

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

موضوع: خودشناسی

دانشجو: شهرزاد منجری

نام استاد: دکتر تقی پور



# خودشناسی



خودشناسی از جمله حوزه‌هایی است که برای بسیاری از انسان‌ها جذاب و دوست‌داشتنی است.

آگاهی از خود مهم است زیرا وقتی درک بهتری از خود داشته باشیم، می‌توانیم خود را به عنوان افرادی منحصر به فرد و جدا تجربه کنیم. سپس به ما امکان می‌دهد تغییرات ایجاد کنیم و زمینه‌های قدرت خود را شناسایی کنیم.





خودشناسی در حوزه‌های مختلف، معنا و کاربرد و مصداق‌های متفاوتی دارد:

خودشناسی در مذهب، خودشناسی در عرفان، خودشناسی در رفتارهای اقتصادی و خودشناسی در روانشناسی تنها بخش‌هایی از قلمرو گسترده‌ی خودشناسی محسوب می‌شوند.



# اهمیت خودشناسی در بازار معاملات:



شما دقیقا چه روحیه ای دارید؟



چقدر صبورید؟



چقدر ریسک پذیر هستید؟



چقدر ریسک گریز هستید؟



در معاملات به چه چیز بیشتر توجه می کنید؟



از جمله سوال های بسیار مهمی است که جوابشان همگی روی سبک معاملات و بازاریابی شما تاثیر گذار است .



کشف ضعف‌ها و قوت‌های شخصیتی، شناخت علایق و استعدادهایتان، شمارا یاری خواهد کرد که راه‌های درست را انتخاب کنید و اشتباهات کمتری مرتکب شوید، یا اگر اشتباه هم کردید خود را ببخشید و دوباره شروع کنید.

همه‌چیز در اختیار ماست، فقط باید این مسئله را درک کنیم که انسان‌ها خود، مسئول بدبختی و خوشبختی خویش هستند. اگر خود را به موفقیت برسانند، اثرات مثبت آن بر افراد دیگر هم سرایت خواهد کرد و چه بسا سبب تحرک آنان برای رسیدن به موقعیت بهتر شود.



شناخت خود سبب شناخت خواسته‌ها، آرزوها و نیازهای خودمان خواهد شد و نتیجه آن بدون شک پیروزی و موفقیت است.

پس شناخت واژگانی چون اعتمادبه‌نفس، عزت‌نفس، داشتن هدف و قدرت ریسک، نو دوستی و ارزش‌گذاری و...

شما را در تحقق اهدافتان یاری خواهد کرد.



# اهمیت خودشناسی در بازاریابی



به مخاطبان خود آنچه می خواهند بدهید، مشکلات آنها را حل کنید، بفروشید اما کاری نکنید که انگار می فروشید.

ما خوشبختانه در دوره ای زندگی می کنیم که هرکسی می تواند بهترین روش های بازاریابی را جستجو کند .

چگونه مخاطب خود را به بهترین وجه هدف قرار دهد ، در وهله اول چگونه مخاطب خود را انتخاب کند ، اهمیت بازاریابی داخلی و ایجاد روابط و غیره. و با این وجود بخش عمده ای از این مشاوره کاملاً به مخاطب / بازار هدف متمرکز شده است .





خود شناسی در بازاریابی از اهمیت بالایی برخوردار است - کاملاً بر روی شناخت خود و شغل خود تمرکز کنید.

وگرنه شما مانند شخصی که در مهمانی شام همه از آن اجتناب می کنند، می شوید. ( با صدای بلند ، منزجر کننده ، به افراد اطراف کاملاً بی توجه اما مایلند ساعت ها در مورد اتومبیل ، ساعت و تعطیلات گران قیمت خود با آن ها صحبت کنند.)



کاملاً بر مخاطبان خود تمرکز کنید .

