

Page | 1 آیا می خواهید میلیاردر شدن را یاد بگیرید؟ این ۱۴ کار را بلافاصله انجام دهید

بیشتر آدم‌ها آرزو دارند شرایطشان به طرز معجزه‌آسایی تغییر کند. آنها تمایل ندارند خودشان آدم‌های بهتری شوند تا بتوانند شرایطشان را فعالانه بهبود بخشند. اما برخلاف بیشتر آدم‌ها که منتظر نشسته‌اند تا شانس در خانه‌شان را بزند، شما می‌توانید دنبال تبدیل شدن به آدمی باشید که مجهز به مهارت‌ها و توانایی‌های مختلف برای انجام کارهای فوق‌العاده است. شما می‌توانید به آن آدمی تبدیل بشوید که کار بسیار اثرگذاری انجام می‌دهد. کار شما می‌تواند مسائل مهمی را حل کند. می‌تواند زندگی دیگران را بهتر کند و مورد توجه آدم‌های مهم قرار بگیرد که کار شما را نه به خاطر شما که برای خودشان به اشتراک می‌گذارند. در این مقاله با نکته‌هایی درباره‌ی میلیاردر شدن آشنا می‌شوید.

اینکه که هستید و چه می‌کنید، کاملاً در اختیار خودتان است. اما نمی‌توانید بنشینید و فقط آرزو کنید که چنین اتفاقی بیفتد. باید تبدیل به آدمی بشوید که جذب موفقیت می‌کند. چطور؟

بزرگترین پاداشی که میلیاردر شدن به همراه دارد، مقدار پولی نیست که به دست می‌آورید، بلکه آن انسانی است که برای میلیاردر شدن باید به آن تبدیل شوید.

جیم ران -

بنجامین پی هاردی، دانشجوی دوره‌ی دکترای روان‌شناسی انگیزش و یکی از موفق‌ترین نویسندگان این حوزه، چهارده آموزه‌ی زیر را در اختیار کسانی قرار داده که می‌خواهند در مسیر میلیاردر شدن قدم بردارند

میلیاردر شدن، حداقل ۱۰ درصد از درآمدهای خودتان را روی 1. خودتان سرمایه‌گذاری کنید

اگر برای چیزی پول پرداخت نکنید، بعید است توجه لازم را به آن داشته باشید. بیشتر آدم‌ها به دنبال چیزهای مجانی هستند، اما اگر چیزی را مجانی به دست آورید، بعید است ارزشی برایش قائل باشید و آن را جدی نمی‌گیرید.

اصلاً چقدر روی خودتان سرمایه‌گذاری می‌کنید؟

چقدر نسبت به خودتان متعهد هستید؟

اگر روی خودتان سرمایه‌گذاری نمی‌کنید، پس در زندگی هیچ سرمایه‌گذاری‌ای نکرده‌اید. اگر روی کسب‌وکار خودتان سرمایه‌گذاری نکرده‌اید، احتمالاً کار با کیفیتی انجام نمی‌دهید. اگر روی روابط خودتان سرمایه‌گذاری نکرده باشید، احتمالاً به جای آنکه روی چیزهایی تمرکز کنید که می‌توانید ارائه دهید، روی آن چیزهایی متمرکز هستید که می‌توانید از دیگران بگیرید.

از منظر خودبهبودی، سرمایه‌گذاری ۱۰ درصد از درآمدهای خودتان روی خود، بازدهی ۱۰۰ برابر یا حتی بیشتر به همراه خواهد داشت. به ازای هر یک تومانی که روی تحصیلات، مهارت‌ها و روابط خود سرمایه‌گذاری می‌کنید، حداقل ۱۰۰ تومان پس می‌گیرید.

اگر می‌خواهید عملکرد فوق‌العاده‌ای داشته باشید، باید دور خودتان را با مربیان درجه یک پر کنید. هر کار فوق‌العاده‌ای که در زندگی انجام داده‌اید، نتیجه‌ی تربیت باکیفیت یک مربی درجه‌ی یک بوده است. اگر در زمینه‌ای به بن‌بست خورده‌اید، به این خاطر است که مربی باکیفیتی در آن زمینه نداشته‌اید.

بهترین مربی‌گری‌های دنیا، آنهایی هستند که بابتش به مربی‌تان پول پرداخت می‌کنید. اغلب، هر قدر بیشتر پرداخت کنید بهتر است، زیرا این رابطه را به مراتب جدی‌تر می‌گیرید. در چنین رابطه‌ای، باری به هر جهت برخورد نمی‌کنید. وقت خود را هدر نمی‌دهید. در حقیقت سرمایه‌گذاری کرده‌اید و به همین دلیل، دقیق‌تر گوش می‌کنید. بیشتر اهمیت می‌دهید. با ملاحظه‌تر و درگیرتر خواهید بود. اگر موفق نشوید، پیامدهای بیشتری گریبان‌تان را خواهند گرفت، به همین خاطر همه‌چیز را جدی می‌گیرید.

