

# کلیدهای طلایی

هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

## کتابی که در دست دارید...

بازاریابی شبکه‌ای، کسب‌وکار ارتباطات است. هر کسی که می‌خواهد در نتورک موفق شود باید مجهز به مهارت‌های ارتباطی باشد؛ مهارت‌هایی مثل ارتباط‌سازی، دوست‌یابی، متقاعد کردن آدم‌ها و انگیزه دادن به آنها. این کتاب، دربارهٔ ارتباطات در بازاریابی شبکه‌ای است و توسط اولین و معروفترین متخصص در حوزهٔ زبان بدن نوشته شده است. آلن پیز، با نوشتن کتاب زبان بدن، برای اولین بار توجه جهانیان را به موضوع مهم زبان بدن و ارتباطات غیرکلامی جلب کرد. او یک متخصص دانشگاهی نیست بلکه به قول معروف، از کف بازار کارش را شروع کرده و تمامی توصیه‌هایش نتیجهٔ تجربیاتش در دنیای فروش بوده است.

این کتاب در ۳ بخش کلی نوشته شده است: در بخش اول، ما را با مهمترین نگرش نتورک آشنا می‌کند؛ نگرشی پایه‌ای که عمل نکردن به آن، نتیجه‌ای جز شکست به همراه ندارد.

در بخش دوم، ما را با ارتباطات کلامی آشنا می‌کند؛ اینکه چه بپرسیم و چگونه بپرسیم. جایی که برای اولین بار با مفهوم مهم «عامل محرک اصلی» آشنا می‌شویم. یافتن عامل محرک مشتری، حلقهٔ گمشدهٔ بسیاری از پرزنت‌های فروش ما است. در بخش سوم، ما را با اصول اولیه ارتباطات غیرکلامی آشنا می‌کند؛ یعنی زبان بدن. اینکه حرکات و ژست‌های مختلف مخاطب، چه تعبیری دارند و اینکه چگونه می‌توانیم آن حرکات را مدیریت کنیم و حتی با انجام حرکات و ژست‌های خاصی، مخاطب‌مان را با خودمان همراه کنیم.

وقتی برای اولین بار با این تکنیک‌ها آشنا می‌شویم تازه متوجه می‌شویم که در ارتباطات‌مان و مخصوصاً در پرزنت‌هایمان تا به حال چقدر خام و بی‌تجربه عمل کرده‌ایم. به کمک این تکنیک‌ها پرزنت‌هایمان از حالت خشک و بی‌روح درمی‌آید و واقعاً حس می‌کنیم که مخاطبان‌مان سر جلسه سر ذوق می‌آیند و به حرف‌های ما اهمیت می‌دهند و حتی بیشتر از ما حرف می‌زنند!

این کتاب، مناسب تمام نتورکرها و فروشندگانی است که می‌خواهند کسب‌وکارشان را سرعت ببخشند. البته اگر در بازاریابی شبکه‌ای یا فروش فعالیت نمی‌کنید، باز هم مطالعهٔ این کتاب نگاه‌تان را به مذاکره و متقاعد کردن، برای همیشه تغییر خواهد داد.

شما را به مطالعهٔ این کتاب ارزشمند دعوت می‌کنیم.

## فهرست

۷	..... دربارهٔ پیام‌آوران موج نو
۹	..... کتابی که در دست دارید...
۱۱	..... یادداشت نویسنده
۱۳	..... مقدمه
۱۷	..... فصل ۱: نخستین گام
۳۳	..... فصل ۲: چطور موافقت مشتری را جلب کنیم
۶۹	..... فصل ۳: شش مهارت راهبردی برای معارفه‌ای قدرتمند ...
۸۹	..... فصل ۴: شش تکنیک فوق‌العاده برای تأثیرگذاری مثبت ...
۱۰۳	..... فصل ۵: زبان بدن؛ چطور نشانه‌ها را بخوانید
۱۲۷	..... سایر کتاب‌های سری آموزه‌های دایرکتور

## مقدمه

## لوک و میا

لوک پیمان کار بود و تصمیم داشت به کسب و کارش رونق ببخشد. همسرش میا هم حساب‌دار بود و همه مشتری‌هایش دوستش داشتند. روزی یکی از همسایگان‌شان به نام مارتین از آنها دعوت کرد تا در جلسه‌ای درباره‌ی یک فرصت تجاری شرکت کنند. با اینکه مارتین اطلاعات چندانی درباره‌ی جلسه به آنها نداد، اما چون مارتین را دوست داشتند و محل جلسه هم فقط چند پلاک با آنها فاصله داشت، تصمیم گرفتند تا در آن شرکت کنند. به‌علاوه، ممکن بود با چند همسایه‌ی جدید هم آشنا شوند.

