

BE A NETWORK MARKETING SUPERSTAR

THE ONE BOOK
YOU NEED TO
MAKE MORE MONEY
THAN YOU
EVER THOUGHT
POSSIBLE

نکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلا مانع است

Mary Christensen with **Wayne Christensen**

چگونه یک

«سوپر استار»

بازاریابی شبکه‌ای بشوید؟

کتابی که با استفاده آن می‌توانید آنقدر پول
دریابورید که نتوانید فکرش را بکنید

نوشته: مری کریستینسن

ترجمه: نیما عربشاهی

نظرات بزرگان درباره‌ی کتاب

چگونه یک سوپر استار بازاریابی شبکه‌ای بشوید؟

«کتاب حاضر، باید در میان کتابهای آموزشی هر فروشنده‌ی مستقیمی باشد. این کتاب مملو است از استراتژی‌های مطمئن و امتحان شده که یک پایه‌ی قوی و استوار برای موفقیت خواهد ساخت. ایده‌های فراوانی در سراسر کتاب می‌خوانید که ابزار شما برای رسیدن به بالاترین رتبه‌ی طرح دستمزد شرکت شماست. اگر حاضرید که «سوپر استار» شرکتتان باشید، فوراً کتاب مری را تهیه کنید!»

- جین دوپر، یکی از مؤسسين اتحادیه فروش مستقیم زنان (DSWA)

«این کتاب، مقدمه‌ای است عالی و مروری کامل بر صنعت فروش مستقیم و همچنین روش واضح و روشنی برای موفقیت در فروش مستقیم دارد. مری کریستینسن یک راهنمای کامل نوشته است که به درد هر نوع فروش مستقیم سالم و هر محصولی می‌خورد. او گامهای موفقیت را از مرحله فکر به عمل به رشته تحریر درآورده است. به اعتقاد من هرکسی که از فرمول او تبعیت کند، نتایج حیرت‌آوری را تجربه خواهد کرد.»

- رزماری ردmond، رئیس شرکت Weekenders USA

«این کتاب به صورت گام به گام و با روشی ساده، افراد تازه‌وارد و قدیمی را به سوی ابر ستاره بودن راهنمایی می‌کند. قسمت عملی پایان هر فصل، گام عملی عالی‌ای است که ذهن شما را برانگیخته و به عمل وا می‌دارد.»

- دایان لوسرو، رئیس شرکت Jafra Cosmetics

فهرست

۴	 نظرات بزرگان
۶	 مقدمه مترجم
۸	 درباره نویسنده
۹	 پیشگفتار
۱۱	 مقدمه
۱۶	 گام ۱: شهامت رویاپردازی داشته باشید
۲۱	 گام ۲: هدفگذاری کنید
۲۷	 گام ۳: باور کنید که می‌توانید
۳۶	 گام ۴: طبق طرح پاداش، کار کنید
۴۷	 گام ۵: چرخ را دوباره اختراع نکن
۵۴	 گام ۶: مسئولیت‌پذیر باشید
۵۷	 گام ۷: وقت صرف کنید
۶۳	 گام ۸: استادشش مهارت اصلی بشوید
۶۶	 گام ۹: به سررسید یا دفتر برنامه‌ریزی خود احترام بگذارید
۷۰	 گام ۱۰: حرف بی‌فایده نزدن و درست فروختن
۷۶	 گام ۱۱: انرژی مثبت، پخش کنید
۸۰	 گام ۱۲: به روابط توجه کنید
۸۵	 گام ۱۳: ساده نگه داشتن
۸۹	 گام ۱۴: یک رابطه‌ساز مؤثر باشید
۹۳	 گام ۱۵: مرتباً افراد جدید بیابید
۹۸	 گام ۱۶: مربی بشوید
۱۰۱	 گام ۱۷: استفاده از ابزارها
۱۰۷	 گام ۱۸: هرچه پیش آمد، باز هم ادامه دهید
۱۰۸	 گام ۱۹: نشکنید، انعطاف‌پذیر باشید
۱۱۱	 گام ۲۰: اولویت‌بندی
۱۱۶	 گام ۲۱: نگذارید ترس، رویاهایتان را لگدمال کند
۱۲۱	 گام ۲۲: اشتباه را درست کنید
۱۲۴	 گام ۲۳: خودتان الگو باشید تا از شما پیروی کنند
۱۳۱	 گام ۲۴: نظارت دقیق
۱۳۴	 گام ۲۵: ز گهواره تا گور، دانش بجوی
۱۳۷	 گام ۲۶: خوش بگذرانید
۱۴۰	 سخن آخر
۱۴۱	 از همین مترجم

مقدمه مترجم

بسم الله الرحمن الرحيم هست کلید در گنج حکیم

خداوند بزرگ را شاکرم که توان ترجمه اثر دیگری را به من داد. پروردگارا از لطف بی پایان و توجه بی نظیر تو، سپاسگزارم.

در روند انتخاب و ترجمه کتابها و مطالب آموزشی درباره‌ی فروش مستقیم، ترتیبی را در نظر گرفته‌ام. موضوعات مختلف این صنعت را مد نظر دارم از اخلاق کاری، انگیزه، برقراری ارتباط مؤثر، تغییر نگرش، هدف و انگیزه گرفته تا بحث علمی و آکادمیک این صنعت. کتاب حاضر را نیز در ادامه‌ی راهم برای معرفی صنعت فروش مستقیم سالم و روش انجام آن به ایرانیان انتخاب کرده‌ام.

این کتاب از رسته‌ی روشهای عملی کار در فروش مستقیم انتخاب شده است که سابقه‌ی نویسنده‌ی آن، اعتبار خاصی به مطالب و ایده‌های عالی کتاب می‌بخشد. شخصاً آنرا بارها مطالعه نموده و از دانش و خرد ساده و عملی آن در حرفه‌ام استفاده کرده و می‌کنم.

مطالب کتاب، ساده و در عین حال مؤثر و عملی است؛ چیزی که ما در حرفه‌ی خود شدیداً به آن نیازمندیم. در هنگام مطالعه‌ی کتاب، حتماً تمرینهای عملی آنرا انجام داده و سپس فصل بعدی را مطالعه فرمایید تا تأثیر کتاب بر ذهن و کار شما بیشتر شود.

شعار کاری و عملی من در کار و زندگیم، «**بهتر کردن زندگی دیگران**» است که منجر به بهتر شدن زندگی خودم نیز می‌شود. از شما خواننده عزیز نیز می‌خواهم که کتاب حاضر را از همین دیدگاه مطالعه کنید تا بهترین استفاده را از آن ببرید.

من به صنعت فروش مستقیم ایمان دارم. فروش مستقیم، حرفه‌ای است که می‌تواند در زمان نسبتاً کوتاهی، یک انسان «معمولی» را به یک انسان «سازنده و کارآفرین» با رشد فردی بالا تبدیل کند. امیدوارم که مسئولین امر، با نگاهی علمی و مثبت و به دور از حاشیه‌ها و دروغ‌پردازیهای رایج

درباره‌ی این صنعت، آنرا مورد مطالعه و بررسی جدید و جدّی قرار دهند تا به فضل خداوند، شاهد روزی باشیم صنعت فروش مستقیم در ایران عزیزمان مورد حمایت قانون قرار گیرد.

از شما خواننده عزیزم تقاضا دارم نظرات خود را از طریق شماره موبایل ۰۹۱۲۵۴۸۵۹۶۹ یا پست الکترونیک nima.arabshahi@gmail.com با بنده درمیان بگذارید. مشتاقانه منتظر شنیدن صدای گرم شما و خواندن نظرات زیبایان هستم.

این کتاب را تقدیم می‌کنم به:

همه‌ی ایرانیان و فارسی زبانان،

کارآفرینان و بازاریابان شبکه‌ای،

همسر عزیزم الی،

مادر، پدر و برادر عزیزم،

حامی خوبم فراز،

بانیان شرکت شریکم، که اگر برای تحقق رویای خود استقامت نمی‌کردند، ما امروز بستری برای تحقق رویاهای خود نداشتیم.

مدیران محترم شعبه ایران،

کارمندان پرانرژی و همیشه شاد شرکت شریکم،

دوستان و همکارانم آرش، ساناز، راحیل، نیلوفر، علیرضا، امیرپاشا، ثمین، سپیده، امیر، یاشار، روزبه، مهدی، محمد، جعفر، پریسا، ملیحه، مونا، شهاب، عادل، سعید، ثریا، حامد، احمدرضا، عسل، هنگامه، نسرين، مژگان، فیروزه، ادیک، لوریتا، پونه، دکتر علیرضا، اسماء، مسعود، داوود، مریم، مهرانگیز، نیر، نازنین، فرزاد، مهشید، کامران، ماندانا، الهام، عباس و دوستان بسیار دیگری که نوشتن نامشان، کتاب دیگری طلب می‌کند.

و از همه مهمتر تک‌تک مشاوران گروه حرفه‌ای، پرانرژی و همیشه موفق‌ی که افتخار خدمتگزاری به آنها را داریم.

همیشه و از صمیم قلب آماده‌ی خدمتگزاری به شما همکار جدیدم هستم.

با آرزوی ایرانی همیشه سبز و آباد و متحد

نیما عربشاهی

درباره نویسنده



مری کریستینسن (Mary Christensen) با بیش از سی سال تجربه راهبری در بازاریابی شبکه‌ای، کتاب حاضر را نوشته است که تجربه‌ی موفقیت او در صنعت فروش مستقیم است - از جذب بیش از ۱۰۰۰ نفر در سال اول گرفته تا راهبری در دو شرکت بین‌المللی فروش مستقیم.

او رئیس پیشین انجمن فروش مستقیم (DSA) بوده و طراح یکی از اولین دوره‌های دانشگاهی فروش مستقیم در دنیا است. او کتاب *اولین میلیون دلار خود را در بازاریابی شبکه‌ای به دست بیاورید* را به رشته تحریر درآورده و نشریه‌ی الکترونیکی *مربی دوشنبه* را راه انداخته که یک نشریه‌ی آموزشی برای دنیای فروشندگان مستقیم است.

او سخنران مشهوری است که در معتبرترین جلسات مرتبط با این صنعت و همایشهای شرکتهای بزرگ به ایراد سخنرانی می‌پردازد.

هم قطاران او در فروش مستقیم احترام بسیاری برایش قائل هستند. از دیگر سوابق او می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- برگزاری بیش از ۲۰۰ معارفه در سال در آمریکا، کانادا، اروپا و استرالیا
- رئیس پیشین انجمن فروش مستقیم نیوزلند
- حضور در فدراسیون جهانی انجمن فروش مستقیم (WFDSA) ۲۰۰۲
- حضور در انجمن فروش مستقیم آمریکا (DSA) ۲۰۰۶، ۲۰۰۷ و ۲۰۰۹
- حضور در انجمن فروش مستقیم کانادا، ۲۰۰۷
- حضور در انجمن فروش مستقیم استرالیا، ۲۰۰۹
- حضور در اتحادیه فروش مستقیم زنان (DSWA)، ۲۰۰۶، ۲۰۰۷ و ۲۰۰۹

پیشگفتار

من عاشق فروش مستقیم هستم! می‌شود گفت که فروش مستقیم در خون من است. بیش از ۳۰ سال است که در این صنعت، فعال هستم و از هر لحظه‌ی آن لذت می‌برم!

زیاد مهم نیست که چگونه آنرا شروع کرده‌ام و پیش‌بینی می‌کردم که زندگیم چگونه خواهد شد. ولی اگر بخواهید بدانید، من کتابدار مدرسه بودم. وقتی در اولین «میهمانی» فروش مستقیم شرکت کردم، یکی از مشاورها از من پرسید آیا من هم می‌خواهم مشاور بشوم؟ به او گفتم نه. بارها به او گفتم نه. ولی یک فصل تابستان تصمیم گرفتم که کمی پول بیشتر دریاورم و ماجرای موفقیت من شروع شد. دو سال پس از شروع کارم، برترین فروشنده شرکت شدم؛ رشد سازمان کشوری من، رکورد را شکست؛ من رئیس یک شرکت بزرگ فروش مستقیم شده بودم؛ و امسال، شرکت فروش مستقیم خودم (Butterfly Worldwide) را تأسیس کردم.

افتخار می‌کنم که به این صنعت شگفت‌انگیز مشغولم. درضمن درآمدم در این سالها که به فروش مستقیم اشتغال دارم، «کمی!» بیشتر از درآمدم در زمانی است که کتابدار مدرسه بودم. اینها را با شما می‌گویم زیرا نشانگر قدرت فروش مستقیم است و نشان می‌دهد که چرا از صمیم قلب به فرصت بی‌نظیر فروش مستقیم ایمان دارم.

من موفق هستم، بله، ولی ای کاش وقتی این حرفه را شروع کرده بودم، کتابی مانند «سوپر استار» داشتم! اگر به شغلی در فروش مستقیم فکر می‌کنید یا فروشنده مستقیم هستید، این کتاب برای شما معجزه می‌کند. مری کریستنسن، عصاره‌ی سالها تجربه خود را به صورت مطالبی ساده و قابل فهم نوشته و در عین حال، رسیدن به موفقیت را به شکلی کامل برای ما بیان کرده است.

مری به شما نشان می‌دهد که این صنعت چقدر می‌تواند ساده باشد. خیلیها را می‌شناسم که در این صنعت، بسیار موفق شده‌اند. همه آنها از جایی شروع کرده‌اند که شما هستید: **یک رویای بزرگ**. مری توانست به رویایش برسد و شما نیز می‌توانید. او پلکان موفقیت را برای شما ساخته است. او به شما می‌گوید که زمان و انرژی خود را کجا متمرکز کنید، چگونه گروه بسازید و چگونه یک راهبر

عالی باشید. او نکات مربیگری گروه و روش رشد کاری و درآمد شما را بیان کرده است. هرچه برای موفقیت در حرفه‌ی کارآفرینانه‌ی فروش مستقیم وجود دارد در این کتاب ذکر شده است.

این اثر تحسین برانگیز، چیزی بیش از یک کتاب راهنما است. این، یک کتاب عملی است که شما را برای مسیر موفقیتی که در پیش دارید آماده می‌سازد. در پایان هر فصل، قسمت تمرین عملی وجود دارد که مطالب آن فصل را به یاد شما آورده و کمکتان می‌کند آنها را در دنیای واقعی، دنیای واقعی خودتان یا به قول مری، «سیاره واقعیات» به کار ببندید. اینها گامهای اولیه‌ای هستند که شما را یاری می‌دهند تا مسئولیت لازم را برای موفقیت خودتان و گروهتان در این صنعت در خود ایجاد کنید.

بار اول مری کریستنسن را در حال سخنرانی در جلسه سالیانه انجمن فروش مستقیم دیدم. سخنرانی پویای او الهام‌بخش و سرشار از انگیزه، نکات مهم و آموزنده بود. از همان اول سخنرانی، نظر مرا جلب کرد و باعث شد همه‌ی حرفهایش را با جان و دل گوش بدهم. او را چنان تشویق کردند که هرگز در عمرم ندیده بودم. امیدوارم که از آموزشهای مری کریستنسن لذت ببرید. او به شما می‌آموزد که چگونه یک سوپر استار بازاریابی شبکه‌ای باشید. ایمان دارم که با کمک اطلاعاتی که در این کتاب خواهید آموخت، حرفه‌ی فروش مستقیم برای شما با موفقیت عظیمی همراه خواهد بود.

دایان بالدريج

مؤسس و رئیس شرکت Butterfly Worldwide

مقدمه

جایگاه هیچکسی را در دنیای ثروت، «رزرو» نکرده‌اند. هرکسی این جایگاه را بخواهد و آمادگی داشته باشد که برای داشتنش کار کند، می‌تواند آنرا داشته باشد. هیچ قانونی وجود ندارد که شما را مجبور کند بین استقلال مالی و خانواده، یکی را انتخاب کنید.

وقتی در مسیر بازاریابی شبکه‌ای (که آنرا فروش مستقیم، بازاریابی چند سطحی و MLM هم می‌نامند) گام نهادم، به دنبال راهی برای پرداخت وامها و حمایت از دو کودکم بودم. ابداً تصور نمی‌کردم که زندگی‌ام را عوض کند. اما چنین شد و من، راهی برای استقلال مالی پیدا کردم. ولی به اینجا ختم نشد. من متوجه شدم که می‌توانم هم پول داشته باشم و هم زندگی‌ام را. ثروت، نه تنها در قالب پول بلکه در کیفیت زندگی. بله، رویاها را واقعاً می‌توان محقق کرد.

همه می‌توانند رویاپردازی کنند. و همه - با مهارتها، تجربیات و شرایط فعلیشان - می‌توانند به رویاهای خود برسند. این کتاب، راهش را به شما نشان خواهد داد؛ حتی در «سیاره واقعیات» که زندگی، همیشه آنطور که ما انتظار داریم پیش نمی‌رود.

به دلایل بی‌شماری، هر هفته ۱۷۵,۰۰۰ نفر در آمریکا و ۴۷۵,۰۰۰ نفر در جهان وارد بازاریابی شبکه‌ای می‌شوند. (به گزارش انجمن فروش مستقیم^۱، بیش از ۱۴ میلیون نفر در آمریکا و بالغ بر ۵۴ میلیون نفر در سراسر جهان به بازاریابی شبکه‌ای مشغولند^۲).

بیشتر ما در دنیای متزلزل و رو به گسترش امروز، در جستجوی راهی هستیم تا آنرا جایگزین الگوی قدیمی «درس بخوان، کار بکن و بازنشسته بشو» نماییم. هر روز به تعداد افرادی که به خاطر خواسته‌های کارفرمایان و رؤسای شرکتها مجبور به قربانی کردن خانواده، دوستان و اوقات فراغت خود هستند افزوده می‌شود. هم زنان و هم مردان دریافته‌اند که بهترین امنیت در زندگی امروز، اتکا به

^۱ - Direct Selling Association

^۲ - طبق جدیدترین آمارهای انجمن فروش مستقیم که در وبسایت این انجمن در آدرس www.DSA.org قابل دسترسی عموم است، تا آخر سال ۲۰۰۷ بیش از ۱۵ میلیون نفر در آمریکا و بالغ بر ۶۲/۷ میلیون نفر در سراسر جهان به این حرفه پیوسته‌اند. این آمارها هر چند سال یک بار به‌روز می‌شوند.

خود است. این تغییر روش زندگی، تأثیر بسزایی داشته است به طوری که تعداد آمریکاییانی که در خانه کار می‌کنند نسبت به پنج سال گذشته، افزایش زیادی پیدا کرده است.

روش زندگی زنان نیز با همین سرعت در حال تغییر است. با اینکه که یک مادرِ دوست‌داشتنی و مسئول بودن هنوز هم اولویت بسیاری از زنان است با این حال تعدادی از آنان حاضرند آینده خود را به خطر انداخته و استقلال مالی را در ابتدای فهرست اولویتهای خود قرار دهند.

با اینکه رویای صاحب‌کار بودن، بسیار شیرین است اما آمارها، تصویر واقعی‌تری از ساعات کاری طولانی، فشار عصبی زیاد و بازدهی کم برای صاحبان کسب و کارهای کوچک تا متوسط نشان می‌دهند. آنها تقلا می‌کنند که پس از کسر هزینه‌هایی مانند اجاره، انبارداری، کارمندان و کارکنان، سودی برایشان باقی بماند.

راه‌حل در بازاریابی شبکه‌ای است؛ فرصتی که در آن می‌توانید صاحب کار خودتان باشید بدون اینکه بارِ آنرا به تنهایی به دوش بکشید. چیزی که رویای کارآفرینان است.

بازاریابی شبکه‌ای چنین عمل می‌کند: شما به عنوان نماینده مستقل (یا عنوانهایی مانند توزیع‌کننده، همکار، مشاور، عضو یا صاحب‌کارِ مستقل)، با شرکتی همکاری می‌کنید که محصولات و یا خدماتی را به همراه پشتیبانی بازاریابی و اجرایی ارائه می‌کند. درحالی که شرکت، مراقب زوایای مهم کسب و کار شماست، شما آزادید به فعالیتهای اصلی که منجر به درآمدهای شما می‌شوند بپردازید.

درآمد شما حاصل از فروش محصولات و یا خدمات و جذب دیگر افراد علاقمند برای فروش همان محصولات و یا خدمات است. هرچه فروش شما بیشتر باشد، درآمدهای شما بیشتر خواهد بود.

آنچه بازاریابی شبکه‌ای را جذاب می‌کند این است که می‌توان آنرا تقریباً بدون هزینه اولیه شروع کرد و با هزینه کمی می‌توان آنرا اداره نمود. سرمایه‌گذاری اولیه‌ی هنگفتی نیاز نیست به جز هزینه اندکی که احتمالاً برای تهیه یک استارتر کیت یا بسته‌ی شروع کار صرف می‌شود. بنابراین می‌توانید کار خودتان را شروع کنید آن هم بدون نیاز به استفاده از پس‌اندازتان یا قرض کردن مبلغ هنگفتی از دیگران.

سقفی برای درآمد شما وجود ندارد و نیازی نیست که خانواده و دوستانتان را قربانی کنید تا جزو برترین افراد کامیاب باشید.

اغلب بازاریابان شبکه‌ای، کارشان را در منزل و در کنار فعالیتهای روزمره انجام می‌دهند. برخی ترجیح می‌دهند صرفاً یک کمک خرجی داشته باشند و این حرفه را به صورت پاره وقت انجام داده و به تنهایی یا در کنار همسرشان، همچنان به شغل سنتی خود نیز ادامه دهند. ولی برای برخی، بازاریابی شبکه‌ای تنها منبع تأمین مخارج منزل است.

هر روز بر تعداد زوجهایی که مهارتها و داشته‌هایشان را ادغام می‌کنند تا کسب و کار بازاریابی شبکه‌ای را با هم راه بیندازند افزوده می‌شود که در نتیجه افراد خانواده می‌توانند در کنار یکدیگر به کار و زندگی بپردازند.

هیچ شغلی بهتر از شغل دیگر نیست. مزیت بازاریابی شبکه‌ای در آزاد بودن آن است و اینکه دست شما را باز می‌گذارد و خود را با شرایط زندگی و بلند همتی شما وفق می‌دهد. قدر مسلم، این شما هستید که تشخیص می‌دهید کدام شغل یا روش کاری برای زندگیتان بهتر است: بازاریابی شبکه‌ای یا شغل‌های سنتی.

بازاریابی شبکه‌ای از آن دسته معدود کارهاییست که در آن می‌توانید به اندازه آنچه می‌آموزید، درآمد کسب کنید؛ آن هم از همان ابتدا. اگر هنوز هم مطمئن نیستید و شک دارید:

- به میلیون‌ها فارغ‌التحصیلی فکر کنید که سالها زحمت کشیده و درس خوانده‌اند تا شانس برای پیوستن به جمع پردرآمدها بیابند.
- به میلیون‌ها نفری فکر کنید که حتی فرش زیر پایشان را فروختند و هرچه داشتند را سرمایه‌گذاری کردند ولی اکنون ساعتهای طولانی کار می‌کنند تا فقط دخل و خرجشان جور در بیاید.
- به آنهایی فکر کنید که وقت باارزش و زندگیشان را در ترافیک رفت و آمد به محل کارشان به هدر می‌دهند.
- به آنهایی فکر کنید که به دلیل تعهدات شغلی، نمی‌توانند در مراسم و جشنهای بسیار مهمی مانند تولد کودکان خود حاضر شوند.

- به آنهایی فکر کنید که هر روز با بی‌میلی سر شغل کسل‌کننده و تکراری خود می‌روند و مجبورند با یا برای افرادی کار کنند که در حالت معمولی حتی حاضر نیستند لحظه‌ای در کنارشان باشند و جواب سلامشان را بدهند.
- فکر کنید چقدر خوش شانس هستید که سکان‌دار کسب و کار کم‌خطر و خوش‌پاداش خودتانید. کاری که در آن خودتان تصمیم می‌گیرید و قوتتان را چگونه و با چه افرادی صرف کنید.

این کتاب را برای هر فردی نوشته‌ام که مصمم است رویاهای خود را به واقعیت مالی و زندگی حقیقی تبدیل کند. اگر حاضرید از منطقه‌ی امن خود خارج شده و تعهد می‌دهید که دست به کار شوید - شرایط فعلیتان هرچه می‌خواهد باشد - من هم حاضرم به شما نشان بدهم که چگونه می‌توانید جزو صدها هزار نفری باشید که از درآمد عالی و زندگی رویایی خود در بازاریابی شبکه‌ای لذت می‌برند: این، یعنی ثروت به معنای واقعی کلمه.

و اما اینها سه اصل بنیادی بازاریابی شبکه‌ای هستند:

۱- هیچ راه میانبری وجود ندارد. مانند هر تلاش دیگری، باید آماده باشید که سخت بکوشید و هوشمندانه کار کنید. و این، با استادی در مهارتهایی شروع می‌شود که میلیون‌ها فرد موفق در این حرفه، کارآیی آنها را اثبات کرده‌اند.

۲- هیچ بهانه‌ای پذیرفته نیست. اگر روشی برای شما فایده ندارد، باید آماده تغییر باشید. منظورم این نیست که فوراً به دنبال شرکت بهتر، سیستم بهتر یا فکر جدیدی بروید. منظورم تغییر خودتان است. مثلاً تغییر رفتارتان، روش معرفی خودتان، روش برقراری ارتباط با دیگران یا درک‌تان از عملکرد این حرفه. این کتاب کمک‌تان می‌کند که ببینید کجا باید زمان، انرژی و منابع خود را متمرکز کنید تا شانس موفقیتتان بیشتر بشود.

۳- هیچ مدال افتخاری را برای سعی کردن /هدا نمی‌کنند. بازاریابی شبکه‌ای به نتایج، پاداش می‌دهد. همه در آن موفق نمی‌شوند زیرا همه حاضر نیستند آنچه را که لازم است انجام بدهند. اگر شما آماده باشید، خواهید دید پاداشی که می‌گیرید، ارزشش را دارد. اگر به این نتیجه برسید که بازاریابی شبکه‌ای به درد شما نمی‌خورد، نه چیزی به دست آورده‌اید و نه

چیزی را از دست داده‌اید. یکی از نقاط قوت بازاریابی شبکه‌ای این است که می‌توانید در حین انجام آن، شغل معمول خود را نیز حفظ کنید.

این کتاب، مکمل آموزشها و تعالیم شرکت شریک شماست که اطلاعات خاص و راهنمایی‌هایی در رابطه با محصولات و فرصت کاری به شما می‌دهد. به جای اطلاعاتی که در راهنماها و سمینارهای شرکت خود خواهید یافت، من روی نحوه‌ی اعمال آنچه در راهنماها می‌خوانید و در برنامه‌های آموزشی می‌شنوید تمرکز کرده‌ام. باور کنید که فاصله زیادی میان تئوری بازاریابی شبکه‌ای و آنچه در دنیای واقعی کشف خواهید کرد وجود دارد.

از این کتاب به عنوان مرجع استفاده کنید تا شما را گام به گام به سوی اهداف عالیتان راهنمایی کند. در انتهای هر فصل، قسمت کار عملی در نظر گرفته شده که شما را در انجام عملی آنچه خوانده‌اید یاری می‌دهد. با اینکه دانش، دارایی قدرتمندی است ولی فرمول موفقیت، دانشی است که به عمل درآمده باشد.

بالتر از همه، باور داشته باشید که می‌توانید انجامش دهید. می‌دانم که می‌توانید چون به یاد دارم وقتی خودم این حرفه را شروع کردم، چه مهارت‌های اندک و اعتماد به نفس پایینی داشتم. هر گامی را که شما می‌خواهید بردارید شخصاً برداشته‌ام، مانند میلیون‌ها نفری که امروز از پاداش آنچه برایش سخت کوشیده‌اند، لذت می‌برند. پاداشها در انتظار شمايند.

به این صنعت پویا خوش آمدید. اگر نیت کرده‌اید که بیاموزید و اگر نیت کرده‌اید که کار بکنید، زندگی‌ای را خواهید ساخت که خودتان و خانواده‌تان لیاقتش را دارید و الگویی خواهید شد برای آنهایی که شهامت دارند رویاهای بزرگی در سر پیروانند.

شهامت رویاپردازی داشته باشید

فرض کنید که قرار است سه آرزوی شما برآورده شود...

چه آرزوهایی خواهید داشت؟

هیجان بیشتر؟ ماجراجویی بیشتر؟ آزادی بیشتر؟

پول بیشتر؟ زمان بیشتر؟

تفریح بیشتر؟

تنها محدودیتی که برای آنچه می‌توانیم در زندگی داشته باشیم وجود دارد، محدودیت قوهی تصور ماست. همه افراد کامیاب از یک رویا شروع می‌کنند. از دانشمندی که کشف پزشکی کرده و جان میلیون‌ها نفر را نجات می‌دهد گرفته تا ورزشکاری که بر موانع غلبه کرده و رکورد جهانی را می‌شکند.

اولین پیشگامان آمریکا را تصور کنید که وقتی پا بر خاک این کشور نهادند نمی‌دانستند با چه چیزهایی روبه‌رو خواهند شد و فقط قلبی داشتند آکنده از اشتیاق سوزان برای آینده‌ی بهتر.

اولین نفری را تصور کنید که به آسمان شب خیره شد و رویای فرود بر کره ماه را در سر پروراند. رویای او در آن زمان، فراسوی غیرممکن بود. ولی بالاخره محقق شد زیرا کسی جرأت کرد که این رویا را در سر پروراند.

زندگی، پیمودن راهی نیست که دیگران پیش روی ما نهاده باشند. زندگی یعنی پیشگام بودن در کوره راههایی که زندگی خود خواسته‌ی ما را می‌سازند.

رویاپردازی ما را از بند تردیدها، شکها، پشداوری منفی، تجربیات قبلی و توقع از دیگران آزاد کرده و حقیقت آنچه را در زندگی می‌خواهیم به ما می‌نمایاند. ظرفیت ما برای کسب و دستیابی، محدودیتی ندارد البته اگر جرأت کرده و رویاهای بزرگ داشته باشیم.

وقت گذاشته و فکر کنید چه چیزی شما و آنهایی را که دوستشان دارید واقعاً شاد خواهد کرد. این شش سوال ساده را از خود پرسید:

- ۱- می‌خواهم چه شخصیتی بشوم؟
- ۲- می‌خواهم چه کاری انجام بدهم؟
- ۳- می‌خواهم چه چیزی را ببخشم؟
- ۴- می‌خواهم چه چیزی را داشته باشم؟
- ۵- می‌خواهم وقتم را چگونه صرف کنم؟
- ۶- می‌خواهم وقتم را با چه افرادی بگذرانم؟

وقتی پاسخ این سوالها را بیابید، قدرت شگفت‌انگیزی بر آینده خود خواهید داشت. هر قدر که برای تصمیم‌گیری در مورد نحوه‌ی زندگی خود وقت صرف کنید، وقتتان به هدر نرفته زیرا آنگاه که بدانید چه چیزی برای شما مهمترین است، کوهها را جابه‌جا می‌کنید تا آنرا به‌دست بیاورید. رویاهای ملال‌آور در ذهن خود پرورش ندهید زیرا منجر به کارهای بزرگ و شاهکارهای شگفت‌انگیز نمی‌شوند.

فکر کنید واکنش شما به وقایع حساس چگونه است. بیندیشید که چگونه از اهداف دلخواه خود جلو می‌زنید. به فواید فکر کنید که برای حفاظت از خانواده و دوستان خود خواهید پیمود. هر چه هیجان بیشتری داشته باشید، انرژی بیشتری برای تحقق رویاهایتان ایجاد خواهید کرد.