خود من برای کمک گرفتن در نوشتن اولین معرفی کتابم که باید به کارگزاران ادبی ارائه می‌دادم، ۳۰۰۰ دلار به نویسنده‌ی بسیار موفقی پرداخت کردم. آن ۳۰۰۰ دلار را به‌ازای شاید ۴ یا ۵ ساعت از وقت او پرداخت کردم اما در آن ۴ یا ۵ ساعت، آنچه باید برای نوشتن یک معرفی عالی درباره‌ی کتابم یاد می‌گرفتم به من آموخت. با در اختیار گذاشتن منابعی، این فرآیند را به طرز چشم‌گیری برایم بهتر و سریع‌تر کرد. در نتیجه، با کمک او توانستم کارگزار ادبی مناسبی پیدا کنم و بعد هم یک قرارداد برای شش جلد کتاب نوشتم.

اگر آن زمان بیش‌ازحد نگران پرداخت آن ۳۰۰۰ دلار بودم، مطمئناً تا امروز هم معرفی کتابی ننوشته بودم. اگر هم نوشته بودم، نهایتاً معرفی‌نامه‌ای بسیار بد بود. مسلماً به اندازه‌ی امروز انگیزه نداشتم و انجام اقدامات لازم بعید بود.

اگر دارید با خودتان می‌گویید شما چنین پولی برای پرداخت ندارید، مطمئناً می‌توانید از پس خرید حداقل یک کتاب بر بیایید؛ کتابی که در چنین شرایطی بتواند نقش آن مربی را برای شما ایفا کند. خود شما چقدر پول یا زمان صرف سرگرمی، لباس یا غذا می‌کنید؟ مسئله‌ی اصلی، اولویت است.

فقط وقتی انگیزه‌ی لازم را برای انجام کاری خواهید داشت که روی آن سرمایه‌گذاری کنید.

فراتر از بحث مربی‌گری، باید روی برنامه‌های آموزشی، دوره‌های آموزش آنلاین، کتاب و البته خوراک و استراحت خودتان هم سرمایه‌گذاری کنید.

سطح موفقیت شما مستقیماً با سطح سرمایه‌گذاری‌تان سنجیده می‌شود. اگر نتیجه‌ی دلخواه‌تان را به دست نمی‌آورید، به این خاطر است که به اندازه‌ی کافی سرمایه‌گذاری نکرده‌اید تا به آن نتایج دست یابید.

اولویت شما در سرمایه‌گذاری باید خودتان باشید.

:اینکه امروز چه کسی هستید، در حقیقت تعیین می‌کند که

از دواج‌تان چقدر باکیفیت خواهد بود؛

چقدر پدر یا مادر خوبی می‌شوید؛

کاری که انجام می‌دهید چقدر باکیفیت خواهد بود؛

سطح شادی‌تان چقدر خواهد بود.

2. میلیاردر شدن، حداقل ۸۰ درصد از اوقات فراغت خود را صرف یادگیری کنید

بیشتر آدم‌ها صرفاً مصرف‌کننده هستند، نه آفریننده. آنها کار می‌کنند تا حقوق دریافت کنند، نه اینکه تفاوتی ایجاد کنند.

بیشتر آدم‌ها وقتی با ابزارهای دیجیتالی‌شان تنها می‌شوند، صرفاً وقت تلف می‌کنند. اما فقط با سرمایه‌گذاری درست وقت است که از آن زمان چیزی به دست خواهید آورد.

تقریباً هر ثانیه‌ای که در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنید، زمان تلف‌شده است. نمی‌توانید آن را پس بگیرید. به جای بهبود آینده‌ی خود، درحقیقت آینده‌تان را بدتر کرده‌اید. درست مانند خوردن غذای فاسد می‌ماند؛ هر لحظه‌ای که هدر می‌دهید، وضعیت را بدتر می‌کند. هر ثانیه‌ای که به‌درستی سرمایه‌گذاری می‌کنید، وضعیت را بهتر می‌کند.

سرگرمی خوب است، اما فقط وقتی این سرگرمی مفید واقع می‌شود که در حقیقت سرمایه‌گذاری روی روابط یا روی خودتان باشد. اگر آن سرگرمی در آینده بازدهی داشته باشد، متوجه خواهید شد که درواقع سرمایه‌گذاری بوده است. این بازدهی می‌تواند دربردارنده‌ی خاطرات مثبت، یادگیری تحولی یا روابط عمیق باشد.

زندگی فقط سرگرم بودن نیست، آموزش و یادگیری هم مهم هستند. با آنکه هر دو واجب هستند اما آموزش، بازده بیشتری در آینده‌ی شما خواهد داشت.

موفق ترین آدم‌های دنیا مدام در حال یادگیری هستند. آنها فراوان می‌خوانند. آنها می‌دانند که دانسته‌هایشان تعیین می‌کنند که دنیا را چقدر خوب می‌بینند. می‌دانند که دانسته‌هایشان کیفیت روابطی را که می‌توانند داشته باشند و کیفیت کاری را که می‌توانند انجام دهند، مشخص می‌کند.

اگر مدام در حال اتلاف وقت در شبکه‌های اجتماعی هستید، چطور انتظار دارید کار ارزشمندی انجام دهید؟ ورودی شما مستقیماً بر نتیجه‌ی شما اثر می‌گذارد. چیزهای بی‌ارزش وارد کنید، چیزهای بی‌ارزش خارج می‌شود.

