

B2B بخش — (Sales Playbook) سند ۳,۶: کتابچه فروش ** #
(مدارس) **

** نسخه: ۱,۰ **

** تاریخ: ۱۵/۰۷/۱۴۰۳ **

B2B مقدمه: بازار هدف و ارزش پیشنهادی ** ##

بازار هدف: ** مدارس دوره دوم متوسطه (دبیرستان) غیردولتی، نمونه **
دولتی و هیئت امنایی در کلان شهرها و مراکز استانها

ارزش پیشنهادی کلیدی: ** تبدیل شاهنامه از یک **متن درسی **
چالش برانگیز ** به یک **پروژه گروهی تعاملی و جذاب ** که مهارت های
** کار تیمی، تصمیم گیری، تفکر استراتژیک و درک ادبیات ** را تقویت
می کند.

** و فرآیند استاندارد (Sales Pipeline) بخش ۱: خط لوله فروش ** ##

Target) و نرخ تبدیل هدف (Pipeline Stages) مراحل خط لوله ** ### Conversion Rate):**

...

(۱۰۰٪) (Lead) مرحله ۰: سرخ

| [Discovery Call + Qualification]

| **نرخ تبدیل هدف: ۴۰٪**

(۴۰٪) (Qualified Lead - QL) مرحله ۱: سرخ واجد شرایط

| [ارسال اطلاعات + برنامه ریزی دمو]

| **نرخ تبدیل هدف: ۶۰٪**

(۲۴٪) (Demo Completed) مرحله ۲: دمو ارائه شده

| [ارسال پیشنهاد + پیگیری]

| **نرخ تبدیل هدف: ۵۰٪**

(۱۲٪) (Proposal Sent) مرحله ۳: پیشنهاد در حال مذاکره

| [Negotiation & Close]

| **نرخ تبدیل هدف: ۸۰٪**

(~۱۰٪) (Closed Won - CW) مرحله ۴: مشتری بسته شده

...

تا ۶۰ ۴۵ ** (Sales Cycle Length): میانگین طول چرخه فروش ** *

روز.

باید حداقل ۵ ** (Healthy Pipeline): حجم خط لوله سالم ** *

باشد. ** QL ** برابر هدف درآمدی سه ماهه در مرحله

مثال: اگر هدف سه ماهه ۵۰ میلیون تومان است (۱۰ قرارداد ۵ *

در خط لوله داشته باشیم (QL) میلیونی)، باید حداقل ۵۰ سرخ واجد شرایط

** بخش ۲: فرآیند استاندارد فروش (۷ مرحله) ** ##

** تماس اکتسابی - (Qualification) مرحله ۱: واجدسازی اولیه ** ###

منبع سرخ: ** لیست مدارس هدف، معرفی، حضور در نمایشگاه ** *

آموزش.

با پیام (Cold Email) تماس/ارتباط اولیه: ** ایمیل سرد ** *

شخصی سازی شده یا تماس تلفنی

****:(تعدیل شده BANT Framework) معیارهای واجدسازی** ***

**** (Need):** نیاز *** آیا مدرسه بر نوآوری آموزشی یا پروژه‌های فرهنگی تمرکز دارد؟ (سؤال: "چه فعالیت‌های نوآورانه‌ای برای درس ادبیات انجام دادید؟")

**** (Budget):** بودجه *** آیا بودجه برای "فعالیت‌های پرورشی"، "فناوری آموزشی" یا "برنامه‌های ویژه" دارند؟ (سؤال: "معمولاً برای یک پروژه گروهی جدید برای دانش‌آموزان چطور بودجه‌ریزی می‌کنید؟")

**** (Authority):** اختیار *** مخاطب چه سمتی دارد؟ (معاون پرورشی/آموزشی، دبیر ارشد ادبیات = ایده‌آل)

**** (Timing):** زمان *** آیا در حال برنامه‌ریزی برای نیمسال تحصیلی آینده هستند؟ (سؤال: "برای ترم آینده به دنبال افزودن چه نوع فعالیتی هستید؟")

