

## راهنمای شروع به کار در بازاریابی شبکه‌ای

نویسنده: مهدی کریمی اصل

از سری آموزه‌های دایرکتور

## خلاصه

این آموزه به زبان ساده توضیح می‌دهد که بازاریابی شبکه‌ای (فروش مستقیم چندسطحی) چیست، چگونه کار می‌کند، برای موفقیت در آن به چه چیزهایی نیاز دارید و از همه مهم‌تر اینکه انتظار چه اتفاقاتی را باید داشته باشید!

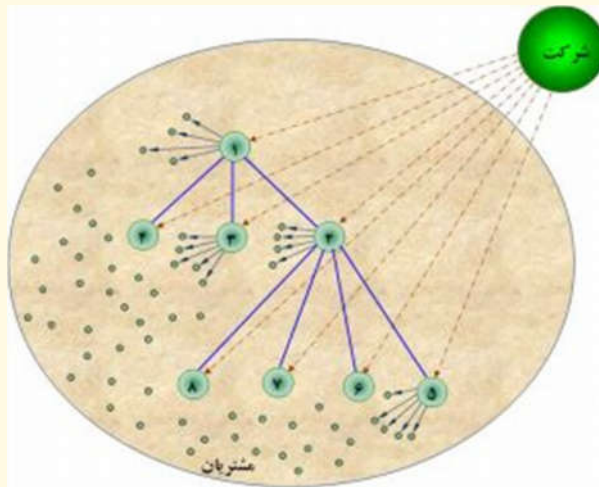
این مطلب اولین بار سال‌ها پیش در وبسایت پیام‌آوران موج نو منتشر شد و سپس به وبسایت دایرکتور منتقل شد. و چون بازدید بالایی داشت، آن را به صورت ایبوک درآوردیم تا بهتر قابل مطالعه و اشتراک‌گذاری باشد. امیدواریم بتوانیم در آینده نزدیک ویرایش جدیدی از این مطلب را منتشر کنیم.

## بازاریابی شبکه‌ای چیست؟

به شما تبریک می‌گویم. به‌ویژه اگر برای اولین بار است که با بازاریابی شبکه‌ای آشنا می‌شوید. هدفم از نوشتن این مقاله این است که تازه‌کاران، با چشمان تماماً بسته وارد این کسب‌وکار نشوند. مسلماً من طرفدار نتورک و گسترش آن در کشورمان هستم. با این وجود، سعی کرده‌ام این مقاله را بدون ملاحظه کاری بنویسم تا با برخی از حقایق این کار، بدون تعارف آشنا شوید و از همین ابتدا، بدانید که به چه چیزی دارید «بله» می‌گویید. متأسفانه اغلب، جانب اعتدال دربارهٔ مزایا و معایب این صنعت، رعایت نمی‌شود. بعضی فقط از آن تعریف می‌کنند و بعضی هم سایه‌اش را با تیر می‌زنند. من سعی می‌کنم که جزو هیچ‌یک نباشم. سخن را کوتاه کنم و بروم سر اصل مطلب.

به شکل ۱ دقت کنید. فرض کنیم یک شرکت می‌خواهد محصولاتش را به روش فروش مستقیم به مصرف‌کننده‌ها (دایره‌های کوچک) بفروشد. برای این کار ابتدا محصولاتش را به فروشندگان مستقیم (دایره‌های شماره‌دار) یا همان توزیع‌کنندگان مستقل می‌فروشد تا آنها هم محصولات را به مشتری‌ها بفروشند و سود کنند. در اینجا روشی را نشان داده‌ایم که در آن هر فروشنده‌ای می‌تواند خودش هم فروشنده داشته باشد.

## راهنمای شروع به کار در نتورک



شکل ۱: فروش مستقیم چندسطحی (بازاریابی شبکه‌ای)

فرد ۴ وارد این شبکه شده است فقط به یک دلیل (البته از نظر مالی): اینکه محصولات شرکت را با تخفیف (یا همان قیمت فروشنده) بخرد و خودش و خانواده‌اش از آنها استفاده کنند.

فرد ۳ به دو دلیل وارد شبکه شده است: اول اینکه مثل فرد ۴ محصولات را با تخفیف بخرد و استفاده کند و دوم اینکه محصولاتی را که با تخفیف و به قیمت فروشنده، خریده به مشتری‌ها به قیمت مشتری، بفروشد و سود کند.

فرد ۲ به سه دلیل وارد شبکه شده است: اول اینکه مثل فرد ۳ و ۴ محصولات را با تخفیف بخرد و استفاده کند، دوم اینکه مثل فرد ۳ محصولات را به مشتری‌ها بفروشد و سود کند و سوم اینکه افرادی مثل ۵ و ۶ و ۷ را وارد شبکه کرده و به آنها آموزش دهد که چگونه این کار را انجام دهند؛ یعنی سازمان فروش می‌سازد تا از فروش سازمانش هم سود کند. پس:

فرد ۴: مصرف کننده با تخفیف (یا همان مشتری اما داخل طرح درآمدی)

فرد ۳: فروشنده (یا توزیع کننده یا مشاور یا هر اسم دیگری که شرکت شما بر این فرد می‌گذارد)

فرد ۲: نتورکر (یا شبکه‌ساز یا سازمان‌ساز یا مدیر یا هر اسم دیگری که شرکت شما بر این فرد می‌گذارد)

در ابتدای کار باید تعیین کنید که می‌خواهید کدام یک از این سه فرد باشید.