خیلیها در دنیای ملال‌آور سیاه و سفید زندگی می‌کنند. خیلیها اجازه می‌دهند که شک و تردید، رویاهایشان را نابود کنند. ولی شما نه. در دنیای رنگی زندگی کنید. درخشان فکر کنید، با رنگهای شاد، روشن و زنده.

اگر رویای فرستادن فرزندان به بهترین مدرسه‌ها را دارید، آنها را تصور کنید که از دروازه‌های مدرسه گذشته و در کلاسها شرکت می‌کنند. احساس افتخار خود را در هنگام فارغ التحصیلی آنها در میان هم‌کلاسیهایشان تصور کنید.

اگر رویای داشتن یک خودرو نو را دارید، رنگش را تصور کنید، صدای موتورش را تصور کنید، بوی چرم نوی صندلیهایش را تصور کنید. مسافرت‌هایی را که با آن خواهید رفت و ماجراجویی‌هایی را که از آن لذت خواهید برد تصور کنید.

اگر رویای کمک به دیگران را دارید، تصور کنید که چه تفاوتی در زندگی آنها ایجاد خواهید کرد.

اگر رویای خانه‌ی جدیدی را دارید، در تصورات خود به تک تک اتاقهایش سر بزنید و حس کنید که با پای برهنه روی کف چوبی قدم می‌زنید و انگشتان پایتان را در پرز نرم فرش اتاقها فرو می‌برید. رنگ دیوارها را تصور کنید. جزییات اسباب و اثاثیه خانه را تصور کنید. منظره بیرون را از پنجره اتاقها تماشا کنید.

اگر رویای جهانگردی دارید، به مناظر، صداها و مزه‌هایی که در طول سفر تجربه خواهید کرد فکر کنید.

الآن زمان به زنجیر کشیدن قوه‌ی تخیل نیست. قوه‌ی تخیل خود را آزاد کنید و بگذارید که پرواز کند و اوج بگیرد.

اگر بازاریابی شبکه‌ای را به عنوان ابزاری برای رسیدن به رویاهایتان انتخاب کرده‌اید، انتخابتان عالیست. سفر پرماجرایی در مسیر آینده‌ای که تصور کرده‌اید خواهید داشت. بی‌شک در راه رسیدن به جایی که می‌خواهید بروید و البته شایستگی‌اش را دارید، با موانعی مواجه خواهید شد. هرچه باشد، اینجا **سیاره واقعیات** است. دانستن **چرایی** یا **دلیل** کاری که انجام می‌دهید بسیار مهمتر از **چگونگی** انجام آن است. وقتی بدانید برای چه کار می‌کنید، هرچه در طول مسیر پیش بیاید، شور و اشتیاقتان شما را به پیش خواهد راند.

- جرج برنارد شاو

غول چراغ جادوی خود را احضار کرده و سه آرزویتان را به او بگویید. تا می‌توانید جزییات آرزوهایتان را بیشتر تصور کرده و به آنها رنگ و بوی زنده‌تری بدهید.

روایای اول من:

[illegible]

[illegible][illegible]

گام ۲

هدفگذاری کنید

حالا زمانش رسیده که رویاهایتان را به اهداف تبدیل کنید.

رویاپردازی، قوهی خیال ما را افروخته و اشتیاق ما را شعله‌ور می‌نماید ولی اهداف، مقاصد یا نشانهایی هستند که پیش از تعیین مسیر سفر خود باید آنها را مشخص کنیم. اگر بدانید که باید روی چه چیزی کار بکنید، انرژی‌هایتان در جهت درست متمرکز شده و شما را در مسیر صحیح نگه می‌دارد.

مقصود از هدف، رساندن شماست از جایی که هستید به جایی که می‌خواهید باشید. بنابراین اهداف باید واقع‌گرایانه باشند. منظورم فراموش کردن رویاهایتان نیست. بلکه منظورم تعیین نشانهای متوالی یا مقاصدی است که آنها را قدم به قدم دنبال کنید. توصیه می‌کنم اولین اهداف خود را برای تا حداکثر یک سال آینده تعیین کنید. وقتی به این اهداف اول نائل شدید، زمان کافی برای تمرکز بر اهداف جدید خواهید داشت.

اگر در هنگام کار، صبور نیستید بدانید که یکی از اصلی‌ترین اشتباهات کارآفرینان و همچنین کاسب‌کارها، ناشکیبایی است. زمانی که برای اولویت‌بندی صرف می‌کنید هرگز به هدر نرفته است. یکی از کلیدهای موفقیت، داشتن نظم و انضباط در مشخص کردن اهداف است.

این هفت اقدام را برای تعیین اهدافتان در ۱۲ ماه آینده انجام دهید:

- ۱- هر هدف را مانند یک مقصد قابل اندازه‌گیری، تعیین کرده و موعد مقرر هم برای تحقق آن مشخص نمایید. مثلاً «تا ۳۰ ژوئن سال آینده درآمد به ماهی ۵۰۰۰ دلار می‌رسد» یا «تا ۳۰ ژوئن سال آینده، ۲۰,۰۰۰ دلار برای اولین سرمایه‌گذاری در زمینه املاک، پس انداز می‌کنم».

۲- از خودتان بپرسید که «این هدف چه نقش مهمی در رویای نهایی من دارد؟» و هر هدف را به ترتیب اهمیت از ۱ (کم) تا ۵ (زیاد) اولویت‌بندی کنید. دقت کنید که اینها، اهداف خودتان باشند نه اهدافی که برای خوش‌آمد یا تحت تأثیر قرار دادن دیگران مشخص می‌کنید. این زندگی شماست و شما با زندگی کردن رویاهای دیگران، خوشبخت و خوشحال نخواهید زیست.

۳- فقط اهدافی را انتخاب کنید که آنها را جزو زیادترین، دسته‌بندی کرده‌اید. اهدافی را که زیر ۳، دسته‌بندی کرده‌اید مجدداً بررسی نموده و از خود بپرسید «آیا این چیزی است که واقعاً می‌خواهم؟»

۴- دقت کنید که: راه فراری برای خود باقی نگذارید؛ مثلاً نگویند «شش ماه، تمام سعی خود را خواهم کرد تا...»، افرادی را که اشتیاق شما را ندارند درگیر رویای خود نکنید؛ مثلاً نگویند «اگر والدینم قبول کنند که بیشتر از بچه‌ام نگهداری کنند، آن وقت من می‌توانم...» و باید بتوانید هر هدفی را بدون شرایط به دست بیاورید؛ مثلاً نگویند «اگر رئیس از ساعات کاریم کم کند...».

۵- یک هدف یعنی تعهد. هدف، وقتی ارزش دارد که قول بدهید در زمانی که مشخص کرده‌اید به آن خواهید رسید. روشن و صریح باشید. هرچه هدف شما نامشخص، مبهم و بی‌مرز نباشد بهتر است. دقت کنید که بتوانید به دو سوال کلیدی زیر درباره هر هدف، پاسخ دهید:

الف- «در مسیر رسیدن به هدفم، چه چیزی تغییر خواهد کرد؟»

ب- «این تغییر، چه وقتی کامل خواهد شد؟»

۶- بررسی کنید که اهدافتان، سازگار و هماهنگ باشند. از خود پرسید «آیا می‌توانم در زمان محدودی که دارم به تک‌تک اهدافم نائل شوم؟» اگر می‌بینید که ممکن نیست، هم‌اکنون، مهمترین‌ها را انتخاب کنید. هرچه تعداد اهدافی که تعیین می‌کنید بیشتر باشد، احتمال دستیابی به آنها کمتر است. مثال: اگر از آن دسته افرادی هستید که عادت دارند روی مبل لم بدهند و تلویزیون تماشا کنند و یکی از اهداف شما تمرین دو ماراتن و هدف دیگرتان، دو برابر کردن درآمدتان در سال باشد، زنگ خطر باید در گوشتان به صدا درآید. هر دو هدف، به پشتکار و فداکاری کامل نیاز دارد. بهتر است یکی را انتخاب کرده و دیگری را کمی عقب

بیندازید. مثلاً هدف کاری را اولویت اول خود قرار داده و دو مارتن را به تعویق بیندازید و اندازه‌ی آنرا تا حد حفظ شرایط بدنی مناسب، کوچک کنید تا زمانی که بتوانید سه بار در هفته، پنج مایل بدوید.

۷- اهداف خود را در کنار اوضاع فعلیتان بازبینی کنید. دقت کنید که تعیین اهداف بسیار جاه‌طلبانه می‌تواند منجر به شکست شما شود مگر اینکه واقعاً متعهد شده باشید. مثلاً اگر تازه ازدواج کرده‌اید برای رسیدن به رویای خانه‌ی آزاد از رهن بانکی، اول بدهیهای کارت اعتباری خود را تسویه کنید.

از خود پرسید «آیا اهداف من در شرایط کنونی‌ام، واقع‌گرایانه هستند؟» اگر اهداف بسیار بلندپروازانه تعیین کنید، خیلی زود سرخورده می‌شوید. موفقیت، مشوق خوبی است. تعیین اهداف کوچک و دستیابی به آنها بهتر از باد به غبغب انداختن و شکست خوردن است. سنگ بزرگ، علامت نزدن است. وقتی وضعیتتان تغییر کرد، اهدافتان هم می‌توانند عوض شوند. وقتی به هر هدف نائل شدید، هدف بعدی را تعیین کنید تا قدم به قدم به رویایتان نزدیک‌تر شوید.

کار عملی گام ۲: هدفگذاری کنید

۱- اهدافتان را بنویسید. برای هر هدف، یک تاریخ اتمام مشخص کنید. هر تعداد هدفی که دوست دارید بنویسید. سپس هر هدف را مرور کرده و اهمیت آنرا از ۱ تا ۵ تعیین کنید (۱ یعنی کم اهمیت‌ترین، ۵ یعنی پر اهمیت‌ترین).

من می‌خواهم:

تاریخ ----- اهمیت -----

من می‌خواهم:

تاریخ ----- اهمیت -----

من می‌خواهم:

تاریخ ----- اهمیت -----

من می‌خواهم:

تاریخ ----- اهمیت -----

من می‌خواهم:

تاریخ ----- اهمیت -----

۲- اهداف خود را به ترتیب اهمیت، دوباره بنویسید.

(۱) -----

----- (۲)

----- (۳)

----- (۴)

----- (۵)

----- (۶)

۳- اهداف خود را طبق مراحل ۳ تا ۷ که در همین فصل شرح داده شد در بوته واقعیت قرار دهید.

۴- دو هدف اول را دوباره بنویسید.

اولین هدف مهم من:

موعد مقرر من برای تکمیل این هدف:

دومین هدف مهم من:

موعد مقرر من برای تکمیل این هدف:

۵- با استفاده از عکس و متن به هدف خود، جان ببخشید. مثلاً عکس مدرسه‌ای که بچه‌هایتان به آن خواهند رفت، خانه‌ی رویایی که خواهید ساخت، جایی که برای تعطیلات خواهید رفت یا فرزندی که می‌خواهید به فرزند خواندگی بگیرید را روی یک تابلو بچسبانید و هر متنی که اثر تصاویر را بیشتر می‌کند کنار آنها بنویسید.^۱

۶- پنج نسخه از اهداف اصلی خود را پرینت بگیرید. آنها را اطراف خود بچسبانید - روی آینه دستشویی، روی داشبورد خودرو، در صفحه داخلی سررسید، کنار رایانه، کنار تلفن یا روی در یخچال؛ به عبارت دیگر هرجایی که وقتتان را بیشتر در آن می‌گذرانید تا همیشه جلوی چشمتان باشد و آنها را ببینید.

۷- هر روز تا می‌توانید به اهدافتان نگاه کنید. همیشه خود را در عکسها و تصاویر قرار دهید و تصور کنید. خود را ببینید که سفر می‌کنید تا به ملاقات فرزندانان بروید؛ روی صندلی خودرو نشسته‌اید و یک دستتان به فرمان است؛ روی صندلی راحتی در کنار ساحل لم داده و بازی بچه‌هایتان را تماشا می‌کنید؛ یا افتخار فارغ‌التحصیل شدن فرزندان را با تمام وجود احساس می‌کنید. نکته مهم این است که با تماشای عکسها و کمک گرفتن از قدرت تصور خود، هیجان و شور و اشتیاق لحظه رسیدن به هدفتان را در خود ایجاد کنید. صرف نگاه کردن به تصاویر، کمک چندانی به شما نخواهد کرد.

^۱ - برای این منظور می‌توانید از پوستر همراه با توضیح «تابلوی رویاها» که از طریق وبسایت www.HerfeyeNo.com قابل تهیه است استفاده کنید.

گام ۳

باور کنید که می‌توانید

به نقل از هنری فورد،

«چه فکر کنی که می‌توانی، یا فکر کنی که نمی‌توانی، در هر دو صورت حق با توست.» به نظر من هم حق با او بود.

باور، سوخت محرک بازاریابان شبکه‌ایست و قدرت و ضعف شما در کارتان با اندازه‌ی باورتان متناسب است. شما باید:

- به کسب و کارتان باور داشته باشید.
- به شرکتی که با آن همکاری می‌کنید باور داشته باشید.
- به فرصت کاری و یا محصولاتی که معرفی می‌کنید باور داشته باشید.
- و بالاتر از همه... باید به خودتان باور داشته باشید.

وقتی به خودتان باور داشته باشید، خود را از بند توقعات و فعالیتهای دیگران آزاد کرده و آماده‌ی روبه‌رویی با نوسانات و پیچ و خمهای رشد کسب و کارتان می‌شوید.

عدم اعتماد به نفس، سرعتتان را کم می‌کند. اگر پیش از شروع، تردیدهایی خود را دور بریزید، می‌توانید سریع‌تر و روان‌تر به‌سوی اهدافتان حرکت کنید.

گفتن «خودت را باور کن» ساده است ولی بسیاری از ما احساس تردید و بی‌کفایتی را در خود نگه می‌داریم. پس اول ببینیم شما باورهای خود را چگونه به‌دست آورده‌اید.

اغلب باورهای شما در زمان نوجوانی شکل گرفته‌اند - از پیامهای ارسال شده توسط والدین یا افراد مؤثر دیگر در زندگی شما از قبیل هم سن و سالان یا آموزگاران شما.

همه ما آنقدر خوش‌بخت نبودیم که در محیطی فرهنگی بزرگ شده باشیم. جایی که اطرافیانمان اهمیت شکل‌گیری اعتماد به نفس ما را می‌دانستند. افرادی که ما را بزرگ کرده‌اند احتمالاً پیامهای نادرستی به ما داده‌اند که ناشی از ضعفهای خودشان یا بازتابی از تزلزل درونیشان بوده است.

باقی ما، علیرغم بهره بردن از حمایت عشقی، احتمالاً در شنیدن یا به‌خاطر سپردن آنچه می‌خواستیم، سلیقه‌ای عمل کرده‌ایم. به دلایل گوناگون، مثلاً چون یکی از آن بچه باحالهای مدرسه نبودیم، شروع کردیم به چسباندن وصله‌های منفی به خودمان و قبل از آنکه به خودمان بیاییم، این وصله‌ها در تار و پود ما فرو رفتند و اثر کردند.

تجربیات گذشته شما هرچه می‌خواهد باشد، هر وقت که بخواهید می‌توانید شروع به پاک کردن لوح خود کنید. شاید زمان ببرد ولی هر قدم مثبت، آنچه را که از دشمن خود گرفته‌اید نابود می‌سازد. شما از دشمن خود اینها را گرفته‌اید: اعتماد به نفس ضعیف و نداشتن حق مسلم برای بهترین بودن و داشتن بهترینها.

قبل از شروع باید بدانید که باورها از درون شما نشأت می‌گیرند پس مسئولیت احساس قدرت یا ضعف خود را بپذیرید. به‌عنوان یک بزرگسال، آزادید که خودتان باورهایتان را شکل بدهید. گذشته‌ی شما هرچه بوده گذشته. اکنون، مهار زندگی شما در دستان خودتان است.

نود درصد همه ارتباطات، گفتگوی درونی است. پخش مکررِ نوار منفی درون ذهنتان، فقط عمق شیار منفی‌بافی را در مغز شما بیشتر کرده و توانایی شما را برای دستیابی به اهدافتان نابود می‌کند. باید نوارهای مثبت هم در ذهنتان پخش کنید.

با نوشتن فهرستی از صفتهای عالی خود شروع کنید - مهربانی، همدردی، بینش، صداقت، هوش یا خلاقیت. به زمینه‌هایی توجه کنید که در آنها بهترید. فکر کنید که چه والد، همسر، پسر یا دختر، یا دوست مهربانی هستید. به اراده، انرژی و تمرکزی فکر کنید که شما را به این نقطه در زندگیتان رسانده است و به همه کارهای خوبی که انجام داده‌اید. به آغاز سفر فکر کنید و ببینید در زندگی تا کجاها پیش رفته‌اید.

انتقادهای را پالایش کنید. اگر انتقاد، وارد بود از کسی که این لطف را به شما کرده تشکر نمایید (حتی اگر در لحظه انتقاد، دلتان می‌خواهد گوینده را دو دستی خفه کنید!) و آنرا فرصتی برای رشد خود در نظر بگیرید. مثلاً فرض کنید به شما می‌گویند خیلی تنبل هستید و نمی‌توانید در بازاریابی شبکه‌ای موفق بشوید. اول تأمل کنید. شاید مشکل شما تنبلی نباشد. تنبها، کسب و کار خودشان را راه‌اندازی نمی‌کنند یا برای تغییر زندگیشان، هدف تعیین نمی‌نمایند. شاید به خاطر این باشد که فشار زیاد مسئولیتها و مشکلات حل نشده، انرژی شما را تحلیل برده است. در این حالت، یک قدم به عقب برگشته و ببینید چه چیزی در زندگی برای شما مهم است و چه چیزی را باید رها کنید.

شما، خطاها و لغزشهایتان نیستید. آنها فقط نشانه هستند. تنها افرادی که همیشه کارشان درست است آنهایی هستند که هرگز کار جدیدی انجام نمی‌دهند و بازی بی‌خطر می‌کنند. چه چیزی از این بدتر؟ لیاقت شما، داشتن زندگی پرهیجان‌تر و کامیابی بیشتر است حتی اگر در این میان، چیزهایی نیز فدا شوند.

به یاد داشته باشید که قضاوت دیگران تحت تأثیر شخصیت و تجربیات آنهاست. شما، خودتان هستید: بی‌نظیر و فوق‌العاده! شما می‌توانید هر شخصیتی که می‌خواهید باشید، هر چه می‌خواهید داشته باشید و وقتی به خودتان باور داشته باشید، زندگی‌ای خواهید داشت که فقط در رویاها قابل تصور است.

اگر در جمعی هستید که در آن، احساس ناامنی می‌کنید، از آنها فاصله گرفته و در عوض به دنبال افرادی مثبت، پرانگیزه و حامی بگردید.

اعتماد به نفس خود را با هر بازخورد و تعریف مثبت که دریافت می‌کنید بالا ببرید. بدی را از خود دور کرده و خوبی را به جان بخرید تا شور و هیجانتان تقویت شود. آنهایی که شما را سهواً یا عمدتاً آزرده‌اند، ببخشید و به راهتان ادامه دهید.

یادتان باشد ما افرادی را دوست داریم که ما را دوست داشته باشند پس دیگران را دوست داشته باشید، به احساسات آنها علاقه نشان داده و به زندگیشان توجه کنید. در هنگام تعریف کردن، سخاوتمند باشید. خودتان بهتر می‌دانید که بی‌تفاوتی، بی‌اعتنایی و غیبت می‌تواند چقدر مضر باشد. قبل از دستیابی به اعتماد به نفس، باید شعور و وجدان خود را بیدار کنید.

از همه مهمتر، یاد بگیرید که میان واقعیت و توهم، تفاوت قائل شوید. مغز ما دو طرف دارد: عقلانی و احساسی. طرف احساسی ما واکنش نشان داده و کمکمان می‌کند که در موقعیتهای خطرناک، بی‌معطلی عمل کنیم. گاهی وقتی خطر واقعی وجود ندارد، به طرف احساسی مغز خود اجازه می‌دهیم که فشار عصبی الکی ایجاد کند.

طرف عقلانی ما، کنشگرا است. از آن برای تصمیم‌گیری و حل مسائل -بیشتر بر پایه منطق و نه احساس- استفاده می‌کنیم. وقتی باورهای خود را زیر سوال می‌بریم از طرف عقلانی مغز خود استفاده می‌کنیم. بیاموزید زمانی که تحت فشار قرار می‌گیرید بین این دو طرف، تفاوت قائل شوید. سعی کنید فاصله‌ای بین مشکل و راه‌حل بیندازید. زمان، روشن‌کننده‌ی خوبی است.

تصمیمی آگاهانه بگیرید که با خودتان همان قدر مهربان باشید که با دیگران هستید. وقتتان را به غلتیدن در تجربیات گذشته هدر ندهد و در عوض روی شخصیتی که می‌خواهید بشوید تمرکز کنید. صرفاً به این دلیل که کاری را قبلاً نتوانسته‌اید انجام بدهید به این معنی نیست که اکنون هم نمی‌توانید. به خودتان بگویید «گذشته‌ها گذشته. باید امروز را غنیمت بشمارم.» اگر نگاهتان به آینده عقب باشد نمی‌توانید به پیش برانید.

اگر مشکلات شخصی و جدی دارید، ناامید نشوید. همه مشکلات شخصی و جدی دارند.

شاید شنیده‌اید که میکل آنژ، مجسمه بی‌نظیر داوود را از یک تکه سنگ مرمر بیرون کشید. ولی شاید ندانید که او روی یک سنگ دست‌نخورده کار نکرده بود. دو سنگتراش دیگر روی آن سنگ، کار کرده بودند ولی چون به‌نظرشان، سنگ به درد بخوری نبود آنرا دور انداخته بودند. به‌نظرم میکل آنژ نیز مثل ما می‌دانست: مهم نیست با چه شروع می‌کنی؛ مهم، این است که از آنچه داری، چه می‌سازی.

هیچکس، کامل نیست. روی قدرتهای خود تمرکز کرده و هم‌زمان با ساخت حرفه و زندگیتان، رشد کنید. ضعفها را مشخص کرده و روی آنها کار کنید. تفکر منفی، آنهم بدون نقشه‌ی مشخصی برای بهبود اوضاع، بی‌فایده و منجر به نابودی است. برای همین به آن فکر نکنید می‌گوییم!

خبر خوب اینکه تقریباً همه‌ی بازاریابان شبکه‌ای‌ای که دیده‌ام، در راه رسیدن به اهدافشان، رشد فردی چشمگیری را تجربه کرده‌اند. مهم این است که شما نیت کرده‌اید به پیش بروید. تغییر زندگی، شهادت می‌خواهد. وقتی نتایج، یکی یکی خود را نمایان می‌کنند، اعتماد به نفس هم پیدا می‌شود. اول شهادت، بعداً اعتماد به نفس.

خواهید دید که باید قوی باشید زیرا طبیعت بازاریابی شبکه‌ای چنین است که پیوسته باید خود را درون گود قرار دهیم. ترد شدن، همراه همیشگی این قلمرو است. نمی‌توانید از تجربه‌ی خطاها یا شنیدن پاسخ منفی، اجتناب کنید ولی با ایمان داشتن به خودتان، می‌توانید دوران تلخ و شیرین را پشت سر بگذارید.

شکل‌گیری اعتماد به نفس سالم، فقط مختص شما نیست. خودباوری شما باید به سازمان در حال رشدتان نیز سرایت پیدا کند. وقتی روی خودباوریتان کار می‌کنید نه تنها به خودتان کمک می‌کنید بلکه مهارتهایی را شکل می‌دهید که شما را قادر می‌سازند به دیگران کمک کنید. هرچه قدرت درونی شما بیشتر باشد، چیزهای بیشتری برای ارائه کردن دارید و احتمال اینکه سازمانی متشکل از افراد وفادار و متعهد بسازید بیشتر می‌شود.

کار عملی گام ۳: هدفگذاری کنید

۱- فهرستی از صفات مثبت خود تهیه کنید. همانطور از خود تعریف کنید که از دیگران. ادامه دهید تا حداقل ده صفت در فهرستان بنویسید. اگر کمک خواستید از خانواده و دوستانتان پرسید چه صفتی را در شما دوست دارند، محترم می‌شمارند و تحسین می‌کنند (شرم و حیای الکی را کنار بگذارید):

- (۱)
- (۲)
- (۳)
- (۴)
- (۵)
- (۶)
- (۷)
- (۸)
- (۹)
- (۱۰)

۲- ببینید این صفات، چگونه شما را در دست‌یابی به اهدافتان یاری خواهند داد و آنها را در قالب جملات واقعی بنویسید. مثلاً «عزم من برای موفقیت باعث می‌شود که هر روز جدا از تعهدات دیگری که دارم با بیست نفر تماس تلفنی بگیرم یا با سه نفر جدید درباره‌ی کار یا محصولات شرکت‌م صحبت کنم.»

- (۱)
- (۲)
- (۳)
- (۴)
- (۵)

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

- (۶)
- (۷)
- (۸)
- (۹)
- (۱۰)

۳- هرگونه شک و تردیدی را که مانع از پیشرفتتان می‌شود بنویسید (اگر یکی از آن افراد خوش‌شانس هستید که اعتماد به نفس فراوانی دارید، این قسمت را انجام ندهید) اگر فضای بیشتری برای نوشتن آنها می‌خواهید احتمالاً دارید درباره خودتان منفی‌بافی می‌کنید.

- (۱)
- (۲)
- (۳)
- (۴)

۴- هریک از تردیدهای خود را به چالش بکشید و از پاسخهای عقلانی به جای احساسی استفاده کنید. پیرسید:

«آیا این، یک باور واقعی است یا فقط یک فکر گند است؟»
 «آیا جدی است یا فقط به عنوان بهانه از آن استفاده می‌کنم؟»
 «آیا نشان‌دهنده شخصیت من است یا رفتاری است که می‌توانم تغییر دهم؟»

۵- اگر هنوز هم مشکلاتی در ذهنتان مانده است و قتش رسیده که ببینید آیا اهدافتان را از ته دل می‌خواهید یا فقط دارید با آنها بازی می‌کنید. صادقانه به این سوال پاسخ دهید (وگرنه فقط خودتان را سر کار گذاشته‌اید):

«آیا می‌خواهم رویاهایم را قربانی برداشتها یا خطاهای گذشته‌ام بکنم یا آماده‌ام که اشتباهات گذشته‌ام را رها کرده و به راهم ادامه بدهم؟»

۶- آیا آماده هستید که ادامه داده و اهدافتان را شروع کنید؟ متعهد شده و رفتارهایی را که احتمالاً مانع از حرکت شما خواهند شد ذکر کنید. مثلاً:

من تا تاریخ ----- سازمان‌دهی بیشتری خواهم کرد.

من تا تاریخ ----- کم‌رویی خود را از بین خواهم برد.

من این افراد را خواهم بخشید

من دست از این موارد برخوام داشت

من این کارها را شروع خواهم کرد

من چنین شخصیتی خواهم شد

۷- نکات مثبت و خوبی را که درباره‌ی خود نوشته‌اید دوباره بخوانید و حرفهای خوبی را که مردم درباره‌ی شما می‌گویند همیشه به‌خاطر داشته باشید. این کار را بارها و بارها انجام بدهید مخصوصاً وقتی صدای عدم اعتماد به نفس را از درون خود شنیدید. زمانی که نتایج مثبت را ببینید، خودباوریتان تقویت خواهد شد.

مطابق با طرح دستمزد شرکتهای کار کنید

وقتی کاملاً بدانید برای به دست آوردن چه چیزی کار می کنید، آماده اید که روی نحوه به دست آوردنش تمرکز کنید. زمانش رسیده است که ببینیم شرکتهای مختلف، چگونه به مشاوران و نماینده های خود پول و دستمزد پرداخت می کنند.

هر شرکت بازاریابی شبکه ای یک طرح پاداش^۱ (طرح دستمزد یا طرح بازاریابی هم گفته می شود) دارد که در آن مشخصاً ذکر شده است برای آنچه می خواهید باید چه بکنید.

وجه مشترک همه طرحهای قانونی (یعنی مواردی به جز طرحهای غیرقانونی یا «هرمی» که در انتهای همین فصل شرح داده می شود) این است که پرداختها، براساس فروش خودتان و فروش افرادی است که جذب کرده اید. فروش کل شما هرچقدر بیشتر باشد، سود بیشتری به دست می آورید. اگر شانس بیاورید، طرح درآمدزایی شرکت شما ساده بوده و به سادگی قابل درک است. ولی بسیاری از طرحها، پیچیده و کمی گیج کننده هستند مخصوصاً برای تازه کارها. مشکل، جایی بیشتر می شود که خیلیها طرح دستمزدشان را به زبان فنی و نامفهوم تعریف می کنند.

منصرف نشوید. همزمان که کارتان، رشد می کند، طرح پاداش نیز پیشرفت می کند. اغلب طرحهای خوب روی کارهای لازم برای ساخت یک سازمان همکاران تمرکز می کنند. گروه همکاران خوب، قلب تپنده ی موفقیت است. گروه همکاران یعنی افرادی که جذب کرده و آموزش می دهید و همچنین سودی از فروش آنها به شما می رسد. وقتی طرح پاداش را می آموزید، به نکاتی پی می برید که برای افزایش درآمدتان باید انجام بدهید.

اگر طرح پاداش را درک کنید می‌توانید آنرا به وضوح و با انرژی زیاد برای همکاران احتمالی خود توضیح دهید. وقتی کارتان را خوب انجام بدهید آنها نیز می‌توانند طرح پاداش را به وضوح و با انرژی زیاد برای همکاران احتمالی خود توضیح بدهند. آنگاه تمام سازمان شما روی سودآورترین قسمت تمرکز می‌کند.

بدون توجه به نوع طرح پاداش شرکت شما، اینها چیزهایی است که باید بدانید:

اصل بنیادین بازاریابی شبکه‌ای، تکثیر است یعنی فروش محصولات، و جذب دیگران برای فروش محصولات و به همین ترتیب فروش و جذب دیگران، بارها و بارها و بارها. همه طرحهای پاداش بر همین اساس طراحی شده‌اند تا انگیزشی بوده و شما را به پاداش برسانند.

درصدی از فروش کلی را که انجام می‌دهید به شما می‌دهند، معمولاً ماهیانه، البته برخی شرکتها روی دوره‌های چهار هفته‌ای، دو هفته‌ای یا یک هفته‌ای کار می‌کنند.

وقتی به سطوح بالاتر (که معمولاً آنها را رتبه یا rank می‌نامند) برسید، درصد سود شما بیشتر می‌شود. رتبه‌ها را طوری طراحی کرده‌اند تا مشوق شما برای راهاندازی کسب و کارتان بوده و پاداشی برای ادامه فعالیتتان باشد.

رتبه‌ی شما براساس فروش شخصی خودتان و فروش گروهی که چه به‌طور مستقیم^۱ و چه به‌طور غیر مستقیم^۲ جذب کرده‌اید تعیین می‌شود. در مجموع، این افراد را گروه شخصی^۳ شما می‌نامند.