**** هدف این مرحله: ** گرفتن ۱۵ دقیقه زمان ** برای یک تماس (Discovery Call) کشف.**

****اسکرپت نمونه - (Discovery Call) مرحله ۲: تماس کشف *****

**** (مدت: ۱۵-۲۰ دقیقه) ****

**** هدف: ** درک عمیق دردها، تأیید صلاحیت و ایجاد اعتماد ****

- معرفی و تشکر (۲ دقیقه):** "سلام آقا/خانم [نام]. من [نام شما] از ** ۱. هستم. ممنونم که وقت گذاشتید. کار ما ارائه ShahnamehMap تیم "راه حل های تعاملی برای آموزش شاهنامه و فرهنگ ایران به مدارس است
- سؤال باز برای کشف درد (۵ دقیقه):** "میشه در مورد تجربه تون از ** ۲. تدریس شاهنامه یا ادبیات کهن به نسل امروز برام بگید؟ با چه چالش هایی مواجه هستید؟
- گوش دادن فعال:** تمرکز بر کلماتی مثل "بی علاقه"، "سخت" ** *
- "می گیرند"، "حفظی"، "کار گروهی مؤثر
- تمرکز بر درد و ارائه راه حل مفهومی (۳ دقیقه):** (پس از شنیدن ** ۳. درد) "جالب است. بسیاری از همکاران شما هم اشاره می کنند که دانش آموزا بیشتر **تماشاچی** هستن تا **کنشگر**." اگه راهی بود که بتونن خودشون توی داستان قرار بگیرن و تصمیم گیری کنن، فکر می کنید "اشتیاقشون بیشتر بشه؟
- توضیح مختصر و نشان دادن ارزش (۲ دقیقه):** "دقیقاً کاری که ما ** ۴. کردیم اینه: یک **پلتفرم آنلاین** ساختیم که دانش آموزا به صورت گروهی وارد داستان های شاهنامه میشن، نقش می گیرن، با چالش ها روبرو میشن و تصمیم می گیرن. نتیجه، یک **تجربه یادگیری فراموش نشدنی** به جای "یک درس حفظی است

پیشنهاد گام بعدی (۲ دقیقه):** "علاقه دارید در یک **دموی ۲۰ ** ۵. دقیقه‌ای** به صورت زنده ببینید که این پروژه در کلاس چطور اجرا می‌شه؟
"می‌تونم روز [پیشنهاد دو زمان] لینک جلسه رو براتون بفرستم
پایان:** تشکر و تأیید ارسال اطلاعات تکمیلی ** ۶.

**ساختار - (Demo) مرحله ۳: ارائه دمو **###

** (مدت: ۲۵ دقیقه - با رعایت دقیق زمان) **

حاضرین ایده‌آل:** تصمیم‌گیر + یک دبیر ادبیات **

| **بخش** | **زمان** | **هدف** | **نمایش** |

| :--- | :--- | :--- |

همدلی و مشکل** | ۳ دقیقه | ارتباط گرفتن | پرسش: "در پایان ۱۰ ** |
| "این جلسه دوست دارید چه مشکلی از شما حل شده باشد؟

معرفی کلی پلتفرم** | ۵ دقیقه | نشان دادن وسعت | نمایش نقشه ۲۰ ** |
تعاملی و توضیح: "این **پایگاه دانش** معتبر ماست که همه چیز از آن
| شروع می‌شه

دقیقه | نشان دادن ۱۰ | ** (User Journey) سناریوی کاربری ۳۰ ** |
جریان کار | **از دید معلم:** ایجاد کلاس، اختصاص کمپین. **از دید

دانش‌آموز: ** (با یک حساب تست) ورود، ساخت کاراکتر ساده، بازی در اولین
| صحنه یک کمپین آموزشی

ویژگی‌های مدیریتی: ** | ۴ دقیقه | کاهش نگرانی معلم | نمایش: **۴ |
| **پنل معلم: ** مشاهده پیشرفت گروه‌ها، دانلود گزارش فعالیت

جمع‌بندی و قدم بعدی: ** | ۳ دقیقه | حرکت به جلو | خلاصه: **۵ |
ارزش‌ها. پرسش: "آیا می‌توانید این را در کلاس خود تصور کنید؟ قدم بعدی
| "ارسال یک **پیشنهاد مشخص ** برای مدرسه شماست

** (Proposal) مرحله ۴: ارائه پیشنهاد ** ####

حرفه‌ای (نمونه در پیوست) PDF قالب: ** یک سند ** *

** محتوای کلیدی ** *

۱. خلاصه چالش‌های شناسایی شده مدرسه

با ذکر جزئیات: تعداد (ShahnamehMap راه‌حل پیشنهادی ۲.