## راهنمای شروع به کار در نتورک

فرد ۴ صرفاً مصرف‌کننده است و تنها سودش، تخفیفی است که از شرکت می‌گیرد و درآمدزایی ندارد. پس همین جا وی را به حال خودش رها می‌کنیم. چون صحبت ما درباره وی نیست.

فرد ۳ از محل فروش‌هایی که انجام می‌دهد درآمد دارد. میزان این درآمد هم به خیلی چیزها بستگی دارد. اما فعلاً برای اینکه برآوردی از درآمدش داشته باشید، درآمدش می‌تواند تا حدود ماهیانه چند میلیون تومان برسد. (به دلیل تورم شدید سال‌های اخیر، این «چند» می‌تواند خیلی متغیر باشد، اما معمولاً یک فروشنده نتورکی می‌تواند نهایتاً خرجی خودش را از فروش شخصی‌اش دربیآورد.) یادتان باشد که این مبلغ، حقوق ماهیانه‌اش نیست که هر ماه به حسابش بریزند. بلکه کاملاً به نحوه و میزان فعالیت خودش بستگی دارد. زیرا این فرد کارمند نیست، بلکه خویش‌فرما است. خویش‌فرما یعنی اینکه برای فرد دیگری کار نمی‌کند بلکه برای خودش کار می‌کند. هر قدر بفروشد سود می‌کند. از نظر تئوری، درآمدش محدود نیست اما در عمل، نوع محصول، نوع پورسانت‌دهی، برنامه‌های شرکت و از همه مهم‌تر، زمان خودش برایش محدودیت‌هایی ایجاد می‌کنند که باعث می‌شوند درآمدش نهایتاً سقفی داشته باشد، که ما آن را حدود چند میلیون تومان گرفتیم (چیزی بین چندصد هزار تا ۵ میلیون تومان).

فرد ۲ دو نوع درآمد دارد. در آمد اول، مثل فرد ۳ از محل فروش‌هایی است که انجام می‌دهد. درآمد دوم، از محل فروش‌هایی است که گروهش انجام می‌دهند. فرق اصلی این دو نوع درآمد در این است که درآمد اول، فقط وقتی وجود دارد که فرد ۲ مشغول به کار باشد. اما درآمد دوم، حتی زمانی که فرد ۲ کاری نمی‌کند باز هم می‌تواند وجود داشته باشد! زیرا به کار گروهش بستگی دارد و نه به کار خودش. اینجاست که می‌گویند فرد ۲ برای خودش کسب‌وکار یا همان بیزینس بنا کرده است. یعنی اینکه گروهی از افراد را گرد آورده و کاری کرده که درآمدی از محل فعالیت آنها داشته باشد. پس با تعریف ما، فرد ۳ نمی‌تواند بگوید من برای خودم کسب‌وکاری بنا کرده‌ام. اما فرد ۲ این کار را کرده است. بیشتر داستان‌هایی که درباره نتورک یا همان بازاریابی شبکه‌ای به وجود می‌آید راجع به همین ساختن کسب‌وکار یا همین بخش شبکه‌سازی آن است. و گرنه بخش فروش یعنی همان فعالیت فرد ۳، که یک حرفه کاملاً شناخته شده است و هم‌اکنون در خیلی از صنایع دیگر هم در حال انجام است.

درآمد فرد ۲ چقدر می‌تواند باشد؟ میلیاردها! باور کنید. هیچ محدودیتی ندارد. البته ببخشید، یک محدودیت بسیار محکم دارد و آن هم باور خود فرد است! یعنی حرفم را اینگونه اصلاح می‌کنم: نه میلیاردها، بلکه هر قدر باور دارید می‌توانید با شبکه‌سازی دربیآورید!

درآمد شما در بازاریابی شبکه‌ای تنها یک محدودیت بسیار محکم دارد،  
و آن هم باور خود شما است!

حالا بیایید ببینیم اگر فرد ۲ یا فرد ۳ را انتخاب کنید با چه چیزهایی روبرو خواهید شد.

اگر فرد ۳ را انتخاب کنید:

اگر بخواهید فروشنده باشید دانستن موارد زیر باعث می‌شود انتظارات مناسبی از این حرفه داشته باشید.

**الف\_ خرید با فروش فرق دارد!**

ما بعضی اوقات چیزهایی را می‌خریم و بعضی اوقات چیزهایی به ما فروخته می‌شود. نان سنگک برشته چند هزار تومانی را شما از نانوی محله‌تان خریده‌اید، اما احتمالاً دستگاه تصفیه آب خانه‌تان را فردی به شما فروخته است. معمولاً هنگام خرید، خیلی فکر نمی‌کنیم اما وقتی چیزی به ما فروخته می‌شود، حسابی سبک‌وسنگین می‌کنیم. اگر محصولتان طوری باشد که مردم آن را بخرند یعنی به قول معروف، بازارش وجود داشته باشد دیگر لازم نیست شما خیلی بفروشید، بلکه صرفاً باید سفارش‌ها را جمع کنید. در این صورت بیشتر به شما می‌گوییم «سفارش‌گیر» و نه فروشنده. کاری که باید بکنید ساده است؛ اینکه به کمک کاتالوگ یا ابزار اطلاع‌رسانی دیگری، به اطرافیان اطلاع دهید که این محصولات را دارید. اما اگر بخت با شما یار نباشد و محصولتان به قول معروف خیلی بُرو نباشد، یعنی مردم به هر دلیلی حتی پس از اطلاع‌رسانی شما، خودشان به دنبال آن نیابند، آن وقت ناچارید کمربندتان را محکم کنید و پاشنه‌ها را ور بکشید و بروید سراغ فروش! (مثال جالبی درباره فروش و خرید در مقاله «پنج عامل تصمیم‌گیری در خرید» آمده است که خواندنش خالی از لطف نیست.

