraweb.com

سے محبت کرنے والے، آنکھوں میں نظر آنے والے لوگوں کو پسند نہیں ہے جب آپ بات چیت کر رہے ہیں۔

ان دنوں، اگرچہ، علی بابا میں بہت زیادہ مسابقت ہے، لہذا اگر آپ اپنی مصنوعات کے لئے ایک مختلف راستہ چاہتے ہیں تو وہاں بہت سارے اختیارات موجود ہیں۔ آپ اپنی منتخب کردہ مصنوعات کے لئے تھوک فروشوں، مینوفیکچرنگ کمپنیوں، یا کنٹریکٹ مینوفیکچررز کی تلاش کرسکتے ہیں اور کسی بھی چھوٹی کمپنیوں کو تلاش کرسکتے ہیں جن سے آپ زیادہ براہ راست تجربہ حاصل کرنے کے لئے ذاتی طور پر رابطہ کرسکتے ہیں۔

یا، اگر آپ خاص طور پر پرانے زمانے کا محسوس کر رہے ہیں تو، آپ اس مارکیٹ میں ٹریڈ شو میں شرکت کرسکتے ہیں جس میں آپ جارہے ہیں۔ معلوم کریں کہ اگلا واقعہ کہاں ہے، ہوائی جہاز پر چڑھیں ، اور ایک نئے شہر میں ممکنہ مینوفیکچررز سے بھرے کمرے میں بات کریں۔ کچھ لوگ یہاں تک کہ مینوفیکچررز سے براہ راست ملنے کے لئے چین جانے کے لئے بھی جاتے ہیں۔ میں نے ایسا کبھی نہیں کیا اور نہ ہی میں ایسا کرنے کا ارادہ رکھتا ہوں لیکن میرے بہت سے دوست اس کی قسم کھاتے ہیں۔

ان اختیارات میں سے، تاہم، میں اب بھی علی بابا یا اسی طرح کی سائٹ پر شروع کرنے اور تیار مصنوعات کے نمونوں کا آرڈر دینے کی سفارش کروں گا۔ کچھ جادوئی

sambaraweb.com

ایسا تب ہوتا ہے جب آپ کسی مصنوعات کو اپنے ہاتھ میں رکھتے ہیں: آپ کو احساس ہوتا ہے کہ یہ حقیقی ہے.

اگرچہ یہ شروع میں ہی لگتا ہے کہ آپ کی کامل مصنوعات بنانے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ آپ ذاتی طور پر ایک معاہدہ کارخانہ دار سے ملیں اور انہیں شروع سے ہی اپنے ڈیزائن کی تعمیر کے لئے حاصل کریں، یہ آپشن بہت زیادہ خطرے کے ساتھ آتا ہے: *ضائع ہونے والے وقت کا خطرہ*۔ ہم آپ کے پہلے پروٹوٹائپ کو دیکھنے سے کم از کم تین ماہ پہلے کے بارے میں بات کر رہے ہیں - زیادہ امکان ہے کہ چھ، یا یہاں تک کہ بارہ. یہ سب اور آپ کو فوری طور پر یہ بھی معلوم نہیں ہو گا کہ آیا اس کے نتیجے میں پروٹوٹائپ وہ ہو گا جو آپ کا برانڈ بنائے گا۔ یہی وجہ ہے کہ میں مشورہ دیتا ہوں کہ آپ اس خیال کے ساتھ آئیں، نمونے حاصل کریں، اور وقت کے ساتھ بہتر بنائیں.

پرفیکشنسٹ اس نقطہ نظر سے نفرت کرتے ہیں، لیکن آپ اسے بارہ مہینوں میں ایک ملین ڈالر تک بنانے کی توقع نہیں کر سکتے ہیں اگر آپ جو کچھ تخلیق کر رہے ہیں اس پر ایک نظر ڈالنے میں بارہ ماہ لگیں۔

اسے بہتر بنائیں۔ ضرورت سے زیادہ مت سوچو

بہت سارے کاروباری افراد سوچتے ہیں کہ کاروبار میں کامیابی کے لئے آپ کو پہیے کو دوبارہ ترتیب دینے کی ضرورت ہوتی ہے، اور یہ کہ آپ کو اسے پہلی بار مکمل طور پر دوبارہ تخلیق کرنا ہو گا۔ اگر آپ کے پاس ایسا پہیہ نہیں ہے جو اس وقت سے کچھ نیا کر سکے جب سے آپ اسے شروع کرتے ہیں، تو کوئی بھی اسے خریدنے کی زحمت نہیں کرے گا، ٹھیک ہے؟ یہ نیا ہونا چاہئے، اور یہ کامل ہونا چاہئے، اور جب تک آپ

sambaraweb.com

اسے ختم نہیں کرتے ہیں، بہتر ہے کہ اسے اپنے پاس رکھیں۔

یہ ماضی میں کسی وقت سچ ہو سکتا ہے، لیکن اب یقینی طور پر ایسا نہیں ہے. پہیے کو کئی سالوں سے دوبارہ تیار نہیں کیا گیا ہے - اور پھر بھی پہیے بنانے والے اور پہیے کے ڈیلرز ٹھیک کام کر رہے ہیں۔ در حقیقت، نئے پہیے کے حریف اب بھی بار بار سامنے آتے ہیں۔ وہ کیا فروخت کر رہے ہیں؟ وہی خوفناک پہیے، بس بدل گئے۔

آپ کی مصنوعات کی کلید شاید یہ نہیں ہو گی کہ یہ نیا ہے. یہ ہو گا کہ یہ ہے مختلف، چاہے یہ صرف ایک چھوٹے سے طریقے سے ہی کیوں نہ ہو.

میرا مطلب یہ ہے: میں ایک بار ایک کانفرنس میں کلیدی مقرر تھا جہاں ایک حاضرین آیا اور مجھے بتایا کہ وہ بچوں کو یوگا کی کلاسوں کی مارکیٹنگ کر رہی ہے۔ تھوڑی دیر کے بعد، انہوں نے بتایا کہ ان کے کلائنٹ گروپ کا سب سے بڑا چیلنج گھٹنے کا درد تھا جب وہ یوگا میٹ پر بیٹھے تھے۔ یوگا میٹس کی اکثریت نوجوانوں کے لئے تیار اور فروخت کی جاتی ہے۔

آپ اس معلومات کو دو طریقوں سے ایک عظیم مصنوعات میں تبدیل کر سکتے ہیں. آپ یا تو ایک نئے مواد سے بنی ایک نئی، اضافی موٹی یوگا چٹائی ڈیزائن کر سکتے ہیں جسے پہلے کسی نے آزمانے کے بارے میں نہیں سوچا تھا۔ یا، آپ ایک اضافی موٹی یوگا چٹائی لے سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

جو پہلے سے ہی موجود ہے، اور ایک نئے گاہک سے بات کرنے پر توجہ مرکوز کریں: بومرز جو یوگا کرتے ہیں۔

ایک نئے پہیے کے ساتھ آنے کی کوشش میں وقت ضائع نہ کریں - بس اپنے شخص کو وہ دیں جو وہ پہلے سے چاہتا ہے. ایک بار جب آپ کے ہاتھ میں کچھ نمونے ہوں تو، ریفائننگ پر توجہ مرکوز کریں، نہ کہ انقلاب برپا کرنے پر۔ میں جانتا ہوں کہ فتنہ کمال کی تلاش کرنا ہے، لیکن کامل فروخت نہیں ہوتا. اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ معیار اور انفرادیت فروخت نہیں ہوتی ہے - وہ کرتے ہیں - لیکن فروخت آپ کو مصنوعات کے معیار کو بہتر بنانے پر مجبور کرتی ہے۔ جیسا کہ پیٹر دیامینڈس کہتے ہیں، "اگر آپ اپنی مصنوعات کے پہلے تکرار سے شرمندہ نہیں ہیں تو، آپ کافی تیزی سے آگے نہیں بڑھ رہے ہیں۔

اپنے آپ کو کامیابی کے بارے میں سوچنے کی کوشش کرنے کے بجائے، اپنے نمونوں پر مزید رائے حاصل کرنے پر توجہ مرکوز کریں، تاکہ آپ جو کام نہیں کر رہے ہیں اسے بہتر بنا سکیں، اور واقعی ان لوگوں کو نشانہ بنا سکیں جو آپ کی مصنوعات کو قبول کریں گے۔

اس کام میں، آپ کو پہلے بڑے فیصلوں پر توجہ مرکوز کرنی ہو گی اور بعد میں ہر چیز کے بارے میں فکر مند ہونا ہو گا۔ اپنی مصنوعات کے ساتھ درد کے نقطہ کو حل کریں، ان لوگوں تک پہنچیں جن کو یہ مسئلہ ہے، اور پھر رائے حاصل کریں (ترجیحی طور پر فروخت کی شکل میں)۔ جتنی دیر تک آپ مثالی مصنوعات یا مثالی برانڈنگ کی تلاش کرتے ہیں، اتنا ہی زیادہ دیر تک آپ کی مصنوعات ایک حقیقت کے بجائے پریوں کی دھول والی زمین میں رہتی ہے جہاں یہ آپ کو مالی آزادی حاصل کر سکتی ہے۔

میں بہت سارے لوگوں کو جانتا ہوں جو پیکیجنگ ڈیزائن کرنے میں الجھ جاتے ہیں جب انہیں اپنی مصنوعات فروخت کرنے کے لئے تیار ہونا چاہئے۔ وہ ایک لوگو پر کام کرتے ہیں اور دوبارہ کام کرتے ہیں، اپنی پلاسٹک ریپنگ کا رنگ تبدیل کرتے ہیں، اپنے برانڈ نام کے لئے سو مختلف فونٹس پر غور کرتے ہیں۔ ایمانداری سے، اگر آپ ایمیزون پر کوئی مصنوعات فروخت کر رہے ہیں تو، زیادہ تر لوگ آپ کی

sambaraweb.com

پیکیجنگ پر بھی توجہ نہیں دیں گے۔ گاہک کے لئے، پیکیجنگ دروازے پر ایک بھوری ایمیزون باکس ہے. اگر مصنوعات ان سے بات کرتی ہے تو، وہ اسے پلاسٹک سے قطع نظر حاصل کریں گے جس میں آپ اسے لپیٹتے ہیں۔

میں یہ تاثر نہیں دینا چاہتا کہ ڈیزائن کی خصوصیات بالکل بھی اہم نہیں ہیں۔ برانڈنگ، لوگو، مجموعی ڈیزائن - یہ سب آپ کی رسائی کو بڑھانے میں اہم ہونے جارہا ہے۔ لیکن آپ اسے بعد میں تبدیل کر سکتے ہیں. صرف وہ چیزیں جو آپ بعد میں تبدیل نہیں کرسکتے ہیں وہ وہ چیزیں ہیں جو آپ کو پہلی جگہ پر فروخت لینے سے روکتی ہیں۔

اب آپ کا کام ان تمام چیزوں کو جتنی جلدی ممکن ہو ختم کرنا ہے۔ تحقیق کرنے پر توجہ مرکوز کریں، تاکہ آپ مصنوعات کو صحیح طریقے سے حاصل کر سکیں، مارکیٹ میں جاسکیں، اور فروخت شروع کر سکیں۔ اگر پیکیجنگ آپ کے خوابوں کے معیار کے مطابق نہیں ہے تو، انوینٹری منتقل کرنے کے بعد اس پر واپس آئیں اور آپ کے بینک اکاؤنٹ میں پیسہ بہہ رہا ہے۔

sambaraweb.com

اپنی مصنوعات کو صاف کرنا ایک کبھی ختم نہ ہونے والا عمل ہے. جب ہم نے پہلی بار یوگا میٹس بیچنا شروع کیا، تو میری توجہ صرف ان پہلی مصنوعات کو منتقل کرنے پر تھی۔ ایمیزون پر جانے کے کچھ ہی عرصے بعد، ہمیں ایک زیادہ سستی کارخانہ دار مل گیا جس کی چٹائیاں موٹی، اعلی معیار، اور فی یونٹ ایک ڈالر کم تھیں. ایک بہتر مصنوعات کے لئے ایک بہتر معاہدہ موجود تھا، لیکن میں نے اس کی تلاش کے لئے اپنی رفتار کو روک نہیں دیا. جیسے جیسے ہم آگے بڑھتے گئے ہم نے ایڈجسٹمنٹ کی۔ بہتری کے لئے یہ کبھی نہ ختم ہونے والی، مقصد پر مبنی جستجو آپ کو اس وقت اس مصنوعات کو مارکیٹ میں حاصل کرنے پر اپنی توجہ مرکوز کرنے کی آزادی دیتی ہے۔

جب بھی میں کسی پروڈکٹ کے بارے میں سوچتا ہوں اور تصور سے فروخت کی طرف اہم پیش رفت میں تاخیر کرتا ہوں، تو میں اپنے آپ کو یاد دلاتا ہوں، "چلو کچھ غلطیاں کرتے ہیں." سب کے بعد، اس طریقہ کار میں بہت کم خطرہ شامل ہے؛ جب آپ سامنے چھوٹے آرڈرز کے ساتھ کام کر رہے ہیں، تو غلطی کا منفی پہلو بہت کم ہے. آپ کو آخر کار ایمیزون پر ان پہلے ۱۰۰ یونٹس کو فروخت کرنے کا ایک طریقہ مل جائے گا۔ یہاں تک کہ اگر آپ ایسا نہیں کرتے ہیں، تو نقصان کم سے کم ہے.

غلطیاں، یہاں تک کہ بری غلطیاں بھی، اس کاروبار کا ایک حصہ ہیں. تیاری کی کوئی بھی مقدار ایک کامل عمل کو یقینی نہیں بناتی ہے. کبھی کبھی آپ معمولی غلطی کریں گے، جیسے دوسرے بہترین سپلائر کے ساتھ مارکیٹ میں جانا آپ کے مارجن میں تھوڑا سا کٹوتی کرنا۔

دیگر اوقات میں، آپ ایک ناگوار غلطی کا ارتکاب کریں گے، جیسے جب ہم نے اپنی انوینٹری کی حدود کے بارے میں سوچے بغیر اپنی یوگا میٹس پر قیمت کم کر دی تھی.

اس وقت، ہم ابھی بھی چھوٹے آرڈر کے مرحلے میں تھے، یوگا میٹس کی محدود فراہمی کے ساتھ اپنے بیٹس لگا رہے تھے۔ اس وقت تک، ہم نے قیمت کو بلند رکھا تھا، جو بہت اچھا تھا. منافع کا مارجن مستحکم تھا۔ ہم صحیح لوگوں کو راغب کر رہے تھے۔ ہمارے پاس فروخت کی مستحکم لیکن بھاری تعداد نہیں

sambaraweb.com

تھی۔

پھر ہم نے فیصلہ کیا کہ ہم ایمیزون کی اعلی درجہ بندی کا تعاقب کرنا چاہتے ہیں۔ ایک بہتر درجہ بندی کا مطلب مصنوعات پر زیادہ نظریں اور زیادہ خریداری ہو گی۔ یہ بڑے آرڈرز اور بڑے منافع میں اپ گریڈ کرنے کے لئے ایک اچھا شارٹ کٹ لگتا تھا۔ تاہم، ایسا کرنے کے لئے، ہمیں فروخت کو فروغ دینے کی ضرورت تھی. لہذا ہم نے قیمت میں کمی کی، گاہک کو ایک بہتر سودا دیا.

بہت سارے ابتدائی کاروباری افراد - اور تجربہ کار افراد کی ایک مناسب تعداد بھی - اونچی قیمتوں سے خوفزدہ ہیں۔ وہ جلد از جلد مالی طور پر قیمتوں میں کمی کرنا چاہتے ہیں، شاید اس لئے کہ کچھ تعارف سے کاروباری طبقے نے انہیں بتایا کہ یہ برانڈ بنانے کا بہترین طریقہ ہے۔ تاہم، میں آپ کو تجربے سے بتا سکتا ہوں کہ اگر آپ ایک برانڈ بنا رہے ہیں، تو آپ قیمتوں میں کمی کے کاروبار میں نہیں پڑنا چاہتے ہیں. آپ اپنی مارکیٹ میں سب سے اوپر قیمت کے نقطہ کے قریب رہنا چاہتے ہیں.

sambaraweb.com

وجہ سادہ ہے: کم قیمت والے برانڈ کو اسکیل کرنے کے مقابلے میں پریمیم برانڈ کو اسکیل کرنا بہت آسان ہے۔ صرف بڑی مقدار میں انوینٹری فروخت کرنے والی کمپنیاں واقعی اس کھیل میں جیت سکتی ہیں۔ آپ وال مارٹ کی قیمت کو شکست نہیں دیں گے، لہذا وال مارٹ کا کھیل نہ کھیلیں۔

جب ہم نے اپنی قیمت میں کمی کی، تو ہم نے واقعی اچھی طرح سے فروخت کیا (کیونکہ جب آپ اس کتاب میں طریقہ کار پر عمل کرتے ہیں، تو یہ کام کرتا ہے)، لیکن ہمارے پاس اسٹاک ختم ہو گیا. یہ ایک متوقع نتیجہ تھا. اسٹاک سے باہر ہونا بدترین چیز ہے جو ممکنہ طور پر آپ کے نئے کاروبار کے ساتھ ہو سکتی ہے کیونکہ جب آپ آرڈر نہیں لے سکتے ہیں تو آپ لازمی طور پر کاروبار سے باہر ہیں۔

ہمیں سمندر پار کرنے اور ایمیزون کے گودام تک پہنچنے کے لئے ایک اور شپمنٹ کے لئے چار ہفتوں کے وقفے کا انتظار کرنا پڑا۔ جب ہمیں آخر کار نیا اسٹاک واپس مل گیا، تو ہم بنیادی طور پر کام شروع کر رہے تھے۔ جی ہاں، ہمارے پاس گاہکوں کے جائزے تھے، لیکن ہماری رفتار ختم ہو گئی تھی. ہمیں دوبارہ آگے بڑھنے کے لئے ایک اور رعایت چلانی پڑی۔ ہم ٹھیک ہو گئے، لیکن اس ایک غلطی نے ہمیں مہینوں پیچھے دھکیل دیا۔

میں یہ نہیں کہہ سکتا کہ کیا منصوبہ بندی کے ایک اضافی مہینے نے ہمیں یہ خوفناک انتخاب کرنے سے روکا ہو گا؛ شاید نہیں، ایمانداری سے. آپ ہر چیز کے لئے کنٹرول نہیں کر سکتے. آپ کا مقصد صرف آپ کی مصنوعات کو ایک *خیال* سے گاہک کے ہاتھ میں جسمانی شے تک لے جانا ہے۔

یہ زیادہ تر لوگوں کے خیال سے کہیں زیادہ آسان ہے. صحیح سپلائر تلاش کریں، نمونے حاصل کریں ، تحقیق کے ساتھ بہتر بنائیں، ایک چھوٹا سا آرڈر ڈالیں، اور مصنوعات کو آن لائن حاصل کریں۔ یہ سب کچھ ہے جس کے بارے میں آپ کو ابھی فکر کرنے کی ضرورت ہے. اس کے بارے میں زیادہ مت سوچو. غلطیوں کو ٹھیک کریں جیسے ہی وہ آتی ہیں۔

sambaraweb.com

میرے ماسٹر مائنڈ ممبروں میں سے ایک، ٹریوس کلیان نے ایک بار مجھے بتایا تھا کہ وہ کس طرح ایک

مصروف، بلند بازار میں نمایاں ہونے کے لئے مصنوعات حاصل کرتا ہے. اس کا جواب سادہ سا تھا: "ہم لوگوں کی بات سنتے ہیں۔ ہم بہت سارے تقسیم شدہ ٹیسٹ کرتے ہیں، یہ پاگل پن ہے. ہم مصنوعات کا مذاق اڑائیں گے اور لوگوں سے پوچھیں گے، آپ کو کون سا زیادہ پسند ہے؟ یہ ہمارے حریف سے ایک یا یہ دوسرا؟ ہم مارکیٹ میں موجود تمام سرفہرست حریفوں کے لیے ایسا کرتے ہیں، جن کے بارے میں ہمارے خیال میں ان تمام کے پاس بہترین مصنوعات موجود ہیں۔

اسپلٹ ٹیسٹنگ کے لئے لوگوں سے پوچھنے سے زیادہ کچھ نہیں ہے کہ وہ دو میں سے کون سی چیزیں زیادہ پسند کرتے ہیں۔ بس یہی ہے. کسی کو دو چیزیں دکھائیں، اور اس کی ترجیح پوچھیں۔ یہ ان نایاب چیزوں میں سے ایک ہے جو سادہ، آسان اور مؤثر ہوتی ہے.

ٹریوس نے مجھے بتایا کہ 'مجھے یاد ہے کہ ایک بار جب ہم شروعات کر رہے تھے تو ہم نے اپنے ایک دوست کو آسٹن کے مال میں جانے اور اپنی تصاویر دکھانے کے لیے پیسے دیے تھے۔

sambaraweb.com

مصنوعات بمقابلہ ہمارے حریف کی مصنوعات، اور سروے کے جوابات جمع کریں کہ انہوں نے کس کو ترجیح دی.

ٹریوس کا کہنا ہے کہ اگر یہ کسی کو ذاتی سروے کرنے اور اسپلٹ ٹیسٹ کرنے کے لئے ادائیگی کرنے کے لئے ایک ٹن وقت اور پیسے کی طرح لگتا ہے، تو یہ بھی ضروری نہیں ہے. "جب ہم نے شروع کیا، تو ہم نے یہی کیا. اب، ہم اپنے حریفوں کی مصنوعات کے خلاف اپنی مصنوعات کے مستقل تقسیم ٹیسٹ چلانے کے لئے آن لائن خدمات کا استعمال کرتے ہیں. سب سے اہم بات یہ ہے کہ سروے کے جواب دہندگان کو ترجیح کیوں دی جاتی ہے اس پر رائے حاصل کریں۔ وہ دوسرے آدمی کی مصنوعات کو میرے مقابلے میں کیوں پسند کرتے ہیں؟ یہ وہ ڈیٹا ہے جو ہم واقعی جمع کرنا چاہتے ہیں. ہم اس ڈیٹا کا تجزیہ کرنے اور اسے مصنوعات پر لاگو کرنے میں اپنا وقت صرف کرتے ہیں - پہلے یہ فیصلہ کرتے ہیں کہ آیا فیڈ بیک کچھ ایسا ہے جسے ہم حل کر سکتے ہیں، اور چاہتے ہیں، اور پھر وہاں سے تبدیلیاں کرنا چاہتے ہیں۔

یہ سب مصنوعات کو مارکیٹ میں جاری کرنے سے پہلے ہوتا ہے.

ٹریوس نے کہا، "فرض کریں کہ آپ کافی بنانے کے لئے فرانسیسی پریس کا استعمال کرتے ہیں۔ "وہاں بہت سارے فرانسیسی پریس ڈیزائن موجود ہیں - کچھ مکمل سٹینلیس سٹیل ہیں، کچھ میں زیادہ تر شیشے ہیں، کچھ زیادہ ہموار، خم دار ڈیزائن ہیں، کچھ زیادہ صنعتی ہیں. ایک فرانسیسی پریس کو تیار کرنے اور تقسیم کرنے کے لئے ہم جو کریں گے وہ تمام مصنوعات کے ڈیزائن جمع کرنا ہے جو ہمارے خیال میں بہترین ہیں اور پھر انہیں زمرے میں سرفہرست فروخت کنندگان کے خلاف تقسیم کریں۔ اسپلٹ ٹیسٹ کی بنیاد پر، ہم فیصلہ کریں گے کہ کس ڈیزائن کے ساتھ جانا ہے۔

ٹریوس کے مطابق، گاہکوں کی رائے حاصل کرنا فروخت حاصل کرنے کا براہ راست نتیجہ ہے. "جب آپ کسی پروڈکٹ کو لانچ کرتے ہیں تو، آپ جلد سے زیادہ فروخت حاصل کرنے کے لئے جو کچھ

sambaraweb.com

بھی کر سکتے ہیں وہ کرتے ہیں، کیونکہ یہی رائے دیتا ہے۔ یہی آپ کو اپنے گاہک کو سننے کی اجازت دیتا ہے. جب ہم نے پہلی بار کام شروع کیا تھا، تو ہم چار مہینوں میں، ایک ماہ میں چار سے پانچ ہزار فروخت کرتے تھے، دو سال میں، ایک مہینے میں تقریبا دو ملین فروخت کرتے تھے۔

وہ فروخت وہ ایندھن ہیں جو فیڈ بیک مشین چلاتے ہیں اور نئ مصنوعات تیار کرنے کی اجازت دیتے ہیں.

چھوٹے وقت سے آگے بڑھنا

انوینٹری آرڈر دینے کے لئے گھبراہٹ یا خوف محسوس کرنا عام بات ہے، خاص طور پر جب آپ کو معلوم نہیں ہوتا ہے کہ مصنوعات فروخت ہونے والی ہے یا نہیں۔ آپ اپنے شخص کو قریب سے سن کر اور "اسٹیکنگ دی ڈیک" حکمت عملی کا استعمال کر کے اس خوف کو کم کر سکتے ہیں جس کا میں بعد کے ابواب میں خاکہ پیش کروں گا۔ تاہم، یہ ہے

sambaraweb.com

چھوٹا شروع کرنے کے لئے ٹھیک ہے. جب آپ شروع کرتے ہیں تو آپ صرف ایک مصنوعات کے 100 یونٹ آرڈر کر سکتے ہیں۔ میں نے یہی کیا.

تاہم، ایک بار جب آپ فروخت دیکھنا شروع کرتے ہیں تو، آپ کی ساری توجہ کافی مصنوعات رکھنے پر جاتی ہے۔ اس کے لئے آپ کو بڑے انوینٹری آرڈر دینے کی ضرورت ہو گی۔ اس مقام تک پہنچنا جہاں آپ کو اس منتقلی کے لئے کافی مالی اعانت فراہم کی جاتی ہے مشکل ہو سکتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں، اس کے پیسے کے پہلو کا انتظام کرنا پہلی بار کاروباری افراد کے لئے ایک چیلنج ہو سکتا ہے۔

یہ متضاد ہے، لیکن شروع میں آپ کا مقصد زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کرنا نہیں ہے۔ عمل کے اس مرحلے پر آپ کا مقصد مصنوعات حاصل کرنے اور اسے فروخت کرنے کے نظام قائم کرنا ہے. آپ بعد میں منافع کے لئے آپٹمائز کریں گے.

میرا ایک طالب علم جو مچھلی کے تیل کا سپلیمنٹ فروخت کر رہا تھا سپلائرز کو تبدیل کر کے اپ گریڈ لاگت کے آس پاس ایک راستہ تلاش کرنے کی کوشش کرتا رہا۔ وہ مسلسل اپنے سپلائی چین کے عمل کو بہتر بنانے کی کوشش کر رہا تھا، جیسے ہی کوئی قدرے بہتر قیمت پیش کرے گا سپلائر سے سپلائر میں چھلانگ لگا رہا تھا۔

ان کے مارجن میں ہر بار معمولی بہتری آئی، لیکن سپلائی چین کا اندازہ نہیں لگایا جا سکتا تھا۔ اس کی مصنوعات ختم ہوتی رہیں - جو، ایک بار پھر، آپ کے کاروبار کے ساتھ ہونے والی بدترین چیز ہے۔ ترقی کے بجائے، وہ اسی مشکل کے گرد چکر لگا رہا تھا، چھوٹے آرڈر دے رہا تھا، دوسرے سپلائر کے پاس کود رہا تھا، ایک اور چھوٹا آرڈر بنا رہا تھا، اور پھر فوری طور پر اسٹاک ختم ہو رہا تھا. مارجن کا کوئی مطلب نہیں ہے جب آپ اس بات کی ضمانت نہیں دے سکتے کہ آپ کے پاس وہ مصنوعات ہو گی جو لوگ چاہتے ہیں جب وہ اسے خریدنا چاہتے ہیں۔ اس کے علاوہ، وہ توسیع کا احاطہ کرنے کے لئے ضروری رفتار پیدا کرنے سے محروم تھا.

sambaraweb.com

جب وہ مشورہ کے لئے میرے پاس آئے، تو میں نے ان سے کہا کہ انہیں کسی کے ساتھ رہنا سیکھنا ہو گا اور اسے کام کرنا ہو گا۔ اس کے مسئلے کا حل ایک سپلائر کے ساتھ گہرے تعلقات قائم کرنا تھا۔

"کون سا سپلائر؟"

"اگر آپ کے تمام سپلائرز قیمت اور معیار میں برابر نظر آتے ہیں،" میں نے اس سے کہا، "بہترین مواصلات کے ساتھ ایک کا انتخاب کریں."

لہذا وہ نیویارک شہر گیا اور ایک سپلائر سے آمنے سامنے ملا، پھر اس مضبوط مواصلات کو بہتر شرائط پر بات چیت کرنے کے لئے استعمال کیا۔ انہوں نے اپنی مصنوعات پر 20 فیصد رعایت، ان کے منافع میں 20 فیصد اضافہ، اور مصنوعات کو بغیر کسی رکاوٹ کے آگے بڑھانے کے لئے مستقل مزاجی حاصل کی.

ان کے لیے سیکڑوں یونٹس میں بڑے آرڈرز حاصل کرنا اتنا ہی آسان تھا جتنا صحیح مینوفیکچرر کے ساتھ بیٹھنا اور بہت کچھ کرنا۔ ان کے پاس رسد تھی، ان کی مانگ تھی، اور ان کے پاس اسے کام کرنے کے لیے مارجن تھا۔

sambaraweb.com

ہر کوئی اتنا خوش قسمت نہیں ہے. ہم میں سے باقی لوگوں کے لئے، مصنوعات بنانا اور فروخت کرنا ایک نیا مسئلہ پیش کرتا ہے: فنڈنگ.

چھوٹے وقت کے آپریشنز کو بڑھانے کے لئے، اور اس بات کو یقینی بنانے کے لئے کہ آپ کے پاس بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لئے ہمیشہ انوینٹری موجود ہے - اسے ملین تک پہنچانے کے لئے - آپ کو شاید پیسے کے مسئلے کا سامنا کرنا پڑے گا۔ یہ مسئلہ بہت سے نئے کاروباری افراد کو اپاہج کر دیتا ہے، لیکن اگر آپ اپنا ہاتھ صحیح طریقے سے کھیلتے ہیں تو، یہ آپ کو اور بھی تیزی سے بڑھنے میں مدد کر سکتا ہے۔

کاروباری شخصیت کی توجہ: ہینی سنارٹو

الینوائے میں رہنے والے ایک انجینئر ہینی سنارٹو کا تعلق انڈونیشیا سے ہے۔ سال میں ایک بار، وہ اپنی فیملی سے ملنے کے لیے لمبا سفر کرتی ہیں۔

انہوں نے اور ان کی بہن نے ہمیشہ اس موقع کو دو سے تین ہفتوں کی ہائیکنگ اور ٹریول ایڈونچر پر جانے کے لئے استعمال کیا ہے۔ دونوں بہنیں ۲۰۱۵ میں جنگل میں تھیں جب ان کا ایک بیگ ٹوٹ گیا۔

مایوس ہو کر ہینی کی بہن نے اس سے پوچھا، "تم ایک انجینئر ہو، ٹھیک ہے؟ آپ ایک بہتر بیگ کیوں ڈیزائن نہیں کرتے ہیں؟"

یہ ایک مذاق کے طور پر شروع ہو سکتا ہے، لیکن یہ خیال ہینی کے ساتھ پھنس گیا. سفر کے اختتام تک، اس کے پاس اپنی کمپنی، نیٹ پیک کا تصور تھا۔

sambaraweb.com

ہینی نے ڈیزائن پر کام کرنا شروع کر دیا۔ ان کی بہن، جو اپنے فیشن اور ٹیکسٹائل کے کاروبار کے لئے اکثر چین کا سفر کرتی تھیں، اپنی پہلی مصنوعات کے لئے صحیح ٹیکسٹائل اور دیگر مواد کی تلاش میں تھیں۔ کمپنی کے ہدف سامعین کم سے کم مسافر تھے جو اعلی درجے کے چمڑے کے سامان کے برعکس سستے، اعلی معیار کے ٹریول بیگ کی تلاش میں تھے۔ بیگ واقعی دو چیزیں اچھی طرح سے کریں گے: اپنے سفر کی تمام اشیاء کو منظم کریں اور کبھی بھی، کبھی نہ توڑیں.

تفصیل کی طرف ہنی کی توجہ اور اس کی "سب میں" ذہنیت نے مجھے فروخت شروع ہونے کے بعد اس کے کاروبار میں سرمایہ کاری کرنے پر آمادہ کیا۔ تاہم، اسے ہر کسی کی طرح اپنے چیلنجوں پر قابو پانا پڑا۔

بہنوں کی پہلی پروڈکٹ ایک ٹوائلٹ بیگ تھا جس میں ایڈجسٹ ایبل کمپارٹمنٹ تھا، ایک چھوٹا سا انٹیریئر یونٹ جس میں آپ اپنے ٹوتھ پیسٹ کو گڑبڑ میں تبدیل کیے بغیر سیٹ کر سکتے تھے۔ ہینی نے بنیادی تصور کے صرف ایک خاکے کے ساتھ آغاز کیا، ایک ایسا نقطہ نظر جس کی وہ اس سے عادی تھی۔

sambaraweb.com

ایک انجینئر کے طور پر کام کریں. اس کی بہن کو ایک سپلائر مل گیا جو آٹو کیڈ کا استعمال کرتے ہوئے 3-ڈی ڈیزائن تیار کرنے میں بھی مدد گار تھا۔ خاکہ ایک بلیو پرنٹ بن گیا، اور بہنوں اور سپلائرز نے ڈیزائن پر اس وقت تک غور کیا جب تک کہ یہ صحیح نہ ہو۔

اس پہلی پروڈکٹ کو ایک ایسے مرحلے پر لانے کے لئے صرف چند تکرار درکار تھے جہاں ایک ہزار یونٹس کے کم از کم آرڈر کا وعدہ کیا جا سکتا تھا۔ یہ تصور جون یا جولائی 2015 میں شروع ہوا، اور کمپنی نے نومبر کے آخر میں اپنی پہلی مصنوعات لانچ کی۔ اس وقت تک، ہینی کا شوہر مدد کرنے کے لئے جہاز پر آ چکا تھا۔

ان کے سامعین کا ردعمل تقریبا فوری طور پر مثبت تھا۔ ہینی پہلے ہی متعدد فیس بک ٹریول گروپس سے تعلق رکھتی تھیں، لہذا بہنوں نے اپنا ایک نیا ٹریول گروپ قائم کیا اور لانچ کیا۔ ان کا کہنا تھا کہ 'میں اور میری بہن ٹریول ٹوائلٹ بیگ کے لیے یہ بہترین نیا ڈیزائن لے کر آئے ہیں۔

انہیں بہت سارے "واہ، یہ بہت اچھا ہے" جوابات ملے، جس کے بعد انہوں نے کہا، "اگر آپ اسے چیک کرنا چاہتے ہیں تو یہ چند ہفتوں میں ایمیزون پر ہونے جا رہا ہے."

فیس بک گروپ کے ارکان نے سوشل میڈیا پر پوسٹ کرنا شروع کر دیا کہ انہیں نیا ٹوائلٹ بیگ کتنا پسند ہے۔ یہی وہ وقت تھا جب بہنوں کو آخر کار پتہ چلا کہ ان کا ڈیزائن قانونی ہے۔

جب نیٹ پیک نے اپنی دوسری پروڈکٹ لانچ کی تو ہینی اور اس کی بہن نے سوچا کہ یہ دنیا کی سب سے بڑی چیز ہے۔ یہ فلاپ ہو گیا۔ گاہکوں کا کہنا تھا کہ یہ مواد اتنا ہلکا یا لچکدار نہیں تھا، کہ اسے بیگ یا سوٹ کیس میں جوڑنا مشکل تھا، اور یہ بہت بڑا تھا. اگرچہ ڈیزائن میں کافی تبدیلیاں کی گئیں، لیکن آخر کار مصنوعات کو بند کر دیا گیا۔

sambaraweb.com

یقینا یہ انا کو ٹھیس پہنچانے والی مایوسی تھی۔ ہینی نے محسوس کیا کہ وہ جانتا ہے کہ وہ کیا کر رہا

ہے. بہر حال، وہ ایک انجینئر اور بے خوف مسافر دونوں ہیں. وہ اور اس کی بہن ہر طرح کے جواز کے ساتھ سامنے آئے کہ ان کی مصنوعات کیوں بہتر تھیں۔ بد قسمتی سے، مارکیٹ کے رد عمل نے انہیں برداشت نہیں کیا.

ہینی نے بہت سے دوسرے فروخت کنندگان کو اسی طرح سے بھاگتے ہوئے دیکھا ہے، جس سے ایک غیر ثابت شدہ تصور پر بہت زیادہ پیسہ ضائع ہوتا ہے۔ انہیں اتنا یقین ہے کہ ان کے ہاتھوں پر ایک ہٹ ہے کہ وہ فوری طور پر پانچ مختلف چینلز میں لانچ کرتے ہیں۔ یہ کام کرنے جا رہا ہے. لوگ اسے پسند کریں گے.

sambaraweb.com

آپ صرف یہ جانتے ہیں کہ ایک بار جب آپ کو رائے، فروخت، یا دونوں مل جاتے ہیں. ایک ہی چینل کے ذریعہ فروخت ہونے والی ایک مصنوعات کے تصور کے ثبوت پر توجہ مرکوز کریں۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ یہ وہی ہے جس کی آپ کے سامعین کو ضرورت ہے اور وہ چاہتے ہیں اور جتنی جلدی ممکن ہو سکے زیادہ سے زیادہ رائے حاصل کریں۔

ڈیزائن کے مرحلے کے دوران ہینی، اس کی بہن اور اس کے شوہر کتنی بار ڈرائنگ بورڈ پر واپس جائیں گے اس کا تعین پروڈکٹ بائی پروڈکٹ کی بنیاد پر کیا گیا تھا۔ کمپنی نے اپنے فیس بک گروپ اور دیگر ٹریول گروپس سے ایک میلنگ لسٹ تیار کی اور مسلسل رائے طلب کی۔ گاہکوں نے فوائد اور نقصانات کی فہرست دی اور کمپنی کو مستقبل کی مصنوعات کے لئے خیالات بھی دیئے۔

تاہم، اس سب کے دوران، وہ ناقابل یقین حد تک خوش قسمت محسوس کرتے تھے کہ ان کے پاس ایک سامعین تھے جنہوں نے ایماندارانہ رائے دی اور ایک کمیونٹی کی طرح محسوس کیا. وہ فوری طور پر جانتے تھے کہ آیا مصنوعات کو پسند نہیں کیا گیا تھا یا انہیں واپس کرنا تھا، اور کچھ معاملات میں، انہوں نے اپنے نقصانات کو کم کرنے اور کسی شے کو بند کرنے کا فیصلہ کیا۔

کمپنی کا پہلا ٹوائلٹ بیگ سائز میں کمپیکٹ تھا۔ گاہکوں نے جلد ہی ایک بڑا ٹوائلٹ بیگ مانگنا شروع کر دیا جو خاندان اور بچوں کے لئے استعمال کیا جا سکتا ہے۔ درمیانے سائز کا یہ ٹوائلٹ بیگ تقریباً سات ماہ میں تیار اور لانچ کیا گیا تھا اور یہ کمپنی کی دوسری بڑی کامیابی تھی۔ اس کے بعد کی کامیابیوں میں ایک سلنگ بیگ شامل تھا، جو اب کمپنی کے بہترین فروخت کنندگان میں سے ایک ہے، ایک فولڈ ایبل بیگ، اور خواتین کے لئے ایک کراس باڈی بیگ۔

ہینی کا ماننا ہے کہ ان کی کمپنی کی ابتدائی غلطیوں میں سے ایک ایمیزون کے ذریعے فروخت پر بہت زیادہ توجہ دینا تھا، جس کے نتیجے میں برانڈ کی تعمیر پر زیادہ اہم توجہ کھو دی گئی۔ 2016

sambaraweb.com

میں ترقی رک گئی کیونکہ برانڈ کے بنیادی سامعین کی تعریف، تخلیق اور توسیع پر خاطر خواہ توجہ نہیں دی گئی تھی۔

2017 میں، اس جھٹکے پر قابو پانے کے لئے، نیٹ پیک نے اپنی میلنگ لسٹ کو بڑھانے میں مدد کے لئے ایک مارکیٹنگ ایجنسی کی خدمات حاصل کیں۔ اس کے نتیجے میں بڑھتی ہوئی نمائش اور پروموشنز کے سلسلے نے صارفین کی بنیاد کو 3،000 سے بڑھا کر 10،000 کر دیا اور بعد میں مصنوعات کے اجراء میں ایک بڑا فروغ پیدا کیا۔ میلنگ لسٹ سے فائدہ اٹھاتے ہوئے کمپنی نے اپنے کراس باڈی بیگ کو بیٹ سے منافع بخش طریقے سے لانچ کرنے کے قابل بنایا۔

"اگر آپ ایک کاروبار شروع کرنے کے بارے میں سوچ رہے ہیں... آپ کو یاد رکھنا ہو گا کہ تصور کا ثبوت کلیدی ہے،" ہینی کہتے ہیں. "میں نے بہت سے لوگوں کو ناکام ہوتے دیکھا ہے کیونکہ وہ اپنے پہیے کو کم اہم پہلوؤں پر گھما رہے تھے۔

sambaraweb.com

business. Go ahead and sell your product on Amazon, your website, or whatever your preferred channel may be, but get a proof of concept first, before a lot of money is spent unnecessarily. Is your product something the market, and your audience, really needs?"

That kind of focus is what led me to invest in Hanny a few years ago, and while I may have bought into her company, I was really buying into *her*.

sambaraweb.com

5

مرحلہ تین: آپ کے کاروبار کی فنڈنگ

P کمپنیوں کی لینٹی کا آغاز دھوم دھام سے ہوتا ہے۔

یہ اکثر زیادہ دیر تک نہیں رہتا ہے. اکثر، کمپنیاں ایک بڑے زور، یا ایک زبردست وائرل مارکیٹنگ مہم کے ساتھ شروع کریں گی جو انہیں گاہکوں کے ذہنوں میں چپکا دیتی ہے - لیکن چپکنے کی صلاحیت صرف اتنی مضبوط ہے. مہینوں یا ایک سال کے اندر، فروخت اور توجہ کا یہ ابتدائی اضافہ ختم ہو جاتا ہے.

آس پاس رہنے والی کمپنیاں وہ ہیں جو آرام سے اپنی ترقی کو سنبھال سکتی ہیں۔

sambaraweb.com

اس سے پہلے، ہم نے ڈالر شیو کلب پر تبادلہ خیال کیا، اور یہ کس طرح اربوں ڈالر کے اخراج کی طرف بڑھا۔ ڈالر شیو کلب کے بارے میں زیادہ تر لوگ یہ نہیں جانتے کہ اسے جوتے کے بجٹ پر شروع کیا گیا تھا۔ ڈوبن نے اضافی ریزر انوینٹری فروخت کی، اور یہ ایک حقیقی کسٹمر بیس تیار کرنے کے لئے کافی تھا۔ اور مشہور "ہمارے ریزرز بہت اچھے ہیں" ویڈیو تیار کرنے میں صرف $5،000 کی لاگت آئی۔

"میں نے اسے پہلے سال کے لئے بوٹ اسٹریپ کیا، اور پھر میں نے اس کا پہلا راؤنڈ اٹھایا۔ جنوری 2012 میں $100,000، "مائیکل نے کہا. "اس نے ۲۰۱۲ میں ہونے والی ترقی کو بیج دیا۔ پھر وائرل ویڈیو مارچ ۲۰۱۲ میں سامنے آئی۔

ڈوبن نے کہا کہ وہ ایک لاکھ ڈالر کی فنڈنگ حاصل کرنے کے لیے پرجوش ہو کر اجلاس سے باہر نکل گئے۔ یہ ایک کاروباری شخصیت بننے کی ان کی اہلیت پر اعتماد کا ووٹ تھا۔ انہوں نے اس رقم کو گاہکوں کے حصول میں لگایا، جس نے ان کی اب مشہور وائرل ویڈیو کی راہ ہموار کی۔ وائرل ویڈیو نے کافی گاہکوں کو نئی فروخت کا مستقل ڈرم بیٹ بنانے کے لئے لایا، جس نے کمپنی کو ترقی میں سرمایہ کاری جاری رکھنے کی اجازت دی۔ اس اصل ویڈیو کی وائرل سنسنی ختم ہو گئی، لیکن

sambaraweb.com

کمپنی نے تخلیقی میڈیا کا ایک سلسلہ بنایا تھا تاکہ انہیں گاہکوں کی توجہ میں سامنے اور مرکز میں رکھا جاسکے۔

جیسے جیسے کمپنی بڑھتی گئی، ڈوبن نے نئے گاہکوں کو حاصل کرنے کے لئے اشتہارات میں پیسہ لگانا جاری رکھا، بجائے اس کے کہ وہ کام کرنے کے ایک طریقے سے شادی کریں۔ انہوں نے کہا، "ڈالر شیو کلب میں، ہم نے ٹیلی ویژن، ریڈیو، ڈسپلے اشتہارات اور فیس بک اشتہارات کا امتزاج استعمال کیا، اور اس بات کو یقینی بنایا کہ ہمارے ممکنہ صارفین کو برانڈ کو تبدیل کرنے کے لئے بہت ہی درست تعداد میں ٹچ ملیں۔

پھر بھی، انہوں نے چھوٹے ٹیسٹ کرنے کی سفارش کی: "اگر آپ ایک نوجوان کمپنی ہیں، تو مقامی میڈیا کے بارے میں سوچیں. یہ لاگت کے پیمانے پر توجہ کا مرکب حاصل کرنے کا ایک بہترین طریقہ ہے جو آپ برداشت کرسکتے ہیں۔ اور آپ دیکھیں گے کہ کس طرح مختلف میڈیا مختلف طریقوں سے گاہکوں کی ترقی کو فروغ دیتے ہیں۔

ایک جلتا ہوا سوال تھا جسے مجھے جاننا تھا۔ "آپ نے 100,000 ڈالر کو ایک ارب ڈالر میں تبدیل کر دیا. کیا آپ کے سرمایہ کار سرمایہ کاری پر اپنی واپسی سے خوش تھے؟ میں نے مذاق کیا.

"وہ تھے،" انہوں نے کہا۔

ہو سکتا ہے کہ آپ ڈوبن کی طرح $100،000 جمع نہ کریں، لیکن اچھی خبر یہ ہے کہ آپ کو اس کی ضرورت نہیں ہے، خاص طور پر شروع میں۔ مائیکل نے اس وقت تک کوئی پیسہ نہیں اکٹھا کیا جب تک کہ اس نے فروخت ثابت نہیں کی۔ میں جن کاروباری افراد کو جانتا ہوں ان میں سے زیادہ تر پہلے فروخت حاصل کرتے ہیں، اور پھر وہ بیرونی سرمائے پر غور کرتے ہیں۔

اگر آپ پیسے کے لئے اپنے بینک اکاؤنٹ سے باہر تلاش کرتے ہیں تو، نئے گاہکوں کو اپنی طرف راغب کرنے کی اپنی صلاحیت کو ظاہر کرنے کے قابل ہونا سرمایہ کاروں کے لئے آپ کا کالنگ کارڈ

sambaraweb.com

ہو گا۔ جب تک آپ اس کتاب کو پڑھنا ختم کریں گے ، "گاہکوں کو حاصل کرنا" آسان حصہ ہو گا، اور ترقی کے ساتھ رہنا آپ کا سب سے بڑا چیلنج ہو گا۔

زیادہ فروخت زیادہ منافع کے برابر نہیں ہے

شیر طاقت کے لئے میرے پہلے پروڈکٹ آرڈر کی قیمت $600 تھی۔ میں نے 6 ڈالر میں 100 یونٹس کا آرڈر دیا اور ہم نے اسے 32 ڈالر کی قیمت پر فروخت کیا۔ پیسہ میری بچت سے نکلا، اور اس وقت، میں اتنا پریشان تھا کہ یہ فروخت نہ ہو جائے، اور میں باہر ہو جاؤں گا

.600$

ماضی کے ریان سے اب میں دو باتیں کہتا ہوں۔

سب سے پہلے: کون پرواہ کرتا ہے؟ اپنے بڑے لڑکے کی پتلون پہنو، ریان. یہ صرف 600$ ہے.

sambaraweb.com

دوسرا: یہ اصل مسئلہ نہیں ہے. فرض کریں کہ آپ اس عمل کی پیروی کرتے ہیں، ایک مہذب مصنوعات بناتے ہیں، اور اپنے گاہک کی شناخت کرتے ہیں، آپ کا سب سے بڑا مسئلہ یہ ہے کہ آپ اسٹاک میں انوینٹری نہیں رکھ سکیں گے، جیسا کہ ہم پہلے ہی بات کر چکے ہیں۔ اس پر مجھ پر اعتماد کریں. اسٹاک میں انوینٹری رکھنا تاکہ آپ اپنی فروخت کی رفتار کو برقرار رکھ سکیں ایک حقیقی چیلنج ہے۔

شیر اسٹرینتھ کے ساتھ، ہم نے قیمت میں اضافہ اس وقت تک جاری رکھا جب تک کہ یہ اس مقام پر نہ پہنچ گیا جہاں فروخت اتنی سست تھی کہ ہم انوینٹری کے اگلے راؤنڈ کا آرڈر جاری رکھ سکتے تھے۔ ہم نے فروخت سے کمایا ہوا پیسہ لیا، اور ہم نے مزید 500 یونٹ خریدے. پھر، اگلے راؤنڈ میں، ہم نے 1،000 یونٹس خریدے. جیسے جیسے کمپنی بڑھتی گئی، ہم بار بار پیسے واپس بھیجتے رہے۔ یہ خالص بوٹ اسٹریپنگ تھی۔ پس منظر میں، کاش ہم شروع میں اور بھی جارحانہ ہوتے، لیکن ہمیں ڈر تھا کہ اگر ہم نے پہلا بڑا آرڈر دیا اور مصنوعات فروخت نہیں ہوئی تو کیا ہو گا.

بہت سے لوگوں کے لئے، سب سے بڑی رکاوٹ اس ابتدائی آرڈر کو رکھنا نہیں ہے، بلکہ اسٹاک کے تیزی سے ختم ہونے سے بچنے کے لئے رقم تلاش کرنا ہے.

کچھ کاروباری افراد بہت زیادہ پیسہ جمع کرتے ہیں، جس سے انہیں غلطیاں کرنے کی لچک ملتی ہے۔ اگر آپ مائیکل ڈوبن کی طرح ہیں اور آپ سرمایہ کاروں کے ایک گروپ سے $100،000 جمع کرتے ہیں (یا، ہیک، آپ کے امیر چچا سے) تو میری ٹوپی آپ کے پاس چلی جاتی ہے. پیسہ رکھنے سے آپ غلطیاں کر سکتے ہیں، پیسہ کھو سکتے ہیں، اور وقت کے ساتھ بہتر بناتے ہیں۔ یہ آپ کو منافع کے بجائے فروخت کے لئے بہتر بنانے کی بھی اجازت دیتا ہے. زیادہ تر کاروباری افراد کے پاس وہ عیش و آرام نہیں ہے، لہذا وہ ہمیشہ ترقی کی فنڈنگ اور اپنے ذاتی منافع کو بہتر بنانے کے درمیان ایک عمدہ لائن پر چل رہے ہیں۔

sambaraweb.com

یہی وجہ ہے کہ، شروع میں، آپ کو فروخت کی رفتار کو کنٹرول کرنے کے طریقے کے طور پر قیمت

کا استعمال کرنا پڑ سکتا ہے۔ اگر آپ کی مصنوعات بہت تیزی سے فروخت ہو رہی ہے تو، آپ کو اپنے اگلے آرڈر کو فنڈ کرنے کے لئے جدوجہد کرنا پڑ سکتی ہے۔ اگر نقد بہاؤ ایک مسئلہ بن جاتا ہے تو، یہ ایک اشارہ ہے کہ آپ کی قیمت کا نقطہ بہت کم ہو سکتا ہے۔ آپ کو اپنی قیمت میں اضافہ کرنے کی ضرورت ہو سکتی ہے جب تک کہ فروخت ایک منظم سطح پر منتقل نہ ہو جائے، جس سے آپ اپنی مصنوعات کو فروخت ہونے سے پہلے آسانی سے دوبارہ ذخیرہ کر سکتے ہیں۔

مجھے قیمتوں میں اضافے کے خلاف بہت زیادہ دباؤ ملتا ہے۔ "لیکن میرا حریف پہلے ہی مجھ سے کم قیمت پر فروخت ہوتا ہے!" لوگ کہتے ہیں۔ لیکن آپ آپ کے حریف نہیں ہیں. اگر آپ اپنے حریف کی طرح بالکل وہی کام کر رہے ہیں تو، آپ کاروبار سے باہر جانے کے مستحق ہیں۔ اپنے گاہک پر توجہ مرکوز کریں، اپنے حریف پر نہیں. میرے ایک سرپرست، کیون نیشنز، کا قیمتوں کا اپنا قاعدہ ہے جو مجھے پسند ہے: معلوم کریں کہ گاہک کیا چاہتا ہے، معلوم کریں کہ ان کے مسئلے کو حل کرنا ان کے لئے کیا اہمیت رکھتا ہے، پھر ان سے تھوڑا سا کم چارج کریں.

sambaraweb.com

زیادہ فروخت ضروری طور پر بہتر نہیں ہے، خاص طور پر اگر اس کا مطلب آپ کی قیمت کو کم کرنا ہے. زیادہ تر لوگ سوچتے ہیں کہ زیادہ حجم کی فروخت ہدف ہے ، لیکن ہمیشہ ایسا نہیں ہوتا ہے۔ کیا کیڈیلک کے مقابلے میں زیادہ گاڑیاں فروخت کرتا ہے، لیکن منافع کا مارجن مؤخر الذکر پر زیادہ ہے۔ میں نے دیکھا ہے کہ بہت سے لوگ حجم کا کھیل کھیلتے ہیں اور اپنی قیمتوں کو اس حد تک گراتے ہوئے پکڑے جاتے ہیں کہ وہ مشکل سے منافع کما سکتے ہیں۔ اس کے نتیجے میں جلد ہی نیچے کی دوڑ شروع ہو جاتی ہے۔ میں زیادہ منافع کے مارجن کے ساتھ اعتدال پسند فروخت کرنا پسند کروں گا اور اعلی فروخت کے مقابلے میں پرستاروں کی تعداد میں اضافہ کروں گا جو اسکیل نہیں کر سکتا ہے۔ ایک ہائی مارجن پروڈکٹ اسکیل کرنا بہت آسان بنا دیتی ہے کیونکہ آپ کے پاس اشتہارات پر خرچ کرنے یا دوسری مصنوعات کو جاری کرنے کے لئے زیادہ پیسہ ہے۔

میرے ایک دوست ڈریو کینول نے آرگنیفی کے نام سے ایک جوس کمپنی شروع کی۔ مارکیٹ میں پہلے سے ہی ایک ٹن جوس پاؤڈر موجود تھے، لیکن ڈریو نے پریمیم قیمت کی حکمت عملی کے ساتھ کام کیا - اپنے حریفوں کے طور پر $19 سے $29 میں فروخت کرنے کے بجائے، اس نے اپنی تیس دن کی فراہمی کے لئے $70 چارج کیے۔ اس نے اسے ایک حیرت انگیز مصنوعات بنانے کی لچک دی، اور اس نے اسے نئے گاہکوں کو اس کی تشہیر کرنے کے لئے منافع کا مارجن دیا۔

آرگنائزیشنفی اپنے حریفوں کے مقابلے میں دو یا تین گنا زیادہ چارج کرتا ہے اور ان میں سے زیادہ تر کو پیچھے چھوڑ دیتا ہے۔ اگر اسے حریفوں کے بارے میں فکر ہوتی تو، وہ $29 کی مصنوعات فروخت کرنے کے لئے جدوجہد کر رہا ہوتا اور حیران ہوتا کہ یہ فروخت کیوں پیدا نہیں کر سکتا ہے، حالانکہ اس کی مصنوعات اپنے حریفوں سے بہتر ہے۔ میں ہر وقت ایسا ہوتا دیکھتا ہوں۔

یہاں ایک فوری مارکیٹنگ ٹپ ہے: اگر آپ پوڈکاسٹ سنتے ہیں تو، آپ نے یقینی طور پر مندرجہ ذیل میں سے کسی ایک کے لئے ایک اشتہار سنا ہو گا: کیسپر گدا، بلیو اپرن، ہیری ریزرز، اسٹیچ فکس، یا

sambaraweb.com

برو کلینن۔ یہ فہرست جاری رہتی ہے۔ جب ڈریو پہلی بار آرگنیفی کی پیمائش کر رہا تھا تو، میں نے سفارش کی کہ وہ دوسرے لوگوں کے پوڈکاسٹ پر اشتہار دے۔ اس نے برانڈ کو ایک بہت بڑی رفتار دی۔ پوڈ کاسٹ اشتہارات انتہائی مؤثر ہوسکتے ہیں، لیکن اگر آپ کم مارجن والی مصنوعات فروخت کر رہے ہیں تو اس قسم کے اشتہارات کو برداشت کرنا تقریبا ناممکن ہے۔ اگر آپ توثیق، انفلوئنسرز، یا کسی بھی قسم کے اشتہارات کے لئے ادائیگی کرنے جا رہے ہیں تو، آپ کو اسکیل کرنے کے قابل ہونے کے لئے منافع مارجن کی ضرورت ہے. اگر آپ $29 کی مصنوعات فروخت کر رہے ہیں تو اس طرح کی نمائش کو برداشت کرنے کا کوئی طریقہ نہیں ہے۔

اپنی مصنوعات کے پیچھے "کون" کو ختم کریں

sambaraweb.com

ہماری شیر طاقت کی مصنوعات میں سے ایک، ایک موقع پر، مارکیٹ پر دوسرا سب سے زیادہ مقبول تھا. یہ ایک بہت بڑی کامیابی کی طرح محسوس ہونا چاہئے تھا، لیکن جیت اس حقیقت سے مایوس کن تھی کہ ہم نے جو بھی کیا، ہم اپنے نمبر ایک حریف کو شکست نہیں دے سکے۔

میں چھتوں سے چیخ سکتا تھا کہ ہماری مصنوعات بہتر اور آدھی قیمت ہے۔ میں ان مطالعات کے بارے میں بلاگ کر سکتا تھا جو ثابت کرتے ہیں کہ ہماری مصنوعات میں ایک بہتر اجزاء پروفائل، سورسنگ، اور تحقیق ہے. اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا۔ اس حریف نے ہمیں دو سے ایک فروخت کیا، اور بوٹ کرنے کے لئے بہتر جائزے حاصل کیے۔

یہ مصنوعات ہمیں دو سے ایک سے زیادہ کیوں فروخت کر رہی تھی، جبکہ دوگنی قیمت اور کم معیار کی تھی؟

فرق یہ تھا کہ وہ صرف ایک عمر رسیدہ آبادی کو ہدف بنا رہے تھے جس کی قابل استعمال آمدنی تھی۔ ہم اپنے جیسے نوجوانوں کو نشانہ بنا رہے تھے۔ وہ مارکیٹ کے اس حصے کو نشانہ بنا رہے تھے جو زیادہ پیسہ خرچ کرنے کے لئے تیار تھا کیونکہ وہ ایک مخصوص درد کے نقطہ کو حل کر رہے تھے۔ ہمارے حریف کی مصنوعات کو خاص طور پر ان کی ڈیموگرافک کے لئے برانڈ کیا گیا تھا، اور انہوں نے ہمیں کچل دیا. مارکیٹ کے سب سے زیادہ پریشان کن طبقے نے ہمیں نظر انداز کر دیا- ہمیں ایسا نہیں لگتا تھا کہ ہم "ان کے لئے "ہیں۔

لوگ اپنے مخصوص مسئلے کو حل کرنے کے لئے ہمیشہ پریمیم ادا کریں گے۔ یہی وجہ ہے کہ ہم برانڈز کا انتخاب کرتے ہیں- کیونکہ وہ ہمارے لئے ہیں. یہی وجہ ہے کہ آپ کو بالکل اپنی مصنوعات کے پیچھے "کون" کو ہتھوڑے مارنا چاہئے۔ اگر آپ اپنے ہدف کی مارکیٹ سے براہ راست بات کر سکتے ہیں تو، آپ وفادار شائقین بناتے ہوئے دوگنا قیمت وصول کر سکتے ہیں۔ اگر آپ زیادہ سے زیادہ لوگوں کو زیادہ سے زیادہ مصنوعات فروخت کرنے کی کوشش کر رہے ہیں تو، آپ واقعی صرف قیمت پر مقابلہ کر سکتے

sambaraweb.com

ہیں۔

روکسل میرے پسندیدہ کیس اسٹڈیز میں سے ایک ہے کیونکہ اس نے اپنے شخص پر اتنی توجہ مرکوز کی کہ وہ کچھ بھی فروخت کر سکتی ہے اور پھر بھی کامیاب ہو سکتی ہے۔ اگر ان کے سوئم سوٹ فروخت کرنا بند کر دیتے ہیں، تو وہ کئی دیگر مصنوعات فروخت کر سکتی ہیں اور اب بھی ملین ڈالر کا کاروبار کر سکتی ہیں۔

کاروباری افراد کو ایسا ہی ملتا ہے

پروڈکٹ میں پھنس جاتے ہیں کہ وہ اس کے پیچھے موجود لوگوں کے بارے میں بھول جاتے ہیں۔ روکسل نے اس کے برعکس کیا، اور وہ جو چاہے بیچ سکتی ہے۔ میرے پاس روکسل تھا

sambaraweb.com

اس کی کہانی کے بارے میں پوچھنے کے لئے میرے پوڈکاسٹ
پر. آپ اسے Capitalism.com/best پر سن سکتے ہیں.