در طول جلسه، لوک و میا نمی‌توانستند آنچه را که می‌دیدند و می‌شنیدند، باور کنند. آنها با بازاریابی شبکه‌ای آشنا شده بودند. به این ترتیب، فرصتی به آنها رو کرده بود تا به رفاه مالی و موفقیتی دست یابند که فراتر از تصورشان بود. آن ملاقات تا چند روز همه‌ی فکر و ذکرشان شده بود. آنها تصمیم گرفتند این کار را انجام دهند، زیرا چنین تصور می‌کردند که «هر کسی که با این فرصت آشنا شود نمی‌تواند از خیر آن بگذرد!»

اما آن قدرها هم که آنها فکر می‌کردند ساده نبود. همه به اندازه‌ی آنها برای این برنامه ذوق و شوق نشان ندادند؛ بعضی‌ها حتی در جلساتشان شرکت نکردند تا در جریان کار قرار بگیرند، و برخی از نزدیک‌ترین دوستانشان به آنها وقت ملاقات هم ندادند. علی‌رغم این موضوع، آنها رفته‌رفته به کسب و کارشان رونق دادند، اما سرعت پیشرفت‌شان آنطور نبود که انتظارش را داشتند.

لوک به میا گفت: «فکرش را بکن، چه می‌شد اگر به‌جای اینکه ما مجبور باشیم مردم را متقاعد کنیم، آنها خودشان به ما می‌گفتند که چرا باید به بازاریابی شبکه‌ای بپیوندند. ای کاش راهی وجود داشت...»

البته که راهی وجود دارد، و این کتاب آن راه را نشان‌تان خواهد داد.

بزرگترین واهمه‌ای که مردم از پیوستن به بازاریابی شبکه‌ای دارند این است که فروشنده‌های قدرتمندی نیستند تا به سطوح بالاتر دست یابند. این کتاب دربرگیرنده‌ی سیستم ساده‌ای است که با بهره‌گیری از آن می‌توانید افراد جدید را تقریباً به‌سادگی جذب کسب و کارتان کنید. حيله‌ای در کار نیست؛ در این کتاب، فقط تکنیک‌ها و اصولی ارائه می‌شود که اگر آنها را با دقت به‌کار بگیرید موثر واقع خواهند شد.

## چرا این کتاب را نوشتم

هنگامی که نخستین بار در دهه ۱۹۸۰ با بازاریابی شبکه‌ای آشنا شدم، از اینکه چنین فرصت فوق‌العاده‌ای می‌توانست ساده، قانونی، اخلاق‌مدار، سرگرم‌کننده و پرسود باشد به شگفت آمده بودم. به‌علاوه از آن «دسیسه‌های سریع ثروتمند شوید» هم نبود، بلکه سیستمی بود مبتنی بر شعار «ثروتمند شوید.»

ده سال است که مشغول بررسی و تدوین تکنیک‌های ارتباط و فروش هستم؛ تکنیک‌هایی که درآمدهای خالص شرکت‌ها را چند برابر کرده و بسیاری را میلیونر کرده‌اند. یک‌بار با خودم گفتم «چه می‌شود اگر بتوانم این تکنیک‌های فوق‌العاده را وارد بازاریابی شبکه‌ای کنم. احتمالاً نتایج حیرت‌آوری خواهد داشت!»

این کتاب نتیجه سال‌ها مطابقت دادن، اصلاح کردن، آزمون و خطا و استفاده از تکنیک‌های مذکور در بازاریابی شبکه‌ای است. شما نیز مانند هزاران نفر دیگری که در حال حاضر مشغول مطالعه این کتاب هستند با مهارت‌های ساده‌ای مواجه خواهید شد که زمینه موفقیت‌تان را فراهم خواهند کرد.

مسئله مهمی که در مورد این تکنیک‌ها وجود دارد اینست که لازم نیست آنچه را که از بالاسری‌تان آموخته‌اید به فراموشی بسپارید. با حدوداً ۲ ساعت مطالعه و تمرین منسجم قادر خواهید بود تا کسب‌وکارتان را آن‌قدر رشد دهید که خودتان از تعجب شاخ دریاورید.

## قول

سیستمی که در این کتاب خواهید آموخت متضمن این قول است:

اگر قول بدهید که واژه به واژه تکنیک ارائه‌شده را بیاموزید و تا ۱۴ روز اول هیچ تغییری در آن ندهید، من هم قول می‌دهم که نتایج کارتان فراتر از تصوراتان خواهد بود.