3. میلیاردر شدن، برای پول کار نکنید، برای یاد گرفتن کار کنید

حتما بخوانید: چگونه پولدار شویم؟

تا وقتی جوان هستید، برای یادگیری کار کنید، نه برای کسب درآمد.

رابرت کیوساکی -

بیشتر زمان «کاری‌تان» هم مانند عمده‌ی اوقات فراغت‌تان باید صرف یادگیری شود.

آدم‌های ثروتمند و شاد برای یادگیری کار می‌کنند. آدم‌های ناموفق و ناشاد اصولاً برای پول کار می‌کنند. فقط ۲۰ درصد از انرژی‌تان باید صرف انجام کار حقیقی‌تان شود. بقیه باید صرف یادگیری، بهبود و استراحت شود.

با «تیز کردن چاقو» است که مدام بهتر و تواناتر می‌شوید. همین‌طور که بخش بیشتری از زمان خود را صرف تفکر بهتر، ارتباط و کار بهتر می‌کنید، کیفیت کارتان هم افزایش می‌یابد. کم‌کم می‌توانید هزینه‌های خیلی خیلی زیادی برای کارتان بگیرید، چون هیچ‌کس دیگری مثل شما نمی‌تواند آن کار را انجام دهد.

وقتی یادگیری و بازیابی را در اولویت قرار می‌دهید، آن وقت است که موقع کار کردن، در وضعیت کاملاً آماده‌ای از نظر ذهنی هستید و همه‌ی وجودتان به کار مشغول می‌شود. دیگر مانند خیلی‌ها نیستید که موقع کار حواس‌شان پرت می‌شود. شما یا ۱۰۰ درصد مشغول کار هستید یا نه. وقتی به چنین سطحی می‌رسید، در چند ساعت، بیشتر از چند روز دیگران می‌توانید کار کنید.

در واقع زمان‌تان را به‌خوبی صرف می‌کنید، زیرا اولویت‌هایتان واضح هستند، به‌خوبی استراحت کرده‌اید و ذهن‌تان آماده است.

میلیاردر شدن، برای سرگرمی یاد نگیرید، برای 4. ارزش‌آفرینی بیاموزید

حتماً بخوانید: میلیاردر شدن

راز مهم موفقیت، تخصص فوق‌العاده نیست، بلکه توانایی استفاده از آن است. دانش بدون کاربرد آن، بیهوده است.

مکس لوکومینسکی -

در عصر رسانه و اطلاعاتی که در آن هستیم، میلیون‌ها چیز وجود دارند که می‌توانید بیاموزید. اما اگر آموخته‌هایتان را سریع به‌کار نگیرید، به اطلاعات سطحی بدل می‌شوند.

اطلاعات و دانش دو چیز بسیار متفاوت هستند. دانش و خرد هم دو چیز بسیار متفاوت هستند.

برای تعیین اینکه چه چیزی باید بیاموزید، چرا باید آن را بیاموزید و چه وقت باید بیاموزید، نیاز به خرد هست. اگر سرمایه‌گذاری نکرده باشید، احتمالاً با آن شدتی که لازم است تا آن دانش به حداکثر خود برسد نمی‌آموزید.

اگر ارزش وقت خود را ندانید، احتمالاً هنگام یادگیری درک لازم برای چشم‌پوشی از چیزهای دیگر را نخواهید داشت؛ یادگیری‌ای که بالاترین بازدهی را برای‌تان خواهد داشت.

وقتی چیزی می‌آموزید، باید از آن آموخته‌ها چیزی به‌دست آورید. امروزه افراد بسیاری هستند که کتاب می‌خوانند، فقط برای اینکه بگویند خیلی کتاب می‌خوانیم. اگر آنچه می‌آموزید را به‌کار نگیرید، وقت خود را هدر داده‌اید.

میلیاردر شدن، حداقل ۱۰ درصد از درآمد خود را روی 5 چیزهایی سرمایه‌گذاری کنید که پول بیشتری به‌همراه می‌آورند.

حتما بخوانید: فنگ شویی ثروت چیست؟

آدم‌های بسیار اندکی از ثروت حقیقی برخوردارند. حتی افرادی با درآمد بالا هم واقعاً ثروتمند نیستند. سبک

زندگی بیشتر آدم‌ها با درآمدشان سازگار است. وقتی پول بیشتری به دست می‌آورند، بیشتر مصرف می‌کنند. در حقیقت، خیلی‌ها فقط پول به دست می‌آورند تا خرج کنند. آدم‌های کمی هستند که برای سرمایه‌گذاری پول، آن را به دست آورند.

بهترین کار این است که کسب و کار خود را تنها یک‌دوم معادله‌ی درآمدی‌تان بدانید. شما کسب و کار خود را دارید که درآمد به همراه دارد. بعد از آن سرمایه‌گذاری‌تان است که آن درآمد را به پول بیشتری تبدیل می‌کند.

اینکه در مدیریت پول هایتان چقدر خوب عمل می‌کنید، مانند هر چیز دیگری با میزان کیفیت هدایت‌شدن‌تان تعیین می‌شود. اگر می‌خواهید در کار با پول عالی شوید، روی آموزش و تربیت سرمایه‌گذاری کنید.