وقتی یکی از افراد گروه شما، تعداد افراد فعال کافی را جذب کند و یا فروشش به حد لازم برای کسب رتبه بالاتر برسد، اصطلاحاً از شما منشعب^۴ می‌شود. شما از انشعابهای ایجاد شده هم درصدی سود می‌گیرید ولی احتمالاً کمتر از قبل زیرا توقع می‌رود راهبر آن گروه، هدایت و حمایت گروهش را به عهده گرفته و اوست که باید درصد بیشتری سود بگیرد. در عوض وقت شما آزاد می‌شود تا افراد جدیدی را یافته و جذب کنید.

^۱ - direct یا first level (سطح اول)

^۲ - indirect یعنی افرادی که خط اول شما جذب کرده‌اند که معمولاً آنها را سطح دوم، سطح سوم و غیره می‌نامند.

^۳ - personal group

^۴ - breakaway

در اغلب طرحها از شما خواسته می‌شود که شخصاً تلاش کرده و به رتبه‌های بالاتری نسبت به افراد منشعب شده خود برسید. این، منطقی است زیرا در غیر اینصورت، فرد با بهره بردن از تلاش دیگران به رتبه‌های بالاتر می‌رسد که غیر اخلاقی است. هوشمندانه‌ترین کار برای رسیدن به رتبه‌های بالاتر و حفظ درآمدها، جذب افراد بیشتر در سطح اول خودتان است.

در اغلب طرحها، آنهایی که بیشترین تعداد انشعاب را ایجاد می‌کنند به بالاترین رتبه‌ها و همچنین بالاترین پاداشها می‌رسند. هستند افرادی که ماهیانه صدها هزار دلار یا بیشتر پاداش می‌گیرند. ولی آنها هم همان کاری را کرده‌اند که شما باید بکنید: جذب تک‌تک افراد گروهشان. زمان رسیدن به رتبه‌های بالا، به میزان سخت‌کوشی شما و مهارتتان در بازاریابی محصولات و معرفی فرصت کاریتان بستگی دارد.

اگر کارتان را مرتباً رشد دهید، درآمدها ماه به ماه بیشتر می‌شود، که البته متأثر از نوسانات درخواست کالا در طول ماه و یا سال هم هست.

درصد سودی که از کل فروش به کل مشاوران پرداخت می‌شود در اغلب شرکتها یکسان است. با این حال هر شرکت، طرح پاداش خود را با کمی تغییر تهیه می‌کند. مثلاً یک شرکت، درصدی از فروش هر فردی را که شخصاً جذب بکنید به شما می‌دهد و شرکت دیگری می‌گوید برای دریافت پاداش از گروهتان باید تعداد افراد جذب شده‌ی شما به عدد مشخصی برسد و یا فلان مقدار حجم فروش انجام شود. مثالی دیگر: مقدار فروش شخصی‌ای که پیش‌نیاز دریافت پاداشهای بالاتر است در شرکت‌های مختلف فرق می‌کند.

چهار نوع اصلی طرح پاداش که هم‌اکنون استفاده می‌شود (۹۸٪ طرحها از این چهار نوع هستند) عبارتند از:

- ۱- پلکانی یا انشعابی (Breakaway)
- ۲- تک سطحی ترکیبی یا تَکْزَا (Hybrid Uni-Level)
- ۳- ماتریسی (Matrix)
- ۴- باینری (Binary)

اسامی، گیجتان نکند. این عنوانها فقط نشان‌دهنده ساختار هر طرح است. توضیحات بعد، شما را در درک تک‌تک آنها یاری می‌دهد:

پلکانی یا انشعابی

با سابقه‌ترین نوع طرح پاداش است و حدود ۶۲٪ شرکتها از آن استفاده می‌کنند. نکات کلیدی آن عبارتند از:

- محدودیتی برای جذب همکار وجود ندارد.
- محدودیتی برای داشتن همکار مستقیم (یا سطح اول) وجود ندارد.
- همکار مستقیم شما (سطح اول شما) اصطلاحاً یک پا (leg) را شکل می‌دهد.
- افرادی که آنها جذب می‌کنند، سطح دوم و سوم و غیره شما می‌شوند.
- شما پورسانتی از فروش گروه شخصیتان (سطح اول و افرادی که آنها جذب کرده‌اند) دریافت می‌کنید.
- پیش‌نیاز دریافت پورسانت این است که خودتان و گروهتان به هدف مشخصی در ماه برسید (مثلاً حجم فروش مشخصی در ماه).
- شما با کسب شرایط لازم در هر سطح، از «پلکان» ترقی بالا می‌روید و در هر پله، پاداش و درصد بالاتری دریافت می‌کنید.
- شما درصدی از گروههای منشعب شده خود (پاهایی که به رتبه بالاتری رسیده‌اند) دریافت می‌کنید البته تا زمانی که خودتان در رتبه‌ی بالاتری نسبت به آنها باشید.
- هرچه تعداد همکاران سطح اول شما بیشتر باشد، کسب و کارتان قوی‌تر خواهد بود زیرا وقتی یکی از آنها منشعب می‌شود، همکاران دیگری را در گروه شخصی خود دارید که به رشدشان ادامه می‌دهند.

از جمله شرکت‌هایی که با طرح پلکانی یا انشعابی کار می‌کنند می‌توان به Mary Kay ، Amway و Oriflame اشاره کرد.

طرح تک سطحی ترکیبی یا تک‌زا

این نوع طرح توسط تقریباً ۱۸٪ شرکتها استفاده می‌شود. نکات کلیدی آن عبارتند از:

- مانند طرح انشعابی، در این طرح نیز پورسانتی از فروش افراد مستقیم و منشعب شده به شما داده می‌شود.
- شما تشویق می‌شوید که مشتری خود را جذب کنید که معمولاً به او، همکار گفته می‌شود.
- همکاران از سود عمده‌فروشی بهره‌مند می‌شوند و می‌توانند مستقیماً از شرکت، خرید کنند. با اینکه اکثراً برای خودشان خرید می‌کنند ولی برخی از آنها مشتریهایی هم دارند که به آنها خدمات می‌دهند.
- معمولاً پورسانت جذب همکار مستقیم در این طرح بالاتر از انواع دیگر است.

شرکت Nu Skin از نمونه شرکت‌هایی است که از این نوع طرح استفاده می‌کنند.

طرح ماتریسی

این نوع طرح، توسط ۱۲٪ شرکتها مورد استفاده قرار می‌گیرد. نکات کلیدی آن عبارتند از:

- تعداد افرادی که شخصاً می‌توانید در خط اول خود، جذب کنید محدود است (که به آن ماتریسی محدود گفته می‌شود).
- افرادی که شخصاً جذب کرده‌اید، یک خط زیر شما هستند یعنی اعضا مستقیم شما را سطح دوم و اعضا خط دوم را سطح سوم و به همین ترتیب می‌نامند.
- تعداد سطوح گروه (که عمق گفته می‌شود) نیز محدود است.
- هر فردی که علاوه بر محدودیت خود جذب کنید، یک سطح نزول می‌کند. که آنرا سر ریز می‌گویند.

شرکت Melaleuca یکی از شرکت‌هایی است که از این نوع طرح استفاده می‌کند.

طرح باینری

فقط ۶٪ شرکتها از این نوع طرح بهره می‌برند. این نوع طرح به دلیل داشتن پتانسیل هرمی شدن، چندان مورد توجه شرکتها نیست. نکات کلیدی آن عبارتند از:

- تنها دو نفر یا پا را می‌توانید در سطح اول خود جذب کنید.
- دیگر افراد جذب شده شما، سطح دوم و سوم و غیره خواهند بود.

- شما براساس برقراری تعادل میان دو پای (leg) خود، پورسانت می‌گیرید.
- ممکن است به شما اجازه بدهند، سود پرداخت نشده فروشهای قبلی را طلب داشته باشید.
- برخی از طرحها می‌گذارند که یک ماتریس دوم را شکل دهید.

شرکت USANA از نمونه شرکتهایی است که از این نوع طرح استفاده می‌کند.

گیج شده‌اید؟ شما اولین و آخرین نفری نیستید که طرحهای پاداش را پیچیده می‌خواند. ولی تسلیم نشوید.

درک عملکرد طرح پاداش شما

امتحان آیین‌نامه رانندگی را یادتان می‌آید؟ بی‌شک کتاب آیین‌نامه مملو بود از آمارها، شکلها، فاصله‌ها، سرعتها و علائم ولی شما گواهینامه رانندگی را می‌خواستید. پس آنها را آموختید و در امتحان قبول شدید. وقتی رانندگی را شروع کردید، آن علائم، معنای بیشتری پیدا کردند و رانندگی در خیابانها راحت‌تر شد زیرا حالا می‌دانستید چه کنید.

درمورد طرح پاداش نیز همینطور است. فقط باید یک بار به‌طور کامل آنرا یاد بگیرید و وقتی آنرا به اجرا بگذارید، به مرور برایتان روشن خواهد شد. برای درک طرح پاداش شرکتتان وقت بگذارید تا دانش و اعتماد به نفس شما بیشتر شده و بتوانید طرح خود را با همه در میان بگذارید. کمی اطلاعات درباره‌ی انواع دیگر طرحهای پاداش، شما را کمک می‌کند که به سوالات همکاران احتمالی خود پاسخ بدهید.

برای آنکه نکات کلیدی طرح پاداش خود را از باتلاق پیچیدگی و جو گیر کردن بیرون بکشید، به سوالات بعد جواب دهید:

- از فروش شخصی، چه چیزی عاید من می‌شود؟
- چقدر باید بفروشم تا بالاترین پورسانت را از فروش خودم بگیرم؟
- از فروش افراد مستقیمم، یعنی افرادی که خودم جذب می‌کنم، چه چیزی عایدم می‌شود؟

- از فروش گروه شخصی من، شامل افراد غیر مستقیم (یعنی افرادی که توسط افراد مستقیم من جذب شده‌اند) چه چیزی عاید می‌شود؟
- فروش گروه من باید چقدر باشد تا من بیشترین پورسانت را از آن فروش بگیرم؟
- از گروه‌های منشعب شده‌ام، چه چیزی به من می‌رسد؟
- برای دریافت پورسانت از گروه‌های منشعب شده‌ام باید چه کنم؟
- چه پورسانتی از فروش کل به من می‌رسد؟

سوالهای دیگری که می‌توانید از خود پرسید:

- چه سطحی از طرح پاداش را هدف گرفته‌ام؟
- برای رسیدن به این سطح باید چه کنم؟

نکته جذاب همه طرح‌های پاداش این است که مسیر شما را به‌سوی مقصدی که دارید مشخص می‌کنند. وقتی تعیین کنید که چه مقدار زمان برای کارتان اختصاص خواهید داد و با در نظر گرفتن مهارت‌های فعلی خود، قادر خواهید بود رتبه‌ی واقع‌گرایانه‌ای را به‌عنوان هدف در سال اول مشخص کنید و بدین ترتیب می‌توانید درآمد خود را نیز محاسبه نمایید.

مقایسه دیگر طرح‌های پاداش

اگر طرح پاداش شرکت‌های دیگر را با طرح پاداش شرکت خودتان مقایسه می‌کنید یادتان باشد که هر چیزی را باید با مشابه خودش مقایسه کرد. مثلاً:

برخی طرح‌ها روی رقم عمده‌فروشی (قیمتی که برای محصولات می‌پردازید) پورسانت می‌دهند، درحالی که در طرح‌های دیگر روی رقم خرده‌فروشی (قیمتی که مشتری به شما می‌پردازد) پورسانت می‌دهند. اگر قیمت عمده‌فروشی با ۸۰٪ قیمت خرده‌فروشی برابر باشد، بنابراین دریافت پورسانت معادل ۲۵٪ عمده‌فروشی با پورسانت ۲۰٪ خرده‌فروشی محصولات برابر است.

برخی از طرح‌ها به تخفیف اشاره می‌کنند درحالی که برخی دیگر از اضافه بها یا سود مستقیم صحبت به میان می‌آورند. مثلاً ۳۰٪ سود برابر است با ۲۳٪ تخفیف. یا ۳۰٪ تخفیف برابر است با ۴۳٪ سود.

طرح بعضی شرکتها به جای قیمت روی سیستم امتیازی (BP) کار می‌کند. این سیستم به یکسان کردن پرداختها در کشورهای مختلف، شرایط گوناگون اقتصادی، نرخهای مختلف ارز و قیمتهای متغیر کمک می‌کند. این شرکتها شما را تشویق می‌کنند که کارتان را در کشورهای دیگر گسترش دهید.

اگر فامیل یا دوستانی در کشورهای دیگر داشته باشید خیلی عالی است ولی گفتنش از انجام دادنش راحت‌تر است. دلیلش هم این است که کار روی کشورهای خارجی می‌تواند حواس شما را از کار در کشور خودتان پرت کند. راهبران بسیاری را دیده‌ام که به همین دلیل شکست خورده‌اند. دلیل دیگرش، هزینه‌ی زیاد سفر به کشورهای دیگر است. در کل، یک کار بین‌المللی موفق توسط راهبرانی ایجاد می‌شود که در کشور خود موفق بوده‌اند و سپس در کشور دیگری وارد عمل شده‌اند.

از شرکتهایی که ادعا می‌کنند بیشتر از دیگران پورسانت می‌دهند برحذر باشید. گاهی برخی شرکتها، طرح خود را به‌عنوان بهترین طرح، در بوق و کرنا می‌کنند ولی وقتی با دقت به طرح آنها و نمونه‌های دیگر نگاه بکنید متوجه می‌شوید که نتیجه نهایی یکسان است. لازم به ذکر است که کار آنها کاملاً غیراخلاقی است. اندکی از شرکتها با استفاده از واژگان پیچیده‌ای، سعی در پنهان کردن درصد واقعی پرداختی دارند. اغلب طرحها، «ترمزهای» خفیفی برای پرداختها دارند که معمولاً محسوس نیست.

ببینید که چند درصد از فروش کل، حاصل فروش مشاوران به مشتریانشان است. اگر بیشتر فروش به این دلیل انجام شود، شانس کسب درآمد برای شما وقتی بیشتر می‌شود که محصولات بیشتری فروخته شود. اگر بخش اعظم فروش فقط بواسطه‌ی مشاورانی است که خودشان از محصولات استفاده می‌کنند، مثل باشگاه خرید، آنگاه شاید برای اینکه به‌اندازه کافی بفروشید تا یک درآمد منطقی داشته باشید، با مشکل روبه‌رو شوید.

به‌دنبال طرحی باشید که پیشنهاد بدهد از همان اول این شانس را دارید که بتوانید در ازای هر ساعت کار مفید، ۲۵ دلار یا به‌طور ایده‌آل ۳۵ دلار درآمد داشته باشید. درآمد کمتر، کار را برای شما و گروهتان سخت می‌کند. مشاورانی که از همان ابتدا به درآمد می‌رسند، بیشتر می‌مانند و در نتیجه شانس شما برای ساخت یک کسب و کار واقعی افزایش می‌یابد.

اغلب شرکتها از ۲۰٪ تا ۵۰٪ روی فروش خرده‌فروشی به مشاوران خود تخفیف می‌دهند. ۲۳٪ تخفیف یعنی ۱۰۰ دلار محصول به قیمت خرده‌فروشی را ۷۷ دلار (به قیمت عمده‌فروشی) از شرکت می‌خرید. اغلب مشاوران تازه‌کار، درآمدشان از همین قسمت است. ماهها کار مستمر می‌طلبند تا کارتان رشد کرده و درآمد ماهیانه شما به رقم منطقی و خوبی برسد.

از شرکتها یا افرادی که مشاوران خود را تشویق به خرید حجم زیادی محصول در ابتدای کار می‌کنند (اصطلاحاً front-loading) پرهیز کنید. به این می‌گویند دستمزد یا پاداش علی‌الحساب. اغلب مردم برای فروش این حجم زیاد با مشکل روبه‌رو شده و نهایتاً این محصولات روی دستشان می‌ماند و در خانه یا گاراژ، تلنبار شده و خاک می‌خورند.

هنوز هم پیچیده به نظر می‌رسد؟ ولی منصرف نشوید. این کار هم مثل کارهای دیگر است. یعنی تا زمانی که ندانید چقدر پول می‌دهند، آنرا شروع نخواهید کرد. طرح پاداش شما، نقشه راه شماست. درک آن، بخش جدایی‌ناپذیر موفقیت شماست.

توصیه می‌کنم که شرکت خوش‌نامی را انتخاب کنید. بررسی فهرست اعضا انجمن فروش مستقیم (DSA) و فدراسیون جهانی فروش مستقیم (WFDSA) شروع خوبی است. سپس تصمیم خود را با در نظر گرفتن احساسات نسبت به محصولات و نوع کار، بگیرید. اگر این مؤلفه‌ها درست باشند، طرح پاداش در جای مناسبش برای شما قرار خواهد گرفت. اگر قلبتان درگیر محصولات و نوع کار نشود، هیچ نوع طرح پاداشی به شما انگیزه نخواهد داد. پول، خیلی مهم است ولی به‌ندرت تنها دلیل و انگیزه‌ی کار مردم در این حرفه به‌شمار می‌رود.

طرحهای هرمی

علیرغم هشدارهای دادستانهای ایالتی و فدرال، هنوز هم فعالیتهای کلاهبردانه‌ی اندکی در قالب شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای انجام می‌شود که درواقع طرحهای هرمی غیرقانونی هستند. اینها چیزهایی است که باید درباره طرحهای هرمی بدانید:

هر نوع طرح پاداشی که عمدتاً پاداش را بیشتر به عضوگیری بدهد تا فروش کالا و یا خدمات، طرح هرمی است. با اینکه طرحهای هرمی در اکثر کشورها، غیر قانونی هستند ولی گهگاه مانند قارچ از خاک، سر در می‌آورند.

برخی از آنها خود را «بازی» می‌نامند و برای افراد ناآگاه، دام پهن می‌کنند مانند بازی هواپیما. در این بازی، شرکت‌کنندگان را تشویق می‌کنند که صندلیهای خالی یک هواپیمای خیالی را بفروشند. وقتی هواپیمای شما پر بشود، پولی گیرتان می‌آید. البته همه سعی دارند هواپیمایشان را پر کنند. این کار، هیچ توجیه عقلانی ندارد و هیچ چیز ارزشمندی از قبیل کالا یا خدمات در آن وجود ندارد و رد و بدل نمی‌شود. ولی انجام می‌شود زیرا مردم در برابر طمع، تسلیم می‌شوند.

سکه‌های طلا به عنوان محصولات کلکسیونی و با قیمتی بالاتر از ارزش واقعی‌شان، نمونه دیگری از طرح هرمی است که بسیاری را به دام خود کشانده و افراد اول را به سود می‌رساند درحالی که دیگران، پول خود را از دست می‌دهند. کلاً هر محصول و یا خدماتی که بخواهد در بازاریابی شبکه‌ای عرضه برسد باید با قیمت رقابتی با مشابه خود در بازار به فروش برسد.

چرا مردم در این گونه طرحها گرفتار می‌شوند؟ زیرا وعده پورسانتها و جوایز بسیار زیاد در قبال خرید فلان مقدار کالا در همان اول کار، به آنها داده می‌شود.

اغلب کشورها با طرحهای فریبکارانه‌ی «یک شبه پولدار شو» مانند انواع طرحهای سرمایه‌گذاری هرمی (با هرگونه توجیهی) به شدت برخورد می‌کنند. طرحهایی که مردم طمعکارِ تنبل و ساده‌لوح را سر کیسه می‌کنند. آژانسهای حفاظت از مصرف‌کنندگان و انجمن فروش مستقیم مراقبت و وجود چنین شرکتهایی را به دادستانهای ایالتی و فدرال گزارش می‌دهند.

هشدار مهم: نه تنها شاکیان عضو در شرکتهای هرمی بلکه شرکت‌کنندگان در طرحهای هرمی، هر دو مجرم هستند و تحت تعقیب قانون قرار می‌گیرند. یعنی شاکی اگر عضو شرکت هرمی باشد در عین حال متهم نیز هست.

حرف آخر: اعتبار و شهرت خود را قربانی طرحهای «پول یک شبه» نکنید که نه تنها پول خود را می‌بازید بلکه همه افرادی که به شما اعتماد کرده‌اند نیز پولشان را خواهند باخت و در نهایت اعتباری برای شما باقی نخواهند ماند. اعتبار چیزی است که فقط یک بار می‌شود آنرا خرج کرد.

کار عملی گام ۴: طبق طرح پاداش، کار کنید

۱- از کسانی که شما را جذب کرده‌اند بخواهید که طرح پاداش شرکت را تا جایی که امکان دارد ساده و روشن برایتان شرح دهند. بهتر است به جای کلمات، از شکل و نمودار هم استفاده شود (تصور کنید اگر کتاب آیین‌نامه رانندگی، عکس نداشت چه زجری می‌کشیدید).

۲- آنقدر سوال بپرسید تا موفق به درک مفهوم کلی طرح پاداش بشوید. نیازی به فرهنگنامه طرح پاداش نیست بلکه باید اطلاعات عملی را درباره نحوه پرداخت بدانید.

۳- اگر کسی که شما را جذب کرده سعی دارد از بیان طرح پاداش، طفره رفته و نمی‌تواند افراد موفق را نام ببرد، با دفتر پشتیبانی شرکت تماس بگیرید و کمک بخواهید.

۴- طرح پاداش را بارها و بارها مطالعه کنید تا آنرا «دریابید» مخصوصاً پاداشهای سطح دوم و سوم را. وقتی آنرا مطالعه کردید، سوالهایی بنویسید که از دفتر پشتیبانی شرکت یا حامی (اسپانسر) خود بپرسید (حامی کسی است که شما را جذب کرده).

۵- توضیح طرح پاداش را با دوستان و فامیل خود تمرین کنید. اگر کارتان را خوب انجام بدهید، چند نفری از همان گروه تمرینی، به کارتان خواهند پیوست.

۶- دوازده ماه اول را براساس تصمیمات حاصل از سوالهای بعد تقسیم‌بندی کنید:

الف- پس از دوازده ماه آینده، ماهیانه چقدر پورسانت خواهم گرفت؟

ب- برای کسب این درآمد باید به چه رتبه‌ای برسم؟

ج- برای رسیدن به این رتبه باید چه کنم؟

د- چقدر زمان باید برای رسیدن و حفظ این رتبه صرف کنم؟ (با توجه به درنظر گرفتن عوامل بازدارنده)

۷- براساس رتبه و زمانی که می‌خواهید به آن برسید، هدفی برای فروش ماهیانه و جذب تعداد افراد مشخصی در ماه تعیین کنید. درحالی که به‌سوی رتبه‌های بالاتر پیش می‌روید، فروش گروهتان را فقط می‌توانید حدس بزنید. همه افراد، تلاش شما را تکثیر نخواهند کرد و به همین دلیل، تمرکز روی تلاش و فعالیتهای خودتان عاقلانه‌تر است. باید شخصاً افراد لایق بیشتری جذب کنید.

گام ۵

چرخ را دوباره اختراع نکن

وقتی قرارداد مشاور مستقل را امضا کردید تا کار خودتان را آغاز کنید شاید شنیدید که گفتند «شما برای خودتان وارد این حرفه شده‌اید ولی تنها نیستید». این جمله، به‌خوبی مقصود بازاریابی شبکه‌ای را نشان می‌دهد.

با اینکه شما ۱۰۰٪ مسئول نتایج و پیامدهای زندگیتان هستید ولی شرکتی را به‌عنوان شریک کاری انتخاب کرده‌اید.

دلالتان هرچه باشد -عاشق محصولات شده‌اید، از طرح پاداش خوشتان آمده یا کسی یک فرصت عالی به شما پیشنهاد داده- حالا شراکت قدرتمندی با شرکت خود دارید.

برعکس بسیاری از صاحب‌کاران که تا خرخره زیر قرض می‌روند تا سرمایه اولیه‌ای را جور کنند و جان می‌کنند تا کارشان را راه بیندازند، شما شریکی دارید که سرمایه‌ی هنگفتش در اختیار شماست. شما کسب و کار کوچکی را با سرمایه‌ی یک شرکت بزرگ اداره می‌کنید. پس با استفاده از بهترین امکاناتی که در اختیار شما گذاشته می‌شود، سود خود را به حداکثر برسانید. شما فقط برای چیزهایی که نیاز دارید هزینه می‌کنید پس متضرر نمی‌شوید.

آینده شما و شرکت شریک شما با یکدیگر گره خورده است. هرچه شما موفق‌تر باشید، شرکت شما موفق‌تر خواهد بود. شرکت، موفقیت شما را می‌خواهد.

خیلی مهم است که هر دو طرف، ارتباط خوبی را شکل داده و حفظ کنند. ارتباطی بر مبنای درک متقابل، اعتماد، احترام و وفاداری.

فرهنگ، محصولات، طرح پاداش، سابقه و الگوهای انسانی هر شرکت، منحصر به خودش است. همه الگوها (افراد موفق) مدارک زنده‌ای هستند که عملکرد درست این سیستم را نشان می‌دهند. شما از روز اول به این منابع دسترسی دارید. این مزیت را دو دستی بچسبید.

شاید از هر کاری که شرکت شریکتان می‌کند خوشتان نیاید. یادتان باشد که شرکت، با تعداد زیادی مشاور دیگر مانند شما شریک است که هر کدام، اهداف و شرایط مختلفی دارند. منطقی نیست که توقع داشته باشید هر کاری که شرکت می‌کند در راستای نیازهای خاص شما باشد.

مانند هر حرفه‌ی دیگری، اشتباهات گهگاه رخ می‌دهند. اشتباهات، عمدی نیستند (احتمالاً شما هم خطا کرده و خواهید کرد). به انتخاب خود ایمان داشته باشید. لغزشها، مأیوس‌کننده هستند ولی تا آخر دنیا دوام نمی‌آورند مگر اینکه خودتان بخواهید چنین بشود.

مثلاً تمام شدن ناگهانی یک محصول محبوب، دردسرساز است ولی همچنین فرصتی فراهم می‌کند که فروش زیاد این محصول را در بوق و کرنا کرده و به مشتریان خود بگویید که دفعه بعد، یکی بیشتر بخرند یا به محض اعلام موجودی آن کالا در انبار، سریعتر اقدام به خرید کنند. همیشه در نظر داشته باشید که وقتی تبلیغ محصولات محبوب و یا جدید شروع می‌شود، غالباً حجم فروش شرکت از پیش‌بینی‌ها فراتر می‌رود.

با کسی که شما را جذب شرکت کرده است (حامی خود) و افراد بالاتر که او را جذب کرده‌اند ارتباط خوبی برقرار کنید. آنها دانش و تجربه‌ی ارزشمندی دارند که از طریق تعلیم و آموزش با شما درمیان خواهند گذاشت. آنها موفقیت شما را می‌خواهند. هرچه شما موفق‌تر باشید، آنها موفق‌تر خواهند بود. بیاموزید که تفاوتها را بپذیرید و قضاوت نکنید تا بتوانید ارتباط خوبی با شخصیت‌های گوناگون برقرار کنید.

از همه مهمتر، سعی نکنید چرخ را دوبار اختراع کنید. با سیستم شرکت شریک خود خو بگیرید. برای افراد قبل از شما مفید بوده پس به درد شما هم می‌خورد. آنرا بیاموزید، از آن پی‌روی کنید و با مثال و تمرین، آنرا تکثیر نمایید.

وقتتان را برای تولید منابع جدید هدر ندهید. نوابغی در شرکت یا در بین راهبران شرکت شما هستند که این کار را برایتان انجام می‌دهند - آن‌هم معمولاً به‌طور رایگان!

هرچه وقتتان را بیشتر در خط مقدم کارتان صرف کنید رتبه‌ها را با سرعتی بیشتری پشت سر خواهید گذاشت. خط مقدم یعنی بازاریابی محصولات و معرفی فرصت کاریتان با روش فرد به فرد، چهره به چهره، با تلفن و یا ایمیل. فعالیتهایی که منجر به جذب افراد جدید، قرار ملاقات گذاشتن یا فروش محصولات نمی‌شوند، وقت تلف کردن هستند.

هدف شما هر قدر هم بلند پروازانه باشد باید بدانید که کسب و کارتان با تک‌تک افراد فعالی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم جذب می‌کنید شکل می‌گیرد. همانطور که قبلاً گفتم، کلید موفقیت، تکثیر است. اگر تصمیم بگیرید که کار را به روشی غیر معمول انجام بدهید، این حرفه را پیچیده نموده و افرادی را که جذب کرده‌اید، گیج می‌کنید. تصور کنید که همه افراد گروه شما، سیستم خاص خودشان را طراحی بکنند. عجب هرج و مرجی می‌شود. سردرگمی به موفقیت نمی‌انجامد. اغذیه فروشهای مک‌دونالد یک مثال خوب است. یک سیستم که ۱۷۰۰۰ بار در آمریکا و ۲۶۰۰۰ بار در سراسر دنیا تکثیر شده است. قهوه استارباکس یا باشگاههای کوروز از همین دسته‌اند.

کار شما اجرای سیستم است نه اختراع آن.

کسب و کار خود را یک قطار فرض کنید. شما قطارتان را به سوی مقصد خاصی می‌رانید. شرکت شریک شما، خط راه‌آهن را کشیده و دیگران نیز قبلاً از همین خط عبور کرده‌اند. ولی شما راننده قطار هستید و انگیزه شما ایمان به خودتان، محصولاتتان و فرصت کاریتان است.

ایستگاههایی که در طول مسیر می‌بینید، نشانه‌های میان راه شما هستند که با دیدن آنها، پیشرفتهای خود را جشن گرفته و گام بعدی را در سفر برمی‌دارید. شما کسب و کار بازاریابی شبکه‌ای را شروع کرده‌اید تا درآمدی عالی و همچنین یک زندگی عالی برای خود بسازید. یادتان باشد که جشن بگیرید زیرا جشن گرفتن پیشرفتها در سفر، بخشی از لذت موفقیت است.

سفری نیست که به تنهایی به آن بروید. هرچه افراد بیشتری را با خود ببرید، زودتر به مقصدتان می‌رسید. شما سفرتان را با واگنهای خالی شروع می‌کنید. هرچه افراد جدید بیشتری را سوار کرده و با خود همراه کنید، انگیزه و ایمان آنها، سوخت بیشتری به موتور قطار داده و سفرتان خوش‌تر خواهد شد.

تا می‌توانید دیگران را دعوت کنید. پیش داوری نکرده و معطل آدمهای معطل نشوید. هرچه بیشتر توقف کنید، سفرتان بیشتر طول کشیده و انرژی افرادی را که با خود همراه کرده‌اید بیشتر تحلیل می‌برید. هیچکس معطل شدن و تأخیر را دوست ندارد و از آن لذت نمی‌برد.

نگران تکمیل ظرفیت واگنها نباشید. هرچه افراد بیشتری را جذب کنید احتمالش بیشتر است که راهنمایی به‌وجود آمده و مسئولیت واگنهایشان را خودشان به عهده بگیرند. این انشعابها، قدرت موتور شما را چند برابر می‌کنند و هم‌زمان شما می‌توانید واگنهای بیشتری را پر کنید.

برخی، زمانی طولانی را همراه شما هستند در حالی که برخی دیگر، فاصله کوتاهی را با شما می‌مانند. وقتی زود شما را ترک کردند، ناامید نشوید. بازاریابی شبکه‌ای یک سیستم خراب نیست. بلکه یک فرصت بشمار می‌آید و واقعیت این است که نیمی از افرادی که این کار را شروع می‌کنند - به دلایل عموماً شخصی - در همان سه ماه اول، دست از کار می‌کشند.