۱. (کلاس‌ها، کاربران، مدت زمان دسترسی

** (Pricing): ساختار قیمت‌گذاری ** ۳.

لایسنس سالانه برای مدرسه: ** ۲,۹۹۰,۰۰۰ تومان ** (دو ** *

۱. میلیون و نهصد و نود هزار تومان)

شامل: ** دسترسی نامحدود برای ** تا ۱۰ کلاس ** (هر ** *
کلاس تا ۳۵ دانش آموز)، ۳ کمپین آموزشی رسمی، پنل مدیریت، پشتیبانی
تلفنی/ایمیلی.

قیمت‌های افزونه: ** هر ۵ کلاس اضافی: ۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان. ** *
کمپین‌های آموزشی اضافی: هر کدام ۴۹۰,۰۰۰ تومان

۴. (Onboarding) جدول زمانی پیاده‌سازی

توافق‌نامه سطح سرویس): ** شامل آپ‌تایم $< 99.5\%$ ، زمان) SLA ** ۵.
پاسخگویی پشتیبانی (۸ ساعت در روزهای کاری)، و یک جلسه آموزش آنلاین
رایگان برای معلمان

مهلت پاسخ: ۲ هفته ۶.

** (Negotiation & Objection
Handling) **

اعتراض رایج: ** | ریشه واقعی اعتراض: ** | پاسخ استاندارد: ** | ** |
*** راه حل/امتیاز

| :--- | :--- | :--- | :--- |

یا محدودیت بودجه. | "ممکن ROI گران است."** | عدم درک کامل "** |
است در نگاه اول اینطور به نظر برسد. بیا یاد محاسبه کنیم: برای کمتر از
۳,۰۰۰ تومان به ازای هر دانش آموز در سال، شما یک**آزمایشگاه
مجازی ادبیات** دارید که بارها قابل استفاده است. هزینه یک اردوی فرهنگی
برای یک کلاس چقدر است؟ این یک سرمایه گذاری ماندگار در انگیزه
تحصیلی است." | • پیشنهاد**پرداخت دو قسط** (۵۰٪ ابتدا، ۵۰٪ پس از
ارائه**یک سال دسترسی رایگان به کتابخانه منابع •
 ۶ ماه)
| **.تکمیلی

معلمان ما وقت یادگیری نرم افزار جدید را ندارند."** | ترس از "** |
پیچیدگی و بار کاری اضافی. | "کاملاً درک می کنم. به همین دلیل
کمپین های ما با راهنمای گام به گام معلم ارائه می شوند. علاوه بر این،
یک جلسه آموزش آنلاین ۶۰ دقیقه ای رایگان برای تمام معلمان
مربوطه برگزار می کنیم و ویدیوهای آموزش کوتاه در دسترس است." |
تضمین می کنیم معلم پس از جلسه آموزش بتواند پروژه را راه اندازی
| .کند

ما فقط یک کلاس داریم که می خواهیم آزمایش کنیم."** | تمایل به "** |
یک (Pilot) کاهش ریسک. | "این منطقی است. ما یک**پکیج آزمایشی
ترمه** داریم: برای**یک کلاس** و به مدت**۴ ماه** به مبلغ

****۹۹۰،۰۰۰ تومان****. اگر رضایت داشتید، مابه‌التفاوت آن به قرارداد سالانه
| تبدیل می‌شود. | ارائه پکیج آزمایشی با شرایط شفاف

محتوای شما از نظر علمی تأیید شده؟ ****** | نگرانی درباره اعتبار و ****** |
حساسیت فرهنگی. | "بله، دقیقاً. محتوای آموزشی پایه ما تحت نظارت
****** شورای مشورتی متشکل از اساتید دانشگاه ****** تهیه شده و کاملاً منطبق بر
کتاب درسی است. می‌توانم رزومه مشاوران و نمونه‌ای از ارجاعات را برای شما
| ارسال کنم. | ارائه نامه معرفی از طرف یکی از مشاوران (در صورت نیاز)

**** (Close) مرحله ۶: بستن معامله ** ###**

پس از رفع اعتراضات، ****** پیشنهاد نهایی ****** را ارسال کنید *

درخواست مستقیم برای کسب و کار: ****** "آیا می‌توانیم قرارداد را ****** *
"نهایی کنیم تا بتوانیم جلسه آموزش را برای هفته آینده برنامه‌ریزی کنیم؟
ارسال ****** قرارداد رسمی ****** (نمونه در پیوست) برای امضا *

**** (Onboarding) مرحله ۷: فعال‌سازی و یکپارچه‌سازی ** ###**

هدف: ****** تبدیل مشتری جدید به یک کاربر موفق و خوشحال ******

۳۰ دقیقه) با معاون و معلمان (******: (Kick-off Call) جلسه یک‌آف ****** ۱.
مربوطه. بررسی انتظارات و برنامه زمان‌بندی

