**بسم الله الرحمن الرحیم**

استراتژی پیوسته

ایجاد روابط مستمر با مشتری برای خلق مزیت رقابتی

نویسندگان: نیکولای سیگلکو و کریستین ترویش

مترجمین:

دکتر سید حمید خداداد حسینی

دکتر محمد جوادی

سروش شایگان نریمان

فهرست مطالب

[**مقدمه** 10](#_Toc77239658)

[**فصل اول: چهارچوب استراتژی پیوسته** 17](#_Toc77239659)

[بخش اول: مزایای استراتژی­های پیوسته 21](#_Toc77239660)

[بخش دوم: خلق روابط پیوسته با مشتری 22](#_Toc77239661)

[بخش سوم: خلق مدل­های تحویل پیوسته 27](#_Toc77239662)

[چگونگی استفاده از این کتاب 34](#_Toc77239663)

[**بخش اول**: **مزایای استراتژی­های پیوسته** 36](#_Toc77239664)

[**فصل دوم: برهم زدن بده بستان [موجود] میان تجربه برتر مشتری و کاهش هزینه­ها** 37](#_Toc77239665)

[مرز کارایی 38](#_Toc77239666)

[گسترش مرز کارایی 40](#_Toc77239667)

[مرز جدید کارایی در حمل و نقل 46](#_Toc77239668)

[ایجاد پیوندهای عمیق­تر میان گروه­های موجود 48](#_Toc77239669)

[ایجاد پیوندهای جدید 51](#_Toc77239670)

[جابه­جایی بیشتر مرز به وسیله­ی ایجاد پیوندهای جدید 58](#_Toc77239671)

[استراتژی پیوسته و مزیت رقابتی 60](#_Toc77239672)

[استراتژی پیوسته و حریم خصوصی 62](#_Toc77239673)

[ساختارشکنی بالقوه استراتژی­های پیوسته 64](#_Toc77239674)

[**فصل سوم: کارگاه1؛ استفاده از پیوستگی برای ارائه تجربه­های برتر مشتری در هزینه­های پایین­تر** 67](#_Toc77239675)

[گام اول: پرسش­های تشخیصی 68](#_Toc77239676)

[گام دوم: طوفان فکری در مورد پتانسیل استراتژی پیوسته 69](#_Toc77239677)

[گام سوم: شروع شناسایی محرک­های تمایل به پرداخت 70](#_Toc77239678)

[گام چهارم: ترسیم مرز کارایی برای صنعت خود 72](#_Toc77239679)

[**بخش دوم: خلق روابط پیوسته با مشتری** 77](#_Toc77239680)

[**فصل چهارم: تشخیص، درخواست و پاسخ؛ خلق تجربه­های پیوسته مشتری** 78](#_Toc77239681)

[تجربه پیوسته مشتری [به شیوه­ی] پاسخ به تمایل 82](#_Toc77239682)

[تجربه پیوسته مشتری [به شیوه­ی] پیشنهاد سرپرست 84](#_Toc77239683)

[تجربه پیوسته مشتری [به شیوه­ی] رفتار مربی 86](#_Toc77239684)

[تجربه پیوسته مشتری [به شیوه­ی] اجرای خودکار 90](#_Toc77239685)

[جریان اطلاعات از جانب مشتری به شرکت 92](#_Toc77239686)

[قلمروهای مختلف برای گونه­های متفاوت تجربه­های پیوسته مشتری 98](#_Toc77239687)

[تشخیص-درخواست-پاسخ: چشم­اندازی گسترده­تر از برآورده ساختن نیازهای مشتری 101](#_Toc77239688)

[**فصل پنجم: تکرار؛ ایجاد روابط مشتری برای خلق مزیت رقابتی** 103](#_Toc77239689)

[جابه­جایی مرز کارایی در آموزش 106](#_Toc77239690)

[خلق تجربه­های مشتری یکپارچه در میان تجارب مقطعی: تقویت «تشخیص» 110](#_Toc77239691)

[بهبود شخصی­سازی مبتنی بر تعاملات گذشته: تقویت «درخواست» 113](#_Toc77239692)

[یادگیری در سطح جمعی برای بهبود پیشنهاد محصول: تقویت «پاسخ» 115](#_Toc77239693)

[تبدیل شدن به شریکی قابل اعتماد برای مشتری: تشخیص نیازهای عمیق­تر 119](#_Toc77239694)

[اهمیت بُعد تکرار در خلق مزیت رقابتی پایدار 124](#_Toc77239695)

[چالش اعتماد داده در استراتژی­های پیوسته 128](#_Toc77239696)

[چهار سطح شخصی­سازی برای تبدیل شدن به شریکی قابل اعتماد 130](#_Toc77239697)

