



پنج درس بازاریابی از حوزه مورینیو (آقای خاص)

تهیه کننده: مهندس سبک روح

www.hassansabokroh.blogfa.com

بازاریابی

بازاریابی به عنوان یک علم بهره بردار، ظرفیت وسیعی برای خود ایجاد کرده است. آنچه در طول سالهای اخیر نیز نصیب این رشته از مطالعات علمی شده است، حاصل همین ظرفیت پذیرش است. تازگی و طراوت این رشته از مطالعات علمی نیز مرهون همین الگوبرداری است از آنچه می تواند به رشد بازاریابی بیانجامد.

بازاریابهای خوش ذوق دریافتند بین فوتبال و بازاریابی مشابهت های فراوانی وجود دارد؛ میدان ورزشی، صحنه ی رقابت جوانمردانه است، آنانکه با جسارت و جنگندگی ظاهر شوند، پیروز میدان خواهند بود؛ تیمی که فشارها و بحرانها را مدیریت کند، فرجام بازی را به نفع خود تغییر خواهد داد.



بازاریابی و فوتبال

آنانکه عاشقانه وارد میدان مسابقات می شوند، احترام حریف را برمی انگیزند و بسیاری مشابهت های دیگر که می توان در بازار و بازاریابی سراغ آن را گرفت. از این رو بازاریابان بر آن شدند تا آموزه ها را از بزرگان فوتبال بیاموزند. خوزه مورینیو، آقای خاص فوتبال، برای خود اصولی دارد که برخی بازاریابان این اصول را به هنگام فعالیت حرفه ای در دستور کار خود قرار داده اند. این اصول کدامند؟





the special one

خوزه مورینیو

- آقای خاص فوتبال جهان، تابستان امسال راهی فوتبال جزیره می شود تا هدایت تیم فوتبال چلسی را بر عهده گیرد تیمی که پیش از این نیز در فاصله ی بین سالهای ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۷ سرمربی بوده است.
- به گواه بسیاری از طرفداران ، منتقدان ، بازیکنان و مربیان فوتبال مورینیو هم اکنون یکی از بهترین مربیان فوتبال است و حضور وی در هر تیمی آن تیم را متحول خواهد کرد.
- مورینیو کار خود را در فوتبال به عنوان یک بازیکن آغاز کرد اما خیلی زود بازی کردن را رها کرد و تصمیم گرفت وارد دنیای مربیگری شود.



آغاز یک ستاره

- او پس از مربیگری در چند تیم جوانان، کار خود را به عنوان مترجم سر بابی رابسون و سپس لوئیس ونگال در تیمهایی همچون اسپورتینگ لیسبون، پورتو و بارسلونا پیش گرفت. نام این مربی پرتغالی با نام پورتو گره خورده است، زیرا برای اولین بار در پورتو بود که مورینیو به چهره‌ی سرشناس در فوتبال اروپا و جهان تبدیل شد. وی پس از پورتو به چلسی رفت و سپس راهی اینترمیلان ایتالیا شد. مورینیو پس از دو فصل در اینتر و تکرار افتخاراتش با این تیم به یکی از بزرگترین باشگاههای جهان یعنی رئال مادرید رفت و توانست در این تیم تاثیرگذار باشد.



آقای خاص

- در بیستم ماه می سال جاری فلورنتینو پرز رئیس باشگاه رئال مادرید اعلام کرد که مورینیو پس از توافقی دو جانبه از این تیم جدا خواهد شد. آبیهای لندن مقصد بعدی آقای خاص است. شهرت حوزه مورینیو او را به چهره ای فراتر از یک مربی فوتبال تبدیل کرده است و افراد زیادی در حوزه های مختلف سعی کرده اند از ویژگیهای فنی و رفتاری وی الگوبرداری آگاهانه کنند.



برندی به نام مورینیو

- مطمئناً آموختن از فردی که در مدتی نسبتاً کوتاه از فردی ناشناخته به برندی معروف در دنیای فوتبال تبدیل شده است، می تواند بسیار مفید واقع شود. این موضوع بویژه برای بازاریابان که شناساندن خود و محصولشان به مشتری و ساختن برند فردی و سازمانی می تواند نقش مهمی در موفقیت حرفه ای آنها ایفا کند از اهمیت بسزایی برخوردار است. **در پاسخ به این پرسش که بازاریابان می توانند چه چیزی از خوزه مورینیو بیاموزند می توان به پنج مورد زیر اشاره کرد:**



1- نترسید نظرتان را با صراحت اعلام کنید.