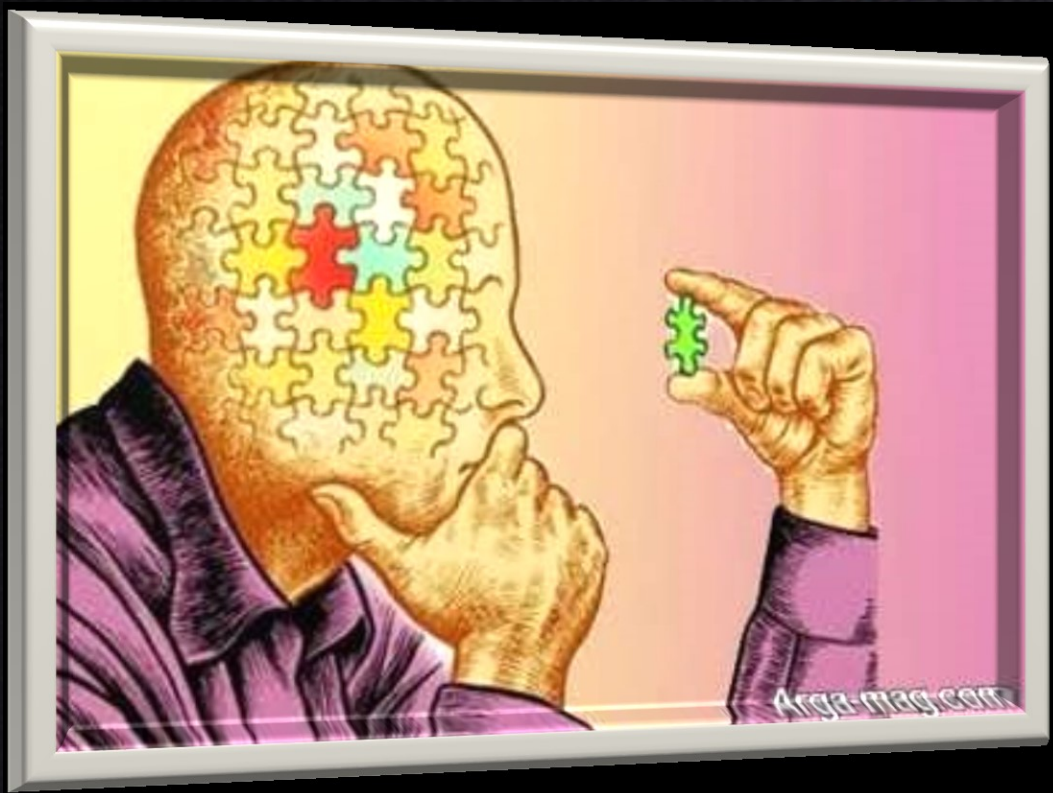
از هر روانشناسی بپرسید (یا هر مقاله ای در این زمینه بخوانید!) متوجه خواهید شد که ما به سادگی نمی توانیم به طور کامل دیگران را بشناسیم مگر اینکه ابتدا خود را بشناسیم.

ما اول باید خودمان را بشناسیم ، چیزهایی که دوست داریم ، دوست نداریم ، مرزها ، ارزش ها و هر چیز دیگری که فردیت ما را می سازد. بنابراین ، ما باید با صداقت زندگی کنیم ، نسبت به خود صادق باشیم ، فقط در این صورت است که می توانیم دیگران را هم بشناسیم.

در تجارت تفاوتی ندارد. وقتی افراد شروع به کار می کنند ، بیشتر اوقات دقیقاً می دانند که چرا این کار را انجام می دهند و انگیزه و ارزش های آن ها در ذهنشان روشن است.

برای عده ای ، انتخاب آنها برای شروع یک کار کاملاً اقتصادی است و انگیزه شخصی یا ارزشهای کمی در پشت آن قرار دارد.

اما برای دیگر افراد ، تمایل واقعی آنها ، کمک به مردم است.



شناختن خود به عنوان یک فرد و شناختن افراد درون سازمان شما (مگر اینکه یک شرکت انفرادی باشید) طول می کشد تا قطب نمای داخلی را به سمت خود واقعی هدایت کنید .

این دانش از خود معمولاً به عنوان خودآگاهی شناخته می شود.

# چرا در بازاریابی خودشناسی مهم است؟



دانستن نقاط قوت و ضعف شخصی ، خود واقعی شما را تحت کنترل قرار می دهد. هیچ کس در همه چیز عالی نیست و اشکالی ندارد.

تلاش خود را به چیزهایی که در آن مهارت دارید اختصاص دهید و یا مهارت خود را در نقاط ضعفتان ارتقا دهید، با این کار نتایج مثبت را زودتر می بینید.





بخش عمده ای از اشتباهات درانتخاب نام تجاری ناشی از عدم آگاهی از خود است.

غالباً شرکت ها تصور می کنند که در واقع مارک تجاری آنها باید به یک شخص تبدیل شود ، به جای اینکه بخواهند شخصاً یک مارک تجاری باشند ، مارک تجاری باید عطر و طعم خود را از افراد واقعی سازمان بگیرد. تمرکز بر "اصالت" دنیا را فراگرفته است ، مارک هایی که به طرز فزاینده ای از روشهای عجیب و غریب استفاده می کنند تا مخاطبان خود را جذب کنند.



داشتن اصالت واقعی بسیار عالی است. اما اکثر مارک ها نیازی به تلاش زیاد برای "ساخت یک مارک معتبر" ندارند. یک رویکرد بهتر این است که برخی از درون نگری ها را انجام دهید و سپس با یکپارچگی در فعالیت های تجاری و بازاریابی زندگی کنید.

و دائماً این موضوع را زیر نظر داشته باشید ، زیرا مشاغل ، مانند افراد ، با گذشت زمان تغییر می کنند.




facebook.