**ب\_ مشتری‌یابی، پله اول فروش است.**

پس اگر محصولتان، بیشتر فروختنی است تا خریدنی (به هر دلیلی)، شما ناچارید فروش را بیاموزید و گرنه از آن درآمدی که صحبت کردیم خبری نیست. بعضی معتقدند که فروش، مهارتی است آموختنی، و بعضی آن را بیشتر

## راهنمای شروع به کار در نتورک

ذاتی می‌دانند تا اکتسابی. کتاب‌ها، آموزش‌ها و روش‌های متعددی دربارهٔ فروش، طبق معمول در آمریکا، منتشر شده است. میراثی که واقعاً به کارمان می‌آید. متأسفانه هنوز در ایران، فروش به معنای فرو کردن و انداختن است!! از ادبیات اکثر فروشنده‌های ایرانی می‌توان فهمید که نگاه‌شان نسبت به مشتری چگونه است. اصطلاحاتی مثل مُخشو زدم، مُخشو ریختم تو فرغون، مواظب باش زیر تیغ مشتری نری، و بالاخره بهش انداختم؛ فقط گوشه‌ای از این ادبیات غنی و مشتری‌گش است! هنوز هم این جملهٔ معروف را می‌شنویم که فروشندهٔ ماهر، فردی است که یخچال را به اسکیمو بفروشد! به همین دلیل، بعید می‌دانم بتوانید افرادی بیابید که دربارهٔ فروش، به شما آموزش‌های مناسبی بدهند.

شاید این پرسش پیش بیاید که با این اوصاف، چگونه و از کجا می‌توان مهارت فروش را فراگرفت. فعلاً که باید به بعضی کتاب‌هایی که خوب ترجمه شده‌اند و همچنین روش سعی و خطای خودتان بچسبید. اما در اینجا، به یکی از بخش‌های مرتبط با فروش اشاره‌ای می‌کنم چون احتمالاً یکی از مسائل آینده‌تان خواهد بود.

فروش، از مراحل متفاوتی تشکیل شده که اولین مرحلهٔ آن «مشتری‌یابی» است. مشتری‌یابی شامل فعالیت‌هایی است که فروشنده انجام می‌دهد تا افرادی را بیابد (یا به سراغش بیاید) که بتواند به آنها بفروشد. شما اگر بهترین فروشنده هم باشید اما مشتری احتمالی نداشته باشید هیچ فروشی نمی‌توانید انجام دهید. مثل ماهیگیر با تجربه‌ای که قلابش را در جایی از رودخانه انداخته که هیچ ماهی‌ای از آنجا نمی‌گذرد. اصلی‌ترین دغدغه‌تان در فروش، مشتری‌یابی خواهد بود. جالب اینجاست که اگر فروشندهٔ خوبی باشید اما مشتری نداشته باشید کاری از پیش نمی‌برید، اما اگر فروشنده‌ای تازه‌کار باشید ولی در معرض مشتری‌های زیادی باشید معمولاً فروش خوبی انجام می‌دهید! این را بارها در نتورک تجربه کرده‌ام که در بین همکارانم، بیشترین فروش را افرادی داشته‌اند که بیشتر از بقیه در معرض مشتری‌های احتمالی قرار داشته‌اند. جالب اینجاست که فروش بالای آنها، ربطی به آموزش‌هایشان نداشت. چون کسی نبود که به آنها آموزش فروش بدهد. خودشان هم چیزی از فروش نمی‌دانستند و بیشترشان یا سفارش‌گیر بودند یا فروشندهٔ زورکی. خلاصهٔ کلام اینکه اگر برای مشتری‌یابی فکری کردید و این گام اول را به درستی برداشتید، آنگاه تازه می‌توانید آموزش‌هایتان را در فروش آغاز کنید.

ج\_ میزان پورسانت شما به خیلی چیزها بستگی دارد.