بهترین زمان برای کاشت درخت ۲۰ سال پیش بود. بهترین زمان برای آغاز سرمایه‌گذاری هم در گذشته بود. اما اگر هنوز شروع نکرده‌اید، ننشینید و حسرت گذشته را نخورید. برای کسانی که امروز کاری نمی‌کنند، فردایی وجود ندارد.

همین امروز شروع کنید. آموزش ببینید. کاری ایجاد کنید یا چندین کار که بتوانید ۱۰ درصد از درآمدتان را آنجا صرف کنید. کم‌کم این سرمایه‌گذاری‌تان می‌تواند منافع بیشتری داشته باشد، حتی بیشتر از کسبوکار اصلی‌تان.

سود مرکب واقعیت دارد. اگر شما ۱۰ درصد از درآمدهای خود را به سرمایه‌گذاری در مدت زمان طولانی اختصاص دهید، آینده را تضمین می‌کنید. برخلاف بسیاری از کسانی که درآمد بسیار بالایی دارند، شما هر زمان که بخواهید می‌توانید دست از کار بکشید، زیرا پول شما پول بیشتری برای شما به همراه می‌آورد؛ بیشتر از آنکه برای زندگی راحت نیاز داشته باشید.

6. میلیاردر شدن، انگیزه‌ی خود را از گرفتن به بخشیدن تغییر دهید

این دنیا به بخشاینده‌ها می‌بخشد و از گیرندگان می‌گیرد.

جو پالیش -

بیشتر آدم‌ها فقط روی چیزی متمرکز هستند که می‌توانند از زندگی بگیرند.

!من! من! من!

اما وقتی نسبت به تعاملات دنیا آگاه می‌شوید، تمایلتان از گرفتن صرف، به بخشیدن تغییر می‌کند. می‌فهمید که این شیوه بسیار رضایت‌بخش‌تر از گرفتن صرف است. علاوه بر این، با چیزی تحریک می‌شوید که به آن باور عمیق دارید

وقتی انگیزه‌ی اصلی‌تان بخشیدن باشد، می‌فهمید چگونه باید روابطتان را بهبود ببخشید. مدام به ذهن‌تان می‌آید که عبارت «سپاسگزارم» را به دیگران بگویید

ایده‌های بیشتری درباره‌ی بهبود بخشی زندگی و کار دیگران خواهید داشت. شروع به مشارکت بیشتر می‌کنید که خود این به‌مراتب منجر به فرصت‌های بیشتر و روابط عمیق‌تر خواهد شد. مردم شما را دوست خواهند داشت و به شما اعتماد خواهند کرد. کارتان را با انگیزه‌ی والاتری دنبال می‌کنید و در نتیجه، الهام و تأثیر بسیار بیشتری خواهید گرفت

7. میلیاردر شدن، به‌صراحت اذعان کنید که چقدر به دیگران وابسته‌اید

فقط به این خاطر که انگیزه‌ی اصلی‌تان کمک کردن است، این معنی را نمی‌دهد که کمک دیگران را نمی‌خواهید. در واقع، همه‌ی آدم‌ها مدام به‌دنبال دریافت کمک هستند

واقعیت این است که همه به‌شدت به یکدیگر وابسته هستند تا بتوانند کاری را که باید انجام دهند. اما اذعان صریح به این وابستگی، خرد و تواضع می‌طلبد. به جای آنکه آن را نقطه ضعف ببینید، بدانید که نقطه‌ی قوت است

فراتر از اذعان به وابستگی، مدام قدردانی خود را نسبت به افرادی که در زندگی‌تان هستند بیان کنید. اینکه شما قدردانی می‌کند، خودش مورد قدردانی قرار می‌گیرد. روابط شما، داشته‌هایی هستند که در طول زمان باید آن‌ها را رشد دهید و بهتر کنید

اگر از روابطتان قدردانی نکنید و به آنها بی‌توجه باشید، آسیب خواهند دید. همه‌ی روابط مثل حساب بانکی هستند؛ اگر کسی مدام در حال واریز باشد و دیگری مدام در حال برداشت، سرانجام همه‌ی منابع خالی می‌شوند.

در چنین روابطی یک به علاوه‌ی یک کمتر از ۲ می‌شود. برعکس، در روابط هم‌افزا و سالم، یک به علاوه‌ی یک خیلی بیشتر از ۲ خواهد شد. وقتی دو نفر مدام در حال بخشیدن و گرفتن هستند، حساب بانکی رابطه‌ای به رشد و گسترش خود ادامه می‌دهد و چندین منفعت منتظره و غیرمنتظره به همراه می‌آورد.

برای مثال، خود من اخیراً با برادرم به باشگاهی ورزشی رفتم. در آغاز تمرین، او سردرگم بود. نه به انرژی من اضافه می‌کرد و نه کمک می‌کرد تمرینم بهتر از تمریناتم هنگام تنهایی انجام بدهم. انرژی‌ام را می‌گرفت و باعث می‌شد انرژی و تلاش بیشتری از زمان تنهایی‌ام صرف کنم.

به او گفتم چه اتفاقی در حال افتادن است و او هم سریع وضعیت هیجانی‌اش را تغییر داد. فهمید که حالتش چقدر روی من تأثیرگذار است. در حقیقت در آن لحظه، انگیزه‌ی او از یک تجربه‌ی ورزشی صرف، به ایجاد چیزی فوق‌العاده تغییر کرد.