[**فصل ششم: کارگاه2؛ ایجاد روابط پیوسته با مشتری** 132](#_Toc77239698)

[گام1: سیر مشتری فعلی [موجود] در یک تجربه مشتری را ترسیم کنید 133](#_Toc77239699)

[گام2: سائق­های تمایل به پرداخت و نقاط درد مشتری را شناسایی کنید 136](#_Toc77239700)

[گام3: جریان اطلاعاتی این تجربه مشتری را به دست آورید 140](#_Toc77239701)

[گام4: نیازهای عمیق­تر مشتری را شناسایی کنید 141](#_Toc77239702)

[گام5: رابطه فعلی با مشتری خود را در بین تجارب مجزا (و تکراری) مشتری درک کنید 143](#_Toc77239703)

[گام6: فرصت­های جدیدی برای کاهش نقاط درد مشتری و کم­کردن هزینه­های اجرایی شناسایی نمایید 145](#_Toc77239704)

[گام7: به منظور بهبود چرخه تشخیص-درخواست-پاسخ، راه­های جدیدی را برای به­کارگیری اطلاعات جمع­آوری­شده از تعاملات پرتکرار بیابید 148](#_Toc77239705)

[گام8 : خطی­مشی­های حفاظت از داده خود را مورد ارزیابی قرار دهید تا اعتماد با مشتریانتان را حفظ کنید 151](#_Toc77239706)

[**بخش سوم: خلق مدل­های تحویل پیوسته** 153](#_Toc77239707)

[**فصل هفتم: طراحی معماری­های پیوند** 154](#_Toc77239708)

[تولیدکننده پیوسته 155](#_Toc77239709)

[خرده­فروش پیوسته 160](#_Toc77239710)

[بازارساز پیوسته 165](#_Toc77239711)

[سامان­دهنده جمع 169](#_Toc77239712)

[خالق شبکه نظیر به نظیر 173](#_Toc77239713)

[ماتریس استراتژی پیوسته 176](#_Toc77239714)

[فراتر از پلتفرم­ها: معماری­های پیوند پنجگانه 177](#_Toc77239715)

[**فصل هشتم: مدل­های درآمدی برای استراتژی­های پیوسته** 181](#_Toc77239716)

[مدل­های درآمدی: مروری مختصر 186](#_Toc77239717)

[استراتژی­های پیوسته دارای چه چیز جدیدی هستند؟ 188](#_Toc77239718)

[اصل1: ابتدا به خلق ارزش فکر کنید 190](#_Toc77239719)

[اصل2: بر مبنای عملکرد قیمت­گذاری کنید 192](#_Toc77239720)

[اصل3: به یاد داشته باشید [که] اکوسیستم گسترده­تر از زنجیره تأمین است 193](#_Toc77239721)

[اصل4: هنگام خلق ارزش پول دریافت کنید 194](#_Toc77239722)

[اصل5 : مقداری از ارزش خلق شده را مجدداً در روابط بلندمدت سرمایه­گذاری کنید 198](#_Toc77239723)

[اصل6 : هنگام جایگزینی پرداخت­های نقدی کاربران با پرداخت­های از جنس داده احتیاط کنید 199](#_Toc77239724)

[6 اصل برای طراحی مدل­های درآمدی در استراتژی پیوسته 203](#_Toc77239725)

[**فصل نهم: زیرساخت فناوری برای استراتژی­های پیوسته** 204](#_Toc77239726)

[ساختارزدایی: شکستن استراتژی پیوسته به مجموعه­ای از وظایف 207](#_Toc77239727)

[وظایف توسط انباشته فناوری انجام می­شوند 210](#_Toc77239728)

[وظایف می­توانند توسط فناوری­های جایگزین انجام شوند 213](#_Toc77239729)

[نوآوریِ از پایین به بالا از طریق ارتقای انباشته 217](#_Toc77239730)

[مدل­های کسب و کار نوآورانه لزوماً نیازمند فناوری­های جدید نیستند 221](#_Toc77239731)

[**فصل دهم: کارگاه3؛ ساخت مدل تحویل پیوسته مخصوص شما** 224](#_Toc77239732)

[بخش1: ساخت معماری پیوند مخصوص شما 225](#_Toc77239733)

[بخش2: ساختن مدل درآمدی مخصوص شما 228](#_Toc77239734)

[بخش3: انتخاب زیرساخت فناوری 230](#_Toc77239735)

[خلاصه کارگاه 236](#_Toc77239736)

[**سخن پایانی** 238](#_Toc77239737)

فهرست اشکال

[شکل1-1 استراتژی پیوسته 19](#_Toc77239738)