بپذیرید هرکسی که شما جذبش می‌کنید همّت، توانایی و شرایط مختلفی در زندگیش دارد. یادتان باشد هر کدامشان تا هر کجا که با شما همراه باشند، سفرتان را بهتر می‌کنند.

سفر به خیر!

کار عملی گام ۵: چرخ را دوباره اختراع نکن

۱- ویژگیهای خاص شرکت شما چیستند؟ پاسختان را براساس تجربه شخصی خود بنویسید.

۲- چه کسی بیشتر از فرصت کاری شما خوشش خواهد آمد؟

۳- چرا؟

۴- چگونه می‌توانید به این همکاران احتمالی عالی دست پیدا کنید؟

- بسته شروع از بهترین محصولات ما به قیمت ۳۰۰ دلار
- یک سمینار دو روزه
- یک راهنمای کاری مثلاً ۲۰۰ صفحه‌ای
- بروشورهای کافی برای ماه اول
- یک هدیه رایگان به ارزش ۵۰ دلار اگر اولین سفارش شما
- هدیه رایگان به ارزش ۷۵ دلار اگر در سی روز اول، یک
- فرصت کسب ۵۰۰ دلار دیگر در برنامه شروع سریع ما
- یک نشریه ماهیانه
- حمایت یک گروه فوق‌العاده که به شما کمک می‌کنند
- فرصت سفر رایگان به هاوایی
- ... همه اینها با سرمایه‌گذاری بکاره‌ی ۲۵۰ دلار!

فهرست محتویات استارت‌رکیت یا بسته شروع کار شرکت خود را اینجا بنویسید:

[illegible]

۶- افراد جدید گروهتان چه حمایت مستمری را می‌توانند از شما انتظار داشته باشند؟

مسئولیت‌پذیر باشید

هر قدر هم که شرکت شما، محصولاتتان یا طرح پاداشتان خوب باشد، موفقیت شما کاملاً به خودتان بستگی دارد؛ ۱۰۰ درصد.

تنها کسی که می‌تواند تضمین کند شما به اهدافتان خواهید رسید یا نه، صاحب اهداف است یعنی خودتان. از روز اول شما مؤسس، رئیس و مدیر عامل حرفه‌ای خودتان هستید.

شاید حرف I (یعنی من) در کلمه team (یعنی گروه) وجود نداشته باشد ولی در کلمه win (به معنی بُرد) دیده می‌شود. وقتی واقعاً مهار زندگیتان را خودتان به دست بگیرید، هیچ چیزی مانع شما نخواهد بود.

وقتی مسئولیت را خودتان به عهده می‌گیرید در برابر عملکرد دیگران، آسیب‌پذیر نیستید و آزادید تا روی کارهایی که شما را در رسیدن به هدف‌تان یاری می‌دهند تمرکز کنید.

خب، وقتی همه چیز خوب پیش می‌رود، این کار آسان است. ولی وقتی کارها طبق نقشه پیش نمی‌رود چه؟ آیا قدرت و شهامت آنرا دارید که مسئولیت شرایط خوب و بد را به عهده بگیرید؟

به قطارتان فکر کنید. قطار بدون راننده، به هیچ جا نخواهد رسید. بدون راننده‌ای که مقصد درست را می‌داند، بی‌شک از مسیر اشتباه و مقصد نامناسب سر در خواهید آورد. نمی‌توانید قطارتان را از روی صندلی یکی از واگنها هدایت کنید. باید جلو بنشینید درحالی که دستتان محکم به فرمان قطار است.

زندگی، کامل نیست و عاقلانه نیست که فکر کنید همه چیز همیشه بر وفق مراد شما خواهد بود.

خیلی راحت است که وقتی کسب و کارت‌تان متلاطم می‌شود، انگشت تویخ و اتهام به شرکت، حامی و یا گروه خود نشان داده یا حرف از بد شانسی بزنید. فقط بدانید وقتی این حرف را می‌زنید دستتان را از روی فرمان برداشته‌اید. هنگامی که مشکلات از راه می‌رسند یا استراتژی شما طبق نقشه پیش نمی‌رود، فرصتی پیش آمده است تا قوی‌تر شده و مهارت‌های جدیدی را در خود رشد دهید - مهارت‌هایی که می‌توانید به افراد گروه‌تان انتقال دهید تا آنها نیز در شرایط دشوار یا مشابه استفاده کنند.

نگذارید اثرات بیرونی، شما را از خط خارج کنند. فقط شما می‌توانید کارت‌تان را در میان فراز و فرودها و اشکها و شادی‌ها به پیش برانید. شاید بگویید مسائلی دارم که باید به آنها هم رسیدگی کنم ولی شما هدفی تعیین کرده‌اید و به خودتان مدیونید که هر چه در توان دارید انجام دهید تا به آن هدف برسید، بدون توجه به آنچه در طول مسیر پیش می‌آید. رویاهای بزرگ، ارزش فداکاری‌های بزرگ را دارند.

ماجرای جویی بدون غافلگیری وجود ندارد. فرصت یادگیری و رشد جایست که بر موانع غلبه نموده‌اید و فکر می‌کنید که تمام شده‌اند ولی ناگهان موانع دیگری سر رهاستان سبز می‌شوند.

شهامت زیاد داشته باشید و تصمیمات بزرگ بگیرید، دست به کار شوید، نتایج اعمال خود را بررسی کنید و تصمیمات بهتری بگیرید. تصمیم، اجرا، بررسی؛ تصمیم، اجرا، بررسی و همین روند را ادامه دهید.

وقتی بپذیرید که «اگر چیزی بخواهد وجود داشته باشد، به من بستگی دارد» قدرت و مهارت حیرت‌انگیزی بر آینده خود به دست خواهید آورد.

کار عملی گام ۶: مسئولیت‌پذیر باشید

قبل از آنکه بیشتر بروید اول مطمئن شوید که می‌توانید به این پنج سوال، پاسخ «بله» بدهید:

- ۱- آیا آماده‌ام که مسئولیت آینده خودم را بپذیرم؟
- ۲- آیا در برابر چالش‌هایی که پیش رو خواهم داشت، واقع‌بین هستم؟
- ۳- آیا فهمیده‌ام که احتمال موفقیت من با هر فردی که جذب می‌کنم بیشتر می‌شود؟
- ۴- آیا اراده کرده‌ام که روی فعالیتهای لازم برای کسب موفقیت تمرکز کنم، نه روی کارهایی که شرکت شریک من، حامی من یا افراد گروه من باید انجام بدهند؟
- ۵- آیا اراده کرده‌ام که هر کار درستی لازم است انجام بدهم تا به مقصدم برسم؟

وقت صرف کنید

همسایه من، استیو، یک آدم پر انرژی است. وقتی کار بازاریابی شبکه‌ای را شروع کرد، هیچکس را ندیده بودم که به اندازه او از شرکت، محصولات و موفقیتی که پیش رو داشت به هیجان آمده باشد. استیو اراده کرده بود که تا می‌توانست درباره این حرفه بداند، پس در تمرینها حضور پیدا کرد، به مطالعه کتاب پرداخت، مجموعه‌ی بزرگی از نوارهای آموزشی گرد آورد و به سفرهای دوری رفت تا در سمینارها شرکت کند. ولی همه تلاشها و رویاهای استیو نابود شد...

کمتر از شش ماه بعد، استیو به من گفت که از آن کار بیرون آمده است. او ناامید و دلسرد شده و از تجربه تلخش در بازاریابی شبکه‌ای می‌گفت. کمی که صحبت کردیم، متوجه اشتباه او شدم. استیو شش ماه را صرف یادگیری تئوری کار کرده و فقط اندکی از دانش خود را به اجرا درآورده بود.

همانطور که استیو از ناکامی خود می‌گفت، به وضوح مشخص شد که به اندازه کافی تلفن نزده و قرار ملاقات نگذاشته بود. وقتی هم که قرار ملاقات می‌گذاشت موفق به فروش نمی‌شد. به جای اینکه بیشتر تلفن بزند و قرار ملاقات بگذارد، به دنبال پاسخ می‌گشت.

تنها درسی که استیو فرا نگرفته بود این بود: این سیستم، سودده است اگر که آنرا به کار ببندی. اولش بیش از آنچه گیرتان می‌آید، کار می‌کنید ولی بعداً بیش از کاری که می‌کنید، گیرتان می‌آید. معنی درآمد رسوبی^۱ همین است. یعنی درآمدی که مرتباً می‌آید آن هم بعد از اینکه کاری را به اتمام رسانده‌اید. مانند نویسنده‌ای که کتابی را یک بار می‌نویسد ولی هر بار از تجدید چاپ کتابش، سودی به او تعلق می‌گیرد. از همین دست است سیستم عامل Microsoft Windows که یک بار تهیه شده ولی بارها تکثیر گردیده و به فروش رفته است. برای داشتن درآمد رسوبی اول باید از پایه شروع کنید.

^۱ residual income

یک منطقه‌ی نفت خیز را تصور کنید. می‌دانید که در این منطقه، نفت هست ولی تا وقتی چاه نزید چیزی معلوم نمی‌شود. برخی از چاهها خشک خواهند بود، برخی چند قطره نفت دارند و برخی به چشمه نفت می‌رسند. وقتی به چشمه می‌رسید، نفت تا زمانی که پمپها کار کنند، بیرون خواهد جوشید.

در حرفه ما هم همینطور است. هیچ راه ساده‌تر، فرمول جادویی، راز مخفی یا مسیر میان‌بری وجود ندارد که کشف کنید. تعداد ساعت‌هایی که در حرفه‌ی خود سرمایه‌گذاری می‌کنید مشخص می‌نماید که به چه چیزی دست خواهید یافت و در چه مدت زمانی.

شما دانش، حمایت و ایده‌هایی را از آموزشها، راهنماها، کنفرانسهای تلفنی و جلسات شرکت و یا راهبران حامی خود کسب خواهید کرد ولی با تئوری نمی‌شود کسب و کاری را راه انداخت. فقط با تمرین می‌شود در مهارتها به استادی رسید. روش یادگیریِ نواختنِ گیتار.... نواختن گیتار است.

این حرفه، ساده است ولی راحت نیست. به همین دلیل پاداش افرادِ موفق، خیلی زیاد است. زمان عملی به کار خود اختصاص دهید تا نتایج از راه برسند.

با تمرین، کامل می‌شوید. وقتی دارید کار می‌کنید ببینید چه کاری فایده دارد و چه کاری نه، تنظیمات لازم را انجام داده و به کار ادامه دهید. اصلاحات کوچک روزانه، در گذر زمان منجر به اصلاحات چشمگیر می‌شوند.

تنها و بزرگترین عامل شکست مردم در بازاریابی شبکه‌ای این است که به اندازه کافی زمان صرف نمی‌کنند. آمارها نشان می‌دهند از چهل و چهار میلیون نفری که هم‌اکنون در این صنعت هستند، بسیاریان هفته‌ای فقط پنج ساعت را به این کار اختصاص می‌دهند. تعجبی هم ندارد که اغلب آنها به همه رویاهایشان نمی‌رسند.

اما شما مثل آنها نیستید. شما می‌توانید متفاوت باشید. هر روز، بدون استثناء و تا می‌توانید کار کنید. آمارها نشان می‌دهند افرادی که به‌طور مستمر کار می‌کنند در برابر آنهایی که سرسری کار می‌کنند، به درآمدهای بسیار بالاتری می‌رسند. فهرست کارهای خود را روزانه تهیه کرده و پیوسته به

آن عمل نمایید. برای کار خود از تلفن، اینترنت، فضای خانه، دفتر کار و اجتماع استفاده کنید. هرچه با افراد بیشتری مرتبط شوید، شانس موفقیت شما بیشتر خواهد شد.

کارتان را جدی بگیرید. زمان مشخصی را به کارت‌تان اختصاص داده و نگذارید هیچکس و هیچ چیز، وقت شما را مختل کند. در این حرفه چون نباید ساعت بزنید، به این معنی نیست که کار راحتی است. اگر به وقت خود خیانت کنید، به خودتان خیانت کرده‌اید. اگر احساس کردید دارید توانتان را از دست می‌دهید، به اهدافی که در طول زمان مشخص کرده بودید فکر کنید تا به خودتان یادآوری نمایید که اصلاً برای چه دارید کار می‌کنید.

ساعت بدن هرکسی با دیگری فرق دارد ولی صبح، زمانی است که اکثر ما سر حال هستیم. مفیدترین زمان خود را صرف کارهای پرنمر کنید. هر روز را با ساعت/انرژی شروع کرده و به وجه اصلی حرفه‌ی خود بپردازید یعنی تلفن زدن. وقتی بدانید که به مهمترین وظیفه خود رسیدگی کرده‌اید باقی روز را پرانرژی خواهید بود.

هر چه پیش آمد، از آنچه که باید برای دستیابی به اهدافتان انجام دهید دست نکشید. فعالیت، منجر به نتیجه شده و نتیجه، منجر به پاداش.

تعلل، سریع‌ترین راه رسیدن به شکست است. وقتی وظایف مهم را پشت گوش می‌اندازیم، آنها را فراموش نمی‌کنیم بلکه هر روز، بار آنها را به دوش می‌کشیم و روز که ادامه می‌یابد، این بار سنگین‌تر هم می‌شود. حتی یک بار سبک نیز بعد از یکی دو ساعت، سنگین می‌شود (سعی کنید یک لیوان آب را یک ساعت در دست نگه دارید تا ببینید چقدر زود بازوی شما درد می‌گیرد و خسته می‌شود). با انجام کارهای سخت اول صبح، در ادامه روز، احساس سبکی خواهید کرد.

دقت کرده‌اید که آدمهای پرمشغله همیشه برای انجام کارهای مهم، بالاخره وقت پیدا می‌کنند؟ زیرا ارزش زیادی برای وقتشان قائلند و آنها را هدر نمی‌دهند. چند ترفند که شما را در بالا بردن راندمان وقتتان کمک می‌کند عبارتند از:

- محیط کارت‌تان را مرتب نگه دارید تا هر وقت خواستید تکه کاغذی را بیابید مجبور نشوید کوهی از کاغذ را بگردید.

- همیشه تعدادی بسته شروع کار و بروشور معرفی کار داشته باشید.
- برخی از کارهای وقت‌گیر را به خانواده موکول کنید. به آنها بگویید برای شریک شدن در سود شما باید در کارها شریک شوند.
- یک زمان‌سنج کنار تلفن بگذارید. یاد بگیرید که وقتی تلفن شما زیاد طول کشید بگویید «کاش می‌توانستیم بیشتر گپ بزیم ولی بهتر است برگردم سر کار» یا «می‌دانم که سرت شلوغ است، پس وقتت را نمی‌گیرم».
- فهرست فعالیتهای روزانه را شب قبل آماده کرده و شماره تلفن افرادی را که قرار است با آنها تماس بگیرید بنویسید که وقتتان تلف نشود. کارهای فهرست را مو به مو انجام دهید.
- برنامه‌های روزانه را با هم جور کنید تا مواردی مانند رفت و برگشت الکی، سفرهای مضاعف و کارهای وقت‌گیر پیش نیاید؛ مثلاً ارسال بسته‌ها، پست نامه و خریدها را در مسیر رسیدن به قرارهایتان انجام دهید.
- به نوبت از ماشین خود و همسایه‌ها برای رساندن بچه‌ها به مدرسه یا باشگاه استفاده کنید.
- مایحتاج کلی منزل را روی کاغذی نوشته و روی یخچال بچسبانید تا از مراجعه مکرر به فروشگاه خودداری کنید. خانواده را تشویق کنید که موارد مورد نیازشان را روی کاغذ بنویسند.
- برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه خود را ضبط کرده و هنگام تماشا، قسمتهای غیر مهم از قبیل اسامی و تبلیغات را سریع جلو بزنید. با این کار، نصف زمان معمول برای تماشا وقت می‌گذارید.
- تمبر، نوشت افزار، خوار و بار و چیزهایی مانند اینها را به‌طور عمده بخرید.
- پرداخت خودکار برای قبضه‌ایتان درخواست کنید (مثل پرداخت خودکار قبض برق).
- با دیگر فروشندگان مستقیم به خرید بروید یا به جای فروشگاه از اینترنت خرید کنید.
- از فروشگاههایی که خدمات پیک دارند خرید کنید.
- روزی یک یا دو بار، ایمیل خود را بررسی کنید.
- از فیلتر هرزنامه در ایمیل خود استفاده کنید.
- وقتی فکر کردن و تصمیم‌گیری درمورد کاری تمام شد، انجامش بدهید.
- از کاری به کار دیگر نپرید. اول کاری را که شروع کرده‌اید تمام کنید.

با آینده خود قمار نکنید. تلاش کنید در جمع آن بازاریابان شبکه‌ای موفق باشید که رویاهایشان را با کار زیاد، محقق می‌کنند.

کار عملی گام ۷: وقت صرف کنید

۱- زمان مشخصی را به حرفه‌ی خود اختصاص دهید، زمانهای مفید (یعنی قرارها، مصاحبه‌ها، یافتن همکار احتمالی) را از زمان مدیریت حرفه‌ی خود جدا کنید.

۲- زمانهایی را که اختصاص داده‌اید سر جمع کرده و پرسید «آیا اهداف من در زمان محدودی که دارم، واقع‌بینانه هستند؟»

۳- اگر پاسخ «بلی» دادید، شما در مسیر کسب و کارتان هستید. وگرنه باید زمان بیشتری گذاشته یا اهداف خود را بازبینی کنید (هنگامی که اوضاع کارتان رو به راه بشود، وقت کافی خواهید داشت که به فعالیتهای مورد علاقه‌تان پردازید). از خود پرسید «چه کارهایی را باید رها کنم و کنار بگذارم تا زمان بیشتری به دست بیاورم؟»

۴- در ساعاتی که مشخص کرده‌اید، کار کنید. یک قرار لغو شده، فرصت «فرار از کار» نیست. از این فرصت برای بیشتر تماس گرفتن استفاده کنید.

۵- کارهایی را که وقت تلف می‌کنند کنار بگذارید تا زمان بیشتری به دست آورید. از توصیه‌های من استفاده کنید یا به روش خودتان، در وقت خود صرفه‌جویی نمایید. اگر بتوانید روزی یک ساعت از وقتتان را آزاد کنید، سالی ۳۶۵ ساعت معادل ده هفته اضافه کاری دارید که در حرفه‌ی خود سرمایه‌گذاری نمایید.

من با انجام کارهای زیر، وقتم را آزاد می‌کنم:

الف-----

ب.

ج.

د.

ه.

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

استاد شش مهارت اصلی بشوید

یکی از فواید بازاریابی شبکه‌ای، سادگی است. اگر در سه مهارت پایه به استادی برسید، مسیر موفقیتان را به خوبی طی خواهید کرد. سپس استاد سه مهارت بعدی بشوید تا مرز و محدودیتی برای آنچه می‌خواهید به دست بیاورید وجود نداشته باشد.

یک جعبه ابزار را تصور کنید که درون آن شش ابزار وجود دارد. این شش ابزار، شما را در راه‌اندازی کسب و کار بازاریابی شبکه‌ای کمک می‌کنند: سه ابزار پایه برای کارهای ساده و سه ابزار دیگر برای کارهایی که کمی پیچیده هستند. هرچه زودتر قلق استفاده از این شش ابزار را یاد بگیرید، زودتر به نتایج مورد نظرتان خواهید رسید.

بیاید با ابزارهای پایه شروع کنیم:

۱- **زمان‌بندی.** دفتر سررسید یا دفتر برنامه‌ریزی شما، نشانگر وضعیت کار شماست. هرچه تعداد قرارهای ثبت شده در دفترتان بیشتر باشد یعنی کارت‌تان رو به راه‌تر است. دفتر خالی یعنی کارت‌تان با خطر روبه‌رو است.

۲- **فروش.** درآمد ماهیانه شما به میزان فروش خودتان و گروهتان بستگی دارد.

۳- **داوطلب‌گیری.** فرصت کاری شما، گل سر سبد محصولات شماست و تا زمانی که معرفی مؤثر آنرا نیاموزید، موفق نخواهید بود.

حالا به سه ابزار پیشرفته‌ای می‌رسیم که کمکتان می‌کنند به بلندپروازانه‌ترین اهداف خود برسید:

۱- **ساخت روابط.** فروش یک مرتبه‌ای و ملاقاتهای شانسی، کسب و کار استواری را نخواهند ساخت. اگر مشتری و همکاران قبلی خود را از بین برده و مرتباً فقط به دنبال افراد جدید باشید، قبل از آنکه کارتان به جایی برسد، از پای در خواهید آمد.

۲- **مربی‌گری.** موفقیت شما نهایتاً با موفقیت افرادی که جذب کرده‌اید گره خورده است. با اینکه مسئول موفقیت آنها نیستید ولی شما مسئول کیفیت حمایتی هستید که به آنها می‌دهید.

۳- **مدیریت.** کار موفق با هرج و مرج جور در نمی‌آید. هم‌زمان که کارتان پیش می‌رود، مجبورید با یک دست چند هندوانه را بلند کنید. سعی کنید تا حد ممکن هندوانه‌های کمتری از دستتان بیفتند.

فقط شش ابزار هست و شما باید قلق همه‌ی آنها را یاد بگیرید. اگر زمان‌بندی بلد نباشید، مهم نیست چه فروشنده خوبی هستید زیرا قرار ملاقاتی نخواهید داشت و بدون قرار ملاقات از فروش هم خبری نیست. اگر شما و افراد گروهتان نفروشید، چک پاداشتان ارزش نگاه کردن هم ندارد چه برسد به نقد کردن. وقتی هیچکسی در گروهتان نباشد نمی‌توانید مربی باشید. و بیزینس به خودی خود که اداره نمی‌شود بلکه باید آنرا مدیریت کرد.

تک‌تک این ابزارها را در فصول بعدی شرح خواهم داد ولی یادتان باشد که بهترین محل یادگیری نحوه‌ی استفاده از آنها، عرصه‌ی عمل است.

هیچکس انتظار ندارد در آغاز کار، بی نقص باشید. از اینکه به مردم بگویید دارید یاد می‌گیرید خجالت نکشید و نترسید. آنها از صداقت شما خوششان آمده و وقتی ببینند برای شروع، نیازی نیست همه چیز را بدانند، تشویق شده و همکار شما خواهند شد.

کار عملی گام ۸: استاد شش مهارت اصلی بشوید

از خود پرسید:

۱- قلق کدامیک از ابزارها را فرا گرفته‌ام:

- **زمان‌بندی:** بگذارید دفتر سررسید شما به این پرسش، پاسخ بدهد.
- **داوطلب‌گیری:** آیا همیشه همکاران جدیدی را یافته و با آنها قرارداد می‌بندم؟
- **فروش:** چقدر به عدد فروش متوسط محصولاتم به هر مشتری نزدیکم؟
- **ساخت روابط:** آیا دایره دوستان و همکاران من در حال گسترش است؟
- **مربی‌گری:** آیا افرادی که جذب می‌کنم پس از گذشت شش تا دوازده هفته، فعال باقی می‌مانند؟ آیا مؤثر هستند؟
- **مدیریت:** آیا مهارت کسب و کارم در دستان خودم است؟

۲- باید روی کدام ابزار، بیشتر وقت صرف کنم تا استادش بشوم؟

۳- در ابتدا باید توجهم را به کدام ابزار معطوف کنم؟

به سررسید یا دفتر برنامه‌ریزی خود امتراهم بگذارید

سررسید یا دفتر برنامه‌ریزی شما نباید در گنجی و قفسه، خاک بخورد و پنهان باشد. باید همیشه دنبالان باشد و آنرا باز بگذارید تا با توجه به تعداد قرارهایتان، با یک نگاه بتوانید وضعیت کاری خود را ببینید. اگر قرار ملاقات نگذاشته باشید، کسب و کارتان تعطیل است.

اولین و مهمترین وظیفه شما، قرار ملاقات گذاشتن است. قرار ملاقات که از غیب، ظاهر نمی‌شود. باید خودتان آنرا بسازید. ولی اول باید زمانهایی را که می‌خواهید کار کنید مشخص نمایید.

ببینید که می‌خواهید چند جلسه معرفی کار، معرفی محصول یا میهمانی نمایش محصول داشته باشید و آنها را در طول ماهی که پیش رو دارید در دفتر برنامه‌ریزی خود پخش کنید. زمانهایی را که به این موارد اختصاص داده‌اید با مازیک یا خودکار مشخص کنید تا وقتی خالی، راحت‌تر به چشم بیایند.

حالا راحت می‌توانید دست به کار شوید. فقط باید نام و شماره تلفن افراد مورد نظر خود را در جای خالی قرار داده و قرار تعیین شده را کامل کنید.

تنها راه پر کردن این جاهای خالی، حرف زدن با مردم و در معرض ارتباطات قرار گرفتن است؛ رو در رو، تلفنی یا با ایمیل. همه پاسخ «بلی» نخواهند داد پس آماده باشید که تماسهای زیادی بگیرید. اگر تازه‌کار باشید معمولاً از هر ۱۰ نفر، ۱ نفر پاسخ مثبت می‌دهد پس روزانه با ۲۰ نفر تماس بگیرید تا بتوانید حداقل ۲ قرار ملاقات بگذارید.

حتی اگر پاسخهای مثبت بیشتری هم گرفتید، به تماس گرفتن ادامه بدهید. گذاشتن قرارهای اضافی، شما را در برابر قرارهای لغو شده، بیمه می‌کند. آژانسهای هواپیمایی و هتلها همیشه ۲۰ درصد

بیشتر از ظرفیت خدمات خود، مسافر رزرو می‌کنند چون می‌دانند که بخشی از رزرو اضافی، جای لغو شدن‌ها یا غیبت مسافرین را خواهد گرفت. همین روش برای شما هم مفید است.

دفتر برنامه‌ریزی خود را هر روز بررسی کنید و مطمئن شوید که حداقل تا دو هفته‌ی آینده، پر از رزرو است. همیشه برای قرارهای به تعویق افتاده، نقشه پشتیبان (Plan B) داشته باشید. باید فضاهای خالی را پر کنید مگر اینکه بخواهید دست از رویاهای خود بکشید.

اگر نقشه پشتیبان شما با شکست مواجه شد و صفحات خالی دفتر برنامه‌ریزیتان زیاد شده‌اند، وقت گذاشته و بیشتر تماس بگیرید یا هرچه زودتر یک قرار ملاقات بگذارید. با کمی ابتکار، همیشه کسی را خواهید داشت که با او حرف بزنید -فروشنده‌ی فروشگاه پوشاک مورد علاقه شما، پیشخدمت رستوران محلی، دلال املاک یا افرادی که کنار شما در باشگاه ورزش می‌کنند. می‌خواهید بدانید که چطور یک گفتگوی سرد را شروع کنید؟ کاری کنید که مردم درباره‌ی خودشان حرف بزنند و مطمئن باشید که بالاخره درباره‌ی زندگی شما خواهند پرسید (اگر نپرسیدند احتمالاً اصلاً همکار یا مشتری خوبی نیستند).

پذیرید که بعضی قرارها راحت جور می‌شوند و بعضی دیگر تلاش بیشتری می‌طلبند. اگر طرز تفکر خوش‌بینانه خود را حفظ کنید، فرصتهایی از راه می‌رسند. کمرو نباشید. لزوماً نمی‌خواهید قرارداد ببندید یا چیزی بفروشید؛ بلکه فرصتی می‌خواهید تا محصولاتتان را نشان دهید یا درباره‌ی کارتان حرف بزنید. بهترین موقع برای قرار گذاشتن، وقتی است که پشت میز و رو در روی افراد نشسته‌اید.

هر روز به فهرست اسامی خود اضافه کنید تا همیشه جمعی را داشته باشید که با آنها تماس بگیرید. وقتی متعهد شده و هر روز، فهرست اسامی خود را افزایش دهید، تعجب خواهید کرد که چقدر زیاد قرار گذاشته و با مردم صحبت می‌کنید.

قرار گذاشتن با افرادی که شما را می‌شناسند، دوست دارند و به شما احترام می‌گذارند راحت‌تر است. به همین دلیل است که همیشه باید به مشتریان خود خدمات بدهید و در دسترس افرادی که می‌بینید باشید. خجالت نکشید و از مردم بخواهید شما را به دیگران ارجاع دهند و به کسانی که این کار را می‌کنند هدیه بدهید. محصول رایگان یا تخفیف، نوعی «تشکر» ارزان‌قیمت است که باید در

مقابل معرفی شدنتان به افراد جدید، به معرف بدهید. هرکسی که می‌بینید، با افراد بسیاری مرتبط است. به همین دلیل حرفه‌ی ما را بازاریابی شبکه‌ای یا ارتباطی می‌نامند.

هرگز سعی نکنید با چرب‌زبانی و چاخان کردن، با مردم قرار ملاقات بگذارید. اگر به پیشنهادی که می‌دهید افتخار نکنید و خودتان از آن خوشتان نیاید چطور توقع دارید دیگران چنین باشند؟ همیشه صادق و پرانگیزه باشید: «من برای کار تماس گرفته‌ام. وقت دارید صحبت کنیم؟» تماس شما باید دلیل مثبتی داشته باشد: «به این دلیل تماس گرفته‌ام که...»

همکاران احتمالی از تحسین شما سپاسگزاری کرده، به صداقت شما احترام می‌گذارند و اشتیاق شما را با آغوش گرم می‌پذیرند.

بر وسوسه‌ی پرحرفی فائق آیید. از تماس تلفنی برای تحکیم روابط خود با همکاران احتمالی استفاده کنید، ببینید چه کاری می‌توانید برای وضعیت آنها انجام دهید و زمان و مکانی را برای ملاقات تعیین کنید. اگر ملاقات شما با هدف فروش است باید بپرسید که مشتری شما هم‌اکنون از چه مارکی استفاده می‌کند و چرا. اگر ملاقات شما با هدف معرفی کار است باید بپرسید چرا می‌خواهند پول بیشتری داشته باشند یا کار خود را عوض کنند.

مشتری یا همکار احتمالی خود را سراسیمه نکنید. سوالهایی بپرسید و به‌دقت به پاسخ آنها گوش بدهید تا ارزشهای مشترک بین خودتان را یافته و ببینید چطور محصولات یا فرصت کاری شما، زندگی آنها را بهتر می‌کند. اگر زیاد حرف بزنید و کم گوش دهید، کارتان دشوار خواهد شد. آرام باشید. اگر همه پاسخها را پای تلفن بدهید یا به جای اینکه با مردم گپ بزنید، با تحکم با آنها صحبت کنید، سرقرارتان حاضر نخواهند شد.

وقتی پاسخ منفی شنیدید، سراسیمه نشوید. تا حالا دیده‌اید فروشنده‌ای، مغازه‌اش را تعطیل کند به این دلیل که مشتری به او گفته «نه متشکرم، فقط می‌خواستم نگاهی بیندازم»؟! تا حالا دیده‌اید که دکتری، مطلبش را تعطیل کند به این دلیل که چند قرار ویزیت، لغو شده‌اند؟ اگر مرتباً می‌شنوید که «متشکرم، نه» باید روش کاریتان را عوض کنید.

گرفتن روزی ۲۰ تماس، فقط با انضباط میسر می‌شود. کار شما اینگونه بنا می‌شود و باید انجامش دهید تا زمانی که هر روز، افراد زیادی را ملاقات کنید. یادتان باشد که هر نگره داشتن دفتر برنامه‌ریزی، سخت‌ترین کار این حرفه است. اگر استاد هنر زمان‌بندی شده و دفتر خود را پر از قرار ملاقات نگره دارید، نیمه‌ی راه رسیدن به اهدافتان را پیموده‌اید.