وضعیت ذهنی مشترک ما بالا رفت. ما را به جریانی گروهی سوق داد. تمرین ما خیلی فراتر از چیزی شد که به تنهایی می‌توانستم انجام بدهم. نه فقط آن، بلکه شروع به ردوبدل کردن جملات الهام بخش کردیم. این منجر به درکی فوق‌العاده و روابطی شد که اتفاقاً به کتابی که در حال نوشتن آن هستیم هم مربوط بود.

این تمرین فوق‌العاده، پیامد هم‌افزایی را به‌دنبال داشت. این ادراکاتی که با شما در میان گذاشتم هم منافع غیرمنتظره‌ای برای کتاب من بودند. این فقط زمانی می‌تواند رخ دهد که هر دو طرف فعالانه در حال بخشیدن و گرفتن در قالب یک رابطه باشند؛ جایی که هر دو روی آفرینش تمرکز دارند، نه مصرف، جایی که انگیزه‌ی اصلی هر دو کمک به دیگری برای موفق شدن است.

8. میلیاردر شدن، برای دستیابی به اهداف ۱۰ برابری و ۱۰۰ برابری، شراکت‌های راهبردی بُرد بُرد ایجاد کنید

همه‌ی شرکت‌های شکست‌خورده مثل هم هستند؛ آنها برای فرار از رقابت شکست خوردند.

پیتر تیل -

بیشتر آدم‌ها، بیشتر در وضعیت رقابتی به‌سر می‌برند تا همکاری.

همکاری سطح بسیار بالاتری از رقابت است. رقابت روی خود تمرکز می‌کند. تفکر بسیار سطح پایینی هم هست، زیرا آنچه به خودی خود می‌توانید انجام دهید، بسیار محدود است. افراد رقابتی، مدام در تقلا هستند. آنها بیشتر روی پیروزی تمرکز دارند تا ایجاد راه‌حلهای واقعی.

اما وقتی تفکرشان گسترش می‌یابد، می‌فهمید که با کمک دیگران می‌توانستید کار بیشتری انجام دهید. همکاری، ارتباطات منحصربه‌فردی ایجاد می‌کند که تنها کار کردن، هرگز نمی‌توانست چنین کاری کند.

مسئله شما مهارت‌ها و دانشی دارید که در حوزه تخصصی‌تان فوق‌العاده است. افراد دیگری هم هستند که در حوزه‌های دیگری دارای مهارت‌ها و دانشی هستند که کاملاً خارج از آگاهی شماست. این افراد صاحب داشته‌هایی هستند که شما ندارید.

اگر می‌خواهید نتایج ۱۰ برابر یا ۱۰۰ برابر نسبت به دیگران در حوزه تخصصی خود بگیرید، باید شراکت‌های «برد برد» استراتژیک ایجاد کنید. این امر عموماً زمانی رخ می‌دهد که شما طرحی ایجاد می‌کنید که مجموعه مهارت‌ها و داشته‌هایتان با مجموعه مهارت‌ها و داشته‌های شخص دیگری در هم می‌آمیزند.

آنچه شما به‌خوبی انجام می‌دهید، برای شخص دیگری دشوار است. آنچه شما نمی‌توانید از پیش برآیید، دیگران می‌توانند به‌خوبی انجام دهند.

پس با چه کسی می‌توانید شراکت کنید که سرعتتان بیشتر شود؟

چه کسی دارایی‌ها و منابعی دارد که شما از آنها برخوردار نیستید؟

چگونه می‌توانید به این افراد کمک کنید؟

قادر به توسعه‌ی چه نوع مشارکت‌هایی هستید تا به شما اجازه دهند سریع‌تر به اهدافتان دست یابید و به دیگران هم کمک کند تا سریع‌تر به اهداف خودشان دست یابند؟

وقتی با دیگران همکاری می‌کنید، در حقیقت یک به‌علاوه‌ی یک بیش از ۲ خواهد شد. این کل، با جمع تک تک اجزا فرق دارد

این‌گونه است که تبدیل وضعیت رخ می‌دهد. فقط کسانی که همکاری می‌کنند، تبدیل وضعیت واقعی را تجربه می‌کنند. آنهایی که فقط به‌تنهایی خوب کار می‌کنند، در جهان‌بینی محدود خود گرفتار هستند

وقتی با دیگران در هم می‌آمیزید، ایده‌ها و اهدافتان تغییر می‌کنند. بزرگتر و بهتر می‌شوند. متفاوت با آن چیزی می‌شوند که قبل از آن می‌توانستید به‌تنهایی انجام دهید

تنها شیوه‌ی داشتن چنین مشارکت‌هایی، تفکر بلندمدت است. باید در این بازی سرمایه‌گذاری کنید. صرفاً نمی‌تواند تبادلی باشد. «این در ازای آن» نیست. چیزی به‌مراتب عمیق‌تر است. به این صورت، اخلاق‌مداری بیشتری در کارتان دارید. بیشتر قدر کارتان را می‌دانید. مدام کار درست را انجام می‌دهید، حتی اگر آن کار درست، دشوار و سخت باشد

به‌دنبال روابط تبادلی نباشید. فقط به‌دنبال روابط تبدیل وضعیتی بلندمدت باشید

میلیاردر شدن، اهداف ۱۰ برابری تعیین کنید و با 9 ترس‌هایتان روبه‌رو شوید

به اهداف کنونی خود نگاه کنید.