- در پی رکود اقتصادی بسیاری از برندها و بازاریابان از ترس فلج شده‌اند. خواه این ترس در پی از دست دادن سهم خود در بازار به نفع رقبا و واگذاری مشتریان بوده یا در سطحی شخصی با خطر اخراج از حرفه خود ارتباط یابد، بازاریابان از پذیرفتن خطر طفره رفته‌اند.
- نه فقط مورینیو به عنوان یک مربی در قطبی کردن عقاید تجربه پیدا کرده، بلکه به نظر می‌رسد که از ترسی که در دل بسیاری از بازمانده‌ها رخنه کرده، مبرا است. او درباره احتمال برکناری خود، گفته که چنانچه باشگاه تصمیم بگیرد که به خاطر کسب نتایج ضعیف به من را برکنار کند، این بخشی از بازی است. در این صورت من یک میلیونر خواهم بود و البته پس از چند ماه مدیریت یک باشگاه دیگر را بر عهده می‌گیرم. (مصاحبه با BBC)



1- نترسید نظرتان را با صراحت اعلام کنید.

مورینیو هیچ گاه از به زبان آوردن نظر واقعی اش باکی نداشته است. او چندی پیش پس از آنکه رسماً به عنوان مربی چلسی اعلام شد، در مصاحبه ای گفت:

« چلسی بوی تعفن رافا بنیتز (مربی سابق چلسی) را می دهد.»

درست است که بیشتر بازاریابان در صورت اخراج شدن میلیونر نخواهند شد، اما به یاد داشته باشید که اگر بخواهید مطابق میل هیچ کس رفتار نخواهید کرد. کسی که بخواهد همه را از خود راضی نگه دارد محکوم به شکست است.



وجود شهامتی سنجیده و حساب شده برای دستیابی به موفقیت ضروری است. ترس بزرگترین مانع رسیدن به هدف است. رویارویی با ترس های خود را جزئی از عادت هایتان کنید و در هر شرایطی این کار را انجام دهید.
برایان تریسی



2- تصور کنید به وسیله ی دشمنان محاصره شده اید.

- اگر مورینیو کتابی در حوزه ی کسب و کار می نوشت، مطمئناً اولین توصیه ی او این بود: تصور کنید همیشه از سوی دشمنان محاصره شده اید. مورینیو همیشه به بازیکنانش می گوید: « ما بهترین هستیم، اصلاً برایمان مهم نیست که همه از ما متنفر باشند، ما شایسته ی برنده شده هستیم. »
- شاید این نوع تفکر تا حدودی منفی و بدبینانه باشد، اما اگر فلسفه ی مدیر این باشد که گروهی را برای انجام هدفی مشترک متحد کند، چنین تفکری بسیار کارایی خواهد داشت.



2- تصور کنید به وسیله ی دشمنان محاصره شده اید.

• فرانک لمپارد بازیکن تیم فوتبال چلسی در این باره به شبکه بی بی سی ورزشی می گوید:

« او این ذهنیت را همه جا با خود می برد. او روحیه ای در افرادش ایجاد می کند که حتی اگر از بیرون هم نگاه کنیم، می بینیم که خیلی خیلی قوی هستند. »



3- از تیم خود محافظت کنید.

- شاید یکی از بدترین آثار رکود اقتصادی این باشد که افراد تمایل پیدا می کنند مسئولیت خود را به دوش دیگران بیاندازند. تصمیمات بر اساس فایده ای که برای برند دارند اتخاذ نمی شوند، بلکه کارمندان و مدیران به دنبال این هستند که با تصمیماتی که می گیرند موقعیت خود را حفظ کنند. بنابراین در شرایط سخت اقتصادی معمولاً منافع فردی به منافع گروهی ترجیح داده می شود. این موضوع در سطوح بالاتر حتی رهبری یک سازمان را نیز با خطر روبه رو می کند.
- کسانی که طرفدار سرسخت مورینیو هستند و آنهایی که به شدت از او متنفرند در یک نقطه با یکدیگر اشتراک دارند و آن اینکه او حس فداکاری را به بهترین نحو در بازیکنانش به وجود می آورد.



3- از تیم خود محافظت کنید.

- شخصیت خاص مورینیو باعث می شود انتقادهای نیشدار رسانه ها همواره به سمت او باشد و این فشار سخت رسانه ای از روی بازیکنانش برداشته شود و آنها با تمرکز بیشتری وارد میدان مسابقه شوند.
- مورینیو انتقادها و فشارها را به جان می خرد تا بازیکنانش با آرامش خاطر کار کنند و آنها نیز سعی می کنند با فداکاری و تلاش بیشتر برای تیمشان جواب این از خود گذشتگی آقای خاص را بدهند.



4- عاشق کار خود باشید نه عاشق نتیجه.