اگر آپ اپنے کاروبار کو بوٹ اسٹریپ کرنے کی کوشش کر رہے ہیں تو، اپنے کسٹمر بیس میں ڈائل کرنا اور بھی اہم ہے۔ آپ کو اضافی مصنوعات میں رول کرنے کے لئے اس منافع مارجن کی ضرورت ہو گی۔ اگر آپ نہیں جانتے کہ آپ کس کو نشانہ بنانے کی کوشش کر رہے ہیں تو، اس آمدنی کو بڑھانے کے لئے ضروری پریمیم قیمتیں وصول کرنا ناممکن ہو گا۔

میرے طالب علموں میں سے ایک، روکسیل چو، ایک کاروباری شخصیت کی ایک عمدہ مثال ہے جسے اپنے گاہک کو بہت اچھی طرح سے جاننے کے لئے انعام دیا گیا ہے. جب انہوں نے اپنی سوئم ویئر کمپنی فیوزڈ ہوائی بنائی تو انہوں نے خواتین کو اپنے جسم میں زیادہ آرام دہ رہنے کی ترغیب دی۔ ایسا کرنے کے لئے، وہ ایک بہت ہی سادہ مصنوعات کے ساتھ آئی: ایک ون پیس سوئم سوٹ جو آرام دہ اور عالمی سطح پر خوش کن دونوں ہے۔ انہوں نے فیس بک لائیو پر خواتین کے مسائل کے بارے میں بات کرنا شروع کی ، اور انہوں نے ایک زبردست مداح کی بنیاد بنائی۔ جب ان کے لیے اپنی پروڈکٹ لانچ کرنے کا وقت آیا تو انہوں نے اسٹاک میں آنے سے پہلے ہی اپنی انوینٹری فروخت کر دی۔ جب انہوں نے پہلی کھیپ کو پہلے سے فروخت کیا، تو انہوں نے اپنی قیمت بڑھا دی – لیکن آرڈر آتے رہے۔ وہ قیمت میں اضافہ کرتی رہی، لیکن لوگ خریدتے رہے – حالانکہ وہ جانتے تھے کہ سوٹ ہفتوں تک تیار نہیں ہوں گے !وہ اپنا نہانے کا سوٹ اسٹاک میں نہیں رکھ سکتی تھیں، لیکن مزید آرڈرز کے لیے پیسے آتے رہے۔ یہ ایک کاروبار کو فنڈ کرنے کا ایک تفریحی طریقہ ہے!روکسل نے ایک عمدہ پروڈکٹ کے ساتھ آغاز کیا،

sambaraweb.com

لیکن اس کی کامیابی کا اصل راز یہ تھا کہ وہ اپنے گاہک کو بہت اچھی طرح جانتی تھی۔

آپ کو$10,000 کی ضرورت ہے

سرمایہ دارانہ کانفرنس کے پہلے ہی سال میں، ہمارے پاس تین کلیدی مقررین تھے: گیری وینر چک (وہ ایک حیرت انگیز شخص ہے)، گرانٹ کارڈون (ایم ای ایچ) اور شارک ٹینک سے رابرٹ ہرجاویک۔

رابرٹ کے ساتھ اسٹیج پر رہتے ہوئے، میں نے ان سے پوچھا کہ شارک ٹینک کے لوگ کسی معاہدے سے حاصل ہونے والی رقم کس چیز میں سرمایہ کاری کرتے ہیں۔ اس نے کہا، "انوینٹری کے لئے پیسے." اس پر مجھے حیرت ہوئی، لہذا میں نے اس سے وضاحت طلب کی. "جب جانے کا وقت آتا ہے، تو تمہیں جانا پڑتا ہے، بیٹا،" اس نے کہا۔

جب آپ کے پاس جیتنے والی مصنوعات ہوتی ہے تو، آپ اسٹاک ختم کرکے رفتار نہیں کھو سکتے ہیں۔ اپنی مصنوعات کو بوٹ اسٹریپ کرنے اور فروخت لینا شروع کرنے کے بعد،

sambaraweb.com

آپ کی توجہ فوری طور پر اسٹاک رکھنے پر مرکوز ہونی چاہیئے - بعض اوقات اس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ برف کے گولے کی تعمیر کو جاری رکھنے کے لئے کافی انوینٹری رکھنے کے لئے پیسہ محفوظ کرنا۔

میں سفارش کرتا ہوں کہ جب آپ کو اس کی ضرورت ہو تو کم از کم $5،000 سے $10،000 تیار رہیں۔ آپ کو اس فرق کو پر کرنے کے لئے اس پیسے کی ضرورت ہے جو لامحالہ ہونے جارہا ہے جب آپ کی مصنوعات تیزی سے فروخت ہونا شروع ہو جائے گی۔ اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ آپ کو اسے استعمال کرنا پڑے گا، لیکن اگر آپ ایسا کرتے ہیں تو آپ تیار ہوں گے۔ اگر آپ کے پاس $10،000 نہیں ہیں تو، آپ کو باہر جانے اور *$10،000* تک رسائی حاصل کرنے کی ضرورت ہے۔

پہلی بار آنے والے کچھ کاروباری افراد یہ سن کر گھبرا جاتے ہیں، لیکن آپ $10,000 آپ کی جیب سے باہر آنے کی ضرورت نہیں ہے. ایک کاروباری شخصیت کے طور پر آپ کا کام وسائل تک رسائی حاصل کرنا ہے۔ میرے سرپرست ٹریوس اسے "پروڈیوسر کی طرح سوچنے" کا نام دیتے ہیں۔ فلم پروڈیوسر اپنے بینک اکاؤنٹس سے فلموں کی مالی اعانت نہیں کرتے ہیں۔ وہ اسکرپٹ بھی نہیں لکھتے اور نہ ہی اداکاری کرتے ہیں۔ اس کے بجائے، وہ صحیح اسکرپٹ تلاش کرتے ہیں، ٹکٹ بیچنے کے لئے صحیح اداکاروں کی خدمات حاصل کرتے ہیں، اور پھر وہ فلم کو فنڈ کرنے کے لئے رقم جمع کرتے ہیں.

ایک کاروباری شخص بھی ایسا ہی کرتا ہے۔ آپ کے پاس خیالات ہیں. آپ جسمانی طور پر مصنوعات نہیں بنا رہے ہیں۔ آپ کے پاس ایک کارخانہ دار ایسا کرتا ہے. کنکشن بنانا اور پیسے کا انتظام کرنا آپ کا کام ہے۔ آپ کی ضرورت کے سرمائے کو حاصل کرنے کے کئی طریقے ہیں۔ ان طریقوں میں سے صرف ایک یہ ہے کہ اسے اپنے بینک اکاؤنٹ سے لیں۔

آپ کے اپنے وسائل بھی آپ کے واحد وسائل نہیں ہیں. رقم کریڈٹ لائن، آپ کے گھر کے خلاف لیا گیا قرض، یا کسی سرمایہ کار کے ساتھ آپشن سے آسکتی ہے. یہ کک اسٹارٹر یا

sambaraweb.com

Kabbage.com یا ایمیزون لینڈنگ سے پیسہ ہو سکتا ہے۔ پیسہ کہیں سے بھی آ سکتا ہے، واقعی - یہ صرف آپ پر منحصر ہے کہ آپ اسے تلاش کریں.

یہاں ایک انوینٹری ٹپ ہے: ایک بہت بڑا آرڈر دینے کا ایک فائدہ یہ ہے کہ آپ کے پاس اپنے سپلائرز کے ساتھ بات چیت کرنے کے لئے کچھ ہلکی جگہ ہے۔ جب آپ ایک وقت میں صرف 100 یونٹ آرڈر کر رہے ہیں تو، آپ خوردہ شرح ادا کرنے جا رہے ہیں۔ لیکن جتنا زیادہ آپ حکم دیتے ہیں، آپ کے پاس مذاکرات کی طاقت اتنی ہی زیادہ ہوتی ہے۔ بعض اوقات، ایک بڑا آرڈر آپ کی فی یونٹ قیمت کو 30 سے 50 فیصد تک کم کر دیتا ہے. یہ آپ کے کاروبار کی طویل مدتی ترقی کے لئے ایک بہت بڑی نعمت ہے کہ آپ ایک بڑا آرڈر کرنے کے قابل ہوں جو سی او جی ایس (فروخت شدہ سامان کی قیمت) کو کم کرتا ہے۔

اگر آپ سرمایہ اکٹھا کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں

sambaraweb.com

سرمائے کو جمع کرنے کا تیز ترین طریقہ بیرونی سرمایہ کار کو لانا ہے۔ اگر وہ سرمایہ کار مشیر یا اسٹریٹجک رابطہ بننے کے لئے تیار ہے تو، یہ آپ کی ترقی کے لئے ایک بہت بڑا فائدہ ہو سکتا ہے۔ اور عام خیال کے برعکس، بیرونی سرمایہ کار عام طور پر نئے خیالات میں سرمایہ کاری کرنے کے لئے کھلے ہیں.

پھر بھی تقریباً ہر روز، میں دیکھتا ہوں کہ نیک نیت کاروباری افراد ممکنہ سرمایہ کاروں کے سامنے اپنی پیش کش کرتے ہیں۔ آپ صرف انہیں اپنے کاروبار کے بارے میں بتائیں اور انوینٹری کے لئے $ 10,000 مانگیں، ٹھیک ہے؟ نہیں. یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ سرمایہ کار آپ کے خیالات میں دلچسپی نہیں رکھتے ہیں لیکن سرمایہ کاری پر ان کی واپسی. اس پیسے کو کام پر جانے کے لئے کامیابی کے لئے ایک واضح منصوبہ ہونا ضروری ہے.

ایک ممکنہ سرمایہ کار کی حیثیت سے، میں آپ کے کاروباری منصوبے کو دیکھ رہا ہوں. خاص طور پر، میں جاننا چاہتا ہوں کہ کاروبار کو تیزی سے بڑھانے کے لئے یہ پیسہ کس طرح خرچ کیا جائے گا. سب سے اہم بات یہ ہے کہ آپ کے ممکنہ سامعین کون ہیں، اور وہ کہاں ہیں؟ آپ ان کے سامنے کیسے آ رہے ہیں؟ فالو اپ مصنوعات کے لئے آپ کے منصوبے کیا ہیں؟ آپ پیسے کیسے مختص کر رہے ہیں، اور آپ ممکنہ گاہکوں تک کیسے پہنچنے کی منصوبہ بندی کر رہے ہیں؟

بہت سے لوگ صرف بینڈ ایڈ کی تلاش میں ہیں۔ وہ مندرجہ ذیل پچ کے ساتھ ایک سرمایہ کار سے رابطہ کریں گے: "میرے پاس نقد رقم ختم ہو گئی ہے. مجھے انفیوژن کی ضرورت ہے یا میں کاروبار سے باہر ہوں۔ کیا آپ میرا مسئلہ حل کر سکتے ہیں؟"

کسی سرمایہ کار نے کبھی نہیں کہا، خاموش رہو اور میرے پیسے لے لو!

کسی آئیڈیا پر پیسہ جمع کرنا واقعی مشکل (اور احمقانہ) ہے۔ کسی مسئلے کو حل کرنے کے لئے پیسہ اکٹھا کرنا اور بھی مشکل ہے۔ پہلے سے جو کام کر رہا ہے اسے بڑھانے کے لئے پیسہ اکٹھا کرنا؟ یہ ایک جھٹکا ڈنک ہے.

sambaraweb.com

سرمایہ کار کے نقطہ نظر سے، میں یہ دیکھنا چاہتا ہوں کہ میرا پیسہ برانڈ کو کس طرح بڑھنے والا ہے۔ پیسے کا مقصد چیزوں کو تیزی سے آگے بڑھانا ہے۔ یہ بہت اچھا ہے کہ آپ کے پاس ایک مضبوط مصنوعات ہے جو اچھی طرح سے فروخت ہو رہی ہے، لیکن کیا آپ کے پاس دو یا تین دیگر مصنوعات کے خیالات ہیں جو آپ ایک ہی گاہک کو پیش کر سکتے ہیں؟ کیونکہ دس گرینڈ آپ کو اس ایک خلا کو پر کرنے میں مدد کر سکتا ہے، لیکن اگر آپ کے پاس اپنے برانڈ کے لئے ٹھوس خیال اور مزید خیالات نہیں ہیں جو آپ فروخت کر سکتے ہیں تو یہ واپسی فراہم نہیں کرے گا۔

یاد رکھیں کہ طویل مدت میں، ایک مصنوعات ملین ڈالر کا کاروبار پیدا نہیں کرتی ہے، لیکن ایک برانڈ کرتا ہے۔ اپنے آپ سے یہ سوال پوچھیں، کیا یہ سرمایہ کاری ایک کمپنی کو فروغ دینے جا رہی ہے، یا کیا ہم صرف تکمیل کے مسئلے کو حل کرنے کی کوشش کر رہے ہیں؟ پہلا مجھے پر جوش کرتا ہے، اور مؤخر الذکر صرف مجھے استعمال کا احساس دلاتا ہے.

مثال کے طور پر، میری ایک کانفرنس میں کسی نے مجھ سے رابطہ کیا اور مجھے خواتین کی حفظان صحت کی مصنوعات میں سرمایہ کاری کرنے پر زور دیا۔ جتنا میں جانتا ہوں

sambaraweb.com

خواتین کی حفظان صحت کے بارے میں، اس نے ایک اہم درد کے نقطہ کو حل کیا. اور مارکیٹ کی کل صلاحیت سینکڑوں ملین میں تھی۔

تو میں نے اس کی طرف دیکھا اور کہا، "ٹھیک ہے، تو آپ کو اس کو باہر نکالنے سے کس چیز نے روکا ہے؟"

"میرے پاس اسے شروع کرنے کے لیے پیسے نہیں ہیں،"

انہوں نے کہا۔ میں گزر گیا.

کوئی بھی کسی آئیڈیا کو بغیر کسی رفتار کے فنڈ نہیں کرنا چاہتا ہے۔ اگر آپ پروٹوٹائپ تیار کرنے کے لئے بھی کام کرنے کے لئے تیار نہیں ہیں تو، آپ نے کوئی پہل نہیں دکھائی ہے کہ پیسہ اچھی طرح سے خرچ ہونے والا ہے۔ میں نے ایک بار سنا تھا کہ "پیسہ نقل و حرکت کی طرف راغب ہوتا ہے۔ نقل و حرکت دکھائیں، اور پیسہ اس کے بعد آئے گا. آپ کے سرمایہ کار یہ دیکھنا چاہتے ہیں کہ ان کے پیسے کو دانشمندانہ استعمال میں لایا جائے گا۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ انہیں یہ دکھانا کہ آپ کون سی مصنوعات متعارف کرانے جا رہے ہیں، نئے گاہکوں کو حاصل کرنے کے لئے پیسہ کس طرح استعمال کیا جائے گا، اور پہلے سے ہی کیا رفتار بنائی جا رہی ہے.

اور، مکمل طور پر شفاف ہونے کے لئے، اگر آپ یہ صحیح کام کرتے ہیں تو آپ کی انگلیوں پر موقع بہت بڑا ہے.

ہمیشہ اچھے خیالات سے زیادہ پیسہ ہوتا ہے. سرمایہ کار لفظی طور پر فضول کمپنیوں کو خریدیں گے کیونکہ فروخت کے لئے کافی اچھی (عظیم) کمپنیاں نہیں ہیں۔ اس کے ساتھ ساتھ ایسے کاروباروں کی بھی بہتات ہے جو کبھی بھی کچھ مالی رکاوٹوں کو عبور کرنے کے قابل نہیں تھے اور اسی وجہ سے مارکیٹ میں لامحدود طور پر بیٹھے ہوئے ہیں، کبھی فروخت نہیں ہو رہے ہیں۔ زیادہ تر خریدار ایک ملین ڈالر سے کم قیمت والے کاروبار کو نہیں دیکھیں گے، اور وہ ایسے کاروبار کو نہیں دیکھیں گے جس میں کم از کم ایک

sambaraweb.com

ملین ڈالر کی آمدنی نہ ہو، یہی وجہ ہے کہ 12 ماہ سے 1 ملین ڈالر کا عمل اتنا اہم ہے۔

پروٹپ: جب کسی سرمایہ کار سے بات کریں تو، ان سے پیسے نہ مانگیں۔ مشورہ طلب کریں. سرمایہ کار کو بتائیں کہ آپ ایک موقع کی پیروی کر رہے ہیں، اور اس رفتار کی وضاحت کریں جو آپ کے پاس ہے. انہیں بتائیں کہ آپ کو فنڈنگ کے چیلنجز کا سامنا ہے۔ انہیں بتائیں کہ آپ اپنے بڑھتے ہوئے سامعین کی خدمت کے لئے بڑے انوینٹری آرڈر دینا چاہتے ہیں۔ پھر انہیں بتائیں کہ آپ کو کتنے پیسے کی ضرورت ہے. آخر میں، ان سے پوچھیں، "اگر آپ میں ہوتے تو آپ اس کاروبار کی ترقی کو کیسے فنڈ کرتے؟"

پیسے مانگنا لوگوں کو دفاعی پوزیشن پر لاتا ہے۔ مشورہ مانگنا انہیں کھول دیتا ہے۔ دیکھیں کہ پیسہ کتنی تیزی سے ظاہر ہوتا ہے۔

sambaraweb.com

کراؤڈ فنڈنگ

اگر آپ کسی سرمایہ کار کا مقابلہ نہیں کرنا چاہتے ہیں تو، کک اسٹارٹر جیسی سائٹ کے ساتھ کراؤڈ فنڈنگ ایک اور آپشن ہے۔

میرے پاس ایک طالبہ ہے، سوفی، جو دنیا میں کچرے کو کم کرنے کے اپنے مشن کے ساتھ منسلک ایک کاروبار شروع کرنا چاہتی تھی. اس نے دوبارہ قابل استعمال لنچ باکس بنایا اور اسے ایمیزون پر فروخت کرنا شروع کر دیا۔ یہ ایک معمولی کامیابی تھی، لیکن انوینٹری کو اسٹاک میں رکھنے کے لئے کافی بڑے آرڈر دینے کے قابل ہونا اس کے نقد بہاؤ پر ایک بہت بڑا دباؤ ڈال رہا تھا. اسے پیداوار بڑھانے کے لئے سرمائے کی ضرورت تھی۔

ایسا نہیں تھا کہ سوفی کو سرمایہ کار نہیں مل سکتے تھے - میں، ایک کے لئے، اس کی کمپنی میں سرمایہ کاری کرنے میں خوش ہوتا۔ لیکن جب انہوں نے ایک سرمایہ کار سے پیسے لینے اور کنٹرول رکھنے کے مقابلے میں اپنی کمپنی کا ایک حصہ چھوڑنے کی لاگت کا وزن کیا تو انہوں نے اس کے بجائے کک اسٹارٹر کے ذریعے رقم جمع کرنے کا فیصلہ کیا۔

کک اسٹارٹر پر کراؤڈ فنڈنگ کا فائدہ پیسہ اکٹھا کرنے سے کہیں زیادہ ہے۔ آپ مؤثر طریقے سے نمائش اور سپر فینز تخلیق کر رہے ہیں - گاہکوں کا ایک ہجوم جو لفظی طور پر آپ کے کاروبار کی کامیابی میں سرمایہ کاری کرتے ہیں. اس کے علاوہ، آپ کو صرف پیسہ نہیں مل رہا ہے. آپ گاہکوں کو بھی بھرتی کر رہے ہیں.

ایک کامیاب کک اسٹارٹر مہم چلانے کے لئے یہاں کچھ ضروری چیزیں ہیں جو آپ کو نقشے پر لاتی ہیں اور آپ کو مطلوبہ سرمایہ فراہم کرتی ہیں:

sambaraweb.com

1. **آپ کو ایک عظیم ویڈیو کی ضرورت ہے.** سب سے اہم عنصر یہ ہے کہ ویڈیو ایک مخصوص جذبات کا اظہار کرتا ہے. سوفی کی ویڈیو اس کے آئی فون پر ریکارڈ کی گئی تھی، لیکن یہ مقصد پر مبنی تھی اور جذبات پر مبنی تھی۔ کم از کم، آپ کو ایک ویڈیو کی ضرورت ہے جو وضاحت کرے کہ آپ کیا کر رہے ہیں، کیوں، اور آپ آگے کہاں جا رہے ہیں۔

نوٹ کریں کہ آپ کو ایک اچھی ویڈیو کو ایک ساتھ رکھنے کے لئے پیشہ ورانہ سامان کی ضرورت نہیں ہے. بہت سے لوگ صرف اپنے اسمارٹ فونز کا استعمال کرتے ہوئے دلکش ویڈیوز بناتے ہیں۔ ایسا کرنے کے بارے میں بہت سارے ٹیوٹوریل موجود ہیں۔ اپنے آپ کو یوٹیوب پر تعلیم دیں.

2. **آپ کو اپنے نیٹ ورک میں کم از کم دس مثالی گاہکوں (دوست، ساتھی کارکن، وغیرہ) کی ایک فہرست کی ضرورت ہے جو آپ کے کام کے بارے میں پرجوش ہیں.** ان سے اپنے کک اسٹارٹر کو ان کے نیٹ ورکس کے ساتھ اشتراک کرنے کے لئے کہیں، جس کا مطلب ہے کہ ان کے دوست، ان کے چرچ کے گروپ، ان کے مداح، اور خاص طور پر ان کے سوشل میڈیا پیروکار۔ یہ گیند کو رول کرنے کے لئے کافی نمائش ہو گی۔

sambaraweb.com

سوفی کے پاس بہت زیادہ سامعین نہیں تھے۔ اس نے صرف اپنے ذاتی فیس بک پیج پر اپنی ویڈیو شیئر کی اور اپنے دوستوں کو بھی ایسا کرنے کے لئے کہا۔ یہ چیزوں کو آگے بڑھانے کے لئے کافی تھا.

3. **آپ کو کم از کم ایک مائیکرو انفلوئنسر کی ضرورت ہے جو ویڈیو کے پیغام کو پھیلانے میں مدد کر سکتا ہے۔** اب وقت آگیا ہے کہ باہر جا کر اس اثر و رسوخ کو تلاش کرنے کے لئے دروازے کھٹکھٹائیں۔ یہ فیس بک گروپ، انسٹاگرام، بلاگرز، یوٹیوبرز، یا پوڈکاسٹر ہوسکتے ہیں۔ ضرورت صرف یہ ہے کہ اس انفلوئنسر کے صفحے یا اکاؤنٹ پر کم از کم 10،000 آنکھیں ہوں۔ دس ہزار واقعی جادوئی تعداد ہے. اس سطح پر، انفلوئنسر اتنا بڑا نہیں ہے کہ وہ آپ کو نظر انداز کر دیں گے، لیکن وہ اتنے بڑے ہیں کہ ان کا اثر و رسوخ اس لفظ کو پھیلانے میں مدد کرتا ہے۔

سوفی کسی انفلوئنسر کو نہیں جانتی تھی، لہذا اس نے ایک ماحول دوست فیس بک گروپ کے رہنما سے رابطہ کیا جس کے 20،000 ارکان تھے۔ اس نے پوچھا کہ کیا وہ گروپ میں اپنے کک اسٹارٹر کے بارے میں بات کر سکتی ہے، اور وہ راضی ہوگئے۔ اس کمیونٹی نے سوفی کی کک اسٹارٹر مہم میں بھرپور حصہ لیا اور اس کی حمایت کی۔

کسی بھی کاروبار کی طرح، لوگ یہ جاننا چاہتے ہیں کہ آپ جو پیش کر رہے ہیں اس میں کیا مختلف ہے۔ کسی بھی مارکیٹنگ منصوبے کی طرح، صحیح لوگوں کے سامنے اپنی معلومات حاصل کرنے کے لئے جہنم کی طرح کام کرنا آپ کا کام ہے۔ ان لوگوں کی ہٹ لسٹ بنائیں جن سے آپ کو اس لانچ کے بارے میں شعور اجاگر کرنے کے لئے رابطہ قائم کرنے کی ضرورت ہے۔

سوفی نے مصنوعات کے پری آرڈر میں $25،000 سے زیادہ جمع کیے۔ وہ $5،000 سے زیادہ کی توقع کر رہی تھی، لہذا اسے واقعی ان احکامات کو پورا کرنے کے لئے جلدی کرنا پڑی! خوش قسمتی سے،

sambaraweb.com

کک اسٹارٹر کے ساتھ آپ کے پاس ایمیزون کے مقابلے میں تکمیل کے لئے تھوڑا سا زیادہ وقت ہے، لہذا وہ فراہم کرنے کے قابل تھا۔

کک اسٹارٹر استعمال کرنے کے لئے سب سے مددگار تربیت میں سے ایک ٹم فیرس کے بلاگ پر مفت دستیاب ہے۔ ٹم نے اس پوسٹ پر تمام اہداف کو توڑنے کے لئے مثالوں اور مخصوص الفاظ کے ساتھ ایک مہم کو دستاویزی شکل دی ہے:

www.tim.blog/kickstarter۔

انہوں نے اس سرمائے اور اس رفتار کو ایک کے بعد ایک مصنوعات کو متعارف کرانے کے لئے استعمال کیا، اور انہوں نے کک اسٹارٹر مہم سے ہونے والی نمائش کو زیادہ پریس حاصل کرنے کے لئے استعمال کیا۔

sambaraweb.com

اس کا مقامی علاقہ اور آن لائن. کچھ سال بعد، سوفی کا کاروبار قریب تھا
فروخت میں $10 ملین. $5،000 کے ہدف کے ساتھ شروع ہونے والے خیال کے لئے برا نہیں ہے!

اچھا قرض اور برا قرض

اگر آپ کو اپنی کمپنی کا ایک ٹکڑا چھوڑنے کا خیال پسند نہیں ہے اور کراؤڈ فنڈنگ بہت محنت طلب لگتی ہے تو، آپ کو پل پر لانے کے لئے قرض لینا آپ کا دوسرا آپشن ہے۔ لوگ عام طور پر قرض لینے کے خیال کے خلاف ہوتے ہیں، لیکن آپ خلا میں قرض پر غور نہیں کر سکتے ہیں۔ اچھا قرض اور برا قرض ہے. جس طرح آپ حساب لگاتے ہیں کہ قرض اچھا ہے یا برا ہے وہ یہ ہے کہ اسے کس طرح استعمال کیا جاتا ہے۔ اچھا قرض سرمایہ کاری پر منافع (آر او آئی) پیدا کرتا ہے، اور برا قرض صرف خرچ کردہ رقم ہے.

فینسی کار خریدنے کے لئے پیسے ادھار لینا قرض کا برا استعمال ہے۔ جیسے ہی آپ اسے لاٹ سے چلاتے ہیں تو گاڑی کی قیمت ختم ہو جاتی ہے، لہذا آر او آئی منفی ہے۔ آپ کا پیسہ اب آپ کے لئے کام نہیں کر رہا ہے۔ یہ ابھی چلا گیا ہے. لیکن، اگر آپ زیادہ شرح منافع کے ساتھ کچھ خریدنے کے لئے قرض کا استعمال کر رہے ہیں تو، یہ اچھا قرض ہے۔ یہ قرض آخر کار آپ کو پیسہ بنا دے گا. مثال کے طور پر، اگر آپ گھر خریدنے کے لئے قرض لیتے ہیں، اور آپ منافع پر گھر کرایہ پر لیتے ہیں، تو یہ ایک اچھا استعمال کا قرض ہے.

سستے قرضوں کے لئے بینک کے قرضے آپ کی بہترین شرط ہیں، اور سمال بزنس ایڈمنسٹریشن دنیا میں کم لاگت قرض وں کے بہترین ذرائع میں سے ایک ہے۔ اس کی خامی؟ وقت. منظوری حاصل

sambaraweb.com

کرنے میں مہینوں لگ سکتے ہیں۔

اچھے قرض کا ایک ممکنہ ذریعہ Kabbage.com ہے، جو کاروباری اداروں کے لئے کراؤڈ فنڈڈ قرضوں کی پیش کش کرتا ہے۔ تاہم، یہ احتیاط سے استعمال کیا جاتا ہے، کیونکہ اس میں واقعی اعلی شرح سود ہے - اکثر، 20 سے 30 فیصد کے درمیان. آپ ایسی سروس کیوں استعمال کریں گے جو اتنی مہنگی ہے؟ کیونکہ یہ اب بھی انوینٹری ختم ہونے سے کم مہنگا ہے۔

اگر آپ 20 فیصد کی شرح سے رقم ادھار لینے جا رہے ہیں کیونکہ آپ اس رقم کو $10 میں انوینٹری خریدنے اور اسے $50 میں فروخت کرنے کے لئے استعمال کرنے جا رہے ہیں تو، اب آپ نے 500 فیصد واپسی کے لئے 20 فیصد شرح سود کا کاروبار کیا ہے۔ زیادہ تر وقت یہ ایک بہت اچھی تجارت ہے.

میں اپنے کاروبار میں اسٹریٹجک قرض استعمال کرتا ہوں جب میں اپنے آر او آئی کی قابل اعتماد پیش گوئی کر سکتا ہوں۔ اگر مجھے معلوم ہے کہ میں اپنی انوینٹری فروخت کرنے جا رہا ہوں اور اس خریداری پر 200 فیصد آر او آئی حاصل کروں گا، تو قرض پر 10 فیصد یا اس سے زیادہ ادا کرنا سمجھ میں آتا ہے. یہ کاروبار کے دوسرے شعبوں میں استعمال کرنے کے لئے بہت ساری نقد رقم کو آزاد کرتا ہے۔

sambaraweb.com

اگر آپ ایمیزون پر فروخت کرتے ہیں یا اپنے آن لائن اسٹور کے لئے Shopify استعمال کرتے ہیں تو، یہ خدمات اکثر کم از کم چھ سے بارہ ماہ کی فروخت کی تاریخ والے کاروباروں کے لئے فنڈنگ کے اختیارات جاری کرتی ہیں۔ ایمیزون کے پروگرام کو (متوقع طور پر) ایمیزون لینڈنگ کہا جاتا ہے، اور یہ قرض کے بہترین ذرائع میں سے ایک ہے کیونکہ یہ سستی اور تیز ہے۔ تاہم، یہ آپشن آپ کے لئے دستیاب ہونے سے پہلے آپ کو ایمیزون پر مستقل طور پر فروخت کرنا ہو گا۔

قرض کے لئے ایک انتباہ

اگرچہ قرض میں فطری طور پر کچھ بھی غلط نہیں ہے، لیکن میں کسی کو بھی کسی خیال کے آغاز میں ہی قرض کا استعمال کرنے کے خلاف متنبہ کروں گا - غیر ثابت شدہ تصور کے لئے قرض لینا مالی تباہی کا ایک تیز راستہ ہے۔

ایف یو بی یو کے سی ای او اور شارک ٹینک کے باقاعدہ سرمایہ کار ڈیمنڈ جان نے سرمایہ دارانہ کانفرنس میں اسٹیج پر بات کی۔ انہوں نے وضاحت کی کہ کس طرح قرض ایک کاروبار کو مفلوج کر سکتا ہے۔ اگر آپ کسی کاروبار کے لئے $100،000 نکالتے ہیں تو، کبھی بھی فروخت کیے بغیر اسٹور فرنٹ اور پیکیجنگ سے توجہ ہٹانا آسان ہے۔ قرض لینے کے لئے اس وقت تک انتظار کریں جب تک کہ آپ کے پاس متوقع فروخت نہ ہو۔

میری سب سے مشہور یوٹیوب ویڈیوز میں سے ایک غیر فعال آمدنی پیدا کرنے کے لئے قرض کا استعمال کرنے کے بارے میں ہے. یہ اس سے فائدہ اٹھانے کے بارے میں ایک ویڈیو ہے جسے میں آر او آئی ثالثی کہتا ہوں۔ مثال کے طور پر، یہ آپ کے گھر کے خلاف قرض لے رہا ہے، ایک ایسی ویب

sambaraweb.com

سائٹ خریدنے کے لئے جو غیر فعال آمدنی میں ہر سال 25 فیصد پیدا کر رہا ہے. 25 فیصد کمانے کے لئے 5 فیصد قرض لینا قرض کا اچھا فائدہ ہے۔

اسے خرچ کرنے کے لئے قرض لینا یا قیاس آرائی وں میں سرمایہ کاری کرنے کے لئے رقم ادھار لینا برا قرض ہے۔ مثال کے طور پر، کرپٹو کرنسی میں خریداری ایک قسم کی قیاس آرائی ہے۔ لوگ کہیں گے کہ وہ کرپٹو کرنسیوں میں "سرمایہ کاری" کر رہے ہیں۔ نہیں، وہ قیمت کے اوپر اور نیچے جانے کے بارے میں قیاس آرائیاں کر رہے تھے۔ یہ جوا ہے.

جب آپ کے پاس ایسی مصنوعات ہوتی ہے جو ابھی تک گاہکوں کے لئے قابل فروخت ثابت نہیں ہوئی ہے تو، آپ قیاس آرائیاں کر رہے ہیں۔ آپ اندازہ لگا رہے ہیں. اپنے گھر کے خلاف قرض لینے یا کاروباری قرض لینے کا یہ ایک برا وقت ہے۔ میں ایک نیا کاروبار شروع کرنے کے لئے قرض میں جانے کی سفارش نہیں کرتا. اپنے کاروبار کو برقرار رکھنے اور بڑھانے کے لئے قرض کا استعمال کریں، یہ جانتے ہوئے کہ ادائیگیاں مستقبل کی فروخت سے باہر آئیں گی۔

میرے ایک طالب علم اور کاروباری ساتھی سرمایہ کاری بینکاری
کا پس منظر رکھتے ہیں، اور انہوں نے دیکھا

sambaraweb.com

وہ چیلنج جو نئے کاروباری افراد کو اپنی انوینٹری کی فنڈنگ کرتے وقت درپیش ہوتا ہے۔ انہوں نے اپنے کچھ سرمایہ کاری بینکاری دوستوں کو اکٹھا کیا اور ایک ایسی کمپنی شروع کی جو کاروباری افراد کو وہ سرمایہ فراہم کرنے کے لئے ڈیزائن کی گئی تھی جس کی انہیں "انوینٹری ہمپ" سے گزرنے کی ضرورت ہے۔ وہ کاروباری شخص کے لئے تناؤ پیدا کیے بغیر فروخت کنندگان کو سستی سرمایہ تیزی سے حاصل کرنے میں مہارت رکھتے ہیں۔ مجھے یہ پسند ہے جب ایک کاروباری شخص کسی مسئلے کو دیکھتا ہے اور جیت جیت کا حل تخلیق کرتا ہے - یہ عمل میں سرمایہ دارانہ نظام ہے! آپ Capitalism.com/funding پر اس طرح کے فنڈنگ کے اختیارات تلاش کر سکتے ہیں۔

ایک بار جب آپ کے پاس متوقع فروخت ہوتی ہے تو، آپ جانتے ہیں کہ آپ کے کاروبار میں آر او آئی ہے۔ اب آپ اس میں مزید سرمایہ کاری کر سکتے ہیں. یہ وہ وقت ہوتا ہے جب کاروبار کو بڑھانے کے قابل ہونے کے لئے پیسہ اکٹھا کرنا، سب کچھ کرنا، یا قرض لینا ایک اچھا خیال ہے۔ لیکن اس وقت تک نہیں. دونوں کے درمیان فرق کی ایک خلیج ہے.

نوٹ کرنے والی ایک اور بات یہ ہے کہ قرض کو ہمیشہ انوینٹری کو بڑھانے میں جانا چاہئے، نہ کہ اشتہارات یا دیگر اخراجات میں۔ قرض واپس کرنا پڑتا ہے، لہذا اسے متوقع اخراجات پر استعمال کریں.

sambaraweb.com

آپ کو اشتہارات پر آر او آئی کی ضمانت نہیں ہے۔ لیکن اگر آپ کی انوینٹری کو فروخت کرنے کی ضمانت دی گئی ہے تو، آپ کو یقین ہو سکتا ہے کہ آپ اس انوینٹری کو خریدنے کے لئے لئے گئے قرض کو طے کرنے کے قابل ہوں گے۔

کیسے جانیں کہ آپ کو پیسے کی ضرورت ہے

پیسہ ایک ایمپلیفائر ہے، جادو کی چھڑی نہیں۔ اگر آپ کے پاس ایک برا خیال ہے تو، پیسہ صرف اس برے خیال کو بڑھاتا ہے۔ اگر یہ ایک اچھا خیال ہے تو، یہ اس خیال کو نئے گاہکوں تک پھیلا سکتا ہے۔ تو آپ فرق کیسے جانتے ہیں؟

آپ کے لئے میرا پہلا سوال: کیا آپ نے ثابت کیا ہے کہ آپ متوقع طور پر پلٹ سکتے ہیں $10،000 میں کم از کم $20،000؟ مجھے انوینٹری کے اپنے پہلے راؤنڈ کو جاری کرنے سے فروخت کے اعداد و شمار دکھائیں۔ پیسے کو ایک اسٹریٹجک وجہ کی ضرورت ہے، اور اسے آر او آئی فراہم کرنے کی ضرورت ہے. اس پیسے کے استعمال کے نتیجے میں زیادہ منافع بخش، زیادہ کامیاب کاروبار کیسے ہو گا؟

sambaraweb.com

میرا دوسرا سوال: آپ اپنی فروخت کیسے لے رہے ہیں؟ اگر آپ کے پاس بلٹ ان سامعین ہیں (کسی انفلوئنسر یا سوشل میڈیا فالوورز سے) تو، آپ کک اسٹارٹر یا نجی فروخت کے طور پر تمام $ 10،000 کی مصنوعات کو پہلے سے فروخت کرنے کے قابل ہوسکتے ہیں۔ پری آرڈر لیں اور اس رقم کو اپنے اسٹاک کو خریدنے کے لئے استعمال کریں، اور پھر بل کو براہ راست اپنے گاہکوں کو پاس کریں۔

اگر آپ کو طلب کو برقرار رکھنے میں دشواری ہو رہی ہے، یا اگر آپ بڑے پیمانے پر جانا چاہتے ہیں اور زیادہ رقم کی سرمایہ کاری کرنے کا معقول منصوبہ بنانا چاہتے ہیں تو، آپ ایک سرمایہ کار کو اپنا موقع پیش کرسکتے ہیں۔ جب آپ ایک اچھے سرمایہ کار کے لئے خریداری کر رہے ہیں تو، آپ Kabbage.com اور اپ فنڈ جیسی کمپنیوں سے چھوٹے مائیکرولون کے ساتھ کاروبار کو فنڈ کرسکتے ہیں۔

اگر آپ نہیں جانتے کہ کس راستے پر جانا ہے، تو قرض میں نہ جائیں. اپنی قیمت بڑھائیں. فنڈنگ حاصل کرنے کے بجائے زیادہ منافع پر توجہ مرکوز کریں۔ جب شک ہو تو *انتظار کریں*. ان سرمایہ کاروں کی ایک فہرست بنائیں جن کے ساتھ آپ کام کرنا چاہتے ہیں، اور انہیں بتائیں کہ آپ کیا کر رہے ہیں۔ پھر، موقع کو خود کو پیش کرنے کی اجازت دینے کے لئے وقت نکالیں۔ ہو سکتا ہے کہ آپ راستے میں کسی بااثر شخص سے ملیں، اور آپ جانتے ہیں کہ یہ انوینٹری کی رکاوٹوں کا سبب بنے گا۔ ہو سکتا ہے کہ آپ کو کسی بڑے نیوز آؤٹ لیٹ نے اٹھایا ہو، اور اس سے انوینٹری پر دباؤ پڑتا ہے۔ اس وقت آپ اپنی سرمایہ کاروں کی فہرست پر کال کرتے ہیں۔

سب سے بڑھ کر، فروخت اور اپنی مصنوعات کو ثابت کرنے پر توجہ مرکوز کریں. زیادہ تر لوگ پیسے کا انتظار کر رہے ہیں تاکہ وہ حرکت کر سکیں۔ حقیقت میں، ان کے پاس یہ پسماندہ ہے: پیسہ تحریک کی پیروی کرتا ہے.

sambaraweb.com

آپ کے کاروبار کی فنڈنگ آپ کی مصنوعات کو آگے بڑھانے کے لئے پیسہ حاصل کرنے کا معاملہ

نہیں ہے بلکہ آپ کی ضرورت کے پیسے کو راغب کرنے کے لئے کافی رفتار پیدا کرنے کا معاملہ ہے.
تاہم، اگر آپ اگلے ابواب میں اقدامات پر عمل کرتے ہیں، تو یہ رفتار بہت تیزی سے بڑھ جائے گی.

Entrepreneur Spotlight: AJ Patel

Back in 2013, AJ was looking for a new opportunity. For ten years he'd tried his hand at an array of businesses, with ups and downs, some success, and a lot of failures. In high school he had a web hosting business that made $5,000 a month. Then in college, he made six figures doing internet marketing. But both those businesses fell away.

sambaraweb.com

2013 تک، وہ کچھ نیا کرنے کے لئے تیار تھا. وہ جسمانی مصنوعات فروخت کرنے میں اپنا ہاتھ آزمانا چاہتا تھا۔

اے جے نے ریاستہائے متحدہ امریکہ میں کسی ایسی چیز کی تلاش کی جو وہ واقعی پیچھے رہ سکے۔ جب وہ جوان تھا تب سے ہی اس کی جلد کے ساتھ مسائل تھے، اس نے جلد کی دیکھ بھال کی مصنوعات کی ایک لائن شروع کی۔ بہت مانگ تھی، اور وہ گاہک سے تعلق رکھ سکتا تھا.

انہوں نے آرگن آئل کے ساتھ ایمیزون پر فروخت کرنے کا طریقہ سیکھکر آغاز کیا- ایک قدرتی جلد اور بالوں کی دیکھ بھال کی مصنوعات۔

لانچ کے دو ہفتے بعد، وہ ایک دن میں $1،000 کما رہا تھا.

وہ جانتا تھا کہ یہ وہی ہے. لوگ دراصل وہی خرید رہے تھے جو وہ بیچ رہا تھا۔ انہوں نے آگ میں ایندھن شامل کرنے کا فیصلہ کیا: انہوں نے ایک دوسری پروڈکٹ شروع کی اور کاروبار کو بڑھانے کے لئے $40،000 کریڈٹ کارڈ اور ذاتی قرض کے ساتھ سب کچھ کیا.

میں نے پہلے کہا تھا کہ میں قرض کے خلاف ہوں، لیکن یہ ایک ایسے وقت کی ایک مثال ہے جب قرض نے ایک کاروباری شخص کے لئے بہت اچھا کام کیا. اے جے کے جوئے نے بڑی قیمت ادا کی: تقریبا تین ماہ کے بعد، وہ اس سے زیادہ کما رہا تھا

100,000 ڈالر ماہانہ اور ایک ملین ڈالر سال کے لئے ٹریک پر تھا. اور اپنی پہلی آرگن تیل کی فروخت کے صرف تیرہ ماہ بعد، انہوں نے اس ملین ڈالر سالانہ کے نشان سے کہیں زیادہ اضافہ کیا تھا۔ وہ ہر مہینے سات اعداد و شمار بنا رہے تھے۔

اے جے کا راستہ اس کی ٹھوکروں کے بغیر نہیں تھا۔ اس پہلے سال میں، انہوں نے کاروبار میں سب کچھ کرنے کی کوشش کی، جو ایک حقیقی سیکھنے کا تجربہ تھا۔ آخر کار اسے احساس ہوا کہ اکیلے جانا قابل عمل نہیں تھا۔ اسے مدد کی ضرورت تھی۔ اس نے بھرتی کرنا شروع کیا، یہ

sambaraweb.com

دریافت کرتے ہوئے کہ کامیاب ہونے کے لئے آپ کو واقعی ایک اچھی ٹیم کی ضرورت ہے جو اجتماعی طور پر آپ سے زیادہ ہوشیار ہو۔ "بنیادی طور پر،" انہوں نے مجھ سے کہا، "آپ کو ایک ایسی ٹیم کی ضرورت ہے جو آپ کی کمزوریوں پر پردہ ڈالے۔

جیسے جیسے کاروبار بڑھتا گیا، اس نے اپنی ٹیم کو تیزی سے تعمیر کیا، کام تفویض کرنے میں تیز تر ہو گیا، اور ایک بہتر رہنما بننا سیکھا۔ انہوں نے اسکیل ایبل انفراسٹرکچر پر توجہ مرکوز کی، چھ ماہ یا ایک سال میں درکار وسائل کے بارے میں سوچتے ہوئے، تاکہ وہ صحیح لوگوں کی خدمات حاصل کرنے میں آگے بڑھ سکیں۔

چند سالوں کے بعد، اے جے کے برانڈ میں بیس کے قریب مصنوعات تھیں۔ ہر نئی شے جو وہ جانتا تھا کہ اس کے صارفین چاہتے ہیں: قدرتی جلد کی دیکھ بھال کی مصنوعات کا ایک وسیع انتخاب. انہوں نے ڈیوڈرنٹ، موسچرائزرز اور ٹونر شامل کیے اور یہ دیکھنے پر توجہ دی کہ مارکیٹ کس طرح ردعمل ظاہر کرتی ہے۔

sambaraweb.com

جوں جوں ان کا کاروبار پختہ ہوتا گیا، ویسے ویسے نئی مصنوعات شامل کرنے کا ان کا عمل بھی بڑھتا گیا۔ یہ اندازہ لگانے کے بجائے کہ اس کے صارفین کیا چاہتے ہیں اور پھر فروخت کی پیمائش کرتے ہیں، انہوں نے فعال طور پر اپنی مصنوعات کے انتخاب کو اپنے برانڈ کی اقدار کے ساتھ ہم آہنگ کیا۔ انہوں نے اپنے پروڈکٹ پورٹ فولیو کو قریب سے دیکھا اور اسے تبدیل کیا، مصنوعات کے اجزاء کی فہرست کو صاف کیا، ہر چیز کو واقعی قدرتی بنا دیا، اور برانڈنگ کو تازگی بخشی۔

انہوں نے کہا، "ان دنوں، آپ جو بھی بناتے ہیں اس میں مضبوط برانڈ جزو ہونا ضروری ہے۔" مجھے نہیں لگتا کہ جب میں نے 2013 میں شروعات کی تھی تو یہ ضروری طور پر سچ تھا. ان دنوں، آپ کو صرف مصنوعات پر مبنی کاروبار سے آگے جانا ہو گا. آپ کو اپنی وجہ پر توجہ مرکوز کرنی ہو گی."

اپنے برانڈ کی کامیابی اور اپنی ٹیم کی حمایت کے ساتھ، اے جے کئی سالوں میں چار مزید کاروبار شروع کرنے کے قابل تھا۔ ان میں سے ایک ٹری نووا تھا، جو گھر، آٹو اور کشتی کی مصنوعات فروخت کرنے والا ایک برانڈ تھا، جسے اس نے 2016 کے آخر میں بہت متاثر کن ڈالر کی رقم میں فروخت کیا تھا۔

لیکن ٹرینو وا فروخت کرنے سے پہلے ہی، اس نے پالتو جانوروں کے سپلیمنٹس برانڈ کا آغاز کیا، اور پھر اپنے پورٹ فولیو میں صحت اور تندرستی کے سپلیمنٹ شامل کیے۔ یہ برانڈز نجی ایکویٹی فرم سے دلچسپی حاصل کرنے کے لئے کافی کامیاب تھے۔ انہوں نے ملکیت کا ایک اچھا حصہ رکھتے ہوئے اور بورڈ آف ڈائریکٹرز میں رہتے ہوئے ایک حصہ نجی ایکویٹی میں تقسیم کیا، تاکہ وہ ہر ممکن مدد کر سکیں۔

sambaraweb.com

حال ہی میں، انہوں نے ہموار وائٹنگ کے نام سے ایک برانڈ لانچ کیا، جو مردوں کی داڑھی

اور بالوں کی دیکھ بھال کی مصنوعات فروخت کرتا ہے۔ انہوں نے دوسرے کاروباروں میں سرمایہ کاری کرنے کے لئے اپنی نجی ایکویٹی کمپنی بھی شروع کی۔ یہ سب ایمیزون پر اپنی پہلی پروڈکٹ فروخت کرکے شروع ہوا۔

اے جے نے کہا کہ لوگ ہمیشہ ناکامی سے ڈرتے ہیں، لیکن ناکامیاں واقعی قیمتی بصیرت اور سبق فراہم کرسکتی ہیں، جس سے آپ کو زیادہ اعتماد ملتا ہے۔ "زیادہ تر لوگ کارروائی نہیں کرتے کیونکہ وہ پیسے کھونے یا ان کے بارے میں کوئی کیا کہہ سکتا ہے اس سے ڈرتے ہیں. لیکن جب آپ کارروائی کرتے ہیں، تو آپ کم از کم کچھ سیکھیں گے، بھلے ہی آپ پیسے نہ کمائیں۔

ہر سال، اے جے ایک سال پہلے کے مقابلے میں زیادہ سیکھتا ہے۔ کسی بھی چیز سے زیادہ، انہوں نے سیکھا ہے کہ کامیابی واقعی لوگوں پر آتی ہے. لوگ آپ کو کاروبار کو بڑھانے میں مدد کرتے ہیں ، اور یہی وہ چیز ہے جس نے اسے ایک ہی وقت میں پانچ مختلف برانڈز چلانے کی اجازت دی، اور اس بات کو یقینی بنایا کہ وہ برانڈز اس کی وجہ سے مطابقت رکھتے ہیں۔

sambaraweb.com

6

مرحلہ چار: ڈیک کو اسٹیک کریں

I اکیس سال کا تھا جب میں نے مشہور کاروباری شخصیت گیری وینر چک کی پیروی کرنا شروع کی۔ میں نے ابھی کالج سے گریجویشن کیا تھا، اور میں خود کو دریافت کرنے کے اس دور میں تھا، سمت تلاش کرنے کے لئے واقعی سخت کوشش کر رہا تھا. میرا زندگی بھر کا خواب کلیو لینڈ انڈینز کا مالک ہونا تھا، لیکن مجھے اندازہ نہیں تھا کہ میں وہاں کیسے پہنچوں گا۔

اسی دوران میں نے ایک کانفرنس میں ایک شخص کو اعلان کرتے ہوئے دیکھا کہ وہ نیو یارک جیٹس کا مالک بننے کا ارادہ رکھتا ہے۔

sambaraweb.com

میں نے توجہ مبذول کروائی۔ یہ لڑکا مجھ سے دس سال بڑا ہے، اور اسی مقصد کے دس سال قریب ہے جو میں نے سوچا تھا. میں صرف یہ دیکھنے جا رہا ہوں کہ وہ کیا کرتا ہے. شاید وہ راستے پر کچھ روشنی ڈال سکے۔

میں نے اس کے بعد سے گیری کو قریب سے دیکھا ہے، اور وہ ان پہلے مہمانوں میں سے ایک تھے جنہیں میں نے پہلی سرمایہ دارانہ کانفرنس میں بک کیا تھا۔ میں یہ جاننا چاہتا تھا کہ کھیلوں کی ایک بڑی فرنچائز کے مالک ہونے کا اس کا منصوبہ کیا تھا۔ میں نے جو دریافت کیا وہ یہ ہے کہ اس کی پوری توجہ انجن کی تعمیر پر ہے جو اسے اربوں ڈالر مالیت کے برانڈز بنانے اور حاصل کرنے کی اجازت دیتا ہے۔

جب آپ کے حق میں ڈیک اسٹیک کرنے کی بات آتی ہے تو، گیری سے بہتر کوئی نہیں ہے۔ انہوں نے مواد فراہم کرنے اور سامعین کی تعمیر میں سالوں گزارے جو ان کی پیروی کرتے ہیں اور ان پر اعتماد کرتے ہیں۔ یہ مواد اسے فائدہ، نمائش، اور، سب سے اہم، تعلقات فراہم کرتا ہے. سادہ الفاظ میں، اس کی انگلیوں پر وسائل ہیں جن سے وہ کسی بھی برانڈ کو چھونے یا اس کی پیمائش کرنے میں مدد کر سکتا ہے۔

گیری کی حکمت عملی کے بارے میں جو چیز مجھے سب سے زیادہ متاثر کرتی ہے وہ یہ ہے کہ وہ برانڈز لانچ کرنے کے لئے اپنے سامعین کا استعمال کر سکتے ہیں۔ درحقیقت، انہوں نے اس فائدہ کو لانچ کرنے کے لئے استعمال کیا ہے۔

sambaraweb.com

اسپیکنگ بیورو، ایک اسپورٹس ایجنسی، اور کئی مشاورتی ایجنسیاں. جب انہوں نے اپنی وائنری، ایمپیتھی وائنز لانچ کی، تو میں ایک بڑا آرڈر دینے والے پہلے لوگوں میں سے ایک تھا۔ انہوں نے کہا کہ میں گیری کا انٹرویو لینے کے لیے نیویارک شہر بھی گیا تھا، جہاں انہوں نے میرے لیے حکمت عملی کو از سر نو ترتیب دیا: "مجھے پہلے سے موجود ناظرین میں سے کسی کو بھی فروخت ہونے والی کسی بھی مصنوعات کے گاہکوں میں تبدیل کرنے کی کوئی توقع نہیں ہے۔ اس کے بارے میں سوچیں - میں زیادہ تر مواد مفت میں دیتا ہوں. بدلے میں میں نے جتنی فروخت کی ہے وہ اس مواد کو متوازن کرنے کے قریب بھی نہیں آتی جو میں دیتا ہوں۔

"میں نے مواد ڈالنے کی خاطر مواد پیش کیا۔ میں اپنے سامعین کو اپنی مصنوعات پر غور کرنے کے لئے کہہ رہا ہوں اگر وہ پہلے سے ہی جوتے یا شراب کے لئے مارکیٹ میں ہیں، لیکن مجھے تبدیلی کی کوئی توقع نہیں ہے۔ یہی وجہ نہیں ہے کہ میں مواد ڈال رہا ہوں. درحقیقت، جن ہکسٹرز کا میں مذاق اڑاتا ہوں، جو پہلے ہی لمحے سے اپنے سامعین کو بہت ساری مصنوعات فروخت کر رہے ہیں - وہ اصل میں مختصر مدت میں مجھے مار رہے ہیں. ان کی فروخت مجھے کچل دیتی ہے۔

"میں مختصر مدت کے لئے اس میں نہیں ہوں. میں چاہتا ہوں کہ میرے سامعین میری آخری رسومات میں شریک ہوں۔ اور میرا مطلب یہ ہے. مجھے اپنے ناظرین کے پیسے کی ضرورت نہیں ہے. میں ان لوگوں کو ایمپیتھی وائن کی مزید بوتلیں فروخت کرنے جا رہا ہوں جنہوں نے میرے بارے میں کبھی نہیں سنا ہے۔ لیکن ویز میڈیا کی تعمیر اسی طرح ہے جس طرح میں ایمپیتھی کے لئے ڈرامے کو ترتیب دے رہا ہوں، اور ان برانڈز کے لئے جو میں مستقبل میں خریدتا ہوں۔

مجھے احساس ہوا کہ گیری اسے وہاں موجود ہر شخص سے بہت مختلف طریقے سے کھیل رہا تھا۔ "تم خوش رہنا چاہتے ہو؟" وصول کرنے کی توقع کے بغیر دے دیں،" انہوں نے کہا. "کیا آپ واقعی ناخوش ہونا چاہتے ہیں؟ صرف اس توقع کے لئے دیں کہ لوگ آپ کو بدلے میں کچھ دیں گے۔ انسان اس

sambaraweb.com

طرح کام نہیں کرتا۔ ایسا نہیں ہو گا۔"

یہ سچ ہے کہ گیری اپنے ناظرین سے بہت کم توقع رکھتے ہیں - آخر کار، ان کی پیروی صرف شراب سے محبت کرنے والوں کی پیروی نہیں کرتی ہے - لیکن ناظرین اب بھی ہزاروں شراب کی بوتلوں کی فروخت کا حکم دینے کی طاقت رکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ، اس نے جو تعلقات بنائے ہیں اس نے اس برانڈ کے لئے دروازے کھول دیے ہیں. میرے ساتھ پوڈکاسٹ انٹرویو میں، ایمپیتھی وائنز کے سی ای او جوناتھن ٹراؤٹ مین نے مجھے بتایا کہ اس کی حکمت عملی گیری کے سامعین پر منحصر نہیں تھی، بلکہ اس نے یقینی طور پر مردہ صفر سے شروع کرنے کے بجائے پہلی چنگاری کو روشن کیا۔

شراب، یقیناً، اب بھی اچھی ہونی چاہئے، اور برانڈ کو اپنے آپ پر کھڑا ہونے کی ضرورت ہے، لیکن اس کے سامعین مصنوعات کو الماریوں سے ہٹانے کے لئے ابتدائی "چنگاری" کے طور پر کام کرتے ہیں. اسی طرح جیسے ٹم فیرس اپنے پوڈکاسٹ پر اس کے بارے میں بات کرکے کسی برانڈ کو نقشے پر رکھ سکتے ہیں، گیری اسے اپنے ساتھ کر سکتا ہے۔

sambaraweb.com

سامعین - بھلے ہی مصنوعات اس کے پورے سامعین کے لئے مکمل طور پر تیار نہ ہو۔ یہ تھوڑی سی توجہ حاصل کرنے کی طاقت ہے.

الکحل برانڈز نے اربوں ڈالر میں فروخت کیا ہے (جارج کلونی کا ٹکیلا برانڈ، کاسامیگوس، لانچ کے صرف چار سال بعد ایک ٹھنڈے بلین ڈالر میں فروخت کیا گیا تھا)، تاکہ "چنگاری" وہ شعلہ بن سکے جو گیری نیویارک جیٹس خریدتا ہے۔

گیری کی طرح، میں اپنے پوڈکاسٹ پر اپنے تمام بہترین مواد مفت میں پوسٹ کرتا ہوں۔ آپ ان کے ساتھ میری گفتگو کے ساتھ ساتھ Capitalism.com/best میں ایمپیتھی وائنز کے سی ای او کے ساتھ انٹرویو بھی سن سکتے ہیں۔

آپ کو اپنے کاروبار کے کورس کو مکمل طور پر تبدیل کرنے کے لئے گیری کے سائز کے سامعین بنانے کی ضرورت نہیں ہے۔ اگر آپ اس کا صرف ایک چھوٹا سا حصہ کرتے ہیں جس کا ہم اگلا خاکہ پیش کرتے ہیں تو، آپ اپنی کمپنی کو فوری طور پر نقشے پر لانے کے لئے خود کو ترتیب دیں گے، روزانہ پچیس فروخت (اور آخر کار روزانہ 100 فروخت) کی طرف دوڑیں گے، اور اپنا پہلا سال مکمل ہونے سے پہلے ملین کو صاف کریں گے۔

sambaraweb.com

گرائنڈ میں خوش آمدید

اگر ہم پیسہ کمانا واقعی آسان بنانا چاہتے ہیں، تو ہم اسے دو مراحل تک ابال سکتے ہیں: اسے بیچنے اور فروخت کرنے کے لئے کچھ منتخب کریں. زیادہ تر لوگ کبھی بھی یہ فیصلہ کرنے کے پہلے مرحلے کے ذریعے نہیں پہنچپاتے ہیں کہ کیا فروخت کرنا ہے۔ اس کے بجائے، وہ اپنا وقت 9 سے 5 نوکری کی شکل میں فروخت کرتے ہیں۔

یہ فیصلہ کرنا کہ آپ کا کاروبار کیا فروخت کرنے جارہا ہے، آپ کے گاہک کون ہوں گے، اور آپ کی مصنوعات بنانا کوئی چھوٹا کام نہیں ہے. یہی وجہ ہے کہ زیادہ تر لوگ کبھی بھی اس مقام تک نہیں پہنچ پاتے۔ جب آپ یہ فیصلے کرتے ہیں، تو آپ تقریبا آدھے گھر پر ہوتے ہیں. تاہم، جیسا کہ پرانی کہاوت ہے، کچھ بھی واقعی نہیں ہوتا ہے جب تک کہ کچھ فروخت نہ ہو جائے۔

اس وقت تک سب کچھ صرف کھیل میں داخل ہو رہا ہے. آپ کے پاس فروخت کرنے کے لئے ایک مصنوعات ہے. اب، کھیل کھیلنے کا وقت ہے. فی الحال، آپ نہیں جانتے کہ کھیل کو کس طرح کھیلنا ہے، لہذا کھیل کے پہلے چند مہینے مشکل ہیں۔

sambaraweb.com

اس وقت کے دوران، آپ ممکنہ طور پر ہر تفصیل پر غور کریں گے، اور آپ ہر فیصلے پر غور کریں گے۔ جب افراتفری آپ تک پہنچنا شروع ہو جائے تو، اس حقیقت میں امن حاصل کریں کہ آپ کا مقصد ناقابل یقین حد تک آسان ہے۔ اس مدت کے دوران آپ کا واحد کام فروخت لینا ہے۔ بس یہی ہے. آپ اسے پیچیدہ بنانے، مختلف لوگوں کے مشورے پر عمل کرنے، یا پیچیدہ فروخت کے نظام بنانے کے لئے لالچ محسوس کریں گے. آپ مارکیٹنگ بلاگز پڑھنے اور آپ کی گود میں آنے والے ہر موقع کا تعاقب کر کے توجہ ہٹانا چاہیں گے۔

لیکن آپ کے پاس صرف ایک کام ہے: فروخت کریں.

جب بھی میں تناؤ محسوس کرتا ہوں، میں اپنے آپ کو یاد دلاتا ہوں کہ کاروبار میں میرا کام فروخت کرنا ہے. اگر میرا دن برا گزر رہا ہے تو، میں اکثر ممکنہ گاہکوں کی ایک فہرست بناؤں گا، یا سوشل میڈیا پر کچھ ڈالوں گا جو میری مصنوعات میں سے ایک کے بارے میں بات کرتا ہے۔ پھر، میں ان گاہکوں کو ذاتی طور پر کال کرتا ہوں، انہیں ای میل کرتا ہوں، یا انہیں ایک پیغام بھیجتا ہوں. میرا مقصد ایک فروخت لینا ہے. یہ بیان کرنا مشکل ہے کہ یہ میرے دن کو کتنا بدل سکتا ہے۔

بعض اوقات، آپ کو توجہ مرکوز کرنے کے لئے بہت چھوٹا سوچنا پڑتا ہے، لیکن ایسا کرنے سے رفتار پیدا ہوتی ہے جو بہت تیزی سے بڑھتی ہے. فی الحال آپ کی توجہ فروخت لینے پر 100 فیصد ہے، اور آپ کو ان آرڈرز کو لینے کے لئے ضروری کام کرنے کے لئے "بڑی سوچ" کا مقابلہ کرنا ہو گا۔

شکر ہے، میں نے اس عمل کے ذریعے سیکڑوں کاروباری افراد کو تربیت دی ہے، اور میرا یقین کریں، یہ بہت مشکل ہوا کرتا تھا. یہ ہوا کرتا تھا کہ کاروباری افراد صرف اپنی تیار کردہ مصنوعات کو فروخت لینے کے لئے کافی لوگوں کے سامنے حاصل کرنے میں تین سے چار مہینے صرف کرتے تھے۔ آج ہم بہتر جانتے ہیں. آج ہم جانتے ہیں کہ ہم "دی گرائنڈ" کو تیس دن یا اس سے بھی کم وقت میں مکمل کر سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

ہم ایسا "ڈیک کو اسٹیکنگ" کر کے کرتے ہیں۔

پہلے دن سے فروخت کی ضمانت کیسے دیں

پہلے دن آپ کی مصنوعات کی فروخت کی ضمانت دینے کے لئے آپ کو سوشل میڈیا کی مشہور شخصیت بننے کی ضرورت نہیں ہے، یا یہاں تک کہ پیروی کرنے کی بھی ضرورت نہیں ہے۔ کارڈ کو اپنے حق میں رکھنے کے لئے آپ کو صرف کافی آنکھوں کی ضرورت ہے۔

یہی وہ چیز ہے جس نے مجھے یہ تین الفاظ کہنے پر مجبور کیا: "مجھے یوگا سے محبت ہے۔

میں حالیہ تاریخ کا پہلا شخص یا یہاں تک کہ لاکھوں واں شخص نہیں ہوں جس نے سوشل میڈیا پر یہ تین الفاظ کہے۔ تاہم، میرے کاروبار پر ان کے اثرات کا حساب نہیں لگایا جا سکتا تھا. وہ تین الفاظ تھے

sambaraweb.com

بنیادی طور پر مجھے زیادہ سے زیادہ لوگوں کے سامنے لانے کے لئے کافی ہے جتنا مجھے ایک کامیاب اور منافع بخش برانڈ لانچ کرنے کی ضرورت تھی۔

2013 میں، میں بہت سے نئے کاروباری افراد کے ساتھ کام کر رہا تھا جو کاروبار شروع کرنے کے موقع کے بارے میں پرجوش تھے. تاہم، وہ کبھی کبھی مایوس ہو جاتے ہیں جب ان کی مصنوعات کی فروخت لینے کا وقت آتا ہے. انہوں نے اپنی پہلی مصنوعات کو تلاش کرنے کے لئے ایک ٹن تحقیق کی. انہوں نے نمونے حاصل کرنے اور سپلائرز کے ساتھ کام کرنے کی سخت محنت کی۔ پھر، انہوں نے اپنا ایمیزون اسٹور قائم کیا اور... کرکٹ.