۲. جلسه آموزش معلمان: ** (۶۰ دقیقه آنلاین) آموزش عملی پلتفرم **.
۳. فعال سازی حساب ها: ** ایجاد حساب های کاربری برای معلمان و **.
- دانش آموزان توسط تیم ما
۴. پشتیبانی راه اندازی: ** یک هفته اول پشتیبانی ویژه از طریق چت **.
- اختصاصی
۵. جلسه پیگیری پس از ۳۰ روز: ** بررسی رضایت، حل مشکلات، **.
- معرفی ویژگی های دیگر

** بخش ۳: اسناد و ابزارهای فروش ** ##

** خلاصه ساختار - (Proposal) نمونه پیشنهاد ۱. ** ###

جلد: ** لوگو، خطاب به مدرسه ** *

صفحه ۱: ** خلاصه اجرایی (چالش شما، راه حل ما، سرمایه گذاری) ** *

صفحه ۲: ** جزئیات بسته پیشنهادی (تعداد کلاس ها، کمپین ها، ** *

مدت زمان)

صفحه ۳: **جدول قیمت گذاری و گزینه‌ها** *

SLA. صفحه ۴: **جدول زمانی پیاده‌سازی و** *

صفحه ۵: **درباره ما و شورای مشورتی** *

صفحه ۶: **مراحل بعدی و امضا** *

****نکات کلیدی - (Contract) نمونه قرارداد ۲.*****

مدت قرارداد (۱ سال) *

تعهدات طرفین (دسترسی، پشتیبانی، پرداخت) *

شرایط پرداخت (پیش‌پرداخت ۱۰۰٪ یا دو قسط) *

ضمانت بازگشت وجه (در صورت عدم رضایت در ۳۰ روز اول، به شرط *

استفاده نکردن از سرویس)

ضمیمه شده SLA *

بند محرمانگی *

****ابزارهای مدیریت فروش ۳.*****

(Notion) استفاده از یک سیستم ساده مانند **نوت‌شن CRM:** *

رایگان** برای ردیابی سرنخ‌ها، مراحل و وظایف (HubSpot) یا هواوی

* ** (Email Templates): ** برای پیگیری پس از دمو،
ارسال پیشنهاد، و پیگیری پرداخت

* ** داشبورد فروش: ** نظارت بر نرخ تبدیل هر مرحله، طول چرخه
فروش و سلامت خط لوله

* ** B2B فروش (KPIs) بخش ۴: معیارهای کلیدی عملکرد ** ##

* ** ۱۰ هفته: ** تعداد تماس‌های اکتشافی در هفته: ۱۰

* ** ۴۰٪ (Lead to QL): ** نرخ تبدیل سرنخ به واجد شرایط

* ** ۵۰٪ (Demo to Proposal): ** نرخ تبدیل دمو به پیشنهاد

* ** ۴۰٪ (Close Rate): ** نرخ بسته شدن

* ** (Average Deal Size - ADS): ** میانگین ارزش معامله

تومان ۳,۵۰۰,۰۰۰

* ** ۵۰ روز: ** طول چرخه فروش: ۵۰ روز

تومان $500,000 < \text{B2B:**} \text{ (CAC)}$ هزینه جذب مشتری ** *

(شامل وقت تیم فروش و بازاریابی)

** نتیجه: فروش به عنوان یک سیستم ** ##

B2B برای بخش ShahnamehMap این پلی بوک نشان می دهد فروش یک **فرآیند سیستماتیک و قابل تکرار** است، نه مجموعه ای از رویدادهای تصادفی. هر مرحله تعریف شده، هر اعتراض پاسخ استاندارد دارد و هر تصمیم مبتنی بر معیارهای کمی است. این رویکرد باعث می شود

۱. قابل پیش بینی باشد: ** می توانیم درآمد آینده را با دقت نسبی **

.پیش بینی کنیم

۲. قابل آموزش باشد: ** هر فرد جدید در تیم فروش می تواند با این **

.پلی بوک آموزش ببیند و نتایج مشابهی تولید کند

۳. قابل بهینه سازی باشد: ** با ردیابی نرخ تبدیل هر مرحله، می توانیم **

.نقاط ضعف (مثلاً مرحله دمو) را شناسایی و بهبود دهیم

فروش یک سیستم است، نه یک اتفاق. ** این پلی بوک پایه و اساس آن **

.سیستم را می سازد