



די אונטערשטע שורה

געשריבן דורך: יצחק סאָפּטלעס פון Bottom Line Marketing Group
איבערגעזעצט און באַרבעט דורך: ק. הענדלער

8

זיי פאַרברענגען אָפּטמאַל אַנגענעם צוואַמען, קומט מר. פּורסבערג אונז דערמאָנען אַז ס'איז נישט אונזער פּערזענליכע אַנוועזנהייט וואָס אינטערעסירט די קאָסטומערס, נאָר אונזער פּראָדוקט אָדער סערוויס וואָס מיר וועלן זיי צושטעלן. "דער בעסטער וועג זיך צו לערנען איז דורך אויסהערן. דורך הערן און דערהערן וואָס דינע קאָסטומערס ווילן, וועסטו פאַרשטיין וואָס ס'איז וויכטיג פאַר זיי און וויאָזוי דו קענסט דאָס צושטעלן פאַר זיי."

עס הערט זיך אַזוי איינפאַך, אָבער ס'איז דער פאַקטישער מציאות. ווען פּורסבערג זאָגט אַז דיין דורכשניטליכער קליענט קימערט זיך נישט וועגן דיר, מיינט ער צו זאָגן אַז קונים קענען זיין גאַנץ גלייכגילטיג און עגאָאיסטיש. ס'איז נישט דיין הצלחה וואָס זיי נעמען אין באַטראַכט; וואָס ס'גייט זיי אָן אייגנטליך איז צי דו קענסט צושטעלן אַ פּראָדוקט אָדער סערוויס פאַר זייער באַקוועמליכקייט.

"שטעל זיך פאַר אַז איינער פון דינע סופּלייערס נעמט די צייט זיך צו באַקענען מיר דיר - זיך אמת'דיג באַקענען. וואָלסטו געטאָן ביזנעס מיט אים? וואָלסטו אים אַריינגענומען אין דיין געזעלשאַפּט, אין דיין לעבן? איך בין זיכער אַז יאָ!"

הער און דערהער

נישט וועגן מיר?! בין איך נישט נאָרוואָס געלאַדנט געוואָרן צו אַ וואַך-נאַכט אָדער חתונה דורך איינע פון מיינע קליענטן? איז עס דען נישט אַ קלאַרער באַווייז אַז ער איז אינטערעסירט אין מיר?

כאָטש ס'איז אמת אַז ביזנעסלייט ווערן געלאַדנט צו שמחות דורך זייערע קליענטן, און

יעדער ווייסט דעם באַקאַנטן אויסדרוק, "דער מענטש איז באַשאַפן געוואָרן מיט צוויי אויערן און איין מויל." לויט דעם וואָלט זיך געשטעלט אויפ'ן שכל אַז מיר זאָלן אויסהערן וואָס אַנדערע זאָגן דאָפּלט אַזויפיל פון וויפיל מיר רעדן! כאָטש עס נעמט געדולד און ישוב הדעת, זענען פאַרהאַן מענטשן וואָס האָבן דעם פאַך אין די האַנט נאַטירליך. און אויב ס'איז וויכטיג פאַר סתם אַ מענטש זיך אַזוי צו פירן - איז עס קריטיש וויכטיג פאַר אַ ביזנעסמאַן.

אין די היינטיגע וועלט פון מאַרקעטינג זענען דאָ אַזויפיל מעגליכקייטן; ס'איז געוואָרן אַ פאַך, אַ חכמה, און אַ ביזנעס.

איך האָב פונקט געלייענט עפעס וואָס האָט מיך איבערצייגט אַז כדי מצליח צו זיין אין די מאַרקעטינג וועלט פאַדערט זיך אויסצוהערן און דערהערן וואָס אַנדערע זאָגן.

קלעי פּורסבערג, אַ סעילסמאַן פאַר גרעסערע פירמעס, האָט געשריבן אַן אַרטיקל אין אַ ביזנעס אויסגאַבע. זיין מהלך איז אַפן און דירעקט. "נאָר זיך נישט," הייבט ער אָן, "דיינע קליענטן קימערן זיך בכלל נישט וועגן דיר!" ס'איז אַ שאַרפער זאַץ וואָס ברענגט יעדן ביזנעסמאַן זיך אויפצוזעצן גראַד אויפ'ן בענקל.

פאַר די צווישן אונז וואָס אַרבעטן צו האָבן נאָענטע, פריינטליכע באַציאונגען מיט אונזערע קליענטן איז עס אַביסל שאַקירנד. וואָס מיינט ער מיט דעם אַז "מיינע קליענטן קימערן זיך



די אונטערשטע שורה:

הער און דערהער וואָס דינע קליענטן זאָגן,

כדי דו זאָלסט זיי קענען צושטעלן דאָס וואָס זיי ערוואַרטן פון דיר