

خلاصه کتاب گاو بنفش اثر ست گادین

بازاریابی مرده است، این جمله‌ای است که ست گادین در کتاب گاو بنفش می‌گوید. اما چرا؟

به نظر تان چرا بازاریابی مرده است؟ شاید هم باید جوابش را در جمله مشهور نیچه یعنی “خدا مرده است” جستجو کنیم! دلیلش هرچه که باشد بی ربط به اسم کتاب نیست.

همه ما هر روز در معرض تبلیغات کوچک و بزرگ محصولات و خدماتی هستیم که دیگران قصد دارند به ما عرضه کنند. حتی خودمان هم مدام در حال رقابت با دیگران برای نگه داشتن یا کسب جایگاه شغلی بهتری هستیم. در چنین شرایطی چه چیزی ما را از دیگران جدا می‌کند؟ چه چیزی باعث می‌شود که به یاد ماندنی و همیشگی باشیم؟ پاسخ این سوالات را در خلاصه کتاب گاو بنفش پیدا می‌کنیم. استفاده از راهکارهای موجود در این کتاب می‌تواند موجب رشد و توسعه فردی و شغلی ما شود.

آشنایی با ست گادین، نویسنده کتاب گاو بنفش



ست گادین یک کارآفرین، نویسنده و استاد بازاریابی است. او صاحب وبسایت‌های محبوبی مانند Yoyodyne و Squidoo است. گادین یکی از پیشروان عرصه بازاریابی در سراسر جهان است. کتاب‌های او در سرتاسر جهان از شهرت بسیار زیادی برخوردارند و خود او نیز تاکنون بسیاری از کسب و کارهای مختلف را راهنمایی کرده است. همچنین او دو کتاب برجسته دیگر با نام‌های شیب و فریب ایکاروس نوشته که خلاصه هر دوی آن‌ها را می‌توانید در بخش خلاصه کتاب‌های سایت ما پیدا کنید. اما گاو بنفش در ایران بارها و بارها ترجمه شده است.

گاو بنفش به چه معناست؟



حدس می‌زنید اگر به یک مزرعه گاو نگاه کنید، چه خواهید دید؟ احتمالا بیشتر رنگ سیاه و سفید به چشم‌تان خواهد آمد و اگر خوش شانس باشید، شاید چند لکه قهوه‌ای هم ببینید. خب، احتمالا هیچ یک از این گاوها آنقدرها هم توجه شما را جلب نخواهد کرد. حالا تصور کنید که برخلاف شرایط عادی، یک گاو بنفش را در مزرعه ببینید! چنین گاوی بدون شک توجه شما را جلب می‌کند؛ زیرا گاو بنفش واقعا چیز عجیبی است! در این مثال درسی برای تمام شرکت‌ها وجود دارد: اگر محصولات شما مانند گاوهای معمولی سیاه و سفید یا حتی قهوه‌ای باشد، نمی‌توانید امیدوار باشید که توجه کسی را به خود جلب کنید. در عوض باید یک چیز منحصر به فرد ایجاد کنید: یک گاو بنفش.

در واقع گاو بنفش همان مزیت رقابتی است که باعث می‌شود توجه افراد به کسب و کار شما جلب شود. در نتیجه شما رشد بیشتر و سریع‌تری را تجربه می‌کنید و سودتان هم چند برابر خواهد شد. البته گاو بنفش چیزی فراتر از یک تغییر رنگ و شکل است، برای هم توصیه می‌کنم حتما بعد از مطالعه ادامه این مقاله، به سراغ خلاصه کتاب گاو بنفش بروید و با این اثر ست گادین بیشتر آشنا شوید.

از کتاب گاو بنفش چه چیزی یاد می گیریم؟

حرف حساب کتاب گاو بنفش این است: اگر تغییر نکنید، محکوم به فنا هستید!