## راهنمای شروع به کار در نتورک

در نتورک تقریباً همه افراد به شما می‌گویند که میزان درآمد شما به سعی و تلاش خودتان بستگی دارد. خب، پس من دیگر این را نمی‌گویم چون حالتان را به هم می‌زند! این حرف با همه درست‌اش، خیلی کلی است و چیزی به دست آدم نمی‌دهد؛ به خصوص برای آدمی که چند سرعایل دارد و نمی‌تواند خیلی روی حرف‌های کلی حساب باز کند. اما عوامل مهم دیگری که پورسانت‌تان را تعیین می‌کند از این قرار است:

- **محصول.** محصول و هر چیزی که به محصول ربط دارد، در تعیین پورسانت شما نقش دارد. از جمله کیفیت محصول، قیمت محصول و همان‌طور که قبلاً گفتیم اینکه محصول، بیشتر خریدنی است یا فروختنی. مسلماً در شهری مثل تهران، فروختن لوازم آرایشی با فروختن فرهنگ لغات فارسی فرق دارد. درست است؟ یکی از مشخصه‌های محصول که در استمرار پورسانت شما تأثیر دارد این است که: **محصول شما چقدر قابلیت خرید مکرر دارد؟** یعنی از زمانی که محصولی را به یک مشتری فروختید، چقدر طول می‌کشد تا دوباره سراغ‌تان بیاید و همان محصول یا محصولی مشابه را بخرد. ناگفته پیداست که این خصوصیت چقدر به افزایش پورسانت فروشنده‌ها کمک می‌کند. شما یک یا دو بار، فروشی را انجام می‌دهید و از آن پس با کمی پیگیری، زنجیره‌ای از فروش‌های پی‌درپی نصیب‌تان می‌شود. و شما می‌توانید زمان‌تان را روی مشتری‌های جدید بگذارید. فکرش را بکنید.
- **گروه همکاران.** منظورم سرگروه‌هایتان و سرشاخه‌های شرکت است. در واقع، نتورکی که شما تجربه می‌کنید چیزی نیست مگر افرادی که با آنها کار می‌کنید. شاید کمی غلو کرده باشم اما حکایت هر کسی از نتورک، حکایت کار کردن با همکارانش است. در نتورک، شما بیش از هر فرد دیگری، با سرگروه مستقیم خودتان سروکار دارید. یک سرگروه خوب و باتجربه که واقعاً یکی از کارهای زیر را برای شما انجام دهد، جواهر است!
- مشتری‌یابی را به شما عملاً آموزش دهد و کانال‌های مشتری‌یابی شما را فعال کند و سپس به شما عملاً فروش را آموزش دهد. اگر این کار را نمی‌کند پس حداقل
- مشتری‌یابی را به شما عملاً آموزش دهد و کانال‌های مشتری‌یابی شما را فعال کند. اگر این را هم نمی‌کند پس حداقل
- واقعاً مشتاق باشد که به همراه شما و دیگر همکارانش، همگی با هم فرایند مشتری‌یابی و فروش را یاد بگیرید و پیشرفت کنید.

## راهنمای شروع به کار در نتورک

این آخری را حتماً می‌تواند انجام دهد! البته در عمل و نه در حرف. (خداوکیلی اگر این آخری را هم انجام ندهد همکاری با وی به صلاح‌تان نیست.) اگر افرادی را نیابید که عملاً به دنبال انجام این کارها باشند (چون در حرف، همه دارند این کارها را انجام می‌دهند!) پس باید تنهایی این کارها را انجام دهید.

- **طرح درآمدی** (بخش پورسانت خرده‌فروشی). مسلماً فرق می‌کند که شرکت‌تان به شما چند درصد از فروش شخصی‌تان را پورسانت بدهد. پورسانت زیاد، باعث گران شدن محصول شده و فروش شما کم می‌شود و در نتیجه سودتان هم کم می‌شود. پورسانت کم هم باعث می‌شود که انجام کار برای شما نیارزد و انگیزه‌تان را از دست بدهید. مقدار بهینه‌ای وجود دارد که با آن، نه سیخ می‌سوزد و نه کباب. البته متأسفانه تا وارد گود نشوید و دست به عمل نزنید و فروش‌تان را شروع نکنید، درک مناسبی از این درصدها و ارقام پیدا نمی‌کنید، مخصوصاً اگر تاکنون فروش انجام نداده باشید. اما نگران نباشید امتحانش ضرری ندارد.

- **شرکت**. یک شرکت، کارهای بسیاری برای فروشنده‌اش می‌تواند انجام دهد. بخشی از راحتی یا سختی کار شما در بخش فروش، به این بستگی دارد که شرکت وظیفه‌اش را درست انجام داده است یا نه. در واقع شما در خط مقدم، شمشیر می‌زنید و آنها در پشت جبهه، تدارکات را برای شما آماده می‌کنند. عموم شرکت‌های نتورک در ایران، نوپا هستند. منظورم این است که خیلی ازشان انتظار نداشته باشید. انشالله سعی خودشان را می‌کنند.

در این میان، یک توصیه می‌کنم که شاید به کارتان بیاید:

روی وعده‌هایی که برای آینده می‌دهند حساب باز نکنید بلکه بر مبنای آنچه هم‌اکنون دارند، برنامه‌ریزی کنید و صدالبته توکل‌تان بر خدا باشد.



## راهنمای شروع به کار در نتورک

اگر فرد ۲ را انتخاب کنید:

اگر بخواهید نتورک باشید، اولاً خدا به دادتان برسد! ثانیاً خدا کند دانستن این نکات به کارت‌تان بیاید.

الف\_ شما به عنوان یک نتورکر، فروشنده هم هستید.

یعنی تمام چیزهایی که درباره فرد ۳ گفتیم شما هم باید در نظر داشته باشید. از همین جا تکلیف‌مان را با دو دسته از نتورکرها روشن می‌کنیم.