چرا این معیار شما برای «موفقیت» است؟

اصلا چرا چنین چیزی هدف شماست؟

اگر این هدف را ۱۰ برابر بزرگتر کنید، چه اتفاقی خواهد افتاد؟

اگر به جای مثلا ماهی ۳ میلیون تومان، ماهی ۳۰ میلیون را هدف قرار دهید چه؟

آیا چنین چیزی اصلا ممکن است؟

البته که ممکن است. آدم‌های زیادی هستند که چنین می‌کنند. تنها فرق میان آنها و شما، تحصیلات، روابط و راهکارهایشان است.

وقتی هدفتان را ۱۰ برابر می‌کنید، باید خیلی متفاوت درباره‌ی رفتارهای روزانه‌تان بیندیشید. باید در تمام جنبه‌های زندگی جدی‌تر باشید. باید تفکر محدود و حواس‌پرتی‌ها را حذف کنید.

برابر کردن هدف، یکی از بهترین چیزهایی است که 10 می‌توانید برای خود انجام دهید. این هدف باید در همان زمانی در نظر گرفته شود که در اوج هستید. با انجام کاری قدرتمند است که به اوج می‌رسید؛ خواه آن کار تمرین باشد، یادگیری باشد یا حضور در محیطی منحصربه‌فرد همچون یک

کشور خارجی. با حضور میان افراد خاصی هم می‌توانید در اوج قرار بگیرید؛ کسانی که به شما الهام می‌بخشند تا بهترین نسخه‌ی خودتان باشید.

فقط خودتان هستید که می‌دانید چه چیزی شما را به نقطه‌ی اوج و اشتیاق می‌رساند. بنابراین هر کاری می‌توانید انجام دهید تا به آنجا برسید و بعد هم اهدافتان را بنویسید. آنچه قصد انجامش را دارید به وضوح بیان کنید. بعد هم آن هدف را بنویسید و هر روز آن را تجسم کنید تا به واقعیت تبدیل شود.

وقتی به این هدف فکر می‌کنید، از جریان طبیعی ایده‌هایی که دنبال می‌کنید، منحرف نشوید.

شما نمی‌توانید با همان تفکر و رفتارهایی که اکنون دارید، نتایج آتی را ۱۰ برابر کنید. در این مسیر، وقتی به هدفتان فکر می‌کنید، به ایده‌های جدیدی هم دست خواهید یافت تا سریع‌تر به آن هدف دست یابید.

این احتمال هم وجود دارد که شما از نادانسته‌هایتان آگاهی ندارید. بنابراین باید واقعا شروع به آموزش خودتان کنید؛ آموزش اینکه چگونه ممکن است به هدفتان دست پیدا کنید. باید نسبت به آنچه انجام می‌دهید محکم‌تر ظاهر شوید. باید بیشتر بیافرینید و بیشتر شکست بخورید. در حقیقت بارها و بارها. اغلب سریع‌ترین مسیر به سوی کیفیت است.

نه فقط آن، بلکه وقتی درباره‌ی هدف ۱۰ برابری خود فکر می‌کنید هم، احتمالا ایده‌هایی به نظرتان خواهد رسید که شما را می‌ترسانند. وقتی کاری می‌کنید که شما را می‌ترساند، در حقیقت مرزی را رد می‌کنید که بیشتر آدم‌ها

هرگز از آن عبور نمی‌کنند. کار ترسناک اغلب بسیار سودمند و ارزشمند است.

میلیاردر شدن، در بازاریابی خیلی خیلی خوب شوید. 10.

بازاریابی چیزی نیست جز روان‌شناسی کاربردی؛ ارتباط با آدم‌ها، متقاعد کردن دیگران و کمک به آنها

خیلی‌ها فکر می‌کنند بازاریابی چیزی کثیف و غیراخلاقی است

بسیاری از «هنرمندان» بازاریابی را نمی‌آموزند، چون نمی‌خواهند «خودشان را بفروشند». آنها می‌خواهند کارشان خالص باشد. دانشگاهی‌ها هم بهتر از این نیستند. آثار آنها در دسترس مردم عادی نیست

بازاریابی چیزی نیست جز آسان‌تر و بهتر کردن یافتن و استفاده از کارتان

حقیقت این است که مردم یک دفعه ظاهر نمی‌شوند که محصول یا خدمات شما را بخرند. آنها ناگهان ظاهر نمی‌شوند تا نوشته‌های شما را بخوانند

اصلا بیایید در مورد همین لحظه فکر کنید: چطوری به این صفحه آمدید؟ به عنوان این مقاله نگاه کنید. همین مقاله را می‌توانستیم «توصیه‌هایی برای موفقیت» بنامیم. اما آیا روی چنین عنوانی کلیک می‌کردید؟

احتمالا نه. اما روی «میلیاردر شدن» کلیک کردید. چرا روی این عنوان کلیک کردید؟ چطوری تا اینجا مقاله را خواندید؟

درباره‌ی همین تجربه فکر کنید.