کار عملی گام ۹: به سررسید یا دفتر برنامه‌ریزی خود احترام بگذارید

- ۱- هم‌اکنون فهرست دوستان و آشنایان خود را مرور و به‌روز کنید.
- ۲- متعهد شوید که هر روز، نام یک نفر یا بیشتر را به فهرست خود بیفزایید.
- ۳- ملاقاتهای دفتر خود را پر رنگ کنید تا با یک نگاه قابل مشاهده باشند.
- ۴- از «ساعت پر انرژی» خود بهترین استفاده را ببرید. برای اینکه جذابیت بیشتری پیدا کند، بیست سکه را درون بشقابی قرار داده و با هر تماسی که می‌گیرد، یک سکه برداشته و آنرا درون بشقاب دیگری بیندازید.
- ۵- قرارهای ملاقات را در اسرع وقت، زمان‌بندی کنید. هرچه قرارتان دیرتر باشد، احتمال به تعویق افتادن یا لغو شدنش بیشتر می‌شود. بهترین زمان تا حداکثر ۳ روز بعد از تماس است.
- ۶- متعهد شوید که آنقدر تماس بگیرید تا دفترتان پر شود؛ سپس باز هم تماس بگیرید. فکر کنید چه لذتی دارد که بگویید «این هفته (ماه) و قتم پر است، هفته (ماه) دیگر چطور است؟»
- ۷- هر روز دفتر خود را بررسی کنید تا ببینید دقیقاً باید چه زمانهایی را در هفته‌های آینده پر کنید.

صرف بی‌فایده نزدن و درست فروختن

اساس بازاریابی شبکه‌ای، فروش است. هیچکس پولی گیرش نمی‌آید مگر اینکه محصولی فروخته شود. فروش شخصی شما در کنار فروش گروهی که گسترش می‌دهید، درآمدها را ایجاد می‌کند و روش شما، الگویی است برای افراد جدیدی که جذب می‌کنید. هرچه فروش کل گروه شما بیشتر باشد، درآمدها بیشتر خواهد بود.

اول از خودتان شروع کنید و بهترین مشتری خودتان باشید. اولاً توقع نداشته باشید مردم، محصولات را بخرند که خودتان نمی‌خرید. چرا من باید از محصولات شما خوشم بیاید درحالی که خودتان خوشتان نمی‌آید؟! ثانیاً هیچ چیز جای تجربه دست اول و تعریف و تأیید شخصی محصولات را نمی‌گیرد. مردم به داستان شخصی شما پاسخ مثبت می‌دهند نه به فهرست بلند بالایی از ویژگیها و خواص محصولات.

یافتن گروهی از مشتریان دائمی و وفادار که محصولات شما را استفاده می‌کنند، تضمین‌کننده درآمد مستمر شماست. اگر می‌خواهید در مسیر دستیابی به درآمد رسوبی قرار بگیرید بیشتر به دنبال مشتریان دائمی باشید، نه کسانی که فقط یکبار خرید می‌کنند. البته فرصت فروش را نباید از هیچکسی دریغ کرد. همیشه این امکان وجود دارد که تغییر گرایشی در مشتریان معمولی هم به وجود آمده و آنها به هر دلیلی بخواهند خرید بیشتری انجام دهند.

اگر شرکت شما، خودش محصولات را برای مشتری پست می‌کند یا برنامه‌ای برای ارسال خودکار محصولات^۱ دارد، از فواید این خدمات استفاده کنید. در هر حال همیشه در دسترس مشتری خود باشید. اگر ارتباط خود را قطع کنید، فروش آینده و یک همکار احتمالی را از دست خواهید داد.

^۱ - auto ship: سفارشها طبق چرخه‌ی منظمی، ارسال شده و پول آنها به‌طور خودکار از حساب شما کسر می‌شود.

هر فروش کامل از چهار مرحله تشکیل یافته است:

۱- **با مصرف‌کننده خود ارتباط برقرار کنید.** هرچه ارتباط قوی‌تری بسازید، احتمال فروش شما در آن لحظه و همچنین احتمال فروشهای مستمر بعدی بیشتر می‌شود. در تله‌ی «یک ساین که به همه می‌خورد» نیفتید. هر مشتری، منحصر به فرد است، با نیازها، علائق و امیال مختلف و شما می‌توانید محصولی را به او بدهید که بیشترین فایده را برایش داشته باشد. هر فروش باید با گوش دادن، آغاز و پایان یابد. همه دوست دارند درباره‌ی خودشان حرف بزنند و مشتری شما با لذت، حرفهایی را به شما خواهد زد که برای مرحله دوم به آنها نیاز دارید.

۲- **به مشتری خود نشان دهید که محصولاتتان چطور زندگی آنها را بهتر خواهد کرد.** در عصر لذتهای سریع، اغلب ما به دنبال محصولاتی می‌گردیم که راه‌حلهای ساده‌ای ارائه دهند. مثلاً کم‌کم‌ان کنند که پوستمان بهتر شده و کمی جوان‌تر به نظر برسیم، کمی جذاب‌تر بشویم، احساس بهتر و انرژی بیشتری داشته باشیم، وزنمان کم بشود، پول کمتری خرج کنیم، فشار عصبی کمتری داشته باشیم یا عاداتهای بدی مانند سیگار کشیدن را ترک کنیم. مشتری را گیج نکنید و چیزی بیشتر از حرفهایی که لازم است برای خرید بدانند به او نگوئید. مشکلات آنها را یافته و نشانشان دهید که محصولاتتان چگونه مشکلات آنها را حل می‌کنند.

توجهتان دقیقاً به مشتری‌تان باشد. اگر مشتری شما، خواست که جزییات بیشتری درباره محصولات بدانید از اطلاعاتی که شرکت شما برایتان تدارک دیده استفاده کنید. ولی معمولاً مشتریها از این سوالات نمی‌پرسند. بمباران اطلاعاتی، به جای اینکه مشتری را تشویق به خرید بکند، او را گیج کرده و حتی ممکن است منجر به جبهه‌گیری مشتری بشود.

۳- **فروش را به اتمام برسانید.** وقتی به انتهای فروش رسیدید، با اطمینان حرکت کنید. افراد مردد را با نشان دادن ایمان خود به محصولاتتان، قانع کنید. مثلاً بگوئید:

«بعد از استفاده از این مکملهای خوراکی، سطح انرژی من از ۲ به ۱۰ رسید. این مکملها، تفاوت چشمگیری را در من ایجاد کرده‌اند.»

«پوست شما نرم‌تر خواهد شد. خودم تفاوت را تقریباً بلافاصله احساس کرده‌ام و دوستانم هم آنها را متوجه شده‌اند. خیلیها به من می‌گویند چقدر زیباتر شده‌ام.»

«به محض اینکه روشنش کنید، خانواده شما هوای تمیزتری استنشاق خواهند کرد. آلرژی همسر من یک شبه برطرف شد.»

«بچه‌های من مزه این پودرها را خیلی دوست دارند و مهم این است که شیمیایی نیستند. یک محصول واقعاً برنده برنده است.»

«وقتی می‌بینم که هر وقت نیاز داشته باشم، یک نمایندگی یا شعبه‌ی رسمی و قانونی وجود دارد، بار زیادی از روی دوشم برداشته می‌شود.»

«هزینه تماسهای راه دور من نسبت به قبل، نصف شده است. هفته‌ای ۲۰ دلار به نفعم تمام می‌شود و دیگر نگران نیستم که مکالمه‌هایم چقدر طول می‌کشند.»

اعتماد خود به محصولاتتان را با روش فروش «بالا به پایین» تقویت کنید. بالا رفتن از یک شیب، سخت‌تر از پایین آمدن از آن است. فروش هم همینطور است. این روش بدین شکل است:

بهترین پیشنهاد، بهترین مدل یا بهترین برنامه خود را همان اول ارائه بدهید. وقتی به مشتری خود نشان می‌دهید که توان خرید بهترینها را دارد، دارید او را تحسین می‌کنید. با این جمله شروع کنید «اگر بهترین (یا سریع‌ترین) نتیجه را می‌خواهید، این پیشنهاد من است.»

اگر تردید داشتند بگویید «اگر ترجیح می‌دهید کم‌کم شروع کنید، پیشنهاد می‌دهم با اینها شروع کنید.»

باز هم اگر علاقه نشان ندادند بگویید «بسیاری از مشتریان از این شروع کرده و بعداً از اینها مصرف نموده‌اند.»

در این لحظه، دیگر حرف نزنید. سکوت به مشتری شما اجازه می‌دهد که فکر کرده و تصمیم بگیرد. اگر وقتی مشتری دارد تصمیم می‌گیرد، فشار آورده یا حرف زیادی بزنید، ممکن است از فروش دور شوید. اگر مجبور شدید که مشتری را به زور متقاعد کنید، یعنی کارتان را درست انجام نداده‌اید.

۴- پیگیری کنید تا مشتریان را راضی نگه دارید. هرگز این واقعیت را فراموش نکنید که شما، مشتری دائمی می‌خواهید. مطمئن شوید که مشتری، از تصمیم خود راضی است، هر تصمیمی

که گرفت فرقی نمی‌کند. همیشه قول بدهید که بعداً تماس گرفته و از آنها خواهید پرسید که آیا از محصولات راضی هستند و یا آنها را از محصولات آینده باخبر خواهید کرد. خیلی راحت‌تر است که همان اول بگویید «حتماً با شما تماس می‌گیرم تا بینم از محصولاتتان راضی هستید» تا اینکه بعداً توضیح بدهید چرا تماس گرفته‌اید. اگر فروشی انجام ندادید بگویید «اگر از نظر شما اشکالی نداشته باشد با شما در تماس خواهم بود». اگر اجازه داشته باشید که تماس بگیرید، راحت‌تر و با اعتماد به نفس بیشتری تماس خواهید گرفت.

درباره‌ی هر مشتری، یادداشت مختصری را برای خودتان بنویسید تا هر وقت با او تماس می‌گیرید مجبور نشوید به حافظه خود فشار بیاورید. «امروز چطورید؟» شروع خوبی برای گفتگو است.

این روشها خیلی کلی به نظر می‌رسند؟ چون همینطور هم هستند. بازاریابی شبکه‌ای اینگونه کار می‌کند: فروش مکرر محصولات باکیفیت و یا خدمات عالی و روابط ادامه‌دار.

ولی با همه این حرفها بسیاری از مشاوران یا توزیع‌کنندگان وقتی در برابر مشتری قرار می‌گیرند، آموزشهای خود را فراموش کرده و پس از آنکه علاقه‌ی نصفه و نیمه‌ی خود به محصولات را به مشتری نشان می‌دهند ناگهان او را به رگبار جملات فروش می‌بندند. وای!!!!!!!!!!!!!! ای از دست آنها!

کارتان را درست انجام بدهید. به‌زودی می‌بینید که مهارتها و حرفه‌ای‌گری شما در فروشتان خودنمایی خواهد کرد.

کار عملی گام ۱۰ : حرف بی‌فایده نزدن و درست فروختن

۱- دقت کنید که پاسخ قانع‌کننده‌ای به سوال «محصولات شما چه ویژگی خاصی دارند؟» داشته باشید. مثلاً اگر محصولات لاغری می‌فروشید بگویید «من همیشه غذای فست فود می‌خوردم و اهل رژیم نبودم. ولی از وقتی با این شکلاتهای رژیمی خوشمزه آشنا شدم، در دو هفته اول پنج پوند از وزنم کم شده».

ویژگیهای خاص محصولات شما چیستند؟ آنها را بنویسید:

۲- فروش محصولات را به دوستان، خانواده و اقوام تمرین کنید. از آنها نظر بخواهید (بهترین بازخورد، همان وقتی است که محصول را از شما می‌خرند).

۳- پس از کمی تمرین، یک گام به عقب برگشته و ببینید چگونه می‌توانید مهارت‌های فروش خود را افزایش دهید:

من اینجا سکوت خواهم کرد -----

من به یاد خواهم داشت که -----

۴- روی نحوه‌ی تماسهای پیگیرانه خود کار کنید. مثلاً می‌گوییم:

۵- روشی برای ثبت سوابق فروش به مشتریان خود ابداع کنید (مثلاً طراحی یک دفترچه ثبت سفارش مشتریان).

انرژی مثبت، پخش کنید

برای ساخت یک کسب و کار ارزنده به افراد ارزنده نیاز دارید. بهترین راه برای جذب افراد ارزشمند این است که «تبلیغ زنده‌ی» حرفه‌ی خودتان باشید.

ما جذب افرادی می‌شویم که ویژگی‌هایی را داشته باشند که آرزو می‌کنیم ای کاش خودمان هم داشتیم. پس تصویری که شما از خودتان نشان می‌دهید تعیین می‌کند که دیگران چگونه به شما پاسخ بدهند. برخورد اول و اثری که باقی می‌گذارد بسیار مهم است.

هرگاه که از خانه بیرون می‌روید، اثری مثبت یا منفی خلق می‌کنید.

پیش از آنکه از خانه بیرون بروید تصور کنید که جلوی یک جالباسی ایستاده‌اید که سه کلاه به آن آویزان است. هر کلاه رنگ خاصی دارد و منتظر است که شما آنرا بر سر بگذارید.

این سه کلاه خیالی، سه شخصیت بازاریابان شبکه‌ای موفق را به یادتان آورده و کمکتان خواهند کرد تا افراد بسیار لایق را به سوی خود جذب کنید.

کلاه اول، سرخ است.

سرخ نشانه‌ی اعتماد به نفس و موفقیت است. وقتی در میان جمعیت هستید، قرمز باشید و چنان رفتار کنید که گویی کلاه سرخ را به سر دارید.

ولی حواستان باشد که کلاه سرخ می‌تواند بر شما چیره شود. می‌خواهید مردم به شما توجه نشان دهند و از طرفی دوست دارید که به گرمی با شما برخورد کنند.

اینجاست که کلاه دوم را می‌خواهید.

کلاه دوم، زرد است. کلاه زرد، عطر محبت و شادی را منتشر می‌کند. زرد می‌گوید شما مردم را دوست دارید و توقع دارید آنها نیز شما را دوست داشته باشند. اینگونه از کار خود لذت می‌برید و کارتان برایتان مفرح است. شادمانی، همه‌گیر است. اگر خود را چنان نشان دهید که گویی کلاه زرد بر سر دارید، مردم به سمت شما جذب می‌شوند.

ولی هنوز کافی نیست. بسیاری در این حرفه به اوج نمی‌رسند زیرا کلاه سوم را نادیده می‌گیرند.

کلاه سوم، آبی است.

کلاه آبی نشانه خصوصیات برترین راهبران است. کلاه آبی یعنی متانت و آرامش. به دنیا می‌گویید که شما زندگی متعادلی دارید. فراموش کردن کلاه آبی، علامتی به دنیا خواهد فرستاد با این مضمون که شما برای رسیدن به موفقیت خود، دارید بهای بسیار بسیار گزافی را می‌پردازید.

الکی شلوغ کردن، سریع رانندگی کردن یا تند تند حرف زدن، دیر رسیدن یا با عجله رسیدن به قرارها، تماس چشمی برقرار نکردن، عصبانی شدن در بحرانهای کوچک، شنونده ضعیفی بودن و فراموش کردن نام افراد، نشانه‌هایی از بر سر نگذاشتن کلاه آبی است.

ما همگی می‌خواهیم موفق باشیم. ولی اگر بهای آن بسیار گزاف باشد، مردم پشیمان شده و از همینجا برمی‌گردند. وقتی فشار عصبی، فشار کاری و تنش از خود بروز بدهید، همکار احتمالی شما با خود می‌گوید «قربان شما ولی دست از سر من بردار. نمی‌خواهم وارد این حرفه بشوم.»

آرام باشید، موارد غیرمنتظره را منظور کرده و همه حواستان به طرف مقابلتان باشد. وقتی دارید شلوغ و پلوق می‌کنید، نفس عمیقی کشیده و کلاه آبی خود را به‌یاد بیاورید.

شما فقط یک فرصت درآمدزا را بازاریابی نمی‌کنید. بلکه دارید یک زندگی عالی را بازاریابی می‌کنید. برای این منظور باید مظهر ویژگیهای انسانی باشید که از یک زندگی عالی لذت می‌برد. موفقیت مالی بدون تعادل و آرامش، یک پیروزی بی‌ارزش است.

هیچ وقت همه چیز بر وفق مراد شما نخواهد بود. حرفه‌ی خود را به خاطر همه چیزهایی که برای شما به ارمغان می‌آورد دوست داشته باشید و بپذیرید که لحظات خوب و بد، دو روی یک سکه هستند. در هر چالشی که گیر افتاده‌اید، اعتماد به نفس، شادی و آرامش را از خود نشان دهید. جذابیت شما، به زودی افراد زیادی را به‌سویتان جذب خواهد کرد و آنها کمکتان می‌کنند کسب و کار پویایی را بسازید.

کار عملی گام ۱۱: انرژی مثبت، پخش کنید

۱- نگاه صادقانه‌ای به تصویری که از خود نشان می‌دهید داشته باشید. کدام عرصه‌ها به درد شما می‌خورد؟

۲- کدام عرصه‌ها به درد شما نمی‌خورد؟

۳- چه گامهایی، تصویری را که از خود نشان می‌دهید بهتر می‌کنند؟

من شروع خواهم کرد به

من این کارها را نخواهم کرد

به یاد خواهم داشت که

من همیشه

من هرگز

۴- برای تبدیل شده به شخصیتی که دوست دارید باشید، از یک تغییر شروع کنید. بهتر است که جریان تغییرات مثبت و بهبود شخصیتی شما ادامه دار باشد.

به روابط، توجه کنید

حتما متوجه شده‌اید که من زیاد درباره‌ی ارتباطات حرف می‌زنم. زیرا اگر رابطه را از بازاریابی شبکه‌ای حذف کنید، دیگر چیزی باقی نمی‌ماند که شما را از خرده‌فروشان، بازاریابان یا فروشندگان آنلاین متمایز نماید.

محصولات شما شاید خیلی عالی باشند ولی فقط بازاریابان ساده‌لوح هستند که فکر می‌کنند فقط محصولات آنها بهترین جنس بازار است.

شاید شرکت شما بی‌نظیر باشد، طرح پاداشش حرف نداشته باشد، مشوقهای عالی به شما بدهد و کارمندانی داشته باشد که تا آن سر دنیا هم می‌روند تا به شما خدمات برسانند ولی شرکتهای دیگری نیز در دنیا هستند که طرح پاداش عالی، مشوق کاری خوب و کارمندان معرکه دارند.

شاید شما پیشرفته‌ترین سیستم تعلیم و حمایت را داشته باشید. ولی با پیشرفتهای سریعی که در فن‌آوری رخ می‌دهد، همه می‌توانند به محض ابداع این پیشرفتهای، آنها را تقلید کنند. تنها چیزی که نمی‌توان کپی و تقلید کرد، ارتباطی است که شما با دیگران می‌سازید.

پیدا کردن یک مشتری جدید یا یافتن جایگزینی برای یکی از افراد گروهتان، پنج برابر حفظ مشتری یا همکاری که دارید انرژی و وقت می‌گیرد. پس تعجبی ندارد که پردرآمدترینهای این حرفه، بیشتر وقتشان را به گسترش روابط با گروهشان اختصاص می‌دهند درحالی که افراد ناموفق این حرفه، همیشه وقتشان را به جایگزینی افراد جدید با آنهایی که ترکشان کرده‌اند می‌گذرانند.

در ارتباطات باید کیفیت و کمیت تماس را بهبود بخشید.

با مشتریان خود شروع کنید. با نظم و انضباط مشخصی با مشتریان خود تماس گرفته و «رضایت» آنها را از محصولات جویا شوید و مرتباً به آنها خدمات بدهید. البته این کار در دراز مدت، وقت کمتری از شما می‌گیرد زیرا مجبور نخواهید بود همیشه به دنبال فرصت جدیدی باشید و احتمال زیادی دارد که مشتری شما، روزی همکار شما بشود.

از طرفی هرچه جستجوی خود را بیشتر کنید، احتمال اینکه مشتریان و همکاران احتمالی بیشتری بیابید افزایش می‌یابد. ارتباط خود را با همسایگان، هم دانشگاهیها، مغازه‌دارها و افراد دیگر جامعه و محله‌ی خود گسترش دهید. هرچه افراد بیشتری را بشناسید، احتمال اینکه همکاران احتمالی بیشتری داشته باشید قوی‌تر است و بدین ترتیب خود را از جریان دشوار بازار سرد و پخش کردن فلایر در سراسر شهر دور می‌کنید.

ثبت‌نام در باشگاه ورزشی، کلاسهای آموزشی یا فعالیتهای خیرخواهانه در اجتماع به شما کمک می‌کند که دایره‌ی دوستان خود را گسترش دهید. در ازای بخشش، احترام دریافت می‌کنید. هرچه افراد بیشتری به شما احترام بگذارند، مردم پیشنهاد شما را با ذهن بازتری بررسی خواهند کرد. یادتان باشد که نحوه‌ی گفتن پیام از خود پیام مهمتر است پس اهمیت پیامرسان از خود پیام بیشتر است.

ما از افرادی خوشمان می‌آید که از ما خوششان بیاید و به ما توجه واقعی نشان دهند. غرور خود را کنار گذاشته و به افرادی که می‌بینید توجه کامل نشان دهید. تماس چشمی مثبت برقرار کنید و نگذارید چیزی نگاه شما را منحرف کند (فقط به چشم مردم زل نزنید). مانند یک مشاور، سوال پرسید و خوب گوش دهید و پاسخها را به یاد بسپارید تا دفعه بعد که یکدیگر را دیدید، به جای گفتن حرفهای الکی، گفتگوی مهمی داشته باشید که آنرا ادامه دهید.

اگر برقراری ارتباط به‌طور طبیعی به جریان نیفتاد، روی آن کار کنید. موضوعات مشترک مثبت از قبیل خانواده، دوستان و علائق، کار یا مسائل محلی را پیش بکشید. وقتی علائق یا باورهای مشترک پیدا کنید، همبستگیها بیشتر و زودتر ساخته می‌شوند.

زمانی که از شما سوالی پرسیده می‌شود، پاسخ درست داده و گفتگو را با پرسیدن سوال دیگری، به موضوع قبلی باز گردانید. شنیدن مؤثر را آنقدر تمرین کنید تا ملکه ذهن شما بشود.

آمار افرادی را که ملاقات می‌کنید داشته باشید. آخر روز، کمی وقت بگذارید و اطلاعاتتان را درباره افرادی که آن روز دیده‌اید به‌هنگام کرده و برای حفظ ارتباطتان، به آنها ایمیل بفرستید. اگر روی تکه کاغذها و نوشته‌هایی که با شتاب نوشته‌اید حساب کنید، سرنخهای زیادی را از دست خواهید داد. اگر کارتان را خوب انجام داده باشید، همیشه دلیلی برای تماس گرفتن خواهید داشت مثلاً عنوان فلان کتاب، مقاله جالب یا وبسایت مفیدی که قبلاً درباره‌اش صحبت کرده بودید.

همزمان که سازمان خود را بنا می‌کنید، توانایی ساخت ارتباط با افرادی که وارد گروه شما شده‌اند، عامل مهمی در موفقیت شما خواهد بود. آنقدر سرتان را به یافتن افراد جدید گرم نکنید که از افراد فعلی گروه خود غافل بمانید.

همزمان که گروه شما بزرگ می‌شود، با شخصیتهای مختلفی روبه‌رو خواهید شد. بدانید که هرکسی اهداف، روشها و دیدگاههای گوناگونی دارد. کسب و کارهای عالی روی تنوع مهارتها و تجربیات مختلف بنا می‌شوند.

اگر بهترین آموزش و حمایت ممکن را براساس شرایط و نیازهای هر فردی به او بدهید، وفاداری به دست خواهید آورد. رفتارهای کوچکی مانند زود پاسخ دادن به تلفن، به یاد آوردن رویدادهای ویژه و اعلام آنها می‌توانند تغییرات بزرگی را ایجاد کنند. وقتی با دیگران هستید، تلفن همراه خود را خاموش کنید یا روی حالت سکوت قرار دهید و هنگام گوش دادن به آنها به تلفن خود پاسخ ندهید تا به آنها نشان دهید که به وقتشان احترام می‌گذارید.

افراد جدید شما می‌خواهند که با پشتگرمی به خودکفایی برسند پس به توجه بیشتری نیاز دارند. ارتباطی که با افراد جدید برقرار می‌کنید می‌تواند جلوی خروج زود هنگام آنها را -قبل از اینکه فرصت کافی برای موفقیت به خود اختصاص بدهند- بگیرد.

از نظر کاری، توجه بیشتر نشان دادن به افراد جدید و آنهایی که بیشترین تلاش را می‌کنند کاملاً منطقی است ولی با کمی تلاش می‌توانید به دیگران نیز توجه کنید. مردم جایی می‌مانند که احساس کنند مفید هستند و از آنها قدردانی می‌شود.

همزمان که کارت‌ان رشد می‌کند، وقتتان فشرده‌تر خواهد شد. با افراد سطح اول (ورودیهای مستقیم خود) ارتباط خوبی برقرار کنید و الگو باشید. مثال شما آنها را تشویق می‌کند که با ورودیهای مستقیم خود ارتباط خوبی برقرار کنند.

شما می‌خواهید همه افتخار کنند از اینکه به گروهی پیوسته‌اند که متعهد شده است به افرادش کمک کند تا به اهدافشان برسند.

مهم نیست چه راهبر با استعدادی باشید، مردم همیشه وارد کار شما شده و از آن بیرون می‌روند. واکنش شما به رفتن آنها نشانگر شخصیت شماست. ذهنتان آنقدر به آینده معطوف نباشد که از فعالیتهای آنها تشکر نکنید. به آنها بگویید همیشه از بازگشتشان استقبال خواهید کرد.

کار عملی گام ۱۲: به روابط توجه کنید

پاسخ سوالات زیر را یادداشت کنید:

۱- «چه باید بکنم که ارتباطم با مشتریانم بیشتر بشود؟»

۲- «چگونه می‌توانم همبستگی محکمی با جامعه و محله‌ام بسازم؟»

۳- «چگونه می‌توانم رابطه‌ی نزدیکی با افراد گروهم برقرار کنم؟»

ساده نگه داشتن

مسیر شکست از جزییات ساخته می‌شود. بسیار دیده‌ام که مشتری، علاقه‌اش را در جریان یک فروش کسل‌کننده از دست داده یا همکاران احتمالی که در اثر شنیدن جزییات سخت طرح پاداش، دلسرد شده‌اند. فلسفه‌ی «ساده نگهش دار» را همیشه در کارتان به یاد داشته باشید. از روش فروش محصولات و معرفی فرصت کاریتان شروع کنید.

تبلیغ طولانی، مردم را تشویق به خرید کالاهای شما یا ورود به کار شما نمی‌کند. هرچه کمتر از کلمات استفاده کنید، وقت بیشتری دارید که برای چیزهای مهمتر صرف کنید. چیزهای مهمتر یعنی شناختن مشاور یا همکار احتمالی، یافتن آنچه واقعاً می‌خواهد و نشان دادن راهی برای تحقق آن.

آگهیهای تلویزیونی به‌طور متوسط ۳۰ ثانیه طول می‌کشند. می‌دانید چرا؟ چون اگر همینقدر کوتاه باشند، مفید و مؤثر خواهند بود. اگر آگهی کوتاه‌تر باشد، برای رساندن پیام خود با مشکل روبه‌رو است و اگر بیشتر طول بکشد، بیننده کانال را عوض می‌کند.

حالا ببینیم چگونه شرکتهای تبلیغاتی، تبلیغی را درست می‌کنند که در چنین زمان کوتاهی، اثر خود را می‌گذارد. شما هم از همین روش برای تبلیغ کار خود استفاده کنید: با تمرکز بر سادگی و تأثیرگذاری.

تصمیم بگیرید که چه می‌خواهید بگویید و با کلمات بازی کنید تا جادویی شوند. آنچه درون ذهنتان نگه می‌دارید مهم نیست، بلکه آنچه بروز می‌دهید و بیرون می‌ریزید مهم است. مگر اینکه با کسی حرف بزنید که گوش شنوا ندارد در اینصورت هرچه بگویید فایده ندارد زیرا او اصلاً گوش نخواهد داد.

وقتی زیادی درباره‌ی محصول توضیح می‌دهید به شعور مشتری توهین می‌کنید. اگر بخواهند بیشتر بدانند خودشان از شما خواهند پرسید و بهتر گوش خواهند داد زیرا برایشان جالب است. برنامه‌ریزان طرح مهمانی (party planners) می‌دانند که مهمانی‌هایی با فروش و قرار ملاقات زیاد همراه خواهند بود که هیجان‌انگیز، آموزنده و شاد باشند. اطلاعات زیادی، مهمانی را کسل‌کننده و ملال‌آور می‌کند.

دادن اطلاعات بیش از حد، تصمیم‌گیری همکاران احتمالی را خدشه‌دار می‌کند. بنابراین فرصت شما برای معرفی کارتان بر باد می‌رود.

اگر خود تبلیغ نتواند مردم را به کار شما علاقمند کند، طولانی شدن زمان تبلیغ هم نمی‌تواند.

زمان معرفی کارتان را کوتاه کنید، بهتر است بیش از چهل دقیقه طول نکشد. یک سوم اول را به شناختن همکار احتمالی خود بگذرانید، یک سوم بعدی را درباره‌ی نکات کلیدی براساس آنچه از او یافته‌اید حرف بزنید. یک سوم آخر را به پاسخ دادن سوالات و تصمیم‌گیری اختصاص دهید: امضاء قرارداد، گذاشتن قرار دیگری برای حضور مثلاً همسرش، دادن مطالبی به او و گذاشتن قراری دیگر یا رفتن به سراغ نفر بعدی.

کلاً فرض کنید که همه، مشغله دارند. همیشه به مشتری احتمالی خود بگویید که قرار شما چقدر طول خواهد کشید. هرگز از زمان گفته شده فراتر نروید. مردم وقتی می‌بینند که شما به زمان و حریم آنها احترام می‌گذارید، احساس آرامش می‌کنند. افرادی که تمام وقت کار می‌کنند خوشحال می‌شوند که شما را در زمان ناهار یا هنگام بازگشت به خانه ملاقات کنند. البته همیشه می‌توانید ملاقات دومی را تعیین کنید.

همین انضباط را در مورد جلسات معارفه و سمینارها اعمال کنید. شخصاً به میهمانان خوش آمد گفته و از آنها به خاطر وقتی که گذاشته‌اند تشکر کنید. بسته شروع (استارتر کیت)، اطلاعات ثبت‌نام و نمونه محصولات را جایی قرار دهید که میهمانان ببینند، بخوانند و ورق بزنند.

قسمت‌های معمول را به صورت کوتاه و انگیزشی برگزار کنید و بیشتر زمان را برای گفتگو بگذارید. هدر دادن زیادی وقت خودتان و میهمانان باعث می‌شود که در اولین فرصت از دست شما

برای ساده نگه داشتن کارها به انضباط و تلاش نیاز است. بعداً ثمره‌ی تلاشهای خود را به خوبی خواهید دید.

تمامی حقوق مادی و معنوی این کتاب به مترجم (نیما عربشاهی) تعلق دارد

[illegible]

www.HerfeyeNo.com

۳- از همین قالب استفاده کرده و چندین «آگهی» کاری متناسب با شخصیتها، شرایط و رویاهای گوناگون -از قبیل درآمد، محصولات، انگیزه، آموزش، حمایت و تجربه شخصی خودتان- تهیه کنید.