دسته‌ای از نتورکرها هستند که می‌گویند: «ما نتورکریم نه فروشنده. ما نیامده‌ایم که این محصولات را بفروشیم. چون اگر می‌خواستیم بفروشیم می‌توانستیم هر جای دیگری این کار را انجام دهیم. بلکه ما شبکه‌سازی می‌کنیم. یعنی افراد مختلفی را به شبکه وارد می‌کنیم. آنها می‌توانند محصولات را مصرف کنند یا بفروشند. و طبیعتاً ما هم از مصرف و فروش آنها سود می‌کنیم.» این دسته، هیچ‌رقمه نمی‌خواهند تن به فروشنده‌گی بدهند. اما سؤال این است که وقتی اکثر افرادی که وارد شبکه کرده‌اید هیچ سررشته‌ای از فروش نداشته باشند چگونه می‌توانید امیدوار باشید بفروشند؟! شما صرفاً باید شانس بیاورید که به هر دلیلی (از جمله، بُرو بودن محصول) تعداد زیادی فروشنده در مجموعه‌تان پیدا شود که شما هم سود خوبی بکنید. در این حالت، کسب و کارت‌تان بیشتر شانس است و شما کنترل چندانی روی سوددهی آن ندارید. این نتورکرها در بهترین حالت می‌توانند (آن هم شانس) یک شبکه مصرف‌کننده داشته باشند (یعنی شبکه‌ای از افرادی مثل فرد ۴) و نه یک شبکه فروشنده (یعنی شبکه‌ای از افرادی مثل فرد ۳). اما این کجا و آن کجا! (از نظر سوددهی)

و اما دسته دوم از نتورکرها، افرادی هستند که از اصل، فروش را در نتورک قبول ندارند. اینها اصل داستان را همین طرح درآمدزایی می‌دانند و محصول صرفاً برایشان نقش پوششی دارد. یعنی نه به فکر مصرف و فروش محصولات هستند و نه به فکر خرید مکرر. بلکه فقط و فقط عضوگیری و بزرگتر کردن شبکه. پس از کجا سود می‌کنند؟! فکر اینجایش را هم کرده‌اند. از هر فردی که وارد شبکه می‌کنند، می‌خواهند که یک بسته از محصولات را بخرد (معمولاً با قیمت‌های خیلی بالا) و برود و افرادی را بیاورد که آنها هم همین کار را تکرار کنند. یعنی آنها هم بیایند و هنگام عضو شدن، بسته‌ای از محصولات را بخرند. بدین شکل، چون هر عضو جدیدی هنگام عضویت، خرید هم می‌کند، پس عملاً با عضو شدن هر فرد جدید، پورسانتی آزاد می‌شود. پس در این سبک کار، تا وقتی

## راهنمای شروع به کار در نتورک

که عضو جدیدی پیدا نشده پورسانتی هم وجود ندارد. چون کسی دوباره محصول را نمی‌خرد یا آن را به بیرون از شبکه نمی‌فروشد. این کار، بازاریابی شبکه‌ای نیست بلکه طرح هر می محصول دار است. طرح هر می محصول دار، طرحی هر می است که معمولاً برای گول زدن نتورکرها و مردم، در کنار طرح درآمدزایی، محصول یا محصولاتی دارد که معمولاً بی‌ارزش، کم‌ارزش یا کاملاً دور از نیاز مشتری هستند تا اینجوری بگویند ما هر می نیستیم و مثل نتورکها محصول داریم (چون طرح‌های هر می، محصول ندارند). و جالب اینجاست که تا به حال در گول زدن نتورکهای ایرانی، حساسی موفق بوده‌اند. آن قدر هم موفق بوده‌اند که بعضی اوقات آدم فکر می‌کند اصلاً خود نتورکهای ایرانی دوست دارند همه‌اش گول بخورند یا شاید هم اینجوری بیشتر به نفعشان است! نمی‌دانم. فکر می‌کنید سرنوشت این سبک کار چیست؟ بدترین بلایی که بر سر نتورکها و شبکه‌شان می‌آید. (برای اطلاع از مشکلات طرح‌های هر می و تفاوت آنها با بازاریابی شبکه‌ای می‌توانید به مقالات وبسایت دایرکتور مراجعه کنید.)

به هر حال اگر نمی‌خواهید مثل دسته دوم، زیانکار شوید و یا مثل دسته اول، سوددهی خودتان را کاهش دهید و کسب و کارتان را بر شانس و اقبال بنا کنید، باید فروش را بیاموزید و به افراد شبکه‌تان هم یاد بدهید. یعنی شما به عنوان یک نتورکر، فروشنده هم هستید.

### ب\_ برای فرد ۲ بازاریابی شبکه‌ای، کسب و کار است و نه شغل.

کلاً به سه شکل می‌توان صاحب کسب و کار یا بیزینس شد:

- بنا کردن کسب و کار از طریق تأسیس شرکت.
- بنا کردن کسب و کار از طریق خرید حق نمایندگی یا همان فرانچایز.
- بنا کردن کسب و کار از طریق ساختن شبکه بازاریابی در یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای.