میں اسے "کوڑا" کہتا ہوں۔ یہ اس وقت ہوتا ہے جب آپ اپنی مصنوعات کو فروخت کے لئے تیار کرنے کے لئے بہت کام کرتے ہیں، اور پھر آپ اگلے مراحل میں رکاوٹ کو نشانہ بناتے ہیں۔ اور یہی وجہ ہے کہ کاروبار میں پہلے چند مہینوں کو گرائنڈ کہا جاتا ہے۔

اگر نئے کاروباری مالکان کو فوری طور پر فروخت نہیں ملتی ہے تو، وہ اکثر حوصلہ شکنی، پریشان اور پریشان ہو جاتے ہیں۔ کبھی کبھی، وہ شروع کرنے کا موقع ملنے سے پہلے ہی چھوڑنے کے بارے میں سوچتے ہیں۔ لیکن اگر وہ اسے اس "کوڑے" پر پہنچاتے ہیں تو وہ کامیابی کی طرف بڑھتے ہیں۔ دوسری طرف، گیٹ سے باہر تیزی سے فروخت، انہیں آگے بڑھنے اور بڑھتے رہنے کی رفتار فراہم کرتی ہے.

یہی وجہ ہے کہ میرے بہت سے طالب علم اتنے منافع بخش اور کامیاب ہیں. گرائنڈ میں ہم تقریبا خاص طور پر جتنی جلدی ممکن ہو فروخت حاصل کرنے پر کام کرتے ہیں۔

جب میں ان میں سے کچھ کو اس عمل کے ذریعے تربیت دے رہا تھا، تو میں نے اپنے ایک ساتھی کو یہ کہتے ہوئے سنا، "یار، میں قائم کمپنیوں سے بہت حسد کرتا ہوں جن کے پاس پہلے سے ہی گاہکوں کی فہرستیں ہیں. وہ صرف ان لوگوں کو اپنی مصنوعات کی مارکیٹنگ کر سکتے ہیں جو پہلے ہی ماضی میں خرید چکے ہیں۔ میرا مطلب ہے، ایپل کو دیکھیں - ان کے پاس اگلی مصنوعات حاصل کرنے کے لئے قطار میں

sambaraweb.com

لوگ انتظار کر رہے ہیں! کیا یہ اچھا نہیں ہو گا اگر آپ اپنی مصنوعات کو خریدنے کے لئے تیار لوگوں کے ایک گروپ کو لانچ کر سکتے ہیں جس دن آپ تیار تھے ؟"

اس وقت تک ، میں سیلز اور مارکیٹنگ کی حکمت عملی سکھا رہا تھا تا کہ نئے کاروباری افراد کے اپنے گروپ کو کومپ سے گزرنے میں مدد مل سکے۔ ان حکمت عملیوں نے کام کیا، لیکن انہیں واقعی شروع کرنے میں وقت اور کوشش لگی۔

جب میں نے اپنے دوست کو یہ الفاظ بولتے ہوئے سنا، تو میں نے سوچا، کیا میرے پاس "ڈیک اسٹیک" کرنے کا کوئی طریقہ ہے تا کہ پہلے ہی دن فروخت میں تیزی آئے؟ ہو سکتا ہے کہ ہمارے پاس گاہکوں کی فہرست یا بڑی کمپنیوں کا بجٹ نہ ہو، لیکن پھر بھی، میں سوچ رہا تھا کہ کیا میں لوگوں کو قطار میں کھڑا کر سکتا ہوں، جس دن یہ تیار تھا اس دن مصنوعات خریدنے کے لئے تیار ہوں۔

اس وقت، شان اور میں اپنا یوگا کاروبار شروع کر رہے تھے، اور میں اپنے طالب علموں کے لئے پوری چیز کو دستاویزی شکل دے رہا تھا. میں نے ایک ہفتہ کی صبح انہیں فون کیا اور یوگا میٹس کی حالت کے بارے میں تازہ ترین معلومات طلب کیں جو ہم نے آرڈر کی تھیں۔

sambaraweb.com

انہوں نے کہا، "وہ ایک کشتی پر سوار ہیں، اس سپلائر سے جا رہے ہیں جسے ہم نے علی بابا پر منتخب کیا تھا۔ وہ آٹھ ہفتوں تک ایمیزون میں نہیں رہیں گے۔

وہ مایوس تھا۔ ہم نے یہ سب کام کیا تھا، اور اب ہمیں انتظار کرنا پڑا

مصنوعات کو یہاں تک پہنچنے کے لئے آٹھ ہفتے؟

تاہم، میں نے اسے ایک موقع کے طور پر دیکھا. میں نے شان سے کہا، "ٹھیک ہے، دوست، اس کا مطلب ہے کہ ہمارے پاس اپنے حق میں 'ڈیک اسٹیک' کرنے کے لئے آٹھ ہفتے ہیں۔ اب ہمارا کام یہ یقینی بنانے کے لئے ہر ممکن کوشش کرنا ہے کہ ہمارے پاس لوگ پہلے ہی دن خریدنے کے لئے تیار ہوں جب ہماری یوگا میٹس فروخت کے لئے تیار ہوں۔

"ہم ایسا کیسے کر سکتے ہیں؟" شان نے پوچھا۔

ہم نے اپنے اختیارات کے بارے میں بات کرنا شروع کیا. کیا ہمیں یوگا کے بارے میں بلاگ کرنا چاہئے اور اپنی ویب سائٹ پر ٹریفک بنانا چاہئے؟ اگر ہم نے ویڈیوز بنائیں اور یوٹیوب پر مصنوعات لانچ کیں تو کیا ہو گا؟ ہم ایک ای میل فہرست بنا سکتے ہیں، یا ہم ایک بڑی یوگا کمیونٹی کے ساتھ شراکت کر سکتے ہیں.

یہ تمام خیالات بہت اچھے لگ رہے تھے، لیکن انہیں شروع ہونے میں آٹھ ہفتوں سے زیادہ وقت لگے گا۔ اس کے بجائے، ہم نے لوگوں کو ہماری یوگا میٹس خریدنے کے لئے قطار میں کھڑے کرنے کے لئے تیز ترین، آسان اور تیز ترین طریقہ تلاش کیا۔

اس وقت، فیس بک نے ابھی بزنس پیجز جاری کیے تھے، اور اسے بہت زیادہ مفت ٹریفک مل رہا تھا۔ ہم نے یوگا کے موضوع کے ارد گرد ایک چھوٹا سا فیس بک پیج بنایا، اور ہم نے اسے *آئی لو یوگا* کا نام دیا۔ کافی سیدھا ہے، ٹھیک ہے؟ جمع کردہ سامعین کا ڈیٹا وسیع تھا، لیکن اس سے کوئی فرق نہیں پڑا۔ میں جانتا تھا کہ جو کوئی بھی اس صفحے کو پسند کرتا ہے وہ یوگا میں تھا، اور جو بھی یوگا میں تھا وہ یوگا میٹس

sambaraweb.com

خریدے گا۔ میں نے پہلے ہی ان مصنوعات کی نشاندہی کی تھی جو یوگا میں شامل لوگ خریدتے ہیں۔ مجھے وہاں سے صرف اتنا سا معین کی ضرورت تھی کہ وہ یوگا کی مصنوعات پر بات کرنے کے قابل ہو سکیں جو میں فروخت کرنے کا ارادہ کر رہا تھا۔

ہم نے اپنے پیروکاروں کو اس مواد کو پسند کرنے اور اشتراک کرنے کے لئے صفحے پر مواد کا اشتراک کرنا شروع کیا۔ ہم نے مندرجہ ذیل بنانے کے لئے اشتہارات پر $10 فی دن خرچ کیا. اور ہم تبصروں میں اپنے پیروکاروں کے ساتھ مشغول تھے۔ تقریبا تیس دنوں کے بعد، ہمارے پاس تقریبا 3،000 لوگ تھے جنہوں نے ہمارے صفحے کو پسند کیا.

لیکن ہم نے ایک اور کام کیا جو اس سب کا سب سے اہم حصہ تھا: ہم نے آئی لو یوگا فیس بک پیج پر اپنی مصنوعات کی ریلیز کو دستاویزی شکل دی۔ ہم نے مصنوعات کے بارے میں فخر نہیں کیا یا اسے فروخت کرنے کی کوشش نہیں کی۔ ہم نے صرف پروٹوٹائپ کے عمل کو دکھا کر، ہماری مصنوعات میں فرق کی وضاحت کر کے، اور ان جیسے لوگوں کے تاثرات کی بنیاد پر اس میں کی گئی ہر تبدیلی کا اشتراک کر کے اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کی۔ ہم نے انہیں دکھایا کہ ہم نے اپنی یوگا چٹائی میں ایک موٹی پٹی شامل کی ہے کیونکہ انہوں نے یہی کہا تھا کہ وہ یہی چاہتے ہیں۔ ہم نے دکھایا

sambaraweb.com

کہ ہم نے ان کی بات سنی، ہم سننا چاہتے تھے کہ وہ کیا کہنا چاہتے ہیں، اور یہ کہ ہم ان کی ضروریات کو پورا کرنا چاہتے ہیں.

جب ہم اس فیس بک پیج کی تعمیر کر رہے تھے تو شان اور میں جانتے تھے کہ جیسے ہی ہم لانچ کرنے کے لئے تیار ہوں گے ہمارے پاس سامعین ہوں گے جو خریدنے کے لئے تیار تھے۔ یا، آپ سبھی پوکر کھلاڑیوں کے لئے، ہم نے ڈیک کو اپنے حق میں کھڑا کیا تھا۔

ہمپ پر قابو پانا

مقصد یہ ہے کہ چنگاری جلانے کے لئے ایک ہی جگہ پر کافی آنکھوں کی توجہ حاصل کی جائے۔ یہ آگ شروع کرنے کے لئے میگنفائنگ گلاس کا استعمال کرنے کی طرح ہے۔ کیا آپ اپنے ہدف پر اتنی طاقت کی نشاندہی کر سکتے ہیں کہ اسے جلانے کے لئے؟

بھوکے سامعین کو پیدا کرنے کے لئے فیس بک کا استعمال اس وقت تک کام کرے گا جب تک فیس بک موجود رہے گا، لیکن آپ جو حربے استعمال کرتے ہیں وہ وقت کے ساتھ تبدیل ہو سکتے ہیں۔ اور چونکہ انٹرنیٹ ہمیشہ ترقی کر رہا ہے، لہذا نئے مواقع ہمیشہ کھل رہے ہیں۔ تاہم، اصول لازوال ہیں. آپ کا کام "ڈیک اسٹیک کرنا" ہے تاکہ آپ کے پاس لوگ آپ کی مصنوعات کو خریدنے کا انتظار کریں جس دن یہ باہر آتا ہے۔ آپ اشتہارات کو ایک مرکزی جگہ پر چلا کر ایسا کریں گے جہاں آپ اپنے سامعین سے رابطہ کر سکتے ہیں، اس سامعین کو ایسے مواد کے ساتھ مشغول کر سکتے ہیں جو ان سے اپیل کرتا ہے، اور اپنی مصنوعات کے لانچ کو دستاویزی شکل دے سکتے ہیں، تاکہ جب یہ تیار ہو تو وہ پرائم اور خریدنے کے لئے تیار ہوں۔

sambaraweb.com

اس مقام تک پہنچنا مشکل کام ہے: یہ فیصلہ کرنا کہ آپ کے سامعین کون ہیں، آپ کی مصنوعات کو تیار کرنا، یہ معلوم کرنا کہ آپ کی مصنوعات کو مارکیٹ میں کیسے لایا جائے، اور انوینٹری کے لئے اپنا آرڈر دیں. اس میں اس حقیقت کو شامل کریں کہ آپ نے اس انوینٹری پر $500 اور $5،000 کے درمیان کہیں بھی خرچ کیا ہے۔ پھر اچانک آپ نے "کوڑے" کو ٹکر ماری۔ آپ کی انوینٹری کو آرڈر کرنے اور فروخت کے لئے تیار ہونے کے درمیان کا وقت، جو دو ہفتوں سے لے کر تین ماہ تک کہیں بھی ہو سکتا ہے، آپ کی زندگی کے طویل ترین انتظار کی طرح محسوس ہو سکتا ہے۔ یقینی طور پر، یہ سننا دلچسپ ہو گا کہ آپ کی مصنوعات تیار کی گئی ہے، بھیجی گئی ہے، مال بردار فارورڈر کے ذریعہ کشتی پر رکھی گئی ہے، اور سمندر کے پار جا رہی ہے، لیکن توقع آپ کے پہلے بچے کے آنے کا انتظار کرنے کی طرح ہے (مجھ سے پوچھیں کہ میں کیسے جانتا ہوں!)۔

اگر آپ کک اسٹارٹر پر شروع کرتے ہیں تو، آپ بہت ساری مصنوعات کو پہلے سے فروخت کر سکتے ہیں، تیزی سے فروخت کی رفتار حاصل کر سکتے ہیں۔ اگر آپ ایمیزون پر فروخت کر رہے ہیں تو، آپ اس وقت تک فروخت کے ساتھ زندہ نہیں رہ سکتے جب تک کہ گودام میں اصل میں انوینٹری موجود نہ ہو۔ کسی بھی طرح سے، خریدنے کے لئے تیار گاہکوں کے ساتھ ڈیک کھڑا کرنے سے ایک میچ ٹکرا جائے گا جو زندگی میں ایک گرجدار آگ لاتا ہے۔ نہ صرف یہ آپ کو برقرار رکھنے کے لئے رفتار اور توانائی دیتا ہے

sambaraweb.com

بڑھتا ہوا لیکن یہ آپ کو کک اسٹارٹر اور ایمیزون دونوں پر مطلوبہ الفاظ کے لئے درجہ بندی کرنے میں بھی مدد کرتا ہے۔ آپ جو بات پیدا کرتے ہیں اس سے لوگ سوشل میڈیا پر آپ کے بارے میں بات کرتے ہیں اور اپنے دوستوں کے ساتھ مصنوعات کا اشتراک کرتے ہیں۔ اس سے جائزے حاصل کرنا بھی آسان ہو جاتا ہے۔

دوسرے لفظوں میں، "ڈیک اسٹیکنگ" سے بچنا ایک بڑی غلطی ہو گی۔ میں نے دیکھا ہے کہ اچھے خیالات رکھنے والے بہت سے کاروباری افراد صرف اس وجہ سے ہار مان لیتے ہیں کیونکہ انہیں تیزی سے رفتار نہیں ملتی ہے۔ ان اقدامات پر عمل کرنے سے انہیں بچایا جا سکتا تھا۔

میں یہ بتانا چاہتا ہوں کہ میں اب اس میں ایک ماہر ہو سکتا ہوں، لیکن میں واقعی اس سب کے آغاز میں صرف اندازہ لگا رہا تھا۔ جی ہاں، میرے پاس ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں ایک پس منظر ہے جس نے مجھے اس نامعلوم علاقے کو نیویگیٹ کرنے میں مدد کی، لیکن میں ابھی بھی *حکمت عملی کا اندازہ لگا رہا تھا*. میں اپنے تمام حریفوں کو شکست دینے کے قابل تھا کیونکہ زیادہ تر لوگ ڈیک کو اسٹیک کرنے کے لئے تقریبا کچھ نہیں کر رہے ہیں۔ وہ اس لمحے پر اتنی توجہ مرکوز کرتے ہیں جب ان کی مصنوعات لائیو ہوتی ہے کہ وہ اس بات پر بھی غور نہیں کر رہے ہیں کہ وقت سے پہلے اس لمحے کو کیسے فروغ دیا جائے۔ لہذا، یہاں تک کہ اگر آپ اس عمل کو صرف 20 فیصد صلاحیت کے ساتھ کرتے ہیں تو بھی آپ کھیل سے میلوں آگے جائیں گے۔

آٹھ ہفتوں کے اختتام پر، لانچ کے دن، آپ کا واحد مقصد یہ ہے کہ آپ کی مصنوعات کے پہلے چند سو یونٹوں کو منتقل کرنے کے قابل ہونے کے لئے کافی فالوورز ہوں۔ اس طرح، آپ اس سنوبال رولنگ حاصل کر سکتے ہیں اور ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کر سکتے ہیں۔

آن لائن ایسا کرنے کے لئے مندرجہ ذیل کو تلاش کرنے کے لئے آپ کے لئے بہت سارے اختیارات موجود ہیں۔ فیس بک گروپ مفت اور بنانے میں آسان ہیں، جیسا کہ لنکڈ ان گروپ ہیں، اور

sambaraweb.com

ان میں سے ہر ایک میں بہت زیادہ مصروفیت ہو سکتی ہے۔ کچھ لوگ انسٹاگرام پیجز یا دیگر سوشل میڈیا اکاؤنٹس استعمال کرتے ہیں، جو اس وقت تک اچھی طرح سے کام کرتے ہیں جب تک آپ کھڑے ہو سکتے ہیں۔ کچھ لوگ صرف اپنے ذاتی فیس بک پیجز استعمال کرتے ہیں، جو چال بھی کر سکتے ہیں۔ اہم بات یہ ہے کہ چند سو لوگوں کو راغب کیا جائے جو ذمہ دار اور پر جوش ہیں، جیسے آپ کسی کمیونٹی کے ساتھ بات چیت کر رہے ہیں۔

یہ کمیونٹی آپ کی مصنوعات کے سفر کی پیروی کرے گی اور جب لانچ کرنے کا وقت آئے گا تو آپ کی حمایت کرے گی۔ یہ وہ چنگاری ہو گی جو آپ کو روزانہ پچیس فروخت اور اس سے آگے لے جاتی ہے۔

مجھے کتنے سامعین کی ضرورت ہے؟

نظریاتی طور پر، ایک ہی کمرے میں 100 افراد، جو لانچ کے دن خریدنے کے لئے تیار ہیں، آگ بجھانے کے لئے کافی ہوں گے.

sambaraweb.com

سامعین کا سائز آپ کی کمیونٹی کے رد عمل سے کم اہمیت رکھتا ہے۔ فیس بک پیج پر سستے ٹریفک خریدنے سے آپ کو اتنی رفتار نہیں ملے گی جتنی وقف شدہ ای میل سبسکرائبرز یا انسٹاگرام پیروکاروں کی قریبی کمیونٹی۔ مقصد بہت سارے غیر فعال پیروکار نہیں ہے۔ آپ کا مقصد یہ ہے کہ لوگ لانچ کے دن دروازوں پر قطار میں کھڑے ہوں، خریدنے کے لئے تیار ہوں۔

جی ہاں، آپ اپنے دوستوں کو اس فہرست میں شامل کرسکتے ہیں. آپ اپنے ساتھی کارکنوں کو شامل کرسکتے ہیں، اور آپ پیزا ڈیلیوری کرنے والے شخص کو شامل کرسکتے ہیں جسے آپ کی مصنوعات کی ضرورت ہے۔ ہیک، میں کچھ لوگوں کو جانتا ہوں جنہوں نے صرف چند درجن افراد کے ساتھ نجی ای میل یا ٹیکسٹ تھریڈ کے ساتھ اپنی مصنوعات لانچ کیں. یہ مثالی نہیں تھا، لیکن اس نے کام کیا. یاد رکھیں، آپ کا مقصد لانچ کے دن خریدنے کے لئے کافی لوگوں کو تیار کرنا ہے تاکہ آپ رفتار شروع کریں.

میں نے اس عمل کے دوران اس فارمولے کو مددگار پایا ہے:

1,000 پیروکار + 10 ذاتی رابطے + 1 انفلوئنسر = 100 فروخت

دوسرے لفظوں میں، اگر آپ اشتہارات یا مواد کی تخلیق کا استعمال کرتے ہوئے اپنے برانڈ کو اپنے طور پر 1،000 لوگوں کے سامنے لاسکتے ہیں تو، آپ کے پاس لانچ کے دن کو توڑنے کے لئے کافی "عوامی پیروی" ہے۔ اس کے اوپر، اگر آپ دس ذاتی دوستوں کو لانچ میں شامل ہونے کے لئے کہتے ہیں، اور آپ ایک مائیکرو انفلوئنسر محفوظ کرتے ہیں تو، آپ کے پاس مطلوبہ نمبر ہوں گے۔

جب شان اور میرے فیس بک پیج پر 1،000 سے زیادہ فالوورز تھے، تو ہم جانتے تھے کہ لانچ کا عمل شروع کرنے کے لئے ہمارے پاس کافی فین بیس ہے. اس کے اوپر، ہم نے یوگا کرنے والے ذاتی دوستوں کی اپنی فہرست کو بلایا. ہم جانتے تھے کہ اگر ہمارا کوئی دوست یوگا میں تھا تو وہ دوسرے لوگوں کو بھی جانتا تھا۔ ہم نے انہیں بتایا کہ ہم کیا کر رہے ہیں، انہیں ایک مفت یوگا میٹ دی، اور پوچھا کہ کیا وہ

sambaraweb.com

لانچ کے دن سوشل میڈیا پر اس کے بارے میں پوسٹ کرنے کے لئے تیار ہوں گے۔

اگر آپ واقعی اسے پارک سے باہر نکالنا چاہتے ہیں تو، آگ بھڑکانے کے لئے مکس میں ایک مائیکرو انفلوئنسر شامل کریں۔ ہمارے معاملے میں، اس کا مطلب کم از کم 10،000 پیروکاروں کے ساتھ اسی طرح کے ایک یوگا پیج کے ساتھ شراکت قائم کرنا تھا۔ یہ ہمارے صفحے پر 1،000 فالوورز، دس ذاتی دوست، اور ایک مائیکرو انفلوئنسر تھا. ہم جانتے تھے کہ لانچ کے دن ۱۰۰ فروخت حاصل کرنے کے لئے یہ کافی ہو گا۔ اور اگر ہم غلط تھے، تو ٹھیک ہے، یہ کچھ بھی نہ کرنے سے بہتر تھا!

آپ کو سب کچھ کامل ہونے کی ضرورت نہیں ہے، لیکن جتنی زیادہ آنکھوں کی آنکھیں ہوں گی، اتنا ہی بہتر ہو گا۔ اگر آپ کے پاس صرف 500 پیروکار ہیں (یا بالکل بھی پیروکار نہیں ہیں)، لیکن پھر بھی آپ کے ذاتی دوست اور ایک انفلوئنسر ہے تو، لانچ کریں۔ اپنے پاس موجود وسائل کے ساتھ جتنا ممکن ہو سکے آگے بڑھیں۔

یاد رکھیں، زیادہ تر لوگ یہاں پھنس جاتے ہیں. وہ اپنی مصنوعات کو فروخت کے لئے رکھتے ہیں اور پھر وہ انتظار کرتے ہیں۔ وہ توقع کرتے ہیں کہ انٹرنیٹ کے دیوتا ان پر احسان کی بارش کریں گے۔

sambaraweb.com

فروخت کی شکل. ان کی رہنمائی پر عمل نہ کریں۔ آگ کو شروع کرنے کے لئے جو کچھ بھی آپ کے پاس ہے، چاہے وہ یوٹیوب چینل ہو، بلاگ والا دوست ہو، یا آپ کا اپنا ذاتی فیس بک پیج ہو۔

میری طالبہ سوفی، جس کا میں نے پہلے ذکر کیا ہے، نے حیرت انگیز کامیابی کے ساتھ اس عمل کی پیروی کی، حالانکہ اس کے پاس بہت زیادہ فالوورز یا بہت سارے رابطے نہیں تھے۔ جب انہوں نے اپنی کامیاب کک اسٹارٹر مہم چلائی تو انہوں نے اپنے ذاتی فیس بک پیج پر اس عمل کو دستاویزی شکل دی۔ اس کے پاس کوئی اشتہاری بجٹ نہیں تھا- اس کا پورا مارکیٹنگ منصوبہ صرف چند سو افراد، کچھ ذاتی رابطوں اور ایک فیس بک گروپ پر مشتمل تھا- اور وہ تب سے آگ بھڑکا رہی ہے۔ انہوں نے حال ہی میں مجھے ای میل کر کے بتایا کہ انہوں نے اپنے دوبارہ قابل استعمال لنچ بکس اور دیگر مصنوعات فروخت کر کے ایک ماہ میں 1 ملین ڈالر کمائے ہیں۔

یہ ایک جہنم کی آگ ہے!

مجھے اپنے سامعین کو کیسے بنانا چاہئے؟

سوشل میڈیا کی منمانیاں منٹ سے منٹ میں بدل سکتی ہیں۔ ایک سیکنڈ میں، فیس بک کا ایک نیا فیچر گرم ہے۔ اگلا، یہ انسٹاگرام، اسنیپ چیٹ، لنکڈ ان، یا جو بھی اچھی نئی چیز ہے (اور ایسا لگتا ہے کہ آپ کو آگے رہنے کے لئے بائیس یا اس سے کم عمر ہونا ہو گا)۔ یہ سب اس بات پر مرکوز ہیں کہ کس چیز پر توجہ دی جاتی ہے اور کس چیز کو مشغول کیا جاتا ہے۔ لانچ کے دن اپنی مصنوعات کو فروغ دینے کے مقاصد کے لئے، آپ تازہ ترین سوشل میڈیا بز کو نظر انداز کر سکتے ہیں- آپ کو کسی خاص پلیٹ فارم پر ماہر بننے کی ضرورت نہیں ہے۔ آپ کو صرف اپنے مثالی "شخص" کے سامنے آنے کا ایک طریقہ منتخب کرنے کی

sambaraweb.com

ضرورت ہے جو ان کی توجہ حاصل کرے اور انہیں آپ کے سفر کی پیروی کرنے کی ترغیب دے۔ آپ کی بہترین شرط یہ ہے کہ آپ یہ دریافت کریں کہ آپ کے سامعین پہلے سے ہی کہاں رہتے ہیں اور اسے اس کے ساتھ جوڑیں کہ آپ ان کے ساتھ بات چیت کرنے میں کس طرح آرام دہ ہیں۔

مثال کے طور پر، میرے طالب علموں میں سے ایک کی ایک تنظیم کی کمپنی ہے. ان کے سامعین میں زیادہ تر وہ خواتین ہیں جو مکمل طور پر منظم الماری، دراز اور اسی طرح کی چیزوں کے جنون میں مبتلا ہیں۔ اس کے ناظرین پہلے ہی پنٹیرسٹ پر لٹکے ہوئے ہیں، لہذا وہ اپنی توجہ وہاں رکھتا ہے۔ دوسری طرف، میں نے کبھی پنٹیرسٹ کا استعمال نہیں کیا ہے اور وہاں سامعین بنانے میں واقعی مشکل وقت ہو گا. چونکہ میں کاروبار کے بارے میں بات کرنا پسند کرتا ہوں، اور میرے لئے مائکروفون میں بات کرنا فطری ہے، لہذا پوڈکاسٹنگ سامعین کی تعمیر کے لئے میرا پسندیدہ طریقہ ہے۔ میں حاصل نہیں کر سکتا

sambaraweb.com

پوڈکاسٹ سے رائے، لہذا میں اپنے سامعین کو ایک ای میل فہرست میں بھیجتا ہوں تاکہ میں اپنے پیروکاروں کے ساتھ بات چیت کر سکوں۔

اس کتاب کا عمل کسی بھی پلیٹ فارم کے ساتھ کام کرے گا جب تک کہ آپ مواد کا اشتراک کرتے ہیں، اشتہارات چلاتے ہیں، اور اپنی کمیونٹی کے ساتھ فعال طور پر مشغول رہتے ہیں۔ اگر آپ ایک ایسا برانڈ بنا رہے ہیں جس کے بارے میں آپ ذاتی طور پر پرجوش ہیں تو، بلاگ، پوڈکاسٹ، یا ویڈیو چینل پر مواد بنانا آپ کی بہترین شرط ہے۔ یہ آپ کو طویل مدتی پیروکاروں کو راغب کرنے کے قابل بنائے گا۔ اگر آپ اپنی مارکیٹ کی بات کرتے وقت موضوع کے ماہر نہیں ہیں تو، آپ اشتہارات چلانا چاہتے ہیں اور لوگوں کو مرکزی مقام پر لانا چاہیں گے - فیس بک گروپ، انسٹاگرام اکاؤنٹ، یا ای میل فہرست - کیونکہ آپ کو ان 1،000 پیروکاروں کو آپ کے کنٹرول میں ہونے کی ضرورت ہے۔

کچھ لوگ اس عمل میں اس مرحلے پر مواد کی تخلیق یا مارکیٹنگ ایجنسی کی خدمات حاصل کرنے پر غور کرتے ہیں - لیکن یہ بہت جلد بہت گہرا ہو رہا ہے۔ یاد رکھیں، آپ کو صرف 100 یا اس سے زیادہ افراد کی ضرورت ہے جو سنوبال کی تعمیر شروع کرنے کے لئے پہلے لانچ پر خریداری کرتے ہیں.

آپ اپنے سامعین کے سامنے کیا چیز رکھتے ہیں تاکہ وہ آپ کی پیروی کرنے کے لئے پرجوش ہوں؟ اور، زیادہ اہم بات یہ ہے کہ لانچ کے دن خریدنے کے لئے پرجوش؟

آپ کو صرف اپنے کاروبار کی تعمیر کو دستاویزی شکل دینے کی ضرورت ہے۔ بس یہی ہے. اپنے پروٹوٹائپ کی تصاویر پوسٹ کریں۔ ویڈیوز کا اشتراک کریں کہ آپ کتنے پریشان ہیں. تیار شدہ مصنوعات کو پکڑے ہوئے اپنے ایک دوست کی تصویر پوسٹ کریں۔ اس بارے میں پوسٹ لکھیں کہ آپ نے اس مارکیٹ کی خدمت کرنے کا فیصلہ کیوں کیا۔

اس کے علاوہ، آپ کی کمیونٹی کی گفتگو میں داخل ہونا ایک طویل سفر طے کرتا ہے. مثال کے طور پر، اگر کوئی نیا گالفر منظر پر آتا ہے، اور آپ گالف گیئر فروخت کر رہے ہیں تو، نئے گالفر کے امکانات کے

sambaraweb.com

بارے میں بلاگ پوسٹ، ویڈیو، یا پوڈکاسٹ کریں۔ کیا وہ اگلا ٹائیگر ووڈز ہے؟ یا اس کی تشہیر کو بڑھا چڑھا کر پیش کیا جاتا ہے؟

اگر آپ کی کمیونٹی کسی چیز کے بارے میں گونج رہی ہے تو، اس پر اپنی رائے دیں۔ یہ آپ کے سامعین کو مشغول کرے گا اور نئے لوگوں کو راغب کرے گا، اور یہ اس مواد کو توڑ دیتا ہے جو خاص طور پر آپ کی مصنوعات کے لانچ کے بارے میں ہے۔

آپ اپنے سامعین کے درمیان عام طور پر پوچھے جانے والے سوالات کا جواب بھی دے سکتے ہیں۔ پانچ سے دس سوالات کی ایک فہرست بنائیں جو آپ کا شخص اپنے سفر کا آغاز کرتے وقت پوچھتا ہے، اور پھر ان کے ارد گرد مواد کا ایک ٹکڑا بنائیں۔ مصنوعات کے ٹکڑوں، آپ کی کمیونٹی کے ساتھ مشغولیت، اور عام طور پر پوچھے جانے والے سوالات کا امتزاج آپ کے چھوٹے سامعین کو آپ کے ارد گرد جمع کرنے پر مجبور کرے گا.

sambaraweb.com

شارٹ کٹ: اگر آپ اپنا پیغام 10،000 یا اس سے زیادہ لوگوں کے سامنے حاصل کر سکتے ہیں تو، آپ اپنی نئی مصنوعات کی لائن کے بارے میں ان کے ساتھ براہ راست بات چیت کر سکتے ہیں۔ اگر آپ (یا آپ کے شراکت داروں میں سے ایک) کے پاس پہلے سے ہی سامعین ہیں تو، اس عمل کو شارٹ کٹ کرنے کے لئے یہ "ہیک" ہو سکتا ہے۔ انفلوئنسرز کے ساتھ شراکت داری اور انہیں برانڈ کا باضابطہ حصہ بنانا کسی برانڈ کو نقشے پر ڈالنے کا میرا پسندیدہ شارٹ کٹ ہے۔ اگر آپ کے پاس اشتہاری بجٹ ہے تو، اس میں سے کچھ متعلقہ پوڈکاسٹ یا یوٹیوب چینل کو اسپانسر کرنے پر خرچ کریں جس میں پہلے سے ہی سامعین موجود ہیں۔

میرے ایک طالب علم کولن انسٹاگرام پر وائلڈ فوڈز (@wildfoodsco) کے نام سے ایک کمپنی چلاتے ہیں۔ وہ مصنوعات، تبصروں اور سوالات کو اپنی عوامی پیروی میں ملانے کا بہت اچھا کام کرتا ہے۔ انہوں نے صفر سے شروعات کی اور اسی عمل سے گزرے، اور اب وہ سات اعداد و شمار کو عبور کر چکے ہیں، ان کے برانڈ کو پورے ملک میں خوردہ چینز کے ذریعہ چلایا جاتا ہے.

آخر کار، ایک برانڈ واقعی صرف اعتماد ہے، اور آپ اس عمل میں اس مرحلے پر لوگوں کا اعتماد حاصل کر رہے ہیں. جب لوگ مشغول ہونا شروع کریں گے تو وہ اپنے دوستوں کو اپنے ساتھ لائیں گے۔

sambaraweb.com

لوگ اپنے دوستوں کی ذاتی رائے پر اعتماد کرتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ زبانی اشتہارات کسی کاروبار کے لئے ناقابل یقین حد تک قیمتی ہیں۔ آپ اپنے مسائل کو حل کرنے کے لئے پہلے سے ہی آپ کی طرف سے تلاش کرنے والے لوگوں کے گروپوں کو اپنی ذاتی رائے پیش کرکے اس اعتماد کے ساتھ ڈیک لگا سکتے ہیں۔

اس عمل کے دوران، آپ دوسرے اثر ورسوخ رکھنے والوں کی توجہ بھی حاصل کرنا شروع کرسکتے ہیں۔ یہ ایک بہت اچھی بات ہے. تاہم، ایک انتباہ: کسی کو بھی کولڈ کال پسند نہیں ہے، یہاں تک کہ جب اس میں کوئی پیسہ شامل نہیں ہے. کسی انفلوئنسر سے رابطہ کرنا اور ان سے اپنے مواد کو نمایاں کرنے یا شیئر کرنے کے لئے کہنا ایک رشتہ قائم کرنے والا نہیں ہے - یہ صرف اس شخص کو لین دین کی طرح محسوس کرنے جارہا ہے.

چال یہ نہیں ہے کہ پوچھیں، جیسا کہ، "ارے، کیا میں آپ کے شو میں رہ سکتا ہوں؟" چال یہ ہے: "یہاں مواد کا ایک ٹکڑا ہے جو میں نے بنایا ہے جو مجھے لگتا ہے کہ آپ کے سامعین پسند کریں گے. کیا ایسی کوئی چیز ہے جس کے ساتھ آپ کے سامعین جدوجہد کر رہے ہیں جس کے بارے میں میں لکھ سکتا ہوں یا ان سے بات کر سکتا ہوں، تاکہ ان کی خدمت کر سکوں؟"

sambaraweb.com

اگر آپ ایسا کرتے ہیں تو، آپ دیکھیں گے کہ اثر و رسوخ رکھنے والے خوشی سے آپ کو اپنے سامعین کی بہتر خدمت کرنے کے لئے اپنے پلیٹ فارم پر مدعو کریں گے۔ اگر آپ کسی کے پوڈکاسٹ پر مہمان ہیں اور آپ کا مواد مددگار ہے تو، آپ اس پوڈکاسٹر کو اچھا بناتے ہیں/ور آپ زیادہ پیروکار کماتے ہیں- یہ جیت جیت ہے۔

یہ شروع میں سست اور مایوس کن ہو گا، لیکن آپ کو یہ کرنا ہو گا۔ ہر تبصرے کا جواب دیں، اور ہر پیغام کا جواب دیں. بالکل نئ غذا یا زندگی کی دوسری تبدیلیوں کی طرح، پہلے پہل ترقی کو دیکھنا مشکل ہو گا، لیکن کچھ ہفتوں میں، آپ کو وہ رفتار حاصل ہو جائے گی جس کی آپ کو ادائیگی کرنے کی ضرورت ہے۔

گو ٹائم کی تیاری

پہلے دن سے پہلے ہر چیز کو آپ کے سامعین کو لانچ کے دن آپ سے خریدنے کے لئے تیار کرنے کے لئے ڈیزائن کیا گیا ہے۔ شان اور میرے لئے، اس کا مطلب یہ تھا کہ ہم پہلے دن کے جتنے قریب آتے گئے، اتنا ہی زیادہ پرومو شنل ہوتا گیا۔

ہمارا پیغام زیادہ اوپر یا دباؤ والا نہیں تھا، لیکن یہ براہ راست تھا۔ "ہم اس پروڈکٹ لائن کے بارے میں واقعی پرجوش ہیں. لیکن ہمارے پاس کچھ بری خبر ہے: ہم پہلے راؤنڈ کے لئے ان میں سے صرف 500 کا آرڈر دینے میں کامیاب رہے۔ اگر آپ چاہتے ہیں تو نیچے ایک تبصرہ چھوڑ دیں اور ہم آپ کو اپنی خصوصی لانچ لسٹ میں ڈال دیں گے تاکہ آپ 30 اپریل کو لائیو ہونے پر سب سے آگے ہوں۔

ہم مصنوعات کو فروخت کرنے یا انوینٹری کی رکاوٹوں کو بانٹنے میں شرمندہ نہیں تھے، اور لوگوں

sambaraweb.com

نے جواب دیا. یہ کام کرتا ہے. ہم نے گیٹ سے پچاس فروخت اور اس کے کچھ ہی دیر بعد مزید پچاس فروخت کی۔ ان لوگوں نے جائزے چھوڑے اور اپنے دوستوں کو بتایا، اور ہم جلد ہی اس پہلی پروڈکٹ پر روزانہ پچاس فروخت کر رہے تھے، جو چھ اعداد و شمار کے کاروبار کے برابر تھا. ہم جانتے تھے کہ ہمارے پاس ایک فاتح ہے. ان ہاٹ لیڈز کو لائن کرنے کا موقع ضائع نہ کریں تاکہ وہ لانچ کے دن خریدنے کے لئے تیار ہوں۔

آپ سوچ سکتے ہیں کہ آپ کا کاروبار بہت چھوٹا ہے یا آپ کی جگہ آپ پر لاگو ہونے کے لئے لانچ کی حکمت عملی کے لئے بہت مخصوص ہے۔

میرے دو طالب علم، جینا اور ٹریوس زیگلر، آنکھوں کے ڈاکٹر ہیں. انہوں نے چشمے فروخت کرنا شروع کیے، لیکن وہ مزید مصنوعات جاری کرنا چاہتے تھے جو ان کی مہارت کی عکاسی کرتی ہیں۔ ان کے پاس ان مصنوعات کی ایک فہرست تھی جو وہ لانچ کرنا چاہتے تھے، لیکن مزید انوینٹری کی خریداری کی حمایت کرنے کے لئے کافی حجم نہیں تھا۔

ان مصنوعات میں سے ایک خشک آنکھوں کے لئے سپرے تھا. خشک آنکھوں کو دور کرنے کے لئے اسپرے تلاش کرنے والے لوگوں کے لئے وہاں بہت زیادہ حجم نہیں ہے۔

sambaraweb.com

انہوں نے مجھے بتایا کہ وہ ڈرائی آئی سنڈروم والے لوگوں کے لئے ایک فیس بک گروپ لگانے جا رہے ہیں۔ یہاں تک کہ میں نے سوچا کہ مندرجہ ذیل، جو صرف چند سو افراد تھے، متعدد مصنوعات لانچ کرنے کے لئے بہت چھوٹے ہوں گے۔ "دوستو،" میں نے ان سے کہا، "یہ واقعی ایک چھوٹی سی مارکیٹ ہے۔ ہو سکتا ہے کہ آپ کو تھوڑا سا وسیع ہونا چاہئے، اور صرف آنکھوں کی صحت کے لئے عام مشورہ پیش کرنا چاہئے۔

میرے مشورے کے خلاف، انہوں نے ایک فیس بک گروپ شروع کیا جہاں انہوں نے خشک آنکھوں کے بارے میں اکثر پوچھے جانے والے سوالات کے جوابات دیئے. ہر ہفتے کے آخر میں، انہوں نے اپنی کمیونٹی کے ساتھ ایک فیس بک لائیو کیا۔ خشک آنکھوں کے ان تمام مریضوں نے اپنے دوستوں کو مدعو کرنا شروع کر دیا جن کو وہ جانتے تھے کہ وہ خشک آنکھوں میں بھی مبتلا ہیں، ایک دوسرے کو ٹیگ کرتے ہیں اور مزید سوالات پوچھتے ہیں۔ ڈاکٹروں نے صرف چند سو لوگوں کی ایک کمیونٹی بنائی، لیکن وہ ناقابل یقین حد تک جواب دہ اور مشغول ہونے میں جلدی تھے، اور کمیونٹی نے اسے پسند کیا۔

میں غلط تھا.

آخر کار جب انہوں نے اپنی خشک آنکھوں کے اسپرے کی مصنوعات لانچ کیں تو یہ پھٹ گئی۔ کمیونٹی نے اس کی حمایت کرنے، اسے خریدنے اور اس کا جائزہ لینے کے لئے ریلی نکالی۔ اس پروڈکٹ کا منافع بہت زیادہ تھا، اور انہیں اشتہارات کے لئے ادائیگی کرنے کی ضرورت نہیں تھی کیونکہ کمیونٹی نے اس لفظ کو پھیلانے میں مدد کی۔ اس ایک پروڈکٹ نے ان کے کاروبار کو مکمل طور پر تبدیل کر دیا. وہ اسی سامعین کے لئے دیگر مصنوعات لانچ کرنے کے قابل تھے، تین گنا اور آخر کار ان کی آمدنی کو چار گنا بڑھا دیا۔ اب ان کے پاس مسابقت، قیمتوں کی جنگوں، یا ایسے لوگوں کے بارے میں فکر کیے بغیر تیزی سے مختلف خیالات کو جانچنے کی صلاحیت تھی جن کے پاس ان سے کہیں زیادہ ہزاروں جائزے

sambaraweb.com

تھے۔ وہ متوقع طور پر مصنوعات کو رول آؤٹ کر سکتے تھے، اور انہوں نے ملٹی ملین ڈالر کا کاروبار بنایا۔

آپ کی گرم فہرست

ایک چیز جو آپ کی کامیابی کی ضمانت دینے میں مدد کرتی ہے وہ خریداروں کی "ہاٹ لسٹ" تیار کرنا ہے جو اپنے ہاتھ اٹھاتے ہیں اور لانچ کے دن آپ کی مصنوعات خریدنے کا عہد کرتے ہیں۔ ایسا کرنے کا عمل احمقانہ طور پر آسان ہے۔

یہ کس طرح کام کرتا ہے: جب آپ عوامی طور پر اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کرتے ہیں تو، آپ کے پاس لازمی طور پر کچھ لوگ ہوں گے جو دوسروں کے مقابلے میں زیادہ پرجوش ہو جاتے ہیں۔ میں انہیں "قطار میں سب سے پہلے" رکھ کر انعام دینا پسند کرتا ہوں۔ جتنے زیادہ لوگ میری مصنوعات کو خریدنے کے لئے پہلے قطار میں ہیں، میری مصنوعات کی کامیابی کے بہتر امکانات ہیں۔

مثال کے طور پر، جیسے جیسے میں لانچ کے دن کے قریب آتا ہوں، میں زیادہ پروموشنل حاصل کرنا شروع کرتا ہوں۔ میں کچھ اس طرح پوسٹ کر سکتا ہوں، "جیسا کہ آپ جانتے ہیں، ہماری یوگا میٹس چلتی رہتی ہیں۔

sambaraweb.com

فروخت 2 اپریل! اور اس عمل کے آغاز میں، یہ واقعی اہم ہے کہ ہمیں ان لوگوں سے رائے ملے جو ہماری پیروی کر رہے ہیں. افسوس کی بات یہ ہے کہ ہمارے پاس ان میں سے صرف چند سو دستیاب ہیں، لہذا میں ان میں سے مٹھی بھر پیروکاروں کے لئے رکھ رہا ہوں جو پریشان ہیں اور جانے کے لئے تیار ہیں. اگر آپ چاہتے ہیں کہ میں لانچ کے دن پہلے چوبیس گھنٹوں کے لئے آپ کے لئے ایک ریزرو کروں تو، تبصرہ کریں 'میں ون چاہتا ہوں' اور میں آپ کو اپنی ہاٹ لسٹ میں شامل کروں گا۔

جب آپ یہ کہنا شروع کرتے ہیں کہ کسی مصنوعات کی محدود فراہمی ہے تو، آپ منی خریداری کا جنون پیدا کرنا شروع کرتے ہیں۔ لوگ آپ کی ہاٹ لسٹ کے لئے سائن اپ کریں گے چاہے وہ پہلے "باڑ پر" ہی کیوں نہ ہوں۔ یہ خریداری کا جنون رفتار پیدا کرتا ہے اور آپ کو اپنی مصنوعات کو مزید مشکل سے فروخت کرنے کی اجازت دیتا ہے۔

مثال کے طور پر، میں ایک پوسٹ کے ساتھ پیروی کر سکتا ہوں جیسے: "واہ! پچاس سے زیادہ لوگوں نے میری آخری پوسٹ پر تبصرہ کیا اور کہا کہ وہ ہماری یوگا میٹس میں سے ایک چاہتے ہیں۔ میں بہت فخر محسوس کرتا ہوں- شکریہ! میں کل 100 یوگا میٹس منعقد کروں گا تاکہ یہ یقینی بنایا جاسکے کہ جس دن یہ دستیاب ہوگا اس دن سب سے پہلے جواب دینے والوں کو ان کی چٹائی مل جائے۔ افسوس کی بات یہ ہے کہ اس کا مطلب یہ ہے کہ اس سے بھی کم عام لوگوں کے لیے دستیاب ہوں گے، لہذا اگر آپ فرسٹ ان لائن لسٹ میں شامل ہونا چاہتے ہیں تو براہ مہربانی 'فرسٹ ان لائن' پر تبصرہ کریں اور میں آپ کو ہاٹ لسٹ میں شامل کروں گا۔

میں اپنی ہاٹ لسٹ کو ایک علیحدہ مواصلاتی چینل میں لانا پسند کرتا ہوں - عام طور پر ایک ای میل لسٹ، سلیک چینل، یا نجی فیس بک گروپ، تاکہ وہ ایک اندرونی شخص کی طرح محسوس کریں۔ میں انہیں یاد دلاتا ہوں کہ انہیں مصنوعات کے براہ راست چلنے کا ایڈوانس نوٹس مل رہا ہے۔ اور جب لانچ کے دن پروڈکٹ تیار ہو جائے گی، تو لوگوں کا یہ چھوٹا سا گروپ میری مصنوعات خریدنے کے لئے دروازوں پر دوڑ

sambaraweb.com

ے گا!

ڈیک کو کیسے اسٹیک کریں

ایک بار پھر، عمل کے اس مرحلے کے دوران آپ کا ایک مقصد لانچ کرتے وقت اپنے برانڈ کو کم از کم 100 گاہکوں کو کمانے کے لئے کافی سامعین تیار کرنا ہے۔ یہاں آپ ان پہلے 100 گاہکوں کو حاصل کرتے ہیں:

1. **نشاندہی کریں کہ آپ کا ہدف مارکیٹ پہلے سے ہی کہاں لٹک رہا ہے۔** بعض اوقات وہ پہلے سے ہی کچھ انسٹاگرام صفحات کو فالو کر رہے ہیں، وہ مخصوص فیس بک گروپوں میں ہیں، یا وہ مخصوص یوٹیوب چینل زدیکھتے ہیں۔

sambaraweb.com

2. براہ راست اس شخص کو نشانہ بنانے والے مواد کی ایک سیریز بنائیں۔ آپ ان لوگوں کے ساتھ تعلقات قائم کرنا بھی شروع کر سکتے ہیں جو ان گروپوں کو چلاتے ہیں جو آپ کو پہلے مرحلے میں ملے تھے۔

3. اپنی مصنوعات کے عمل کو دستاویزی شکل دیں۔ اس کے بارے میں کیا فرق ہے؟ آپ نے کچھ فیصلے کیوں کیے؟ آپ لانچ سے کتنی دور ہیں؟

4. جب مصنوعات دستیاب ہونے والی ہے تو اعلان کرنا شروع کریں۔ ہر تبصرے کا جواب دے کر، ہر پیغام کا جواب دے کر، اور کمیونٹی کے اندر موضوعات پر اپنی رائے کا اشتراک کر کے اپنے فالوورز ، اپنے نیٹ ورک اور اپنے مواد کو بنائیں - اور پھر اپنے پیروکاروں کو بتائیں کہ وہ آپ کی مصنوعات کب خرید سکیں گے۔

5. اپنے ذاتی رابطوں تک پہنچیں اور اس ایک اثر ورسوخ رکھنے والے کو لائن کرنا شروع کریں۔ بہت سے لوگ اپنے ذاتی نیٹ ورک کی طاقت کو چھوٹ دیتے ہیں. اگر آپ اس مارکیٹ کے بارے میں پرجوش ہیں یا اس میں شامل ہیں جس سے آپ بات کر رہے ہیں تو، آپ بالکل دس لوگوں کو جانتے ہیں جو اس مارکیٹ میں گاہک ہیں۔ اگر آپ کراس فٹ برانڈ لانچ کر رہے ہیں تو، آپ دس لوگوں کو جانتے ہیں جو کراس فٹ بھی کرتے ہیں اور اس کے بارے میں فیس بک پر پوسٹ کر رہے ہیں۔ اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ یہ لوگ "اثر ورسوخ" کی سطح پر نہیں ہیں. اگر آپ اپنے لانچ کے پہلے حصے میں صرف 100 افراد کو خریدنے کی کوشش کر رہے ہیں تو، آپ کو صرف دس دوسرے لوگوں کو متاثر کرنے کے لئے ان دس افراد کی ضرورت ہے۔ آج، اوسط شخص کے انسٹاگرام پر چند سو فالوورز اور کم از

sambaraweb.com

کم 100 فیس بک دوست ہیں۔ ان میں سے دس کو قطار میں کھڑا کریں، اور آپ ہزاروں لوگوں کے سامنے ہیں. یہ نقصان پہنچانے کے لئے کافی ہے.

6. **آخر میں، اپنی گرم فہرست بنائیں۔** لوگوں کو لائن کے سامنے منتقل کرنا شروع کریں تاکہ وہ آپ کی مصنوعات کو آزمانے والے پہلے لوگوں میں سے ایک بن سکیں۔

حقیقی دنیا کے اسٹیکڈ ڈیک

روکسل چومیرے پسندیدہ طالب علموں میں سے ایک ہے. انہوں نے ہاتھ سے تیار کردہ سوئم ویئر برانڈ فیوزڈ ہوائی کا آغاز کیا جو خواتین کو ان کی جلد میں آرام سے رہنے کے لئے بااختیار بناتا ہے۔ کچھ عرصہ پہلے، روکسل اپنے گیراج میں مصنوعات بنا رہی تھی، لیکن

sambaraweb.com

پھر اس نے فیس بک لائیو، انسٹاگرام، اور ای میلز کے ذریعہ بڑھتے ہوئے کسٹمر بیس کی وفاداری اور حمایت حاصل کی۔ وہ خود کو مارکیٹر نہیں سمجھتی تھی۔ وہ صرف اپنے سامعین کے لئے نمودار ہوئی، جس کی وجہ سے فیوزڈ ہوائی ناقابل یقین حد تک تیزی سے آگے بڑھ گیا۔ انہوں نے جلد ہی صرف سوشل میڈیا کے ساتھ ہر ماہ فروخت میں $120،000 کو عبور کیا۔

"میں سوئم ویئر فروخت کرتی ہوں، لیکن میں فیوزڈ ہوائی کو سوئم ویئر کمپنی نہیں سمجھتی،" انہوں نے مجھے بتایا۔ "جب میں نے کام شروع کیا، تو میں اپنے گیراج سے ہینڈ بیگز، اسکرین پرنٹڈ شرٹس، ٹوپیاں، ہر وہ چیز بنا رہا تھا جو میں بنا سکتا تھا۔ میں نے کمپنی کا نام فیوزڈ رکھا کیونکہ میں اپنی تمام فنکارانہ جبلتوں کو یکجا کر رہا تھا۔ میں نہیں جانتا تھا کہ میں کیا کر رہا تھا، لیکن میں جانتا تھا کہ کاروبار کچھ ایسا تھا جو سالوں میں تبدیل ہوتا رہے گا.

"ہمارے سامعین کے برانڈ میں اضافہ مجھے اپنے گاہکوں کے ساتھ ان ناقابل یقین حد تک ٹھنڈے لمحات کا تجربہ کرنے کی اجازت دیتا ہے کیونکہ ہم ترقی کرتے ہیں. جب کچھ اچھا ہوتا ہے، تو ہماری پہلی جبلت اسے بانٹنا ہے. یہ سب اسی کے بارے میں ہے: لوگوں کے ساتھ بڑھنا۔

روکسل کا سوئم ویئر مشن دوسرے تمام برانڈز سے فرق کرنا تھا جو حقیقی اور جھوٹے دونوں اعتماد فروخت کرتے ہیں۔ انہوں نے کہا کہ خواتین کی حیثیت سے، یہاں تک کہ جب آپ اپنی جلد میں اچھا محسوس کرتی ہیں، تو آپ ہمیشہ ایک ایسے لمحے تک پہنچ جاتی ہیں جہاں آپ میں اعتماد کی کمی ہوتی ہے۔ "لہذا ہوائی کی مثالی خاتون کے لئے، یہ صرف اعتماد محسوس کرنے یا یہ کہنے کے بارے میں نہیں ہے کہ ہم پر اعتماد ہیں. یہ چھلانگ لگانے کے بارے میں زیادہ ہے جب آپ نتائج یا نتائج کو نہیں جانتے ہیں. یہ آپ کے عقائد اور ارادے کی سمت میں جانے کے بارے میں ہے. جیسا کہ میں نے اپنے پیغام رسانی پر واقعی واضح کیا ہے، یہ واضح ہو گیا ہے کہ یہ صرف اعتماد کے بارے میں نہیں ہے۔ ہم اس لڑکی سے بات کر رہے ہیں جو خطرہ مول لینے جا رہی ہے اور اپنے خوابوں کی طرف چھلانگ لگانے جا رہی ہے، یہ نہیں

sambaraweb.com

جانتی کہ وہ کہاں اترنے جارہی ہے، لیکن یہ جانتے ہوئے کہ جب وہ ایسا کرے گی تو وہ کھڑی ہونے کے لئے کافی مضبوط ہو گی۔

اس پیغام نے روکسیل کو خواتین سے بات کرنے والے دوسرے برانڈز سے زیادہ اہمیت دی ہے۔

ان کا کہنا تھا کہ 'ہوائی میں، جو سوئم ویئر کی سرزمین ہے، ہم ہر وقت سوئم ویئر میں رہتے ہیں۔" یہ کپڑوں کا سب سے کمزور ٹکڑا ہے۔ ہوائی میں، ہم اپنے سوئم ویئر میں عوامی طور پر باہر ہیں -بنیادی طور پر لباس میں. اس حالت میں اپنی جلد پر اعتماد محسوس کرنا میرے لئے جیت ہے، اور میں اپنے پیغام کے ذریعہ اپنے سامعین کے لئے کیالانا چاہتا ہوں۔

روکسیل کی سوئم ویئر کی کامیابی اسی وقت آئی جب اس کا پیغام تھا۔ دونوں دھاگے آپس میں جڑے ہوئے ہیں۔ "میں جانتا تھا کہ یہ کہانی کے ساتھ مصنوعات تھی جس نے واقعی برانڈ کو فروخت کیا. میں ان عورتوں سے سن رہا تھا جنہوں نے مجھے یہ بتایا

sambaraweb.com

پہلی بار، انہوں نے اپنے بچوں کے ساتھ ساحل سمندر پر آرام دہ محسوس کیا، یا سوئم سوٹ میں پارٹی میں جا رہے تھے. میں ایک ڈیزائنر نہیں ہوں! میں صرف اپنے لیے سوئم ویئر بنا رہا تھا، اور اس پر اپنا لوگو تھپڑ مار رہا تھا۔ لیکن یہ کہانی تھی، حقیقی خواتین کے لئے بنائی گئی مصنوعات کے ساتھ، جس نے ہمارے ناظرین کو تیار کیا۔

آج، روکسیل جو چاہے جس مقدار میں چاہے فروخت کر سکتی ہے۔ ان کے گاہک مہینوں پہلے ہی خریدتے ہیں، اور وہ لفظی طور پر مانگ کو پورا نہیں کر سکتیں۔

یہ ایک اچھا مسئلہ ہے.

جب آپ کے پاس سامعین ہوتے ہیں تو، آپ زیادہ اسٹریٹجک خطرات بھی لے سکتے ہیں۔

لچکدار ڈائٹنگ لائف اسٹائل ایک ایسی کمپنی ہے جسے میں مشورہ دیتا ہوں جو پسندیدہ دھوکہ دہی کھانے کے صحت مند ورژن فروخت کرتا ہے۔ شریک بانیوں میں سے ایک ، زیک روچیلو نے انسٹاگرام پر ترکیبیں پوسٹ کر کے اپنے سامعین کو بنایا، اور اسے جسمانی مصنوعات لانچ کرنے کے لئے صرف یہی ضرورت تھی۔

زیک نے مجھے بتایا کہ "ہم نے ایک ایسا برانڈ بنایا تھا جو ہر کسی کو درپیش ایک مسئلے کو حل کرنے کے ارد گرد تھا-'دھوکہ دہی کے کھانے' کو روزمرہ کے کھانے میں تبدیل کرنا۔" ہماری سب سے بڑی ہٹ میں سے ایک پروٹین کوکی مکھن کی ترکیب تھی۔ اس میں بہت زیادہ غذائی تغذیہ تھی، اس کا ذائقہ بہت اچھا تھا، اور ہمارے سامعین کی خواہشات کو پورا کرتا تھا. لیکن ایک بات جو وہ ہمیں بتاتے رہے وہ یہ تھی کہ بنیادی طور پر وہ اسے خود نہیں بنانا چاہتے تھے۔ وہ صرف اسے خریدنا چاہتے تھے۔

زیک کے لئے یہ نیا علاقہ تھا کیونکہ اس نے پہلے کبھی جسمانی مصنوعات نہیں کی تھی۔ انہوں نے کہا، "ہم نے صرف اس کا پتہ لگانے کا فیصلہ کیا. "ہم نے پروڈکٹ تیار کی، 10،000 یونٹس کے ساتھ آیا، اور اسے صفر اشتہاری اخراجات کے ساتھ لانچ کیا. ہم نے صرف اپنے سامعین کو مصنوعات دکھائی

sambaraweb.com

- ان کی آنکھوں کے سامنے وہ چیز رکھی جو وہ مانگ رہے تھے - اور انہیں بتائیں، ارے، یہ یہاں ہے، خریدنے کے لئے سوائپ کریں۔ اور انہوں نے کیا. ہم نے ایک ہی ہفتے میں 10,000 یونٹس لگائے۔

زیک نے کہانی سنانے اور اپنی کمپنی سے جذباتی تعلق رکھنے والے سامعین کی تعمیر پر توجہ مرکوز کی۔ یہ جذباتی تعلق اہم نکتہ ہے۔ آپ ایسے گاہکوں کو چاہتے ہیں جو قیمت کی خریداری نہیں کر رہے ہیں لیکن جو آپ کی مصنوعات خریدتے ہیں کیونکہ وہ آپ سے منسلک محسوس کرتے ہیں.

مجھے "جاؤ" بٹن کب دبانا چاہئے؟

جیسے جیسے آپ کی انوینٹری سمندر میں اپنے راستے کو چھوتی ہے اور ایمیزون گودام میں اس کی آمد کے قریب پہنچ جاتی ہے، آپ پہلے دن: لانچ ڈے کی زیادہ درست نشاندہی کر سکیں گے۔

sambaraweb.com

مشورہ کا ایک لفظ: اپنے آپ کو ایک وقت بفر دیں. اگر آپ کو لگتا ہے کہ آپ کی مصنوعات جمعہ کو دستیاب ہونے جا رہی ہے تو، اگلے بدھ کے لئے اپنے لانچ کو شیڈول کریں۔ صرف اس دن فروخت لینے سے قاصر ہونے کے لئے لانچ کی تاریخ کو بڑھاوا دینا گاہکوں کی توجہ اور مصروفیت کا ایک بہت بڑا ضیاع ہے۔

آپ پہلے چند دنوں کے اندر لوگوں کو خریدنے کے لئے کسی قسم کی ترغیب پیدا کرنے پر غور کر سکتے ہیں۔ یہ بونس یا کسی قسم کی رعایت ہو سکتی ہے، جیسے بوگو ڈیل۔ عام طور پر، مجھے قیمت میں رعایت پسند نہیں ہے - ڈسکاؤنٹ برانڈ کے طور پر دیکھے جانے سے باہر نکلنا ناقابل یقین حد تک مشکل ہو سکتا ہے - لیکن لانچ کی مدت میں یہ سمجھ کر ٹھیک ہے کہ آپ شاید خصوصی حالات کے علاوہ مصنوعات کی قیمت کو دوبارہ کبھی رعایت نہیں دیں گے۔ بس رعایت پر ایک پختہ ڈیڈ لائن شامل کرنا یقینی بنائیں اور اس پر قائم رہیں۔ اپنی انوینٹری کی حفاظت کریں، خاص طور پر جب آپ اضافی کام کر رہے ہوں۔ میری ترجیح یہ ہے کہ آپ کی مصنوعات کو اس کے پہلے چند دنوں میں ایک ناقابل تسخیر سیکسی خریداری بنانے کے لئے بونس یا ایڈ آن ہو۔

کبھی کبھی، ایمانداری کی کمی خریدنے کے لئے بہترین ترغیب ہے. اگر آپ کے پاس صرف 500 یونٹ دستیاب ہیں، اور آپ کی لانچ لسٹ میں 500 افراد ہیں - انسٹاگرام پر آپ کو فالو کرنے والے 1،000 افراد کا ذکر نہ کریں، اور ان کے تمام دوست جو آپ کے مواد کو دیکھ اور شیئر کر سکتے ہیں - تو ایسے لوگ ہوں گے جو خریداری نہیں کریں گے۔ اس طرح کی کمی صرف زیادہ دلچسپی پیدا کرتی ہے۔ گاہک کے ذہن میں، قلت قیمت کے برابر ہے.