۴- یک ملاقات کاری را با دوست یا حامی خود تمرین کنید. نظر او را درباره‌ی قسمتهای اضافی، تکراری، کسالت‌آور یا گیج‌کننده جویا شوید.

۵- اگر اجرای بخشی از یک همایش به عهده شماست، مانند بازیگران تئاتر، قبل از اجرا تمرین کنید. اگر اجرای اصلی را خراب کنید، دیگر دستتان به مشتریهای احتمالی حاضر در سالن نخواهد رسید. مگر اینکه آنقدر رو داشته باشید که با آنها تماس گرفته و بگویید «مرا یادتان هست؟ من همانم که اجرای جلسه معارفه آن شب را خراب کردم!»

یک رابطه ساز مؤثر باشید

ارتباط برقرارکننده‌ی مادرزاد به ندرت پیدا می‌شود. اکثر ما باید روی مهارت‌های ارتباطی خود کار کرده و آنها را گسترش دهیم.

بهترین رابطه‌سازها می‌دانند که مردم، به طرز شگفت‌آوری خودم‌محور هستند. می‌خواهید به خودتان ثابت کنید؟ وقتی عکسی از خانواده یا دوستان می‌بینید که خودتان هم در آن هستید، ابتدا در عکس به دنبال چهره چه کسی می‌گردید؟ البته که خودتان! مهم نیست که ما چقدر فداکار باشیم، خودم‌محوری در ذات بشر است.

وقتی درباره‌ی مردم صحبت می‌کنید، آنها مجذوب شما می‌شوند چون این خصلت در آنها وجود دارد. قبل از اینکه در تله‌ی گفتگوی فروشنده‌ها بیفتید، یاد بگیرید که سوالاتی پرسیده و پیام خود را متناسب با پاسخهای دریافتی بیان کنید.

ما شش برابر خواندن، صحبت کردن یا شنیدن، فکر می‌کنیم. بدین ترتیب وقتی دارید حرف می‌زنید، پرنده‌ی ذهنتان به هزار جا سرک می‌کشد. البته تکرار یک الگوی ثابت فروش خیلی راحت‌تر از این است که روش خود را متناسب با هر نفر تغییر دهید. ولی وقتی درمورد چیزهایی صحبت می‌کنید که ربطی به مشتری ندارد، او به جای گوش دادن به حرفهای شما به چیزهای دیگر فکر می‌کند.

همکاران احتمالی شما، سوابق، تجربیات و دریافت‌های گوناگونی دارند. آنها هرچه را از شما بشنوند از فیلتر باورها و پیش‌داوریهای زندگی خودشان عبور می‌دهند. اگر بی‌هدف، شلیک کنید نباید انتظار داشته باشید که تیر پیغامتان به هدف بخورد.

هرچه «اصواتی» که نظر ما را جلب می‌کنند بیشتر بشوند، دایره توجه ما نیز محدودتر خواهد شد. تحقیقات نشان می‌دهند که یک فرد معمولی، روزانه در معرض ۵۰۰۰ پیغام گوناگون قرار می‌گیرد. عاقلانه نیست که فشار بیشتری به او وارد کنیم.

کم گوی و گزیده گوی چون دُر. وقتی کمتر حرف می‌زنید، ارزش هر جمله را بالا می‌برید. فیلم رنگی از فیلم سیاه و سفید جذاب‌تر است. گفتگو و معارفه‌ی خود را با استفاده از داستان و حکایت، رنگی کنید. با بیان تجربیات شخصی و مثالهای مرتبط، به محصولات و فرصت کاری خود، جان ببخشید.

هرگز غلو نکنید و دروغ نگوئید. زیادی بزرگ کردن کارتان نه تنها اخلاقی نیست بلکه اگر به افراد بگوئید که مثلاً طی شش ماه آینده، ۲۰,۰۰۰ دلار گیرشان خواهد آمد و وعده‌ی شما محقق نشود به زودی سرخورده و ناامید خواهند شد. در ضمن احتمالش زیاد است که همکار ناراضی شما هم غلو کند و دروغ بگوئید.

از ادبیات خاص این صنعت دوری کنید مخصوصاً هنگامی که دارید با همکار احتمالی خود حرف می‌زنید. کلمات مخفف مانند *IBO*، *BP* و *BV* یا واژه‌هایی مانند *بالاسری*، *زیرمجموعه*، *عرض*، *عمق* و *درآمد* رسوبی می‌تواند تازه‌واردها یا همکاران احتمالی را گیج کرده یا حتی باعث شود نسبت به کار شما جبهه بگیرند. از همان زبان روزمره‌ای استفاده کنید که مشتری، همکار احتمالی و همکار تازه‌وارد شما بتواند با آن ارتباط برقرار کند. اگر دارید درباره‌ی مفهوم جدیدی در کار با مخاطبین خود صحبت می‌کنید از آنها پرسید «آیا متوجه شدید؟» یا «آیا واضح توضیح می‌دهم؟»

قسمت مهم ارتباطات، قسمت بصری است. وقتی از چیزی که می‌بینیم خوشمان بیاید، تمایل پیدا می‌کنیم که پیام آنرا نیز دوست داشته باشیم. قبل از اینکه لب به سخن بگشایید، مخاطبین شما دارند تصمیم می‌گیرند و فکر می‌کنند که شما چقدر قابل اعتماد هستید و حرفهای شما چقدر نظر آنها را جلب خواهد کرد.

اگر لباس و ظاهرتان مندرس و نخنما باشد، قبل از اینکه کارتان را توضیح بدهید، فرصستان دود شده و به هوا می‌رود. شما دارید برای بزرگترین دارایی کار خود سرمایه‌گذاری می‌کنید. سادگی و

تمیزی دو اصل مهم در ظاهر و پوشش است. اگر پولش برایتان مهم است، لباسهای ارزان ولی با کیفیت بخرید (خودم به‌عنوان یک مادر جوان، شش ماه اول کارم را با یک دست لباس گذراندم).

اگر محصولات لاغری می‌فروشید، مانند پوستر تبلیغاتی کار خود باشید یا حداقل عکس «قبل» و «بعد» خودتان را همراه داشته باشید که نشان‌دهنده روند مثبت استفاده از محصولات شما باشد. البته فقط ظاهرتان نیست. تردد با خودروی زهوار در رفته و داشتن یک دفتر کار و یا خانه درب و داغان باعث می‌شود که مردم، سردترین واکنشها را با شما داشته باشند.

کیفیت صدا و نوع بیان شما نیز تأثیر زیادی بر مردم می‌گذارد. طنین، آهنگ و حجم صدای انسان نشانگر اعتماد به نفس و اعتبار یا تزلزل و ریاکاری اوست. کیفیت صدا، اکتسابی است و می‌توان آنرا آموخت. اگر مشکلات احتمالی صدایتان را حل کنید، سود فراوانی از کارتان نصیبتان خواهد شد. با حرارت صحبت کردن، خوب است و کسالت‌آور حرف زدن، قابل قبول نیست.

چشمان ما، آینه افکار ما هستند. تماس چشمی شما نه تنها مخاطب را خوشحال می‌کند - زیرا نشان می‌دهد که دارید مستقیماً با او حرف می‌زنید - بلکه می‌توانید ببینید چه زمانی مخاطب شما دیگر علاقه نشان نمی‌دهد. در این هنگام، آهنگ صدای خود را عوض کنید، داستانی تعریف کرده یا سوالی بپرسید که حواس مخاطب دوباره جمع شود. بین تصمیم «بلی» و «خیر»، مرز باریکی است. اگر دیدگاه همکار احتمالی را نادیده بگیرید، توجهی به نگرانیهای او ننموده یا حواش را جمع نکنید، فرصت عالی شنیدن سوال «از کی باید شروع کنم؟» را خاکستر خواهید کرد.

ارتباطات، مهارت پایه در هر کسب و کاری است. به اوج هیچ حرفه‌ای نخواهید رسید مگر اینکه یک رابطه‌ساز مؤثر باشید. اگر اعتماد به نفس شما پایین است، با جنبه‌های تکنیکی ارتباطات مشکل دارید یا می‌خواهید معارفه‌ی خود را تقویت کنید، کمک بیرونی بخواهید. دوره‌های آموزشی بسیار خوبی در زمینه سخنرانی در حضور جمع وجود دارد و سازمانهایی مانند Toastmasters می‌توانند به شما کمک کنند که رابطه‌ساز بهتری بشوید.

کار عملی گام ۱۴: یک رابطه‌ساز مؤثر باشید

۱- آیا برای بهبود مهارت‌های سخنرانی خود نیاز به کمک بیرونی دارید؟ اگر پاسختان «بلی» است در یک دوره آموزشی ثبت‌نام کنید. هرچه فکر می‌کنید باز هم نمی‌دانید کمک می‌خواهید یا نه؟ این نشان می‌دهد که باز هم به کمک نیاز دارید پس پیشنهاد می‌دهم حتماً در یک دوره شرکت کنید و معارفه‌ی خود را تقویت کرده و بهبود ببخشید.

۲- این قانون سه سوالی ساده را در خانه و محل کار خود تمرین کنید:

الف- یک سوال بپرسید.

ب- به دقت به پاسخ آن گوش دهید؛ سپس سوال دیگری بپرسید.

ج- سپس قبل از اینکه خودتان سخن آغاز کنید، سوال دیگری بپرسید.

۳- وسط حرف دیگران نپرید و درحالی که مخاطب شما دارد حرف می‌زند به پاسخی که می‌خواهید به او بدهید فکر نکنید. اگر دارید سعی می‌کنید که این عادت بد را ترک نمایید، قبل از لب گشودن تا سه بشمارید.

۴- معارفه‌ی خود را درون خودرو، هنگام ورزش یا جلوی آینه تمرین کنید. آنقدر تمرین کنید که از اجرای خود، راضی شوید.

۵- به معارفه‌ای که به دردتان نمی‌خورد نچسبید. اگر نتیجه نمی‌گیرید، پیام یا روش رساندن پیام خود را تغییر دهید.

مرتباً افراد جدیدی بیابید

تنها راه رشد کار شما این است که دائماً افراد جدیدی را معرفی کنید. روزی که دست از معرفی افراد جدید بردارید، روز اُفت کارتان خواهد بود.

افراد جدید، حجم فروش شما را بالا می‌برند و اگر تشویقشان کنید، افراد جدیدی را به گروه خود جذب می‌کنند. آنها ایده‌های جدید، هیجان، انرژی و شتاب به گروه آورده و مدارک زنده‌ای برای دیگر افراد گروه و کسانی هستند که می‌خواهند به کار شما ملحق شوند.

یک کسب و کار قدرتمند هم به عرض (افرادی که شخصاً وارد می‌کنید) و هم به عمق (افرادی که توسط ورودیهای شما وارد می‌شوند) نیاز دارد. بهترین راه برای اینکه گروه خود را تشویق به ورودی گرفتن کنید این است که خودتان دائماً افراد جدیدی را وارد کنید. از این خطاهای سنگین پرهیز کنید:

- متکی بودن به افرادی که در گروه شما هستند برای اینکه بار کار شما را به دوش بکشند.
- متکی بودن به افرادی که جذب کرده‌اید برای اینکه افراد جدیدی را به کار شما وارد کنند.

در یک دنیای ایده‌آل، خیلی خوب می‌شود اگر دو مورد قبل اتفاق بیفتند. ولی وقتی به دیگران اتکا بکنید، مسئولیت موفقیت در کارتان را به آنها واگذار کرده‌اید و این اصلاً عاقلانه نیست.

قانون اول جذب افراد علاقمند

اولین قانون، تعدد است. چرا؟ چون امنیت در تعداد زیاد است. مردم می‌آیند و می‌روند. برخی زیاد می‌مانند و برخی کم. بعضیها نسبت به آنچه توقع دارید، بیشتر کار می‌کنند، برخی کمتر و بعضیها

هم هر قدر تلاش بکنید، کار نمی‌کنند. حتی بهترین افراد هم ممکن است ناگهان بروند و در نتیجه بخش زیادی از حجم فروش کل شما از بین برود.

اگر افراد کمی را جذب کرده باشید، همیشه وضعیت کار شما در گرو عملکرد آنهاست. هر چه افراد بیشتری را جذب کنید، مخصوصاً در سطح اول خودتان، قوی‌تر و استوارتر خواهید بود.

قانون دوم جذب افراد علاقمند

دومین قانون، تعادل است. تعادل یعنی تعداد افراد مستقیم کافی داشته باشید تا شما را در برابر فعالیت عمده یک فرد مستقیم بیمه کنند. هرگز به یک یا دو «ستاره» مستقیم خود متکی نباشید که حجم فروشتان را ایجاد کنند. یافتن ستارگان گروه، تجربه‌ای است لذت‌بخش. آروزهایتان اوج گرفته و حواستان معطوف شهرت و پادشاهی می‌شود که از راه خواهند رسید. وقت زیادی برای تربیت ستاره خود می‌گذارید که باعث می‌شود از فروش و جذب افراد مستقیم خودتان باز بمانید. و ناگهان، حباب آرزوها می‌ترکد. ستاره‌ی درخشان شما منشعب می‌شود (به رتبه‌ی بالاتری می‌رسد) و درآمد شما از آن گروه منشعب شده کم یا متوقف می‌شود مگر اینکه گروه شخصی خود را گسترش دهید. یا اینکه ستاره‌ی درخشان شما، شهابسنگ شده (ول می‌کند و می‌رود) و پیش از آنکه برای همیشه محو شود، نوری از خود به جای می‌گذارد.

اگر به یکی از افراد خود اتکا کنید که سهم زیادی در نتایج فعالیت‌های شما داشته باشد، کسب و کارتان در معرض آسیب او قرار خواهد گرفت.

در ضمن هر چه انشعاب‌های بیشتری داشته باشید، پلکان ترقی شرکت را زودتر طی کرده و به درآمدهای بالاتری می‌رسید. با هر فرد جدیدی که جذب می‌کنید، شانس ساخت انشعاب‌های جدید، بیشتر می‌شود.

قانون سوم جذب افراد علاقمند

سومین قانون می‌گوید در جستجوی افرادی باشید که علاقه و انگیزه دارند که رتبه‌ها را به سرعت طی کنند. به نظر شما ستارگان را کجا می‌توان دید؟

درست است، در آسمان. اگر روی زمین را بکاوید آنها را نخواهید یافت. باید سرتان را بلند کرده و بالا را نگاه کنید.

راهبران برجسته می‌دانند که بهترین روش راه‌اندازی یک کسب و کار موفق این است که در جمع بهترین افرادی باشی که می‌توانی بیابی. بازاریابی شبکه‌ای هم همینطور است. نگاه خود را به راهبران احتمالی معطوف کنید. اول از افرادی شروع کنید که در کارهایی که می‌کنند موفق هستند. به دنبال جرقه‌های درخشانی باشید که به قدرت بالقوه خود رسیده‌اند. وقتی بالا را نگاه کنید، ستارگان را خواهید دید.

حتی اگر همکار احتمالی شما، پیشنهادتان را رد کرد، ارتباطتان را با او حفظ کنید. پیگیری یعنی حفظ ارتباط. روابط شما بسیار مهم است. شرایط و رفتارها می‌توانند یک شبه عوض شوند. اگر در دسترس همکار احتمالی خود نباشید، فرد دیگری که در زمان مناسب و در مکان مناسب حاضر شده است، حاصل تلاش اولیه شما را درو خواهد کرد. این صنعت مملو از افرادی است که قبلاً پیشنهاد کاری را که به آنها داده شده بود رد کرده‌اند ولی بعداً در گروه فرد دیگری ثبت‌نام نموده‌اند در حالیکه حتی نامی از فرد اول، برده نشده است. در این صنعت به خاطر صبوری و پایداری، پاداش داده می‌شود.

توسعه‌ی تماسها

همکاران احتمالی خود را در جاهایی بیابید که مناسب سازمان شما باشد. فکر کنید: چه کسی از این حرفه خوشش خواهد آمد، چرا خوشش خواهد آمد و من چگونه باید به سراغش بروم؟

به سراغ همکاران حرفه‌ای و کاری خود بروید. مراکز تندرستی، درمانگاهها، مراکز ورزشی و بدنسازی، استخر و سونا مکانهایی هستند که برای معرفی محصولات زیبایی و سلامتی مناسبند.

همیشه یافتن افرادی مانند خودمان آسان‌تر است. ولی هرچه افراد بیشتری را جذب کنید بهتر خواهد بود. به دنبال افرادی باشید که مهارتها، نگرشها و تجربیات جدیدی برای گروه بیاورند و فقط به سراغ افرادی که مراجعه به آنها راحت است نروید. راز برنده بودن یک گروه، تعادل است.

خلاقیت خود را به کار گرفته و تماس‌هایتان را گسترش دهید. مثلاً والدین، شاید انتخاب مناسبی برای فروش کتابهای آموزشی، آلبوم عکس و اسباب‌بازی باشند ولی از مادر بزرگها و پدر بزرگها نیز نباید غافل بود (مخصوصاً چون آنها به نوه‌های خود خیلی علاقه دارند). آنها نیز وقت زیادی دارند که به یک کار جدید اختصاص دهند، عمری مهارت و تجربه دارند که با ما در میان بگذارند و شاید هم تحت فشار پرداخت قسط وام‌های خود باشند. وقتی به این فکر می‌کنیم که ۹۰ درصد آمریکاییها استقلال مالی ندارند، پتانسیل عظیمی از فرصتها را در پیش روی خود می‌بینیم.

نکته اینجاست که خود را محدود نکنید. هرکسی، هر کجا و هر زمان مناسب است. به این فکر کنید که «چه فردی؟» و سپس «چه فرد دیگری؟». ورودی بعدی شما می‌تواند پیشخدمت کافی شاپ، دندانپزشک، خدمتکار یا همسایه شما باشد که هر روز صبح او را می‌بینید یا همکلاسی قدیمی شما، دوست معلم شما یا هر فردی که با شما مرتبط است. همیشه حواستان جمع باشد.

هرگز تصور نکنید که فلانی شاید خوشش نیاید. هر ساله صدها هزار نفر با زندگیهایی مختلف به این صنعت می‌پیوندند تا بدون به خطر انداختن سرمایه زیاد و بدون فدا کردن خانواده، دوستان و وقت گرانبهای خود به استقلال مالی برسند. تنها یک راه مطمئن برای از دست دادن یک همکار احتمالی وجود دارد که آنها را درخواست نکردن از اوست.

اگر استراتژی شما، ساخت گروهی از افراد لایق است، پیش‌داوری نکنید. همه حق دارند فرصتی داشته باشند. اگر مفید واقع نشد، فرد مورد نظر نه چیزی به دست آورده و نه چیزی را از دست داده است به جز فرصتی برای کسب درآمد، کار در منزل، فراگیری مهارت‌های جدید، اعتماد به نفس بیشتر و به دست آوردن زمان بیشتری برای فراغت، مسافرت و یافتن دوستان جدید.

و شما چه چیزی از دست داده/ید؟ هیچ چیز مگر چند دقیقه از وقتان. آنها به خاطر این است که احتمالاً تمرین کافی نداشته‌اید.

همه جا بذر بپاشید و آنها را با تماس گرفتن، پرورش دهید. هول نکنید و بیش از حد خود را مشتاق نشان ندهید. برای شناختن مردم، وقت صرف کنید و حواستان به هر سرنخی از طرف مشتری که احتمالاً نشانگر علائق یا نیاز اوست باشد.

اگر ارزش چیزی را که پیشنهاد می‌دهید بدانید، خواهید دید که مراجعه به مردم راحت‌تر می‌شود. وقتی به سراغ افرادی که فکر می‌کنید بهترین انتخاب برای کار شما هستند می‌روید، دارید آنها را تحسین می‌کنید. آنها را وسوسه نمی‌کنید که به کار شما ملحق شوند بلکه فرصت را به آنها گفته و اشاره می‌کنید که در صورت امضاء قرارداد، از کمک و حمایت شما برخوردار خواهند بود. اگر غلو بکنید، امید واهی داده‌اید و حتی ممکن است همکار احتمالی شما، پیشنهادتان را رد کند.

کار عملی گام ۱۵: مرتباً افراد جدید بیابید

۱- آیا هر روز به فهرست اسامی خود می‌افزایید؟

۲- اگر نه، آیا هر روز افراد زیادی را ملاقات می‌کنید؟

۳- آیا هر روز با حداقل یک نفر درباره‌ی کارتان صحبت می‌کنید؟

۴- اگر نه، باید چه بکنید که با همکاران احتمالی بیشتری ملاقات داشته باشید؟

۵- پرسیدن این سه سوال ساده را به یک عادت تبدیل کنید:

الف- «چه افرادی از کار من خوششان خواهد آمد؟»

ب- «چرا خوششان خواهد آمد؟»

ج- «چگونه به آنها مراجعه کنم؟»

۶- شش بسته معرفی کار درست کرده و همیشه با خود داشته باشید. ممکن است فرصت نشان دادن آنها در هر جایی و هر زمانی پیش بیاید. کمتر از شش بسته نباشد.

۷- از خود بپرسید «راهبران آینده را از کجا خواهم یافت؟» خود را در موقعیت یا مکان‌هایی قرار دهید که احتمال ملاقات با افراد باانگیزه بیشتر است.

مربی بشوید

در دنیا هیچ چیز با ارزش‌تر از مربی بودن و نقش تسهیل کننده‌ی موفقیت دیگران را داشتن، نیست.

مردم با انواع قابلیت‌ها و اهداف وارد کار شما می‌شوند. بیشترشان این کار را به‌صورت همینجوری و تصادفی انجام می‌دهند. مجموع فروش این افراد هم می‌تواند منجر به حجم فروش عظیمی شود.

بعضیها جزو برترینها می‌شوند. اینها بهترین گزینه برای مربی شدن هستند که نتایج کارشان، لیاقتشان را نشان می‌دهد. آنها، انشعابهای آینده شما هستند. راهبرانی با پتانسیل انگیزه دادن، الهام‌بخشی، تعلیم و حمایت از گروه خود. هرچه تعداد انشعابهای شما بیشتر باشد، احتمال موفقیت دراز مدت شما نیز بیشتر است.

مربی بودن، انرژی و تعهد می‌خواهد. برای اینکه یک رابطه، فایده داشته باشد، تعهد باید دو طرفه باشد. حواستان به افرادی باشد که حمایت شما را با اعمالشان جذب می‌کنند نه با حرفهایشان. وقتتان را برای کسانی که الکی حرف می‌زنند تلف نکنید مگر اینکه نشان دهند که اهل عمل مثبت هم هستند.

تازه‌کار بودن مانع از مربی بودن شما نمی‌شود. به ارتباط خود با فرزندان‌تان فکر کنید. شما ادعا نمی‌کنید که همه پاسخها را می‌دانید با این حال زندگی آنها برای شما مهم است. شما قدرتهای آنها را می‌شناسید و از آنچه می‌توانند به دست بیاورند آگاهید. شما دانش و ارزشهای خود را با آنها به اشتراک می‌گذارید، حمایت کامل خود را به آنها می‌دهید و می‌گذارید رشد کنند - و حتی اشتباه کنند.

مربی بودن، وقت زیادی می‌گیرد و گاهی آدم وسوسه می‌شود که هنگام حمایت از راهبران، فروش شخصی و جذب افراد مستقیم را کنار بگذارد. ولی عاقلانه است که وقتتان را به‌طور متعادل بین فعالیتهای شخصی و تربیت دیگران تقسیم کنید. با اینکه مسئولیتهای جدیدی بر عهده شما قرار گرفته ولی اگر دست از فعالیتهایی که شما را به این نقطه سوق داده‌اند بردارید، رشدتان متوقف خواهد شد. یادتان باشد هرگاه فردی که مربی او بوده‌اید، راهبرِ خودکفایی که توقع داشته‌اید بشود، وقتش رسیده که مربی فرد دیگری بشوید. تا زمانی که جریان مستمر ورود افراد جدید را به کارتان نداشته باشید، راهبران آینده را نخواهید یافت.

کار عملی گام ۱۶: مربی بشوید

۱- از خود پرسید «چه صفاتی باید در یک مربی باشد؟» و خودتان الگوی این صفات باشید.

۲- فهرست اسامی بهترین همکاران احتمالی را که می‌خواهید مربیشان بشوید بنویسید. اگر هنوز کسی را ندارید و بیش از ده نفر را جذب کرده‌اید، سعی کنید دیدتان را هنگام جذب افراد جدید، باز کنید. از خود پرسید «دوست دارم چه کسی همکار من باشد؟» و سراغش بروید.

۳- قبل از اینکه مربی کسی بشوید، دقت کنید که فرد مورد نظر، به هدفی خاص و زمان رسیدن به آن هدف، متعهد باشد.

۴- طبق روال مشخصی، برنامه مربیگری خود را مرور کنید تا مطمئن باشید که وقت و انرژی‌تان را برای افرادی صرف می‌کنید که ثمربخش هستند.

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

استفاده از ابزارها

آیا باید از فن‌آوریهای جدید در حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای خود استفاده کنید؟

بله، البته اگر می‌خواهید موفق بشوید!

بسیاری از شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای برای مشاورین خود، سرمایه‌گذاریهای سنگینی در فن‌آوریهای پیشرفته می‌کنند. بهره بردن از فن‌آوری، منطقی است.

فن‌آوری، قدرت رقابت شما را با «کسب و کار سنتی» افزایش داده و هزینه‌های اداری، کارمندان بی‌فایده و نظارت‌های دولتی را کاهش می‌دهد. با فن‌آوری می‌توانید کارتان را مؤثرتر اداره کنید و بیشتر روی فعالیتهایی تمرکز کنید که درآمدتان را ایجاد می‌کنند.

بیایید از اساسی‌ترین فعالیت شروع کنیم: فروش. اینترنت، روش خرید ما را عوض کرده است. هر ساله، چهل میلیون نفر در سراسر آمریکا از خانه و به‌صورت آنلاین خرید کرده و بیش از ۱۲۰ میلیارد دلار پول می‌پردازند. البته این آمارها، نشانگر قدرت واقعی اینترنت نیست. در مقابل هرکسی که آنلاین خرید می‌کند، صدها نفر هستند که قبل از خرید محصول مورد نظرشان، آن را به‌صورت آنلاین جستجو می‌کنند.

با اینترنت می‌توان اطلاعات را سریع‌تر و ارزان‌تر و به افراد بیشتری ارسال کرد. اینترنت، شما را قادر می‌سازد تا ارسال پیامهای از پیش تعیین شده، زمان‌بندی ارسال پیام و پیگیریها را راحت‌تر انجام داده و در مجموع به کارهایی رسیدگی کنید که به قول خودتان «اگر وقت داشتید» انجام می‌دادید.

وقتی یک خبرنامه‌ی الکترونیکی را برای مشتریان خود ایمیل می‌زنید، می‌توانید ببینید چه کسی آنرا باز کرده است. تماس گرفتن با مشتریها خیلی راحت‌تر می‌شود وقتی که بپرسید «در شماره ویژه این ماه، آیا محصولی نظر شما را جلب کرده است؟»

دوست دارید در جریان آخرین اطلاعات باشید؟ استفاده از فن‌آوریهای جدید تلفن، شرکت کردن در کنفرانس‌های تلفنی یا سمینارها، راه مؤثری برای یادگیری تکنیکهای جدید و دستیابی به آخرین اطلاعات محصولات و شرکت است.

بسیاری از شرکتها امکانات رایگانی از قبیل کنفرانس تلفنی، سمینار تلفنی یا سمینار از طریق وب ارائه می‌دهند ولی حتی اگر این امکانات، رایگان نباشند هم به نفع شما است.

فن‌آوری، مدیریت حرفه‌ی شما را آسان‌تر می‌کند. وقتی یک لینک اینترنتی به شرکت شریک خود می‌گذارید می‌توانید نتایج را بررسی کرده و محل سرمایه‌گذاری وقت و انرژی خود را سریعاً بیابید. با بررسی هفتگی و حتی روزانه‌ی وضعیت کارتان، بلافاصله افراد در حال پیشرفت را تشخیص داده و به آنهایی که دست و پا می‌زنند کمک بیشتری می‌کنید. مثل داشتن یک دفتر در ساختمان شرکت شریکتان است و حتی بهتر از آن!

پشت خط مقدم، نرم‌افزارهای بسیاری هستند که با آنها قادرید به مسائل مالیاتی خود رسیدگی کرده و در نتیجه وقتتان آزاد می‌شود تا به فعالیتهایی که درآمدتان را ایجاد می‌کنند برسید.

مراقب باشید ابزارهای پیشرفته و اسامی آنها، حواستان را پرت نکنند. جملات تبلیغاتی زیادی برای توضیح این ابزارهای جدید ابداع شده است. نگذارید شما را به وحشت بیندازند. طراحان این ابزارها می‌دانند که اگر استفاده از آنها ساده نباشد، کسی ابزارشان را نخواهد خرید. درواقع این ابزارها طراحی شده‌اند که زندگی را برای شما راحت‌تر کنند.

کلام آخر اینکه اینترنت، ابزاریست عالی. ارتباطی است بین شرکت، مشتریان، گروه همکاران و اسپانسر شما. با اینترنت می‌توانید از خانه یا پشت میز آشپزخانه، یک تجارت جهانی بسازید.

رشد و بسط استراتژی استفاده از اینترنت، شما را یک سر و گردن از رقبایتان بالاتر می‌برد.

وبسایت خود را تازه و به‌روز نگه دارید. وبسایت شما، پنجره‌ی فروشگاه شماست و برای عملکرد بهتر آن باید وبسایت خود را مرتباً با محصولات، نکات یا اطلاعات جدید به‌روز کنید تا نظر مشتریان را جلب نمایید.

اگر مدیریت وبسایت برایتان راحت نیست، ببینید شرکت شریک شما چه راه‌هایی برای کمک به شما دارد. اگر شرکت شما هنوز چنین کمک‌هایی را ارائه نکرده است، می‌توانید در آگهی‌ها به دنبال کمک بگردید. یا شاید حتی نیاز نباشد پا را فراتر از خانواده و اقوام بگذارید. یکی از فرزندان من، وبسایتم را ساخته و مدیریت می‌کند؛ فرزند دیگرم کمکم می‌کند که هر جا هستم از آخرین ابزارها برای برقراری ارتباط با مشتریانم استفاده کنم. برای آنها که زحمتی ندارد و برای من هم حمایت بزرگی محسوب می‌شود.

و اما یک نکته مهم. اینترنت با همه فوایدش، معجزه نمی‌کند. اینترنت هم مانند هر ابزاری، ساخته شده تا به شما کمک کند نه اینکه کارتان را انجام بدهد. باید در مکان و زمان مناسب و به روش درست از آن استفاده کرد. هرگز جایگزین تماس شخصی نیست. از فواید همه ابزارهایی که برای یافتن مشتری بیشتر و بهبود کارتان ساخته شده است استفاده کنید تا وقتتان آزاد شده و روی ارتباط نفر به نفر که معجزه‌ی بازاریابی شبکه‌ای است تمرکز کنید.