نحوه مواجهه با تلاش های تجاری و بازاریابی را در نظر بگیرید.

آیا تک تک پست های فیس بوک در مورد محصول / خدماتی است که شما ارائه می دهید؟  
قسمت مهمی از خودآگاهی این است که بتوانید خود را از دیدگاه مشتریان خود ببینید.

آنچه مردم به دنبال آن هستند محتوای با کیفیت است.

یک طرف سکه بدون شک نگاه مخاطب و صحبت در مورد شرایط خاص اوست. اما وجه دیگر سکه این است که بدانید چه پیشنهادی دارید ، به عنوان یک فرد چه کسی هستید و می خواهید چه بگویید. 

بازاریابی خوب تلفیقی از بهترین مواردی است که شما ارائه می دهید (نه فقط محصول / خدمات) و شناخت بازار و آنچه برای بازار مهم است.



خودشناسی به شما امکان می دهد جایگاه خود را پیدا کنید. حقیقت این است که شما به راحتی نمی توانید همه را مجذوب خود کنید. این امر خصوصاً در مورد کارآفرینان و صاحبان مشاغل کوچک صادق است.

بهرتر است خودتان را در بازار جای دهید و برای یک سری از افراد به عنوان یک شخص یا سازمان اصلی تبدیل شوید ، تا اینکه بخواهید بخشی از بازار انبوه بیش از حد اشباع شده را که همه به دنبال آن هستند ، بدست آورید.

در چه کاری خوب هستید؟ چگونه می توانید نیازهای یک قشر خاص را در بازار برآورده کنید؟





# نکات خودشناسی در بازاریابی:



باید بدانید که مشتریان شما چگونه به کسب و کار شما نگاه می کنند. این را با دیدگاه خود و کسب و کار خود مقایسه کرده و تفاوتشان را رفع و مشکلات را برطرف کنید. شرکت ها غالباً از تفاوت بزرگی که دیدگاهشان نسبت به خود و مشتریانشان نسبت به آن ها دارد ، شوکه می شوند!

نقاط ضعف و مشکلات را بررسی کرده و ارزیابی کنید که کجا تلاش شما نتایج مثبتی به همراه دارد و کجا نیاز به پیشرفت (یا بازنگری کامل دارند).

ارزیابی صادقانه ای از (۱) سازمان خود و (۲) خود انجام دهید.

نقاط قوت ، ضعف ، ارزش ها ، اهداف ، استراتژی ، تاکتیک ها و هر چیز دیگری که فکرش را بکنید. این ارزیابی شما را به شکلی مثبت تغییر می دهد که شما حتی متوجه آن نیستید. این موارد را سالانه مرور کنید .



شما به یک هدف واقعی ، توانایی کنترل احساسات و کنار آمدن با موقعیت های سخت بدون از دست دادن صبر و شکیبایی نیاز دارید.

نظم و تعهد در بازاریابی را مهم است.

برای بازاریابی اول باید خودتان را بشناسید!

در واقع شناخت و آگاهی کامل از موقعیت مالی خود و تعریف شفاف اهدافتان، نخستین گام یک بازاریابی موفق است.

شناخت و آگاهی در مورد وضعیت خود، به شما کمک می کند تا تصمیم گیری بهتری داشته باشید و در جایی سرمایه گذاری کنید که برای شما سود بیشتری داشته باشد.

موفق ترین افراد کسانی هستند که هیچ توهمی در مورد اینکه چه کسی هستند ندارند. آنها خودشان را خوب می شناسند و می توانند در جهت بهترین استعدادهای خود حرکت کنند. آنها محیطی را که در آن رشد می کنند را به خوبی می شناسند و اینکه چگونه می توانند از آن محیط بهره مند شوند.

متأسفانه ، بیشتر مردم خودشان را درک نمی کنند.

اکثر مردم نمی خواهند توهماتشان را در مورد خودشان از دست بدهند ، اگرچه آنها می گویند که می خواهند مسئولیت حرفه خود را به عهده بگیرند.

هیچ چیز عملی تر از این نیست که افراد خودشان را عمیقا بشناسند

خرد واقعی تنها با درک اول خود حاصل می شود تا رابطه خود را با چیزهای دیگر بدانیم.

در موسیقی ، قبل از تولید هارمونی ها ، باید نت و روابط نت ها را یاد بگیریم. در نجوم ، ما باید چیزی از سیاره کوچک خانه خود را بدانیم قبل از اینکه بتوانیم به فضا های بسیار زیبا پرتاب شویم. قبل از اینکه به درستی هر چیز دیگری را بشناسیم ، باید خودمان بشناسیم.

دشمن را بشناسید و خود را بشناسید و می توانید در صد جنگ بجنگید و هیچ خطری برای شکست ندارید.