قول بسیار بزرگی است، نه؟ اما به هر حال معامله دوطرفه‌ای است؛ چون من هم دارم از شما قول می‌گیرم که آن‌قدر به تمرین‌هایتان ادامه دهید تا بتوانید این واژگان را در رویاهای شبانه‌تان نیز تکرار کنید. اگر و اما و شایدی در کار نیست؛ باید عزم‌تان را برای یادگیری آن جزم کنید. در این صورت است که تکنیک ملکه ذهن‌تان خواهد شد. بسیاری از کسب‌وکارهایی که من مشاور یا شریک‌شان بوده‌ام صدها میلیون دلار به‌دست آورده‌اند، هزاران عضو جدید گرفته‌اند و درآمد خالصشان را با بهره‌گیری از این سیستم ۲۰٪، ۵۰٪، ۱۰۰٪، ۵۰۰٪ و ۱۰۰۰٪ افزایش داده‌اند. این‌ها ادعاهایی واهی نیستند. در صورتی که به سیستم پایبند بمانید، آنچه را که در اینجا خواهید آموخت زندگی‌تان را متحول خواهد کرد. اگر موافقید، همین الان بله بلندی بگویید.

اگر بله بلندی نگفتید، به ابتدای صفحه قبل برگردید و دوباره بخوانید!

## دکمه توربوی شما

کتاب‌ها و نوارهای صوتی بسیار خوبی در مورد قرار ملاقات گذاشتن و چگونگی معرفی برنامه‌های کسب‌وکار در دسترس است. از همین رو، در این کتاب، چندان به این موضوعات نخواهیم پرداخت. قرار است که این کتاب به شما بگوید که دقیقاً باید چه کنید، چه بگویید و چگونه آنرا بگویید تا رضایت مشتریان‌تان را در ملاقات‌های رودررو جلب کنید.

قرار است که اطلاعات این کتاب، مثل دکمه‌ی توربو، نحوه‌ی معارفه‌هایتان را تقویت کند، نه اینکه چیزهایی را که از قبل می‌دانستید تغییر دهد. به همین دلیل، تمرکز اصلی این کتاب روی کلید دوم است؛ «دکمه‌ی راه‌انداز مشتری را بیابید.» آنچه را که جواب می‌دهد تغییر ندهید، تقویتش کنید!

## فصل ۱

### نخستین گام



در تصویر بالا چه می‌بینید؛ یک پیام واضح یا خطوط درهم‌برهم؟!

## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

مانند بسیاری از مسائل زندگی که درکشان برای همگان میسر نیست، افراد کمی می‌توانند به تصویر بالا نگاه کنند و به پیام واضح آن پی ببرند. در نظر افراد کم تجربه، این‌ها یک سری خطوط نامرتب هستند که معنایی ندارند. با این حال، هنگامی که یاد می‌گیرید چگونه در پی معنای نهفته در عمق باشید، متوجه می‌شوید که فقط باید زاویه دیدتان را کمی تغییر دهید تا پاسخ را بفهمید. این همان چیزی است که در این کتاب به شما خواهیم آموخت. (بجای اینکه از روبرو و بطور عمودی به تصویر نگاه کنید، کافی است یکی از چشم‌هایتان را ببندید و از پایین صفحه و بطور افقی به تصویر نگاه کنید.)

### پنج قانون طلایی موفقیت

هنگامی که یازده‌ساله بودم، از من خواسته شد تا با فروش اسفنج آشپزخانه، در جمع‌آوری پول برای احداث سالنی برای گروه پیشاهنگان سهم شوم. پیرمرد دانایی که سرپرست پیشاهنگان بود رازی را با من در میان گذاشت. نام این راز را قانون نتیجه می‌گذارم. من با این قانون زندگی کرده‌ام و تضمین می‌کنم هر کسی که پیوسته آنرا به کار گیرد سرانجام موفق خواهد شد. این قانون را عیناً برای شما بازگو می‌کنم: «موفقیت به بازی می‌ماند؛ هر چقدر بیشتر بازی کنید بیشتر برنده خواهید شد، و هر چقدر بیشتر برنده شوید بهتر بازی خواهید کرد.»

بگذارید این قانون را در شبکه‌سازی به کار بگیریم.

«هرچه کارتان را به افراد بیشتری معرفی کنید، ورودی‌های بیشتری می‌گیرید؛ و هرچه ورودی‌های بیشتری بگیرید، در معرفی کردن، بهتر خواهید شد.» به عبارت دیگر، لازم است تا کارتان را به افراد بسیار زیادی معرفی کنید.