کار عملی گام ۱۷: استفاده از ابزارها

۱- همه مطالب و منابع شرکت شریک خود را مرور کنید. آیا از همه مطالب موجود بهره می‌برید؟

۲- آیا ابزاری هست که از آن سر در نیاورده باشید؟ چه کسی باید آنرا برای شما توضیح بدهد؟

۳- آیا ابزاری هست که وقتتان را آزاد کند یا باعث شود که کارتان را مؤثرتر مدیریت کنید؟

هرچه پیش آمد، باز هم ادامه دهید

هستم اگر می‌روم، گر نروم نیستم. در بازاریابی شبکه‌ای اگر به حرکت خود ادامه دهید، شکست نخواهید خورد. بهتر است قدم‌هایتان را براساس اهداف، قابلیت‌ها و شرایط خود تنظیم کنید. مسابقه که نیست. همیشه افرادی هستند که روند کاریشان از شما سریع‌تر یا کندتر است. فاصله‌ای که از هدف‌تان دارید و زمانی که طول می‌کشد به آن برسید مهم است. یادتان باشد که خرگوش و لاک‌پشت، هر دو از خط پایان گذشتند.

گاهی سرعت کار شما بیشتر از دیگران می‌شود. گاهی با موانع پیش‌بینی نشده‌ای برخورد کرده و مجبورید بازگردید یا از راه فرعی، ادامه مسیر دهید. ولی اگر مقصد را تعیین کرده و متعهد شده باشید که «هرچه پیش آمد باید به مسیرم ادامه بدهم»، تنها راه شکست و نرسیدن به مقصد، توقف شماست.

نگرش پخته‌ی کاری، لازمه‌ی موفقیت است. اگر وقتی کارتان کندتر از برنامه پیش برود مأیوس شوید یا اگر به خودتان بقبولانید که همه چیز طبق مرادتان پیش خواهد رفت، شکست خواهید خورد. هر قدمی که برمی‌دارید، گامی است به‌سوی اهداف‌تان. اگر بپذیرید که سفر‌تان با چالش همراه است، وقتی با مشکلات مواجه می‌شوید، ناامید نخواهید شد. هرچه پیش بیاید، بالاخره راهی برای ادامه دادن پیدا خواهید کرد.

شروع، راحت‌ترین بخش بازاریابی شبکه‌ای است. ولی امتحان واقعی در قدرت ادامه مسیر هنگام سختیها است. بسیاری در این صنعت به محض مواجه به اولین تلاطمها، جا می‌زنند و تسلیم می‌شوند. ولی شما نه. قبول کنید که این سفر با فراز و نشیبهای نفس‌گیری همراه است. هر چالشی که بر آن غلبه می‌کنید، شما را قوی‌تر کرده و برای چالش بعدی آماده‌تر می‌سازد.

اگر برای دستیابی به موفقیت، مصمم هستید نباید بگذارید که شرایط بیرونی روی شما تأثیر بگذارند. باید باور کنید که:

- من نمی‌توانم آنچه را که برایم پیش می‌آید کنترل کنم ولی می‌توانم اجازه بدهم که بر من اثر بگذارد یا نه.
- من نمی‌توانم آنچه را که دیگران می‌گویند، انجام می‌دهند یا فکر می‌کنند کنترل کنم ولی می‌توانم گفتار، کردار و افکار خودم را کنترل کنم.

انگشت اتهام به سمت دیگران گرفتن یا بهانه آوردن، شما را به جایی نخواهد رساند. به مهارتهایی فکر کنید که قبلاً در زندگی خود در آنها به استادی رسیده‌اید:

- چقدر انرژی صرف کردید تا راه رفتن بیاموزید؟
- چقدر انرژی صرف کردید تا خواندن بیاموزید؟
- چقدر طول کشید تا دوچرخه‌سواری یاد بگیرید؟
- چند ساعت تمرین کردید تا توانستید در امتحان رانندگی، قبول شوید؟
- چقدر به سختی تمرین کردید تا توانستید زبان دوم بیاموزید؟
- چقدر طول کشید که مهارتهای اولیه کار با رایانه را یاد بگیرید؟
- چند ساعت درس خواندید تا توانستید در فلان امتحان سخت قبول شوید؟

تا امروز، انرژی و توان بسیار زیادی را صرف کرده‌اید تا به مهارتهای فعلی خود برسید. بی‌شک شکست هم خورده‌اید ولی تصور کنید زندگی شما چگونه می‌شد اگر در اثر زمین‌خوردنهای اول، تسلیم شده و دست از راه رفتن می‌کشیدید؟

مهم نیست اوضاع بعد از «ماه غسل این حرفه» چقدر سخت به نظر برسد، شما بالاخره در مهارتهای بازاریابی شبکه‌ای استاد خواهید شد البته اگر به دایره دوستان، خانواده و آشنایان خود مراجعه کنید.

زندگی شما تغییر خواهد کرد زیرا استقامت به خرج داده‌اید. و همچنین زندگی همه افرادی که به بازاریابی شبکه‌ای جذب خواهید کرد؛ همانهایی که جایگاه خود را در این صنعت خواهند یافت.

فقط شما هستید که می‌توانید پدال ترمز کارت‌تان را فشار دهید. همانطور که وینستن چرچیل گفته: «هرگز تسلیم نشوید، هرگز تسلیم نشوید، هرگز تسلیم نشوید.»

کار عملی گام ۱۸ : هرچه پیش آمد، باز هم ادامه دهید

۱- طاقت و استقامت خود را با این سؤالات بسنجید:

«آیا تصمیم گرفته‌ام که آنقدر ادامه بدهم تا به مقصودم برسم؟»
 «آیا درباره‌ی چالش‌هایی که در مسیرم پیش رو خواهم داشت، واقع‌بین هستم؟»
 «آیا تصمیم گرفته‌ام در مواقع لزوم، خودم را عوض کنم یا توقع دارم که دیگران یا شرایط بیرونی تغییر کنند؟»

۲- قبل از اینکه مربی هر راهبر احتمالی بشوید، همین سؤالات را از او پرسید.

۳- وقتی با چالش روبه‌رو شدید پرسید «بهترین راه برای مهار این وضعیت چیست؟»

۴- وقتی ورودیه‌های شما برای درخواست کمک به سراغتان آمدند، از آنها پرسید «فکر می‌کنی بهترین راه برای حل این وضعیت چیست؟» و آنها را تشویق کنید که راه‌حل خودشان را بیابند و بخواهید که راه‌حلشان را با شما در میان بگذارند.

نشکنید، انعطاف‌پذیر باشید

همه افراد موفق در هر عرصه‌ای می‌دانند که باید انعطاف‌پذیر بود. کوهنورد می‌داند که بالا رفتن از کوه به صورت یک صعود مستقیم نیست. او پیشاپیش می‌داند که مجبور است راهی برای عبور از موانع پیدا کند یا حتی گاهی مجبور است که بازگشته و راه امن‌تری برای رسیدن به قله بیابد. هر مدیرعاملی از غیر قابل پیش‌بینی بودن بازارها مطلع است و می‌داند که در مواقع لزوم باید واکنشی سریع و با اعتماد به نفس از خود نشان دهد.

برای شما نیز همین‌طور است. شما کسب و کارتان را در بهشت نمی‌سازید بلکه دارید آنرا در دنیای واقعی، جایی که نمی‌توانید محیط را کنترل نمایید، بنا می‌کنید.

وقتی همه چیز بر وفق مراد به نظر می‌رسد، سرعت گرفتن راحت است. مثلاً وقتی قرار است که به‌زودی یک سطح در طرح درآمدزایی شرکت بالا بروید، یک خودرو جایزه بگیرید یا واجد شرایط رفتن به یک سمینار بین‌المللی بشوید.

سپس در همان زمان که اوضاع رو به راه به نظر می‌رسد، ناگهان همه چیز به هم می‌ریزد. فردی که رویش حساب می‌کردید، شما را ناامید می‌کند. یک فروش تضمینی، انجام نمی‌شود. یک همکار احتمالی بسیار مهم در دقیقه‌ی نود، نظرش را عوض می‌کند.

طبیعی است که وقتی بهترین برنامه شما به هم می‌خورد، احساس یأس و ناامیدی بکنید. ولی هرچه زودتر قبول کنید که «این، اتفاقی است که افتاده»، زودتر می‌توانید هر کاری لازم است انجام بدهید تا به مسیر اصلی باز گردید.

پرنده‌گان مرتباً مسیر پروازشان را تصحیح می‌کنند. تغییرات آب و هوا، حضور صیادان و شکارچیان یا مسیر پرواز پرنده‌گان دیگر می‌تواند باعث تغییر جهت، ارتفاع یا سرعت پرواز آنها بشود. خلبانان هم به رغم وجود پیشرفته‌ترین فن‌آوریهای ناوبری، تغییراتی را اعمال می‌کنند تا هواپیما را در مسیر پرواز نگه دارند.

در حرفه‌ی ما نیز همینطور است. مجبورید مرتباً اصلاح کنید، اصلاح کنید و اصلاح کنید تا در مسیر درست باقی بمانید.

انعطاف‌پذیری در برخورد با مشتریان، همکاران احتمالی و افراد گروهتان خیلی مهم است. بازاریابی شبکه‌ای نیز مانند مردم و هر کار دیگری می‌تواند متغیر و بدون ثبات باشد. افراد گروه شما آرزوهای مختلفی خواهند داشت. مردم، گوناگون فکر می‌کنند و به روشهای گوناگونی می‌آموزند و در موقعیتهای مختلف، واکنشهای مختلفی از خود نشان می‌دهند. اگر توقع داشته باشید که همه مثل هم فکر و عمل کنند، موفقیت شما با مشکل روبه‌رو خواهد شد. همینطور اگر به جای درک دیدگاه دیگران، آنها را قانع کنید که دیدگاه شما را بفهمند باز هم به مشکل بر خواهید خورد.

نکته جالب: فقط کمتر از یک دهم همه موجوداتی که تا حالا به وجود آمده‌اند، امروز باقی مانده‌اند! باقیشان نتوانستند به سرعت خود را با تغییرات محیط، مطابقت بدهند. آمارها در دنیای کسب و کار نیز بهتر از این نیست. فقط ۲۰ درصد شرکتها پس از سال پنجم عمرشان، از هم نپاشیده و باقی می‌مانند.

انعطاف‌پذیری، اصل حیاتی در زنده ماندن است. هرچه سریع‌تر بتوانیم خود را با محیط همیشه متغیرمان انطباق بدهیم، احتمال موفقیتمان را افزایش داده‌ایم.

اگر استراتژی شما اثر نمی‌کند از خود پرسید «چه کاری دارم می‌کنم؟» یا «چه کاری را انجام نمی‌دهم؟»

وقتی نقشه ۱ فایده ندارد باید به سراغ نقشه ۲ بروید. اگر نقشه ۲ به درد نخورد، نقشه ۳ را تهیه کنید. با ادامه دادن به استراتژی‌ای که مشکل را درست کرده است نمی‌توان خود مشکل را حل کرد.

مرتباً اهدافتان را مرور کنید تا مطمئن بشوید که همیشه در مسیر درست هستید. استراتژیها را می‌توان اصلاح کرد، همچنین اهداف را. چسبیدن به اهداف غیرواقعی، فایده‌ای ندارد. بسیاری از بازاریابان شبکه‌ای برتر قبل از اینکه ابزار درست را پیدا کنند، حداقل یک شروع اشتباه داشته‌اند.

کار عملی گام ۱۹: نشکنید، انعطاف‌پذیر باشید

۱- نوعی کنجکاوی صادقانه درباره‌ی مردم در خود پرورش دهید تا کمکتان کند که شخصیتهای گوناگون مردم را درک کرده و ارزیابی نمایید.

۲- همیشه به دنبال درک دیدگاه طرف مقابل خود باشید. قبل از قضاوت زود هنگام، او را بشناسید.

۳- هرگز از خودتان راضی نباشید. مرتباً براساس نتایجی که به دست می‌آورید، استراتژی خود را مرور، اصلاح و تازه کنید.

۴- فشار کار و زندگی امروز را به فردا منتقل نکنید. بیاموزید که خطی روی امروز کشیده و فردا را از نو آغاز کنید.

۵- شجاعت داشته و وقتی می‌بینید که استراتژی شما به درد نمی‌خورد، تغییرات بزرگ بدهید.

۶- در مواجهه با موقعیت تغییر، سریعاً واکنش نشان دهید. حتی اگر همه چیز به نظرتان ناعادلانه آمد، بپذیرید اتفاقی است که افتاده و روی حرکت بعدی خود تمرکز کنید.

اولویت‌بندی

همیشه در شبانه روز، ۲۴ ساعت وجود دارد - نه بیشتر و نه کمتر. با این حال می‌بینیم که حتی آدمهای پرمشغله نیز وقت دارند بهترین افراد را جذب کرده و به رتبه‌های بالای این صنعت دست یابند. آنها یک جورهایی برای انجام کارهایی که می‌خواهند، وقت پیدا می‌کنند. اما راز آنها چیست؟ آنها می‌دانند که نمی‌توانند زمان را کنترل کنند ولی می‌توانند نحوه‌ی استفاده از آنرا کنترل نمایند. در اینجا موضوع اولویت‌بندی مطرح می‌شود.

وقتی برای روزتان برنامه‌ریزی می‌کنید، این سه سوال کلیدی را از خود بپرسید:

- ۱- «آیا این کار به من کمک می‌کند که قرارهای ملاقات بیشتری بگذارم؟»
- ۲- «آیا این کار به من کمک می‌کند که افراد بیشتری را جذب کنم؟»
- ۳- «آیا این کار به من کمک می‌کند که فروش بیشتری داشته باشم؟»

با اینکه ممکن است سالها طول بکشد که هدفتان محقق شود، ولی فعالیتهای شما باید روی زمان حال متمرکز باشد. از خود بپرسید «چه کاری باید/کنون انجام بگیرد؟»

اگر در طول روز، از این شاخه به آن شاخه بپرید، نمی‌توانید اهمیت و اولیت کارها را مشخص کنید. زمان، کِش نمی‌آید حتی اگر شما کلی کار برای انجام دادن داشته باشید. باید زمان را از یک فعالیت گرفته و به فعالیت دیگر اختصاص بدهید.

افراد موفق همیشه از انجام کارهای کوچک بی‌فایده صرف نظر می‌کنند تا رویاهای خود را به ثمر بنشانند. بیاموزید که بگویید «نه» مگر اینکه بخواهید رویای خود را قربانی کار دیگران کنید. از خودگذشتگی، افتخاری در بر ندارد.

همیشه سخت‌ترین مانعی که باید از آن بگذرید، خودتان هستید. با تمرینِ خویش‌داری و رعایت نظم و انضباطِ روزانه، نتایجی فراموش‌ناشدنی را تجربه خواهید کرد. نتایجی مانند سفر به مناطق شگفت‌انگیز از طرف شرکتتان، پول برای خرج کردن در مسافرت‌های تفریحی لوکس همراه با خانواده (و زمان برای لذت بردن از آن)، خانه‌ای رها از وام بانکی، بهترین مدارس برای فرزندان‌تان، خرج کردن در امور خیریه، خودروی رویایی‌تان و -از همه بهتر- اینکه هرگز نگران پول خرج کردن نباشید.

اگر احساس می‌کنید که خسته شده و از پا افتاده‌اید، احتمالاً تلاش می‌کنید که ابرقهرمان باشید. بپذیرید که نیستید. کمک خواستن، نشانه‌ی ضعف نیست. وقتی از فردی کمک می‌خواهید، یعنی او را قبول دارید و تحسینش می‌کنید.

در این صنعت، غافل‌گیریِ چندانی وجود ندارد. برندگان، برنده شده‌اند زیرا لیاقتش را دارند. آنها می‌دانند که مسیر رسیدن به موفقیت، قدم به قدم و روز به روز طی می‌شود. آنها هر روز قدم‌های کوچکی برمی‌دارند که ایشان را به‌سوی آینده‌ای که رویایش را در سر دارند نزدیک می‌کند. آنها در هنگام کمک خواستن و تفویض اختیار کردن و «نه» گفتن می‌دانند که چه چیزی مهم است و چه چیزی مهم نیست.

بینید چه چیزی برای‌تان مهم است و آنها را در رأس فهرست کارهای روزانه خود قرار دهید. وقتتان را برای کارهای کم اهمیت، تلف نکنید. بهتر است وقتتان را برای رسیدن به هدف‌تان صرف کنید و روزتان را به از این شاخه به آن شاخه پریدن هدر ندهید.

برنامه هر روز را از شب قبل تعیین کنید که صبح فردا از اول وقت بتوانید به فعالیتهای مؤثر بپردازید. بهترین راهی که برای نوشتن فهرست کارهای مؤثر می‌شناسم بدین ترتیب است:

- ۱- فهرستی از هر کاری که می‌خواهید انجام بدهید تهیه کنید.
- ۲- آنها را واقع‌بینانه مرور کنید. آیا می‌توانید همه آنها را یک روزه انجام بدهید یا باید چند مورد را به روز دیگری موکول کنید؟
- ۳- اگر فهرستان بیش از حد پر شده است، کدام موارد را باید حذف کنید؟

۴- به دنبال راههایی باشید که روزتان را روان‌تر کند. مثلاً شماره تلفن افرادی را که باید با آنها تماس بگیرید کنار اسمشان بنویسید تا وقتتان تلف نشود. ببینید چگونه می‌شود دو یا چند سفر درون شهری را یکی کرد.

۵- فهرست خود را دوباره بنویسید و مهمترین کارها را در رأس فهرست قرار دهید.

صبح روز بعد را زودتر آغاز کنید. بدین ترتیب اگر شرایط پیش‌بینی نشده‌ای پیش بیاید حداقل بخش مهمی از فهرست را انجام داده‌اید (تا حالا چند بار از خود پرسیده‌اید «چقدر روزها کوتاه شده‌اند» یا «چقدر زمان زود می‌گذرد»؟).

کار عملی گام ۲۰: اولیت‌بندی

۱- فعالیت‌هایی که هم‌اکنون روز شما را پر می‌کنند بنویسید:

کاری

شخصی

خانوادگی

اجتماعی

محلی

کارهای دیگر

۲- سه ستون رسم کرده و هر فعالیت را براساس اهمیت در یک ستون قرار دهید:

ضروری = بسیار مهم

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

غیر ضروری = نه زیاد مهم

احتمالاً = تا اندازه‌ای مهم

۳- هر فعالیتی را که در ستون «غیر ضروری» است حذف کنید.

۴- هر فعالیتی را که در ستون «احتمالاً» است حذف کنید.

۵- با ستون «ضروری» شروع کنید.

نگذارید ترس، رویاهایتان را لگدمال کند

نگرش شما روی عملتان تأثیر می‌گذارد که آنهم روی دست‌آوردهای شما اثر خواهد گذاشت. تقریباً غیرممکن است که ذهن آدم، منفی باشد و هم‌زمان پیشرفت هم بکند. ترس، ویرانگر و ناتوان‌کننده است. ترس، مانع می‌شود که گوشی تلفن را برداشته و تماس بگیریم یا فرصت طلایی صحبت کردن درباره‌ی کار با فلانی را غنیمت بشماریم یا مرتباً به مشتری خود خدمات بدهیم («اگر بگویند خوششان نمی‌آید چه؟») و یا یک گروه بسازیم.

هر روز که به این صنعت مشغولم، بر همین ترسها و نگرانیها غلبه می‌کنم. شاید شما یکی از شخصیت‌هایی را که در ادامه می‌خوانید در خود پیدا کنید:

من نه

«من نه»ها معتقدند که افراد موفق، یک جورهایی با آنها فرق می‌کنند و ویژگیها یا حقوق یا مزیت‌های خاصی دارند که آنها ندارند. اگر شما از این دسته‌اید، حرفه‌ی خوبی را شروع کرده‌اید. برخی از ستارگان بزرگ این صنعت، کارشان را با شک و تردید زیاد شروع کرده‌اند. اغلب ما بارها شک و تردید را تجربه کرده‌ایم. ولی برداشت ما از شرایط، لزوماً واقعیت ندارد. اتفاقاً خیلی وقته‌ها برداشت ما، خیالی است. نباید خود را منفی کنید. یاد بگیرید که شکست را از بالا نگاه کرده و مسائل را از شخصیت خود جدا نمایید. با خود فکر کنید «این یک ناکامی است» نه اینکه «من ناکام هستم».

بازاریابی شبکه‌ای کاری است که در آن یک فرصت برابر در اختیار همه قرار می‌گیرد و از این لحاظ، یکی از بهترینها است. همه سهم مساوی برای موفق شدن در آن دارند. تحصیلات، تجربه، نژاد، قومیت و شغل‌های قبلی ربطی به آنچه می‌خواهید در این حرفه به دست بیاورید ندارند. گیریم که بخت با بعضیها یار است. که چی؟ مهم این است که با آنچه داری، کار کنی.

برچسبی‌ها

«خیلی جوانم... خیلی پیرم... اعتماد به نفس کافی ندارم... فروشنده نیستم... خیلی گرفتارم... خجالت می‌کشم.»

این برچسبها به نظر من یعنی بهانه. فکر منفی، باعث عدم فعالیت می‌شود. بجنید! زندگی که تمرین نیست. فقط یک بار فرصت زندگی کردن داریم و نباید خرابش کنیم. شما هرگز برای کار کردن روی رویاهایتان زیاد جوان یا پیر نیستید.

شاید قبلاً تلاشهایی کرده‌اید که به جایی نرسیده‌اند. به گذشته نگاه کردن، ارزشی ندارد. گذشته، دود شده و به هوا رفته است. آینده، نور روشنی است که در پیش رو دارید. این برچسبهای منفی را از خود کنده و به پیش بروید.

اگر... چی‌ها

بعضیها می‌گویند «اگر ... شد چی؟». آیا توجه کرده‌اید که ما معمولاً هرچه توقع داشته باشیم، در زندگی به دست می‌آوریم؟ با انجام کار نادرست نمی‌توان جلوی اشتباه را گرفت. احمقانه‌ترین راه گذراندن وقت، نگرانی برای آینده است. شوخی مارک تواین را به یاد بیاورید که گفت «لحظات وحشتناکی را در ذهنم داشتم که بعضی از آنها واقعاً در زندگیم اتفاق افتادند». آیا این جمله، شما را به یاد چیزی انداخت؟ ما نیز به برخی رویدادهای بد فکر می‌کنیم که بعداً واقعاً اتفاق می‌افتند.

تمرکز روی بدترین نتایجی که منجر به شکست می‌شود نه تنها سازنده نیست بلکه اتلاف کامل وقت و انرژی است. ۱۰۰ درصد توپهایی که شوت نکرده‌اید، هرگز گل نشده‌اند. توپ که شوت نشود، گلی هم به ثمر نخواهد رسید. پس نگران باخت چه چیزی هستید؟ منتظر چه هستید، به سراغ رویاهای خود بروید تا موفقیت را تجربه کنید.

دلواپس‌ها

«دلواپس‌ها» همیشه نگران حرف مردم هستند. به قول یکی از دوستانم «اگر می‌دانستیم دیگران چه کارهایی کرده‌اند، کمتر نگران حرفهای آنها می‌شدیم». گیریم که دیگران به شما شک دارند یا منتظر شکست شما هستند، که چی؟ بیشترشان گرفتار تردید به خود و کمبودهایشان هستند. محلشان نگذارید و حتی بهتر، با نتایج کار خود به آنها ثابت کنید که اشتباه می‌کنند.

همه مردم همیشه به شما پاسخ مثبت نخواهند داد. شنیدن پاسخ منفی بخشی از روند غربال کردن همکاران احتمالی است تا بتوانید آنهایی را که مثبت و با انگیزه هستند، رویاهای بزرگ دارند و فرصت پیشنهادی شما را درک می‌کنند پیدا کنید. فقط وقتی که شنیدن پاسخ منفی را بخشی از این حرفه بدانید می‌توانید بدون ترس، به سراغ هر همکار احتمالی بروید. ذهن خود را از نظرات و حرفهای مردم آزاد کنید تا خروشان به پیش بروید.

الان نه‌ها

بدترین کلمه فرهنگ لغات، کدام است؟ به نظر من: «وقتی» است. فرصت موفقیت خود را با تعلل به تعویق نیندازید. «وقتی بچه‌ها بزرگ بشوند و به مدرسه بروند... وقتی همسرم شغلش را عوض کند... وقتی لاغر بشوم... وقتی اسباب‌کشی کنیم... وقتی درس تمام بشود... وقتی پول دستم برسد...»

هرگز وقت مناسبی برای پیگیری رویاهایتان پیدا نخواهد شد. اگر دنبال بهانه باشید همیشه می‌توانید بهانه‌ای پیدا کنید که چرا الان، زمان مناسبی برای شروع نیست.

آیا مجبور شده‌اید که با چالشها دست و پنجه نرم کنید؟ خب، اینجا سیاره واقعیات است و زندگی یعنی همین. البته گزینه‌ی دیگری هم پیش رو دارید: می‌توانید دست از رویاهای خود کشیده و فرصت داشتن یک زندگی عالی را نابود کنید!

تنها ترسی که ارزش فکر کردن دارد، ترس از پشیمانی است. پشیمانی در زمانی که به گذشته نگاه کرده و فرصتهایی را می‌بینید که از دست رفته‌اند آنهم فقط به این دلیل که گذاشتید ترس، شما را از حرکت باز دارد.

افراد موفق، با وجود ترسها و شکسته‌ایشان به راه خود ادامه می‌دهند. آنها درگیر شکسته‌های خود نمی‌شوند؛ آنها خود را از بند ناامیدی آزاد کرده و نمی‌گذارند که شک و تردید، رویاهایشان را نابود نماید.

شوخی طبعی سالم، مفید است. همچنین آینده‌نگری. شما فرصتی دارید که بهترین رویاهای خود را به‌دست بیاورید. نیاز نیست که هیچگونه سرمایه‌گذاری هنگفتی انجام بدهید. نیاز نیست که سوابق کاری ارائه دهید یا در مصاحبه‌های نفس‌گیر کاری شرکت کنید. نیاز نیست با دیگران رقابت کنید تا

فرصت موفقیت را از چنگ آنها بیرون بکشید و مال خود بکنید. شما همه منابع لازم را در اختیار دارید. و شما نیز باید روزی مدیرعامل بشوید. حالا دوباره بگویید نگران چه هستید؟

کار عملی گام ۲۱: نگذارید ترس، رویایتان را لگدمال کند

۱- به نظر خودتان، شما جزو کدام دسته هستید:

[] «من نه»ها

[] «برچسبی»ها

[] «اگر...چی»ها

[] «دلواپس»ها

[] «الان نه»ها

۲- اگر جزو دسته‌های سوال قبل هستید، چگونه می‌خواهید با آن کنار بیایید؟

۳- پیاموزید که به خودتان بخندید (منظورم این نیست که خودتان را مسخره کنید). گذشته را مرور کرده و چیزهایی را به یاد بیاورید که فکر می‌کردید مشکل بزرگی هستند ولی اکنون از یادآوری آنها خنده‌تان می‌گیرد.

۴- خود را از بند دوستان منفی آزاد کرده و در عوض با دوستان مثبت معاشرت نمایید. شما بسیاری از دوستان مثبت خود را در این صنعت خواهید یافت و به‌زودی خیل‌های دیگر را جذب خواهید کرد.

۵- به خودتان وقت شک و تردید ندهید. پادزهر نگرانی و غم، عمل کردن و دست به کار شدن است.

اشتباه را درست کنید

دو دلیل هست که مردم در این حرفه شکست می‌خورند: به‌اندازه‌ی سخت‌کوشی نمی‌کنند یا اینکه کارشان را درست، انجام نمی‌دهند. اشتباه معمول و اصلی همه این است که به‌اندازه‌ی کافی سخت‌کوشی نمی‌کنند. موفقیت از ۱۰ درصد ایده و ۹۰ درصد تلاش تشکیل یافته است. اگر به‌اندازه کافی سخت‌کوشی نکنید منطقی نیست که توقع داشته باشید به هدف‌تان برسید.

اگر به سختی کار می‌کنید ولی هنوز نتیجه‌ای ندیده‌اید، پس کارتان را درست انجام نمی‌دهید. شاید بهترین ایده‌ها را داشته باشید ولی وقتی فایده‌ای برایتان نداشته باشد باید اشتباه را یافته و درستش کنید.

هر حرکتی که می‌کنید یا به نفع شماست یا ضرر شما. حد وسطی وجود ندارد. کارتان براساس فعالیت‌های شما به پیش یا پس می‌رود.

هرکدام از ما قدرتهایی داریم و همچنین ضعفهایی. منطقی است که از قدرتهای خود استفاده کنیم و ضعفهایی را که مانع از حرکت‌مان می‌شوند نابود نماییم.

از پیدا کردن مشکلات شروع کنید. اگر تعداد افرادی که ملاقات می‌کنید کم است، روی همین تمرکز کنید. اگر افراد زیادی را می‌شناسید ولی کسی پیشنهاد شما را قبول نمی‌کند، به‌طور جدی روی روش مراجعه و برخورد خود کار کنید. اگر مردم، وارد می‌شوند ولی کار نمی‌کنند، ببینید چه کسی را جذب می‌کنید، چگونه او را آموزش و تعلیم داده و چه حمایتی به آنها می‌دهید. تا وقتی حلقه‌های ضعیف زنجیر را درست نکنید، پیشرفتی نخواهید داشت.

هرگز دیگران را به‌خاطر روند کندِ کاری خودتان، سرزنش نکنید. روی خودتان و کاری که می‌توانید انجام بدهید تمرکز کنید. وقتی مسئله‌ای وجود دارد یعنی راه‌حلی هم هست. تفاوت عمده بین افرادی که به مقصد می‌رسند و آنهایی که در راه می‌مانند، رغبت به مسئولیت‌پذیری است.

سواریِ مجانی به کسی نمی‌دهند. شاید یکی دو بار شانس بیاورید ولی اینها باعث نمی‌شوند که از فراگیری و اعمال مهارت‌ها در جهت موفقیت، شانه خالی کنید.

گاهی با کمی بهبود تکنیک خود، همه چیز درست می‌شود ولی همیشه آماده تغییرات بزرگ باشید. اگر صدای شما یکنواخت باشد، مهم نیست چقدر در درونتان هیجان داشته باشید، مردم واکنش مثبت نشان نخواهند داد. برای تربیت صدای خود، سرمایه‌گذاری کنید. اگر آنطور که باید از محصولات خود آگاه نیستید، باید بیشتر از آنها استفاده کرده و راهنمای محصولات را مطالعه کنید. اگر هنوز جنبه‌هایی از این حرفه هست که بلد نیستید، به خودتان تکانی داده و آنها را بیاموزید. دانش، تقویت‌کننده‌ی اعتماد به نفس و اعتبار شما است.

آماده باشید و این سوالهای سخت را از خودتان بپرسید: «آیا انگیزه و هیجان من در مواقع سختی و ناامیدی به کمکم می‌آید؟» «آیا واقعاً یک شنونده‌ی خوب هستم یا فقط منتظرم که وقفه‌ای در گفتگو پیش بیاید تا حرف خودم را بزنم؟» اگر جایی که باید ساکت باشید و گوش بدهید، حرف بزنید، پیشرفتی وجود نخواهد داشت.

نمی‌توانید مشکلات را پیدا کنید؟ غرور خود را کنار گذاشته و بازخورد صادقانه‌ی افرادی که نظرشان را قبول دارید جویا شوید. به توصیه‌ای که می‌شنوید، عمل کنید (و بر وسوسه‌ی کُشتن پیام‌رسان چیره شوید!).