کسب و کار یعنی ماشین پول‌سازی! ساختن یک کسب و کار یعنی ساختن یک ماشین پول‌سازی. پس وقتی می‌گوییم فلانی کسب و کاری دارد یعنی یک ماشین پول‌سازی دارد. اگر ماشینش بیش از تولیدش مصرف کند یعنی کسب و کارش سودده نیست و بالعکس. وقتی شما شغلی دارید یعنی در ماشین پول‌سازی فرد دیگری کار می‌کنید. اما وقتی قصد بنا کردن کسب و کار خودتان را دارید یعنی می‌خواهید ماشین پول‌سازی خودتان را داشته باشید. کار کردن در یک ماشین پول‌سازی با ساختن یک ماشین پول‌سازی خیلی تفاوت دارد. به همین دلیل،

## راهنمای شروع به کار در نتورک

دنیای صاحبان کسب و کار از دنیای صاحبان مشاغل (کارمند و خویش فرما) متفاوت است. اگر به حقوق آخر برج، عادت دارید، اگر سر و کله زدن با آدم‌ها را نمی‌پسندید، اگر اهل فکر کردن و پیدا کردن راه حل جدید نیستید، اگر دوست دارید بهتان بگویند که چه بکنید و چه نکنید، اگر هیچ‌جوره نمی‌توانید از تماشای سریال‌های تلویزیونی دل بکنید، اگر برای رهایی از گرفتاری مالی راهی به‌جز سخت‌کار کردن را نمی‌شناسید، اگر از کار گروهی فراری هستید، پس بدانید که متعلق به دنیای صاحبان مشاغل هستید. در اینصورت شاید بازاریابی شبکه‌ای به درد شما نخورد. چون تغییر دادن دنیایی که مدت‌ها در آن به سر برده‌اید اصلاً شوخی نیست! اصلاً و ابداً بدون تحمل درد زایمان امکان پذیر نیست!! شما باید دوباره متولد شوید. و این هیچ‌گاه یک‌شبه اتفاق نمی‌افتد. ساختن یک شبکه بازاریابی هم یعنی ساختن کسب و کار، یعنی ساختن ماشین پول‌سازی. برای موفقیت در این فرایند ساختن، به مهارت‌های بسیاری از جمله مهارت کار کردن با انسانها نیاز دارید. این مهارت‌ها صرفاً با خواندن کتاب و نشستن در کلاس‌های آموزشی بدست نمی‌آید. اینها را در عمل و در طول زمان بدست می‌آورید.

پس به خودتان فرصت یادگیری بدهید. حداقل ۵ سال به خودتان فرصت دهید که خطا کنید و یاد بگیرید، تا کم‌کم درآمدها به سقف باورتان نزدیک شود! (این متن مختصر، به‌هیچ‌وجه برای آشنایی با ابعاد گسترده بنا کردن یک کسب و کار کافی نیست. شما می‌توانید برای شروع، به کتاب «دانشکده کسب و کار» نوشته رابرت کیوساکی مراجعه کنید. کیوساکی در این کتاب به شرح این موضوع می‌پردازد که چرا بازاریابی شبکه‌ای یکی از بهترین راه‌ها برای ساختن کسب و کار است.)

### ج\_ مشتری‌یابی یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌هایتان خواهد بود.

باز هم مثل حالت فرد ۳، مشتری‌یابی یکی از اصلی‌ترین مسائل شما خواهد بود. اما این دفعه، یافتن مشتری هم برای محصول و هم برای کسب و کار. یادتان باشد از روز اول به فکر کانال‌های مشتری‌یابی‌تان باشید؛ یعنی با خود فکر کنید که از چه راه‌هایی می‌توانم مشتری‌های احتمالی را پیدا کنم و محصول یا کسب و کار را به آنها پیشنهاد دهم. این فرایند را به شانس و اتفاق نسپارید. چون در این صورت، موفقیت‌تان به شانس و اقبال بستگی خواهد داشت. و وای به حالتان اگر بدشانس باشید!

د\_ محصول‌تان را مصرف کنید و بشناسید.

## راهنمای شروع به کار در نتورک

تمامی توزیع‌کنندگان و راهبران موفق در بازاریابی شبکه‌ای، همگی محصول محصولات خود هستند! هر فردی که خواهان موفقیت در این کسب‌وکار است ناچار باید کارش را با مصرف کردن محصولات شرکت خود شروع کند. فهمیدن و شناخت محصولات، با مصرف کردن آنها بدست می‌آید. افرادی را هم که شما وارد این کسب‌وکار می‌کنید با مصرف کردن محصولات و آموزش به همکارانشان برای استفاده از محصولات، تلاش‌های شما را تکثیر می‌کنند. اولین و اساسی‌ترین گام در بنا کردن یک کسب‌وکار موفق، ایجاد گروهی از افرادی است که عاشق محصولات باشند و آنها را مصرف کنند. ریزش افراد در این کسب‌وکار، امری طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است. اما اگر شما این فرهنگ را در بین افرادتان ایجاد کرده باشید که کار خود را با مصرف کردن محصولات شروع کنند و از محصولات استفاده کنند، آنگاه هر چند شاید این افراد از ادامه کار منصرف شوند و سازمان شما را ترک کنند، اما باز هم این امکان هست که مصرف‌کننده محصولات شرکت شما باقی بمانند. همیشه به‌خاطر داشته باشید آنچه که ماندگاری یک سازمان را تضمین می‌کند و باعث ایجاد درآمد مستمر چندین ده ساله خواهد بود، مصرف کردن صادقانه محصولات شرکت توسط اعضای سازمان و همچنین توزیع محصولات بین دیگر افراد بیرون از شبکه است.