[شکل 1-2 مرز کارایی 38](#_Toc77239739)

[شکل 2-2 گسترش مرز کارایی 42](#_Toc77239740)

[شکل 3-2 مرز کارایی جدید در صنعت خواربار 44](#_Toc77239741)

[کاربرگ 1-3 محرک­های تمایل به پرداخت مشتریانتان را شناسایی کنید 71](#_Toc77239742)

[کاربرگ2-3 مرز کارایی صنعت شما 73](#_Toc77239743)

[شکل1-4 سه مرحله از سیر مشتری 80](#_Toc77239744)

[شکل 2-4 تجربه پیوسته مشتری پاسخ به تمایل 82](#_Toc77239745)

[شکل3-4 تجربه پیوسته مشتری پیشنهاد سرپرست 84](#_Toc77239746)

[شکل4-4 تجربه پیوسته مشتری رفتار مربی 87](#_Toc77239747)

[شکل5-4 تجربه پیوسته مشتری اجرای خودکار 90](#_Toc77239748)

[شکل 1-5 مرز کارایی سنتی در صنعت آموزش 106](#_Toc77239749)

[شکل 2-5 یادگیری در سطح یک مشتری 114](#_Toc77239750)

[شکل3-5 یادگیری سطح جمعیت 119](#_Toc77239751)

[شکل 4-5 نردبان چرا-چگونه برای مشکلات قلب و عروق 120](#_Toc77239752)

[شکل 5-5 حلقه­های یادگیرنده بازخورد مثبت ایجاد شده توسط بعد تکرار 123](#_Toc77239753)

[کاربرگ 1-6 سیر مشتری 134](#_Toc77239754)

[کاربرگ 2-6 سائق­های تمایل به پرداخت و نقاط درد مشتری در هر مرحله از سیر مشتری 138](#_Toc77239755)

[کاربرگ3-6 جریان­های اطلاعاتی در هر مرحله از سیر مشتری 140](#_Toc77239756)

[کاربرگ 4-6 نردبان چرا-چگونه 142](#_Toc77239757)

[کاربرگ 5-6 پاسخ­ها به نقاط درد و اطلاعات موردنیاز 146](#_Toc77239758)

[کاربرگ 6-6 یادگیری از تجربه­های مشتری پرتکرار 150](#_Toc77239759)

[شکل1-7 معماری پیوند تولیدکننده پیوسته 155](#_Toc77239760)

[شکل2-7 معماری پیوند خرده­فروش پیوسته 160](#_Toc77239761)

[شکل3-7 معماری پیوند بازارساز پیوسته 165](#_Toc77239762)

[شکل 4-7 معماری پیوند سامان­دهنده جمع 169](#_Toc77239763)

[شکل 5-7 معماری پیوند خالق شبکه نظیر به نظیر(P2P) 175](#_Toc77239764)

[شکل 6-7 ماتریس استراتژی پیوسته 176](#_Toc77239765)

[شکل 1-9 درخت طبقه­بندی برای وظیفه جزئی «شناسایی شخص» 213](#_Toc77239766)

[کاربرگ 1-10 ماتریس استراتژی پیوسته: فهرست اقدامات شما و رقبای شما 225](#_Toc77239767)

[کاربرگ 2-10 ماتریس استراتژی پیوسته: شرکت خود را در هر سلول تصور کنید 228](#_Toc77239768)

[کاربرگ 3-10 ساختار استراتژی پیوسته خود را به وظایف جزئی تجزیه کنید 232](#_Toc77239769)

[کاربرگ 4-10 راه­حل­های فناورانه امکان­پذیر برای هر وظیفه جزئی 233](#_Toc77239770)

[کاربرگ 5-10 راه­حل­های فناورانه نوینی که استراتژی پیوسته جدیدی را میسر می­سازند 234](#_Toc77239771)

فهرست جداول

[جدول 1-2 مزایای ایجاد پیوندهای عمیق­تر 50](#_Toc77240394)

[جدول 2-2 مزایای ایجاد پیوندهای جدید 55](#_Toc77240395)

[جدول1-4 ابعاد جریان اطلاعات برای تجربه­های مشتری مختلف 93](#_Toc77240396)

[جدول 2-4 حوزه­های کاربرد چهار تجربه پیوسته مشتری 99](#_Toc77240397)

[جدول 1-5 چهار سطح شخصی­سازی ایجاد شده توسط بعد تکرار 122](#_Toc77240398)

[جدول 1-9 دو بُعد ساختارزدایی یک استراتژی پیوسته 210](#_Toc77240399)

[جدول 2-9 گزینش جایگزین­های وظیفه جزئی «شناسایی شخص» 215](#_Toc77240400)