فرقی ندارد که شما یک کارمندید یا کارآفرین، در هر صورت تا زمانی که مزیتی نسبت به سایرین نداشته باشید، محکوم به فنا هستید. برای درک بهتر آن به مثال مزرعه گاوها برمی گردیم. اگر از یک مزرعه گاو معمولی برگردید، احتمال اینکه یکی از آن گاوهای سیاه و سفید را به خاطر بسپارید چقدر است؟ مسلماً خیلی کم، اما اگر یک گاو بنفش را در آنجا ببینید چه اتفاقی می افتد؟ آیا تا آخر عمرتان این گاو را فراموش می کنید؟ معلوم است که نه. تمرکز ست گادین هم دقیقاً بر روی همین موضوع است. او به دنبال این است که به ما یاد بدهد چگونه به کمک افزایش خلاقیت و نوآوری خود به یادماندنی و قابل توجه باشیم.



این کتاب مناسب چه کسانی است؟

همه! بله، کاملاً درست دیدید، همه. فرقی ندارد که شما کارمندید یا کارفرما، رئیسید یا مرئوس، در هر صورت برخی ویژگی ها باعث پیشی گرفتن شما از رقیبان شود. در واقع ست گادین در کتاب گاو بنفش به ما نشان داده که چگونه می توانیم با بازاریابی و تبلیغات درست و اصولی تجربه ای ابدی در ذهن مشتریان و مخاطبانمان بسازیم. این امر باعث می شود نه تنها بتوانیم در نگاه اول توجه دیگران را به خود جلب کنیم، بلکه بتوانیم برای همیشه در ذهنشان باقی بمانیم.

حتی اگر کارمندی هستید که با کارفرمای خود همکاری می کنید، باز هم این کتاب برای شما مفید خواهد بود. دلیل؟ خب، وقتی شما بتوانید درست مانند یک فروشنده تاثیرتان را بر کارفرمای خود بگذارید، آنگاه توجه وی را به خود جلب



خلاصه کتاب گاو بنفش

کرده‌اید. به همین دلیلی هم او به این راحتی‌ها شما و خصوصیاتتان را از یاد نمی‌برد. برای همین می‌گوییم این کتاب برای تمام افراد مناسب و مفید است.

البته قرار نیست کل مجموعه ما حتماً به یک گاو بنفش تبدیل شود. شما می‌توانید هر یک از محصولات یا خدمات خود را به گاو بنفشی تبدیل کنید که دوشیدن آن به جای شیر برایتان اسکناس به ارمغان می‌آورد.

۶ درس مهمی که از این کتاب می‌گیریم

همانطور که گفتم این کتاب به درد همه‌ی ما می‌خورد. اما خود من از بین صفحات کتاب گاو بنفش ۶ درس مهم یاد گرفتم که در ادامه آن‌ها را با شما به اشتراک می‌گذارم.

۱- سعی نکنید تمام بازار را به دست بگیرید. تمرکزتان را بر روی یک گروه خاص بگذارید و به مرور سراغ سایر متقاضیان بازار بروید.

۲- بیخیال روش‌های قدیمی بازاریابی مانند تلویزیون و روزنامه شوید. به جای آن پول و سرمایه خود را صرف روش‌های نوین تبلیغاتی کنید.

۳- سعی کنید ابتدا پیشتازان و پذیرندگان اولیه را هدف قرار دهید. به این ترتیب می‌توانید روی تبلیغات دهان به دهان این دو گروه از افراد هم حساب باز کنید.

۴- به جای اینکه حوصله مخاطب را سر ببرید و او را خسته کنید تلاش کنید تاثیرگذار باشید.

۵- متفاوت بودن را امتحان کنید و از مسخره شدن نترسید.

۶- وقتی گاو بنفش خود را ساختید، صرفاً مشغول دوشیدن آن نشوید. بلکه تلاش کنید گاو بنفش بعدی را بسازید.

از بنفش بودن نهراسید! و البته نیازی هم نیست که از همین حال رنگ سازمانی خود را به بنفش تغییر دهید. گاو بنفش کتابی مختصر و مفید است که اگر فلسفه موجود در آن را دنبال کنید، می‌توانید نسبت به آینده شغل و کسب و کاری که دارید امیدوار باشید.