خودشناسی آغاز خودسازی است.  
حقیقتی که در آن قرار می گیریم بسیار بزرگتر و بسیار فراتر از ماست.  
بسیاری عملاً توانایی های فکری خود را نادیده می گیرند.  
درک غلط بودن هر موضع نیمه راه اصلاح آن است. خودشناسی به ما توانایی یادگیری از اشتباهات و همچنین موفقیت هایمان را می دهد و ما را قادر می سازد تا به رشد ادامه دهیم.  
این سود ، لذت شگفت انگیزی است که با معاینه و خودشناسی به ما منتقل می شود ، و این باعث می شود که مراقبت و تلاش ما جبران شود.



اگر ما از ارزش شخصی خود آگاه نباشیم ، به خود ضرر می زنیم .  
دانستن ارزش ما باعث می شود که ما بسیار سپاسگزار و همچنین انگیزه زیادی برای پیشرفت در هر زمینه داشته باشیم.  
دانستن ارزش ما تأثیر شگرفی در هر زمینه از زندگی ما خواهد داشت. ترس و ناامنی ما ، نحوه ارتباط ما با دیگران ، نحوه تجارت ما ،  
چگونه وقت ، عزت نفس ، اولویت ها ، امور مالی و سطح اعتماد به نفس ، خویشتنداری خود را می گذرانیم.

دانستن ارزش ما به هیچ وجه دعوت به استکبار یا غرور نیست. قطعاً نه!

### ۷ سوالی که باید از خود پرسید:

۱. من در چه کاری مهارت دارم؟ آیا من در حال کار و توسعه آنها هستم؟
۲. من از چه چیزی بد هستم؟ آیا من به دنبال کمک هستم؟
۳. مهمترین چیز در زندگی من چیست؟ چگونه می توانم به آن دست پیدا کنم؟ آیا من با جدیت آن را دنبال می کنم؟
۴. مهمترین افراد زندگی من چه کسانی هستند؟ آیا من وقت کافی با آنها می گذرانم؟ آیا آنها به مکانی که شایسته آنها است میرسند؟
۵. چه مقدار خواب لازم دارم؟
۶. من می خواهم چه نوع فردی باشم؟
۷. ترس من چیست؟ آیا من هر روز بر آنها غلبه می کنم؟



موضوعاتی که مطرح شد همگی در راستای استقلال انسان بود و خودشناسی یکی از میانبرهای این استقلال و موفقیت ( به خصوص در بازاریابی ) است.

خودشناسی در اصل شناخت صفات، عادات و رفتارها، ترسها، قوانین، ویژگیها، روحیات و غیره است که شناخت همه‌ی اینها کمک می‌کند تا رفتاری مستقل داشته باشیم و با به کارگیری بجا و به موقع بتوانیم در حرفه خود ( بازاریابی ) موفق عمل کنیم.



بازاریاب حرفه ای می داند که همه چیز از اندیشه ی او شروع می شود و باور، قوی ترین نیروی پیش برنده ی انسان است. اندیشه و باور مثبت و کمال جوّ زمینه ساز گفتار نیک و احساسات زیبا است و فردی که خودش، مشتریان و جامعه را دوست دارد و شناخت لازم را دارد و بهترین ها را برای آن ها می خواهد، شخصیت دلپسندی خواهد داشت و خصوصیات ایشان در اثر مرور زمان چنان در روح و جانش ریشه می دواند که تبدیل به عادت می شود و عادت های انسان سرنوشت او را رقم می زند.



عدم شناخت تفاوت در محیط‌های بازاریابی موجب می‌شود که بسیاری از اعتقادات و باورها که باعث عملکرد موثر در محیط اجتماعی می‌شود، در محیط بازار موانع روانی ایجاد کرده و دستیابی به موفقیت را بسیار سخت نماید.

برای دستیابی به سطوح موفقیت، به عنوان حداقل نیاز، باید اقدام به درک تفاوت‌های بازار کنید.





و در آخر اگر ما خود و محیط اطراف خود و همچنین شغل خود را بشناسیم و بدانیم که بازار هدفمان چه می خواهد و آگاه باشیم که چگونه متناسب با نیاز و خواست مشتریان اقدام کنیم، مورد قبول و پسند بازار و مشتریان قرار می گیریم .



من سوز خود داشتم بر خویشتم افشادم  
خودشناسی کرده ام تا خودشناسم خویش را  
من چی ام؟ بهر چه ام؟ از چه بعالم آدم؟  
در گلستان ادب، گل را بهایش میدهند

تا شناسم خویش را من با خودم تنها شدم  
در محک آوردی، از حال خود جو یا شدم  
ز ورق بنگسته امی در ساحلی طوفانی ام  
من که از خاک آدم با خاک و گل، همتا شدم



باتشکر از نگاه  
زیبای شما





THE  
END