اپنے لانچ سے پہلے آخری سات دنوں کے دوران، آپ کو ہر روز لانچ کے بارے میں بات کرنی چاہئے: اپنی فہرست کو ای میل کرنا، سوشل میڈیا پر اس کے بارے میں پوسٹ کرنا، اپنے بنائے ہوئے کسی بھی اثر و رسوخ والے تعلقات سے فائدہ اٹھانا۔ اسے ہر ایک کے دماغ میں جلا دیں: یہ مصنوعات

sambaraweb.com

اگلے بدھ کو صبح 11 بجے لائیو ہو جائے گی!

صبح 11 بجے آتے ہیں، فلڈ گیٹ کھلتے ہوئے دیکھیں۔

ان ابتدائی چند دنوں کے لئے اپنی توقعات پر قابو پانا یقینی بنائیں۔ لانچ کے جوش و خروش اور آپ کے سامعین کی مصروفیت میں پھنسنا آسان ہے، اور پھر مایوس ہونا جب آپ فوری طور پر فروخت نہیں کرتے ہیں (جو، دوبارہ، آپ نہیں کرنا چاہتے ہیں!)۔

جب تک آپ پہلے چند دنوں میں کم از کم 25 سے 100 فروخت حاصل کرتے ہیں (اور اگر آپ وہ کرتے ہیں جو میں نے اس کتاب میں بیان کیا ہے، تو یہ بہت نایاب ہے کہ *ایسا نہیں ہو گا*)، آپ کے پاس کاروبار کو مزید بڑھانے کے لئے کافی رفتار ہو گی. ایک ملین ڈالر تک پہنچنے کا فارمولا یاد رکھیں: تین سے پانچ مصنوعات، 30 ڈالر کی اوسط قیمت پر، ہر ایک کو روزانہ پچیس فروخت مل رہی ہے، ایک ملین ڈالر کے کاروبار کے برابر ہے.

sambaraweb.com

ایک بار جب آپ پچیس فروخت تک پہنچ جاتے ہیں تو، آپ کا کام جائزے حاصل کرنے کے لئے ان گاہکوں کی پیروی کرنا بن جاتا ہے۔ ہم اس کے بارے میں اگلے باب میں بات کریں گے، کیونکہ میں آپ کو چلنا شروع کرنے سے پہلے آپ کو دوڑنا نہیں سکھانا چاہتا ہوں۔ اس وقت آپ کا واحد کام فروخت لینا ہے، اور ایسا کرنے کا بہترین طریقہ ڈیک اسٹیکنگ کرنا ہے۔

کاروباری شخصیت کی توجہ: مارون لی

مارون لی ایک رجسٹرڈ نرس تھی جس کے پاس بہت زیادہ تنخواہ والی نوکری تھی جس سے اسے تقریبا نکال دیا گیا تھا۔

انتظامیہ ہر کسی کو ادھر ادھر گھمارہی تھی، اور مارون کو جلد ہی احساس ہوا کہ اس کی نوکری خطرے میں ہے۔ اس نے کام کے لئے اپنا شوق بھی کھو دیا تھا۔ وہ لوگوں کی مدد کرنے کے لئے نرسنگ میں داخل ہوا، اور کام کے وہ حصے حیرت انگیز تھے - لیکن بہت سارے معیار اور پالیسیاں تھیں اور لوگ اسے بتارہے تھے کہ اسے کیا کرنا چاہئے کہ وہ جس کام سے محبت کرتا تھا وہ حصے کھو رہے تھے۔

مارون ہمیشہ سے مالی آزادی بھی چاہتا تھا۔ اس کی پرورش قدرے خراب تھی، جس نے اسے اپنے بارے میں کچھ بنانے کی ترغیب دی تھی۔ لہذا وہ اپنا پیسہ بچا رہا تھا، لیکن وہ واقعی نہیں جانتا تھا کہ اس کے ساتھ کیا کرنا ہے۔

انہوں نے کچھ دوستوں سے بات کی جو آن لائن کاروبار کے ساتھ اچھا کام کر رہے تھے، اور وہ حیران تھے کہ کیا یہ ان کے لئے بھی ممکن ہے۔ اپنی تحقیق کے دوران، انہوں نے میری

sambaraweb.com

ویڈیوز کو دیکھا.

جب اسے پتہ چلا کہ یہ واقعی اس کے لئے ممکن ہے تو، اس نے شروع کرنے کے لئے اپنے بہترین دوست کے ساتھ شراکت کی۔ انہوں نے ایک ایسی مصنوعات کی تلاش شروع کی جو منافع بخش ہو اور ان کے پاس مقابلہ کرنے کے لئے بجٹ تھا (ان کے پاس بہت زیادہ پیسہ نہیں تھا جو وہ سرمایہ کاری کرنے کے لئے تیار تھے)۔

انہوں نے ایک انوکھا فٹنس ٹول دریافت کیا جو وہ یوگا کی جگہ کے لئے ایڈجسٹ کر سکتے ہیں۔ حیران کن بات یہ ہے کہ یوگا کی جگہ میں اسی طرح کی مصنوعات کے ساتھ صفر حریف تھے۔ یہ کامل تھا.

مارون کا ایک دوست چین میں مینوفیکچررز کے ساتھ رابطے میں تھا، اور اس نے انہیں ایک مینوفیکچرر کے ساتھ حیرت انگیز سودے کروائے۔ اپنی تحقیق کرنے کے بعد ، مارون نے جائزے کی بنیاد پر ترمیم کرنے کے لئے فیکٹری کے ساتھ کام کیا۔ حتمی نتیجہ یہ تھا کہ ایک ہی بنیادی مصنوعات کو ایک کے طور پر فروخت کیا جا رہا تھا۔

sambaraweb.com

عام بازیابی کا آلہ لیکن یو گا سامعین کے مطابق تیار کیا گیا، اور دوسرے تمام ورژن پر بہتر ہوا۔

یہ ایک بہت بڑی ہٹ تھی. لوگوں نے اسے بہت پسند کیا.

تاہم، مارون جانتا تھا کہ میں ایک برانڈ بنانے کے لئے تین سے پانچ مصنوعات رکھنے کی سفارش کرتا ہوں۔ اگرچہ مارون کے ہاتھوں میں ایک مقبول پروڈکٹ تھی، لیکن اس کے پاس کوئی برانڈ نہیں تھا۔ اور اسے ایک تخلیق کرنا واقعی، واقعی مشکل لگا.

وہ نہیں جانتا تھا کہ "برانڈ" کی وضاحت کیسے کی جائے یا اس کے ارد گرد صاف ستھرا باکس کیسے رکھا جائے۔ لوگ اسے بتاتے تھے کہ "برانڈ" اس کا لوگو ہے یا جب وہ مصنوعات کو دیکھتے ہیں تو گاہک کو کیسا محسوس ہوتا ہے، لیکن قابل عمل اقدامات کے لحاظ سے اس کا کیا مطلب تھا؟

انہوں نے مارکیٹنگ پر کتابیں پڑھیں جو بے ترتیب چیزوں سے بھری ہوئی تھیں جو وہ اپنے کاروبار پر لاگو نہیں کر سکتے تھے۔

وہ جانتا تھا کہ برانڈنگ کے لئے، مختلف بہتر ہے. لیکن اس سے مختلف ہونے کا کیا مطلب تھا؟ کیا ان کا رنگ مختلف ہونا چاہئے؟ زیادہ قیمت؟ وہ یہ جاننے کے لئے جدوجہد کر رہے تھے کہ کس طرح مختلف ہونا ہے، اور اسے ایک برانڈ تھیم میں کیسے باندھنا ہے جو گاہک کی خدمت کرے گا۔ ایک مربوط برانڈ بنانا مشکل تھا جب انہوں نے کبھی بھی کسی خاص شخص کو نشانہ نہیں بنایا تھا۔ انہوں نے صرف ایک بہتر مصنوعات بنانے پر توجہ مرکوز کی تھی، لیکن اس بات پر غور نہیں کیا تھا کہ وہ کس کی خدمت کر رہے ہیں۔

پھر انہوں نے مجھے اپنی ایک ویڈیو میں سامعین اور پیغام رسانی کی اہمیت کے بارے میں بات کرتے ہوئے سنا۔ *میں اپنے سامعین سے براہ راست بات کیوں نہیں کرتا؟* اس نے سوچا.

مارون نے انسٹاگرام پر زیادہ پوسٹ نہیں کیا، یا یہاں تک کہ ایک بڑی فالوورز بھی ہیں، لیکن انہوں نے گاہکوں کو براہ راست پیغامات بھیجنے کے لئے وقت نکالنا شروع کر دیا، ان سے

sambaraweb.com

پوچھا کہ وہ مصنوعات کے بارے میں کیا سوچتے ہیں۔

مارون نے مجھے بتایا کہ "یہ مکمل طور پر گیم چینجر تھا۔ "مصنوعات سے محبت کرنے والے لوگوں کے ساتھ حقیقی بات چیت کرنے سے ہمیں یہ سمجھ میں آیا کہ وہ کون ہیں، اور وہ آگے کون سی مصنوعات چاہتے ہیں."

اگرچہ یہ صرف چند سو افراد تھے، مارون کے سامعین نے اونچی آواز میں جواب دیا۔

انہوں نے اور ان کے پارٹنر نے اپنی مارکیٹنگ کو ایڈجسٹ کرنے کے لئے موصول ہونے والی رائے کا استعمال کیا، جس کے نتیجے میں زیادہ فروخت ہوئی۔ وہ صرف ایک پروڈکٹ رکھنے سے لے کر اس شخص کے بارے میں سوچنے لگے جو اس سے فائدہ اٹھائے گا اور وہ اس پروڈکٹ کو کس چیز کے لئے استعمال کرے گا۔ وہ ہمیشہ اس بات کو یقینی بناتے تھے کہ وہ کسی شخص کی خدمت کر رہے ہیں۔

sambaraweb.com

جب تک حریفوں نے اپنی مارکیٹ تلاش کی اور انہیں کاپی کرنے کی کوشش کی، ماروِن اور اس کا ساتھی بہت آگے تھے۔ اس موقع پر، گاہکوں نے انہیں منتخب کرنا جاری رکھا، حقیقی لوگوں کے تمام جائزوں کی بدولت۔

ماروِن نے صرف دو مصنوعات کے ساتھ بہت کامیابی حاصل کی ہے، لیکن وہ کم از کم تین مزید شامل کرنے کا ارادہ رکھتے ہیں۔ پھر وہ ممکنہ طور پر برانڈ کو فروخت کرنے کی پوزیشن میں ہو گا۔

ماروِن نے کہا، "اگر میں مصنوعات کا کاروبار شروع کرنے کے خواہاں کسی شخص کو مشورہ دے سکتا ہوں، تو یہ اس بات کو یقینی بنانا ہے کہ آپ جانتے ہیں کہ آپ سب سے پہلے کیا کر رہے ہیں. "بہت سے لوگ کہتے ہیں کہ کارروائی کرو، لیکن جلدی نہ کرو۔ آپ غلطیاں کریں گے. مہنگے ہیں. "

ماروِن اور اس کے ساتھی نے صرف یہ دیکھنے کے لئے ہر چیز کی جانچ نہیں کی کہ کیا کام کرتا ہے۔ انہوں نے چیزوں کے بارے میں سوچا. انہوں نے تمام منظرناموں پر غور کیا۔ "آپ کو بھی سیکھنے سے محبت کرنی چاہئے،" انہوں نے مجھ سے کہا. "اگر آپ سیکھنا جاری نہیں رکھتے ہیں، تو کوئی آپ کو پیچھے چھوڑ دے گا اور زیادہ کامیاب ہو جائے گا." اور اس کھیل میں، سیکھنے کا مطلب ہے اپنے گاہکوں کو سننا.

کاروبار میں، ہمیشہ ایسے لوگ ہوں گے جو آپ کی نقل کرنا چاہتے ہیں، جس کا مطلب ہے کہ ہر کاروبار ایک مرنے والا کاروبار ہے۔ اگر آپ ہمیشہ کے لئے ترقی نہیں کر رہے ہیں تو، آپ کے پاس وقت کی ایک حد ہے.

"مجھے یاد ہے کہ جب ہم نے برانڈ شروع کیا اور کرسمس کے آس پاس ایک پروڈکٹ رن لانچ کیا، تو ہر کسی نے ہم سے کہا کہ تعطیلات کی مدت کے لئے، ہمیں تین سے پانچ گنا زیادہ

sambaraweb.com

مصنوعات کا آرڈر دینا چاہئے جتنا ہم نے سوچا تھا کہ ہم فروخت کریں گے. ہمارے پاس اس کے لیے پیسے نہیں تھے،" انہوں نے کہا۔

دونوں دوست بیٹھ گئے اور سنجیدہ بات چیت کی۔

"آپ اس سے گزرنے کے لئے کتنے تیار ہیں؟" انہوں نے ایک دوسرے سے پوچھا۔

وہ دونوں آگے بڑھنے کے لئے پر عزم تھے اور انہوں نے آگے بڑھنے کا فیصلہ کیا۔

کریڈٹ کارڈ پر 18 فیصد شرح سود کے ساتھ 80,000 ڈالر. وہ جانتے تھے کہ اگر یہ ٹھیک نہیں ہوا تو وہ دیوالیہ ہو جائیں گے۔

مارون نے مجھے بتایا کہ "تب مجھے پتہ چلا کہ میں کتنا مضبوط ہوں اور میں یہ کتنا برا چاہتا ہوں۔ "یہ سب سے اچھی چیز ثابت ہوئی جو میں نے کبھی کی ہے. آخر کار مجھے ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے میں نے اپنے طور پر کچھ حاصل کیا ہے۔ میرے لئے، یہ انمول ہے."

sambaraweb.com

7

مرحلہ پانچ: اپنی پہلی مصنوعات لانچ کرنا

ہین میٹ اور میں نے سب سے پہلے شیر طاقت بڑھانا شروع کیا، ہمیں باڈی بلڈنگ شوز اور فٹنس کانفرنسوں کے ارد گرد چلنا پسند تھا، صرف یہ دیکھنے کے لئے کہ کیا ہے مصنوعات کی اقسام کے بارے میں بات کی جارہی تھی.

ورزش سے پہلے کے مشروبات کے نمونے پیش کرنے والے بوتھوں پر جانے، ایک گھونٹ پینے اور ایک دوسرے سے کہنے میں مزہ آتا تھا، "ہمارا بہتر ہے!" یہ مقابلہ پر جاسوسی کرنے اور مصنوعات کے خیالات حاصل کرنے کا ایک عمدہ طریقہ تھا۔ پیچھے مڑ کر دیکھیں تو، وہ سب سے زیادہ تفریحی دن تھے جو

samberaweb.com

میں نے کاروبار میں کبھی گزارے ہیں.

ایک دن، ایک کنونشن سے گزرتے ہوئے، ہم نے دیکھا کہ لوگوں کا ایک گروپ مفت نمونوں کے لئے قطار میں کھڑا ہے۔ یقیناً یہ ایک عام منظر تھا۔ کمپنیوں نے دھوم مچانے کے لئے اپنی مصنوعات کے مفت نمونے دیئے۔

لیکن یہ کوئی عام لائن نہیں تھی۔ ذائقے کی جانچ کرنے والوں کی یہ قطار کنونشن ہال کے چاروں طرف لپٹی ہوئی تھی، یہاں تک کہ کچھ دوسری کمپنیوں کے بوتھوں میں بھی مداخلت کر رہی تھی! کسی چیز کے مفت نمونے کے لئے سینکڑوں لوگ قطار میں کھڑے تھے۔ یہ ایک تفریحی پارک کی طرح تھا جس میں ہر کوئی سب سے زیادہ مقبول رولر کوسٹر کے کھلنے کا انتظار کر رہا تھا۔

میں نے سوچا کہ شاید دی راک آٹوگراف پر دستخط کرنے والی لائن کے دوسرے سرے پر ہے یا کچھ اور۔ (دلچسپ حقیقت: میٹ اور میں نے ہمیشہ شیر اسٹرینتھ میں دی راک ڈوین جانسن کے ساتھ شراکت داری کا خواب دیکھا تھا۔ ہم ان سے ایک بار ملے تھے، لیکن یہ کبھی پورا نہیں ہوا.

sambaraweb.com

تجسس سے مغلوب ہو کر میں نے قطار میں کھڑے کسی شخص کی طرف رخ کیا اور پوچھا، "ارے، یہ لائن کس لیے ہے؟" اس نے چھت کی طرف اشارہ کیا۔ وہاں میں نے ایک ایسی کمپنی کا لوگو دیکھا جس کے بارے میں میں نے کبھی نہیں سنا تھا: کوئسٹ نیوٹریشن۔ ایک لمحے میں، میں اس کمپنی سے متاثر ہو گیا.

یہ سوچنا آسان ہو گا کہ کوئسٹ نیوٹریشن کے پاس ہمیشہ لوگوں کی ایک قطار تھی جو اس کا انتظار کر رہے تھے۔ یہ وجود میں صرف چند سال تھے، اور یہ پہلے سے ہی اب تک کی سب سے زیادہ فروخت ہونے والی پروٹین بار تھی! مجھے بعد میں پتہ چلا کہ کوئسٹ نے کاروبار میں اپنے چوتھے سال تک فروخت میں $500 ملین کا کام کیا۔ اس طرح کی ترقی حیرت انگیز ہے، لیکن یہ اس طرح شروع نہیں ہوا تھا۔

میں کوئسٹ نیوٹریشن کے بارے میں اتنا جنونی ہو گیا کہ میں نے بانی ٹام بیلیو کو چند سال بعد کیپیٹلزم کانفرنس میں خطاب کرنے کے لئے مدعو کیا۔ ٹام نے مجھے بتایا کہ اس نے اپنے باورچی خانے میں خود مصنوعات بنا کر شروعات کی۔ وہ انہیں خود ہی کاٹ رہا تھا! ٹام کے پاس کوئی واضح "لانچ پلان" بھی نہیں تھا۔ وہ اس کے بارے میں جو بھی سنتا تھا اس سے بات کرتا تھا، اور وہ کھلاڑیوں کو سلاخیں مفت میں دیتا تھا۔

وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ شائقین کے چھوٹے چھوٹے گروپ بننا شروع ہو گئے۔ انہوں نے بار کھانے کے جدید طریقوں کا اشتراک کرنا شروع کیا۔ مثال کے طور پر، اگر آپ اسے مائکروویو میں گرم کرتے ہیں اور اسے ایک دائرے میں ڈال دیتے ہیں تو، یہ ایک کوکی بن گیا! اور اگر آپ نے بار کو توڑ کر اسے موٹے پروٹین شیک میں ڈال دیا تو، اس کا ذائقہ کوکی آٹے کی طرح تھا!

خریداروں کا یہ چھوٹا، "بھوکا" گروپ جلد ہی ٹیم کوئسٹ کے نام سے جانا جانے لگا۔ ہر بار جب ٹام کسی پروڈکٹ لانچ یا پروڈکٹ ٹیسٹ کرنا چاہتا تھا، تو وہ اسے پہلے ٹیم کوئسٹ کو جاری کرتا تھا۔ اس طرح جس دن یہ تیار ہوا اس دن اسے خریدنے کے لئے شائقین تیار تھے۔

sambaraweb.com

اگرچہ ٹیم کوئسٹ کا آغاز سپر فینز کی ایک چھوٹی، راگ ٹیگ ٹیم کے طور پر ہوا، لیکن یہ خریداروں کے ایک طاقتور گروپ میں تبدیل ہو گئی۔ یہ پرجوش سامعین کوئسٹ کی مصنوعات کو جم، دفتر اور آخر کار ریاستہائے متحدہ امریکہ میں تقریباً ہر خوردہ چین کی الماریوں پر لے گئے۔ خریداروں کے اس چھوٹے، پرجوش گروپ نے کوئسٹ کو نقشے پر رکھا اور انہیں ایک بڑے حصول تک پہنچایا۔ 2019 میں، کوئسٹ کو 1 بلین ڈالر میں فروخت کیا گیا۔

جی ہاں، میں نے اپنے آپ کو سوچا. کیا یہ اچھا نہیں ہو گا اگر لوگ میری مصنوعات خریدنے کے لئے قطار میں کھڑے ہوں؟ اور جب آپ مناسب پروڈکٹ لانچ کرتے ہیں تو آپ کے ساتھ بالکل یہی ہو سکتا ہے۔

یہ پہلی فروخت کا احساس

sambaraweb.com

آپ کی پہلی فروخت کا جوش کبھی ختم نہیں ہوتا ہے. میں نے درجنوں بار لانچ کیا ہے، اور جب بھی میں کوئی نیا کاروبار شروع کرتا ہوں تو میں اب بھی پرجوش ہوتا ہوں. مجھے اب بھی پہلی فروخت کا احساس ہے!

بارہ ماہ کے عمل میں اس مقام پر، ڈیک کو اسٹیک کرنے کے بعد، پیچھے مڑنے کا کوئی راستہ نہیں ہے. ظاہر ہے، کچھ شک اور خوف ہے. آپ سوچ رہے ہیں کہ کیا اس میں سے کوئی بھی کام کرنے جا رہا ہے- اگر ایک شخص بھی وہ چیز خریدنے جا رہا ہے جو آپ فروخت کر رہے ہیں.

میرا یقین کریں، جب لوگ خریدنا شروع کرتے ہیں (اور وہ کریں گے) تو یہ سب سے زیادہ تصدیق شدہ ڈوپامین کک ہے جس کا آپ تصور کر سکتے ہیں. یہ پہلی فروخت کی اطلاع سامنے آتی ہے، اور آپ سوچتے ہیں، مجھے یقین نہیں آ رہا ہے کہ یہ واقعی ہو رہا ہے. ان لوگوں کے نام دیکھنا اور بھی حیرت انگیز ہو جاتا ہے جنہیں آپ اپنی مصنوعات خریدنے کے لئے نہیں پہچانتے ہیں۔ *میری ماں کے علاوہ دوسرے لوگ واقعی میں نے جو بنایا اسے پسند کرتے ہیں!*

آپ کے دوست اور اہل خانہ آپ کی مصنوعات خریدتے ہیں کیونکہ آپ اسے سوشل میڈیا پر دستاویزی شکل دے رہے ہیں اور کیونکہ جن لوگوں کو آپ نے مائیکرو انفلوئنسرز کے طور پر ٹیگ کیا ہے وہ آپ کی مصنوعات خرید رہے ہیں اور اس کی حمایت کر رہے ہیں، جو ایک بہت اچھا احساس ہے۔ لیکن جب مکمل اجنبی آپ کی مصنوعات خریدنا شروع کرتے ہیں تو یہ اور بھی بہتر احساس ہوتا ہے۔

یہ، میرے دوست، ایک حقیقی گاہک ہے - کوئی ایسا شخص جس نے آپ کو کسی قسم کے اشتہاری میکانزم کے ذریعے پایا. یہ اشتہاری میکانزم اتنا ہی آسان ہو سکتا ہے جتنا کسی اور کو فیس بک پر اس کے بارے میں پوسٹ کرتے ہوئے دیکھنا، یا شاید انہوں نے آپ کو ایمیزون تلاش کر کے پایا۔

جب آپ اس نئے، غیر شناخت شدہ، غیر معروف نام کو دیکھیں گے تو، آپ مسکرائیں گے۔ آپ اپنے ساتھی، یا اپنی ماں، یا اپنے کتے کو دیکھیں گے، اور آپ پہلے سرگوشی میں کہیں گے، "مجھے لگتا ہے کہ

sambaraweb.com

میں نے ابھی ایک حقیقی فروخت کی ہے۔"

یہ وہ وقت ہے جب آپ واقعی کاروبار میں ہیں۔

ہر ایک اہم ہے

عمل کے اس مرحلے میں، ہر فروخت اہم ہے، اور ہر سماجی حصہ یا جائزہ ایک ممکنہ گیم چینجر ہے۔ یہ یقینی بنانا آپ کا کام ہے کہ ان پہلی، دلچسپ فروخت کے بعد رفتار ختم نہ ہو۔ یہ آپ کا کام ہے کہ آپ اس آگ کو بھڑکاتے رہیں، اور ہر انچ ایک میل تک پھیل جاتا ہے۔ اس کا مطلب ہے کہ ہر گاہک پر فتح حاصل کرنا، اپنے پیروکاروں سے اوپر اور اس سے آگے جانا، اور ہر جائزہ حاصل کرنا۔

sambaraweb.com

ایک چیز جو میں نے گیری ویز چوک کے ساتھ اپنے وقت سے سیکھی ہے وہ یہ ہے کہ ہر ایک شخص اہمیت رکھتا ہے۔ ہر تبصرہ جس کا آپ جواب دیتے ہیں وہ زندگی کے لئے ایک مداح پیدا کر سکتا ہے، اور ہر گاہک جو آپ کی تعریف کرتا ہے وہ اگلے بڑے ڈومینو کی توجہ حاصل کر سکتا ہے۔ گیری اپنے سامعین سے ہر شیئر اور ہر خریداری کی تعریف کرتا ہے۔

اگر لاکھوں لوگوں کا محبوب شخص کسی نئے کاروبار کے آغاز میں اپنے ہاتھ گندے کرنے کے لئے تیار ہے، اپنے پیروکاروں کا شکریہ ادا کرتا ہے اور اپنے گاہکوں کے لئے اضافی میل جاتا ہے، تو آپ کو اپنے آپ سے بھی یہی توقع رکھنی چاہئے.

اس عمل کے اس مرحلے پر ایک سلپ آپ کی بہت سی پیش رفت کو ختم کر سکتی ہے۔ ایک خراب جائزہ یا ایک ناقص مصنوعات آپ کو مہینوں کے لئے پیچھے دھکیل سکتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ کھیل کے اس مرحلے پر اپنے گاہکوں اور پیروکاروں کی نیک نیتی کو برقرار رکھنا بہت اہم ہے۔

اگر یہ تھکا دینے والا لگتا ہے تو، اس حقیقت میں دل لیں کہ برف کا گولہ تیزی سے بنتا ہے۔ مثال کے طور پر، صحیح شخص سے ایک ری ٹویٹ دس نئے گاہکوں کو لا سکتا ہے۔ ایک ویڈیو تعریف کو ایک اشتہار میں تبدیل کیا جا سکتا ہے جو آپ کو نقشے پر رکھتا ہے۔ ایک پوڈکاسٹ کا ذکر آپ پر توجہ دینے کے لئے ہزاروں نئے سپر فینز کو اشارہ کر سکتا ہے۔

اس عمل میں آگے بڑھنے کا ہر ایک قدم اس مرحلے پر اہمیت رکھتا ہے۔

لانچ کے دوران اور بعد میں آگ بجھانا بہت ضروری ہے۔ چونکہ آپ نے ڈیک کو اسٹیک کیا ہے، لہذا کامیابی کے امکانات آپ کے حق میں ہیں۔

اگر آپ نے لانچ سے پہلے بز تیار کیا ہے تو، پہلے چند دنوں کے نتیجے میں ہر روز مسلسل فروخت ہو گی۔ آپ ایک ہی وقت میں پرجوش، مصروف اور خوفزدہ ہوں گے. ابتدائی لانچ بز ختم ہونے کے بعد (عام طور پر لائیو ہونے کے دو ہفتے بعد)، آپ کو ممکنہ طور پر تقریباً 50 فیصد کی عام "پل بیک" نظر آئے گی۔

sambaraweb.com

فروخت میں اس کمی کے لئے خود کو تیار کریں. یہ ناگزیر ہے. آپ شاید پریشان ہوں گے، لیکن لانچ کی بات ختم ہونے کے بعد تقریباہر کسی کی فروخت میں ابتدائی گراوٹ آتی ہے۔ یہ وہ جگہ ہے جہاں کام واقعی شروع ہوتا ہے. کورس جاری رکھیں.

جیسے ہی آپ اپنے وعدوں کو پورا کرتے ہیں، اپنے گاہکوں کو خوش کرنے اور فروخت کو جائزوں میں تبدیل کرنے کے لئے اوپر اور اس سے آگے جاتے ہیں، اسنوبال کی تعمیر شروع ہو جائے گی، اور آپ ہفتے بہ ہفتہ بڑھنا شروع کر دیں گے۔ سب سے پہلے، یہ محسوس ہو گا کہ آپ ہر عجیب فروخت کے لئے کھرچ رہے ہیں اور پنجے مار رہے ہیں. پھر آپ ایک دن میں کچھ مصنوعات فروخت کریں گے. پھر ایک دن میں پانچ. پھر دن میں دس، اور بار بار. اس وقت کے دوران ڈوپامائن کے اتار چڑھاؤ ناقابل بیان ہیں۔ اونچائیاں بہت اونچی ہیں، اور نشیب و فراز موت کی طرح محسوس ہوتے ہیں۔

میں نے دیکھا ہے کہ لوگ اپنے لانچ کے ایک ہفتے کے اندر مستقل، دس فروخت کے نشان تک پہنچ جاتے ہیں۔ میں بہت سے لوگوں کو بھی دیکھتا ہوں جو گیٹ سے باہر جدوجہد کرتے ہیں۔

sambaraweb.com

اگر آپ وہ ترقی نہیں دیکھ رہے ہیں جو آپ چاہتے ہیں تو آپ کو بڑا سوچنے کا لالچ محسوس ہو گا۔ میں آپ کو اس کے برعکس کرنے کی ترغیب دیتا ہوں: چھوٹے جاؤ. فروخت کرنے کے لئے آپ سب سے چھوٹی، آسان ترین چیز کیا کر سکتے ہیں؟

میں پچیس سے پچاس لوگوں کے چھوٹے گروپوں کے ساتھ ہفتہ وار کوچنگ کال کرتا تھا۔ ایک دن، کین نامی ایک شخص ایک کال پر بات کر رہا تھا کہ وہ کس طرح اپنے دوستوں اور اہل خانہ کو خریدنے کے لئے لا رہا ہے، لیکن وہ کوڑے کو توڑ نہیں سکا. وہ مصنوعات کو شروع کرنے کے لئے کچھ مارکیٹنگ کی حکمت عملی کی کوشش کر رہا تھا، لیکن کچھ بھی کلک نہیں کر رہا تھا۔

میں فوری طور پر بتا سکتا تھا کہ کین کی جدوجہد کی وجہ یہ تھی کہ وہ بہت دور سوچ رہا تھا۔ وہ ایک دن میں ایک فروخت سے دس فروخت تک جانے کی کوشش نہیں کر رہا تھا۔ وہ ایک سے 100 تک جانے کی کوشش کر رہا تھا۔ کین نے سوچا کہ اگر اس نے اس عمل میں تمام اقدامات کیے تو یہ صرف جادوئی طور پر ہو گا۔

"کین،" میں نے کہا، "میں تمہیں ایک ذمہ داری سونپنے جا رہا ہوں۔ آپ کا کام آپ کی مصنوعات پر دس جائزوں کے ساتھ اگلے ہفتے یہاں واپس آنا ہے. مجھے پرواہ نہیں ہے کہ آپ یہ کیسے کرتے ہیں، لیکن اگلے ہفتے آپ کی مصنوعات پر دس جائزے کے ساتھ کال پر آئیں۔

میں جانتا تھا کہ "دس جائزے حاصل کرنا" اتنا چھوٹا سا کام تھا کہ وہ اسے سمجھ سکتا تھا۔ میں یہ بھی جانتا تھا کہ اگر میں نے اسے کوئی بڑی اور پیچیدہ حکمت عملی دی تو وہ جدوجہد جاری رکھے گا۔

ایک نئے کاروباری شخصیت کوچ بیٹ دیتے وقت، میں نے دریافت

sambaraweb.com

کیاہے کہ میری 80 فیصد توجہ لوگوں کو چیزیں نہ کرنے پر مرکوز ہے. مارکیٹنگ کی نئی حکمت عملی نہ بنائیں. کسی نئے شخص کی خدمات حاصل نہ کریں.

فروخت کرنے، جائزے حاصل کرنے، اور اپنے سامعین کی تعمیر پر توجہ مرکوز کریں۔ مجھے کین سے "اچھے خیالات" کے ایک گروپ سے بات کرنی پڑی تاکہ وہ ایک چیز پر توجہ مرکوز کر سکے: کچھ فروخت کریں اور انہیں جائزے میں تبدیل کریں۔

"ان جائزوں کو حاصل کرنے کے لئے آپ کو جو بھی کرنا پڑے وہ کریں،" میں نے کہا. "اگر آپ کو دن میں تین بار پیزا آرڈر کرنا پڑتا ہے اور ہر ڈلیوری کرنے والے شخص کو اپنی مصنوعات خریدنے پر پچ کرنا پڑتا ہے، تو مجھے لگتا ہے کہ آپ ایک ٹن پیزا کھانے جا رہے ہیں. لیکن دس جائزے کے بغیر اس کال پر واپس نہ آئیں۔

sambaraweb.com

اگلے ہفتے، انہوں نے بولنے سے پہلے کال کے اختتام تک انتظار کیا۔ جب ان کی باری آئی، تو انہوں نے خاموشی سے اور پر سکون انداز میں اپنی پیش رفت کے بارے میں بتایا: "ٹھیک ہے، میں نے وہی کیا جو آپ نے مجھے کرنے کے لئے کہا تھا۔

"ٹھیک ہے، بہت اچھا. تو پھر کیا ہوا؟"

"ٹھیک ہے، اب مجھے ان لوگوں سے روزانہ سات سے دس فروخت مل رہی ہیں جنہیں میں نہیں جانتا۔

باقی گروپ اس کے جشن منانے کا انتظار کر رہا تھا، لیکن اس نے میری کمپیوٹر اسکرین پر خالی نظروں سے دیکھا۔

"اب میں کیا کروں؟" اس نے پوچھا۔

"چلتے رہو!" میں نے اسے بتایا، اس کی کامیابی کے لئے اس سے کہیں زیادہ پرجوش تھا.

مجھے لگتا ہے کہ کین آسمان سے غبارے گرنے کا انتظار کر رہا تھا۔ ترقی اس کے لئے سست محسوس ہوئی، لیکن یہ تعمیر ہو رہی تھی۔ اس کا برف کا گولہ گھوم رہا تھا۔ یہ صرف اس کی مصنوعات کو حرکت دینے کے لئے کافی تھا، اور وہاں سے رفتار میں اضافہ ہوا۔

جب میں پہلی بار ایک دن میں پانچ سیلز پر پھنس گیا، تو ایسا لگا جیسے میں بغیر کسی سہارے کے پہاڑ پر چڑھ رہا ہوں۔ ایسا لگ رہا تھا کہ یہ ایک ناممکن طویل سفر ہونے جا رہا ہے. میں جانتا ہوں کہ آپ بھی اس پہاڑ کی تہہ میں ہیں۔ ایسا لگتا ہے کہ یہ ایک تھکا دینے والا اسلاگ ہونے جا رہا ہے جو ہمیشہ کے لئے لے جاتا ہے۔ لیکن جب آپ ڈیک کو دائیں طرف کھڑا کر دیتے ہیں، اور آپ کا برانڈ لانچ کے بعد برف باری کرنا شروع کر دیتا ہے تو، یہ سنوبال آپ کے خیال سے کہیں زیادہ تیزی سے بڑھتا ہے - اور یہ رفتار اس وقت تک جاری رہے گی جب تک آپ رفتار کو جاری رکھیں گے۔

sambaraweb.com

آپ اب لوگوں کے کاروبار میں ہیں

مجھے بہت اچھی طرح یاد ہے جب مجھے اپنا پہلا آرڈر بار بار خریدار سے ملا تھا۔ ایک بار خریدنے کے بعد، وہی گاہک واپس آیا اور مزید تین خریداریاں کیں. میں اتنا متجسس تھا کہ مجھے فون اٹھانے اور اسے فون کرنے پر مجبور ہونا پڑا۔

اس نے جواب دیا، اور میں نے ابھی اس کا آغاز کیا. "ارے، میرا نام ریان ہے، اور آپ نے ایمیزون پر میری مصنوعات خریدی. میں صرف سوچ رہا تھا کہ کیا میں آپ سے پوچھ سکتا ہوں کہ آپ کو یہ کیسے ملا اور آپ کیا سوچتے ہیں۔

"ریان"، اس نے جواب دیا، "مجھے آپ کی مصنوعات سے محبت ہے."

کاش میں نے اسے ریکارڈ کیا ہوتا کیونکہ اس نے بہترین تعریف کی ہوتی! لیکن میں اس احساس کو کبھی نہیں بھولوں گا. یہ جاننا کہ کسی نے میرے برانڈ سے محبت کی اور اس پر واپس آنے کا انتخاب کیا، ایک گیم چینجر تھا۔ یہ وہ وقت تھا جب اس نے واقعی گھر کو متاثر کیا، اس طرح سے اس سے پہلے کبھی نہیں ہوا تھا، کہ کاروبار بنانا لوگوں کا کھیل ہے، مصنوعات کا کھیل نہیں۔

sambaraweb.com

بہت سے انٹرنیٹ کاروباری افراد تاریخی طور پر الگورتھم، نمبروں اور مشینوں کے لئے بہتر بنانے کے مجرم ہیں، یہ سوچکر کہ انہیں کسی نہ کسی طرح سسٹم کو کھیلنا ہے۔ سچ یہ ہے کہ آپ لوگوں کو مارکیٹنگ کر رہے ہیں - لوگوں کے ساتھ بات چیت کر رہے ہیں. جب آپ واقعی اس کو سمجھتے ہیں تو، آپ کی مارکیٹنگ اور بھی زیادہ موثر ہو جائے گی۔ آپ تعریفیں جمع کرنا شروع کرنے، جائزے کا جواب دینے (یہاں تک کہ جب وہ خراب ہوں) اور اپنے گاہک کے ساتھ ذاتی طور پر مشغول ہونے کے لئے حوصلہ افزائی کریں گے۔ آپ دیکھیں گے کہ فروخت لین دین نہیں بلکہ تعلقات ہیں۔ یہ وہ لمحہ ہے جب یہ حقیقت بن جاتا ہے.

کامل لانچ جیسی کوئی چیز نہیں ہے

میں نے کسی ایسے شخص کی مثال تلاش کرنے کی کوشش کی ہے جس نے گیٹ کے بالکل باہر ان کی لانچ کو توڑ دیا، سب کچھ اچھی طرح سے کیا۔ لیکن لاکھوں ڈالر کی فنڈنگ کے ساتھ بڑے برانڈز کے علاوہ، لفظی طور پر صفر مثالیں ذہن میں آتی ہیں۔

شاید اس کی وجہ یہ ہے کہ لانچ کا مقصد آپ کو ہر جگہ نقشے پر رکھنا نہیں ہے بلکہ صرف پہیوں کو موڑنا ہے۔ سینکڑوں لوگ جنہوں نے میرے کام کو سات درجے کے کاروباری مالک بننے کے لئے استعمال کیا ہے، تقریباً ہمیشہ شروع سے شروع کیا ہے، ابتدائی لائن تک پہنچنے کے لئے رینگتے ہیں، معتدل کامیابی کے ساتھ شروع ہوئے ہیں، اور وہاں سے ترقی کی ہے. لانچ نے انہیں وہ رفتار دی جس کی انہیں ترقی شروع کرنے کی ضرورت تھی۔

میرا ایک طالب علم ہے جس کا نام انتھونی ہے۔ اس کی پہلی پروڈکٹ ایک بچہ بردار تھی۔ وہ مرنے

sambaraweb.com

سے نکل کر ایک ہی وقت میں تین نوکریاں کر رہے تھے، ان کے پاس اپنے بچوں کے لیے وقت نہیں تھا، وہ اپنی پہلی پروڈکٹ لانچ کرنے تک چلے گئے۔ اٹھارہ ماہ کے اندر اندر، وہ ایک کل وقتی کاروباری شخصیت بن گیا.

جب میں آپ کو یہ بتاتا ہوں، تو میں نے ابھی جو مفروضہ پیدا کیا ہے وہ یہ ہے کہ اس کے پاس اتنی اچھی لانچ تھی کہ اس نے اسے سات اعداد و شمار تک پہنچا دیا۔ یہ بالکل ایسا نہیں ہوتا ہے. میں اکثر دیکھتا ہوں کہ لوگوں کو ایک غلط فہمی ہوتی ہے، یہ یقین کرتے ہوئے کہ اگر انہیں لانچ صحیح مل جاتا ہے تو، وہ خود بخود ہر جگہ ہوں گے۔ "ایک، دو، کچھ کو چھوڑ دیں، لانچ کریں، آپ کروڑ پتی ہیں" کا یہ خیال اس طرح نہیں ہوتا ہے. لانچ ابھی عمل کے آغاز میں ہے، اور اب آپ کو کچھ بڑھانے کے قابل ہونے کے لئے فروخت اور رفتار حاصل کرنا ہو گی۔

یاد رکھیں، آپ اب بھی "دی گرائنڈ" میں ہیں.

انتھونی کے پاس ایک عمدہ لانچ تھی، لیکن اس کی سب سے بڑی طاقت یہ تھی کہ وہ اس عمل کے بارے میں منظم تھا۔ اس کے ذہن میں تین سے پانچ مصنوعات تھیں۔ وہ

sambaraweb.com

ڈیک کو ڈھیر کر دیا. اس نے ایک پروڈکٹ لانچ کی، آگ بھڑکائی، اور احتیاط سے اس عمل کو اسی طرح دہرایا جس طرح مصنوعات دو، تین، چار اور پانچ کے لئے.

آپ اقدامات کو چھوڑ نہیں سکتے ہیں اور اپنے تمام انڈے لانچ ٹوکری میں نہیں رکھ سکتے ہیں۔ کامیابی راستے میں ہر چھوٹے سے چھوٹے قدم پر عمل کرنے سے آتی ہے، نہ کہ صرف سب سے شاندار قدم۔

ٹریلین ڈالر کا بازار

آپ کک اسٹارٹر پر لانچ کر سکتے ہیں یا اپنے کچھ آرڈرز کو پورا کرنے کے لئے Shopify کا استعمال کر سکتے ہیں، لیکن زیادہ تر کاروباری افراد Amazon.com پر بہترین مواقع تلاش کرتے ہیں۔ ایمیزون دنیا کی سب سے بڑی مارکیٹ ہے، اور کمپنی کی قیمت ایک ٹریلین ڈالر ہے. یہ سمجھنا ضروری ہے کہ اس کتاب میں عمل ایک ہی ہے چاہے آپ کسی بھی پلیٹ فارم پر ہوں، لیکن ایک ابتدائی کے لئے ایمیزون پر فروخت کرنے سے زیادہ آسان یا زیادہ سیدھا کچھ نہیں ہے۔

جیسے ہی آپ کا برانڈ آپ کے لانچ کے بعد رفتار پیدا کرتا ہے، ایمیزون آپ کو سوشل پروف اور مفت گاہکوں کے ساتھ انعام دے گا۔ ایک بار جب آپ یہ ثابت کرتے ہیں کہ آپ صارفین کو ایمیزون میں لا سکتے ہیں تو، یہ اس کی اپنی مارکیٹنگ مشین بن جاتی ہے، جو آپ کو لاکھوں ممکنہ خریداروں کے سامنے رکھتی ہے۔ آپ مطلوبہ الفاظ کے لئے درجہ بندی کرنا شروع کر دیں گے۔ آپ ان کے کچھ اشتہاری صفحات پر مفت میں ظاہر ہونا شروع کر سکتے ہیں۔ آپ کو "نئی ریلیز"، "ہاٹ نیو ریلیز" یا "بیسٹ سیلر" بیج مل سکتا ہے، جو تبدیلیوں کو آگے بڑھائے گا۔ آخر میں، آپ کو جائزے ملنا شروع

sambaraweb.com

ہو جائیں گے، جو آپ کے برانڈ کو بنا سکتے ہیں (یا توڑ سکتے ہیں)۔

میرے طالب علموں میں سے ایک، ناتھن نے حال ہی میں اپنے آغاز کے پہلے تین مہینوں میں ایک دن میں ساٹھ یونٹس کو عبور کیا. کیسے؟ صرف اس عمل پر عمل کر کے. کیوں؟ کیونکہ ایمیزون مارکیٹنگ مشین نے اس کی سرگرمیوں کی طاقت کو دیکھا اور اس کے حق میں آن کر دیا۔

آپ نے شاید ایمیزون پر وہ سیکشن دیکھا ہو گا جس پر "اکثر ایک ساتھ خریدا جاتا ہے" کا لیبل لگا ہوا ہے۔ جیسے ہی آپ کے دوست اور دوسرے لوگ آپ کی مصنوعات خریدتے ہیں، ایمیزون یہ دیکھنا شروع کرتا ہے کہ انہوں نے پہلے کیا خریدا ہے۔ جب یہ مارکیٹنگ مشین شروع ہوتی ہے تو، یہ آپ کی مصنوعات کو اسی طرح کی دیگر مصنوعات کی فہرستوں پر دکھاتی ہے۔ یہ مفت اشتہارات ہیں.

کچھ چالیں ہیں جو آپ ایمیزون پر زیادہ بار ظاہر کرنے کے لئے استعمال کر سکتے ہیں۔

ہم اگلے باب میں ان میں سے کچھ کا احاطہ کریں گے - لیکن ایک غلطی جو لوگ کرتے ہیں وہ ایمیزون کو اپنے کاروبار کی سمت کا تعین کرنے کی اجازت دینا ہے۔ اگر آپ فیصلہ کر رہے ہیں کہ کس چیز کی بنیاد پر کون سی مصنوعات جاری کرنی ہیں تو آپ کے پاس اسے پس پشت ڈالنا ہے

sambaraweb.com

آپ کو لگتا ہے کہ ایمیزون پر اچھی طرح فروخت ہو گی. اپنے گاہکوں کے لئے ایک کاروبار بنائیں، اور ایمیزون کی آسانی اور پیمانے کو ہر چیز کو سنبھالنے دیں.

ایمیزون پر فروخت کا سب سے بڑا موقع یہ ہے کہ پلیٹ فارم رفتار کو انعام دیتا ہے۔ آپ جتنی زیادہ رفتار پیدا کر سکتے ہیں، اتنا ہی زیادہ رفتار تیز ہو جائے گی۔ آپ اس رفتار کو کیسے پیدا کرتے ہیں؟ اپنے سامعین سے محبت کریں. جائزے حاصل کر رہے ہیں. اپنے گاہکوں کو مشغول کریں.

اپنی مصنوعات خریدنے والے لوگوں سے براہ راست بات کرنے کی اعلی اہمیت کو نظر انداز نہ کریں۔ کچھ لوگوں کا خیال ہے کہ وہ ایمیزون پر جعلی جائزوں کے ساتھ ڈیک کو اسٹیک کر سکتے ہیں، جو ریویو فارموں کے ذریعہ خریدا گیا ہے۔ یہ چال اس نکتے کو نظر انداز کر دیتی ہے۔ آپ صرف فروخت حاصل کرنے کی کوشش نہیں کر رہے ہیں۔ آپ ایک برانڈ بنانے کی کوشش کر رہے ہیں. اگر آپ صرف الگورتھم میں ہیرا پھیری پر توجہ مرکوز کر رہے ہیں تو، آپ اس بات پر توجہ مرکوز نہیں کرتے ہیں کہ کیا اہم ہے: آپ کے گاہک۔

یہی وجہ ہے کہ جب لوگ کہتے ہیں کہ ان کے پاس "ایمیزون کا کاروبار" ہے تو میں گھبرا جاتا ہوں۔ آپ کے پاس ایمیزون کا کاروبار نہیں ہے. آپ کے پاس ایک کاروبار ہے جو Amazon.com پر فروخت لیتا ہے.

اپنے آپ کا موازنہ دوسرے اسی طرح کے کاروباروں سے کرنا آسان ہے جو ایمیزون پر بھی رہتے ہیں۔ نتیجے کے طور پر، آپ کو اپنی قیمتوں کے فیصلے کرنے اور یہاں تک کہ آپ کی اگلی مصنوعات کو اس بات کی بنیاد پر جاری کرنے کا لالچ ہو گا کہ آپ کے براہ راست حریف کیا کر رہے ہیں۔ پہلی بار کاروبار کرنے والے مالک کے لئے سمجھنے کے لئے سب سے مشکل چیزوں میں سے ایک یہ ہے کہ حریفوں کی اتنی اہمیت نہیں ہے جتنی آپ سوچتے ہیں۔

sambaraweb.com

کیا آپ نے کبھی اولمپک تیراک مائیکل فیلپس کی تصویر دیکھی ہے جب انہوں نے چاڈلی کلوس کو

شکست دے کر ایک اور طلائی تمغہ جیتا تھا؟ اس کے بغل میں، لی کلوز فیلپس کو دیکھ رہا ہے، اسے آدھے سیکنڈ سے بھی کم وقت میں پیٹتے ہوئے دیکھ رہا ہے۔ میم میں لکھا ہے، 'جیتنے والے جیتنے پر توجہ مرکوز کرتے ہیں۔ ہارنے والے جیتنے والوں پر توجہ مرکوز کرتے ہیں۔

کاروبار میں، آپ اپنے گاہکوں پر سب کچھ کر کے جیت جاتے ہیں. اگر آپ "فاتح کو شکست دینے" کی کوشش کرنے پر توجہ مرکوز کرتے ہیں، تو سب سے بہترین چیز جس کی آپ امید کر سکتے ہیں وہ قیمتوں کی جنگ میں پھنسجانا ہے، جو نیچے تک کی دوڑ ہے. اپنا کھیل کھیلیں، حریفوں کو ان کا کھیل کھیلنے دیں، اور اعتماد کریں کہ نظام خود کا خیال رکھے گا.

در حقیقت، اگر آپ اس عمل کو صحیح طریقے سے انجام دے رہے ہیں تو، آپ مقابلہ کے بارے میں بھی نہیں سوچ رہے ہوں گے۔ آپ اپنے گاہکوں سے براہ راست بات کرنے میں بہت مصروف ہوں گے، اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ کے پاس بہت اچھی مصنوعات ہے، اور اس بات کو یقینی بنائیں کہ ان کے پاس بہت اچھا تجربہ ہے۔

sambaraweb.com

دوبارہ ترتیب دینا مت بھولنا

اس مرحلے میں، آپ فروخت، جائزے، اور اپنے گاہکوں کو خوش کرنے پر توجہ مرکوز کر رہے ہیں.

جب آپ یہ تمام فروخت کرنا شروع کرتے ہیں تو کیا ہوتا ہے؟ آپ انوینٹری استعمال کرتے ہیں۔ اور جب آپ انوینٹری سے گزرتے ہیں تو کیا ہوتا ہے؟ اگر آپ محتاط نہیں ہیں تو، آپ کاروبار سے باہر چلے جاتے ہیں.

بعض اوقات لوگ ان پہلی فروخت کو حاصل کرنے کے بارے میں اتنے پرجوش ہوتے ہیں کہ وہ دوبارہ آرڈر کرنے کے بارے میں مکمل طور پر بھول جاتے ہیں۔ فروخت کرنے کے لئے مصنوعات کے بغیر، آپ ایک کاروبار نہیں چلا رہے ہیں. آپ فروخت نہیں لے سکتے ہیں، اور آپ کوئی آمدنی نہیں بنا رہے ہیں.

آپ کو اپنے خیال سے کہیں پہلے اور آرام دہ محسوس کرنے سے کہیں پہلے دوبارہ آرڈر کرنے پر غور کرنا چاہئے۔ آپ سوچ سکتے ہیں، میرے پاس 500 یونٹ ہیں، اور میں ایک دن میں پانچ فروخت کر رہا ہوں. اس کا مطلب ہے کہ میرے پاس یہ جاننے کے لئے 100 دن ہیں.

مسئلہ یہ ہے کہ جیسے ہی کچھ مثبت جائزے آتے ہیں اور فروخت ایک دن میں دس تک پہنچ جاتی ہے تو آپ کے پاس صرف پچاس دن کی انوینٹری باقی رہ جاتی ہے۔ اگر آپ اپنا کام جاری رکھتے ہیں تو، آپ کے پاس صرف دس دن کی انوینٹری باقی رہ جائے گی۔ یہ تعداد اس وقت تک سکڑتی رہے گی جب تک کہ یہ صفر تک نہ پہنچ جائے۔

یہی وجہ ہے کہ آپ شروع میں زیادہ سے زیادہ انوینٹری آرڈر کرنا چاہتے ہیں اور جیسے ہی ممکن ہو انوینٹری کو دوبارہ آرڈر کرنا چاہتے ہیں۔ میری حکمت عملی یہ ہے کہ جتنی جلدی ممکن ہو، جلد از جلد دوبارہ ترتیب دیا جائے۔ انگوٹھے کا ایک قاعدہ: جیسے ہی آپ ثابت کرتے ہیں کہ آپ کی مصنوعات میں

sambaraweb.com

زندگی ہے، انوینٹری کے اگلے راؤنڈ کا آرڈر دیں۔ جیسے ہی آپ کا لانچ مکمل ہو جائے یا آپ روزانہ دس فروخت پاس کریں، اگلے آرڈر پر قطار لگانا شروع کر دیں۔

میں جانتا ہوں کہ اسٹاک ختم ہونا بدترین چیز ہے جو ہو سکتی ہے کیونکہ، جیسا کہ آپ نے پہلے پڑھا ہے، یہ میرے ساتھ ہوا تھا۔ میں یہ کہنا چاہوں گا کہ یہ میرے ساتھ صرف ایک بار ہوا تھا، لیکن یہ متعدد کاروباروں میں ہوا ہے۔ یہ آپ پر چھپ جاتا ہے.

یہ ایسا تھا جیسے ہر بار جب ہمارے پاس اسٹاک ختم ہو جاتا ہے تو دوبارہ شروع ہوتا ہے۔ ہمیں بز کی تعمیر نو کرنی پڑی، اور ہم نے وہ تمام رفتار بھی کھو دی جو ہم نے بنائی تھی۔ میرے پاس ایسی مصنوعات ہیں جو انوینٹری سے باہر چلی گئیں لیکن کچھ دنوں میں ان کی رفتار واپس مل گئی۔ میرے پاس ایسی مصنوعات بھی ہیں جو اسٹاک سے ختم ہو گئیں اور کبھی بھی اس رفتار کو دوبارہ حاصل نہیں کیا۔ یہ صرف ایک خطرہ نہیں ہے جو آپ لینا چاہتے ہیں، لہذا اس بات کو یقینی بنانے کے لئے ایک منصوبہ بنائیں کہ آپ کا اسٹاک کبھی ختم نہ ہو۔

اگر آپ اپنی انوینٹری کو اڑاتے ہیں تو، لوگوں کو انتظار کی فہرست میں ڈالنا ٹھیک ہے؛ آپ کو صرف اس عمل کو دوبارہ انجام دینا ہے، اور آپ کو کرنا ہو گا۔

sambaraweb.com

اپنے گاہکوں کے ساتھ بات چیت کریں.

میں نے ایک بار ایک پروٹین اناج خریدا جو مجھے انسٹاگرام پر ملا۔ جب میں نے حکم دیا اور ادائیگی کی- انہوں نے مجھے ایک ای میل بھیجی جس میں کہا گیا تھا کہ یہ بیک آرڈر ہے اور اس میں تاخیر ہو گی۔

یہ اچھا نہیں ہے.

اگر آپ کی انوینٹری بیک آرڈر پر ہے تو، اپنے گاہکوں کو فروخت کے صفحے پر براہ راست بتائیں۔ یہ معلومات اصل میں فروخت میں اضافہ کر سکتی ہے. یہ دکھانا کہ آپ کی مانگ ہے، سماجی ثبوت پیدا کرتا ہے، اور یہ قیمتوں میں اضافے کا جواز بھی پیش کر سکتا ہے. اگر آپ کے گاہک انتظار کے ساتھ ٹھنڈے ہیں تو، آپ کو فروخت مل جائے گی. اگر وہ انتظار نہیں کرنا چاہتے ہیں تو، جب آپ کی انوینٹری دوبارہ اسٹاک میں ہو تو وہ اب بھی توجہ دینے کا امکان رکھتے ہیں۔ کلید یہ ہے کہ انہیں اپنا باخبر انتخاب کرنے دیں، تاکہ آپ کا برانڈ بیٹ اینڈ سوئچ کے احساس سے آلودہ نہ ہو۔

اپنے گاہکوں پر سب کچھ کریں

پہلی بار فروخت کو آتے ہوئے دیکھنا دلچسپ ہے، اور اگر آپ ترقی کو برقرار رکھ سکتے ہیں تو آپ کتنی رقم کما سکتے ہیں اس کا حساب لگانا شروع کرنے میں مزہ آتا ہے۔ تاہم، چونکہ آپ اب لوگوں کے کاروبار میں ہیں، لہذا آپ کو یہ سوچنے کی اہم غلطی سے بچنا چاہئے کہ یہ سب آپ کے بارے میں ہے۔

جی ہاں، آپ نے ایک عمدہ مصنوعات بنائی، اور آپ نے اس کے لئے سخت محنت کی، لیکن اب آپ کی مصنوعات دوسرے لوگوں کے ہاتھوں میں ہے. وہ ابتدائی گاہک مداح بن سکتے ہیں جو آپ کو جائزے

sambaraweb.com

دیتے ہیں اور اپنے دوستوں کو آپ کے بارے میں بتاتے ہیں، یا وہ آپ کے کاروبار کے رکنے کی وجہ بن سکتے ہیں۔ ایک بار جب آپ کو اپنی مصنوعات کے لئے فروخت مل جاتی ہے تو، آپ کا کام ان گاہکوں کے ساتھ سونے کی طرح سلوک کرنا بن جاتا ہے، یہ جانتے ہوئے کہ ان میں سے کچھ جائزے چھوڑنے جا رہے ہیں۔

یہ وہ نقطہ ہے جہاں مجھے ہمیشہ ایک ملین سوالات ملتے ہیں: میں جائزے کیسے حاصل کروں؟ میں انہیں کب حاصل کروں؟ مجھے کتنے جائزوں کی ضرورت ہے؟

آپ کو کتنے جائزے کی ضرورت ہے؟ صفر. بہت سے لوگوں نے جائزے کے دنوں سے پہلے ایک ٹن پیسہ کمایا. آپ کتنے چاہتے ہیں؟ آسان: جتنے آپ حاصل کر سکتے ہیں.

ہزاروں جائزوں کے ساتھ ملٹی ملین ڈالر کی مصنوعات موجود ہیں، لیکن صرف 100 جائزوں کے ساتھ ملٹی ملین ڈالر کی مصنوعات بھی موجود ہیں۔ جی ہاں، تکنیکی طور پر زیادہ بہتر ہے، لیکن جائزے پر میرا فلسفہ یہ ہے کہ انہیں خریداری کی تصدیق کرنی چاہئے، اس کی وجہ نہیں ہونا چاہئے. ایمیزون کے بہت سے فروخت کنندگان "اگلے آدمی" کے بجائے زیادہ جائزے حاصل کرنے کے جال میں پھنس جاتے ہیں۔

sambaraweb.com

عظیم مصنوعات بنانے اور گاہکوں کے ساتھ اچھا سلوک کرنے پر توجہ مرکوز کرنے کے بجائے. جائزے اہم ہیں، لیکن وہ $ 1 ملین تک پہنچنے کے لئے باقی فارمولے کے مقابلے میں بہت کم اہم ہیں: تین سے پانچ مصنوعات، ایک دن میں پچیس فروخت، $30 کی اوسط قیمت پر۔ ان اعداد و شمار کے ساتھ، آپ کو سینکڑوں جائزوں کی ضرورت نہیں ہے۔ آپ کو لوگوں کے بکواس ڈٹیکٹرز سے گزرنے کے لئے کافی ضرورت ہے۔

آپ کی تعمیر کردہ پری لانچ کمیونٹی میں مسلسل حصہ ڈالنا خریداری حاصل کرنے کا بہترین طریقہ ہے جو جائزے کا باعث بنتا ہے۔ اپنے کاروبار کی ترقی اور آپ کے کاروبار کے اثرات کو دستاویزی شکل دینا جاری رکھیں۔ وہ تصاویر لانا جاری رکھیں جو دوسرے لوگ سوشل میڈیا پر آپ کی مصنوعات کی پوسٹ کرتے ہیں۔ ان کو لیں اور انہیں اپنی کمیونٹی کے باقی حصوں میں اجاگر کریں۔ ایسا کرنے سے آپ اپنی کمیونٹی کی تعمیر جاری رکھتے ہیں۔

آپ کو ملنے والے جائزوں کا جشن منائیں ۔ اسکرین شاٹس لیں اور انہیں سوشل میڈیا پر پوسٹ کریں۔ جائزے چھوڑنے والے لوگوں کو غیر مطلوبہ تحائف بھیجیں۔ ذاتی طور پر ان لوگوں تک پہنچیں جو سوشل میڈیا پر آپ کے کاروبار کے بارے میں بات کرتے ہیں۔ یہ تعلقات طویل عرصے میں لاکھوں ڈالر پیدا کریں گے - ان پر سب کچھ جاری رکھیں.

اپنے گاہکوں کے لئے اس قسم کی وابستگی اور توجہ ایک ایسی کمیونٹی کو فروغ دے گی جو آپ کی حمایت کرتی ہے، آپ کی مصنوعات کے لئے جائزے چھوڑنا پسند کرتی ہے، اور شوق سے آپ کو مقابلے پر منتخب کرتی ہے.

پھر، کبھی کبھار، آپ پوچھ سکتے ہیں: "ارے، ہم نے ابھی اس نئی مصنوعات کو لانچ کیا ہے، اور ہم اب چودہ دنوں سے فروخت کر رہے ہیں. اس موقع پر ہمارے پاس اسٹاک بھی ختم ہو سکتا ہے! لیکن ہمیں واقعی مزید جائزوں کی ضرورت ہے، اس لفظ کو پھیلانے کے لئے، اس پیغام کو آگے بڑھانے کے

sambaraweb.com

لئے، اور زیادہ سے زیادہ لوگوں کو یو گا [یا کراس فٹ یا سن گلاس یا اناس کھانے – جو بھی آپ کا گروپ ہے] کی طرف راغب کرنے کی ضرورت ہے۔ اگر آپ نے مصنوعات کا استعمال کیا ہے، اور آپ اسے پسند کرتے ہیں، تو براہ کرم ہمیں ایمیزون پر [یا Shopify پر، یا Walmart.com، یا جہاں بھی آپ آرڈر لے رہے ہیں] پر ایک جائزہ چھوڑنے پر غور کریں."