بازاریابی «چگونگی» هر کاری است که انجام می‌دهید

دلیل اینکه بیشتر مردم موفق نیستند، به این خاطر است که یا از بازاریابی می‌ترسند و یا از آن امتناع می‌کنند. به همین دلیل هم بیشتر افراد معلم‌های بدی هستند. آنها بیشتر روی محتوا تمرکز دارند تا تحویل و طراحی آن محتوا. اما تحویل (یا همان چگونگی) اگر مهم‌تر نباشد، درست به اندازه‌ی اینکه چه کاری انجام می‌دهید یا چرا این کار را انجام می‌دهید مهم است.

شاید شما درمان سرطان را بدانید. اما اگر آن را درست بازاریابی نکنید، هیچ‌وقت نمی‌توانید درمان خود را عرضه کنید. شاید مهم‌ترین پیام دنیا را داشته باشید یا بهترین قصه‌ی دنیا را بدانید، اما اگر آن را هوشمندانه عرضه نکنید، هیچ‌کس آن را نخواهد دید.

11. میلیاردر شدن، روی زمان و تلاش تمرکز نکنید، به‌جای آن روی نتایج تمرکز کنید

که بنیان‌گذار پلتفرم کارآفرینی (Dan Sullivan) دن سولیوان است، بین (Strategic Coach) اختصاصی به نام استراتژیک کوچ

کسانی که در «اقتصاد زمان و تلاش» فعال هستند، با کسانی که در «اقتصاد نتایج» هستند، تمایز قائل می‌شود.

اگر شما هم در اقتصاد زمان و تلاش فعالیت دارید، در واقع روی مشغول بودن تمرکز دارید. در واقع به مقدار زمان و انرژی‌ای عقیده دارید که صرف می‌کنید. در مقابل، وقتی در اقتصاد نتایج هستید، فقط روی دستیابی به نتیجه‌ای مشخص متمرکز هستید.

خط معیار همان چیزی است که اهمیت دارد و بنابراین یافتن مؤثرترین راه برای رسیدن به آنجا بسیار مهم می‌شود. این یکی از تفاوت‌های مهم بین کارآفرینان و کارمندان است. سولیوان می‌گوید:

کارآفرینان «خط معیار»، «اقتصاد زمان و تلاش» را به سوی «اقتصاد نتایج» رد کرده‌اند. برای آنها درآمد تضمین‌شده‌ای وجود ندارد. کسی هر دو هفته یک بار برای‌شان چک نمی‌نویسد. آنها با توانایی‌شان در ایجاد فرصت با ایجاد ارزش برای مشتریان‌شان زندگی می‌کنند. گاهی اوقات زمان و تلاش زیادی صرف می‌کنند، ولی نتیجه‌ای نمی‌گیرند. گاهی اوقات هم آن‌قدرها زمان و تلاش صرف نمی‌کنند، اما نتیجه‌ی فوق‌العاده‌ای به دست می‌آورند. تمرکز کارآفرینان همیشه باید روی نتایج باشد، وگرنه درآمدی نخواهند داشت. اگر برای یک کارآفرین کار کنید چطور؟ این امر برای شما هم صدق می‌کند. با آنکه احتمالاً درآمد تضمین شده‌ای دارید، اما باید بدانید کسب‌وکاری که در آن مشغول هستید، داخل اقتصاد نتایج موجودیت می‌یابد، حتی اگر آن را دقیق هم نبینید. به نظر من این نکته باعث نمی‌شود احساس ناامنی کنید، اما نشان‌تان می‌دهد که چگونه باید در چنین محیطی موفق بود؛ با به حداکثر رساندن نتایج و به حداقل رساندن زمان و تلاشی که برای رسیدن به آنها صرف می‌کنید.

خیلی‌ها به نتایج فکر نمی‌کنند، زیرا امنیتشان در حقوقی نهفته است که دریافت می‌کنند. اما وقتی تمرکز خود را از اینکه «چقدر کار می‌کنید» به «چقدر می‌توانید کار کنید» تغییر می‌دهید، «چگونه کار کردن‌تان» را هم تغییر می‌دهید.

شروع به یادگیری راه‌هایی برای انجام سریع‌تر کارها می‌کنید. مسئولیت بیشتری قبول می‌کنید. محیط خود را تغییر می‌دهید و این را هم می‌فهمید که خواب و استراحت چقدر برای دستیابی به تعداد زیادی از نتایج ممکن اهمیت دارد. بنابراین شروع به استفاده از مرخصی‌های بیشتر و بیشتر و استراحت می‌کنید.

اگر ۸۰ درصد از انرژی خود را به استراحت و خودبهبودی اختصاص دهید، وقتی واقعا مشغول کار می‌شوید، ذهن و جسم آماده‌ای برای حل مسائل دارید.

آن وقت ۱۰ بار بهتر از دیگران فکر می‌کنید. در بازه‌ی زمانی کوتاه و با فشار بالا کار می‌کنید. موقع کار می‌توانید حسابی از پس وظایفتان برآیید، چون زمان خیلی زیادی را صرف استراحت و آماده‌سازی خودتان می‌کنید.

میلیاردر شدن، محیط اطرافتان را مدام تغییر دهید. 12.

محیطی که در آن کار می‌کنید، باید بازتاب‌دهنده‌ی کاری باشد که انجام می‌دهید.