### قانون ۱: با افراد بیشتری گفت‌وگو کنید.

این مهم‌ترین قانون است. با هر کسی که می‌دانید به حرف‌هایتان گوش خواهد داد گفت‌وگو کنید. در مشتری‌یابی، افاده‌ای نباشید یا از آنهایی نباشید که سعی می‌کنند مشتریان خوب را گلچین کنند؛ انگار که دارند از یک دسته ورق، کارت‌های خویش را بیرون می‌کشند. اگر در حال و رانداز کردن فهرست مشتری‌هایتان هستید و با خودتان می‌گویید این‌ها خیلی پیرند... خیلی بچه‌اند... خیلی ثروتمندند... خیلی فقیرند... خیلی دوراند... خیلی باهوشند... آنگاه بدانید مسیری را در پیش گرفته‌اید که به شکست ختم می‌شود.

در اولین مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارتان باید با همه صحبت کنید، زیرا به این تمرین نیاز دارید. هنگامی که با همه درباره کسب‌وکارتان حرف می‌زنید، قانون میانگین‌ها شکی باقی نمی‌گذارد که موفق می‌شوید، فقط این می‌ماند که چقدر موفق می‌شوید. در سرتاسر دوره حرفه‌ای‌تان، با مشکلی مواجه نخواهید شد که با فعالیت بیشتر برطرف نشود. اگر از روال



## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

زندگی‌تان افسرده شده‌اید، تعداد معارفه‌هایتان را دو برابر کنید. اگر از سرعت کسب و کارتان راضی نیستید، فقط فعالیت‌تان را بیشتر کنید. فعالیت بیشتر، دوی همه دره‌هایی است که تا حالا داشته‌اید. با همه صحبت کنید. این قانون اول است.

**قانون ۲: با افراد بیشتری گفت‌وگو کنید.**

از تماس گرفتن با مردم دست نکشید. ممکن است بهترین پوزنتور شهرتان باشید اما اگر با مشتری‌های زیادی ملاقات نکنید از این حرفه کنار گذاشته می‌شوید. ممکن است بسیار خوش‌پوش و با شخصیت باشید، اما اگر معارفه‌های زیادی برگزار نکنید، از حد متوسط فراتر نخواهید رفت. با همه صحبت کنید.

**قانون ۳: با افراد بیشتری گفت‌وگو کنید.**

بسیاری از بازاریاب‌های شبکه‌ای فقط وقتشان را هدر می‌دهند و هیچ‌گاه به آنچه در توان دارند دست نمی‌یابند. تصور می‌کنند مشکل‌شان آن مشتریانی است که نتوانسته‌اند متقاعدشان کنند. اما اشتباه می‌کنند، مشکل‌شان آن مشتریانی است که با آنها ملاقات نکرده‌اند. پس برای عالم و آدم داستان‌تان را تعریف کنید. اگر فقط از همین سه قانون پیروی کنید، موفقیت غیرقابل‌تصور نصیب‌تان خواهد شد!

**قانون ۴: از قانون میانگین‌ها استفاده کنید.**

همه موفقیت‌های زندگی تحت تأثیر قانون میانگین‌ها است. این قانون به این معناست که اگر کاری را بارها و بارها به یک شکل و در شرایط یکسان انجام دهید، نتایج حاصل همواره ثابت خواهند بود.

برای مثال، میانگین پرداختی ماشین‌های پوکر یک دلاری تقریباً ۱:۱۰ است (بخوانید ۱ به ۱۰). هر ۱۰ باری که دکمه را فشار می‌دهید در مجموع، بین ۶۰ سنت تا ۲۰ دلار برنده می‌شوید. احتمال آنکه بین ۲۰ تا ۱۰۰ دلار برنده شوید برابر با ۱:۱۱۸ است. تقریباً مهارتی در کار نیست؛ این ماشین‌ها طوری برنامه‌ریزی شده‌اند که بر اساس میانگین یا درصد پرداخت کنند.

در کسب و کار بیمه به میانگین ۱:۵۶ رسیدم. به این صورت که اگر در خیابان‌ها می‌چرخیدم و سؤالی منفی را از مردم می‌پرسیدم مثل این یکی: «شما که نمی‌خواهید بیمه عمر شوید، می‌خواهید؟» بطور میانگین، یک نفر از ۵۶ نفر پاسخ می‌داد که «چرا می‌خواهم!» یعنی اگر همین سؤال را روزانه از ۱۶۸ نفر می‌پرسیدم، در روز ۳ فروش داشتم و جزو ۵ درصد اول فروشندگان بودم!