تمامی توزیع‌کنندگان و راهبران موفق در بازاریابی شبکه‌ای،  
همگی محصول محصولات خود هستند!

ه\_ به‌جای رؤیای پردازی، یک هدف مشخص تعیین کنید.

چون نتورک را راهی برای رسیدن به آرزوها می‌دانند، معمولاً اکثر افرادی را که وارد این کار می‌شوند ترغیب می‌کنند که رؤیاهایشان را مشخص کنند و برای رسیدن به آنها کار کنند. شاید شکستن باورهای محدودکننده درباره پول و توانایی‌های افراد، مفید باشد. اما مسلماً این عمل، جای هدف‌گذاری را نمی‌گیرد. جیم ران، یکی از مریبان بزرگ بازاریابی شبکه‌ای، اینگونه بیان می‌کند: «وقتی که شروع به فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای کردم اولین هدفم این بود که می‌خواستم سودم از بیزینس پاره‌وقتم با درآمدم از شغل تمام‌وقتم برابر شود. ... من در کمتر از شش ماه به این هدف رسیدم.» (جیم ران در کتاب «جادوی کار پاره وقت»، از رازهای موفقیتش در بازاریابی شبکه‌ای پرده برمی‌دارد).

## راهنمای شروع به کار در نتورک

به نظر من، این روش، خیلی کمکی نمی‌کند که بیاییم و هر چه را باور داریم به عنوان هدف انتخاب کنیم. چیزی را باید به عنوان هدف انتخاب کنیم که قدم بعدی ما باشد. مثلاً شما هم مثل جیم ران می‌توانید بگویید که «هدف من این است که با ۱۵ ساعت کار در هفته در این کسب‌وکار به مثلاً ۲ میلیون تومان در ماه برسیم.» و همه تمرکزتان رسیدن به این هدف باشد.

### سخن آخر

بازاریابی شبکه‌ای، تنها و تنها کسب‌وکاری است که هر فردی بدون توجه به سطح تحصیلات، درآمد، سن، جنسیت و دیگر عوامل محدودکننده، می‌تواند آن را شروع کرده و به رفاه مالی برسد. این صنعت در ایران هنوز نوپا و ضعیف است. اگر امروز از آن مراقبت کنیم فردا می‌توانیم میوه‌های آن را بچینیم. هیچ کسی تا حالا به اندازه خود ما نتورکرها به صنعت‌مان ضربه نزده، و هیچ کس هم به جز خود ما نمی‌تواند آن را از این وضعیت نجات دهد. سعی نکنید به دولت یا شرکت‌ها یا مردم، نتورک را آموزش دهید بلکه ابتدا باید خودمان آن را درست بیاموزیم و درست انجام دهیم. طبق معمول، یک نتورکر اول از همه به خودش می‌فروشد. هدف گروه پیام‌آوران موج نو، از راه‌اندازی وبسایت دایرکتور این است که نتورکر ایرانی احساس تنهایی نکند و همیشه بداند افرادی هستند که می‌تواند روی کمک‌شان حساب کند. خوشبختانه نسبت به سال‌های گذشته، کتاب‌های خوبی در زمینه نتورک ترجمه شده است که می‌تواند به کارمان بیاید. اما چیزی که ما دنبالش هستیم این نیست که صرفاً چند کتاب و برنامه آموزشی را ترجمه کرده و ارائه دهیم. ما به دنبال این هستیم که همه با هم این آموزش‌ها را درونی کنیم. یعنی واقعاً و در عمل، به روش‌های درست انجام این کار در ایران دست پیدا کنیم.

دوباره به شما تبریک می‌گویم که جرأت کرده‌اید ماشین پول‌سازی خودتان را بسازید. ما هم سعی می‌کنیم در ساختن آن همیشه کنارتان باشیم. پس بسم الله. برویم و شروع کنیم...

## راهنمای شروع به کار در نتورک

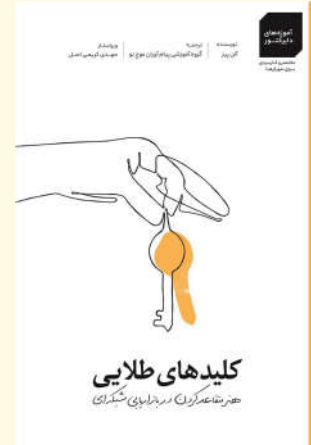
## کتاب‌های «آموزه‌های دایرکتور»: مختصر و کاربردی برای نتورکرها

## کلیدهای طلایی

هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

بخش اول کتاب درباره مهمترین قانون فروش و نتورک است. قانونی که ندانستن و عمل نکردن به آن، باعث می‌شود که تمام زحمات‌تان در نتورک بر باد برود. در ضمن، درباره تنها راز نتورک هم حرف‌هایی دارد.