- اشتیاق فراوانی که مورینیو به فوتبال دارد غیرقابل انکار است. اشتیاق او به مستطیل سبز آنقدر زیاد است که گویی هر مسابقه برای او مانند جنگی است که باید در آن پیروز شود.
- مورینیو جمله معروفی دارد که در آن می گوید:

« به مدل موی من نگاه کنید. من برای جنگ آماده هستم. »

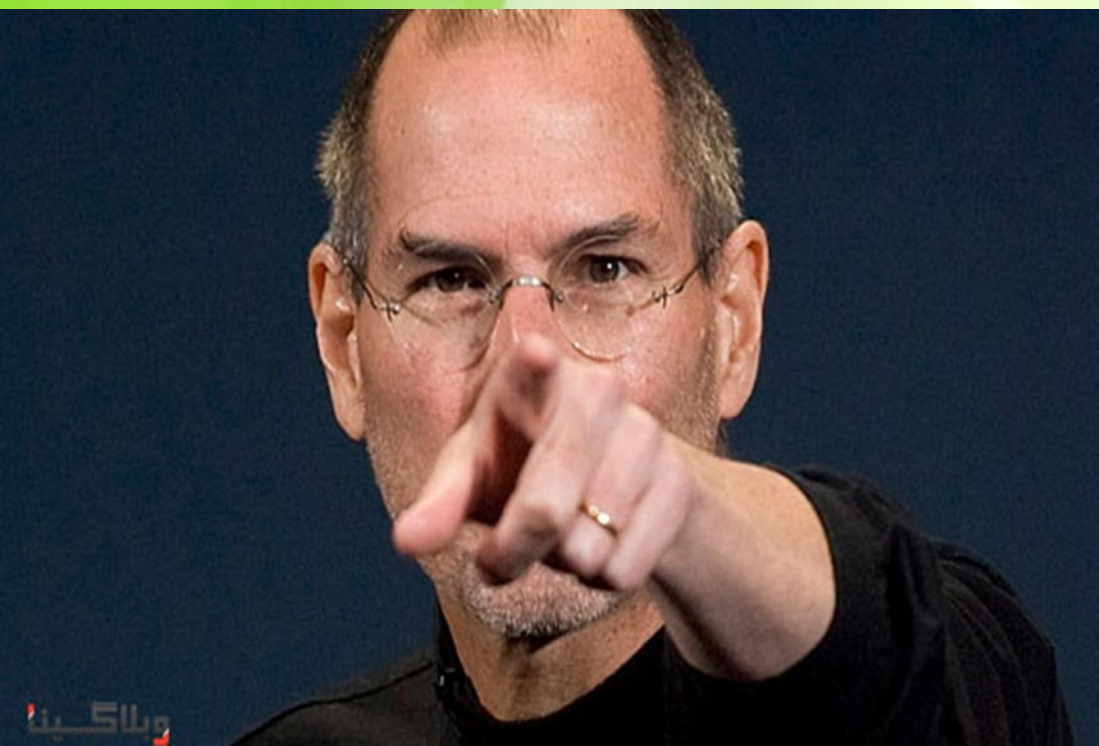
این موضوع بسیار مهمی است که معمولاً به آن توجه نمی شود. بهترین بازاریابان دنیا عمیقاً به آنچه انجام می دهند اهمیت می دهند و فارغ از نتیجه ای که به دست می آید عاشق کارشان هستند.



4- عاشق کار خود باشید نه عاشق نتیجه.

استیو جابز در جایی گفته است:

« تنها زمانی از کار خود رضایت خواهید داشت که معتقد باشید آنچه انجام می دهید فوق العاده است و تنها راه انجام دادن کار فوق العاده این است که عاشق کارتان باشید. اگر هنوز به این حس نرسیده اید سرجایتان آرام ننشینید.»



5- قوانین برای شکسته شدن به وجود آمده اند.

- قوانین دست و پاگیر هیچ گاه نتوانسته اند جلوی مورینیو قد علم کنند. او در یکی از بازیها در حالی که از تماشای بازی محروم شده بود با لباسی که شناخته نشود وارد استادیوم شد و بازی تیمش را تماشا کرد. هیچ قانونی نمی تواند جلوی تعهد و اشتیاق مورینیو به برنده شدن را بگیرد.
- در دوره ای که توجه بیشتر به مشتریان به یکی از اصول بسیار مهم در بازاریابی تبدیل شده است محدود کردن خود به قوانین دست و پاگیر باعث فاصله گرفتن هر چه بیشتر بازاریاب با مشتریان خواهد شد.



منابع:

- نشریه توسعه مهندسی بازار سال ششم آذر و دی 1391 شماره 28
مقاله « پنج درس بازاریابی از خوزه مورینیو – آقای خاص »



بنابراین شاید لازم
باشد قدری بیشتر
به مورینیوی
درون خودمان
توجه کنیم.



اگر به دنبال شغل
راحت بودم در
پرتغال می ماندم.
صندلی های آبی زیبا
، جام قهرمانی و
حکمرانی.

اگر من در بارسلونا منفور
هستم این مشکل آنهاست
نه مشکل من.
ترس واژه ای است که در
فرهنگ لغات فوتبال من
جایی ندارد