انجام چند نوع کار در محیطی یکسان تأثیر کافی را ندارد. اما آدم‌ها همیشه چنین کاری می‌کنند. آنها در یک صندلی می‌نشینند و ذهن‌شان را از کاری به کار دیگر مشغول می‌کنند.

رویکرد بسیار بهتر، دسته‌بندی فعالیت‌ها و انجام آنها در محیط مرتبطشان است.

برای مثال، وقتی پستی برای بلاگ می‌نویسم، در کتابخانه‌ی ساکتی کار می‌کنم که حواسم پرت نشود. به این خاطر که محیط اطرافم کیفیت نگارش را بیشتر می‌کند و از آنجا که می‌دانم آن روز کارم فقط نوشتن است، زیاد می‌نویسم. نوشتن ۲ تا ۵ پست بلاگ در یک جلسه، آسان‌تر از نوشتن یک پست در هر بار است.

، نویسنده و کارآفرین، فعالیت‌هایش را (Ari Meisel) آری میزل دسته‌بندی کرده و بسته به کاری که انجام می‌دهد، محیط‌های کاری خود را تغییر می‌دهد. در روزهایی که قرار است پادکست ضبط کند، به استودیو می‌رود و در یک جلسه، حدود ۵ پادکست ضبط می‌کند.

در روزهای دیگر، کل روزش را در جلسات می‌گذراند. این کار را در آپارتمان دوستش انجام می‌دهد، چون محیطی است که حسابی در آن تمرکز می‌کند.

(SOHO) خیلی هم می‌نویسد و این کار را در باشگاه سوهو هاوس نیویورک انجام می‌دهد، چون محیط آرامی است با (HOUSE) دسترسی به اینترنت ضعیف. سرعت کم اینترنت باعث می‌شود مدام اینترنت‌گردی نکند و حتی از موبایلش هم استفاده نکند، زیرا آنتن ندارد.

13. میلیاردر شدن، «ثروت» و «موفقیت» را برای خود تعریف کنید

همه‌ی معنای موفقیت و ثروت در پول خلاصه نمی‌شود. خیلی‌ها هستند که پول زیادی دارند، ولی در بقیه‌ی حوزه‌های مهم زندگی خود «سرمایه»ی اندکی دارند

مسئله پول خیلی مهم است. مشکلات زیادی را حل می‌کند. فرآیندها را سرعت می‌بخشد. اما پول فقط یک ابزار است. وسیله‌ای برای انجام کار است. برای کسانی که مشغول کاری هستند که عمیقاً به آن اعتقاد دارند، پول فقط ابزاری برای انجام کار بیشتر است

14. پایه‌ی محکمی داشته باشید، این رویکرد به برندگان تبدیل می‌شود

برای موفق شدن، باید به چیزی عقیده داشته باشید. باید پایه‌ای داشته باشید

همه‌ی برندگان و افراد موفق یک چرای واضح دارند. سایمون «در کتابش با عنوان «با چرا شروع کنید» (Simon Sinek) سینک می‌گوید مردم «آنچه را می‌فروشید» نمی‌خرند، (Start With Why) بلکه «چرا می‌فروشید» را می‌خرند

اپل مثال فوق‌العاده‌ای است. آنها در کل بازاریابی خود، ویژگی‌های فنی محصولاتشان را توضیح نمی‌دهند، بلکه ارزش‌های اصلی خود را تعریف می‌کنند و آنها را به اشتراک می‌گذارند.

اگر می‌خواهید متقاعدکننده و جالب توجه باشید، باید عمیقاً به چیزی اعتقاد داشته باشید. باید پایه‌ی روشنی داشته باشید. آن پایه به برندگان تبدیل می‌شود. به نام تجاری شما تبدیل می‌شود. به تمایزتان نسبت به دیگران تبدیل می‌شود.

وقتی پایه و برند مشخصی دارید، متمایز هستید. دیگر خنثی نیستید. به چیزی عقیده دارید و برای تخییری مشخص مبارزه می‌کنید.

در نتیجه، افراد یا عاشق شما می‌شوند یا متنفر. این چیزی است که می‌خواهید. بی‌اشتیاقی یعنی چیزی برای گفتن ندارید. بی‌اشتیاقی یعنی تلاش می‌کنید همه را راضی نگه دارید.

ثروتمندان به دنبال هدف مشخصی هستند. هدف مشخص شما باید مخاطبان‌تان باشند. آنها گروه خاصی هستند که با پایه‌ای که در تلاش برای ساختنش هستید موافقند. آنها به شما ایمان دارند.

اگر سعی کنید همه را راضی نگه دارید، پیام، بازاریابی و محصولات شما بسیار بد خواهند شد. نسبت به آن چرایتان رویکرد مشخصی ندارید و هیچ‌کس دیگری هم نمی‌داند چرا. در نتیجه شما هم مانند دیگران یک آدم متوسط خواهید بود و کارتان تمایزی نخواهد داشت.

فقط افرادی که پایه‌ی محکمی دارند، در
بازاریابی خیلی خیلی خوب خواهند شد. آنها
آنقدر به پیامشان اهمیت می‌دهند که آن را اعلام کنند.
آنها می‌دانند که «چگونه» هم به همان اندازه‌ی «چه» و
«چرا» اهمیت دارد.