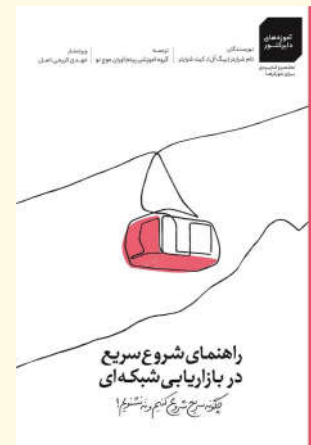
در بخش دوم، خیلی مختصر و مفید به مهمترین علائم زبان بدن می‌پردازد؛ چون هر چه نباشد نویسنده این کتاب، اولین کسی است مفهوم زبان بدن را در دنیا مطرح کرده است. اگر می‌خواهید پرزنت‌هایتان با روح و پرا انرژی برگزار شود، این بخش حساسی به کارتان می‌آید.



## راهنمای شروع سریع در بازاریابی شبکه‌ای

چگونه سریع شروع کنیم و نه نشنویم!

همانطور که از اسم کتاب پیداست، بیگ‌ال می‌خواهد بگوید که لازم نیست کلی صبر کنیم تا ورودی‌های جدیدمان آماده‌به‌کار شوند. بلکه می‌توانیم با آموزش‌های این کتاب آنها را سریعاً با اصول اولیه نتورک آشنا کنیم تا بتوانند سریع شروع به کار کرده و در همان هفته‌های اول نتیجه بگیرند. این کتاب مخصوصاً به درد نتورک‌رهایی می‌خورد که نمی‌خواهند وقت تلف کنند به دنبال منبعی برای آماده‌سازی سریع ورودی‌هایشان هستند.



## پول ساحلی

آرزوهایتان را با بازاریابی شبکه‌ای برآورده کنید!

این کتاب، حکایت موفقیت نتورکر بزرگ، جُردن آدلر است. اینکه او چطور به پول ساحلی رسید؛ پولی که به حسابش واریز می‌شود حتی وقتی که در ساحل دراز کشیده و کاری انجام نمی‌دهد! او به مدت ۱۰ سال در ۱۱ شرکت نتورکی فعالیت کرد، اما حتی نتوانست یک نفر ورودی بگیرد! تا اینکه دقیقاً زمانی که می‌خواست نتورک را برای همیشه کنار بگذارد با فردی آشنا می‌شود که در عرض نیم ساعت تنها راز نتورک را با او در میان می‌گذارد. او خودش می‌گوید آن نیم ساعت، زندگی مرا برای همیشه تغییر داد. امیدواریم مطالعه این کتاب، زندگی شما را هم برای همیشه تغییر دهد.

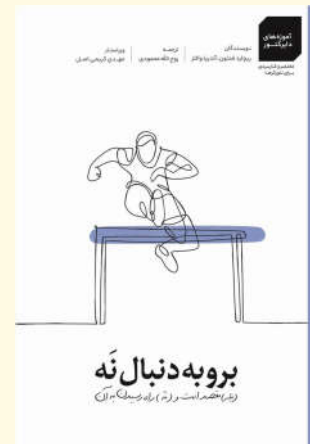


## راهنمای شروع به کار در نتورک

### برو به دنبال نه

«بله»، مقصد است؛ و «نه»، راه رسیدن به آن

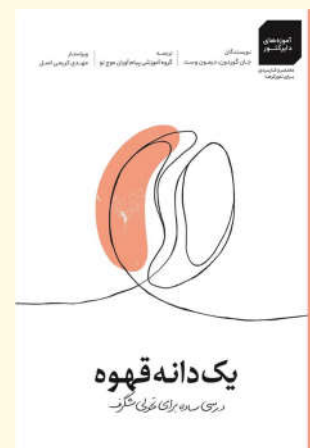
این کتاب برای هر کسی است که مجبور است با «نه شنیدن» روبرو شود؛ مثل نویسنده‌ای که به دنبال ناشر می‌گردد، یا نتورکری که می‌خواهد سازمان بسازد، یا کارآفرینی که دنبال سرمایه گذار می‌گردد، یا دانش‌آموزی که برای تیم فوتبالش پول جمع می‌کند و یا پدر و مادری که می‌خواهند به بچه‌شان بفهمانند که نخودفرنگی برایش خوب است. این کتاب برای هر کسی است که می‌خواهد موانع خودساخته را از پیش رو بردارد و به هر چیزی که در زندگی می‌خواهد دست پیدا کند.



### یک دانه قهوه

درسی ساده برای تحولی شگرف

یک داستان ساده، کوتاه و دلنشین دربارهٔ اینکه قدرت، در درون ماست. و فعال کردن آن، فقط نیاز به یک چیز دارد: اینکه آن را انتخاب کنیم! اینکه انتخاب کنیم آیا باز هم می‌خواهیم اسیر شرایط بیرونی باشیم یا اینکه می‌خواهیم افسار تقدیر خویش را در دستانمان بگیریم و با قدرتی که در درونمان به امانت گذاشته شده است، دست به تغییر دنیای اطرافمان بزنیم. شاید چاره‌ای جز پذیرش پیشامدها نداشته باشیم، اما یقیناً در مورد نحوهٔ واکنش به آن پیشامدها همیشه انتخاب داریم، همیشه!



جهت اطلاع از سایر آموزه‌ها و مقالات کاربردی درباره بازار یابی شبکه‌ای و موفقیت، به وبسایت **دایرکتور** و کانال‌های ارتباطی ما مراجعه فرمایید.



<http://MLMDirector.ir>



<https://www.telegram.me/MLMDirector>



<http://www.instagram.com/MLMDirector>