ایمیزون کے تلاش کے نتائج تبدیلی کی شرح سے بہت زیادہ متاثر ہوتے ہیں، نہ کہ جائزے سے۔ جائزے تبدیلی کی شرح پر اثر انداز ہوتے ہیں، لیکن تبدیلی کی شرح اہم ہے۔ یہاں اس کی خوبصورتی ہے: اصولی طور پر، اگر آپ کے پاس اگلے سے زیادہ مثبت جائزے ہیں

sambaraweb.com

فرد، آپ زیادہ فروخت کریں گے، تبدیلی کی شرح زیادہ ہو گی،
اور اعلی درجہ حاصل کریں گے. تاہم، اگر آپ کے پاس
سامعین ہیں جو آپ کو دوسروں پر منتخب کرتے ہیں تو، آپ کی
تبدیلی کی شرح زیادہ ہو گی چاہے آپ کے پاس بہت سارے
جائزے نہ ہوں۔ جواب دہ سامعین رکھنے سے آپ کی تبدیلی
کی شرح میں اضافہ ہوتا ہے، جو ایمیزون پر آپ کی پوزیشن کو
بڑھاتا ہے۔

اپنے پہلے چند مہینوں کے دوران چند درجن جائزوں تک پہنچنے کا مطلب ہے کہ آپ کے پاس ایک دن میں پچیس یا تیس فروخت حاصل کرنے کے لئے کافی جائزے ہیں۔ ہو سکتا ہے کہ آپ کے پاس ایک ملین ڈالر کی مصنوعات نہ ہو، لیکن آپ کے پاس ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کرنے کے لئے کافی ہو گا، جو پورے عمل کو دہرانے سے پہلے آپ کا واحد مقصد ہے۔ یاد رکھیں، آپ کو صرف ایک دن میں پچیس فروخت کی ضرورت ہے. اپنی توجہ کو مضبوط رکھیں، اور جب آپ اس مقام پر پہنچ جائیں جہاں آپ نے ثابت کر دیا ہے کہ آپ کی مصنوعات میں مارکیٹ میں کافی کارروائی ہے تو، مصنوعات کو دو، تین اور چار رول آؤٹ کریں۔ پھر آپ $1 ملین تک کا سفر جاری رکھیں.

تاہم، آپ کو معلوم ہو سکتا ہے کہ اچھی طرح سے کی گئی مصنوعات کا اجراء آپ کو براہ راست لاکھوں تک لے جاتا ہے۔

یہی کچھ میری دوست کیتھرین لیوری کے ساتھ ہوا، جو بیسٹ سیلف کمپنی کی شریک بانی ہیں، ایک

sambaraweb.com

ایسی کمپنی جو لوگوں کو زیادہ موثر، توجہ مرکوز اور پیداواری بننے میں مدد دیتی ہے - مختصر میں، ان کی بہترین ذات. کیتھرین اس کاروبار کو شروع کرنے کا ارادہ نہیں رکھتی تھی جو اس نے کیا تھا۔ یہ اس کی اپنی خارش کو کھرچنے کے غیر ارادی نتیجے کے طور پر ہوا۔

"اس وقت، میرے پارٹنر اور میرے اپنے کاروبار تھے،" انہوں نے کہا، "اور ہم نے ہر چیز کے اوپر ایمیزون کا کاروبار شروع کیا. ہمیں ایمیزون کے اس کاروبار کی بالکل بھی پرواہ نہیں تھی - ہم بے ترتیب چیزیں، نمک اور کالی مرچ کے شیکر فروخت کر رہے تھے، کچھ بھی ہمارے لئے اہمیت نہیں رکھتا تھا. ہم بہت کم پھیلے ہوئے تھے۔ ہم صرف ایک فریم ورک کی تلاش میں تھے تاکہ ہمیں سب کچھ کرنے میں مدد مل سکے۔ ہم دونوں نے مولسکین نوٹ بک میں چیزیں لکھیں، اور ہم ایک ساتھ مل کر یہ بتانا پسند کرتے تھے کہ ہم اپنے دنوں کی منصوبہ بندی کیسے کریں گے۔ آخر کار ہم نے محسوس کیا کہ ہم اپنے پیداواری فریم ورک کو کچھ زیادہ خوبصورت اور فعال میں ڈیزائن کر سکتے ہیں۔ میں نے اسے ڈیزائن کیا، ایلن نے ایک پروٹوٹائپ بنایا، اور ہم نے لانچ کرنے کا فیصلہ کیا.

sambaraweb.com

کیتھرین فوری طور پر کک اسٹارٹر پر لانچ کرنا چاہتی تھی، لیکن ایلن نے اس سے اتفاق نہیں کیا۔ "وہ ایک پروڈکٹ لانچ فارمولا کرنا چاہتا تھا، لیکن میں کک اسٹارٹر کرنا چاہتا تھا، لہذا ہم نے سمجھوتہ کیا اور ایک پروڈکٹ لانچ کیا جو کک اسٹارٹر میں تبدیل ہو گیا.

"کراؤڈ فنڈنگ ناقابل یقین ہے کیونکہ ایک وقت کی حد ہے. لوگ کچھ ایسا دیکھتے ہیں جو وہ چاہتے ہیں- آپ کی مصنوعات، یا آپ کی مصنوعات کا خیال- اور وہ ایک گھڑی دیکھتے ہیں جو انہیں بتاتی ہے کہ ہمیں اس الٹی گنتی تک اتنے پیسے کی ضرورت ہے یا آپ کو وہ چیز نہیں مل رہی ہے جو آپ چاہتے ہیں۔ کک اسٹارٹر میں خریدار بھی ہیں جو پلیٹ فارم پر مصنوعات کا بیک بیک کرتے ہیں۔ ان کے پاس 15 ملین حمایتی ہیں، اور ان میں سے ایک تہائی سے زیادہ بار بار حمایت کرنے والے ہیں جو مصنوعات کو فروغ دینے کے لئے واپس آتے ہیں۔

کیتھرین کے لئے مصنوعات کی ترقی، کسی بھی دوسرے برانڈ کی طرح، بہت ساری تبدیلیوں کے ساتھ ایک طویل سفر تھا۔ "ہم نے اپنے گاہکوں کی باتوں کو غور سے سنا۔ ہم نے رسالے مفت میں دیئے اور اس بارے میں رائے لی کہ یہ صارفین کے لئے کس طرح کام کرتا ہے۔ "جب لوگوں کو ترقی کا حصہ بننے کا موقع ملتا ہے، تو وہ اس پر ملکیت محسوس کرتے ہیں، اور وہ کمپنی کی کامیابی کا حصہ محسوس کرتے ہیں. " کیتھرین نے ڈیک پر ایک ای میل فہرست بھی رکھی جو وہ تین ماہ سے مرتب کر رہی تھی، جس میں وہ Medium.com پر شائع ہونے والے مواد کے ذریعے تھی۔ جب کک اسٹارٹر پر لانچ کا دن آیا، تو انہیں حاصل کرنے کی ناقابل یقین خوش قسمتی حاصل ہوئی۔

آریانا ہفنگٹن نے ان کے نام کی شناخت کو فروغ دینے کے طور پر ٹویٹ کیا۔

بیسٹ سیلف کمپنی سیلف جرنل کے لئے ان کے کک اسٹارٹر کو بائیس گھنٹے کی تیز رفتاری میں مالی اعانت فراہم کی گئی تھی۔ کامیابی کا ایک حصہ یہ تھا کہ انہوں نے کک اسٹارٹر کے پلیٹ فارم کو فروغ دینے کے لئے اپنی فنڈنگ کی سطح کو کس طرح قیمت دی۔ کیتھرین نے کہا کہ کک اسٹارٹر الگورتھم وعدہ

sambaraweb.com

کی گئی کل رقم پر وعدوں کی تعداد کو ترجیح دیتا ہے۔ "مثال کے طور پر، اگر آپ کے پاس $500 کے دس وعدے ہیں، اور کسی اور کے پاس $5 کے ایک ہزار وعدے ہیں، تو آپ نے اتنی ہی رقم جمع کی ہے، لیکن دوسری کمپنی نے کہیں زیادہ توجہ حاصل کی ہوگی. ہم نے اسے اپنے فائدے کے لیے استعمال کیا۔ ہمارے منصوبے پر ایک ڈالر کی انعامی سطح تھی، اور اس نے ہمیں پلیٹ فارم پر آسمان کو چھو لیا۔

ابتدائی پرندوں کے انعامات بھی زیادہ نمائش حاصل کرنے کے لئے ایک بہت بڑا ہیک ہیں. "تیزی سے فنڈنگ کرنے کا راز یہ ہے کہ ابتدائی پرندوں کے انعامات قائم کیے جائیں جو آپ کے فنڈنگ کے ہدف کے برابر ہوں۔ لوگ پہلے آنے پر انعام حاصل کرنا پسند کرتے ہیں، اور آپ کو تیزی سے مالی اعانت ملتی ہے، کامیاب نظر آتے ہیں، اور الگورتھم آپ سے محبت کرتا ہے۔ ہم نے اسے ترتیب دیا لہذا ہمیں اپنے پورے ہدف کو حاصل کرنے کے لئے صرف ۲۰۰ ابتدائی حامیوں کی ضرورت تھی۔ ہمیں یہ دو دن میں مل گیا. یہ اتنے زیادہ لوگ نہیں ہیں."

sambaraweb.com

کک اسٹارٹر کی نامیاتی ٹریفک ایک بہت بڑا فروغ ہے، یہی وجہ ہے کہ کیتھرین اور ایلن نے پلیٹ فارم پر رفتار حاصل کرنے پر بہت زیادہ توجہ دی۔ ان کے پروجیکٹ کے تمام حامیوں میں سے ایک تہائی لوگوں کی جانب سے آرگینک ہٹ تھے جو صرف کک اسٹارٹر براؤز کر رہے تھے - آئی بالز بیسٹ سیلف کمپنی کو حاصل کرنے کے لئے کچھ بھی کرنے کی ضرورت نہیں تھی۔

کک اسٹارٹر پر لانچ کے بعد، انہوں نے کک اسٹارٹر صفحے پر "پری آرڈر" کا بٹن لگایا، جس پر وہ بغیر کسی ٹریفک کے چل رہے تھے، کوئی اضافی کام نہیں کر رہے تھے۔ کیتھرین نے کچھ دن بعد تجزیات کو دیکھا اور محسوس کیا کہ یہ فروخت ایمیزون پر پورے مہینے میں کی جانے والی فروخت سے تین گنا زیادہ تھی۔

اس نے ایلن کو فون کیا اور اسے بتایا کہ وہ ایمیزون کے کاروبار میں واپس جانے کے لئے خود کو نہیں لا سکتی ہے اور وہ بیسٹ سیلف کمپنی پر توجہ مرکوز کرنا چاہتی ہے۔

"بہت اچھا، ہم اس کاروبار کو بند کر دیں گے،" اس نے کہا.

"نہیں۔" اس نے جواب دیا۔ "ہم اسے فروخت کر دیں گے۔" (دروازے سے باہر نکلتے ہوئے گھر کو جلانے کی ضرورت نہیں ہے۔

انہوں نے بیسٹ سیلف کمپنی اور ان کی کک اسٹارٹر مہم میں سب کچھ کیا۔ اس کے بعد کیتھرین اور بیسٹ سیلف کمپنی کو ایف یو بی یو اور شارک ٹینک کے ڈیمنڈ جان نے دیکھا۔ بیسٹ سیلف کمپنی سات ماہ میں چھ اعداد و شمار کے وسط سے ایک ملین ڈالر کے کاروبار میں چلی گئی، اور اس اسکیلنگ کا کک اسٹارٹر سے کوئی لینا دینا نہیں تھا۔ "ہم نے اپنی مصنوعات کی رینج کو بڑھایا،" انہوں نے کہا. "ہم نے محسوس کیا کہ جو لوگ ان کا رسالہ خریدیں گے وہ پیداواری صلاحیت میں مدد کے لئے دیگر چیزیں خریدیں گے۔ ہمیں شارک ٹینک کو دیکھنا اور کچھ کاروباروں کے بارے میں سوچنا یاد ہے جو ہم نے دیکھے تھے - یہ ایک کاروبار نہیں ہے، یہ ایک مصنوعات ہے. ہم ایسا کبھی نہیں بننا چاہتے تھے، لہذا ہم تب سے متنوع ہونے

sambaraweb.com

پر توجہ مرکوز کر رہے ہیں.

کیتھرین کی کہانی سے پتہ چلتا ہے کہ اگر آپ کے پاس ایک عمدہ مصنوعات ہے تو، آپ اپنے گاہکوں کے لئے اچھے ہیں، اور آپ ڈیک کو ایک عظیم لانچ کی طرف لے جاتے ہیں، آپ آخر کار ادائیگی کی گندگی کو نشانہ بناتے ہیں، بھلے ہی یہ اس طرح سے نہ ہو جس کا آپ نے پہلے تصور کیا تھا۔

آدھا سے ایک ملین تک

اس عمل کے اس مرحلے پر، میں کاروباری افراد کو بتانا چاہتا ہوں کہ وہ اپنے پہلے ملین تک آدھے ہیں. وہ مجھ پر کبھی یقین نہیں کرتے. کبھی نہیں. لہذا، مجھے آپ کو یہ بتانے کے لئے ایک لمحے کا وقت لینے دیں کہ آپ پہلے ہی کتنی دور آچکے ہیں: آپ اپنے پہلے ملین سے آدھے ہیں.

"یہ کیسے ہو سکتا ہے؟" آپ پوچھتے ہیں۔ "ہم نے ابھی اپنی مصنوعات کے لئے فروخت لینا شروع کیا! میں ابھی نصف ملین ڈالر نہیں کر رہا ہوں!"

sambaraweb.com

فی الحال، یہ سچ ہو سکتا ہے، لیکن آپ حیران ہوں گے کہ اس مقام پر برف کا گولہ کتنی تیزی سے گھومنا شروع ہوتا ہے۔ آپ کا اب تک کا سفر فیصلے کرنے، اپنی مصنوعات کو تیار کرنے، اور آرڈر لینے کا رہا ہے. آپ گرائنڈ میں رہے ہیں. اب ہم ترقی کے دور میں داخل ہوتے ہیں، جہاں آپ کی فروخت میں اضافہ ہونا شروع ہوتا ہے۔ اگرچہ ہر کوئی مختلف ہے، بہت سے کاروباری افراد اس مقام سے صرف چھ ماہ بعد اپنے پہلے ملین تک پہنچ جاتے ہیں۔

اس کا مطلب یہ ہے کہ آپ آخر کار اپنے پہلے ملین تک آدھے حصے پر ہو سکتے ہیں۔

کچھ مہینے پہلے، آپ نے اپنا سفر شروع بھی نہیں کیا تھا. شاید آپ کو یہ بھی معلوم نہیں تھا کہ آپ کیا فروخت کرنا چاہتے ہیں. اب، آپ نے لانچ کیا ہے، آپ فروخت لے رہے ہیں، اور آپ کو جلد ہی دوبارہ گاہک اور حوالہ جات بھی ملیں گے۔

آپ واقعی ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنا سکتے ہیں.

میں نے دیکھا ہے کہ لوگ ایک یا دو مصنوعات کے بعد بہت تیزی سے $ 1 ملین کی رفتار بڑھاتے ہیں. وہ زندہ چلے جاتے ہیں. پھر تین یا چار ماہ کے اندر اندر ان کے پاس ایک دن میں 100 فروخت ہوتی ہیں، جس کا مطلب ہے کہ انہوں نے 1 ملین ڈالر کی حد کو عبور کر لیا ہے۔

یہ اتنی تیزی سے ہو سکتا ہے، لیکن ہر کوئی صفر سے شروع ہوتا ہے. ہر کوئی اپنے آپ پر شک کرنے سے شروع کرتا ہے. ہر کوئی سوچتا ہے کہ کیا یہ کام کرے گا. اگر آپ اس عمل پر قائم رہتے ہیں، اپنے گاہکوں کے لئے وقف رہتے ہیں، اور کمپاؤنڈنگ ریٹرن کی طاقت کو پکڑتے ہوئے دیکھتے ہیں، تو آپ ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنا سکتے ہیں، جیسا کہ میرے سینکڑوں طالب علموں کے پاس ہے. آپ ایک بلین ڈالر کا کاروبار بھی بنا سکتے ہیں.

لیکن انتظار کرو، ایک ارب ڈالر کو بھول جاؤ- آپ ہر ایک دن میں یہ پچیس فروخت کیسے حاصل کرتے ہیں؟ جاننے کے لئے پڑھنا جاری رکھیں.

sambaraweb.com

Entrepreneur Spotlight: Kevin Pasco and Jeremy Sherk

Kevin Pasco and Jeremy Sherk co-founded Vancouver-based Nested Naturals in late 2013. The company launched in the summer of 2014 with two products: Luna, a natural sleep aid, and a Canadian maple .syrup

At first, Kevin and Jeremy planned to sell health foods as well as supplements—but building a brand around both maple syrup and sleep

sambaraweb.com

ایڈز مشکل ثابت ہو رہا تھا۔ فروخت کے اعداد و شمار کو دیکھنے کے بعد، انہوں نے جلدی سے صرف سپلیمنٹس پر توجہ مرکوز کرنے کا فیصلہ کیا۔

انہوں نے فیملی سے قرض لے کر کمپنی کو لوٹ لیا۔ جیریمی نے اپنی والدہ سے ابتدائی طور پر 10,000 ڈالر کا قرض حاصل کیا جو پیشگی اخراجات میں چلا گیا۔

- بنیادی طور پر انوینٹری خریدنا، لیکن لیبل ڈیزائن اور کمپنی کی ویب سائٹ کی تعمیر کے لئے بھی۔ ایک بار جب وہ بڑھنے لگے تو، کیون کی والدہ نے کمپنی کو مزید دس گرینڈ قرض دیا۔

کیون اور جیریمی اپنی مصنوعات کے لئے ایک رہنما مشن پر توجہ مرکوز کر رہے تھے: معیار کے اجزاء. وہ ایماندار، شفاف مصنوعات چاہتے تھے جو قدرتی، نامیاتی اور غیر جی ایم او تھے. کوئی مصنوعی اجزاء، کبھی نہیں. یہ ان کی برانڈنگ کا مرکز بن جائے گا- بھلے ہی انہیں اس وقت کوئی اندازہ نہ ہو۔

ان کی لونا سلیپ ایڈ کی پہلی فروخت ایمیزون پر پہلے دن ہوئی تھی۔ ایک ہی فروخت پر کیون اور جیریمی کا ردعمل؟ وہ بہت خوش تھے۔

"پاکیزہ بکواس! کسی نے اصل میں وہ چیز خریدی ہے جس پر ہم نے صرف سات مہینے کام کیا ہے! ہم یہی کہتے رہے،" کیون نے مجھے بتایا۔ "اگرچہ ہم واضح طور پر اس مقصد کے لئے کام کر رہے تھے، لیکن یہ واقعی کام کرنا ہمارے لئے پاگل لگ رہا تھا."

زیادہ سے زیادہ فروخت کی طرف بڑھنا شروع میں سست تھا کیونکہ مصنوعات میں بلٹ ان سامعین نہیں تھے اور اس کی تشہیر کے لئے کوئی اشتہار نہیں لگایا گیا تھا۔ شراکت داروں نے صرف لونا کو ایمیزون اور ان کی ویب سائٹ پر پھینک دیا، اور اسے ایک وقت میں ایک دن لیا۔

شروع میں ان کی بہت مدد ہوئی۔ جیریمی نے میرے چھوٹے ماسٹر مائنڈ گروپ میں شمولیت اختیار کی، جس نے نامعلوم کو ہٹانے میں مدد کی۔ اس نے عام طور پر انٹرنیٹ مارکیٹنگ، آن لائن

sambaraweb.com

کاروبار اور مارکیٹنگ میں اچھی طرح سے واقف ہونے سے جیریمی کے علم کی اچھی بنیاد میں اضافہ کیا۔ وہ اس کام کو کرنے کے لئے تیار ہو کر نیسٹڈ نیچر لز میں چلا گیا، تاکہ اسے کامیاب بنانے کے لئے جو کچھ بھی کرنا پڑے وہ کرے۔ اور اس ذہنیت کے ساتھ، کامیابی اس کی منصوبہ بندی سے کہیں زیادہ تیزی سے آئی۔

یہ وہ اقدار اور ذہنیت تھی- اور اپنی اقدار پر قائم رہنا- جس نے نیسٹڈ نیچر لز کو وہ بنانے میں مدد کی جو آج ہے، جس سے شائقین اور گاہک پیدا ہوئے جنہوں نے برانڈ کی حمایت کی۔

جیسے جیسے وہ بڑھتے گئے، کیون اور جیریمی نے سماجی سامعین بنانے کے مختلف طریقوں کے ساتھ تجربات کیے: انہوں نے کوپن پیش کیے، اپنی مصنوعات کی بوتلوں پر یو آر ایل لگایا، اور گاہکوں کو واپس لانے کے لئے کچھ بھی کیا۔

sambaraweb.com

ان کی ویب سائٹ جب انہوں نے گاہکوں کی معلومات حاصل کیں یا انہیں اپنی ای میل فہرست میں شامل کیا تو، انہوں نے ذاتی طور پر پیروی کی۔

ان کے سب سے بڑے ابتدائی مسائل میں سے ایک اسٹاک ختم ہونا تھا، جو نصف درجن بار ہوا۔ شراکت دار صرف اتنی ہی مصنوعات آرڈر کرنے کے قابل تھے جتنی وہ اس وقت ادا کر سکتے تھے، جس کی وجہ سے زیادہ فروخت ہوئی۔

-یہ سب ایک بوٹ اسٹریپڈ کاروبار کے بڑھتے ہوئے درد کا حصہ ہے. سپلائرز کے ساتھ شرائط پر بات چیت کرنا مشکل تھا، اور یہ اس وقت اور بھی مشکل تھا جب انوینٹری جو دو ماہ تک چلنے والی تھی وہ اس وقت آدھے وقت میں فروخت ہو گئی۔

ان بڑھتے ہوئے دردوں کے باوجود، چیزیں بہتر اور تیزی سے آگے بڑھیں کیونکہ کمپنی نے بار بار فروخت کے چکر کے ذریعے کام کرنا جاری رکھا۔ آخر کار، اس کے پاس ضرورت کے مطابق انوینٹری آرڈر کرنے کے لئے کافی نقد ذخائر تھے۔ کیون نے مجھے بتایا، "تین ماہ میں، ہمارے پاس توقع سے کہیں زیادہ فروخت تھی۔" "ہمیں شاید ایک دن میں ایک یا دو درجن آرڈر مل رہے تھے۔

کمپنی نے پہلے سال ایک ملین ڈالر کی آمدنی حاصل کی، زیادہ تر لونا کی فروخت سے۔ نویں یا دسویں مہینے تک، فروخت ایک دن میں دو ہزار ڈالر تک پہنچ گئی تھی.

کیون اور جیریمی نے خود کو ایک عجیب، نسبتا نایاب پوزیشن میں پایا: وہ ہمیشہ سے متعدد مصنوعات کے ساتھ ایک برانڈ رکھنا چاہتے تھے، لیکن لونا نے اتنا اچھا کام کیا کہ وہ پہلے اس کی ترقی کو برقرار نہیں رکھ سکے، بہت کم دوسری مصنوعات لانچ کر سکتے تھے۔

جیریمی نے کہا، "ہمیں احساس ہوا کہ ہمیں کمپنی کو ٹریک پر لانے کے لئے اپنی ذہنیت کو مکمل طور پر تبدیل کرنا ہو گا۔

sambaraweb.com

شراکت داروں نے اصل میں خالص منافع کو نصف میں تقسیم کرنے کا ارادہ کیا تھا۔ انہوں نے محسوس کیا کہ ان کا کاروبار کبھی ترقی نہیں کرے گا اگر وہ اپنی کمائی کی دوبارہ سرمایہ کاری نہیں کرتے ہیں، خاص طور پر جب وہ بیرونی سرمایہ کاری نہیں لینا چاہتے تھے۔ لہٰذا وہ ایک کمزور سفر کے لیے جھک گئے۔ ان میں سے ہر ایک نے لیا

پہلے سال کے لیے ماہانہ 2,000 ڈالر خرچ کیے جاتے تھے، جو مشکل سے زندہ رہنے کے لیے کافی تھے۔ انہوں نے اپنے پاس موجود باقی سب کچھ مزید مصنوعات لانچ کرنے اور انہیں کام کرنے میں لگا دیا، بھلے ہی اس کا مطلب راہبوں کی طرح زندگی گزارنے کا ایک سال ہی کیوں نہ ہو۔

کمپنی کی دوسری پروڈکٹ سپر گرینز تھی، جو گرینز پاؤڈر ہے جو غذائی مشروبات بنانے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ انہوں نے نیسٹڈ نیچر لز برانڈ قائم کرنے اور اسے مختلف قسم کے قدرتی سپلیمنٹس پیش کرنے والی کمپنی میں تبدیل کرنے کے لئے لیبل ڈیزائن پر بہت زیادہ توجہ دی۔ نقطہ نظر، جو شاید بالکل ضروری سے زیادہ محنت طلب تھا، ہر ایک کے لئے تھا۔

sambaraweb.com

مصنوعات کو اس کی منفرد برانڈنگ، لیبل، اور رنگوں کے لئے. ہر مصنوعات اپنے برانڈ کی طرح تھی، بنیادی طور پر ایک مختلف شکل اور احساس کے ساتھ۔ مختلف مصنوعات کے لئے مختلف ڈیزائن کرنے سے لوگوں کی توجہ حاصل ہوئی۔

تاہم، سڑک کے نیچے، یہ ایک مسئلہ بن گیا. لوگوں کا خیال تھا کہ ہر مصنوعات ایک مختلف کمپنی سے ہے. یہاں تک کہ جو لوگ شراکت داروں کو جانتے تھے ان کا خیال تھا کہ نیسٹڈ نیچرلز نے دوسری کمپنیوں کے لئے فروخت شروع کر دی ہے۔ ایک متحدہ برانڈ میں سوئچ کرنا پڑا۔

کیون کو ڈر تھا کہ اس تبدیلی پر گاہکوں کا دباؤ پڑے گا، لیکن ایک بھی شکایت نہیں تھی۔ کیون کا کہنا تھا کہ 'ہم نے وہاں جو سبق سیکھا ہے وہ یہ ہے کہ کسی کمپنی کے مالکان سے زیادہ کوئی بھی برانڈنگ کا مائیکرو تجزیہ نہیں کرتا اور اس پر زیادہ غور نہیں کرتا۔'"برانڈنگ اہم ہے، لیکن آپ کے گاہکوں کو اتنا پسینہ نہیں آئے گا جتنا آپ کرتے ہیں."

یہ اس وقت تک نہیں ہوا جب تک کمپنی سالانہ $2.5 سے $3 ملین کی ادائیگی نہیں کر رہی تھی کہ شراکت داروں نے ایک دفتر بنانے اور ملازمین کی خدمات حاصل کرنے کا فیصلہ کیا۔ وہ وہ کرنا چاہتے تھے جو انہیں بڑے اور تیز تر ہونے کے لئے کرنے کی ضرورت تھی۔ روایتی خوردہ سپلیمنٹ برانڈز میں عام طور پر 500 مصنوعات ہوتی ہیں، اور وہ اب بھی صرف دس فروخت کر رہے تھے۔

ایک سابق حریف سے دوست بنے، جو میرے ماسٹر مائنڈ گروپ میں شراکت داروں سے ملنے والے پہلے شخص بھی تھے، نے شراکت داروں کو کچھ عمدہ مشورہ دیا: "آپ یہ اکیلے نہیں کر سکتے ہیں."

کیون اور جیریمی نے بھرتی کرنا شروع کر دیا۔ انہوں نے تبادلہ خیال کیا لیکن ایک ریموٹ ٹیم کے خلاف فیصلہ کیا، دفتر کی جگہ قائم کرنے کا انتخاب کیا۔ جیریمی نے کہا، "ہر ایک کا ایک ہی

sambaraweb.com

مقام پر ہونا بہتر مواصلات اور ثقافت کے ساتھ ساتھ کمپنی میں زیادہ سے زیادہ ملازمین کی سرمایہ کاری کا باعث بنتا ہے۔" یہ صحیح قدم تھا، لیکن اس کی قیمت بہت زیادہ تھی۔

انہوں نے وینکوور کے بے تحاشا کرایوں کو دور رکھنے کی کوشش کی اور اپنا دفتر ایک سو سال پرانی عمارت میں قائم کیا، بجائے اس کے جو ابھی تعمیر کی گئی تھی۔

اس کے باوجود، کمپنی نے اپنے دفتر کے دروازے کھولنے کے بعد پہلے سال کے دوران ترقی کی. فروخت میں کوئی اضافہ نہیں ہوا۔ کیون نے اس کی وجہ توجہ کی کمی کو قرار دیا۔ انہوں نے کہا، "ہم اس سال نقشے پر تھے۔ "کیا ہمیں ریٹیل میں جانا چاہیے؟ تھوک؟ فیس بک پر فروخت کریں؟ ہمیں بنیادی باتوں پر واپس آنے کی ضرورت ہے۔

ایک بار جب انہوں نے ایمیزون پر قدرتی سپلیمنٹس فروخت کرتے ہوئے اپنی بنیادی قابلیت پر دوبارہ توجہ مرکوز کی تو، کمپنی نے دوبارہ بڑھنا شروع کر دیا۔ اب، تین سال بعد، وہ اس سے چار گنا بڑے ہو گئے ہیں، اور ایک کو کھینچ رہے ہیں

sambaraweb.com

ہر ماہ ملین ڈالر کی آمدنی ہوتی ہے، جس میں پندرہ افراد کا عملہ ہوتا ہے، اس کے علاوہ کئی ٹھیکیدار جو دور سے کام کرتے ہیں۔

کیون کے مطابق، ایسی چیزیں ہیں جو آپ شروع کرتے وقت کر سکتے ہیں اور کرنا چاہئے جو ایک بار بڑے ہونے کے بعد نہیں کیا جا سکتا ہے۔ آپ چیزوں کی جانچ کر سکتے ہیں، اپنی برانڈنگ کو تبدیل کر سکتے ہیں، اور یہاں تک کہ اپنا نام بھی تبدیل کر سکتے ہیں۔ ان کا کہنا تھا کہ 'جب آپ شروعات کرتے ہیں تو چیزوں کو درست کرنے پر توجہ مرکوز کریں تاکہ آپ جتنی جلدی ممکن ہو سکے تیزی سے بڑھنے کے بجائے آسانی سے اسکیل کر سکیں۔'

اس بات کو یقینی بنانا بھی اتنا ہی اہم ہے کہ جب آپ اپنی لائن کو ایک آئٹم سے دس تک بڑھاتے ہیں تو آپ کے پاس انوینٹری کو سنبھالنے کے لئے کوئی ہے۔ یہ سب سے پہلے پارٹ ٹائم ٹھیکیدار ہو سکتا ہے، جب تک کہ ان کے پاس صحیح تجربہ ہو۔ اور، شروع کرتے وقت، صرف آمدنی کا تعاقب نہ کریں. ایک بار جب آپ زیادہ فروخت کرنا شروع کرتے ہیں تو بہت ساری چیزیں ٹوٹنا اور غلط ہو سکتی ہیں۔ جب آپ اسکیل کے لئے مناسب طریقے سے ترتیب دیئے جاتے ہیں تو، آپ زیادہ سے زیادہ مصنوعات فروخت کرنے پر خصوصی طور پر زیادہ توجہ مرکوز کر سکتے ہیں۔

ایک بار جب آپ کامیاب ہونا شروع کرتے ہیں تو محتاط رہنا بھی ضروری ہے۔ جیریمی نے کہا، "آپ ان طریقوں کو دیکھنا شروع کرتے ہیں جن سے آپ کاروبار کو بڑھانے کے لئے پیسہ خرچ کر سکتے ہیں۔ "اگر آپ محتاط نہیں ہیں تو اس وقت آپ غلطیاں کریں گے۔

ایک بار جب آپ اسے برداشت کر سکتے ہیں تو، آپ محسوس کرنا شروع کرتے ہیں کہ فائدہ اٹھانے کے لئے بہت ساری مدد موجود ہے، لیکن ہمیشہ ایسا نہیں ہوتا ہے۔ "ہم خاص طور پر اثر و رسوخ رکھنے والوں کے ساتھ غلط راستے پر چلے گئے، یہ سوچتے ہوئے کہ ٹھیک ہے، چلو اثر و

sambaraweb.com

رسوخ رکھنے والوں پر دس بڑے پھینکتے ہیں اور دیکھتے ہیں کہ کیا ہوتا ہے. یقیناً، یہ کام کرنے جا رہا ہے، "جیریمی نے کہا. "یہ شاید سب سے بڑی غلطی تھی جو ہم نے اب تک کی ہے. ہمیں شاید فروخت میں مجموعی طور پر $100 واپس مل گئے۔

کیون اور جیریمی نے جو دریافت کیا ہے وہ یہ ہے کہ ان کے کاروبار کو بڑھانے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ جتنا ممکن ہو دبلے پتلے رہیں۔ نایاب مستثنیات کے علاوہ، انہوں نے ترقی کا راستہ خریدنے کی کوشش کی ہے. انہوں نے زیادہ سے زیادہ اسٹریٹجک ہونے اور حقیقی طور پر سوچنے والے مسائل کے ذریعے اپنی ترقی حاصل کرنے پر توجہ مرکوز کی ہے۔

کیون اور جیریمی اب بھی 50/50 شراکت دار ہیں اور کمپنی کو چلانے کے لئے ہمیشہ کی طرح پرجوش ہیں۔ ان کا ماننا ہے کہ اس میں بہت زیادہ ترقی ہونی چاہیے۔ ہر سہ ماہی ایک نئی سہ ماہی ہے، جو نئے، دلچسپ اقدامات لا رہی ہے. وینکوور میں ان کے پاس ایک حیرت انگیز ٹیم ہے جو کاروبار کے پھلوں اور بولٹس کی نگرانی کرتی ہے، لہذا وہ پہلے کے مقابلے میں کم ہاتھ سے کام کرتے ہیں، لیکن وہ اب بھی کاروبار کے لئے برطرف ہیں۔ زیادہ اہلکاروں کے ساتھ، چیزیں آگے بڑھتی ہیں

sambaraweb.com

a bit more slowly, but the business is still nimble and adaptable. Even today, things change at a rapid pace.

Jeremy is just excited to be a part of it. “In the years I’ve been running my brand, a lot of my peers have started and sold companies, maybe even multiple times,” he said. “But Kevin and I were never looking for a quick buck or a quick exit.”

They believe they can reach new levels with this business, which will ultimately create a bigger exit down the line—though they don’t have a timeline for that. As long as their hearts are still in it and they believe there’s more success on the horizon, they’re still 100 percent invested. In fact, instead of looking to be acquired, they’re interested in investing and acquiring other companies. There are many different pathways in the entrepreneurial game. The key is to get going, according to Jeremy and Kevin.

“Losers are paralyzed by inaction. Winners start and move toward something,” Kevin said.

sambaraweb.com

8

چھٹا مرحلہ: ایک دن میں پچیس فروخت تک بڑھنا

2008 کے معاشی بحران کے بعد، 20 سال کی عمر میں خواتین اور مردوں نے کارپوریٹ زندگی کو تباہ ہوتے دیکھا۔ نتیجتاً، دنیا بھر میں خواہش مند کاروباری افراد ادھورے بیٹھے رہے، میزوں پر زنجیروں میں جکڑے ہوئے تھے۔ معیشت ہموار تھی، اور کامیابی کا "پرانا راستہ" ٹوٹ چکا تھا، جس نے لاکھوں نوجوانوں میں کاروباری خواہشات کو جنم دیا۔

اپنے طور پر باہر جانا.

ان بیس چیزوں میں سے ایک اوبری مارکس تھا۔ زیادہ تر ہسلرز کی طرح، انہوں نے کچھ کاروباری

sambaraweb.com

منصوبوں میں اپنا ہاتھ آزمایا، اور انہوں نے چیزوں کو دیوار پر پھینک دیا تا کہ یہ دیکھا جا سکے کہ کیا چپک جائے گا۔ ان کی پہلی کوشش: جنسی کھلونے اور ہینگ اوور سپلیمنٹس۔

نہ ہی اسے کامیابی ملی اور نہ ہی داخلی تکمیل۔ "میں تیار نہیں تھا،"

اس نے پیچھے مڑ کر دیکھا۔

اگرچہ ان کی کوششوں نے انہیں وہ آزادی نہیں دی جو وہ چاہتے تھے، لیکن انہوں نے انہیں دکھایا کہ مصنوعات کیسے تیار کی جاتی ہیں، کس طرح فروخت کی جاتی ہیں، اور اشتہار کیسے دیا جاتا ہے۔ اس عمل نے اسے دوسروں کے ساتھ نیٹ ورک کرنے میں بھی مدد کی جو راستے میں اس کی مدد کر سکتے تھے۔ یہی وہ چیز ہے جس کی وجہ سے وہ جو روگن کے ساتھ دوپہر کے کھانے پر پہنچے۔

جو کے پوڈکاسٹ کے ابتدائی دنوں میں (اب ہر ماہ 200 ملین سے زیادہ بار ڈاؤن لوڈ کیا گیا ہے) اوبری نے شو میں اپنے جنسی کھلونوں کی تشہیر کی، جو جو کے سب سے بڑے اسپانسرز میں سے ایک بن گیا۔

sambaraweb.com

اوبری یاد کرتے ہوئے کہتے ہیں کہ 'میں نے جوسے پوچھا کہ وہ کیا کر رہے ہیں۔ "اور اس نے کہا، 'میں واقعی اس وقت نوٹر پکس میں ہوں. میں نے اس سے کہا کہ میں دنیا میں سب سے بہتر تخلیق کروں گا۔

جو اس نے جو کو نہیں بتایا وہ یہ تھا کہ اسے *اندازہ نہیں* تھا کہ نوٹر وپک کیا ہوتا ہے۔
لیکن اس نے جوسے وعدہ کیا کہ وہ دنیا میں سب سے بہتر تیار کرے گا.

اوبری جلد ہی مصنوعات پر تحقیق کرنے والے خرگوش کے سوراخ، مطالعہ اور اجزاء کی جانچ پڑتال کرنے میں مصروف تھا، یہاں تک کہ اس نے بالآخر دماغی ضمیمہ الفابرین تیار کیا۔

انہوں نے حال ہی میں ریلیز ہونے والے الفابرین کا کچھ حصہ جو کو دیا، جو اسے اتنا پسند کرتے تھے کہ وہ اونیت نامی نئے پروجیکٹ پر اوبری کے ساتھ شراکت داری کرنے پر راضی ہوگئے۔ ایک نئے مالک کی حیثیت سے، انہوں نے پوڈکاسٹ پر اس کے بارے میں بات کرنے پر بھی اتفاق کیا۔ نتیجتا، جو نے الفابرین کو ہفتہ وار بنیاد پر اپنے لاکھوں صارفین تک پہنچایا۔ مصنوعات تیزی سے فروخت ہوگئی، اور اوبری کو مزید انوینٹری آرڈر کرنے کے لئے جدوجہد کرنا پڑی۔

اوبری ایک بہترین مثال ہے کہ کامیابی اکثر بڑی ناکامیوں کے بعد آتی ہے۔ ناکامی کے پاس نئے دروازے کھولنے کا ایک طریقہ ہے جو آپ نے پہلے نہیں دیکھا تھا۔ یہاں تک کہ اگر آپ کی پہلی کوشش آپ کی مرضی کے مطابق نہیں جاتی ہے تو، یہ آپ کی بڑی کامیابی کی راہ ہموار کر سکتا ہے۔

sambaraweb.com

ایک بار جب مصنوعات اسٹاک میں واپس آ گئی تو، جو نے پوڈکاسٹ پر اس کے بارے میں بات کی، اور یہ دوبارہ فروخت ہو گیا۔ یہ چکر اس وقت تک جاری رہا جب تک کہ کمپنی نے ترقی کو برقرار رکھنے کے لئے تھوڑی سی رقم جمع نہیں کی۔

سلطنت کا کوئی تصور نہیں تھا۔ یہ خالص کاروباری مہم تھی۔ اوبری نے کہا، "میں صرف کچھ کرنے کے لئے بے چین تھا.

کچھ عرصہ پہلے، الفابرین اب تک کا سب سے زیادہ فروخت ہونے والا دماغ کو بڑھانے والا ضمیمہ تھا۔ اس نے اپنے طور پر ایک زمرہ تخلیق کیا- قدرتی نوٹرپکس۔ تاہم، کمپنی صرف ایک مصنوعات کی کامیابی پر مبنی تھی. کمپنی بڑھ رہی تھی، اور منافع کا مارجن زیادہ تھا، لیکن اوبری جانتا تھا کہ اگر وہ حقیقی برانڈ بننا چاہتا ہے تو اسے مزید مصنوعات جاری کرنے کی ضرورت ہے۔

sambaraweb.com

اوبری نے وضاحت کرتے ہوئے کہا، "اس وقت تک میرے پاس ایک وژن تھا کہ میں کیا کر رہا ہوں اور میں یہ کیوں کر رہا ہوں۔

اونٹ نے جلد ہی نیو موڈ جاری کیا، جو دماغ کو پر سکون کرنے اور تناؤ کو کنٹرول کرنے میں مدد کرنے کے لئے بنایا گیا سیر وٹونن بوسٹر ہے، اور شروم ٹیک، جو زمین پر اگنے والے مشروم کا مرکب ہے۔

اس کے بعد کمپنی نے کیٹل بیلز فروخت کرنا شروع کیں۔ اور رسیوں سے لڑیں۔ اور ادویات کی گیندیں. اس کے بعد کھانا، پروٹین پاؤڈر، اور اخروٹ کے مکھن.

کمپنی نے پوڈکاسٹ ایڈورٹائزنگ میں سخت محنت کی، اور اس نے ان کے لئے اچھا کام کیا۔ انہوں نے قومی سطح پر شہرت حاصل کی، اور زیادہ وقت نہیں گزرا جب ان کی ٹی شرٹس پورے ملک میں جم میں نظر آئیں۔ پھر انہوں نے ایک جم کھولا۔

دماغ کی اصلاح کرنے والی کمپنی کے طور پر آباد ہونے کے بجائے، اوبری نے مکمل طور پر انسانی اصلاح کرنے والی کمپنی بننے میں کامیابی حاصل کی۔ اس میں دماغ، جسم اور دماغ شامل تھے. آج، آسٹن، ٹیکساس میں اونت کا ہیڈ کوارٹر، جو جیتسو کلاسوں، ایک مکمل کیفے، اور 100 سے زیادہ ملازمین سے گونج رہا ہے۔ جو روگن ایکسپیرینس اور بہت سے دیگر پوڈکاسٹ میں ان کا ذکر جاری ہے، اور ان کے دنیا بھر میں ایک زبردست مداح ہیں۔

مصنوعات کی ایک سیریز کے بارے میں سوچیں جو ایک ہی شخص کی خدمت کرتے ہیں: یہ ایک برانڈ کی طاقت ہے.

sambaraweb.com

بہت کم لوگ یہ سمجھتے ہیں کہ کسی خیال کو شروع سے لینا، اسے زندہ کرنا اور فروخت کرنا کتنا طاقتور ہے۔ یہی وجہ ہے کہ میں کہتا ہوں کہ کاروباری افراد سیارے پر سب سے زیادہ طاقتور لوگ ہیں۔ ہم لفظی طور پر چیزوں کو بناتے ہیں، انہیں حقیقی بناتے ہیں، اور انہیں دوسرے لوگوں کو فروخت کرتے ہیں.

یہ ثابت کرنا کہ آپ ایک نئی مصنوعات کے لئے آرڈر لے سکتے ہیں آپ کے خیال کی توثیق کرتا ہے. یہ ثابت کرتا ہے کہ یہ حقیقی ہے. پھر اسے ایک مشین میں تبدیل کرنا آپ کا کام بن جاتا ہے جو اب متوقع فروخت پیدا کرتا ہے۔

اس عمل کے اس مرحلے میں آپ کی پوری توجہ فروخت کا ایک سلسلہ تخلیق کرنے پر ہے جو باقاعدگی سے آپ کی مصنوعات کی روزانہ کم از کم پچیس فروخت کرتی ہے۔ آپ اپنے کسٹمر پر سب کچھ کرکے پیدا کردہ رفتار کو جاری رکھتے ہوئے ایسا کرتے ہیں: بہترین جائزے حاصل کرنا، ہر تبصرے کا جواب دینا، اپنے گاہکوں کا شکریہ ادا کرنا، اثر ورسوخ رکھنے والوں کے ساتھ رابطہ قائم کرنا، اور مسلسل ون ٹوون کی بنیاد پر آگ بھڑکانا۔ یہ سب کرنے سے آپ کو جائزے، نمائش مل جائے گی،

sambaraweb.com

پبلسٹی، اور زبانی اشتہارات آپ کو روزانہ 25- فروخت کے نشان کو چھونے کی ضرورت ہے.

جب آپ کے پاس روزانہ مسلسل پچیس فروخت ہوتی ہے تو، آپ کے پاس ایک مشین ہوتی ہے جسے مزید مصنوعات پر لاگو کیا جا سکتا ہے۔ اس وقت، آپ مشین میں متعدد مصنوعات جاری کریں گے، اور آپ کا کاروبار روزانہ 100 فروخت سے تجاوز کرے گا، جس سے آپ کو ملین ملیں گے۔ جی ہاں، یہ اتنی جلدی ہو سکتا ہے.

لیکن سب سے پہلے، ہمیں ترقی کے ذریعے اس مشین کو بنانے کی ضرورت ہے. وہاں پہنچنے کے لئے، ہمیں کچھ گاہکوں کو بہت سے میں تبدیل کرنے کے عمل کی ضرورت ہے.

آپ کتنے بڑے جا سکتے ہیں؟

جب میٹ اور میں نے پہلی بار اپنی شیر طاقت کی مصنوعات فروخت کرنا شروع کیں، تو میرے ایک کوچ نے مجھ سے پوچھا، "آپ چاہتے ہیں کہ کاروبار کتنا بڑا ہو؟"

میں ایمانداری سے کہوں گا؛ پہلی بات جو میرے ذہن میں آئی وہ یہ تھی: *یہ کس قسم کا سوال ہے؟ بہت بڑا، ظاہر ہے. فلکیاتی. دنیا بھر میں سب سے بڑا.*

لیکن میں نے ایک ٹھوس جواب دیا. "ایک دن میں سو فروخت،" میں نے کہا۔ "یہ ایک ملین ڈالر کا کاروبار ہو گا."

"اب تم کیا ہو؟" میں نے پوچھا۔ "ایک دن

میں پانچ فروخت۔"

یہ ایمیزون کے آج کے بڑے پیمانے پر ہونے سے بہت پہلے کی بات ہے۔ یہ اس سے پہلے بھی تھا جب آٹومیشن ٹولز اور "انفلوئنسرز" ایک چیز تھے۔ ہم نے اپنی زیادہ تر مارکیٹنگ ہاتھ سے کی. ہم نے

samsarawelt.com

اپنے گاہکوں کو بلایا. ہم نے اپنے دوستوں سے بات کی، ان سے پوچھا کہ وہ کیا سوچتے ہیں، اور اگر وہ اسے پسند کرتے ہیں تو جائزہ لینے کی درخواست کرتے ہیں. ہم نے جائزے حاصل کرنے کے لئے ہر ممکن کوشش کی، اور جب بھی کوئی نیا آتا ہے تو ہم جشن مناتے ہیں۔

ایک دن میں سو فروخت اس وقت میرے لئے پائپ کے خواب کی طرح لگ رہی تھی۔

کوئی بھی فروخت کے مستقل بہاؤ کے ساتھ گیٹ سے باہر نہیں آتا ہے۔ اسے تعمیر کیا جانا چاہئے.

لانچ کے دوران ایک دن میں بیس سے پچیس فروخت کے ساتھ شروع کرنا کوئی غیر معمولی بات نہیں ہے، صرف یہ دیکھنے کے لئے کہ جب آپ اپنے لانچ لیموں سے جوس کا ایک ایک قطرہ نچوڑتے ہیں تو وہ رک جاتے ہیں۔ اس ابتدائی رفتار کو جاری رکھنے کے لئے، آپ کو جائزے، تعریف، اور اچھے پرانے طرز کے اشتہارات کی ضرورت ہے۔ آپ کو اگلے چند مہینوں کے لئے بار بار آگ بھڑکانا پڑے گا- اور پھر حکمت عملی کے ساتھ اپنی فالواپ مصنوعات کو لانچ کرنا ہو گا۔

sambaraweb.com

ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کرنا بہت مشکل نہیں ہے؛ وہاں تک پہنچنے کی تیاری ہے. اچھی خبر یہ ہے کہ آپ اس وقت تک اس میں سے زیادہ تر مکمل کر چکے ہوں گے. یہاں سے، ہر انچ آگے ایک کمپاؤنڈنگ واپسی پیدا کرتا ہے کیونکہ آپ بار بار گاہکوں کا تجربہ کرنا شروع کرتے ہیں، آپ کے پاس ایک فہرست اور ایک عمل ہوتا ہے، اور پورا آپریشن ایک مشین بننا شروع ہو جاتا ہے۔ تاہم، اس تیاری کے بغیر، آپ اس بات پر پھنس سکتے ہیں کہ آپ جادوئی نمبر سے کتنی دور ہیں اور امید کھو سکتے ہیں.

ایک دن میں پانچ سے پچیس فروخت تک جانے کے لئے کوئی الگورتھم نہیں ہے۔ یہ لوگوں کے ساتھ تعلقات بنانے، اپنے گاہکوں کے ساتھ اعتماد پیدا کرنے، اور مارکیٹ میں آگاہی پیدا کرنے کے بارے میں ہے. یہ ایک برانڈ ہے.

جب میٹ اور میں شیر اسٹرینتھ کے ساتھ اپنی کسٹمر سپورٹ کر رہے تھے، اسے پیس رہے تھے اور جائزہ لینے کے لئے ہمیں جو کچھ بھی کرنے کی ضرورت تھی وہ کر رہے تھے، تو ہم مکمل طور پر کھو گئے تھے. گاہکوں کو بلانا اپنے آپ کو بڑے پیمانے پر باہر رکھنا ہے، اور یہ خوفناک تھا۔ لیکن یہ بھی ایک کاروباری شخصیت ہونے کا حصہ ہے. ہم صرف ان تمام لوگوں کو پیچھے چھوڑنے کے لئے تیار تھے جنہوں نے ہماری طرح کھیل میں شامل ہونے کی کوشش کی۔

میرے ایک ملازم نے ایک بار ان ابتدائی دنوں پر غور کیا۔ انہوں نے میرے بارے میں کہا کہ 'جب میں نے ان کے ساتھ کام کرنا شروع کیا تو مجھے لگا کہ وہ ایک کاروباری شخصیت ہیں جن کے پاس ہر چیز کے تمام جوابات موجود ہیں۔ پھر، تقریبا ایک سال پہلے، مجھے احساس ہوا کہ ریان کو اندازہ نہیں ہے کہ وہ کیا کر رہا ہے."

ٹھیک ہے، یہ تھوڑا سخت ہے. یہ

بھی بنیادی طور پر سچ ہے.

sambaraweb.com

ہم سب اسے زندگی میں، اور کاروبار میں، کسی حد تک فروغ دے رہے ہیں.

ہم سب سوچتے ہیں کہ ہر کسی کو یہ سب معلوم ہے - اور، میرا یقین کریں، کوئی بھی ایسا نہیں کرتا ہے. زیادہ سے زیادہ، ہم سب کچھ چیزوں میں اہل ہیں اور باقی ہر چیز کے ذریعے اپنے راستے کا اندازہ لگا رہے ہیں.

جب آپ کسی پروڈکٹ کو مارکیٹ میں جاری کرتے ہیں تو آپ نہیں جانتے کہ کیا ہونے والا ہے۔ جب آپ کسی گاہک کو کال کرتے ہیں تو آپ نہیں جانتے کہ کیا ہونے والا ہے۔ آپ جانتے ہیں کہ، کسی وقت، آپ کو فیس بک پر نفرت انگیز تبصرے ملیں گے، اور آپ کو صرف اس پر قابو پانا ہو گا۔ آپ اسے نظر انداز کر سکتے ہیں، یا آپ اس کے ساتھ کھیل سکتے ہیں. اس کے ساتھ مزہ کرنے پر غور کریں۔ آخر کار، یہ کامیابی کی علامت ہے.

آپ کو منفی جائزہ ملے گا، اور اس سے تکلیف ہو گی. یہ آپ کو چھوڑنے کے لئے مجبور کرے گا. یہ آپ کی فروخت کو بھی نقصان پہنچائے گا. یہ سب اس عمل کا حصہ ہے. اسے اعداد و شمار جمع کرنے کے طور پر دیکھیں۔ اگر آپ فیس بک گروپ بنانے کے لئے کچھ نفرت کرنے والوں سے بہت ڈرتے ہیں تو ، جب کاروبار کو ایک دن میں پانچ یا دس فروخت سے آگے بڑھانے کی بات آتی ہے تو آپ کو واقعی نقصان اٹھانا پڑے گا۔

sambaraweb.com

جب میں کالج میں تھا تو میں نے پادری بننے کا منصوبہ بنایا۔ کالج میں میرے پروفیسروں نے مجھے تنقید کے لئے تیار کیا۔ یقیناً، ان کا مطلب اس وقت تھا جب ہم منبر سے بات کر رہے تھے، لیکن مصنوعات اتنی مختلف نہیں ہیں. ہر کوئی آپ کو پسند نہیں کرے گا یا آپ نے دنیا میں کیا رکھا ہے. آپ کی کسی بات پر کوئی نہ کوئی ہمیشہ پریشان رہے گا۔ یہ صرف علاقے کے ساتھ آتا ہے.

اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ میں نے کسی گاہک کو کی جانے والی ہر کال غصے یا آنسوؤں میں ختم کر دی۔ کبھی کبھار انہیں غصہ آتا تھا، لیکن دس میں سے نو بار، لوگ اڑ جاتے تھے۔ یہاں تک کہ وہ لوگ جنہوں نے غصے سے پوچھا کہ "آپ مجھے کیوں بلا رہے ہیں؟" جب میں نے جواب دیا، "میں کمپنی کا بانی ہوں، اور میں صرف اس بات کو یقینی بنانا چاہتا ہوں کہ آپ کو فائیو اسٹار تجربہ ہو۔

یہ چھوٹا سا چھونا، جس سے ظاہر ہوتا ہے کہ میں پہلے ہی فون پر تھا، ان کے تجربے کے بارے میں سننے میں واقعی دلچسپی رکھتا تھا- پیمانے کو چھونے کے لئے کافی تھا۔

فیڈبیک کے عادی

ایسا کوئی فارمولا یا جادوئی طریقہ نہیں ہو سکتا ہے جو فروخت میں اضافے کی ضمانت دیتا ہو، لیکن میں نے پایا ہے کہ کچھ سنگ میل فروخت میں اضافے کا باعث بنتے ہیں۔ مثال کے طور پر، جب آپ پچیس مثبت جائزے عبور کرتے ہیں تو آپ کو ایک بڑا جھٹکا نظر آئے گا۔ اور جب آپ 100 ریویو کے نشان کو عبور کریں گے تو آپ کو ایک بڑا جھٹکا نظر آئے گا کیونکہ اس کا مطلب ہے کہ آپ حقیقی چیز ہیں۔ 100 لوگوں کو آپ کی مصنوعات کی منظوری دینے کے بارے میں کچھ ایسا ہے جو لوگوں کے دماغ میں بکشیٹ ڈیٹیکٹر کو عبور کرتا ہے۔

وہ پہلے پچیس سے پچاس جائزے آپ کو ایک دن میں پچیس سیلز مارک سے اوپر لانے کے لئے کافی

sambaraweb.com

ہو سکتے ہیں۔ ایک سو تقریباً یقینی طور پر ایسا کریں گے۔ ہر بازار تھوڑا سا مختلف ہوتا ہے، لیکن یہ تب ہوتا ہے جب آپ کے پاس قانونی ہونے کے لئے مارکیٹ میں کافی ہوتا ہے، جس سے اکثر فروخت میں بڑا اضافہ ہوتا ہے۔

ایک بار پھر، ہر کوئی ایک فارمولہ چاہتا ہے کہ زیادہ فروخت حاصل کرنے اور ان سنگ میلوں کو چھونے میں کتنا وقت لگتا ہے، لیکن اس کا اندازہ نہیں لگایا جا سکتا ہے. آپ کو صرف کام کرنا ہے. پہلی بار جب میں نے کوئی پروڈکٹ لانچ کی، تو مجھے ایک دن میں پچیس فروخت تک پہنچنے میں تقریباً تین مہینے لگے۔ اب میں اسے تقریباً چودہ سے تیس دنوں میں کر سکتا ہوں کیونکہ میری کسٹمر لسٹ بڑی ہے، میرے پاس ہزاروں بار بار گاہک ہیں، اور میرا عمل زیادہ ڈائل کیا جاتا ہے. آپ بھی وہاں پہنچ جائیں گے.

جب کوئی گاہک آپ کی مصنوعات خریدتا ہے تو، آپ اس کے ساتھ دو طریقوں میں سے کسی ایک میں پیروی کر سکتے ہیں۔ ایک آپشن یہ ہے کہ پہنچیں اور کہیں، "ارے، مجھے امید ہے کہ آپ کو مصنوعات پسند آئی ہے. کیا آپ براہ مہربانی ہمیں ایک جائزہ دے سکتے ہیں؟"

پاس کرو. اس کے پاس کرنے کے لئے بہتر چیزیں ہیں، یار.

sambaraweb.com

دوسرا آپشن یہ کہنا ہے، "ہیلو، نیٹلی. کیا آپ کا آرڈر وقت پر پہنچا؟
میں صرف اس بات کو یقینی بنانا چاہتا تھا کہ جب یہ ہونا چاہیے تھا تو وہ وہاں پہنچ جائے۔ یہ ایک
تحفہ ہے. یہ تعلقات کے بینک اکاؤنٹ میں جمع ہے.

جب نیٹلی جواب دیتی ہے کہ ایسا ہوا ہے، تو آپ دوبارہ فالو اپ کرتے ہیں: "بہت اچھا، رائے کے لئے بہت بہت شکریہ. میں نے مجھے بتانے کے لئے شکریہ کے طور پر آپ کے اکاؤنٹ میں صرف $10 جمع کیا. کیا برانڈ کے بارے میں ہمیں کچھ اور جاننا چاہئے؟ آپ ہمیں اگلی ریلیز کرتے ہوئے کیا دیکھنا چاہیں گے؟"

نیٹلی سوچ رہی ہے، اوہ، یہ کمپنی حیرت انگیز ہے.

اب آپ تبادلے میں ہیں. آپ ایک رشتہ بنا رہے ہیں. آپ گاہک کو کچھ ایسا دے رہے ہیں جو وہ پسند کرتے ہیں - قدر، اور خصوصی محسوس کرنے کا سنسنی - لیکن بدلے میں بہت کچھ مل رہا ہے. ہمیشہ دینے کے لئے جاؤ.

وہاں سے، اگر آپ کا گاہک آپ کو رائے یا ایک اچھا خیال دیتا ہے تو، جاری رکھیں: "ارے، یہ سننے کے لئے بہت اچھا ہے۔ مہربان الفاظ کے لئے بہت بہت شکریہ. اگر آپ اپنے تجربے کے بارے میں اشتراک کرنا چاہتے ہیں تو، ہم ایمیزون کے جائزے کی شکل میں آپ کی رائے کو پسند کریں گے. یہ ہر بار ایسا کرے گا.

جب کوئی گاہک آپ کو فیڈ بیک چھوڑتا ہے تو، اس کا اسکرین شاٹ بنائیں اور انسٹاگرام پر اس کے بارے میں پوسٹ کریں۔ عوامی طور پر اس کا جشن منائیں۔ کمیونٹی کو دکھائیں کہ آپ سن رہے ہیں. اس وقت آپ کا کام اپنے گاہکوں کو آپ کو رائے دینے کا عادی بنانا ہے۔ وہ صرف آپ کی مصنوعات کو پسند نہیں کرتے ہیں؛ وہ آپ کو جائزے دینا پسند کرتے ہیں. وہ ایک ایسی کمپنی کی حمایت کرنا پسند کرتے ہیں جو ان کی کمیونٹی میں بہت شامل ہے۔

sambaraweb.com

کیا ہو گا اگر میں روزانہ دس فروخت پر پھنس گیا ہوں؟

آپ کبھی کبھی پھنس جائیں گے.