اگر بگذارید خطاهایتان، آینده شما را رقم بزنند، آینده خود را تباه کرده‌اید. اگر وقتی به مرز دانش، تجربه یا توانایی فعلی خود رسیدید، فرصت موفقیت خود را تباه کنید، باید بهای سنگینی بپردازید. شهادت به خرج داده و از قله‌ی عملکرد قبلی خود بگذرید تا پادشاهی عالی را درو کنید.

کار عملی گام ۲۲: اشتباه را درست کنید

پاسخ سوالهای زیر را بنویسید:

۱- «کدام زمینه‌ها به دردم می‌خورند و برایم فایده دارند؟»

۲- «کدام زمینه‌ها به دردم نمی‌خورند و برایم فایده ندارند؟»

۳- «چه گامهایی می‌توانم بردارم تا زمینه‌هایی را که به دردم نمی‌خورند مشخص کنم؟»

خودتان الگو باشید تا از شما پیروی کنند

پردرآمدترین شخصی که در بازاریابی شبکه‌ای با او کار کرده‌ام فلسفه‌ی ساده‌ای داشت: پیشگام و الگو بودن در هر سطح از طرح درآمدزایی شرکتش.

همیشه هدفش این بود که بهترین مشاور گروهش باشد، بهترین مدیر گروهش باشد و به همین ترتیب تا بالاترین مراتب برنامه‌ی موفقیت شرکت. آیا می‌خواست که او را بشناسند؟ او بالاخره معروف شد و همه افراد سرشناس در خانه او گرد آمدند. آیا می‌خواست که پولدار بشود؟ او بالاخره میلیونر شد. انگیزه‌بخشی او ساده بود: که نشان بدهد می‌توان انجامش داد!

مثال قدرتمند او، وی را تا بالاترین مراتب این صنعت برد و به هزاران نفر از افراد گروهش قدرت حرکت داد. موفقیت، موفقیت می‌آورد.

هم‌زمان که کارتان پیشرفت می‌کند، مسئولیتهای شما نیز افزایش می‌یابد. ولی اگر شما فعالیتهای اساسی‌ای از قبیل قرار گذاشتن، فروختن و جذب افراد علاقمند که کارتان را به پیش می‌برند نادیده بگیرید، چگونه توقع دارید که دیگران شما را الگوی خود قرار بدهند؟

هرگز فراموش نکنید که در ابتدا چگونه موفق شدید و یادتان نرود که می‌توانید چه الگوی مهمی برای دیگران باشید.

الگو بودن فقط محدود به روش کاری شما نیست بلکه با نحوه‌ی مدیریت شما نیز مرتبط است. قدرت ارزشهایی که راهنمای شما در مسیر زندگی و کار هستند نادیده نگیرید.

دانستن اینکه کجایید و اینکه چرا آنجایید، زندگی را ساده‌تر می‌کند. با داشتن مجموعه‌ای از ارزشهایی که شما را راهنمایی می‌کنند، دیگر لازم نیست هر موقعیت جدیدی را که با آن مواجه می‌شوید، ارزیابی کنید. در هر چالشی که با آن روبه‌رو می‌شوید، چه شخصی باشد چه کاری، فقط ارزشهای راهنمای خود را به کار بگیرید و آنگاه راه‌حل، خودش پیدا می‌شود.

صاحب‌کار بودن، فرصت منحصر به فردی است برای ساختن کسب و کاری که نشانگر والاترین ارزشهای شخصی و کاری شماست. هرچه ارزشها، قوی‌تر باشند و هرچه با پشتکار بیشتری آنها را اعمال کنید، احترام، اعتبار و وفاداری بیشتری در حین رشد کاریتان، نصیب شما خواهد شد.

تصور کنید چه احساسی خواهید داشت وقتی کسی که به او احترام می‌گذارید و او را می‌ستایید، به سراغتان بیاید؟ هیجان زده می‌شوید، از او تعریف می‌کنید و دوست دارید حرفهایش را گوش بدهید.

حالا فکر کنید برای شما نیز همینطور خواهد شد. تصور کنید که هرکه سراغ شما می‌آید هیجان دارد، از شما تعریف می‌کند و سراپا گوش است تا حرفهای شما را بشنود. تقریباً همه‌ی رهبرانی که جاذبه، اعتبار و بینش دارند در زندگی به اهداف خود رسیده‌اند.

وقت گذاشته و ارزشهایی را که در همه جنبه‌های کارتان اعم از مشتریان، همکاران احتمالی، افرادی که به این کار معرفی کرده‌اید، شرکت شریک و یا حامیان خود اعمال خواهید کرد مشخص نمایید. و چرا به همینجا ختم شود؟ برخورد شما با مردمی که سودی به شما نمی‌رسانند، نشانگر خوبی است که عمق ارزشهایتان را نشان می‌دهد. اگر ارزشهای شما واقعی باشند نمی‌توانید پارتی‌بازی کنید و باید آنها را برای همه اعمال کنید.

چون ارزشهای شما، شما را به عمل و می‌دارد، آنها را به صورت جمله بنویسید:

- «من به همه‌ی مشتریان و افرادی که جذب کارم کرده‌ام احترام می‌گذارم.»
- «من هرگز از کسی نمی‌خواهم کاری را انجام بدهد که خودم آمادگی انجامش را ندارم.»
- «من همیشه کارم را با صداقت معرفی می‌کنم.»
- «من هرگز مردم را وادار به تصمیم‌گیری نمی‌کنم.»

- «من هرگز مردم را با ایجاد توقعات غیرواقعی، به سوی شکست سوق نمی‌دهم.»
- «من به همه‌ی تعهداتم احترام می‌گذارم.»
- «من به همه‌ی قولهایم عمل می‌کنم.»
- «من درگیر هیچگونه منفی‌بافی نمی‌شوم.»
- «من هرگز به غیبت و بدگویی گوش نمی‌دهم.»
- «من به تماسهایی که با من گرفته می‌شود پاسخ می‌دهم.»
- «من مطابق شرایط، سریعاً دست به کار می‌شوم.»
- «من صورت‌حسابها و بدهیهایم را به موقع می‌پردازم.»

وقتی از ابتدای کارتان، استانداردهایی را برای آن در نظر بگیرید، نفع زیادی از آن خواهید برد. مدیریت کارتان بسیار راحت‌تر خواهد بود زیرا فعالیتهای شما تحت تأثیر استانداردهای شماست.

اگر به تصمیمی که می‌خواهید بگیرید شک دارید، امتحان «آینه» را از خود بگیرید. روبه‌روی آینه ایستاده و از شخصی که در آینه می‌بینید بپرسید «آیا به راهی که برای حل این مسئله به ذهنم رسیده است، افتخار می‌کنم؟»

اگر هنوز هم مطمئن نیستید، امتحان خانواده و دوستان را از خود بگیرید. بپرسید «افرادی که برایم مهم هستند درباره‌ی کاری که می‌خواهم بکنم چه نظری خواهند داد؟»

اعتبار و اعتماد را همینطوری به آدم نمی‌دهند بلکه باید آنها را کسب کرد. آنها را می‌توان با درستکار، رو راست، منصف و صادق بودن به دست آورد (البته نه فقط وقتی دیگران دارند نگاهتان می‌کنند). وقتی واقعاً به شرکت، مشتریان و همکاران خود احترام بگذارید، آنها نیز در عوض به شما احترام خواهند گذاشت.

با تعیین خط‌مشی‌های مشخص و پیروی کردن از آنها، شما الگوی قدرتمندی برای کارتان خواهید شد. راهبری‌ای که از خود نشان می‌دهید به تمام سازمان شما سرایت کرده و هرگاه کسی از شما تبعیت کند، باعث تقویت کسب و کارتان خواهد شد. هرگونه که راهبر رفتار کند، گروهش هم همانطور رفتار خواهند کرد.

کار عملی گام ۲۳: خودتان الگو باشید تا از شما تبعیت کنند

۱- کدام خصوصیت‌های دیگران را بیش از همه تحسین می‌کنید؟

۲- کدام خصوصیت‌های دیگران را کمتر از همه تحسین می‌کنید؟

۳- دوست دارید دیگران چگونه شما را توصیف کنند؟

الف- دوستان و خانواده:

ب- مشتری، حامی و گروه شما:

۴- به چه کسب و کاری می‌خواهید کمتر از همه بپردازید؟ چرا؟

۵- دوست دارید چه کسب و کاری را بیشتر از همه انجام بدهید؟ چرا؟

۶- چه درس‌هایی می‌توانید از این کسب و کارها بیاموزید و آنها را در حرفه‌ی خود به کار گیرید؟

۷- روشهای عملی اعمال ارزشهای خود را در اجرای روزانه‌ی کارتان بنویسید. تا می‌توانید واضح و مشخص بنویسید و دقت کنید چیزی که آماده‌ی انجامش نیستید ننویسید.

من نمی‌خواهم

من نمی‌خواهم

من نمی‌خواهم

من نمی‌خواهم

من نمی‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

من می‌خواهم

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

نظارت دقیق

درصد بالایی از افرادی که جذب فروش مستقیم می‌شوند، کارآفرینانی هستند که واقعاً دوست دارند خودشان زمان، محل و چگونگی انجام کار مورد علاقه‌شان را انتخاب کنند و می‌خواهند روی چیزی که به دست می‌آورند کنترل داشته باشند. اینان «چراغهای روشنی» هستند که انرژی، هیجان و شادی را به کار می‌افزاید. آنها مهارت‌های انسانی شگفت‌آوری دارند و به راحتی قرارهای ملاقات متعدد گذاشته، خوب می‌فروشند و افراد زیادی را جذب می‌کنند.

آتش شور و هیجان آنان خیلی زود به کارشان سرایت می‌کند ولی باید گفت که آتش اغلب این کارآفرینان پیش از آنکه به موفقیت نائل شوند، خاموش می‌شود. چرا؟ زیرا مهارت‌های لازم را برای انجام دراز مدت این حرفه ندارند.

برای کسب پادشاهی بزرگ، آدم باید هم شروع کند و هم بماند. جذب مشتری و برگزاری معارفه، یک چیز است و نگه داشتن همکاران، یک چیز دیگر. کسب و کارهای بزرگ روی یک پایه‌ی استوار رشد می‌کند: پیگیر مشتری خود باشید تا مرتباً از شما خرید کند و گروهتان را حمایت کنید تا بمانند.

هرچقدر هم سخت کار کنید، حفظ روابط، همیشه از بازسازی آن راحت‌تر است. اگر در چرخه‌ی بی‌امان یافتن، از دست دادن و اجبار به یافتن افراد بیشتر بی‌افتید، خیلی زود از پای در خواهید آمد. تنها راه اطمینان از اینکه دارید به مشتریان خود، خدماتی را که قول داده‌اید ارائه می‌دهید این است که یک سیستم ساده طراحی کنید که در یک نگاه، متوجه شوید چه کسی به پیگیری نیاز دارد.

مردم، جایی می‌مانند که احساس کنند به آنها نیاز است و از آنها قدردانی می‌شود و همچنین جایی که برایشان فایده و نتایجی داشته باشد. دوره‌های کاری در اغلب شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای، چهار

هفته‌ای یا یک ماهه است که شما را قادر می‌سازد بر نتایج خود و گروهتان در آن دوره، نظارت داشته باشید. دقت کنید که پیشرفت‌ها را شناسایی کرده، افرادی را که نزدیک به رتبه‌ی بعدی هستند راهنمایی نموده و HiPo ها - افرادی با بالاترین پتانسیل رشد- را بیابید. اگر جزو مدیران آخر ماه باشید، موفق نخواهید شد. مدیر آخر ماه کسی است که در پایان ماه، تازه به فکر کار افتاده و ارقام، گزارش فعالیت و وضعیت گروه خود را زمانی بررسی می‌کند که دیگر خیلی دیر شده است.

بهترین روش مدیریت کارتان، «مدیریت غیر غافلگیرانه» است. در دوره‌ی مثلاً یک ماهه، بررسی کنید چه افرادی اوج گرفته و چه افرادی سقوط می‌کنند. وقتی بفهمید که نتایج شما از کجا نشأت می‌گیرند، می‌دانید که تمرکزتان را باید به کجا معطوف کنید.

نود روز اول شروع به کار یک مشاور، بسیار حیاتی است زیرا از حالت نگرانی و دلهره به حالت اعتماد به نفس و توانایی پای می‌گذارند. آنها به تعلیم نیاز دارند ولی بیش از آن به نظارت و حمایت احتیاج دارند. موفقیت‌های آنها را تشویق کنید، کمکشان کنید تا از اشتباهاتشان فاصله بگیرند و آنها را به‌سوی رتبه‌های بعدی سوق دهید تا مشاورین مؤثر و ثمربخشی داشته باشید. با نظارت دقیق عملکردها می‌توانید علائم خطر را شناسایی کنید. یک فرد با پتانسیل را که تا وسط ماه، هنوز در مسیر حرکت قرار نگرفته یا افراد مجذوب شده به این حرفه را ثبت نام نکرده می‌توان راهنمایی و کمک کرد. مداخله کردن پیش از آنکه وضعیت، از کنترل خارج شود می‌تواند فرصت را حفظ کند.

نظارت کردن فقط محدود به ارقام نیست. بلکه داشتن یک روش کنشگرایانه در ارتباط با کارتان هم مهم است. مثلاً مطالعه‌ی اخبار شرکت تا مطمئن شوید که شما و گروهتان، مراسم و اتفاقات مهم را از دست نمی‌دهید و همچنین تا بتوانید تلاش‌هایتان را با فعالیت‌های شرکت شریکتان، هماهنگ کنید. این نظارت در پرداخت به موقع مالیات شما نیز مؤثر است. وقتی کارتان را در خانه انجام می‌دهید می‌توانید هزینه‌های کاری شامل اجاره، لوازم و هزینه‌های نگهداری را کاهش دهید.

کارتان را جدی بگیرید. نظارت و مدیریت کارتان از همان ابتدا باعث می‌شود که هیچ فرصتی را در اثر غفلت و کم‌توجهی از دست ندهید.

بازاریابان شبکه‌ای بزرگ منتظر نمی‌مانند که ببینند چه می‌شود، یا حتی بدتر، وقتی اوضاع کاریشان از کنترل خارج می‌شود، عزا نمی‌گیرند. آنها از طریق مدیریت کاری خوب، باعث می‌شوند که رویدادهای مورد نظرشان اتفاق بیفتند.

کار عملی گام ۲۴: نظارت دقیق

سیستم کاریتان را مرور کنید:

۱- دفترچه قرارهای شما چقدر خوب سازماندهی شده است؟

۲- آیا در ساعتهایی که به خودتان قول داده‌اید، کار می‌کنید؟

۳- آیا در هر هفته، زمان مشخصی را به بررسی نتایج گروهتان اختصاص می‌دهید؟

۴- آیا تماسهای پیگیرانه‌ی به موقع می‌گیرید تا فعالیت گروهتان را هدایت کنید؟

۵- آیا از اخبار شرکت آگاه هستید و آنها را مطالعه می‌کنید؟

۶- آیا مطابق مراسم و جشنهای شرکت شریک خود فعالیت می‌کنید؟

۷- آیا سیستم آمارگیری کارتتان، مفید است؟

۸- آیا گزارش مالی خود را به موقع به اداره مالیات ارسال می‌کنید؟

۹- آیا خودتان نبض کارتتان را به دست دارید؟

۱۰- آیا گروهتان را تشویق می‌کنید که شما را الگو قرار بدهند؟

زگهواره تا گور، دانش بجوی

هر رفتار و مهارتی که احتمال ساخت کسب و کار بازاریابی شبکه‌ای شما را افزایش دهد، قابل آموختن است. موفقیت، مثل بخت‌آزمایی نیست. همیشه برندگان و بازندگان وجود دارند و ما می‌توانیم با اشتیاق به آموختن و اعمال مهارت‌ها، تعیین کنیم که در کدام دسته جای داشته باشیم.

این یک صنعت پویا است و هر تغییری می‌تواند به یک فایده‌ی کاری منجر شود. محصولات جدید، شما را به‌سوی مشتریان جدید سوق داده و مشتریان جدید، به همکاران جدید تبدیل می‌شوند. گاهی مسیرها و روش‌های جدید، پنجره‌ای به فرصت‌های جدید هستند.

اگر عادت کنید و کارها را با یک روش تکراری انجام بدهید، پیشرفتهایی که این صنعت را به پیش می‌راند از دست می‌دهید. ذهن خود را نسبت به ایده‌ها و اطلاعات جدید، باز نگه دارید تا کارتان همیشه تازه و شورانگیز باشد و در مسیر پرسرعت رشد فردی باقی بمانید.

با اینکه تعلیم، جای آموزش‌های عملی حین کار را نمی‌گیرد ولی هیچ سرمایه‌گذاری‌ای بهتر از سرمایه‌گذاری روی رشد فردی نیست.

در هر کلاس، جلسه و یا همایش آموزشی‌ای که به شما پیشنهاد داده می‌شود شرکت کنید و در سمینارها و کنفرانس‌های شرکت خود، ثبت نام نمایید. به جای خلاصه کردن اطلاعاتی که می‌گیرید، به دنبال نکات کلیدی‌ای باشید که بتوانید در حرفه‌ی خود به کار ببندید. یک ایده‌ی به کار بسته شده، نتایج بهتری نسبت به ایده‌های جدید محبوس شده در دفترچه‌ی یادداشت شما خلق خواهد کرد. ساعات آموزشی را جزو ساعات کاری حساب نکنید. برنامه‌ی زمانبندی آموزشی شما هرچه که هست هرگز نباید کار با مشتریان، همکاران احتمالی و گروه خود را از قلم بیندازید.

وقتی من کارم را شروع کردم متوجه شدم که جذب دیگران از طریق آموزشهای کتابها، سمینارها و نوارها به من شهادت لازم را داد تا همیشه حواسم به کارم باشد. انرژی و انگیزه‌ی این منابع آموزشی به اندازه‌ی ایده‌های مفید آنها الهام‌بخش و شوق‌انگیز بود. گوش دادن به صحبت‌های افراد پردرآمد این حرفه که از چالش‌های پیش روی خود حرف می‌زدند، کمکم کرد تا تجربیات خودم را تصور و پیش‌بینی کنم.

گنجینه‌های فراوانی در کتابفروشیها و کتابخانه‌ها در دسترس شماست^۱، و مربی دوشنبه (Monday Mentor)، نشریه الکترونیکی من که مخصوص بازاریابان شبکه‌ای است و به‌صورت ایمیل ارسال می‌شود نیز با تعالیم و نکات آموزشی و انگیزشی فراوانی همراه است. هرچه بیشتر بیاموزید، مطالب بیشتری برای ارائه دارید. یک سال تجربه که پنج بار تکرار شده باشد، جای پنج سال تجربه را نمی‌گیرد. اگر یک روش یکسان و موقت را پنج سال تکرار کرده باشید، احتمالاً چهار سال از عمرتان را هدر داده‌اید. ساخت مهارت‌ها و دانش براساس آزمون و خطا، شما را در برابر چرخه‌های گریزنایپذیر فراز و فرود، تلاطم‌های اقتصادی و تغییرات لازم برای مشتریان و مشاورانتان مسلح می‌کند.

هر فرصتی را برای همکاری با افراد با استعداد و هم‌فکر، غنیمت بشمارید. خبرگی و نگرش آنها به شما منتقل می‌شود و بلعکس. وقتتان را با افراد منفی و بی‌انگیزه که شما را پایین خواهند کشید تلف نکنید.

کامل بودن، یک هدف متحرک است. هر قدر هم که موفق و پرمشغله شدید، هرگز شخصیت کلیدی کارتان، یعنی خودتان را نادیده نگیرید. هر روز درصدی از درآمد و بخشی از وقتتان را به تحصیل و پیشرفت فردی خود اختصاص دهید.

روزی که دست از آموختن بردارید، رشد نخواهید کرد. و روزی که رشد نکنید، کارتان در سرازیری رکود قرار خواهد گرفت.

^۱ - ما مجموعه‌ای از منابع مفید شامل کتاب، ابزار آموزشی تفریحی و نشریه الکترونیکی ترجمه و چاپ کرده‌ایم تا به‌عنوان اولین و فعال‌ترین ناشر در زمینه فروش مستقیم در ایران، همیشه یار و مشاور شما باشیم. این مجموعه از طریق وبسایت www.HerfeyeNo.com قابل دسترسی است. همچنین در قسمت «مدرسه‌ی ثروت» در این وبسایت، مجموعه‌ای از مقالات و داستان‌های موفقیت، مصاحبه و مطالب مفید و ادامه‌دار دیگری تهیه کرده و می‌کنیم که راهنمای عملی شما در ادامه‌ی مسیرتان در این صنعت پویا است-م.

کار عملی گام ۲۵: ز گهواره تا گور، دانش بجوی

۱- از حامی و یا حامیان بالاتر خود بخواهید که کتابها، نوارها یا سی‌دی‌هایی را که خودشان از آنها استفاده کرده‌اند به شما معرفی نمایند. فهرست آنها را برای مراجعات بعدی بنویسید (از وبسایت www.HerfeyeNo.com شروع کنید).

۲- کتابخانه‌ای از کتابهای رشد فردی برای خود تهیه کنید. وقتی این کتابها را مطالعه نمی‌کنید، بدهید تا گروهتان از آنها استفاده کنند.

۳- در هنگام رانندگی به آموزشها یا سی‌دی‌های انگیزشی گوش دهید.

۴- تاریخ جلسات و یا همایشهای آموزشی آینده را در دفترچه خود یادداشت نموده و متعهد شوید که در همه‌ی آنها شرکت کنید.

۵- قول دهید زمانی را که برای تحصیل و پیشرفت فردی صرف می‌کنید از زمان کاریتان برنمی‌دارید.

تکثیر و استفاده از مطالب این کتاب با ذکر منبع، بلامانع است

فروش بگذرانید

در کل دو نوع فعالیت وجود دارد: آنهایی که از انجامشان لذت می‌برید و آنهایی که نمی‌برید. با دیدن چهره‌ی عبوس کارگران و کارمندانی که سر کارشان می‌روند می‌توان تشخیص داد که اغلب مردم به دسته دوم تعلق دارند.

ولی در این حرفه، اینگونه نیست. بازاریابان شبکه‌ای از کاری که می‌کنند لذت می‌برند - بیشتر به خاطر اینکه مهارت در آمد، زمان و زندگیشان را خودشان به دست دارند. آنها می‌دانند که وقتی شرایط سخت می‌شود، وضع آنها از کارگران و کارمندان متوسط بهتر است. کارمندانی که باید ساعتهای طولانی کار کنند و در برابر مطالبات گاهاً غیرمنطقی کارفرما، قوانین شرکت و افزایش حقوقی که کفاف تورم را نمی‌دهد سر تعظیم فرود بیاورند.

اگر مدیر یا کارفرما هستید می‌دانید که صرف بودن در گروه مدیریت، تنشها و فشارهای کاری را کمتر نمی‌کند. بسیاری ادعا می‌کنند که نه تنها تنشها، کمتر نشده بلکه حتی بیشتر هم می‌شود زیرا فشار رقابت بیشتر است.

در هر صورت می‌بینید که کار کردن برای خودتان، به خودی خود یک رویا است. ولی با فروش مستقیم، دیگر یک رویا نیست زیرا می‌توانید در عرض دو ثانیه به دفتر کارتان برسید؛ با لباسهایی که دوست دارید کار کنید؛ می‌توانید قرارهایتان را در ساعتهای غیر ترافیک و قبل از شلوغی بگذارید؛ موسیقی مورد علاقه‌تان را در حین کار، گوش دهید؛ وقتی بچه‌ها از مدرسه می‌آیند، منزل باشید؛ و بهتر از همه، آزادید که زمان و روش کارتان را خودتان تعیین کنید.

وقتی برای خودتان کار می‌کنید، بهانه‌ای برای شاد نبودن ندارید. درضمن محققین ثابت کرده‌اند که احتمال موفقیت افراد شاد بیش از سایرین است.

البته شادی، یک طرز تفکر است. می‌توانید انتخاب کنید از آن دسته افرادی باشید که وقتی وارد اتاق می‌شوند، چراغ را روشن می‌کنند یا از آن دسته افرادی که وقتی وارد اتاق می‌شوند، چراغ را خاموش می‌کنند.

تصمیم بگیرید و نیت کنید که راه‌اندازی کارتان باید یک تجربه‌ی مفرح باشد.

از توقعات خود شروع کنید. اگر یک جهان خیالی -جایی که هیچ چیز، بد پیش نمی‌رود- را انتظار داشته باشید، خودتان را به‌سوی یأس و ناامیدی پیش می‌برید. اگر متعهد شوید که باید در سیاره واقعیات، موفق بشوید، به مقصودتان خواهید رسید. سیاره واقعیات جایی است که گاهی بهترین نقشه‌ها هم اثر نمی‌کنند، قرارها لغو می‌شوند، بهترین ستاره گروهتان ناگهان افول می‌کند، بهترین همکار احتمالی شما، بدترینشان می‌شود، وقتی یکی باید بچه‌ها را نگه دارد همسران تماس گرفته و می‌گویند تا دیر وقت کار دارد.

از هر دست بدهید، از همان دست می‌گیرید. با مشتریان بد قلق، همانقدر گرم و با احترام رفتار کنید که با مشتریان خوب رفتار می‌کنید. افراد پُر دردسر گروهتان را به‌اندازه‌ی ستارگان گروهتان دوست داشته باشید. شرایط سخت را فرصتی برای خودسازی ببینید. از کوره در نروید. فقط یک دقیقه طول می‌کشد که با رفتار درست خود، کاری کنید که طرف مقابل شما احساس کند که انسان خاصی است.

معارفه‌ی خود را شادتر برگزار کنید. اغلب مردم تمایل دارند که بیشتر سرگرم بشوند تا اینکه سخنرانی گوش کنند. مرتباً جلسات مفرح برگزار کنید. مردم وقتی خوش می‌گذرانند، بهتر یاد می‌گیرند. همیشه با افراد شاد معاشرت کنید و وقتی به افراد ضعیف‌النفس و بی‌اراده رسیدید، راهتان را کج کنید. هر موفقیت را هرقدر هم که کوچک بود جشن بگیرید.

فشار عصبی، مهمترین مانع است. دقت کنید که کارها را هرقدر هم که مشغله دارید در کمال آرامش انجام دهید. نه تنها از درون، احساس بهتری خواهید داشت بلکه ظاهرتان نیز بهتر به‌نظر خواهد رسید. هیچ عاملی مانند فشار عصبی نمی‌تواند به صورت انسان، خط بیندازد و هیچ عاملی مثل آرامش نمی‌تواند به از بین رفتن این خطوط کمک کند.

به دنبال راههایی برای تقویت «عامل تفریح» در زندگی و کار خود باشید تا چراغ راه دیگر انسانهای پرانگیزه و شادی بشوید که می‌خواهند از کاری که می‌کنند لذت ببرند.

کار عملی گام ۲۶: خوش بگذرانید

۱- همیشه به دنبال دلیلی برای خندیدن باشید. موفقیتان بیشتر، عمرتان طولانی‌تر، چهره‌تان شاداب‌تر و لذتتان از زندگی افزون خواهد شد.

۲- آینده‌ی روشن خود را جشن بگیرید و به خودتان برای به پایان رساندن این دوره، تبریک بگویید. اگر ایمیلی به من بفرستید (mary@marychristensen.com) من نیز با ارسال یکی دو نسخه افتخاری از نشریه‌ی الکترونیکی مربی دوشنبه که مخصوص بازاریابی شبکه‌ای و فروشندگان مستقیم است به شما تبریک خواهم گفت. و اگر ایمیلی به مترجم کتاب (nima.arabshahi@gmail.com) بفرستید و اشاره کنید که کتاب حاضر را مطالعه کرده‌اید ما نیز یک شماره از نشریه‌ی الکترونیکی «حرفه‌ی نو» را که ویژه‌ی بازاریابان شبکه‌ای و فروشندگان مستقیم است برای شما ارسال می‌کنیم.

کلام آخر

من این کتاب را نوشتم که نشان بدهم شما نیز به اندازه‌ی همه‌ی انسانها، فرصتِ موفقیت و حقِ موفقیت دارید. قدرتِ تغییرِ زندگی شما در دستانِ خودتان است.

چشمگیرترین جنبه‌ی بازاریابی شبکه‌ای این است که زندگی مردم را عوض می‌کند: زندگی افرادی مثل من و شما - زندگی روزمره‌ی انسانهایی با رویاهای بزرگ، و با عزم، اراده و انضباط لازم برای رسیدن به آنها.

چون این کارِ انسانهاست به شما تضمین می‌دهم که لحظاتِ پرهیاهو و سختی را تجربه خواهید کرد. لحظاتی همراه با خطاها و ایرادها. روزهایی خواهد بود که وقتی وضعیتِ کارتان بالا و پایین رفته و پیچ و تاب می‌خورد، احساس می‌کنید سوار ترن هوایی هستید و حالتان دارد به هم می‌خورد.

امیدوارم الهام‌بخش شما باشم تا افقِ دیدِ خود را وسیع‌تر کنید، و امیدوارم که شهامت، قدرت و روشِ تحققِ رویاهایتان را به شما داده باشم.

«شروع کنید هر آنچه را که می‌توانید انجام دهید، یا تصور می‌کنید که می‌توانید انجام دهید. شهامت با خودِ ذکاوت، توان و افسون به همراه دارد.»

- جان ولفگانگ ون گوته

از همین مترجم:

- بازی قاصدک: اولین ابزار آموزشی - تفریحی در زمینه «فروش مستقیم» در ایران که ترجمه و

چاپ شده‌ی یک بازی معروف آمریکایی است به نام Diamond Destination

- فیلم دوبله شده‌ی «دستمزد عالی» (Brilliant Compensation) کاری از تیم سیلرز (DVD)

- فصلنامه‌ی الکترونیکی «حرفه‌ی نو» شامل بیش از ۲۰۰ صفحه مقاله در زمینه فروش مستقیم،

رشد فردی، مدیریت، راهبری و.... (فعلاً در سه شماره)

- پوستر «تابلوی رویاها» همراه با روش استفاده

کتابها:

- در قلمرو سکوت

نوشته: وی‌جی اسواران

- بزرگترین بازاریاب شبکه‌ای دنیا

نوشته: جان میلتن فاگ

- گفتگو با بزرگترین بازاریاب شبکه‌ای دنیا (ادامه داستان کتاب فوق)

نوشته: جان میلتن فاگ

- حرفه‌نو (جلد ۱ و ۲)

نوشته: دکتر چارلز کینگ و جیمز رابینسن

- رازهای ناگفته‌ی بازاریابی

نوشته: جو وای‌تلی

– هنر بینش و انگیزه‌ی فردی (Mach II)

نوشته : ریچارد بلیس بروک

– مجموعه کتابهای سعادت (پنج کتاب در یک جلد)

نوشته : رندی گیج

کتابهای دیگری از همین مترجم که توسط مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران به چاپ

رسیده است:

• آموزش مرفه‌ای Flash MX برای ویندوز و مکینتاش

• متمرکزسازی در Flash

•ترفندهای سه بعدی سازی در Flash

• آموزش Flash MX 2004

کتابهای در دست اقدام برای چاپ:

– راز شامبالا (بصیرت یازدهم)

نوشته : جیمز ردفیلد

– یک ابر ستاره‌ی بازاریابی شبکه‌ای باشید

نوشته : مری کریستنسن

برای دانلود رایگان نمونه‌ای از هر کتاب و مطالعه مقالات رایگان و همچنین کسب آخرین

اطلاعات به وبسایت www.HerfeyeNo.com مراجعه فرمایید.