کچھ روزانہ دس فروخت کے آس پاس پھنس جاتے ہیں۔ وہ لانچ کرتے ہیں، ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کرتے ہیں، پھر پیچھے ہٹ جاتے ہیں۔ وہ سوچنے لگتے ہیں، مجھے نہیں معلوم کہ اب کیا کرنا ہے. وہ نمبروں اور الگورتھم کے بارے میں فکر کرنا شروع کرتے ہیں اور اس عمل اور خریداری کے پیچھے موجود لوگوں کے بارے میں تجسس کرنا چھوڑ دیتے ہیں۔ وہ گاہکوں کے لوپس نہیں کھولتے ہیں. وہ یہ نہیں سوچتے کہ میرے لوگ کون ہیں اور وہ کہاں گھوم رہے ہیں؟ اس کے بجائے، وہ سمجھتے ہیں، ٹھیک ہے، میری مصنوعات کافی اچھی نہیں ہونی چاہئے؛ اندازہ ہے کہ میں لانچ کرنے کے لئے ایک اور مصنوعات تلاش کروں گا۔

وہ اس سارے وقت کو ڈیک کو اسٹیک کرنے میں گزارتے ہیں، لانچ کے لئے سامعین تیار کرتے ہیں، اور پھر وہ صرف چلے جاتے ہیں کیونکہ یہ فوری کامیابی نہیں ہے۔ یا، اس سے بھی بدتر، وہ سوچتے ہیں، مجھے سمجھ نہیں آتی. میری مصنوعات سے بہتر ہے

sambaraweb.com

باقی سب کا ہے. یہ زیادہ فروخت کا مستحق ہے. لوگ اسے بڑی تعداد میں کیوں نہیں خرید رہے ہیں؟

صرف اس لئے کہ آپ کو لگتا ہے کہ آپ کی مصنوعات مارکیٹ میں کسی بھی چیز سے بہتر ہے اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ یہ ہر کسی کو پیچھے چھوڑ دے گا۔ یہ اس طرح کام نہیں کرتا ہے. کوئی بھی احمق (اور میں آپ کو بیوقوف نہیں کہہ رہا ہوں !) ایمیزون جیسی جگہ پر فروخت کے لئے ایک مصنوعات پھینک سکتا ہے اور ایک دن میں دس فروخت حاصل کرنا شروع کر سکتا ہے. اور وہ احمق سستے چینی اکاؤنٹس سے جائزے خرید سکتا ہے جب تک کہ وہ پکڑا نہ جائے اور اس پر پابندی عائد نہ کی جائے (جی ہاں، میں بہت سے لوگوں کو جانتا ہوں جنہوں نے ایسا کیا ہے)۔ روزانہ اور اس سے آگے پچیس کی فروخت تک بڑھنے کے لیے پیسنے، جڑی بوٹیوں میں رہنے اور پیروکاروں کی کھیتی جاری رکھنے کی خواہش درکار ہوتی ہے۔

اگر آپ کمزور پڑیں گے تو آپ کا فتنہ بڑا سوچنے والا ہو گا۔ میں مشورہ دیتا ہوں کہ آپ اس کے برعکس کریں-سپر مائیکرو جاؤ. کین کو میرا مشورہ یاد ہے؟ دس مزید جائزے حاصل کرنے کے لئے آپ اس ہفتے کیا کر سکتے ہیں؟ گاہک کو اڑانے کے لئے آپ اس ہفتے کیا کر سکتے ہیں؟ آپ اپنے پیروکاروں کی حوصلہ افزائی کرنے کے لئے اس ہفتے کیا کر سکتے ہیں؟ اس ہفتے آپ کس سے رابطہ کر سکتے ہیں جو آپ کے بارے میں عوامی طور پر بات کر سکتا ہے؟

میرے پاس ایسے طالب علم ہیں جو ہر بار اپنے ذاتی فیس بک پیج پر اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کرتے ہیں تو فروخت میں اضافہ ہوتا ہے کیونکہ وہ مختلف لوگوں کے ساتھ بات چیت کر رہے ہوتے ہیں۔ وہ مصنوعات کے بارے میں ایک مختلف خصوصیت کو اجاگر کرتے ہیں، یا وہ صرف صحیح وقت پر لوگوں کو مارتے ہیں. بعض اوقات، چھوٹی چھوٹی چیزوں کو کافی دیر تک کرنے میں صرف اتنا ہی لگتا ہے۔

sambaraweb.com

اگرچہ کچھ چیزیں ایسی ہیں جو آپ فروخت کو بڑھانے کے لئے "موڑ" سکتے ہیں۔

1 . **ایمیزون کے پے پر کلک پلیٹ فارم کا استعمال کریں۔** ایمیزون آپ کو اپنے تلاش کے نتائج کے اندر اشتہار دینے کی اجازت دیتا ہے ، جو انتہائی مؤثر اور مہنگا ہے۔ آپ کو منافع حاصل کرنے کے مقابلے میں گاہک کو حاصل کرنے کے لئے زیادہ پیسہ خرچ کرنا پڑ سکتا ہے ، جس کا مطلب ہے کہ آپ نقصان میں کام کر رہے ہوں گے۔ تاہم ، آپ اپنی جائزہ مشین بنائیں گے ، نئے گاہکوں کو حاصل کریں گے ، اور الگورتھم کو کھلانا جاری رکھیں گے۔ اس معاملے میں ، فروخت کو صفر منافع پر لینا بالکل بھی فروخت نہ لینے سے بہتر ہے۔

2 . **فیس بک ، انسٹاگرام اور یوٹیوب پر ویڈیو اشتہارات چلائیں۔** اگر آپ اس راستے پر جانے کا فیصلہ کرتے ہیں تو ، میں آپ کے پہلے ٹیسٹ کے طور پر کسٹمر تعریف کے ساتھ شروع کرنے کی سفارش کرتا ہوں. آپ کبھی بھی اپنی مصنوعات کو دوسرے گاہکوں سے بہتر فروخت نہیں کر سکتے ہیں. یہ تیز ہے

sambaraweb.com

مختلف پیغامات اور اشتہارات کی جانچ کرنے کے لئے، لہذا متعدد طریقوں کی جانچ کریں جب تک کہ ان میں سے ایک کلک نہ کرے۔

3. **اپنی کمیونٹی کی تعمیر پر توجہ دیں.** اپنی توجہ فروخت سے ہٹا دیں اور اس کے بجائے اسے اپنی کمیونٹی میں ڈالیں۔ گاہک کے پاس واپس جائیں اور وہ کیا چاہتے ہیں. ڈیک کو اسٹیک کرنے کے لئے واپس جاؤ. اگر آپ کو ضرورت محسوس ہو تو آپ "دوبارہ لانچ" کر سکتے ہیں۔ اہم بات یہ ہے کہ آپ اپنے ممکنہ گاہکوں کے ساتھ بات چیت کرنے پر واپس آئیں۔

میرے پاس ایک طالب علم ہے - جس کا نام ان وجوہات کی بنا پر پوشیدہ ہے جو واضح ہونے والے ہیں - جو پالتو جانوروں کی فراہمی کے کاروبار میں ہے۔ انہوں نے اپنی پہلی پروڈکٹ لانچ کی اور ابتدائی طور پر اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کیا، لیکن پھر وہ پھنس گئے۔

وہ اس کا اپنا ہدف ڈیموگرافک نہیں ہے، لہذا وہ پہلے سے ہی اس کے گاہکوں کی خواہش کے جوابات نہیں جانتا ہے۔ یہ ٹھیک ہے. آپ اس سے آگے بڑھ سکتے ہیں جب تک کہ آپ اپنے گاہکوں کو قریب سے سننے کے لئے تیار ہیں. لیکن انہوں نے اپنی مصنوعات کے پیچھے موجود لوگوں کی پرواہ کرنا چھوڑ دیا، جو ان کے برانڈ کی موت کی سزا تھی۔

وہ میرے پاس آیا اور کہا، "میں پھنس گیا ہوں. میں اس سے کیسے باہر نکلوں؟""اب تم کیا کر رہے ہو؟"میں نے پوچھا۔

"میں جائزوں پر توجہ مرکوز کر رہا ہوں، میرے پاس واقعی ایک اچھی مصنوعات ہے، اور میں مزید مصنوعات لانچ کر رہا ہوں."

"ٹھیک ہے۔"میں نے کہا۔"آپ کے گاہک کہاں گھومتے ہیں تاکہ ہم انہیں اشتہار دے سکیں؟"

"کوئی خیال نہیں۔"اس نے کہا۔

sambaraweb.com

"ٹھیک ہے، آپ اس کا پتہ لگا کر شروع کرنا چاہیں گے."

وہ نہیں جانتا تھا، اور اسے پرواہ نہیں تھی کہ وہ نہیں جانتا تھا. وہ صرف مزید سامان فروخت کرنا چاہتا تھا.

جب آپ پچیس فروخت کی طرف دوڑتے ہیں اور اپنی جائزہ مشین بناتے ہیں تو ان لوگوں کو آپ کی واحد توجہ ہونی چاہئے۔ آپ جاننا چاہتے ہیں کہ وہ لوگ کون ہیں، آپ انہیں کہاں تلاش کر سکتے ہیں، آپ ان کے لئے بہترین مصنوعات کیسے بنا سکتے ہیں. پھر، اگر وہ آپ کی مصنوعات اور برانڈ اور آپ کے تخلیق کردہ تجربے سے محبت کرتے ہیں تو، شاید وہ آپ کو ایک جائزہ چھوڑ دیں گے۔

لیکن، ریان، کیا ہو گا اگر میں نے سب کچھ آزمایا ہے اور میرا برانڈ اب بھی توجہ حاصل نہیں کرتا ہے؟

sambaraweb.com

اس موقع پر، آپ میں سے کچھ لوگ کہیں گے، "لیکن میں نے یہ سب کچھ کیا ہے - میں نے تمام چیزیں کی ہیں، اور میں نے انہیں اچھی طرح سے کیا ہے - اور یہ اب بھی توجہ حاصل کرنے میں ناکام رہا ہے. کیوں، ریان، کیوں؟"

ایمانداری سے، میں آپ کو نہیں بتا سکتا کہ کیوں - لیکن آپ کے گاہک کر سکتے ہیں.

اگر آپ ان سے پوچھیں گے، تو وہ آپ کو بتائیں گے. اپنے سب سے زیادہ فعال پیروکاروں اور گاہکوں تک پہنچیں اور رائے طلب کریں۔

"کیا تم یہ چاہتے ہو؟" کیا آپ اسے خریدیں گے؟ کیوں یا کیوں نہیں؟" اور پھر آپ کو سننے کی ضرورت ہے.

میں ابھی ایک کمپنی کے ساتھ کام کر رہا ہوں، اور میں ان کا ہدف مارکیٹ ہوں، لہذا انہوں نے مجھے اپنی مصنوعات بھیجی: ایک کم کیلوری پھل پاؤڈر. اس کا ذائقہ اچھا تھا، اچھا لگ رہا تھا، اور ایک اچھی مصنوعات ہونا چاہئے تھا. لیکن، ایک گاہک کے طور پر، مجھے ایک بڑا مسئلہ تھا: مجھے سمجھ نہیں آیا کہ ان کی مصنوعات کو کس طرح استعمال کرنا ہے۔ ایسا نہیں ہے کہ میں پاؤڈر کا پتہ نہیں لگا سکا. مجھے ابھی اندازہ نہیں تھا کہ میں باقاعدہ، سادہ پرانے پھل کے بجائے اس پاؤڈر کو کب استعمال کرنے کو ترجیح دوں گا۔ ("اسے دہی میں ہلائیں!" پھل. "اسے سموتھیوں میں شامل کریں!" منجمد پھل. "بس پانی شامل کریں!" اوہ، کیوں؟)

میں نے یہ فیڈ بیک کمپنی میں اپنے رابطہ کار کو دیا، اور، سننے کے بجائے، اس نے مجھے بتایا کہ میں غلط کیوں تھا. انہوں نے مجھے ایک منطقی، دانشورانہ ٹوٹ پھوٹ دی کہ میں یعنی گاہک کو اس پروڈکٹ کی سمجھ کیوں نہیں آئی۔

"یار،" اس نے زور دے کر کہا، جیسے اس نے اسے کسی اور طریقے سے کہا ہو تو میں آخر کار اس تصور کو سمجھ لوں گا۔ "یہ پھل کی جگہ لیتا ہے!"

sambaraweb.com

میں ابھی تک سمجھ نہیں پارہاہوں کہ میں ایسا کیوں چاہتاہوں.

کسی دن، وہ اسے حاصل کرے گا. اس کے پاس ایک بہت اچھالانچ ہو گا کیونکہ اس کے پاس بڑے سامعین ہیں۔ مصنوعات فروخت کریں گے. لوگ اسے آزمانے کے لئے پرجوش ہوں گے، اور پھر یہ ان کی الماری کے پچھلے حصے کی طرف جائے گا، جہاں وہ اسے دوبارہ کبھی نہیں چھوئیں گے۔

اگر آپ کی مصنوعات سب کچھ صحیح کرنے کے لئے آپ کے اقدامات کے باوجود توجہ حاصل کرنے میں ناکام رہتی ہے، تو یہ امکان ہے کہ ابتدائی مراحل میں کچھ غلط ہو گیا ہے. کاروباری افراد بڑے مفکر ہیں، لیکن وہ اکثر اس عمل میں اس مرحلے پر بہت بڑا سوچتے ہیں۔ گاہک کے پاس واپس جائیں، مندرجہ ذیل پر. مائکرو پر توجہ مرکوز کریں.

شاید آپ کو ایک جگہ پر کافی لوگ نہیں ملے. ہم نے ایک ایسی جگہ بنانے کی ضرورت کے بارے میں بات کی ہے جس میں کم از کم 1،000 پیروکار مصنوعات کے بارے میں بات کر رہے ہیں. ہو سکتا ہے کہ آپ نے انسٹاگرام پر ایک چیز کی کوشش کی، اور ریڈٹ پر کچھ اور، اور پھر اپنے یوٹیوب چینل پر تیسری چیز۔ اب آپ کے پاس بہت کچھ چل رہا ہے، اور ایسا لگ سکتا ہے کہ ہر کوئی آپ کی مصنوعات کے بارے میں بات کر رہا ہے، لیکن آپ کے پاس اب بھی ایک ہی جگہ پر 1،000 افراد نہیں ہیں۔

sambaraweb.com

میرے پاس مائیکل نامی ایک طالب علم ہے جو باغبانوں کے لئے مصنوعات فروخت کرتا ہے۔ اسٹیک-دی ڈیک مرحلے کے دوران، مائیکل ایک فیس بک گروپ میں شامل ہوا۔ ان کی انسٹاگرام فالوورز نہیں ہیں اور نہ ہی وہ کسی دوسرے پلیٹ فارم پر ہیں۔ انہوں نے صرف اس فیس بک گروپ کی تعمیر پر توجہ مرکوز کی اور اب ایک ہی جگہ پر 14،000 باغبان ہیں۔ وہ جو چاہے لانچ کر سکتا ہے اور اپنی ضرورت کی تمام رائے حاصل کر سکتا ہے۔ نتیجتاوہ جو چاہے منافع بھی کما سکتا ہے۔

انہوں نے ان 14,000 لیڈز کو حاصل کرنے کے لئے کیا کیا؟ انہوں نے ایک ایسی کمیونٹی تشکیل دی جو جوابدہ اور مددگار تھی، اور لوگوں نے اپنے دوستوں کو مدعو کیا۔ اب یہ گروپ ہر ہفتے سینکڑوں لوگوں کی تعداد میں بڑھتا ہے اور اس کے پاس انگلی نہیں ہے۔ وہ گروپ کے اندر ٹھنڈے اور اخلاقی طریقوں سے اپنی مصنوعات کی تشہیر کرتا ہے، اور اس کی برادری اسے اس کے لئے انعام دیتی ہے۔

میں ایک دن میں پچیس فروخت کر رہا ہوں! اب میں کیا کروں؟

سب سے پہلے: *مبارک ہو!* آپ نے ایک ایسی مشین بنائی ہے جو ملین ڈالر کے کاروبار کی حمایت کر سکتی ہے۔

اب کیا؟

آسان: یہ عمل دہرانے کا وقت ہے. لانچ نمبر دو، اور پھر تین، اور پھر چار، اور پھر پانچ کے لئے تیار ہو جاؤ.

درحقیقت، آپ اس عمل کو دہرانا کبھی نہیں چھوڑتے ہیں. آپ وہاں واپس جاتے ہیں جہاں آپ کے تمام گاہکوں نے دکھایا تھا، اور آپ اس سے بھی زیادہ مشغول ہوتے ہیں۔

sambaraweb.com

لوگ اکثر مجھ سے پوچھتے ہیں، "اگر میں سب کچھ ٹھیک کرتا ہوں، تو میرے پہلے لانچ کرنے والے گاہکوں میں سے کتنے فیصد کو واپس آنے اور دوبارہ گاہک بننے کی توقع کرنی چاہئے؟"

اگر آپ نے سب کچھ ٹھیک کیا ہے، تو یہ جواب بھی آسان ہے: وہ سب.

وہ تمام لوگ جو آپ کی پہلی مصنوعات سے محبت کرتے ہیں اور جن کے پاس آپ اور آپ کی کمپنی کے ساتھ بہت اچھا تجربہ تھا وہ واپس آئیں گے اور مصنوعات نمبر دو خریدیں گے۔ اگر آپ یہ صحیح طریقے سے کرتے ہیں - اگر آپ ان لیڈز کو تخلیق کرتے ہیں، اگر آپ ان سے بات کرتے ہیں اور ان کی بات سنتے ہیں، اور وہ تمام عوام دوست چیزیں کرتے ہیں جن کے بارے میں ہم نے اب تک بات کی ہے - تو آپ واپسی کے خریداروں کی توقع کر سکتے ہیں۔

لانچ ٹو کا عمل صرف ان تمام پچھلے صارفین کو گرم کر رہا ہے تاکہ آپ کو دوسری بار اور بھی بڑا لانچ ملے۔ درحقیقت، یہ اب اور بھی آسان ہونا چاہئے کیونکہ مصنوعات کے لئے کوئی ریمپ اپ عمل نہیں ہے۔

sambaraweb.com

نمبر دو. جبکہ آپ نے سخت محنت کی اور اپنا سارا وقت پہلی مصنوعات کو لانچ کرنے میں لگا دیا، پروڈکٹ ٹو زیادہ آسانی سے آئے گی۔ آپ صرف ان گاہکوں کے ساتھ زیادہ مشغول ہیں جنہوں نے پہلے ہی آپ سے خریداری کی ہے۔ لہذا، آپ اسٹیکنگ-دی-ڈیک کے عمل کو چھوڑ سکتے ہیں اور پہلے سے موجود لوگوں پر ڈبل ڈاؤن کر سکتے ہیں.

آپ واقعی گھر کے حصے میں ہیں. اب ہم لاکھوں کی طرف دوڑتے ہیں۔

کیا آپ کو ٹریوس اور جیناز گلر یاد ہیں، جن کے بارے میں میں نے پہلے بات کی تھی؟ ان کے برانڈ کو آئی لو کہا جاتا ہے، اور انہوں نے اپنے گاہکوں پر توجہ دینے کا شاندار کام کیا۔ وہ اپنے گاہکوں کے ساتھ سوال وجواب کرتے ہیں اور در حقیقت ان کو ملنے والے سوالات اور آراء کو سنتے ہیں۔ وہ باقاعدگی سے فیس بک لائیو ایونٹس کرتے ہیں تاکہ اپنے تمام مداحوں کے ساتھ بات چیت کر سکیں۔

ان کی مصنوعات کی قیمت زیادہ ہوتی ہے، لیکن ہر بار جب وہ کوئی نئی مصنوعات لانچ کرتے ہیں تو، وہ چند ہفتوں کے اندر ایک دن میں صفر سے پچاس فروخت تک چلے جاتے ہیں۔ لوگ جائزے چھوڑ دیتے ہیں، اور یہ برف باری کرتا ہے. اس توجہ نے انہیں وہ مشین دی جس نے اب ملٹی ملین ڈالر کا کاروبار بنایا ہے۔

جب آپ آخر کار ایک دن میں پچیس فروخت کی جادوئی تعداد حاصل کرتے ہیں تو، اب وقت آگیا ہے کہ آپ اپنے سنو بال کی تعمیر بھی شروع کر دیں۔ یہ مصنوعات دو کا انتخاب کرنے کا وقت ہے. آیئے دیکھتے ہیں کہ ایسا کیسے کرنا ہے۔

sambaraweb.com

Entrepreneur Spotlight: Jason Franciosa

Jason Franciosa was coming off a failed business and searching online for what to do next when one of my ads popped up on his screen. Immediately intrigued, he decided to join my community at .Capitalism.com

After learning my method, Jason dove right in and launched his .company, Element 26

Jason and his business partner, who is a doctor in physical therapy, looked at a bunch of ideas for products. In the end, they came to exactly where Matt and I had ended up with Sheer Strength: They targeted .themselves as the customer

They were both avid weightlifters. The fastener on their weight .belts always failed over time

.It was pretty obvious what product to put out first," Jason told me"

sambaraweb.com

وہ جانتے تھے کہ اس پروڈکٹ کے ساتھ کامیابی کی اصل کلید کچھ مختلف کرنا ہو گا۔ ویلکرو کے ساتھ اپنی جدوجہد میں وہ اکیلے نہیں تھے۔ جب انہوں نے تمام سب سے بڑے ویٹ بیلٹ حریفوں کو دیکھا، اور آن لائن جائزے پڑھے، تو ناکام ویلکرو کا موضوع مستقل اور واضح تھا۔

انہوں نے اس اہم مسئلے کو حل کرتے ہوئے، ممکنہ طور پر بہترین، سب سے زیادہ فعال ویٹ لفٹنگ بیلٹ ڈیزائن کرنے کا فیصلہ کیا: آپ ویلکرو کو کیسے ٹھیک کرتے ہیں؟ انہوں نے مینوفیکچررز سے رابطہ کیا اور مختلف قسم کے نمونے حاصل کیے۔

انہوں نے بیلٹ میں کھدائی کرنے والے بکل، کلاسپی اور دانتوں کے ساتھ ایک کلپ کا استعمال کرتے ہوئے دیکھا۔ انہوں نے تقریباً پانچ مختلف حلوں کے پروٹوٹائپ حاصل کیے اور ان کی جانچ کی۔ انہوں نے اس بات پر بھی غور کیا کہ وہ کس قسم کا مواد استعمال کریں گے۔ بیلٹ کی چوڑائی، شکل، یہ سب جانچ پڑتال کے دائرے میں آیا- یہ سب فعال کھلاڑیوں کے لئے فعال مصنوعات کی کمپنی کے طور پر اپنی بنیادی اقدار پر قائم رہتے ہوئے. کوئی مارکیٹنگ چال بازی نہیں.

آخر کار وہ ایک سیلف لاکنگ بکل پر بیٹھ گئے، ایک سلائیڈ لاک جو اصل میں ویلکرو کے برعکس بیلٹ کے پورے دباؤ کی حمایت کرتا ہے۔ جب انہوں نے مصنوعات کو لانچ اور مارکیٹ کیا تو، انہوں نے اس مسئلے پر توجہ مرکوز کی جو ان کی بیلٹ حل کرے گی- ناکام ویلکرو۔ یہ سمجھ کر کہ ان کے سامعین کیا تلاش کر رہے تھے، جیسن اور اس کے ساتھی نے اپنے تمام مارکیٹنگ مواد کو اپنی بیلٹ اور دوسروں کے مابین ڈیزائن کے فرق پر مرکوز کیا۔ اس سے انہیں مقابلے کی فروخت میں کھڑے ہونے اور کھانے میں مدد ملی، جبکہ پھر بھی ان کی قیمتوں کو بلند رکھا گیا۔ اس نے ان کی ساکھ کو شکل دینے میں بھی مدد کی اور خلا کے اندر اپنے برانڈ کی تعمیر شروع کر دی۔

sambaraweb.com

جیسن نے اپنی کامیابی کا بہت سا سبب اپنی مصنوعات کے مختلف ہونے اور کراس فٹ اور

ویٹ لفٹنگ کمیونٹیز میں اچھی طرح سے استعمال ہونے والی مصنوعات میں واضح بہتری لانے کو قرار دیا۔ لیکن انہوں نے اثر ورسوخ رکھنے والوں کے ساتھ تعلقات سے بھی فائدہ اٹھایا۔

جب اثر ورسوخ کی بات آتی ہے تو، جیسن نے کولڈ کالنگ کو غیر موثر پایا۔

انہوں نے کہا کہ جب تک آپ صرف کسی پوسٹ کے لئے ادائیگی نہیں کرنا چاہتے۔ "بہترین طریقہ یہ ہے کہ تقریبات میں جا کر، ہاتھ ملا کر، اثر ورسوخ رکھنے والے کو کسی قسم کی قدر فراہم کر کے لوگوں سے ذاتی طور پر ملیں۔ "خاص طور پر اگر آپ سمجھ سکتے ہیں کہ وہ کس چیز کی پرواہ کرتے ہیں اور اس ذاتی رابطے کو بناتے ہیں."

یہ اور بھی بہتر ہے اگر آپ اثر ورسوخ رکھنے والوں کو ترقی کے چکر میں لا سکتے ہیں، جو جیسن اور اس کا ساتھی اب کرنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ "جیسا کہ

sambaraweb.com

آپ نئی مصنوعات بناتے ہیں، اثر ورسوخ رکھنے والے ان پٹ دیتے ہیں. اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ پروڈکٹ لانچ ہونے کے بعد مکمل خریداری پیدا ہو جاتی ہے۔

انفلوئنسر کے واقعات بہت اچھے ہیں، لیکن آپ کے منتخب کردہ مارکیٹ میں واقعات میں جانا اتنا ہی اہم ہے۔"دن کے آخر میں، آپ ایک شخص کو فروخت کر رہے ہیں،" انہوں نے کہا. "صرف اس لئے کہ وہ کمپیوٹر اسکرین کے پیچھے ہیں اس حقیقت کو تبدیل نہیں کرتا ہے کہ یہ ایک شخص ہے. آپ اپنے لوگوں کو کیسے جان سکتے ہیں اگر آپ ان تقریبات میں نہیں جاتے جہاں وہ گھومتے ہیں اور ان سے آمنے سامنے ملتے ہیں۔

جیسن نے کہا کہ انہیں کچھ چیلنجوں کا سامنا کرنا پڑا ہے- مسلسل بدلتے ایمیزون پلیٹ فارم ، ابتدائی ڈیزائن کے مسائل، اور پیکیجنگ میں تبدیلی۔ نیا ڈیزائن بہت اچھا لگ رہا تھا، لیکن ان کے کارخانہ دار یہ بتانے میں ناکام رہے کہ نئے پرنٹنگ کے عمل کے ساتھ، بدبو تھی۔ اچانک، انہیں اپنی مصنوعات کی بو کے بارے میں خراب جائزے ملنے لگے۔

راستے میں ان چیلنجوں کے باوجود، وہ صفر سے آگے بڑھ گئے۔

دو ماہ میں 10,000 ڈالر ماہانہ. نئی مصنوعات لانچ کرنے پر توجہ مرکوز کرنے سے پہلے وہ ڈیڑھ سال تک مسلسل بڑھتے رہے۔

"ایک ایسی مصنوعات تلاش کریں جو کام کرتی ہے، نقد رقم کا بہاؤ حاصل کریں، اور پھر، جتنی جلدی ممکن ہو، نئی مصنوعات کی جانچ شروع کریں. جیسن نے کہا کہ ایسی مصنوعات پر ڈبل ڈاؤن کریں جو بہت اچھا کام کرتی ہیں اور ایسی مصنوعات سے چھٹکارا حاصل کریں جو ایسا نہیں کرتی ہیں۔ ان کا کہنا تھا کہ 'اگر میں ڈواوور کر سکتا ہوں تو ٹائم لائن کے حوالے سے میں پہلے سے کہیں زیادہ جارحانہ ہوتا۔ جیسے ہی کاروبار خود کفیل ہوتا ہے، اور جیب سے باہر کوئی خرچ نہیں ہوتا ہے، آپ کو اگلی مصنوعات لانچ کرنی چاہئے- تقریبا جب آپ ایک ہی پروڈکٹ پر

sambaraweb.com

ماہانہ $10،000 سے $15،000 فروخت کر رہے ہوں۔

جیسن اور اس کے پارٹنر دونوں کے پاس کل وقتی ملازمتیں تھیں جب انہوں نے پہلی بار کاروبار شروع کیا تھا، لہذا ان کا عمل تھوڑا سا پیچھے ہٹ گیا کیونکہ وہ شروع میں کاروبار پر 100 فیصد کام نہیں کر رہے تھے۔ نتیجتا، انہیں $1 ملین تک پہنچنے میں بارہ ماہ سے تھوڑا زیادہ وقت لگا۔ اس کے بجائے، وہ چوبیس مہینوں میں ایک ملین تھے. جیسن نے کاروبار پر کل وقتی کام کرتے ہوئے اپنی نوکری چھوڑ دی۔ وہ اور اس کا ساتھی آخر کار اس مقام پر ہیں جہاں وہ مالک کی قرعہ اندازی کرتے ہیں۔

انہوں نے کہا، "پیسہ بہت اچھا ہے، لیکن ایمانداری سے، یہ آزادی ہے، اور وہ تمام لوگ جن سے میں ملا ہوں اور جن کے ساتھ تعلقات استوار کیے ہیں، جو میرے لئے یہ کام پورا کرتا ہے."

sambaraweb.com

9

مرحلہ سات: ایک ملین ڈالر برانڈ بنائیں

R

ڈیو ایسپری کی فینسی کافی؟

جب ڈیو نے 2013 میں اپنی کمپنی بلٹ پروف 360 لانچ کی تو، یہ جلد ہی ان کے تجویز کردہ صبح کے مشروبات کے لئے مشہور ہو گئی: کافی، جو مکھن اور ایم سی ٹی تیل کے ساتھ ملا ہوا ہے۔ ڈیو کے لئے یہ فطری تھا کہ وہ اپنی پہلی مصنوعات کے طور پر نامیاتی، "اپ گریڈڈ" کافی کا اپنا کافی برانڈ لانچ کرے۔

انہوں نے مکھن اور ایم سی ٹی تیل کی اپنی لائن کے ساتھ پیروی کی، جس نے انہیں آمدنی کا ایک

sambaraweb.com

مستقل سلسلہ قائم کرنے اور مداحوں کو راغب کرنے میں مدد کی۔ اگر وہ ایک چھوٹی، منافع بخش کافی کمپنی رکھنا چاہتا تھا، تو وہ وہاں رک سکتا تھا.

لیکن ڈیو ایک کافی کمپنی سے زیادہ بننا چاہتا تھا۔ ان کی نظریں اپ گریڈڈ کارکردگی کا ذریعہ بننے پر مرکوز تھیں۔ اگلے چند سالوں میں، ڈیو سپلیمنٹس سے لے کر سلیپ انڈکشن میٹس، "پورے جسم کے وائب" سے لے کر 15،000 ڈالر کی پانچ دن کی واپسی تک سب کچھ جاری کرے گا۔

یقیناً، بلٹ پروف کے لئے گیٹ سے باہر ایسا کرنا ناممکن تھا۔ بھاگنے سے پہلے انہیں رینگنا پڑتا تھا۔ لیکن اس کی تمام مصنوعات کی حمایت کرنے والے مداحوں کی بنیاد کے ساتھ، بلٹ پروف کے پاس وہ مصنوعات جاری کرنے کی صلاحیت ہے جو ڈیو کو تخلیق کرنے کی ترغیب ملتی ہے۔

بلٹ پروف کی طرح، آپ کے برانڈ کی تعریف ان مصنوعات سے کی جائے گی جو آپ جاری کرتے ہیں۔ آپ کی پہلی مصنوعات آپ کا گیٹ وے تھا۔ اس نے آپ کے سامعین کے لئے اپنا سفر شروع کرنا اور آپ کو ان کے رہنما کے طور پر منتخب کرنا آسان بنا دیا۔ لیکن تخلیق کرنے کے لئے

sambaraweb.com

ایک حقیقی برانڈ، آپ کی فالو اپ مصنوعات کو گاہک کو ان کے سفر کے اگلے مرحلے تک لے جانا چاہئے. یہ فالو اپ مصنوعات بالآخر اس بات کی وضاحت کریں گی کہ آپ کی کمپنی کیا بن جاتی ہے۔ وہ آپ کو اپنے پہلے ملین کو عبور کرنے کی بھی رہنمائی کریں گے۔

تیسرا مرحلہ: سونے کا تمغہ

جب ہماری پہلی شیر اسٹرینتھ پروڈکٹ ایک دن میں پچیس فروخت تک پہنچ گئی، تو میٹ اور میں اپنے ساتھ تھے۔

یہ ایک اہم سنگ میل تھا۔ اس کے ساتھ ہی، ہم جانتے تھے کہ یہ صرف آغاز تھا. اگر ہم ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنانے جا رہے تھے، تو ہماری ریاضی نے ہمیں بتایا کہ، ہماری قیمت کے نقطہ پر، ہمیں وہاں پہنچنے کے لئے ایک دن میں پچیس فروخت پر چار مصنوعات فروخت کرنا ہوں گی.

ہر روز مسلسل پچیس فروخت کو چھونے کے بعد، ہماری مصنوعات برابر ہو گئی۔ آپ ہمیشہ ایک سطح مرتفع سے ٹکرانے جا رہے ہیں. خوش قسمتی سے، یہ سطح مرتفع اپنے آپ میں ایک سنگ میل ہے: اس وقت آپ کو پتہ چلے گا کہ آپ کی دوسری مصنوعات کو جاری کرنے کا وقت آ گیا ہے۔

جب ہم نے پروڈکٹ ٹو جاری کی تو فروخت تیزی سے بڑھنا شروع ہوئی ، پہلی پروڈکٹ کے مقابلے میں بہت تیزی سے کیونکہ ہمارے پاس پہلے سے ہی ہماری دوسری پروڈکٹ کو آزمانے کے لئے تیار گاہکوں کا بلٹ ان سامعین موجود تھا۔ درحقیقت، ہماری دوسری پروڈکٹ نے چند ہفتوں کے اندر ہی پروڈکٹ کو پیچھے چھوڑنا شروع کر دیا۔

پھر کچھ عجیب ہوا. ایک بار جب دوسری پروڈکٹ ایک دن میں پچیس فروخت تک پہنچ گئی، تو پہلی

sambaraweb.com

پروڈکٹ نے اپنی سطح سے چھلانگ لگادی اور ایک دن میں پچاس فروخت کرنا شروع کر دیا! فروخت جو پہلے فلیٹ تھی اب دوگنی ہوگئی ہے! دوسری پروڈکٹ نے اصل میں پہلی پروڈکٹ کو ٹکر مار دی۔

پہلے، ہمیں خدشہ تھا کہ دونوں مصنوعات ایک دوسرے سے فروخت چھین سکتی ہیں، لیکن وہ اصل میں ایک دوسرے کو کھلا رہے تھے! ایسا کیوں ہوا؟ کھیل میں کچھ عوامل تھے۔ سب سے پہلے، ہمارے پاس بار بار گاہک تھے جو زیادہ کے لئے واپس آ رہے تھے اور اضافی مصنوعات خرید رہے تھے. دوسرا، گاہکوں نے انہیں بنڈل کے طور پر ایک ساتھ خریدنا شروع کیا۔ انہوں نے دیکھا کہ ہم نے دو مصنوعات کی پیش کش کی، لہذا انہوں نے صرف دونوں خریدیں. ایک نیٹ ورک اثر تھا، ایک قسم کا قدرتی ریفرل عمل ہو رہا تھا. اور آخر میں، لانچ کے دوران کچھ لوگوں نے ہمارا پیچھا کیا تھا لیکن خریدا نہیں تھا۔ وہ ہمارے سفر کی پیروی کر رہے تھے، اور جب انہوں نے ہمیں مزید مصنوعات جاری کرتے دیکھا، تو انہوں نے آرڈر دے کر ہمارے ساتھ شمولیت اختیار کی۔

اس کے علاوہ ، دو مصنوعات نے ایمیزون کی اندرونی مارکیٹنگ مشین کو جوس کرنا شروع کیا۔ الگورتھم ہمارے لئے کام کر رہا تھا، لوگوں کو متعارف کرا رہا تھا

sambaraweb.com

جو ہماری مصنوعات میں سے ایک سے دوسرے میں دلچسپی رکھتے تھے. ممکنہ خریدار دیکھیں گے کہ "یہ دونوں مصنوعات اکثر ایک ساتھ خریدی جاتی ہیں" اور "جن گاہکوں نے یہ دیکھا انہوں نے بھی یہ دیکھا۔

ہم نے سوچا کہ ہم ایک دن میں پچیس فروخت کے عروج پر پہنچ گئے ہیں۔ ہم نے سوچا کہ ہم پہلے ہی مارکیٹ میں سب سے اوپر ہیں. ہم غلط تھے. یہ مصنوعات تیزی سے روزانہ پچاس فروخت تک پہنچ گئی، اور پھر اس سے بھی زیادہ۔ جب تک ہم نے کمپنی کو فروخت کیا، وہی مصنوعات ایک دن میں 300 سے زیادہ فروخت کر رہی تھی۔

یہ برف باری کا اثر ہے. پروڈکٹ ٹو کی لانچ کو پروڈکٹ نمبر ایک کی کامیابی سے تقویت ملتی ہے، لیکن پھر پروڈکٹ ٹو کی فروخت بھی واپس آتی ہے اور پہلی پروڈکٹ کو بھی فروغ دیتی ہے۔ آگے اور پیچھے، آگے پیچھے، زیادہ فروخت اور زیادہ منافع میں اضافہ.

یہی وجہ ہے کہ اس عمل کا یہ مرحلہ "دی گولڈ" ہے۔ یہ تب ہوتا ہے جب آپ کی سخت محنت آخر کار رنگ لانا شروع کرتی ہے۔ یہ وہ وقت ہوتا ہے جب فروخت تیزی سے بڑھنا شروع ہوتی ہے، اور ہر مصنوعات جو آپ جاری کرتے ہیں ایک کثیر الجہتی اثر پیدا کرتی ہے۔ نئے گاہک آپ کو نامیاتی طور پر تلاش کرنا شروع کرتے ہیں، اور ملین اتنے قریب ہیں کہ آپ اسے سونگھ سکتے ہیں.

آپ نے ثابت کیا ہے کہ آپ کسی مصنوعات کو روزانہ پچیس فروخت تک لے جاسکتے ہیں، اور اب آپ کو اسے کچھ اور بار کرنے کی ضرورت ہے۔ فارمولے کو یاد رکھیں: روزانہ پچیس فروخت پر تین سے پانچ مصنوعات ایک ملین ڈالر کا کاروبار ہے.

آپ کا کام آسان ہے: زیادہ سے زیادہ مصنوعات کو جتنی جلدی آپ آرام سے سنبھال سکتے ہیں، بغیر کسی الجھن کے جاری کریں۔

sambaraweb.com

ایک سے ایک سے ایک سے ایک سے کئی

میرے سرپرست ٹریوس نے ایک بار مجھے ایک ایسی بات بتائی جس کا زیادہ تر لوگوں کو احساس نہیں ہے: آپ کاروبار میں جو کچھ بھی کر رہے ہیں وہ واقعی صرف سامعین کی تعمیر ہے۔

جب آپ اس پہلی مصنوعات کو جاری کرتے ہیں تو، آپ گاہکوں کے سامعین کی تعمیر کر رہے ہیں۔ آپ کو وہ تمام چیزیں کرنی ہوں گی جن کے بارے میں ہم نے پہلے بات کی تھی: تعلقات قائم کریں، اثر و رسوخ رکھنے والوں تک پہنچیں، اور انہیں مہربانی کے ساتھ ماریں جب تک کہ وہ رضاکارانہ طور پر آپ کو رائے اور جائزے نہ دیں۔ جب آپ دوسری مصنوعات کو جاری کرتے ہیں تو، آپ کے سامعین پہلے سے ہی پرائم اور جوابدہ ہیں، اور وہ آپ کو انعام دیں گے۔ انہوں نے آپ سے ایک بار خریدا تھا، اور امکان ہے کہ وہ دوبارہ ایسا کریں گے.

اس موقع پر، آپ کے سسٹم ٹوٹنا شروع ہو جاتے ہیں کیونکہ آپ سسٹم ہیں۔ یہاں تک کہ سب سے زیادہ نیک نیت کاروباری مالکان کو گاہکوں کی پوچھ گچھ کی تعداد، تبصرے، اور دروازے میں آنے والے گاہکوں کی تعداد کو برقرار رکھنے میں دشواری ہو سکتی ہے. یہ آپ کو کچھ تبدیلیاں کرنے پر مجبور کرتا ہے. تم

sambaraweb.com

وہ سب کچھ جاری رکھنا چاہتے ہیں جو آپ لانچ سے پہلے کر رہے تھے، اور اپنے صارفین کی بنیاد کو بڑھانا جاری رکھنا چاہتے ہیں، لیکن اب، لوگوں سے ون ٹو ون بات کرنے کے بجائے، آپ ایک ہی وقت میں بہت سے لوگوں سے بات کر رہے ہیں۔ آپ سامعین کے ساتھ مشغول ہیں اور اب بھی وہی رابطے بنا رہے ہیں، لیکن اب آپ اسے بڑے پیمانے پر کر رہے ہیں۔

آپ ہر شخص سے انفرادی طور پر بات کرنے کے بجائے مجموعی طور پر اپنے سامعین سے بات کر رہے ہیں۔ اس کے علاوہ، اب آپ کے پاس مداحوں کا ایک نیٹ ورک ہے جو آپ کو پروموشن میں مدد کر سکتا ہے. اگر آپ نے پہلے ہی ایسا نہیں کیا ہے تو، مثبت جائزوں کے اسکرین شاٹس لینا اور انہیں اپنے سامعین کے ساتھ اشتراک کرنا شروع کریں، یا اپنے گاہکوں کو ویڈیو تعریف کرنے اور انہیں فیس بک پر اشتہارات کے طور پر چلانے کے لئے تیار کریں۔ ہر کسٹمر تعریف کو آپ کے سامعین کے لئے مواد کے طور پر استعمال کیا جا سکتا ہے، اور کسی کی آپ کی مصنوعات کو پکڑنے یا ویڈیو کا جائزہ لینے کی ہر پوسٹ اشتہار یا سوشل میڈیا پوسٹ بن سکتی ہے۔ آپ کے گاہک آپ کی طرف سے سماجی ثبوت بنا رہے ہیں، بجائے اس کے کہ آپ کو یہ سب شروع سے بنانا پڑے۔ پیمانے پر اس کا استعمال طاقتور ہے.

ہر وہ اثر ورسوخ جس سے آپ پہلے جڑے ہوئے تھے وہ آپ کی ترقی کو دیکھ رہا ہے۔ اگر آپ کی پہلی لانچ اچھی رہی، اور آپ کو مثبت جائزے مل رہے ہیں تو، یہ دوسرے لوگوں کے آپ پر موقع لینے کے فیصلے کی توثیق کرتا ہے۔ ان نیٹ ورکس سے فائدہ اٹھائیں۔ لوگ دوسروں سے بہت زیادہ متاثر ہوتے ہیں، لہذا مثبت جائزے، چمکتے ہوئے ای میلز، اور آپ کو ملنے والی ہر اونس تشہیر کا اشتراک جاری رکھیں۔ یہ سب آپ کی دوسری پروڈکٹ کو ہٹ ہونے کے لئے سیٹ اپ کرنے کے لئے پری لانچ مشین کو فیڈ کرے گا۔

یاد رکھیں، جتنا زیادہ بیرونی ٹریفک اور فروخت آپ ایمیزون، کک اسٹارٹر، وال مارٹ، شاپائف، یا جہاں بھی آپ آرڈر لے رہے ہیں، اتنا ہی زیادہ وہ بڑی مشینیں آپ کو انعام دیتی ہیں۔ یہ پہلے سے کہیں

sambaraweb.com

زیادہ اہم ہے کہ آپ اپنی کمپنی کے بلڈ آؤٹ کو دستاویزی شکل دیتے رہیں، ان فیصلوں کے بارے میں بات کریں جو آپ ایک ٹیم کے طور پر کرتے ہیں، اور اپنے پیروکاروں اور گاہکوں کی توجہ برقرار رکھیں۔

پروڈکٹ نمبر دو تیار کرنا

آپ کی دوسری مصنوعات کے لئے کیا رول آؤٹ کرنا ہے اس کا انتخاب کرنا ایک آسان فیصلہ ہونا چاہئے، لیکن بہت سے لوگ اس پر قابو پاتے ہیں۔

لوگوں کی سب سے بڑی غلطی یہ ہے کہ وہ اپنی اگلی مصنوعات کے ساتھ دوسری جگہ کی مارکیٹ کا تعاقب کرنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ آپ کی دوسری مصنوعات ہمیشہ جواب ہے

sambaraweb.com

یہ سوال: اگلی چیز کیا ہے جو میرا پہلا گاہک خریدنا چاہتا ہے؟

یہ جاننے کے لئے، ہم ان مصنوعات کے گروپ پر واپس جاتے ہیں جو آپ کے گاہک پہلے سے ہی خریدتے ہیں. اگر آپ نہیں جانتے کہ آپ کے گاہک آگے کیا چاہتے ہیں تو، آپ غلط کاروبار میں داخل ہو گئے، یا آپ اپنے پہلے لانچ میں اس قدر لپٹ گئے کہ آپ برانڈ سے نظریں کھو بیٹھے۔ یہی وجہ ہے کہ تین سے پانچ مصنوعات کی شناخت کرنا اتنا اہم تھا جو آپ کا مثالی شخص خریدنا چاہتا ہے۔ اگر آپ کام کر رہے ہیں تو، آپ کے پاس پہلے سے ہی ایک فہرست ہے جس میں سے انتخاب کرنا ہے۔

مصنوعات کا آرڈر قدرتی طور پر میرے یوگا کاروبار میں بہہ رہا تھا۔ ہمارا گیٹ وے پروڈکٹ یوگا میٹ تھا۔ اگلی چیز کیا ہے جو وہ خریدنا چاہتے ہیں؟ ہم نے یوگا کا تولیہ نکالا۔ اس کے بعد ہم نے یوگا بلاک، پھر فوم رولر کے ساتھ اس کی پیروی کی۔ ہم آگے بڑھ سکتے تھے، لیکن ہمیں حاصل کرنے میں دلچسپی رکھنے والی پارٹیاں ہمارے دروازے پر دستک دینے آئیں، اور ہم نے کمپنی کو فروخت کر دیا۔

بہت سے لوگ ایڈ-آن، اضافی رنگ، یا نئے سائز کے ساتھ اپنی پہلی مصنوعات کی پیروی کرنے کے لئے لالچ رکھتے ہیں. یہ ٹھیک ہے، لیکن یہ ایک دوسری مصنوعات نہیں ہے. لوازمات نئی مصنوعات نہیں ہیں؛ وہ زیادہ سے زیادہ اضافہ کرتے ہیں.

یہ ضروری ہے کہ آپ اپنی پہلی مصنوعات کا "1 اے" ورژن جاری کر کے ایک اچھی مصنوعات کے لانچ کو ضائع نہ کریں۔ آپ کی دوسری پروڈکٹ کو پہلے کی طرح زیادہ شور پیدا کرنا چاہئے ورنہ آپ کو ملٹی پلئر اثر نہیں ملے گا جو آپ کی کمپنی کی فروخت کو دوگنا کر سکتا ہے۔

اس کے بارے میں اس طرح سوچیں: آپ کا گاہک ایک سفر پر ہے. وہ وزن کم کرنے، یا مصنف بننے، یا زیادہ ماحولیاتی شعور رکھنے کے اپنے فیصلے میں ہیرو ہیں. آپ کا کام ان کے لئے راستے میں درپیش چیلنجوں پر قابو پانا آسان بنانا ہے۔ اضافی مصنوعات ان کے چیلنجوں پر قابو پانے میں ان کی مدد نہیں کرتی ہیں۔ وہ صرف آپ کی پہلی مصنوعات کو زیادہ استعمال کرنے میں ان کی مدد کرتے ہیں. لیپ ٹاپ

sambaraweb.com

پر غور کریں۔ جب آپ ایک خریدتے ہیں تو، آپ کے پاس ہر قسم کے لوازمات خریدنے کا اختیار ہوتا ہے، جیسے کیس یا کی بورڈ کور۔ وہ ضمنی مصنوعات ہیں، نئے تصورات نہیں. ایپل کو ٹریلین ڈالر کی کمپنی بننے میں مشکل پیش آئے گی اگر وہ صرف ایک پروڈکٹ کو ایڈ-آن کے ساتھ فروخت کرے۔

بڑھتی ہوئی تبدیلیوں کو فروخت کرنے سے لوگ دروازے پر قطار میں کھڑے نہیں ہوتے ہیں، جو آپ کی اگلی مصنوعات کے لائیو ہونے کا انتظار کرتے ہیں۔

آپ کس قسم کی کمپنی ہیں؟

sambaraweb.com

آپ کی دوسری مصنوعات اس بات کی وضاحت کر سکتی ہے کہ آپ اگلے سال کے لئے کس قسم کی کمپنی ہوں گے۔ یاد رکھیں کہ اونت ایک دماغی سپلیمنٹ کمپنی سے زیادہ اور بلٹ پروف ایک کافی کمپنی سے زیادہ ہے. اس کے نتیجے میں، دونوں کو جتنی جلدی ممکن ہو اپنی مصنوعات کی لائن اپ کو تبدیل کرنا پڑا۔

اگر آپ ایسی مصنوعات کو جاری کرنے میں پھنس جاتے ہیں جو آپ کی پہلی مصنوعات سے بہت ملتی جلتی ہیں تو، آپ کبوتر بن سکتے ہیں۔ ہو سکتا ہے کہ آپ مرتفع بن جائیں اور آپ سے چھوٹے ہو جائیں۔

یہی وجہ ہے کہ اب یہ فیصلہ کرنا ضروری ہے کہ آپ کس قسم کی کمپنی بننا چاہتے ہیں۔ اگر آپ نے اپنا کام شروع میں ہی کیا ہے، اور آپ اپنے گاہک کو سمجھتے ہیں تو، یہ حصہ آسان ہونا چاہئے۔ آپ کی کمپنی آپ کے مثالی شخص کو اس کے سفر میں مدد کرنے کے لئے موجود ہے، آخر کار.

میرے دوست کیتھرین اور ایلن کو زبردست کامیابی ملی جب انہوں نے اپنا بیسٹ سیلف جرنل جاری کیا۔ اس نے بجلی کے بلٹ کی طرح اڑان بھری اور لاکھوں ڈالر مالیت کی مصنوعات فروخت کیں۔ لیکن جب دوسری پروڈکٹ کے ساتھ آنے کا وقت آیا، تو انہوں نے جدوجہد کی۔ آپ پہلی بار ہوم رن کی پیروی کیسے کرتے ہیں؟ وہ پہلے سے ہی اپنے جرائد (نوٹ: اضافی مصنوعات) کے لئے داخلات اور مقدمات فروخت کر رہے تھے، لیکن انہیں قاتل دوسری مصنوعات کو جاری کرنے کا کوئی خیال نہیں تھا۔

ایک دن، جب ہم بات چیت کر رہے تھے، میں نے ان سے ایک سادہ سا سوال پوچھا: "آپ کس قسم کا کاروبار کرنا چاہتے ہیں؟"

اگر وہ ایک جرنلنگ کمپنی تھے، تو ان کی اگلی مصنوعات آسان ہوں گی: زیادہ جرائد، فینسی پین، اور، ٹھیک ہے، یہ اس کے بارے میں ہو گا. لیکن مجھے اندازہ تھا کہ وہ کچھ مختلف بننا چاہتے ہیں۔

sambaraweb.com

تھوڑی دیر بات کرنے کے بعد، انہوں نے جواب دیا: یہ جرنلنگ کے بارے میں نہیں ہے؛ یہ

پیداواری صلاحیت کے بارے میں ہے.

اس احساس نے خیالات کا ایک نیا دائرہ کھول دیا۔ صرف جرائد فروخت کرنے کے بجائے، ان کا کام ایسی مصنوعات تیار کرنا تھا جو ان کے گاہکوں کو زیادہ پیداواری بننے میں مدد کریں۔ کچھ ہی عرصے بعد ،انہوں نے اپنی دوسری مصنوعات، جسے ٹیمپو کہا جاتا ہے، دنیا کا پہلا ایڈجسٹ ایبل گھنٹہ گلاس، جو آپ کو اپنے وقت کو منظم کرنے اور توجہ مرکوز رکھنے میں مدد کرنے کے لئے ڈیزائن کیا گیا ہے - اور یہ دیکھنے کے لئے بھی ایک خوبصورت چیز ہے۔ یہ ایک ایسا آلہ ہے جو بیسٹ سیلف کمپنی کے وسیع تر برانڈ تصور اور جمالیاتی کے ساتھ مکمل طور پر فٹ بیٹھتا ہے۔ اس نے انہیں ایک جرنل کمپنی سے زیادہ بنا دیا.

sambaraweb.com

دوسری پروڈکٹ کے نقصانات

یہ شاذ و نادر ہی ہوتا ہے کہ ایک دوسری پروڈکٹ آپ کو تکلیف پہنچائے، لیکن میں نے کاروباری افراد کو نئی مصنوعات جاری کرتے دیکھا ہے جو، کسی بھی وجہ سے، واقعی کبھی شروع نہیں ہوئیں۔

اگر آپ نے سامعین بنانے کے لئے کام کیا ہے تو، پہلی مصنوعات پر ایسا ہونا انتہائی نایاب ہے۔ لیکن اگر یہ توقعات پر پورا نہیں اترتا ہے تو یہ دوسری مصنوعات پر ہو سکتا ہے۔ یا، اگر آپ کی دوسری مصنوعات آپ کے گاہکوں کو ان کے سفر کے ساتھ آگے نہیں لاتی ہے تو، وہ آپ کی پہلی مصنوعات کے لئے اتنی دلچسپی سے قطار میں کھڑے ہونے کا امکان نہیں رکھتے ہیں۔

کئی بار جب کاروباری افراد اپنی پہلی مصنوعات لانچ کرتے ہیں تو، وہ اب بھی ایک کاروبار کے طور پر اپنی آواز تلاش کرنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ کبھی کبھی یہ آواز اور شناخت بدل جاتی ہے. یہ کوئی غیر معمولی بات نہیں ہے کہ لوگ ایک سامعین کو نشانہ بناتے ہیں اور یہ پاتے ہیں کہ شائقین ان کی توقع سے مختلف ڈیموگرافک ہیں، جو اس وقت ہوتا ہے جب وہ یا تو اپنے سامعین کو نہیں جانتے ہیں، یا ان کی دلچسپیاں تبدیل ہو جاتی ہیں۔ میں ان کاروباری افراد کی تعداد گن نہیں سکتا جن کے پاس کامیاب پہلی پروڈکٹ تھی، صرف اس بات کا احساس کرنے کے لئے کہ ان کے پاس سامعین کے لئے کوئی جذبہ نہیں تھا جسے انہوں نے نشانہ بنایا تھا۔ جب ایسا ہوتا ہے تو، اپنے مثالی شخص کی دوبارہ تعریف کرنے پر واپس جائیں۔

میرا ایک طالب علم جوناتھن میرے پاس اس وقت آیا جب وہ میک اپ بیگز میں سالانہ دس لاکھ ڈالر فروخت کر رہا تھا۔ انہوں نے کچھ انتہائی خاص کیا تھا: شاندار مصنوعات تیار کیں جو لوگوں کو بالکل پسند تھیں اور فروخت میں ایک ملین ڈالر سے تجاوز کر گئیں۔ وہ بھی اداس تھا۔

جوناتھن نے بیک روم میں شمولیت اختیار کی، جو میرے رہنمائی کرنے والے طلباء کا ایک چھوٹا سا

sambaraweb.com

گروپ ہے، جن میں سے کچھ میں ذاتی طور پر سرمایہ کاری کرتا ہوں۔ نتیجتا، ہم نے اس کے کاروبار کے بارے میں بات کرنے میں کئی گھنٹے گزارے اور وہ کیا حاصل کرنا چاہتا تھا.

اسے زیادہ میک اپ بیگ بیچنے میں کوئی دلچسپی نہیں تھی۔ اس کا منصوبہ کمپنی کو تھوڑا اور بڑھانا، اسے فروخت کرنا اور آگے بڑھنا تھا۔ لیکن میں نے جوناتھن کے بارے میں کچھ دلچسپ محسوس کیا: جب وہ نئے خیالات کے بارے میں بات کرتا تھا تو وہ کرسمس کے درخت کی طرح روشن ہوتا تھا۔ وہ اس وقت زندہ ہوا جب اس نے اس سوٹ کیس کے بارے میں بات کی جسے وہ لانچ کرنا چاہتا تھا یا ان جرائد کے بارے میں جو وہ لوگوں کو ان کے مقاصد کے حصول میں مدد کرنے کے لئے بنانا چاہتا تھا۔ یہاں تک کہ وہ الماری کے منتظمین بنانے اور فروخت کرنے کے لئے اپنے خیالات کے بارے میں بات کرنے سے بھی لطف اندوز ہوا۔

ایک دن، میں نے اس کی سوچ میں دھاگہ پایا جب میں نے اس سے پوچھا: "جوناتھن، آپ کو ان تمام نئی مصنوعات کے بارے میں کس چیز نے پرجوش کیا ہے؟"

اس نے آہ بھری۔ "مجھے لگتا ہے،" انہوں نے کہا، "میں صرف لوگوں کو ان کے افراتفری والے دماغ کو صاف کرنے میں مدد کرنا چاہتا ہوں."

بس یہی تھا!

sambaraweb.com

یہ میک اپ بیگ یا سوٹ کیس کے بارے میں نہیں تھا- یہ مصنوعات کے بارے میں بالکل نہیں تھا! اس کا برانڈ اس نتیجے کے بارے میں تھا جو اس کی مصنوعات نے تخلیق کیا تھا: اپنے گاہکوں کے افراتفری کے دماغ کو بے ترتیب کرنا۔

جوناتھن کا شاندار ڈیزائن وہ چیز تھی جو لوگوں کو اس کے میک اپ بیگ کے بارے میں پسند تھی۔ بیگ میں ہر چیز کے لئے ایک خاص جگہ تھی! اور وہ جو سوٹ کیس ڈیزائن کر رہا تھا اس نے آپ کے لئے سب کچھ پیک کرنا یاد رکھنا آسان بنا دیا تھا! ان کے پاس ہر آئٹم کے لئے ایک خاص جگہ تھی، جس نے آپ کے اگلے سفر کے لئے پیک کرنا آسان بنا دیا۔ وہ جن الماری کے منتظمین خاکہ بنا رہے تھے وہ بھی اسی خیال کی پیروی کر رہے تھے۔ یہ ایسا تھا جیسے ہر پروڈکٹ نے آپ کے پاگل اعصابی تناؤ کا تھوڑا سا حصہ لیا اور اسے ایک اچھی طرح سے منظم جگہ پر رکھ دیا۔

میں پرجوش ہو گیا کیونکہ مجھے احساس ہوا کہ اس کا ہدف گاہک صرف گندے پرس والی خواتین نہیں تھیں، بلکہ میں بھی تھا۔ میں ایک سوٹ کیس رکھنا پسند کروں گا جو اتنا منظم تھا کہ اس نے میری زندگی کو تھوڑا سا آسان بنا دیا۔

اگر جوناتھن زیادہ سے زیادہ میک اپ بیگ جاری کرتا رہا ہوتا تو وہ ہمیشہ میک اپ بیگ کمپنی ہوتا۔ لیکن ایک بار جب اس نے شناخت کی کہ وہ اپنی کمپنی کو کیا بنانا چاہتا ہے تو، اسے احساس ہوا کہ اس کے پاس کچھ اور ہے: اس کا برانڈ افراتفری کی دنیا کو منظم کرنے کے لئے موجود تھا۔ اس سے مصنوعات کے خیالات کی ایک لہر شروع ہوئی۔

جب آپ اپنی کمپنی کی شناخت کرتے ہیں کہ آپ اپنی کمپنی کے بارے میں کیا چاہتے ہیں تو، آپ کا کام صرف مصنوعات تیار کرنا بن جاتا ہے جو آپ کے گاہکوں کے لئے اپنے سفر کو انجام دینا آسان بناتے ہیں۔ ہو سکتا ہے کہ آپ ہر بار ہوم رن نہ کریں، لیکن ہر مصنوعات آپ کے برانڈ کے اندر ایک مقصد کی خدمت کرے گی۔

sambaraweb.com

یہ فیصلہ کرنا کہ آگے کیا فروخت کرنا ہے اہم ہے، لیکن یہ فیصلہ کرنا اور بھی اہم ہے کہ اسے کب جاری کرنا ہے۔ گاہک کو سانس لینے کا وقت دیئے بغیر، مصنوعات کو بہت جلدی جاری کرنا عام ہے۔

اسٹیج پر بات کرنا میرے پسندیدہ کاموں میں سے ایک ہے، اور میں براہ راست بات چیت کے بعد سوال و جواب کرنا پسند کرتا ہوں. ایمیزون فروخت کنندگان کی ایک کانفرنس سیلر کون میں سوال و جواب کے سیشن کے دوران ایک حاضرین نے پوچھا، "میں ابھی دس مصنوعات لانچ کر رہا ہوں۔ آپ کی کیا تجویز ہو گی کہ میرے سامعین پر دباؤ ڈالے بغیر ایسا کیسے کیا جائے؟"

"آسان ہے۔" میں نے کہا۔ "تم نہیں کرتے. تم نہیں کر سکتے. آپ کے سامعین بالکل متاثر ہوں گے۔ *ایسا مت کرو*. ایک وقت میں ایک فروخت کریں."

اس نے میرے خلاف دھکا دیا، لیکن میں ثابت قدم رہا۔ ایک ہی وقت میں دس مصنوعات لانچ نہ کریں. ایک لانچ کریں. آپ زیادہ پیسہ کمائیں گے اور زیادہ رفتار برقرار رکھیں گے۔ برف کے گولے کو جاری رکھنے کے لئے، آپ کو پچیس فروخت تک پہنچنے کی ضرورت ہے

sambaraweb.com

دن، اور جب آپ دس مصنوعات کو دیکھ رہے ہیں اور آگے بڑھا رہے ہیں تو ایسا کرنا مشکل ہے.

یہ صرف خراب آپٹکس بھی ہے. ایمیزون پر صرف مٹھی بھر جائزوں کے ساتھ دس مصنوعات میں سے ہر ایک بہت سارے شاندار جائزوں کے ساتھ ایک مصنوعات کی طرح طاقتور یا قابل اعتماد نہیں ہے۔ ایک کام بہت اچھی طرح کریں، اور پھر اسے دوبارہ کریں.

مسابقت اور منفرد قدر

میں بہت سارے کاروباری اداروں سے مشورہ کرتا ہوں جنہوں نے ایک کامیاب پہلی مصنوعات جاری کی ہے لیکن نہیں جانتا کہ آگے کیا کرنا ہے. یہ اکثر اس لئے ہوتا ہے کیونکہ اپنے کسٹمر بیس کی خدمت کرنے کی کوشش کرنے کے بجائے، وہ تجزیات اور سطح کی سطح کے میٹرکس پر لٹک رہے ہیں۔

جب میٹ اور میں نے شیر اسٹرینتھ لانچ کیا تو، کوئی پروڈکٹ ریسرچ ٹولز نہیں تھے جو اندازہ لگاتے تھے کہ کوئی پروڈکٹ ایمیزون پر کتنا پیسہ کمائے گی۔ میرا ماننا ہے کہ یہ جہالت ہمارے لئے ایک اسٹریٹجک فائدہ تھا۔

میں آپ کو یہ نہیں بتا سکتا کہ ایک کاروباری شخص نے کتنی بار کامیاب پہلی پروڈکٹ حاصل کی لیکن پھر دوسری پروڈکٹ کو جاری کرنے پر عمل کرنے کے لئے جدوجہد کی کیونکہ اعداد و شمار نے انہیں خوفزدہ کر دیا۔ حجم کی بنیاد پر فیصلے کرنے کے جال میں نہ پھنسیں، یا کسی اور کے عمل کا ایک ٹکڑا حاصل کرنے کی کوشش نہ کریں۔ اس کے بجائے، وہ کریں جو آپ کے اپنے کاروبار اور آپ کے گاہکوں کے لئے بہترین ہے. ہر ایک کے لئے پائی کے کافی ٹکڑے موجود ہیں۔ آپ کو مارکیٹ پر غلبہ حاصل کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ آپ کو صرف ہر مصنوعات کو ایک دن میں کم از کم پچیس فروخت کرنے کی

sambaraweb.com

ضرورت ہے. اور یاد رکھیں: ہمیشہ گاہک کی خدمت کرنے کے لئے ڈیفالٹ کریں، اور نمبروں کو وہیں گرنے دیں جہاں وہ گرتے ہیں.

جب میں نے کوئسٹ نیوٹریشن کے بانی ٹام بیلیو سے مسابقت کے بارے میں پوچھا تو انہوں نے ایک منفرد نقطہ نظر پیش کیا۔ کوئسٹ بار مارکیٹ میں اپنی نوعیت کی پہلی تھی، اور ان کی مصنوعات فوری طور پر ہٹ ہو گئی تھی۔ لیکن چند سالوں کے اندر، مارکیٹ میں بہت ساری دیگر "پیلیو" پروٹین سلاخیں موجود تھیں کہ ان سب کو سیدھا رکھنا مشکل تھا۔

ٹام نے مجھے بتایا کہ جب آپ کوئی نئی مصنوعات مارکیٹ میں لاتے ہیں تو آپ کے پاس لوگوں کی نقل شروع کرنے سے پہلے تقریبا اٹھارہ مہینے ہوتے ہیں۔ انہوں نے کہا کہ ہنی مون کے اس مرحلے سے لطف اندوز ہوں، لیکن کبھی نہ بھولیں کہ وہ آپ کے لئے آ رہے ہیں۔ اس کا حل یہ ہے کہ مسلسل جدت طرازی کی جائے اور ایک قدم آگے رہے۔

بہت سے معاملات میں، مقابلہ دراصل آگاہی پیدا کر کے آپ کے برانڈ کو فائدہ پہنچا سکتا ہے. چند دہائیاں پہلے جب یوگا صرف ایک چھوٹا سا مقام تھا، تو مزید

sambaraweb.com

منظر نامے پر موجود برانڈز نے سب کو فائدہ پہنچایا کیونکہ اس نے مشق کے بارے میں آگاہی پیدا کی اور زیادہ لوگوں کو دلچسپی حاصل کی۔

اگر ڈاکٹر اوز ایک ضمیمہ لے کر آئیں جو میں پہلے ہی فروخت کر چکا ہوں، تو مجھے پمپ کیا جائے گا۔ وہ اس مصنوعات کی قیمت کو دیکھنے کے لئے پہلے سے ہی تیار لوگوں کی ایک بڑی تعداد کو لائے گا۔ ان میں سے بہت سے لوگ اسے اس سے خرید سکتے ہیں، لیکن ان میں سے کچھ میری خریدیں گے.

ذہن میں رکھیں کہ جس کمپنی کے ساتھ آپ کو لگتا ہے کہ آپ مقابلہ کر رہے ہیں وہ آپ کو حاصل کر سکتی ہے۔ اپنا کام کرو اور انہیں اپنا کام کرنے دو۔ اگر دوسرے لوگ آپ کی جگہ پر حملہ کرتے ہیں تو، جدت طرازی جاری رکھیں اور اپنے گاہکوں کی خدمت کرتے رہیں۔ ایک ہی وقت میں، تعاون یا مسابقت کے لئے کھلا رہیں: کوآپریٹیو مقابلہ. سب کے بعد، آپ دونوں ایک ہی پیغام پھیلا رہے ہیں.

ٹام نے اسے اچھی طرح سے کہا: "ہماری کمپنی کا مشن پروٹین بار بنانا نہیں ہے،" انہوں نے کہا. ہمارا مشن میٹابولک بیماری کو ختم کرنا ہے. اور اگر کوئی دوسری کمپنی آتی ہے جو ہم سے بہتر کام کرتی ہے، تو ہم ان کی حمایت کریں گے۔

کچھ برانڈز جن کا میں مشورہ دیتا ہوں، ایک ہی جگہ میں ایک جیسی، لیکن نقلی نہیں، مصنوعات رکھتے ہیں۔ وہ اکثر ایک دوسرے کے سامعین کے لئے اپنی غیر مسابقتی مصنوعات کو کراس پروموشن کریں گے۔ ان کے سامعین کو فائدہ ہوتا ہے، اور دونوں کمپنیوں کو فروخت میں اضافہ نظر آتا ہے۔

صارفین مصنوعات کو تبدیل کریں گے، لیکن وہ اکثر برانڈز کو تبدیل نہیں کرتے ہیں۔ ایک برانڈ صرف آؤٹ سورس ٹرسٹ ہے. کچھ نیا کرنے کی کوشش کرنا ایک مہنگا خطرہ ہے، یہی وجہ ہے کہ کاروبار کو زمین سے ہٹانا اتنا مشکل ہے۔ ایک بار جب آپ اس اعتماد اور توثیق کی تعمیر کرتے ہیں تو، لوگ آپ سے خریداری جاری رکھیں گے۔ آپ کی مصنوعات کے بارے میں آگاہی کو فروغ دینے والا کوئی اور صرف آپ کے برانڈ کی مدد کرتا ہے۔ اپنی گلی میں رہیں، اور ان کے فیصلوں کو اس بات کا تعین نہ کرنے

sambaraweb.com

دیں کہ آپ ایک کمپنی کے طور پر کہاں جاتے ہیں۔

بڑی تصویر

برانڈز اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کرتے ہیں جب ایک مصنوعات انہیں نقشے پر ڈالتی ہے، اور اس کی کامیابی مستقبل کی خریداریوں کی طرف لے جاتی ہے۔ زیادہ تر برانڈز جن سے ہم محبت کرتے ہیں ان میں سے ایک فلیگ شپ پروڈکٹ ہے، اور یہ مستقبل کی مصنوعات کے لئے راہ ہموار کرتا ہے۔ لوگ آپ کے پاس آپ کے بیسٹ سیلف جرنل، آپ کی بلٹ پروف کافی، یا آپ کی کوئسٹ بار کے لئے آتے ہیں۔ جب وہ آپ کے برانڈ کو دیکھ رہے ہوتے ہیں تو، وہ آپ کی فروخت کردہ دوسری چیزیں خریدتے ہیں۔

جزوی طور پر یہی وجہ ہے کہ سامعین اتنے اہم ہیں۔ ہر پروڈکٹ لانچ کے پیچھے فائر پاور ڈالنے کی صلاحیت انمول ہے۔

sambaraweb.com

تاہم، آپ کی "ہیرو" پروڈکٹ، جس فلیگ شپ کے لئے آپ کا برانڈ جانا جاتا ہے، آپ کی ریلیز کردہ پہلی مصنوعات نہیں ہو سکتی ہے، یا یہاں تک کہ دوسری بھی۔ میں نے ایسی مثالیں دیکھی ہیں جن میں پہلی پروڈکٹ نے اچھا کام کیا، دوسری نے اچھا کیا، لیکن تیسری نے ابھی اڑان بھری۔ یہ جاننا ناممکن ہے کہ کون سی مصنوعات سب سے زیادہ گونجے گی۔

ہمیشہ اپنے مرکزی مقصد کو ذہن میں رکھیں: ایک سال میں ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنانا. ایسا کرنے کے لئے، آپ کو تین سے پانچ مصنوعات کی ضرورت ہوتی ہے، ہر ایک $30 کی قیمت پر ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کرتا ہے۔ بس یہی ہے. لانچ کے بعد آپ کا واحد مقصد ایک دن میں پچیس فروخت حاصل کرنا ہے، جو اگلی مصنوعات کو ان لاک کرتا ہے، جو پھر اگلی کو ان لاک کرتا ہے۔ اس رفتار پر توجہ مرکوز کرتے رہیں، اور برف کا گولہ پہاڑی سے نیچے تک گھومے گا۔

کاروباری شخصیت کی توجہ: پال ملر

پال ملر نے اپنا کاروبار، کوزی فونز، بالکل صفر سے شروع کیا۔ پچھلی کاروباری ناکامی نے انہیں مکمل طور پر توڑ دیا تھا، اور وہ ایک بڑی جسمانی چوٹ سے صحت یاب ہو رہے تھے۔ مایوسی کے ایک لمحے میں، پال نے ایک اور کاروباری کوشش پر اپنی ٹوپی پھینک دی۔

چار سالوں میں، کوزی فونز نے فروخت میں $6 ملین کی کمائی کی۔

پال نے حال ہی میں مجھے بتایا، "سچ کہوں تو، آپ کی ویڈیوز نے میری زندگی بدل دی۔ "میں اس بلیو پرنٹ کے بغیر کبھی بھی شروعات نہیں کر سکتا تھا، اور میں کبھی بھی اس مقام تک نہیں پہنچ سکتا تھا جہاں میں اب ہوں۔"

sambaraweb.com

برسوں پہلے، پال نے سلیپنگ ہیڈ فون استعمال کیا تھا- ایک نرم ہیڈ بینڈ، جس کے اندر ہیڈ فون اسپیکر تھے۔ جب وہ سو نہیں سکتے تھے تو وہ پوڈکاسٹ سننے کے لئے ان کا استعمال کرتے تھے (ان پوڈکاسٹ میں سے ایک میرا تھا)۔ لیکن ہیڈ فون اچھی طرح سے نہیں بنائے گئے تھے اور اکثر ٹوٹ جاتے تھے۔

جب وہ ایک دن نئے لوگوں کی تلاش میں تھا، تو اس کے ذہن میں ایک خیال آیا: *میں خود ان کو بہتر بنا سکتا ہوں*. انہوں نے عام سلیپنگ ہیڈ فون تلاش کیے اور ان کی ایک چھوٹی کھیپ کا آرڈر دیا۔ پھر انہوں نے مصنوعات کو تبدیل کرنے، آواز کے معیار کو بہتر بنانے، مزید رنگ اور نمونے شامل کرنے اور تعمیر کے معیار کو بہتر بنانے پر کام کرنا شروع کیا۔

اس نے مصنوعات کو ایمیزون پر ڈال دیا، اور اس نے کام شروع کر دیا۔

لیکن یہ کوزی فونز کی اصل پیدائش نہیں تھی - کم از کم جہاں آمدنی کا تعلق ہے۔ اس کی مصنوعات کے لئے سب سے بڑی ترغیب اس وقت آئی جب پال ایک پروڈکٹ فوٹو شوٹ کر رہا تھا۔ فوٹو گرافر نے اپنی بات رکھی

sambaraweb.com

اس کے دس سال کے چھوٹے بچے پر ہیڈ فون لگائے ہوئے ہیں۔ پال نے کہا، "یہ میرے انکشاف کا لمحہ تھا۔ "میں نے سوچا، واہ، یہ بچوں کے لئے اچھا ہو سکتا ہے - وہ آرام دہ ہیں، بچے ان کے ساتھ لیٹ سکتے ہیں، وہ جگہ پر رہ سکتے ہیں، اور وہ سفر کے لئے بہت اچھے ہیں. لیکن میں جانتا تھا کہ بچے صرف عام رنگوں سے زیادہ چاہتے ہیں. میں نے سوچا کہ میرے بچے کیا چاہیں گے، اور پہیے واقعی گھومنے لگے۔

ان کی بیٹی نے ان کا پہلا ڈیزائن بنانے میں ان کی مدد کی - کوزی فونز کا سبز مینڈک ورژن۔ اس نے ایمیزون پر رکھی گئی اصل مصنوعات سے بھی زیادہ تیزی سے اڑان بھری۔

ان کا کہنا تھا کہ 'چھوٹے بچوں کو ایئر بڈز یا بڑے اور بھاری ہیڈ فون پسند نہیں ہیں۔ "آرام دہ ہونے کے علاوہ، کوزی فونز حجم محدود ہیں، لہذا یہ ان کے کانوں کے لئے محفوظ ہے۔ بچے بھی ان سے محبت کرتے تھے اور والدین بھی ان سے محبت کرتے تھے۔

اس مخصوص بازار کو دریافت کرنے سے تمام فرق پڑا، اور پال نے اس کے ساتھ دوڑتے ہوئے جانوروں کے موضوعات کا ایک مجموعہ تیار کیا-یونیکارن، بنی، لومڑی اور بلیاں۔

اس کے بعد، کہیں سے بھی، پال کی مصنوعات نے ایسے سامعین کے ساتھ اڑان بھری جس کی انہوں نے کبھی توقع نہیں کی تھی۔

آٹزم اور سینسری پروسیسنگ ڈس آرڈر (ایس پی ڈی) میں مبتلا بچوں کے ساتھ کوزی فونز ایک ہٹ تھے۔ اس وقت، پال کو ایس پی ڈی کے بارے میں بھی معلوم نہیں تھا۔ جب انہیں فائدہ کا احساس ہوا تو انہوں نے آٹزم اور ایس پی ڈی کے لیے فیس بک گروپس میں شامل ہونا شروع کر دیا اور مفت نمونے پیش کرنے لگے۔ انہوں نے خاندانوں سے کہا کہ وہ اپنی مصنوعات کو اپنے بچوں کے ساتھ استعمال کریں اور انہیں رائے دیں۔

sambaraweb.com

پال نے کہا، "ان بچوں کے والدین کی طرف سے شکریہ ناقابل یقین محسوس ہوا۔ "مجھے لگا

جیسے میں صرف سامان فروخت نہیں کر رہا ہوں. میں خاندانوں کی مدد کر رہا تھا."

کوزی فونز اب بھی بہت سارے بالغ نیند کے ہیڈ فون فروخت کرتے ہیں اور بلوٹوتھ اور مختلف اسٹائل اور رنگوں کے ساتھ اس زمرے میں توسیع جاری رکھے ہوئے ہیں۔ لیکن بچوں کے سامعین میں توسیع نے تمام فرق پیدا کیا۔

اگلا بڑا قدم لائسنسنگ کی طرف بڑھنا تھا۔ پال اب نکلوڈین کے ساتھ کام کرتا ہے۔ کوزی فونز پاو پٹرول، ٹین ایج میوٹنٹ نینجا ٹرٹلز اور دیگر فرنچائزز کے لیے خصوصی کیریکٹر ہیڈ بینڈ ہیڈ فون زبناتا ہے۔

سب سے بڑی رکاوٹ؟ "کاپی کیٹس،" انہوں نے کہا۔ "پہلے دن سے، وہ وہاں تھے. راتوں رات سو لوگ میری مصنوعات فروخت کر رہے تھے۔

نتیجتا، اس کے پاس کوزی فونز پر پیٹنٹ زیر التوا ہے۔ جب وہ اپنا پیٹنٹ جاری کرتا ہے تو، وہ حریفوں سے نمٹنے کا ارادہ رکھتا ہے۔ ابھی، وہ

sambaraweb.com

is constantly innovating—always trying to make it a little bit better than .the other person's

He believes it's critical to get out of your tunnel vision of how a product could be effective. "I had no idea where my product was going to hit, and I was really surprised by the ways people used their CozyPhones. I never would have imagined the audiences I'd reach," .Paul said

He advises trying to think outside of the box in terms of audience for the product. Can you modify the product and make it work for different groups? For example, he's recently created a sweat-wicking .CozyPhones headband for runners

Paul scaled up quickly, and he plans to keep scaling with the licensing relationships he's building. "I thought in the beginning being a million-dollar business would be amazing," he said. "I believed it was possible, but I never dreamed that within three years I'd do over four ".and a half million, while still working from home

sambaraweb.com

10

مرحلہ آٹھ: ہر ماہ اور اس سے آگے $100 ہزار تک پہنچنا

Bبارہ ماہ میں ملین ڈالر کا کاروبار مکمل کرنا ایک بڑی کامیابی ہے۔ یہ گزرنے کی رسم کی طرح ہے۔ مجھے فخر ہے کہ میں نے اس مقصد کو حاصل کرنے میں سینکڑوں کاروباری افراد کی مدد کی ہے۔ لیکن میرے دو دوست، جوش بیزونی اور جوئل ماریون، اس کامیابی کو ایک تبدیلی کی طرح ظاہر کرتے ہیں۔

جب انہوں نے بائیوٹرسٹ شروع کیا تو، انہوں نے ایک صحت اور فٹنس کمپنی بنانے کا فیصلہ کیا جو ان تعلقات کا فائدہ اٹھائے گی جو انہوں نے سالوں میں بنائے تھے، جس سے وہ اپنے گاہکوں کی اس طرح خدمت کر سکتے ہیں جس طرح کوئی اور نہیں تھا۔

sambaraweb.com

تاہم، انہوں نے اپنے پہلے سال میں فروخت میں ایک ملین ڈالر نہیں کیے۔

انہوں نے اپنے پہلے بارہ مہینوں میں $100 ملین سے زیادہ کمایا.

ان کی چھوٹی ٹیم نے ایمیزون، ریٹیل اسٹورز، یا مارکیٹنگ کے کسی بھی "روایتی" طریقوں کا استعمال نہیں کیا. انہوں نے تمام آرڈر اپنی ویب سائٹ پر لیے، اور ان کے زیادہ تر گاہک پرانے زمانے کی ای میل مارکیٹنگ سے آئے تھے.

میں نے جوئیل کو کیپیٹلزم کانفرنس کے اسٹیج پر مدعو کیا اور اس سے واضح سوال پوچھا: "آپ نے ایسا کیسے کیا؟"

جوئیل کا جواب سادہ اور بے معنی تھا۔ یہ ہر اس مشورے کے سامنے بھی اڑ گیا جس پر زیادہ تر کاروباری مالکان عمل کرتے ہیں۔

sambaraweb.com

صرف بارہ ماہ میں 100 ملین ڈالر تک پہنچنے کا ان کا راز: پیسے کھونے کے لئے تیار ہونا. جوئل نے کہا کہ اگر مجھے معلوم ہو کہ میں نوے دن کے بعد کسی گاہک سے تیس ڈالر کمانے جا رہا ہوں تو میں ان کے حصول اور ان کی پرورش کے لیے پچیس ڈالر خرچ کرنے کو تیار ہوں۔

انہوں نے مجھے بتایا کہ زیادہ تر لوگ اگر تیس دن کے اندر پیسہ نہیں کماتے ہیں تو ہار مان لیں گے، لیکن وہ مختصر مدت کے بجائے ایک پیروکار اور گاہک کے ساتھ طویل مدتی تعلقات کو دیکھتے ہیں۔ اگر آپ جانتے ہیں کہ آپ اعداد و شمار کو وہاں تک پہنچا سکتے ہیں جہاں طویل مدت میں ان کی ضرورت ہے، تو مختصر مدت میں ہارنا ٹھیک ہے.

زیادہ تر کاروباری افراد جنہیں میں جانتا ہوں انہیں مختصر مدت میں پیسہ کھونے کا شدید خوف ہے۔ اگر وہ فوری طور پر $2 کمانے کے لئے $1 خرچ نہیں کر سکتے ہیں تو، وہ نقصان، دیوالیہ پن، اور کچھ موت سے ڈرتے ہیں (تھوڑا سا ڈرامائی ہونے کا خطرہ ہے)۔ لیکن اگر آپ جانتے ہیں کہ ایک گاہک طویل عرصے تک آپ کے ساتھ رہنے والا ہے، تو مختصر مدت میں "ہارنا" سمجھ میں آتا ہے. اس طرح مائیکل ڈوبن نے ڈالر شیو کلب کے لئے بہت سارے گاہک حاصل کیے، اور اس طرح جوئل اور جوش نے بائیو ٹرسٹ بنایا۔

اگر آپ کچھ بنانا چاہتے ہیں تو، آپ کو فعال طور پر گاہکوں کو حاصل کرنے کے لئے تیار ہونا چاہئے.

جوئل نے کہا کہ "اگر میں اپنے مقابلے کے مقابلے میں گاہک حاصل کرنے کے لئے زیادہ رقم خرچ کر سکتا ہوں، تو میں ہر بار جیتنے جا رہا ہوں."

مارکیٹنگ، ہر چیز کی طرح، ایک پر عزم تعلقات کی تعمیر ہے۔ لیکن زیادہ تر لوگ اسے ایک رات کے اسٹینڈ کی طرح دیکھتے ہیں۔

جب میں واقعی کاروباری سرکٹ میں داخل ہونے کی کوشش کر رہا تھا، تو میں انٹرنیٹ مارکیٹرز کے ایک گروپ کے لئے ایک تقریب میں گیا تھا. وہاں موجود ایک شخص، جو اس وقت اس جگہ کا سب سے

sambaraweb.com

نمایاں انفارمیشن مارکیٹر تھا، اپنے مسوڑھوں کو پھاڑ رہا تھا کہ وہ کتنا اچھا کام کر رہا ہے۔ دوسرے لوگ سننے کے لیے ادھر ادھر جمع ہو گئے، شاید وہ صرف اس کی لامحدود حکمت کو سمجھنے کے لیے جمع ہو رہے تھے۔ میں بھی وہاں موجود تھا، لیکن میں نے گروپ کے سامنے کا راستہ روک لیا تاکہ میں اس کی پوری حکمت عملی کو یکجا کر سکوں۔

"دیکھو،" اس نے کہا۔ "جس طرح سے یہ کام کرتا ہے وہ یہ ہے کہ ہم میں سے آٹھ کے پاس ای میل فہرستیں ہیں، اور ہم باری باری کہتے ہیں کہ کون اوپر ہے۔ جب آپ اٹھیں گے، تو میں آپ کے لئے تشہیر کروں گا. ہم آپ کو درجہ بندی میں سب سے اوپر لے جاتے ہیں، اور پھر ہم اگلے شخص کی طرف بڑھتے ہیں۔

میں نے سر ہلایا۔ "تو یہ بنیادی طور پر ایک بڑا دائرہ جھٹکا ہے؟"

دوسرے لوگ ہنس پڑے اور اس نے اپنے مشروب پر مجھے دیکھا۔ "جی ہاں، بنیادی طور پر۔"

sambaraweb.com

مجھے اس وقت پورا یقین تھا کہ یہ وہ کاروبار نہیں تھا جس میں میں ہونا چاہتا تھا، لیکن اس نے مجھے ایک قابل قدر سبق سکھایا: اگر آپ کے پاس سامعین کو کنٹرول کرنے والے لوگوں تک رسائی ہے تو، آپ کسی بھی مصنوعات کو جیت سکتے ہیں۔

سمارٹ انٹرپرینیورز گاہکوں کے حصول اور ان کے ساتھ طویل مدتی تعلقات کی تعمیر میں اپنا پیسہ لگاتے ہیں۔ اگر کوئی گاہک خوش رہتا ہے تو، وہ آپ کو طویل عرصے تک رقم کی ادائیگی جاری رکھیں گے۔

اس طرح کی سوچ کا کوئی مطلب نہیں ہے اگر آپ صرف یوگا میٹس، یا کسی بھی قسم کی ایک مصنوعات فروخت کرتے ہیں۔ اگر آپ 30 ڈالر کی یوگا چٹائی فروخت کرنے کے لئے $30 خرچ کرتے ہیں تو، آپ زیادہ پیسہ کمانے نہیں جا رہے ہیں۔ لیکن اگر آپ کے پاس یوگا بلاکس، تولیے، چٹائیاں، چائے، کپڑے اور مراقبہ کی گدیاں ہیں، تو آپ خوشی سے $30 کے گاہک کو حاصل کرنے کے لئے $30 خرچ کریں گے - کیونکہ وہ آخر کار واپس آتے ہیں اور مزید خریدتے ہیں. جب آپ کے پاس اپنے اسلحہ خانے میں متعدد مصنوعات ہوتی ہیں تو، اس طرح سوچنا شروع کرنے کا وقت آگیا ہے۔

ایسا کرنے سے آپ کو باقی پیک سے تیزی سے الگ کر دیا جاتا ہے۔ جب آپ اپنی نمائش بنا سکتے ہیں تو، آپ ایک کے بعد ایک پروڈکٹ لانچ کر سکتے ہیں، جس سے آپ کو کچھ ہی وقت میں "سات اعداد و شمار کی حیثیت" پر رکھا جا سکتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ اس مرحلے کو گولڈ کہا جاتا ہے۔

ہر کسی کو کسی نہ کسی کی ضرورت ہوتی ہے

ایک ملین ڈالر کا کاروبار بنانے کے لئے، آپ کو تین چیزوں کی ضرورت ہے:

sambaraweb.com

1. فروخت کرنے کے لئے ایک جگہ، چاہے وہ ایمیزون ہو، آپ کا اپنا اسٹور، کک اسٹارٹر، یا تینوں کا مجموعہ ہو.
2. ایک چھوٹا سا پیروکار کے ساتھ ایک اسٹیکڈ ڈیک جس پر آپ مصنوعات لانچ کر سکتے ہیں
3. اپنی مصنوعات کو نئے سامعین کے سامنے ظاہر کرنے کا ایک طریقہ

جب میں نے شروع کیا تو، ای میل مارکیٹنگ کسی برانڈ پر نظر رکھنے کا میرا بنیادی طریقہ تھا۔ یہ اب بھی کام کرتا ہے. آج، تاہم، آپ کے پاس مزید اختیارات ہیں۔ ممکنہ خریدار جیبوں میں گھومتے ہیں، لہذا انہیں اشتہارات کے ساتھ نشانہ بنانا آسان ہے۔ وہ مخصوص اثر و رسوخ رکھنے والوں کی پیروی بھی کرتے ہیں۔ اشتہارات کا مقصد یہ ہے کہ آپ اپنے چارے کو مچھلیوں کے بھوکے تالاب میں چھوڑ دیں، جس سے انہیں حملہ کرنے کا موقع ملے۔

آپ اسے ادائیگی شدہ اشتہارات کے ذریعہ انجام دے سکتے ہیں، یا آپ تعلقات کی تعمیر کے ذریعہ اسے انجام دے سکتے ہیں۔ آپ یا تو اپنے سامنے دکھانے کے لئے ادائیگی کر سکتے ہیں

sambaraweb.com

ممکنہ خریدار، یا آپ ان لوگوں کے ساتھ نیٹ ورک کر سکتے ہیں جو تقسیم کو کنٹرول کرتے ہیں. دونوں حکمت عملی کام کرتے ہیں، اور دونوں کو کام کی ضرورت ہوتی ہے.

کچھ لوگوں کے لئے، بااثر افراد کے ساتھ براہ راست رابطہ قائم کرنا- چھوٹی مشہور شخصیات جن کے پاس ہزاروں (یا بعض اوقات لاکھوں) لوگ ان کی پیروی کرتے ہیں - ایک مقدس گریل ہے۔ اگر میں ان بڑی مشہور شخصیات میں سے کسی ایک کو اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کرنے کے لئے حاصل کر سکتا ہوں، تو وہ سوچتے ہیں، تو لاکھوں لوگوں کو اس کے بارے میں معلوم ہو گا، اور میں امیر ہو جاؤں گا!

ایسا ہوتا ہے، لیکن ایسا نہیں ہے جیسا کہ لوگ سوچتے ہیں.

جی ہاں، اونت کے پاس جو روگن تھا، اور ایماندار کمپنی کے پاس جیسیکا البا تھا، لیکن ان معاملات میں، اثر و رسوخ رکھنے والا کاروبار میں مالک ہے، ترجمان نہیں. اس طرح کے تعلقات کی تعمیر میں سالوں لگ سکتے ہیں. یہ سات اعداد و شمار کے کاروبار کو مؤثر طریقے سے بنانے کا کوئی طریقہ نہیں ہے.

دوسری طرف، کچھ کاروبار ہیں جو مصنوعات کے بارے میں بات کرنے کے لئے سوشل میڈیا مشہور شخصیات کو خوشی سے ادائیگی کریں گے۔ لیکن اس تبادلے میں بہت کم اعتماد کا اظہار کیا جاتا ہے، اور اس کا شاید ہی کبھی متوقع اثر پڑتا ہے۔ میری رائے میں، آپ کی مصنوعات کے بارے میں بات کرنے کے لئے ایک انفلوئنسر کو ادائیگی کرنا پیسہ کھونے اور اس عمل میں مایوس ہونے کا ایک تیز طریقہ ہے۔

تاہم، اشتہارات دینے اور تعلقات بنانے کے طریقے موجود ہیں جو آپ کی فروخت کو تیزی سے بہتر بنا سکتے ہیں جب وہ صحیح طریقے سے کیے جاتے ہیں۔ یہ باب آپ کو دکھائے گا کہ ٹوٹے بغیر اپنے برانڈ کے لئے بہت ساری نمائش کیسے حاصل کی جائے۔ آپ دریافت کریں گے کہ تقسیم کیسے تلاش کریں، اشتہاری پلیٹ فارم کا انتخاب کیسے کریں، اور اثر و رسوخ رکھنے والوں کے ساتھ نیٹ ورک کیسے

sambaraweb.com

کریں۔

اپنے مقاصد کے مقاصد کے لئے، آپ کو ایک پیچیدہ مارکیٹنگ حکمت عملی تیار کرنے یا اشتہارات پر ایک ٹن پیسہ خرچ کرنے کی ضرورت نہیں ہو گی؛ ہمارا واحد مقصد بارہ مہینوں میں فروخت میں $ 1 ملین کو عبور کرنا ہے، اور ہم اس کو حاصل کرنے میں بہت براہ راست ہو سکتے ہیں. 1 ملین ڈالر تک پہنچنے کی تیز رفتار راہ براہ راست اثر و رسوخ رکھنے والے لوگوں تک جا رہی ہے اور اپنے سامعین کے ساتھ اعتماد کا فائدہ اٹھا رہی ہے تاکہ وہ اپنی پیروی پیدا کر سکیں۔

ایک جگہ سے شروع کریں جب آپ کے سامعین پہلے ہی لٹک چکے ہیں

ہدف بنانے کے لئے بہترین سامعین وہ لوگ ہیں جو آپ کی مصنوعات خریدنے والے لوگوں کی طرح خریداری کے طرز عمل کے حامل ہیں۔

sambaraweb.com

میرے پاس پوڈکاسٹ ہے، لہذا میں پوڈکاسٹ سبسکرائبرز کی جگہ جا کر اپنی نمائش کو زیادہ سے زیادہ کرتا ہوں: دوسرے پوڈکاسٹ۔ اپنے سامعین کی تعمیر کے لئے، مجھے پوڈکاسٹ پول میں نیٹ ورک کرنے کی ضرورت تھی. ایک غلطی جو بہت سے لوگ کرتے ہیں وہ لوگوں کو ایک پلیٹ فارم سے دوسرے پلیٹ فارم پر لانے کی کوشش ہے۔ آپ کو لوگوں کو دوسری جگہوں پر جانے کے لئے قائل کرنے کی کوشش میں اپنا وقت ضائع کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ آپ صرف وہیں جائیں جہاں وہ ہیں.

اس موقع پر، زیادہ تر کاروباری افراد پوچھتے ہیں، "فروخت کو بڑھانے کے لئے اشتہار دینے کے لئے بہترین پلیٹ فارم کیا ہے؟"

غلط سوال. صحیح سوال یہ ہے، "کون پہلے سے ہی ایسی مصنوعات خرید رہا ہے جو میں لانچ کرنے جا رہا ہوں، اور وہ اس وقت کہاں گھوم رہے ہیں؟"

اگر آپ اس پلیٹ فارم میں داخل ہوتے ہیں تو، آپ کے پاس وہ تمام خریدار ہوں گے جو آپ اگلے سال کے لئے سنبھال سکتے ہیں۔ کبھی کبھی یہ پوچھنا آسان ہوتا ہے، "میرا ہدف شخص کس کی پیروی کرتا ہے؟" پھر آپ صرف اس شخص کو دیکھ سکتے ہیں اور دیکھ سکتے ہیں کہ وہ مواد کہاں تخلیق کرتے ہیں۔ اس اینکر انفلوئنسر اور اس کے اثر و رسوخ کے ہال کو تلاش کریں. پھر اس شخص کے لئے اسی طرح کے اثر و رسوخ اور پلیٹ فارم تلاش کریں.

فروخت کے اثرات کے لحاظ سے سب سے زیادہ متاثر کن پلیٹ فارم پوڈکاسٹ، بلاگز / ای میل فہرستیں، یوٹیوب ویڈیوز اور سوشل میڈیا ہیں۔ اس سب کی کلید توثیق شدہ ٹریفک حاصل کرنا ہے۔ دوسرے الفاظ میں، جب کوئی آپ کی مصنوعات کی توثیق کرتا ہے تو، فروخت میں اضافہ ہوتا ہے۔ پوڈکاسٹ، بلاگز، اور یوٹیوب چینلز کے رہنماؤں کے ساتھ نیٹ ورکنگ سے وہ تمام ابتدائی اپنانے والے مل سکتے ہیں جن کی آپ کو کبھی ضرورت ہوگی۔

sambaraweb.com

مثال کے طور پر، غور کریں جسے عام طور پر "دانشورانہ ڈارک ویب" کہا جاتا ہے۔ پوڈکاسٹرز اور

یوٹیوب میزبانوں کے اس چھوٹے سے گروپ میں مصنف سیم ہیرس، پوڈکاسٹر جو روگن، یوٹیوب میزبان ڈیو روبن، اور ایڈیٹر بین شپیرو شامل ہیں۔ جب مصنف جورڈن پیٹرسن نے *2018* میں اپنی کتاب *12 رولز فار لائف* جاری کی تو اس نے جلد ہی اس میڈیا سرکل کے ممبروں میں توجہ حاصل کی، اور انہوں نے اسے پوڈکاسٹ اور انٹرویوز میں پیش کرنے کی کوشش کی۔ ایک سال بعد اس کتاب کی تین ملین سے زیادہ کاپیاں فروخت ہو چکی تھیں۔

اسی طرح جب سلیکون ویلی کے کاروباری شخصیت اینڈریو یانگ نے 2020 کے امریکی صدارتی انتخابات میں حصہ لینے کا فیصلہ کیا تو بہت کم رائے دہندگان نے ان کے بارے میں سنا تھا۔ تاہم، ان کے نقطہ نظر نے سیم ہیرس کی توجہ حاصل کی، جنہوں نے انہیں اپنے پوڈکاسٹ میں پیش کیا۔ اس نے اسے جو روگن کے ریڈار پر ڈال دیا، جس نے اس کی میزبانی بھی کی۔ اس سے نمائش کے مواقع کا ایک سلسلہ پیدا ہوا۔ چند ماہ بعد، یانگ کچھ اہم امیدواروں سے آگے تھے، اور انہوں نے جولائی 2019 میں ڈیموکریٹک مباحثے کے مرحلے کے لئے کوالیفائی کیا.

یہ سب آپ کے لئے کیا معنی رکھتا ہے؟

اس کا مطلب یہ ہے کہ اگر آپ "اچھے لڑکوں" کے کلب میں داخل ہو سکتے ہیں جو آپ کے مقام میں میڈیا کو کنٹرول کرتا ہے تو، آپ کا برانڈ تیزی سے خوفناک آغاز کر سکتا ہے۔ اس کے لئے "ہیک"

sambaraweb.com

اس کا مقصد ان بااثر افراد تک پہنچنا ہے جن کے تقریبا10،000 پیروکار ہیں - 1 ملین نہیں، 10 ملین نہیں، بلکہ صرف 10،000 اور اس سے زیادہ.

اس کا مطلب یہ ہے کہ آپ درمیانے درجے کے پوڈکاسٹ، انڈر دی ریڈار بلاگز، اور معمولی سائز کے یوٹیوب چینلز تک پہنچیں گے۔ وہ فروخت کو متاثر کرنے کے لئے کافی بڑے ہیں، لیکن اتنے چھوٹے ہیں کہ آپ کو "ہاں" کہہ سکتے ہیں۔ وقت کے ساتھ، آپ اپنے مقام کے سرکٹ میں اپنے راستے پر کام کریں گے، اور ان کے سامعین آپ کے سامعین بن سکتے ہیں۔

تو آپ انہیں کیسے تلاش کرتے ہیں؟

انسٹاگرام پر ہیش ٹیگ تلاش کر کے شروع کریں۔ پھر اپنے مخصوص پوڈکاسٹ کو سبسکرائب کریں اور نوٹ کریں کہ کون باقاعدگی سے مہمان کے طور پر بک ہو رہا ہے۔ متعلقہ یوٹیوب چینلز کو سبسکرائب کریں اور اپنی جگہ میں ہونے والی "واٹر کولر" گفتگو پر نبض رکھیں۔

میں یہ بھی سفارش کرتا ہوں کہ آپ SimilarWeb.com کا استعمال بلاگز اور ویب سائٹوں کو تلاش کرنے کے لئے کریں جو مؤثر ہیں. آپ کسی بڑے انفلوئنسر کی ویب سائٹ کے لئے یو آر ایل درج کر سکتے ہیں، اور یہ اسی طرح کی ڈیمو گرافک والی دیگر ویب سائٹوں کو چھوڑ دے گا۔ تقریبا10،000 سے 50،000 پیروکاروں والے دس افراد کی فہرست بنائیں جن کے ساتھ آپ اپنی مصنوعات کے بارے میں بات کر سکتے ہیں۔ وہ کون ہیں، اور ایک بار جب آپ اس رشتے کی تعمیر کر لیتے ہیں تو آپ اس سے کیسے فائدہ اٹھا سکتے ہیں؟

یاد رکھیں: آپ کو خلا میں موجود ہر انفلوئنسر کو آپ کے بارے میں بات کرنے کی ضرورت نہیں ہے. آپ کو صرف مٹھی بھر لوگوں کی ضرورت ہے جو آپ کے بارے میں بات کرتے ہیں. اس خاص معاملے میں، مٹھی بھر سب کچھ تبدیل کر سکتے ہیں.

sambaraweb.com

"کھڑے رہو،" میں آپ کو یہ کہتے ہوئے سن سکتا ہوں۔ "میں پوڈکاسٹ کے ایک گروپ پر ظاہر

نہیں ہونا چاہتا، اور میں یقینی طور پر کسی کے یوٹیوب چینل پر نہیں رہنا چاہتا."

یہ بالکل ٹھیک ہے. سات اعداد و شمار کا کاروبار بنانے کے لئے آپ کو کبھی بھی یوٹیوب چینل پر آنے یا اپنی زندگی میں ایک انٹرویو کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ لیکن آپ کو ان لوگوں کو جاننے کی ضرورت ہے جو *ایسا کرتے ہیں*. اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ آپ کے کاروباری عزائم کیا ہیں، آپ کو ان لوگوں کو جاننے کی ضرورت ہے جو آپ کے مقام پر میڈیا کو کنٹرول کرتے ہیں۔

آپ ان کے کھاتوں میں ڈپازٹ کر کے ان کے ساتھ تعلقات کھولتے ہیں۔

تعلقات جمع کریں

ایک بار جب آپ جانتے ہیں کہ آپ کے سامعین کہاں گھومتے ہیں، اور آپ نے کچھ اہم درمیانی سطح کے اثر و رسوخ رکھنے والوں کی نشاندہی کی ہے تو، اگلا قدم ان لوگوں کے ساتھ رابطے قائم کرنا ہے۔ میں اس قدم کو "اپنے تعلقات کے اکاؤنٹس میں ڈپازٹ کرنا" کہتا ہوں۔

sambaraweb.com

بہت سے لوگ بینک کھاتوں سے رقم نکالنے کی کوشش کرتے ہیں جن میں انہوں نے کبھی رقم جمع نہیں کرائی ہے۔ ایک حقیقی بینک اکاؤنٹ کی طرح، تعلقات اس طرح کام نہیں کرتے ہیں۔ خالی بینک اکاؤنٹ سے نکلوانا آپ کو قرض میں ڈال دیتا ہے۔ رشتوں کے ساتھ بھی ایسا ہی ہوتا ہے۔ اگر آپ کے حق میں مثبت توازن نہیں ہے تو، تعلقات میں دو اکاؤنٹس کے مابین کرنسی کا مساوی بہاؤ ہونا چاہئے۔

لیکن آپ وہاں کیسے پہنچیں گے؟ ٹھیک ہے، آپ کو ڈپازٹ کرنا شروع کرنا ہو گا. آپ دینے سے وہاں پہنچ جاتے ہیں.

ہر روز، مجھے انسٹاگرام پیغامات ملتے ہیں جو پوچھتے ہیں، "کیا آپ میری رہنمائی کریں گے؟ کیا آپ میرے لئے یہ کریں گے؟ کیا آپ مجھے امیر بننے کا طریقہ سکھا سکتے ہیں؟"

یہ لوگ مجھے اتنا پریشان کرتے تھے کہ میں طنزیہ انداز میں جواب دیتا تھا، "یار، مجھے یہ بھی نہیں معلوم کہ تم کون ہو، لہذا ہاں، ظاہر ہے کہ میں سب کچھ چھوڑ دوں گا اور آپ کی رہنمائی کروں گا۔ آج، میں صرف انہیں بلاک کرتا ہوں.

میں نے یہ پہلے بھی کہا ہے، آپ ہمیشہ پوچھنے کے بجائے دینے کے لئے جانا چاہتے ہیں. اگر آپ پوچھنے کے لئے جاتے ہیں، تو آپ ایک پوچھنے والے سوراخ ہیں. سوال کرنے والا نہ بنیں۔

تعلقات کی تعمیر میں وقت لگتا ہے، لہذا جتنی جلدی آپ دوسرے لوگوں کے اکاؤنٹس میں ڈپازٹ کرنا شروع کریں گے، اتنی ہی جلدی آپ کے پاس ایک مثبت توازن ہو گا جس سے "رقم نکلوانے" کی ضرورت ہو گی۔ اگر آپ کے پاس ابھی تک مثبت جائزے کے ساتھ کوئی مصنوعات نہیں ہے تو، آپ کا کام توقع کے بغیر دینا ہے۔ لوگ واقعی آپ کے برانڈ پر ایک نظر ڈالیں گے، اور، اگر آپ ٹریک ریکارڈ کے ساتھ مصنوعات نہیں دکھا سکتے ہیں تو، وہ آپ کو سنجیدگی سے لینے کا امکان نہیں رکھتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ نہیں ہے کہ آپ ڈپازٹ کرنا شروع نہیں کر سکتے ہیں، اس کا مطلب صرف یہ ہے کہ وہ آپ کے بارے میں اس وقت تک بات نہیں کریں گے جب تک کہ آپ اپنی رفتار پیدا نہیں کرتے ہیں۔

sambaraweb.com

اس کے بعد ہی وہ رضاکارانہ طور پر اسے اپنے پیروکاروں کے ساتھ بانٹیں گے۔

آپ انہیں "ہاں" کہنے کا ایک واضح، آسان طریقہ دے کر شروع کرتے ہیں۔ ہاں جتنی چھوٹی ہوتی ہے، اتنا ہی آسان ہوتا ہے، اور آپ وہاں تعلقات کا آغاز کرتے ہیں.

سب سے چھوٹا ہاں حاصل کریں ممکنہ طور پر

آپ کسی ایسے شخص کی توجہ کیسے حاصل کرتے ہیں جس سے آپ کبھی نہیں ملے ہیں، جس کے پاس آپ پر توجہ دینے کی کوئی وجہ نہیں ہے؟ آخر کار، اگر آپ روٹنگ نمبر نہیں جانتے ہیں تو آپ اس رشتے کے بینک اکاؤنٹ میں جمع نہیں کر سکتے ہیں۔ جیسا کہ میرے ایک اچھے دوست، دی گاڈ فادر نے کہا، آپ انہیں ایک ایسی پیشکش کر کے ایسا کرتے ہیں جس سے وہ انکار نہیں کر سکتے ہیں.

آپ ممکنہ طور پر سب سے چھوٹے "ہاں" کا انتخاب کریں.

sambaraweb.com

اگر آپ انہیں کسی بھی چیز کے لئے ہاں کہنے پر مجبور کر سکتے ہیں تو، آپ ایک بات چیت کھولتے ہیں ، جس سے بینک اکاؤنٹ میں ڈپازٹ رکھنے کے مزید مواقع کھلتے ہیں۔

کسی کو ہاں کہنے کا سب سے آسان طریقہ کیا ہے؟ جواب: انہیں پیسے دے دو۔

نئے لوگوں سے ملنے کا سب سے آسان طریقہ ان کے ساتھ کاروبار کرنا ہے. اور لوگوں کے ساتھ کاروبار کرنے کا سب سے آسان طریقہ گاہک بننا ہے۔

در حقیقت، بات چیت شروع کرنے کا یہ میرا پسندیدہ طریقہ ہے: "ارے، میں آپ کو پیسے دینا چاہتا ہوں."

ایسے بہت سے بیانات نہیں ہیں جو اس سے بہتر توجہ حاصل کرتے ہیں۔ میں آگے بڑھتا ہوں: "میں آپ کے پوڈکاسٹ سے محبت کرتا ہوں اور اس پر اشتہار دینا پسند کروں گا. کیا آپ مجھے ریٹ شیٹ بھیجیں گے؟"

اگر وہ شخص اشتہار دیتا ہے تو آپ نے فوری طور پر بات چیت کو کھول دیا ہے۔ بالکل اسی طرح، آپ کا پاؤں دروازے پر انفلوئنسرز کے ساتھ ہے جن سے آپ ملنا چاہتے ہیں۔

میں نے بولنے کی فیس ادا کی ہے، خیراتی اداروں کو عطیہ کیا ہے، بڑی تعداد میں کتابیں خریدنے کی پیش کش کی ہے، اور پوڈکاسٹ اور ایونٹس اسپانسر کیے ہیں، یہ سب اس لئے کہ میں کسی کے ساتھ تعلقات قائم کرنا چاہتا تھا. یہ سب سے اچھا پیسہ ہے جو میں نے کبھی خرچ کیا ہے. اگر آپ اشتہارات کے لئے ادائیگی نہیں کرنا چاہتے ہیں، یا آپ کے پاس ابھی تک ایسا کرنے کے لئے منافع مارجن نہیں ہے تو، دوسرے "دینے" تلاش کریں جو دروازے کھولتے ہیں۔ میں نے ایک بار ٹویٹر پر دیکھا کہ جس سے میں ملنا چاہتا تھا وہ آسٹن، ٹیکساس کا دورہ کر رہا تھا، اور وہ کچھ ٹیکوز کو ترس رہی تھی۔ میں نے پوسٹ میٹس کی خدمات حاصل کرنے کی پیش کش کی تاکہ وہ کہاں تک ٹیکوز پہنچا سکیں۔

sambaraweb.com

وہ رہا تھا. یہ ایک سچی کہانی ہے.

میرے دوست جان روحلن نے ایک مختلف نقطہ نظر اختیار کیا ہے. اس کی کمپنی، گفٹولوجی، ان لوگوں کو حیرت انگیز کسٹم تحائف بھیجتی ہے جن سے وہ اور اس کے گاہک ملنا چاہتے ہیں۔ در حقیقت، اس طرح وہ اور میری ملاقات ہوئی تھی۔ ایک دن، میں نے ڈاک کھولی، اور کلیو لینڈ ہندوستانیوں کے دستخط شدہ بلے اور گیند وہاں موجود تھے. کوئی نوٹ نہیں تھا، کوئی واپسی کا پتہ نہیں تھا- صرف ایک تحفہ تھا. در حقیقت، مجھے بھیجنے والے کا شکار کرنا پڑا! اس کے بعد سے جان میرے گھر گئے ہیں، اور ہم نے ایک ساتھ ہندوستانی کھیلوں میں شرکت کی ہے۔ اس نے بغیر کسی توقع کے دیا، اور اب، جب وہ فون کرتا ہے، تو میں فون کا جواب دیتا ہوں.

سب سے پہلے دیں، اور دیکھیں کہ آپ کا نیٹ ورک کتنی تیزی سے تبدیل ہوتا ہے. اثر ورسوخ رکھنے والے کے مواد کا اشتراک کرنے یا تعارف کرنے کی پیش کش. ان کا مواد آپ کی فہرست میں ای میل کرنے کی پیش کش کریں۔ جس لمحے آپ کچھ مانگنے کے بجائے دیتے ہیں، آپ بھیڑ سے الگ ہو جاتے ہیں۔ زیادہ تر لوگ سوال کرنے والے سوراخ ہیں۔

آپ نے شناخت کیے گئے دس اثر ورسوخ رکھنے والوں کی اس فہرست کو دیکھیں، اور اپنے آپ کو پوزیشن کرنا شروع کریں۔ آپ انہیں کیا پیش کر سکتے ہیں؟ ان کا حوالہ دیں، ان کا حوالہ دیں، ان کے مواد پر تبصرہ کریں، یا ان سے پوچھیں کہ کیا آپ انہیں اپنے سامعین کے سامنے پیش کر سکتے ہیں۔

sambaraweb.com

Find out where they are giving a keynote and how you can buy a VIP spot. What charity are they into that you can sponsor? Get creative, and you can easily make a relationship happen.

Maybe you want to give your product away to their audience. "Hey, I saw that you completed a marathon. I'm sure there are a lot of people who have been following that journey. Can we send twenty-five samples of joint supplements to your audience, on us?" It's another deposit. When they complete that marathon, publicly congratulate them. Make them look good to *your* people.

You don't have to be The Godfather to make an offer that someone can't refuse. An offer is as simple as doing something that is impossible to turn down.

Do I Have to Be Best Friends with a Celeb?

If you build a business around an audience, you most certainly have a competitive advantage. For some, that means building a business around onecore influencer or celebrity.

In fact, my friend Brian Lee only launches companies when he has

sambaraweb.com

an A-list to partner with. His first billion-dollar venture, LegalZoom, was built around the famous attorney Robert Kardashian. That connection allowed him to get unlimited PR, and the company eventually grew to what it is today. His second big success was ShoeDazzle with Kim Kardashian. His third was The Honest Company with Jessica Alba. Now, he has Art of Sport with Kobe Bryant. He builds the team, raises the money, and brings on the celebrity, and he creates billion-dollar companies. He is an amazing entrepreneur.

However, it is the influence that matters, not the celebrity.

For example, an acquaintance of mine paid Jennifer Lopez to act as a spokesperson for a supplement company for which he worked. She's a great choice, but she was just a hired face. She had no buy-in because she wasn't a customer of that company. She didn't use the product; it was just her face all over it. Was she putting it out to her audience? No. The company quickly folded.

Genuine enthusiasm for a product, the truthful and organic endorsement to their followers, is what makes influencers more powerful than spokespeople.

sambaraweb.com

An influencer *actually uses and believes in the product*; a spokesperson justslaps their name on the box.

An audience can smell a celebrity cashing a check from a mile away. For a celeb's involvement to actually influence an audience, they need to be a customer, too—and their endorsement is word-of-mouth advice, not a gig.

Just like all forms of advertising, influencers are not a surefire road to gold. They *are* a surefire way to get exposure, but your product and your brand still need to stand on their own. Even when people manage to find big influencers to enthusiastically talk up their products, if the product isn't right for their audience, the audience won't budge.

For example, a friend of mine was an investor in EXO Protein, which is a protein made out of insects (crickets are the protein of the future!). They sponsored everyone from Tim Ferriss to Dave Asprey to talk about the company. Every time the product was mentioned by a big influencer, sales would spike, but they would inevitably fall again. Unfortunately, the market just wasn't ready for cricket flour, and the company did not last. Even the best marketing in the world won't make people buy a product that they do notwant.

sambaraweb.com

For the purposes of hitting your first million, networking with celebrities is an unnecessary waste of money. Your goal is to get a small but raving group of people to discover your product, love it, and share it with the next tier of influencers. You just need to light the spark.

You don't need millions of people to know about your product—in fact, that would probably break your operations. You only need twenty-five sales a day. Go small, and the million is right around the corner.

My Influencer Said Yes. Now What?

Some influencers are going to politely (or not so politely) say no. Others might not respond at all. But eventually one or more will say yes, and you will have the opportunity to sponsor them, work with them, or send them product to review.

Now what?

I highly recommend using their exposure to create a communication channel of your own. In other words, bring their followers into your world

sambaraweb.com

and treat them well, and they will become buyers over time.

Even in today's chaotic, noisy world, the highest converting communication channel available to you is email marketing. If you could only build one "sales" channel outside of Amazon, I would suggest that you build an email list of customers that you nurture over time.

For example, if I sell keto coffee creamer, and I sponsor a podcast, I would *never* write the ad to say, "You can find Klean Keto Koffee products on Amazon." That would be a huge waste of an opportunity. I want the ad to say, "Klean Keto Koffee has over 1,000 reviews on Amazon, and you can save 10 percent when you go to KleanKetoCoffee.com/10."

That way, I can track how many visitors come to my link, and I get theiremail address before they go over to my store.

I do this when I sponsor an Instagram influencer, too. Rather than pay the influencer to talk about us, and then hope and pray that we get sales, I tell them to send their followers to follow *us* on Instagram to get a discount. Then, we put a discount link in our Instagram bio or in a swipe-up story. Most companies just throw money at influencers and hope that it results in sales, but that's a big mistake. Bring them

sambaraweb.com

into your area of control first.

When you get in front of an influencer, and they're talking your products (whether for free or because you paid them), make a point to make them look good for doing so: interact with the comments on those posts, thank them publicly, or send them a care package of your products. Over time, some of those relationships will remain transactional, where you keep paying somebody to talk about you, but you keep them at arm's length. Some will become real relationships, where you're actively engaged in that person's following and adding value to their life. Some will become superfans of your brand, and they will talk about you incessantly for free.

If that influencer posts about you in any way, *screenshot that shit*. That screenshot can become an ad. It can become content. Or you can put it awayfor a future launch.

Continue to kill your influencer with kindness. I once talked about one of my favorite books, *Clockwork* by Michael Michalowicz, on one of my podcasts, and he immediately sent me a care package with a bunch of his books in it. That's a deposit in my relationship account! In turn, I took a picture of the goodies and posted it to Instagram, which drove sales for his book.

sambaraweb.com

The goal is to consistently have more deposits than withdrawals in your relationship account. Gary Vaynerchuk calls that *leverage*. Showing kindness and asking for nothing in return builds up goodwill, and people almost always want to repay a kindness.

The Snowball Gets Bigger

Most people overlook the power of micro-influencers, but they can create a cascade of effects that will completely change your brand.

Once you've opened relationships with influencers who have 10,000 or so followers, you can leverage those relationships to an influencer with 25,000 followers. Just four relationships with 25,000-level influencers gets you in front of an audience of 100,000 people!

That's when the floodgates open. Send them free product. Pay them if you need to. Start the snowball rolling any way you can. You may progress from people with 50,000 followers to 100,000 followers or even a million followers, but honestly, you don't have to. You can continue to network your way up, but there's more than enough

sambaraweb.com

business to be had right in that range. This is all you need to start to consistently see sales in the hundreds per day; each new product will amplify all your existing products, too.

This is when you start to flirt with having a million-dollar business.

To this day, if I had only one place to advertise, I would spend time networking with other "audiences" (an audience may be a person—a blogger or YouTube personality, for example—but it might also be a group or an organization, too) and paying them to talk about me on their podcasts, YouTube channels, blogs, and social media. It's that effective, and it alone can take your brand past the seven-figure mark and beyond.

After this, there's only one thing left to do: scale the brand, or sell it.

To Most People, You've Made It

Let's do some quick math. What's 100,000 × 12? Yup. 1.2 million.

When you get to this stage, and you're on the step where you level up to $100,000 in sales per month, then you're on the cusp of "making it" in most

sambaraweb.com

people's eyes. You're on the cusp of a million-dollar business.

This is the home stretch. It's a long home stretch, but home plate is in sight.

Throughout this process, you've seen the steps in this process build to this moment—a million-dollar business. You've done the work, and you're about to reap the big win. This next stage is a huge jump up—not just in revenue but also in your mental state as an entrepreneur. When you start flirting with $100,000 a month in sales, lots of things change.

First of all, you're running a million-dollar business. Just take that in fora moment.

From the outside, everyone is going to think that you're hot shit. You're a millionaire. You have a seven-figure business. You have everything figuredout.

But, if you're like most people, you'll still be hustling, figuring it out, andwondering "when things will change."

One thing *is* different, though—and this is the big one—your brand is now big enough to be scaled or sold. You've proven your brand makes money. You've proven it has an audience and buy-in from influencers. You've proven it can grow. Now, you can decide if

sambaraweb.com

you want to scale this into a multimillion-dollar business, or if you want to sell it. A business selling $1 million–plus per year can theoretically be sold for a seven-figure payday. Conservatively invested, that money sets you free for life.

If you're like most people, though, this is just the beginning.

When Sheer Strength hit $100,000 a month in sales, it took us by surprise. We'd been so focused on all our marketing activities and carefully stacking the deck for every product launch that we hadn't actually looked closely at our revenue in a few months. When I did check in on our numbers, I recalled a conversation Matt and I had about four months earlier, when we launched our first product.

"How would you feel about hitting $100k a month?" I'd asked Matt.

He thought I was joking, so he answered sarcastically. "No, Ryan," he'dsaid. "I don't want to make $100,000 per month."

He thought I was kidding because, at the time, it seemed like such an incredibly distant dream that we couldn't imagine what that would be like.

But I insisted: "No, Matt, I'm serious. I want to set the goal of hitting

$100,000 per month in sales, and I want to work toward it."

sambaroweb.com

He kind of shrugged. "Okay," he agreed. "Honestly, I'd be happy makingan extra $2,000 per month."

That is what made us great partners. I was the dreamer, and he was the pragmatist.

In reality, it took us almost exactly twelve months to go from start to

$100,000 in sales a month. Twelve months to a million.

Here was the crazy thing, though: When we got there, we didn't feel any different. I think I'd imagined that I'd wake up as a millionaire and start perceiving the world in a new way—colors would be brighter, food would taste better, people would be nicer, and I'd . . . I don't know . . . *feel rich*.

But I didn't. At that point, it was just a number, the next step in our business. I realized then that it had only been a number in the first place. There was nothing magical about getting to a million; I'd done it, and I knew then that I could do it again, over and over. I had a process that worked.

sambaraweb.com

When do I start paying myself? It's a question I get asked all the time and a valid one. After all, I said right in the introduction of this book that building a million-dollar business isn't a side hustle; it requires your commitment, not just of energy, but of time. So when will you start getting rewarded for yourefforts?

Up until the point when Matt and I reached $100,000 a month, we were rolling every single dollar we made back into the business, reinvesting the profits to grow inventory faster. You'll want to do the same. However, here's one big change that happens at the $100,000 point: You can safely start paying yourself an income.

My students are often confused when I clue them in that they won't be getting paid by their business for an entire year. My response is simple: While the business is growing, the profits aren't your money; they're the business's money.

If you pay yourself too soon, growth stalls. If you're taking money off the table, you won't have money to build your snowball. It's that simple. While you're building out to a million dollars, that cash is worth *so* much more in the business than it is in your pocket, so leave it in the business.

sambaraweb.com

At the $100,000-a-month mark, though, you can start to take some of thatmoney off the table and put it in your pocket.

When we reached that point with Sheer Strength, I wanted Matt to quit his day job and work on the business with me full-time. He was worried about giving up his paycheck.

"How much are you making now?" I asked him.

The answer was $68,000 a year. "Great," I said. "Do you want to doublethat?"

That's how we decided how much to pay ourselves. I wish I could say it was more scientific or well thought out, but it wasn't. We replaced his income so that we could both be full-time in the business. Pay yourself that amount when you decide to go all in.

Revenue Roller Coaster

If you are like most entrepreneurs, then you will encounter this scenario: One month, your business makes $200,000 in revenue. You're elated. Well, but hang on: The following month, it only makes one-third of that. This happens all the time, and if it happens to you,

sambaraweb.com

don't be alarmed.

The question becomes, Are you still a million-dollar business?

Here's the rule of thumb: If you sustain an average of $100,000 or more for three months, you're a million-dollar business. End of debate.

While swings in revenue are common, it's much more common for people who carefully follow the process in this book, step by step, not to experience wild swings. Instead, most people will see sustained, steady growth as a result of their efforts.

If you have your systems set up for stacking the deck and releasing new products, and if you take the time to build the audience through influencer relationships, then the growth of your business will sustain itself. In fact, you get to determine when you have swings because you control the audience. Need a surge in revenue? Do a promotion. Need to boost slow sales? Call on your influencers. Product reviews are going down? Ask your audience.

The biggest swings that happen are actually *great* ones: things like Black Friday (a glorious day). You have Christmas rushes. You have spikes in attention due to well-placed podcast interviews, blogs, and influencer

sambaraweb.com

engagement. And Amazon Prime Day will take on a whole new meaning foryou.

Here's an example of a *good* swing that can happen with your brand. Recently, I was on vacation in San Diego, shepherding my dad through a tour of the West Coast, something I'd always wanted to do. I was in his hotel room one morning waiting for him to finish puttering around in the bathroom, and I flipped on the television. The *Today* show popped up.

The show featured a panel of supplement experts talking about different protein powders, and one of the panelists casually dropped the name of one brand of which they were a *huge* fan. It was a brand that belonged to a goodfriend of mine.

I dug out my phone and shot him an email on the spot: *Dude! I'm watching the* Today *show and they just mentioned you!*

Five minutes later, he responded: *Woah that explains the sales I'm seeing right now! Aw yeah!!*

That kind of spike is completely random, and it might never happen to you. To this day, my friend has no idea how that panelist (or more likely, that panelist's publicist) found his brand. It's not out of the realm of possibility that this could happen to your brand—there

sambaraweb.com

are people whose entire job is to just sit on Google and Amazon and track rankings, note trends, and make recommendations. If you stack your deck well enough, and get enough people talking about your brand, they'll do all the work to get you in the conversation.

Operating this process well is the same as building a niche skill. You'll have to practice on your first two products to get it just right, but once you do, products three, four, and five will be where the brand really takes off— not just in recognition, but in revenue. From there, you have all the tools and knowledge you need to scale infinitely. Using the steps you've learned, you can build a world-class brand over and over. And if you build it right, other companies will come knocking on your door, ready to write you a check.

Entrepreneur Spotlight: Jeremiah Klingman

sambaraweb.com

Jeremiah Klingman more or less stumbled into starting his first company, Tribe Fitness. After all, when you're just eighteen years old, you don't usually have your eyes set on building a company you can sell.

He was selling on Amazon, doing retail arbitrage to generate cash, as any young hustler would. He knew very little about making his own product, and he registered the name "Tribe Fitness" on Amazon on a whim. He experimented by listing his first product, a cell phone armband, which he white-labeled from China. His first order totaled just 400 units.

Before long, he realized how important high-quality reviews were to a brand's success. He learned that the brands who were winning had the best reviews, so he solicited feedback and gave his customers whatever they said they wanted.

Inventory arrived from China in small batches, and each batch was tweaked and further adjusted. The bands were too big for people with small arms, while still being too tight for people with larger arms. There was a lot of trial and error. He would adjust a batch one way, get feedback that the straps were still too small, and then adjust the next batch another way. They kept

sambaraweb.com

finessing the strap system with hundreds of tweaks, until finally it could be looped around one side of the armband if a customer wanted it looser, or around both sides if a customer wanted it tighter. At that point, the armband had stopped looking like every other armband; it had become a unique product in the marketplace.

As a result, Tribe Fitness got to the magic twenty-five-sales-a-day number in three months. However, Jeremiah knew that the top sellers in the armband market were going at a rate of a thousand units and more a day. With that amount of upside, he wondered if he could take this to the million-dollar level. The company went all in on its armbands and waited about six or seven months before launching a second product.

Jeremiah and his partner kept tweaking the armband for about a year, working to get the best possible reviews and doing split testing of various product versions to see which got the most conversions. The more reviews they got, the better the sales. Tribe Fitness managed to

sambaraweb.com

get reviews from 4 percent of its customers, which was about double the review rate of its competitors.

Before long, they were surging to the top of Amazon's search results, and they quickly surpassed a million-dollar run rate. Then, at just nineteen years of age, Jeremiah was passing established businesses with millions of dollars in funding. How? A commitment to product and customer experience. He went small, which helped him to beat the bigguys.

What's most important in a physical products business these days, Jeremiah believes, is building an audience. "This wasn't as important four or five years ago," he told me. "Then you could start a business, get by, and even get to a million in annual revenue before you started focusing on your audience. It's extremely hard to do that now. You need to build an engaged customer base and collect their data consistently."

Jeremiah has learned that to build an audience you need to maintain focus on your core business above all. Concentrate on whatever is pushing the needle and moving the business forward, constantly keepingthe pedal to the metal.

sambaraweb.com

"My other advice is not to lie to yourself," Jeremiah said. "It's

easy to get sloppy, substituting 'probably' for 'definitely.' Do you actually know what the customer wants and where you need to go next? Don't assume anything and really look at the numbers. Use them to understand why your business is where it is. If you have either a spike or a drop in sales, look closely at what's happening. Focus on analytics and learn to understand the numbers. Be honest."

Four years after starting Tribe Fitness, Jeremiah decided to cash in his chips and sell the company. He talked with brokers, negotiated on rates, and filled out countless questionnaires, financial records, and other paperwork.

Jeremiah had calls with prospective buyers every few days for about six months, which became a job itself. "One of my friends, who had been through the same process, said that selling a business is like doing your taxes every day for a year," Jeremiah told me. "He definitely knew what he was talking about!"

After a few false starts and a few deals that didn't pan out, Jeremiah eventually got the payday he was looking for—a multimillion-

sambaraweb.com

dollar check arrived on his doorstep when he was just twenty-one years old. That earned him the nickname of “the richest kid in Maine,” as I referred to him on the podcast. As long as he invests it well, he will never have to work a day in his life. However, he now has his eyes set on something bigger—his next business.

sambaraweb.com

11

Step Nine: Putting It All Together

The process is simple.

It's not *easy*. But it's simple.

The beauty is in its simplicity, and that is partially why so many entrepreneurs have used it to become successful. When you strip out all the noise of entrepreneurship, success comes down to creating a great product for a very specific customer, giving them the opportunity

sambaraweb.com

to purchase, treating them well, and using basic marketing to amplify what's working. Then you repeat the process until you are pacing a million dollars in sales.

The hardest part is overcoming the mental noise in your head that wants to overanalyze every decision. When I speak with entrepreneurs who have used this process to build a million-dollar business, they tell me that what helped them the most was having a proven and straightforward path to hit their goals. This book has provided that, but your brain will inevitably want to overcomplicate things. That's why so much of my work with entrepreneurs is encouraging them *not* to do anything that falls outside of this process.

When you feel lost in the sauce, or when you hit a roadblock, this step- by-step process will clarify the path forward.

Stage One: The Grind (Months One to Three)

sambaraweb.com

Your job within your first few months in business is to *take a sale*. Nothing happens until something is sold, and your job is to get to that point as fast as possible. You don't have to understand everything or prepare for every possible challenge, and you don't need to have a pretty website. Your packaging doesn't need to be perfect, and you don't need to listen to every person's opinion. Your job in this stage is to make imperfect decisions as fastas possible.

If you are already a millionaire, and you're waiting for your next opportunity, then you can ignore this advice. But if you desire freedom, crave success, and dream of entrepreneurship, you need to make decisions and move forward. It does not matter if your decisions are wrong. You can fix bad decisions later with new decisions.

You might choose the "wrong product." You might enter a niche that is "too competitive." You may not price your product "perfectly." But you don't know that right now, and no amount of information is going to get you to the point where you do know that. Just make decisions and move forward— progress is way better than perfection.

"Researching" is not making decisions. "Networking" is not making decisions. "Journaling" is not making decisions. Decisions mean that you aremoving forward, and you are choosing what to bring

sambaraweb.com

forward. You can always go back and make different decisions, but you have to choose *something* to create progress.

Here's how to get out of The Grind as quickly as possible:

1. **Define your core customer.** Starting with an ideal "person" makes allother decisions easier.

Theoretically, you could skip this step and put all your focus into developing a great product, but you run the risk of developing what we call "the golden turd"—a great product that you keep polishing and polishing, without ever knowing who would want to buy it. If you know who your core customer is, then it is nearly impossible to end up with a turd.

As you outline your core customer, note how they identify themselves— what groups do they belong to? It's okay (and recommended) if this forces you to cut off a good portion of your market. If you are selling gloves that

sambaraweb.com

appeal to both woodworkers and gardeners, pick one group and target them. Your core customers will take your message to the rest of the world.

You cannot create a product for everyone. You can only create a product for *someone*. Therefore, you have to decide who that is, even if your product could appeal to more than just your core customer. Make a product that your core loves, and let them take it to the rest of the world.

2. **Outline three to five products that your core customer buys.**

When your ideal person is starting their journey, what do they buy? If you cannot name at least three products, you either need to ask them, or you need to choose a new market. You will need multiple products to hit the million, so do not move forward if a market does not purchase several different items.

I know several people who made a short-term killing selling fidget spinners and eclipse glasses (yes, that's a thing), but they were out of business as soon as the fad faded. They were sent scrambling to find the next product. You cannot scale or sell that type of business, so don't move forward without identifying the first three to five

sambaraweb.com

products that your core customer buys. Otherwise, you will stay stuck as a perpetual hustler, not a real entrepreneur.

It's important to note that you do *not* need to release all these products, nor do you need to commit to each one of them. You simply need to be absolutely clear that this core customer makes multiple purchases for multiple things. You have to know that you can get customers over the long term and that you are not a onetime purchase. To do that, you will need multiple products.

3. **Choose your first product.** Out of the list of possible products that you outlined, one of them may stand out as an obvious "gateway product"—the purchase that leads to other purchases. If one does not stand out, then choose the one that interests you the most.

Alternatively, you may identify an obvious way that one of the products could be improved on. Is there something that your core customer doesn't like about the options for one of them? If so, pay attention. That's a sign you're onto something great.

sambaraweb.com

4. **Pick a place to document your journey.** Sharing your progress will build an audience of potential customers, and it opens up opportunities through the network that you build. That random person who is fascinated with your brand knows an influencer, a blog, or a retailer that can radically change your journey.

Document your journey where your audience already hangs out, if possible. Otherwise, do it where you will be consistent. If your audience follows certain Instagram influencers, then start an Instagram for your audience and document the journey there. Re-share the content on your personal pages, and engage with every comment, like, message, or share.

5. **Order prototypes and place your first order.** Get samples from several different suppliers, and choose the product you like best. You may decide to get feedback from your audience when deciding which supplier to use. If all else is equal, choose the one with the best communication. In fact, I will pay a premium for proactive communication from my supplier.

When you have a product you're happy with, order as much inventory as you're comfortable ordering; your biggest challenge isn't

sambaraweb.com

likely to be sales. Instead, it will be keeping enough inventory. For that reason, more inventory is better in most cases. If, however, you are using crowdfunding to build an audience or to fund the business, you can get by with a very small amount of inventory and order the rest later.

6. **Stack the deck.** While your inventory is being made, you can put yourself in the best position to hit the million by building a small but passionate audience. When you have a few hundred people who are actively watching your journey, then you have enough to move the needle. You may decide to run ads to get those first few hundred fans—even $10 per day can get you there.

Line up at least ten personal contacts (friends and co-workers are fine) who represent your ideal customer and ask them to join your cause, which would include engaging with your posts and talking about your product on launch day. Give them free product and take photos of them holding it. Those photos make for great content, and they are great ad images, as well.

sambaraweb.com

If possible, make a relationship with at least one audience with 10,000 followers. Remember, an "audience" may be a person, group, or organization. Any place where at least 10,000 of your core customers hang out has the potential to put you on the map.

7. **Take an order.** Take a sale as fast as possible. It is rarely, if ever, a good idea to delay your "get money date." Many entrepreneurs delay their launch in favor of doing more content or preparing for every possible challenge. Don't be like them. Take a sale and figure the rest out later.

When you have successfully taken a sale, you can move on to the next stage.

Stage Two: The Growth (Months Four to Six)

Once you have taken an order, your singular focus is to get your product to a consistent twenty-five sales per day. In some cases, this happens within a few weeks of launch. Other times, it can take several months. Either way, you must hit twenty-five sales per day before you

sambaraweb.com

move on; otherwise, you have not created the foundation that will take you to the million.

Getting there requires you to be active within your audience and to get high-quality reviews. Spend this time to go above and beyond to make your customers happy so that they voluntarily talk about you, share your work, and give you feedback in the form of reviews and follow-up sales. Continue to respond to every comment, share every photo, and post pictures of your bestreviews on social media.

Here are a few things to consider during The Growth:

1. **Does your audience actually want your product?** If your sales are stuck, you need to go backward. Have you asked your audience for real feedback? What do customers think about the product? If they love it, but sales are slow, you might just need more time. If the feedback is less than stellar, it may be time to take a step back and rethink your product line.

sambaraweb.com

2. **Think small.** You don't get to twenty-five sales a day by building complex systems. You get there by doing the small things for long enough. Get *one* review today. Make *one* customer very happy today. Post *every single* piece of positive feedback on social media. Make connections with small influencers. Those little pieces of progress stack on top of one another.

3. **Cultivate a core group of buyers.** Consider developing a VIP list, a private social media community (like a Facebook group or a Slack group), or a first-buyers list. Quest Nutrition, for example, uses "Team Quest" to test new products and be first in line for new product launches.

4. **Utilize pay-per-click advertising and video ads.** Advertising on Amazon is a no-brainer if you are collecting sales there. You may have to take a loss on the customer acquisition cost, but it is a no-brainer to get the snowball building. Consider making videos—even selfie videos are fine— and putting them on social media. If one of them really connects with your audience, consider running it as an ad to boost sales.

sambaraweb.com

The Growth stage is where you earn your scars as an entrepreneur. You learn how to deal with customers' feedback, and you learn how to get comfortable taking sales. If you quit during this stage, you haven't earned the right to be successful. Focus on serving your customers, and this stage will fly by.

Stage Three: The Gold (Months Nine to Twelve)

Your job in this stage is to launch as many products as you can comfortably handle, without deviating from your central focus. This stage is when the snowball effect happens; the success and engagement that come with the launch of additional products will create repeat buyers and additional advertising opportunities.

The process to release these products is the same as launching products one and two. But when you launch products three, four, and five, the snowball effect doesn't just increase—it accelerates. The engagement with

sambaraweb.com

your brand begins to take on what feels like a life of its own; your repeat customers begin to compound, and the mentions your brand gets across social media increase.

Each product release will get a little easier and a little faster. Some of your products may only be singles or doubles, but a few will be home runs. It could be that the big takeoff doesn't happen until you've already released a few products.

While you are in The Gold, consider the following:

1. **Only launch products that are multipliers.** Additional colors or sizes do not count as "new products." Sometimes, they are necessary to include, but they will not have the same multiplier effect as a brand-new product. Remember that your customer is on a journey, and your job is to make it easier for them to overcome the challenges that they will face along that journey.

2. **Advertise via influencers and audiences.** If you can only spend money to advertise in one place, give it to influencers and other people's audiences: blogs, groups, social media pages, YouTube channels, and podcasts. Only advertise to audiences that are a direct

sambaraweb.com

representation of yourideal customer.

3. **Make relationships, not transactions.** Be intentional to create relationships with influencers and channels, instead of just transactions. Sometimes, you have to transact to get their attention, but go deeper. Send thank-you cards and gifts, and make them look cool on your social media channels.

4. **Pay yourself.** When you are hovering around the $100,000 per month revenue mark, you can start considering taking a salary from the company. Pay yourself enough to allow you to work full-time on the business, but continue to reinvest the profits back into the business. The business still needs the money more than you do.

sambaraweb.com

5. **Take strategic risks.** When you have crossed the million-dollar mark, you can start to take some risks. Launch new and innovative products. Experiment with new forms of advertising. Consider debt as a resource to fund your inventory. You have proven that your company has promise; now isthe time to turn up the heat.

If you follow this process, and you do it in order, you will see progress. No one can promise you that you will hit the million, or that everything will always be rosy, but you *will absolutely make progress*. If nothing else, you will have learned the process for creating a product and taking it to the marketplace. From there, your customers decide who wins. If all else fails, you know exactly what to do when the next idea or the next opportunity fallsinto your lap.

In my experience, the "idea of a lifetime" comes around every six months. With this process in hand, you will be ready when it arrives.

sambaraweb.com

12

Step Ten: The Big Payday

Mark Sisson was in his early fifties when he started blogging onMarksDailyApple.com. He had experienced his own set of health challenges and business setbacks, so he might as well share them with the world.

sambaraweb.com

Modestly successful, Mark tried several businesses over his

career. Now, with grown kids and entering what most would consider their "golden years," he decided to focus on doing things that he loved—namely, writing and sharing his knowledge with others.

Mark wasn't your average fifty-two-year-old. What other fifty-something has six-pack abs and can run circles around kids half his age? As a result, Mark's blogs, books, and podcasts started to catch steam.

However, it would be a full decade before Mark would launch his own products. In his early sixties, Mark created Primal Kitchen, which started asa paleo condiment company.

There were plenty of health food options, but few condiment companies that were good for you. He decided to do something about that.

Mark had already stacked the deck—his blog was frequented by tens of thousands each month. And he had connections from his previous businesses. Still, Primal Kitchen was a risk. Most people his age would have told him to slow down, keep writing, and enjoy time with his family.

sambaraweb.com

Once again, Mark was no ordinary sixty-something. He launched salad dressings, barbecue sauces, mayo, ketchup, mustard, and other condiments that were all designed for the paleo community. They were beautifully targeted specifically to the paleo community, and his audience loved it.

Soon, Primal Kitchen products were in retail stores across the country, while also soaring to the top of Amazon.com.

Then, less than four years from launch, Mark made a connection with an unlikely ally—the executives at Heinz. Some saw Heinz as the enemy, a representative of unhealthy food choices. But Heinz saw the demand for healthy options, and they knew that Mark had carved out his niche.

In early 2019, they wrote Mark a check for $200 million.

Some accused Mark of selling out, but Mark saw it as an opportunity to infiltrate the rest of the world. When consumers start demanding healthy options, and those options start outselling the big boys, even "enemy competitors" have to pay attention.

That's the power of creating a great product for a *very* specific group of people.

sambaraweb.com

The Exit Is Closer Than You Think

Walking into a meeting earlier today, I felt my phone buzz in my pocket. I pulled it out to see the following text on my lock screen:

Hey Ryan! I've been a follower for a while. I listened to your podcast and went to the last CapCon. With your help, I started my company last February, and today I'm about to go to market with it for $10 million. CanI ask you a couple questions before I do?

First of all, I have *no idea* how this person got my phone number.

Second of all, I didn't care. That's *exactly* the kind of text message that makes my day.

Selling your company, especially for $10 million or more, is life changing, to say the least. Heck, it's *generation* changing. I've seen it happen many times, and it never gets old. If you use the method in this book, you may find yourself in a position to one day sell a business *if* you want to. This is absolutely possible, assuming that your product is good, you've built a good business, and you have put in the step-by-step work I've taken you through.

sambaraweb.com

In fact, you really make your money when you *sell*. Even after you cross the million in sales, you will still likely be paying yourself a modest salary, investing as many dollars as possible back into the business. You celebrate when you finally cash in your chips.

When you've just started a business and you're working on getting to twenty-five sales a day, I understand how overwhelming it can be to think about an exit. Just as building a million-dollar business seemed impossible at one point, so does selling a company, even *after* you've hit the million.

Whether you decide to sell your company or scale it into the next Onnit, Bulletproof Coffee, RXBAR, Quest Nutrition, Honest Company, or Procter & Gamble, you need to understand how big of an advantage you have. If you follow the process in this book, you absolutely have an edge over others— even the big companies that are dominating right now. People who have come from big business can only think *big*. They're thinking about scaling rather than thinking about creating good products for people. They're tempted to focus on the end point and think about the macro (building large departments and a scalable revenue engine) rather than thinking about the micro: people, customers, problems, and pain points. If you spent your own time and

sambaraweb.com

money directly engaging with your audience, listening to what they have to say, and forming the company's mission and moves with that feedback in mind, then you have the ability to overtake the big guns *very* quickly.

When the world was run by huge businesses with endless funding, they were the only game in town, and their way was the only way. But micro- brands like the one you're going to build are the next wave. In this wave, youhave to think small first in order to think big.

It's Not All Clear Skies and Paydays

In my career, I've sold (and bought) both big businesses and small businesses. I've been a part of a lot of acquisitions through my students, too. I've seen pretty much every way the deal can go down, and I've been involved with businesses post-acquisition as well.

Selling your company means handing over a lot of control, and when you are handing over your baby, you want to ensure that it's being adopted into

sambaraweb.com

the right home.

Few buyers will treat your company (or your customers) with the same care that you did. Few owners will have the grit, energy, and passion that you brought into your business. I (sadly) know this from experience. I have felt the burning frustration of watching as the business that I rehomed was neglected by its new owner.

That's frustrating, to say the least. When some of your future wealth is tied up in future payments from acquirers, and you're not sure you'll see any of that wealth, you can lose a lot of sleep and start to experience regret. Ask me how I know (actually, don't—I'll start yelling).

I have also seen when an acquisition goes extremely well, and the new owner takes a $10 million business and turns it into a $50 million (or more) business. That, of course, is the dream. To put yourself into a position for that to happen, you must understand what selling your company really *means*. If you understand the landscape of possibilities, you know what you're in for, you won't be blindsided if things don't go the way you would have wanted them to, and you will be able to course-correct to ensure that you're on the right side of your company's history.

sambaraweb.com

I've seen companies make obvious mistakes after they buy a business. The biggest mistake was to waste money trying to "professionalize" the business. When they bring in expensive executives touting old-school forms of marketing to "professionalize" the highly profitable, your fast-growing company can slow to a crawl. I've seen this happen more than once, with new ownership completely ignoring the process I'd been using to stack the deck and stoke my audience (the process you've learned in this book). The money that used to go toward building and engaging with the audience went instead to magazine ads and executive salaries. The money that used to go into product development went into paying a crazy salary for an old sales manager with zero hustle. I'm not saying either choice is *inherently* bad; depending on the company, they might be what are needed. But it reflects how vulnerable big, established, well-capitalized companies are to small, nimble companies that are using modern-day marketing. Big companies are not capable of playing the same game as small companies. Doing small things *well* is usually quite disruptive to what old, established businesses are often doing: a big thing *badly*.

sambaraweb.com

That disruption is not something to which the big companies respond to gracefully. For example, in our third year at Sheer Strength, Matt and I sponsored a major bodybuilding show. When we got there, it turned out that our audience-focused online marketing was working gangbusters. We were the talk of the show. Attendees kept saying, "I see you guys everywhere! You're all over Amazon. You're all over Facebook." They all wanted to network with a company run by two scrawny Mid-western kids, who themselves were in awe of all the other huge sponsors at the show.

We made these snarky t-shirts that we handed out: *I bought some supplements on Amazon, and now I look like this*. They were a huge hit with everyone but the reps from the big companies. Things got a little confrontational. "It's people like you who are ruining the supplement industry by selling online instead of in retail stores" was a line we heard a lot.

That was evidence that our approach was working. We were beating the big guys at a game they weren't even equipped to play. Also, because those big companies weren't equipped to play the new game, we had a leg up on how our business was built. The majority of big businesses are totally left in the dust when it comes to targeting a

sambaraweb.com

specific audience and giving them what they want. They're just not agile enough to be able to do that.

Trying to bring a slow-moving big-business style of machine into a fast- moving industry like e-commerce usually involves wasting a lot of money. For instance, one of the acquirers I sold to only purchased my company as a leverage point for launching a bunch of other brands. They wanted to become the Procter & Gamble of Amazon. They bought my business as a case study of how to scale well, so that they could build a huge infrastructure aimed at replicating the style of business I'd built.

Initially, I was honored that they saw my company as the example they wanted to follow. It meant a lot to me, so much so that I stayed involved after the sale to advise them for a year. On our weekly calls, I'd tell them the exact same thing every time: "You're lost in scale and replication. You're thinking too big. You're not implementing any of the things that built this company inthe first place."

They completely ignored me. They couldn't see it my way, because they could only think big. As a result, they lost millions of dollars in investments by trying to scale fast before having any specificity. I've seen this happen time and time again, not just with

sambaraweb.com

my own companies I've sold. I've seen

sambaraweb.com

acquisitions from older, rich businesspeople who are literally trying to buy the speed and momentum of internet businesses. They're set up for failure right from the beginning. It's impossible to maintain the momentum of somebody who's thinking small if all you can do is think big.

What I learned from this is how effective the strategy in this book works, and how vulnerable big companies are. The minute that they lose connection with their customers, the faster they will go out of business. You hold the cards, not them.

When Should You Sell?

Once you hit a consistent 100 sales per day, the game changes. The years that follow will be spent growing that from $1 million to $3 million to $5 million per year. When you've crossed that initial million-dollar mark, you're in "The Gold," where you start to invest your profits into other areas of growth: new forms of advertising, new sponsorships, podcast advertising, content creation, scaling the logistics, and, most importantly, building teams to run it all. You'll be

sambaraweb.com

building the infrastructure to cultivate a real business out of what was formerly pretty much just a well-oiled sales machine.

It's only a business if you can walk away from it and it can successfully grow without you. If you're doing everything, if you're the integral cog in the machine without which everything crashes Jenga-style to the floor, then it's a sales machine, not a business. A business requires a higher level of hiring, systems, and optimizations. That's why my first hire when I hit the million- dollar mark was someone who enjoys organizing my chaos, so that I can keep thinking about growth. Hiring presents its own set of challenges, and your job at that stage will be to become the leader that your company needs to grow beyond you. That's often the point when you'll say, "I think I've grown this business to my greatest capacity as an entrepreneur. It's time to hand my baby over to someone who can grow it into a well-adjusted teenager."

At this point, your company stands on the brink of making a lot of mistakes. Avoid the following:

1. **Optimizing for vanity metrics.** It's very tempting to compare yourself (and your business) to things like your follower count, total

sambaraweb.com

number of sales

sambaraweb.com

(instead of profit), social media metrics, celebrity endorsements, or the size of your team. All these metrics boil down to is making you feel good about how many people like you—and they make you feel good when compared to a competitor. But they mean very little when it comes to the health and growth of your business. It's *very* tempting to place a high valuation on your business because of the number of fans or celebrity endorsements you can claim. But does this serve your customers? Does this equal real value or company health? I once watched one of my competitors build their entire business on buying Instagram followers and sponsoring hot Instagram models and bodybuilders. They had a crappy product, and they covered it up by pursuing short-term attention and authority. They eventually got torched. Vanity metrics make you feel good about yourself in the short term, but they don't create value for anything but your own ego.

2. **Forgetting you're in the people business.** Remember, this all comes back to people. You're not in the *product* business; you're in the *people* business. Launching products two, three, four, and five, and watching each one do well and snowball your revenue, is addicting. But don't let that lead you to simply throwing more and

sambaraweb.com

more products out there, chasing that high. It can divert your focus and set the precedent that your company is all about products first, customers second. You also run the risk that your customer will be equally distracted. As Moiz Ali told my attendees at one of our conferences, "When Native Deodorant got huge, there were a lot of people telling us we should do a toothpaste and a soap. But we were so focused on our one customer that we decided not to rush. We stayed in our lane."

3. **Making decisions based on algorithms.** I've often seen entrepreneurs fall into the habit of taking their cues from algorithms rather than people. For example, it's common for business owners to look at internal metrics and make product decisions based on what's already hot on Amazon. The temptation there is short-term cash and tapping opportunities just to bring in immediate dollars. It's not brand-building. It doesn't factor in the customer *at all*, and your business will suffer. It's like playing whack-a-mole: *Fill this inventory, sell this product. Fill this inventory, sell this product.* You might get fifty or more sales per day, but it won't compound your existing products,

sambaraweb.com

and your snowball will never build. Only invest in products and ideas that can have a multiplication effect on your business, and avoid the incrementalshort-term wins.

You Hold the Cards

One thing I wish I'd known going into acquisition is that if you've got a cool, popular, profitable business on your hands, you're the hot girl at the party. Everyone wants you. You're the one with the assets. You're the one with the negotiating power. The people wanting to buy your business don't have the power and control—you do.

If I had known that, it would have made the negotiation process so much different. I would have entered negotiations with my criteria and demands front and center. I would have told every interested party: "Here's what I'm looking for; can you meet these demands?" Most people selling their companies go into negotiations with exactly the opposite mindset: "What's the fastest route to my paycheck?" And whichever buyer produces that check fastest wins. Without realizing it, you're signing your life away for a short- term

sambaraweb.com

payout when you should be thinking about long-term goals—a contradiction of the long-term focus that got your business off the ground and scaled in the first place.

If I had known ahead of time that I needed to keep my long-term focus, I wouldn't have been blinded by the dollars I was about to receive and instead would have been more protective of my company. If I'd known what I know now going into my first acquisition, I would have been the one vetting the buying company, not the other way around. In multiple cases, after I sold a business and saw what was being done to it, I tried to buy it back. When I got on the phone with the new owners, I actually said to them, "The only reason I'm on the phone with you right now is because I gave my dog to a bad home and he's being abused and I need to rescue him."

Selling your company is not 100 percent transactional. It's not like selling a product. It's not a clean break. There will be a lot of emotion and expectation tied up in it. Done wrong, it can cause you much pain down the road and feel like a missed opportunity—or an opportunity that you had in your hands, and squandered.

sambaraweb.com

When you sell your business, it's rare that you sell 100 percent of it and then walk away. Instead, it is more likely that you will sell a majority stake

—usually about 60 percent—and hold onto the remaining portion. You will almost certainly serve as an advisor until the new owners are up to speed. Therefore, you must like the people that you are doing business with, and you must trust that they are capable of growing the business to the level that it canbe.

That is why so much of my focus is working with entrepreneurs who have crossed seven figures and help them navigate the next stage of their business. I join them as a minority partner—usually 20 percent—and help them grow, get ready for sale, and ensure that the payday that they receive is the paydaythat they deserve.

What's It Like on the Other Side?

I have very publicly shared what it feels like to wake up and look at $10 million in my bank account. I have also shared that it didn't automatically mean my life was perfect (but you probably saw that

sambaraweb.com

coming).

In the weeks I was negotiating the close of the sale of my business, I was also going through a separation. In fact, when I came home from getting thecheck, all the furniture in my apartment was gone.

There I was, a multimillionaire, and all I had in my home was a pullout couch that became a twin bed. I was so broke that all I had was money.

That is not to imply that the business had anything to do with my challenges at home. There's no neat narrative thread to tie this all up; there's no dramatic way to correlate the two. It was simply the case that I had one part of my life that was going great, and one part that was in shambles. On my Instagram, it was all celebration and wins; in real life, it was lonely. I used to think about how there were probably people out there comparing their lives unfavorably to mine based on my social media. We all walk around comparing ourselves to the tiny curated slices of life people put up on socialmedia. It's not real.

Many people think money will fix all their problems—*nope*. It changes nothing but the size of your bank account. People go through incredible

sambaraweb.com

financial wins and deep financial losses, but it's not the point of life. It's an accomplishment, not what life is about.

Money gives you the fuel to build a great life. Part of the role of an entrepreneur is to define what that life is—to define how to live life on their own terms. Honestly—and I'm not being judgmental—most of us are pretty bad at that. We're all great at defining exactly how much money we want to make, or what we want our vanity metrics to be, how we want to stack up against others. We're not very good at defining what our actual experience oflife is.

Once you've made a lot of money, you do one of two things. You can shrug and use the opportunity to do it again: *I guess I'll just start another business, and I'll figure out what it all means later.* Or you can do the hard self-discovery work of defining what you want your life to be about. One of the things I wish someone had told me back when I was a dreaming, ambitious, nineteen-year-old was to get intentional about what I wanted my life to look like once I had all the money I would ever need. Because money is like alcohol: it makes whatever is true come to the surface. If you give an insecure person a lot of money, they don't become more secure; they become more insecure. If you give a giving person a lot of money, they become

sambaraweb.com

moregiving.

I wish that I had been challenged to cultivate a great life *before* I made a lot of money. Part of my journey after my first business was sold was uncovering what I thought a great life even looked like. I had no clue. I traded a lot of time and energy for money, and I got it—and then I found on the other side that it was just as much, or even *more*, work to cultivate a truly happy life.

Once you do have the money, you'll have the space and the cover you need to go deep and build an intentional life. I didn't do that. I made the mistake of putting it off even further. I started new businesses and initiatives and burned myself out due to my resistance to personal growth. In doing so, I discovered that the things I was resisting, or the things I overlooked, were actually what brought me happiness.

Happiness is found in your relationships, how you spend your time, and the small things that you enjoy. Money expands your menu of options. Some people use those options to deepen their relationships, deepen their enjoyment, and deepen their appreciation of the little things. Others stay blind

sambaraweb.com

to them, so they use money to buy new distractions and expand their own ego metrics. The person who does the former grows old, rich, and happy. The person who does the latter self-destructs.

If you choose to take on that personal work *while* your company is in its growth process, there's a great chance your company will be more profitable, will make you happier, and will support the overall life you want. Don't trade that potential for money. To paraphrase Benjamin Franklin, "Those who trade freedom for security deserve neither."

I'm not quite as judgmental as old Ben, but those words ring true. If youtrade happiness for money, you'll end up losing both.

sambaraweb.com

CONCLUSION

The Adventure Never Ends

It was December when Matt and I first got Sheer Strength to the million-dollar mark—almost six months to the day from when we took our first sale. I spent that winter, weirdly enough, in a bit of a funk. I mentioned thisearlier when I told the story of my dinner with Tim Ferriss. I'd made a hugeamount of money, and I'd inarguably smashed my childhood goal of

sambaraweb.com

becoming a millionaire, but I wasn't happy.

Okay, I made it to this big achievement. What do I do now? Am I done?

Do I keep going? Do I start another business?

There's a weird almost-depression that happens when you reach the million-dollar mark. It's a whole new type of self-discovery. You wonder if you're really as good as you think you are; you wonder if you deserve it. Most of all, you wonder if it'll all go away at any moment.

It sounds crazy, but if there's a big pain point in the method I outline in this book, it's that it works almost *too* quickly. Your brain doesn't have a chance to catch up to the new level of success you're in, and it reacts by going into defense mode. You sit at your computer endlessly watching all the pieces of your business, trying to make sure no fires start. You've only allowed yourself to think right up to the edge of the million-dollar mark, and now that you're past it, you revert to playing whack-a-mole with (largely invented) emergencies.

My whole thought pattern at this time was in the groove of *if I stop moving, it'll all go away*. It was exhausting. A part of me was annoyed that I

sambaraweb.com

still hadn't made enough money to buy the Cleveland Indians, a life goal of mine since I could walk.

When I decided I was going to put on the Capitalism Conference, a conference for budding entrepreneurs featuring the best minds in business, I started out, like any total amateur, Googling speaking bureaus and cold- calling to try to land the people I wanted to speak. It took some persistence— and figuring out how to sound like I knew what I was doing *way* more than I actually did—but I managed to book Gary Vaynerchuk, of whom I'd been a fan since 2008, way before *#AskGaryVee* or VaynerMedia. The second person I booked was Robert Herjavec, from *Shark Tank*, because I'd seen the impact a physical products brand had on the show. The third person I booked was Grant Cardone, and at the time I thought there was a lot I could learn from him. (Nope.) I've publicly documented my beef with Grant on the podcast, but let's just say that when you meet your heroes, you sometimes run the risk of realizing that you don't want to be anything like them.

I ran the first CapCon simply as a way to elevate my thinking and my knowledge, and do the same for my friends and the dedicated band of followers I'd gained sharing my business-building on my

sambaraweb.com

YouTube channel and podcast. I did it because, after reaching the million-dollar mark, I needed to see what the next steps looked like. I figured that I could crowdsource the path by bringing together as many uber-successful entrepreneurs as my budget would allow.

It was a huge success—enough to immediately plan year two—but after that conference, I had the same little comedown I'd had after my business made it to seven figures. The same thing happened! I was mildly depressed and unsure of what to do next. *Now what?*

A friend of mine, Todd Herman, called me up after the event and asked how I was feeling. I was honest with him about the funk I was in.

"You know why, right?" he

asked. "No. Why?"

"Because you planned up to the goal, but not *through* the goal."

He explained that it's common to get depressed after you hit a goal because you don't know what's next. If you plan *through* the goal, though, the goal itself is just another step on a longer journey.

He was right. After a couple years of CapCon, I started to see deep correlations between the people I brought onstage to talk and my own

sambaraweb.com

journey. I started to expand my perspective of what was possible. My lens widened. I started to see myself not just as a successful entrepreneur but as a mentor; I wanted to help other people achieve their own business dreams by sharing the path through the jungle I'd hacked out with grit, guesswork, and, honestly, a shitload of stubbornness.

And there had been one more *very* important factor in my success.

Through it all, I'd had incredible mentors.

We can all point to moments in our life that changed everything. I hope that reading this book becomes one of those moments for you. One of those life-defining moments happened when I accidentally sneaked into a bar to meet Travis Sago, who would later become my long-standing mentor. That ultimately paved the way for my success, and ultimately to the writing of this book. When you hit your first million, you will have this accidental barhop tothank.

When I was nineteen, I was, believe it or not, attending ministry school. I was studying to be a pastor. Remember when I told you that starting down this path was opening Pandora's box, and you wouldn't recognize yourself atthe other end? *Case in point.*

sambaraweb.com

Deep down, I knew that I was attending ministry school out of guilt, and that what I really wanted was to be an entrepreneur. I'd never lost that spark that had started that day I asked my dad how much a million dollars was and decided I'd become a millionaire. I'd been carefully guarding and kindling that flame all along—constant little hustles throughout high school, running a scrappy dorm-room internet marketing business while preparing for a career in the church—and the vast gulf between what I was *planning* and what I *wanted* was starting to wear me down.

That's what led me to take a few days off and fly to San Diego to attend a conference for internet entrepreneurs. I was making a full-time income from my college dorm room, and that's hot shit when you're bragging to your buddies, but I knew that I was just "guessing" at it. If I was going to be a true entrepreneur, then I needed help building a real business. I needed someone to guide me. I told my mom that I was going to the conference to learn how to grow my business, but I went for one reason: to meet Travis.

I walked into the bar that evening thinking that it was only a restaurant; a few hours later, when it turned into a dance club, I had no idea what was going on. (Life hack: It's not technically sneaking into

sambaraweb.com

a bar underage if you

sambaraweb.com

go there for dinner and then stay out of sight until after they start checking IDs.) I was distinctly the youngest person there. I didn't drink at all, and I *still* don't know how to talk to girls. Talk about being out of my element.

Travis went by "BumMarketer" on the internet forum where we met. Don't let that fool you—even in our digital conversations, I could tell that this was a person who could teach me everything I craved learning. I figured that if I could get Travis to meet me and remember me, then it would be worth it. After all, no one was showing me how to play this game. Entrepreneurship is lonely on its own, but when you grow up without a mentor—spending most of your days alone, trying not to binge the peanut butter because you are depressed about your parents divorcing—you deeply crave the guidance of someone to show you the way.

And that night in San Diego, sitting in the dark, watching girls dance on the dance floor and drinking a tall glass of water, I prayed that fate would find me. Because when someone like me—and like you—has the chance to meet someone who can cut the learning curve, I'll move heaven and earth to meet them. For me, that person was Travis. I believed that he could help illuminate the path for me.

sambaraweb.com

This was my chance.

I was mid-conversation with a couple of dudes who I knew from the internet business world ("internet marketing" was still kind of a niche thing back then) when I saw Travis walk in. I left the conversation mid-sentence togo introduce myself.

Nervous as hell, I said, "Hey, Travis, I'm Ryan."

Travis got a huge smile on his face, and I found myself enveloped in a huge Arkansas-country-boy hug. "Oh hey! Ryan!"

Apparently, he recognized me from the internet. That felt good."What are you drinking, Ryan?"

I didn't know how to answer. I didn't drink. In fact, I had signed a contract at my college vowing not to drink alcohol or participate in any sexual activity until after I graduated. I was also not allowed to participate in "social dancing." Probably because it led to drinking. Or maybe I couldn't have sex because it led to dancing. I'm not sure. I still don't quite get the order.

Anyway, I think I asked Travis for a Coke or a water, while he ordered a scotch. Years later, he would turn me into a scotch drinker. If you ever run

sambaraweb.com

into me in person and feel like buying me a drink, I'll take a Glenlivet 15. But *only* one. I start slurring words after two.

I remember that Travis invited me outside to sit on the patio, and we talked until I literally couldn't keep my eyes open anymore. And I remember walking back to my hotel, wondering if I'd ever see him again.

Either way, I was confident that I had accomplished one of my goals: Travis knew who I was, and he would, with hope, remember my name. I knew that finding the right mentor could be a five-to-ten-year process. (In fact, as I write this, I'm boarding a flight to meet with a mentor that I have been courting for two years.) I felt like that night at the bar I might have just cut the line a little. I knew that I would be an entrepreneur for life, and I was only in the warmup process. A mentor could change everything for me.

The next morning, I stumbled from my hotel room to the conference, exhausted but still buzzing from the night before. I waited in a long registration line to check in at the conference. I had no idea what to expect there; I was only hoping that I would meet some people who could help open opportunities for me. While I awkwardly stood in line among entrepreneurs twice my age (and

sambaraweb.com

probably ten times as successful as me), I felt a tap on myshoulder.

"Hey, dude!"

I turned, and there was Travis's friendly face again, fresh-eyed and somehow far more awake than me.

He remembered me. This was a good sign.

"I want you to meet someone," he said. Travis pointed to some kid who was rounding the corner. We met glances and froze. We were definitely the only kids under twenty-one there.

Travis said, "You guys are probably the youngest people here. You should talk. See ya later!"

And he was off to the next conversation. In that brief interaction, though, he'd changed the course of my entire life, because the random kid he'd pointed out to me? That was Matt.

I think back on that moment all the time. Travis barely knew me; what did he have to gain from staying up all night to talk to me or make a life-changing introduction (not that either of us knew that at the time)? He was *far more* valuable to me than I was to him.

sambaraweb.com

But that's the point: Travis wasn't in it for the value he could *get*. He was in it for the value he could *create*. He saw what I had inside: the deep conviction that entrepreneurship was the passion I was willing to sacrifice for, and that I might be a good horse to bet on.

I don't remember anything else from that conference. All I remember is that I met two people: Matt and Travis. Travis would become my mentor for the next decade—although he says that we're more like brothers at this point. Matt would become a good friend and, five years later, my business partner. He would be right there with me as we developed, tested, and proved the method I taught you in this book.

From the day we met, Matt and I shared that deep, dedicated drive to be successful. Through five years of ups, downs, wins, losses, successes, and failures, we kept trying. I've heard people say that the definition of insanity is doing the same thing over and over, expecting a different result; to me, that's just the definition of an entrepreneur. The only way you can go from hustler to entrepreneur is by going all in. And if you're having trouble making that choice, maybe you need a swift kick. Matt and I each got a big one that ended up pushing us all in. After five years, we were close to giving up on

sambaraweb.com

building anything "real." Then our motivation arrived, one by one, in the form of two plus signs.

My plus sign arrived on my twenty-sixth birthday, more than half a decade after the conference where I'd met Matt and Travis. It was my birthday, and my girlfriend and I had tickets to the Austin City Limits music festival. We had a big breakfast at Kerbey Lane Cafe and then went back to her apartment to change.

"I'm a day late," she casually said. "Just let me pee on this stick so I candrink with a clear conscience."

Long story short, we didn't go to the music festival. Instead, we held each other, crying—sometimes excited and sometimes scared as hell—as we mentally wrapped our heads around the fact that we were pregnant.

My first call was to Matt. "Dude, I'm gonna be a dad. We need to figureour shit out."

There was no doubt: I was *all in*. I had no choice but to make our business work.

My second phone call was to Travis. He had become more than a business mentor by then. After years of help navigating business challenges,

sambaraweb.com

Travis had also taught me about life, leadership, and being a man. He calmed me down, helped me get my bearings, and picked me up when I was crumbling. I was about to go on two adventures: learning how to be an entrepreneur, and learning how to be a dad.

A few months later, after moving into a house with a bunch of baby furniture, ready to start my new adventure, my phone rang. It was Matt. Our business was starting to show some signs of life, and I thought that he was calling me to give me the updated sales numbers. Nope! He called to tell mesomething else entirely.

"Ryan," Matt said, "is there such thing as a false positive pregnancy test?" (I dare you to think of a better way to start a phone call.)

I guess serendipity brought Matt and me together twice; this time, it was in the form of two very random pregnancy tests. We were both all in. We had the drive. We had the mindset. We had the passion. We had the idea. But this kicked us both into gear. Together we built a million-dollar business.

With this book in your hands, reader, you have everything you need to do the same. This method *will work*. But will you? Or do you need your own plus sign (proverbial, of course) to kick you into action?

sambaraweb.com

For the next twelve months, you're going to be focused on the steps outlined in this book. You're going to realize your dream of freedom through entrepreneurship. Here at the end of the book I want to make sure you understand that twelve months to a million is just the first twelve months on a much longer journey. If you are like most entrepreneurs, the business will only be half the journey. This adventure will show you who you are, and it will force you to become more. It will force you to take more responsibility, it will humble you to your knees at times, and it will teach you what is important in life. Entrepreneurship is a beautiful portal into self-discovery.

There will be times that you get frustrated and want to quit. There will be many times when you wonder, *What is this all for?* And there will be times of incomparable excitement. Keep going through all of it. As Steve Jobs famously said, *You can only connect the dots backwards*. Success is never a linear path. It's filled with ins and outs, ups and downs, and weird left turns. Ultimately, who you become along the way is what is most interesting. When you become the kind of person who is responsible, happy, and giving, that's when you are unstoppable. That is also when you get rich.

sambaraweb.com

The tagline for Capitalism.com is to "Create Change," because it takes just one person to go all in. It not only changes your financial future but can also change an industry. It can change *your* world, if not *the world*.

Life will keep giving you the opportunity to learn, to grow, and to expand, and these developments will be reflected in your business. As I write this, I've been outlining my next business, and I'm confident it will be more successful than all the previous ones combined. Shortly after signing the papers, I learned that my second child is on the way.

I am, once again, *all*

in. I am all in *for you*,

too.

sambaraweb.com

INDEX

A

accessories, 137

acquisition, xxx, 173–183

aftermath of, 181–183

sambaraweb.com

negotiating, 180–181
pitfalls in, 175–178
time frame to, 174–175
timing of, 178–180
add-ons, 137
advertising
customer testimonials as, 126, 136
with email list, 149
pay-per-click, 170
platform selection for, 150–152
on podcasts, 62, 150
via audience, 171
via influences, 171
with videos, 170
sambaraweb.com

Alba, Jessica, 150, 155

algorithms, 179–180

Ali, Moiz, 36–37, 43–45

Alibaba.com, 46, 48

Alpha

Brain, 120

Amazon

acquisition of Whole Foods by, 6

audience-building with, 136

FBA program of, 2

funding options on, 70

internal marketing of, 134

launch on, 105–107

pay-per-click platform, 126

for product research,

sambaraweb.com

30–31

sambaraweb.com

search results
of, 110 as
starting
platform, 37
Amazon Lending, 70
analytics, reliance on,
141, 179–180
announcement, of
product launch, 91
Apple, 7, 81
Argan oil, 73
Art of Sport, 155
#AskGaryVee, 186
Asprey, Dave, 33–
34, 133, 156
audience
advertising via, 171
engaging with, 83, 87–88, 104, 123–124
expectations of, 78
and funding,
62–64, 72
sambaraweb.com

keeping focus
on, 179
location of, 91
responsiveness of, 84–85
size of, 84–85
targeting
specific, 5–6
audience-
building
after launch, 126–127
as essential to business
growth, 164 with
Facebook, 68–69, 82,
128 during The Grind,
168
with Kickstarter, 67–68
before launching second
product, 135–136 for loyal
customer base, 8–9
with social media, 84
as "stacking the
deck," 86–88 Austin
sambaraweb.com

City Limits music

festival, 190
autism, headphones for children with, 144

B

The Backroom,

xxxi, 139bad

debt, 69–71

Ballantyne,

Craig, xxxvii

bank loans, 70
Batiz, Suzy, 23–25

beetroot, 38

beliefs, about money,

17–18 BestSelf Co.,

110–112, 138, 142

Bezoni, Josh,

147–148

Bezos, Jeff,

xxxiii Bilyeu,

sambaraweb.com

Tom, 100, 141
BioTrust, 147–148

sambaraweb.com

Black Rifle Coffee, 9–10, 34

blogs, 151

Blue Apron, 62

blue-blocking glasses, 34–35

brand, 133–145

audience-building, 135–136

building, xxix, 27–31

and competition, 140–142

defining, 28

developing product

two, 136–137

entrepreneur

spotlight, 143–145
and momentum, 142
owners' vs. customers'

views of, 116product

two launch, 134–135

and purpose of

company, 137–140

timing of second
sambaraweb.com

product launch, 140as

trust, 87–88
Brooklinen, 62
Brouwer, Allen, 111–112, 138
Bryant, Kobe,
155 Builders,
xxxv–xxxvi
Bulletproof 360, 33–34, 133, 137, 142, 175
“BumMarket
er,” 188
business
control of, 175–
176, 180–181
customers as focus
of, 25–27 purpose
of, 137–140
business partners,
xxxv–xxxvi
business plans, 65–
66
sambaraweb.com

C

Canole, Drew, 62

capital, raising, 65–67

Capitalism.com, xxvii, xxxi, 130, 191

Capitalism Conference, xxvii, 5, 10, 25, 64, 70, 77, 100, 147, 186

Cardone, Grant, 64, 186

Casamingos, 78–79

Casper Mattress, 62

celebrities, 155–156

change, 1–2, 191

Cho, Roxelle, 63–64, 92–93

Clif Bar, 4

Clockwork (Michalowicz), 157

Clooney, George,

78–79 COGS (cost

of goods sold), 65
commitment, to business, xxxvi–xxxvii

sambaraweb.com

communication
about backorders, 108
with customers,
104, 123–124
communication
channels
creating, with
influencers, 156–157
separate, for hot lists,
90, 170
community. *see also*
audience building,
after launch, 126–
127importance of
building, 84
competition
cooperative,
141 learning
to ignore, 107
and unique value,
sambaraweb.com

140–142

condiments, 173–

174
contract manufacturers, 46
control, of business, 175–

176, 180–181 conversion

rates, 110

cooperative

competition, 141

cost of goods sold

(COGS), 65

CozyPhones, 143–

145 creating value,

xxxiii
cricket flour, 156
CrossFit, 30

crowdfunding, 67–69, 168

cryptocurrencies, 71

customers, xxix, 23–41

acquisition of, 27–

28, 156–158

sambaraweb.com

building brands for,

27–31 business

impacting, xxxiv

connecting with, during

launch, 108–112before

crowdfunding, 68
defining ideal, 166–167

entrepreneur

spotlight, 39–41 as

focus of business,

25–27

foundational questions

about, 35–38 gateway

product selection, 32–35

identifying and

understanding, 30, 36

importance of

connecting with, 96–97

importance of early,

101–104
sambaraweb.com

keeping focus
on, 179
listening to,
127–128
relationships with,
152–155 selecting
products for, 31–
32
customer testimonials, as advertising, 126, 136

D

sambaraweb.com

debt, good and
bad, 69–71
decision making
during The Grind, 166
for starting
business, 35–38
design features, 50
Diamandis, Peter, 50
Diesel, 5
diffusion, 9
disruption,
176–177
documentati
on
of company development, 136
of product development, 87, 91, 167–168
Dollar Shave Club, 10–12, 59–60
Drucker, Peter, 28
Dubin, Michael, 10–11, 59–61

sambaraweb.com

E

Element 26, 130–132
email lists
advertising with, 149
as communication channel, 156–157
of Native Deodorant, 43–44
of NeatPack, 57
for prelaunch audience-building, 84
Empathy Wines, 77–79
endorsed traffic, 151
entrepreneurial mindset, xxix, 13–21
affected by past events, 14–17
taking care of yourself, 18–19
taking

sambaraweb.com

responsibility, 17–18 work and freedom, 19–21 and work required to realize dreams, xxv–xxviii entrepreneur spotlight
on brand, 143–145
on customers, 39–41
on funding, 73–75
on growth, 130–132 on launch, 114–118
on product development, 55–58
on revenue, 162–164
on "stacking the deck," 95–97 EXO Protein, 156
sambaraweb.com

eye health

business, 89

Eyelove, 129

sambaraweb.com

F

Facebook

audience-building with,

68–69, 82, 84, 128 as large

brand, 4
micro-influencers on, 85

premarketing on, 56

for product

research, 31

rapid changes in,

86 running video

ads on, 126

FBA (Fulfilled by

Amazon program), 2

FedEx, 40
feedback

in growth, 124–

125 increasing

sales with, 128

during product

sambaraweb.com

development, 50
used by NeatPack, 56–57
Ferriss, Tim, 7, 8, 20, 69, 78, 156, 185
first-sale feeling, 100–101
Flexible Dieting Lifestyle, 93–94
focus
on core competency, 117, 164
on customers vs. competition, 107
maintaining, 44–45
Folgers, 2
Four Sigmatic, 7
Franciosa, Jason, 130–132
Franklin, Benjamin, 183
freedom, 19–21
free samples, 99–100
Fulfilled by Amazon program (FBA), 2
funding, xxx, 59–75
crowdfunding, 67–69
sambaraweb.com

and customer base, 62–64 deciding on need for, 72
entrepreneur spotlight, 73–75
good and bad debt, 69–71 for inventory, 64–65
raising capital, 65–67 sales vs. profits, 60–62
Fused Hawaii, 63–64, 92–93

G

gateway product selection, 32–35, 167
Giftology, 154 giving
to build relationships, 153–155

sambaraweb.com

of content to
influencers, 88 goals,
planning through, 186–
187 The Gold, xxxviii,
134–135, 170–172
good debt, 69–71
Google, 25
The Grind, xxxvii–
xxxviii, 165–169
launch as part of, 105
“stacking the deck”
during, 79–80 growth,
119–132
compounding,
xxxiii–xxxiv
continuing, 128–
129
entrepreneur spotlight, 130–132
feedback in, 124–125
increasing when
sambaraweb.com

slowed, 125–128

legwork for, 121–123

of Nested Naturals,

116–118The

Growth, xxxviii, 169–

170

H

happiness

and money, 181–183

while working

hard, 18–19Happy

Puppin, 40–41
hard work

for growth, 121–123

involved in building and

growing business, xxxiiand

taking care of yourself, 18–19
Harris, Sam, 151
Harry's Razors, 62

sambaraweb.com

Heinz, 174

Herjavec, Robert, 64, 186

Herman, Todd, 186

high-energy visible (HEV)

blue light, 34–35hiring, 178
Honest Company, 150, 155, 175

hot lists, 90, 92,

170 Huffington,

Arianna, 111

I

Icahn, Carl, 7, 8

identity marketing, 9–12

I Love Yoga Facebook

page, 82incentives, for

early sales, 94 income,

personal, 160–161, 171

influence

sambaraweb.com

and revenue,
149–150 of
social media, 5
influencers
advertising via, 171
building
relationships with,
88 buy-in of, 150
customer acquisition
with, 156–158 effective
marketing with, 131
spokespeople vs., 155–
156
Instagram
acquired by
Facebook, 4
audience-building
with, 2, 84, 128
finding audience on,
152
sambaraweb.com

Kylie
Kardashian, 8
rapid changes in,
86 running video
ads on, 126
sponsoring
influencers on, 157
intellectual dark web,
151 inventory
first order
of, 168
funding for,
64–65
and launch, 107–108
maintaining, 53–55
management of, when adding
new products, 117 running out
of, 115
trouble with, 39–40

sambaraweb.com

J

Jenner, Kylie, 8

Joe Rogan

Experience, 121

John, Daymond,

70, 112

K

Kabbage.com, 70

Kardashian, Kim, 155

Kardashian, Kylie, 8

Kardashian, Robert, 155

Kellogg's,

4, 30

Kickstarte

r

audience-building with, 136

for funding, 67–69

for product research, 31

sambaraweb.com

products launched on, 2, 105, 111–112

Killian, Travis, 52–53

Kimberly-Clark, 3, 4, 12

sambaraweb.com

Klingman, Jeremiah, 162–164

Kylie Cosmetics, 8

L

large brands

acquisition of small

brands by, xxxiv

difficulties associated

with, 175 opportunities

for, 3–4

launch, xxx, 99–118

on Amazon, 105–107

connecting with customers

during, 108–112

entrepreneur spotlight, 114–

118

and first-sale

feeling, 100–101

during The Gold,

sambaraweb.com

170–171

importance of early

customers, 101–104 and

inventory, 107–108
pace of, 104–105

scheduling, 94–95

of second product,

134–135 timing of

second product,

140

Lavery, Cathryn,

110–112, 138 Le

Clos, Chad, 107
Lee, Brian, 155

Lee, Marvin, 95–97

LegalZoom, 155

life changes, as

motivation, 190–191

LinkedIn

audience-

building with, 84

sambaraweb.com

rapid changes in,

86

listening, to

customers, 127–128

loans, bank, 70
location, of potential customers, 37, 91, 150–152, 168

loneliness, 14–15

Lopez,

Jennifer, 155

Luna, 114

M

makeup bags, 139–

140 Marcus, Aubrey,

xxvii, 119–121

Marion, Joel, 147–

148 marketing, xxx
on Amazon, 105–106

as building a

relationship, 148

sambaraweb.com

MarksDailyApple.co

m, 173
MCT oil, 33–34

sambaraweb.com

media, mentions
on, 162
mentorship,
187–190
message, associated with
brand, 92–93 metrics
reliance on, 141
vanity, 178–179
MET-Rx bars, 4
Michalowicz,
Michael, 157
micro-
influencers
for crowdfunding, 68–69
power of, 158
securing, prelaunch, 84–85
Miller, Paul, 143–145
MillerCoors, 10
Miller Lite, 10
mistakes, making, 51
Mizzen+M
sambaraweb.com

ain, 5

momentu

m

and brand, 142

building, 9

created by early

sales, 95 and

large brands,

177–178

losing, when inventory

runs out, 108 needed to

secure funding, 66, 72

rewarded by Amazon

platform, 105–106 and

“stacking the deck,” 83–84

money

beliefs about, 17–18

and happiness, 181–183

losing, to acquire

customers, 147–148 Musk,

Elon, 19

sambaraweb.com

N

Nations, Kevin, 61

Native Deodorant, 37, 43–45

NeatPack, xxvii,

55–58 Nested

Naturals, 114–

118New Mood,

120

Nickelodeon,

144

nooptropics,

119–120

O

online brand cycle, 5–7

Onnit, xxvii, 120–121, 137, 150, 175

opportunity, xxix, 1–12

sambaraweb.com

audience-building, 8–9
identity marketing, 9–12
for large vs. small brands, 3–4
online brand cycle, 5–7
and social media, 7–8
Organifi, 62
organization, 139–140
outside investors, 65–67
Outstanding Foods, xxvii

P

Pasco, Kevin, 114–118
passive income, 71
Patel, AJ, 73–75

sambaraweb.com

pay-per-click advertising, 170

Periscope, 4

personal network, 91

personal salary, 160–161, 171

Peterson, Jordan, 151

Phelps, Michael, 107

Pintrest, 86

planning through goals, 186–187

platform selection, for

advertising, 150–152

podcasts
advertising on, 62, 150
audience-

building with, 86

finding audience

on, 152
Poo-Pourri, 24–25

power, in

negotiations, 180–

181 PowerBars, 4
prelaunch publicity

sambaraweb.com

documenting development process as, 87
by NeatPack, 56
promotions in, 88–89
"stacking the deck" with, 80–82
price discounts, 51–52, 94
prices, raising, 61
Primal Kitchen, 173–174
Procter & Gamble, 37, 43, 45, 175
product(s) already purchased by potential customers, 36
as focus of business, 29
gateway product selection, 32–35
getting feedback on, 169
launch of (*see* launch)
selection of (*see* product selection)

sambaraweb.com

supplementary, 137

product development,

xxix, 43–58

continual

refinement, 49–53
entrepreneur spotlight, 55–58

inventory orders, 53–55

process of, 45–48

of second product,

136–137

suppliers, 48–49

of three to five

products, 167Product

Hunt, 43
product selection

for customers, 31–32, 36

first product, 167

follow-up products, 37

professionalization, of acquired

businesses, 176profits
sales vs., 60–62
sambaraweb.com

and suppliers, 54–55

prototypes, 168

Public Rec, 5

“pullback,” following

launch, 102purpose
of company, 137–140

lack of, 25–27

in life, 181–

183 pursuit, as

goal, 19–21

Q

Quest bars, 4, 141, 142

Quest Nutrition, 99–100, 141, 170, 175

R

Rahal, Peter, 4, 30

raising capital, 65–67

sambaraweb.com

Reddit, 128

refinement, of

product, 49–53

relationships
with customers, 124–125, 152–155

with influencers,

171 reordering, of

inventory, 107–108

research
on existing products, 36–37

of products and

customers, 31–32

responsibility, taking,

17–18
return on investment (ROI), 69

sambaraweb.com

revenue, 147–164
customer acquisition with influencers, 156–158
entrepreneur spotlight, 162–164
and influence, 149–150
influencers vs. spokespeople, 155–156
and personal salary, 160–161
platform selection for advertising, 150–152 and relationships with customers, 152–155
rollercoaster of, 161–162
and sales goals, 158–160reviews
on Amazon, 106
from early customers, 95, 103, 109–110 sales driven
sambaraweb.com

by, 124–125
risks, taking, 171
Rocheleau, Zach, 93–94
Rogan, Joe, 119–120, 150, 151
ROI (return on
investment), 69
rollercoaster of
revenue, 161–162
Rubin, Dave, 151
Ruhlin, John, 154
RXBAR, 4, 30, 175

S

Sago, Travis, xxv, 2, 64,
135, 187–191 sales
in The Grind,
165–166
incentives for
early, 94
making first,
sambaraweb.com

169
profits vs., 60–62
sales goals,
158–160
scaling, xxx
premiums vs. low-
priced brands, 52
unhappiness, 18–19
scarcity, value added by,
94, 108 “scratch your
own itch” model, 27, 29
self-discovery, 182, 185
self-
evaluation, 18
SELF journal,
111–112
SellerCon, 140
sensory processing disorder (SPD), headphones
for children with, 144 Shallard, Peter, 18
Shapiro, Ben, 151
sambaraweb.com

Shark Tank, 64,

112, 186 Sheer

Strength
first inventory order of, 60–61

sambaraweb.com

growth of, 121–123, 185
happiness while building, 19
marketing by, 176–177
as partnership, xxxv
personal income from, 160–161
product selection process for, 37–38
sales goals of, 159
second product launch for, 134
Sherk, Jeremy, 114–118
“shiny object syndrome,” 44
ShoeDazzle, 155
Shopify, 70, 105, 136
Shroom Tech, 120
sambaraweb.com

SimilarWeb.com, 152

Sisson, Mark, 173–174

sleep business, 35

small brands,

opportunities for, 3–4

Small Business

Administration, 70

small steps, in growing

business, 169 Smith,

Jared, 30

Smooth Viking, 74

Snapcha

t, 86

social

media

audience-building

with, 84 different

communities on,

128 influence of, 5

and opportunity,
sambaraweb.com

7–8 prelaunch

marketing on, 56

rapid changes in,

86 running video

ads on, 126

SPD (sensory processing disorder), headphones

for children with, 144 speculation, investments

vs., 71
split testing, 52–53
spokespeople, 155–156

Springer, Jared, 39–

41 "stacking the

deck," xxx, 77–97

audience-

building, 86–88

and audience

size, 84–85
entrepreneur spotlight, 95–97
examples of, 92–94

getting over the

hump, 82–84 during

sambaraweb.com

The Grind, 79–80,

168
hot lists, 90

prelaunch promotions, 88–89

prelaunch publicity, 80–82

process of, 91–92

scheduling launch, 94–95

Stitch Fix, 62

sambaraweb.com

strategic risks,

taking, 171

suitcases, 139–

140

Sunarto, Hanny,

xxvii, 55–58 Super

Greens, 116

supplementary

products, 137

suppliers
finding, 48–49
and profits, 54–55

T

taking care of

yourself, 18–19

taking

responsibility, 17–

18

Team Quest, 100, 170

sambaraweb.com

Tempo, 138

testimonials, from

customers, 126 "The

Tim Ferriss Effect," 7

timing
of acquisition, 178–180

of second product

launch, 140 *Today*

(television program),

162 Tribe Fitness,

162–164
TriNova, 74

Troutman,

Jonathan, 78

trust
brands as, 87–88

building, with influencers, 150

12 Months to $1 Million method,

xxvii–xxxi, 165–172 The Gold,

170–172
The Grind, 165–169

The Growth, 169–170

sambaraweb.com

12 Rules for Life (Peterson), 151

Twitter, 4, 7

U

Unilever, 12

Upright Citizens Brigade, 11

V

value

added, with scarcity, 94, 108

and competition, 140–142

vanity metrics, 178–179

Vaynerchuk, Gary, 64, 77–79, 101, 157, 186

sambaraweb.com

VaynerMedia,
78, 186
video(s)
for advertising, 170
for crowdfunding, 68
of customer
testimonials, 136
running, on social
media, 126
Visionaries, xxxv–xxxvi

W

Walmart, 6–7, 136
weightlifting belts, 130–131
Whole Foods, 6, 8
Wild Foods, 87
work, 19–21

Y

sambaraweb.com

Yang, Andrew, 151
yoga business, 32, 46–48, 81–82
yoga mats
  development of, 47–48
  and knee pain, 49–50
YouTube
  audience-building with, 128, 152
  networking with influencers on, 151
  running video ads on, 126
yo-yos, 46

Z

Zen Active, 48
Zigler, Jenna and Travis, 89, 129

sambaraweb.com

ABOUT THE AUTHOR

Ryan Daniel Moran is the founder of Capitalism.com, where he teachesentrepreneurs to build businesses and invest the profits. Ryan is best known for helping more than 300 new entrepreneurs build seven-figurecompanies, without big teams or 100-hour

sambaraweb.com

workweeks. He helps businessowners scale and sell companies and invest the profits for passive income,which is his own strategy to someday buy the Cleveland Indians. Ryan lives in Austin, Texas, where he loves to debate politics and religion.

sambaraweb.com