اگر صرفاً گوشه خیابانی می‌ایستادید و از رهگذران می‌پرسیدید که «نظرتان چیست که در بازاریابی شبکه‌ای به من پیوندید؟» بر اساس قانون میانگین‌ها، جواب می‌گرفتید. شاید مثلاً ۱:۱۰۰ پاسخ مثبت می‌دادند. قانون میانگین‌ها همیشه جواب می‌دهد.

هنگامی که در بچگی زنگ خانه‌ها را می‌زدم و اسفنج‌های ۲۰ سنتی می‌فروختم، میانگین‌های من از این قرار بود:

## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

۱۰:۷:۴:۲

بین ساعت چهار تا شش بعدازظهر، به ازای هر ۱۰ خانه‌ای که زنگشان را می‌زدم، ۷ نفر جوابم را می‌دادند. ۴ نفر به معرفی کالایم گوش می‌دادند، و ۲ نفر هم خرید می‌کردند. به این ترتیب، ۴۰ سنت به دست می‌آوردم که در سال ۱۹۶۲ آن هم برای بچه‌ای یازده ساله، پول زیادی بود. راحت می‌توانستم در عرض یک‌ساعت زنگ ۳۰ خانه را بزنم، پس در دو ساعت می‌توانستم ۱۲ اسنچ بفروشم که معادل با ۲/۴۰ دلار می‌شد. بابت آن ۳ درمی که به رویم گشوده نمی‌شد، آن ۳ نفری که به حرف‌هایم گوش نمی‌دادند، یا آن ۲ نفری که خرید نمی‌کردند، هرگز نگران نمی‌شدم، چون با قانون میانگین‌ها آشنا بودم. تنها این را می‌دانستم که اگر زنگ ۱۰ خانه را بزنم، ۴۰ سنت کاسی می‌کنم. معنایش این بود که به ازای هر زنگی که می‌زدم، صرف‌نظر از اینکه چه اتفاقی می‌افتاد، ۴ سنت در می‌آوردم.

اینکه با مراجعه به هر ۱۰ خانه می‌توانم ۴۰ سنت به دست آورم، انگیزه قدرتمندی برای من بود! در چنین شرایطی، موفقیت صرفاً به این بستگی داشت که در زنگ زدن، چقدر سریع بتوانم عمل کنم.

## نسبت‌های تان را ثبت کنید

ثبت میانگین‌ها و آمار فروشم، به من حسابی انگیزه می‌داد. دیگر نگران نمی‌شدم، اگر درمی را به رویم باز نمی‌کردند، یا کسی به حرف‌هایم گوش نمی‌داد و یا کسی خرید نمی‌کرد. چون تا زمانی که زنگ خانه‌های بسیاری را می‌زدم و کالایم را معرفی می‌کردم، موفقیت از آن من بود. و چون از نتیجه مطمئن بودم، می‌توانستم با سرخوشی و خیال راحت به زنگ زدن مشغول شوم.

**ثبت میانگین‌ها و آمار، شما را در مسیر دستیابی به هدف‌تان نگاه می‌دارد.**

ثبت میانگین‌ها و آمار باعث می‌شود تا انگیزه خود را به راحتی از دست ندهید و از رد شدن پیشنهادهایتان دلسرد نشوید. با تمرکز روی میانگین‌هایتان دیگر از چیزی آزرده نمی‌شوید، بلکه مشتاقید تا در اولین فرصت، تماس بعدی را بگیرید. اگر به اهمیت میانگین‌ها پی نبرده باشید، انگیزه و سطح انرژی‌تان توسط اتفاقاتی تعیین می‌شود که قرار است در آینده برایتان رخ دهد. اگر کسی در جوابتان «نه» بگوید، ممکن است احساس سرخوردگی کنید. اگر درمی باز نشود، احتمالاً افسرده خواهید شد. اما هنگامی که قانون میانگین‌ها را درک می‌کنید و آنرا می‌پذیرید، هیچ کدام از این اتفاقات در نظرتان مهم جلوه نمی‌کنند. با ثبت آمار مربوط به تماس‌ها، معرفی‌ها، و اعضای جدید، می‌توانید خیلی زود میانگین‌های کاری خودتان را پیدا کنید.

## دستگاه پوکر ۹ دلاری من

وقتی نوجوان بودم، شغل آخروقتی داشتم که چیزهایی مانند گلدان، تابه، ملافه و روتختی می‌فروختم و بیشتر خریدارانم را سایر مشتریان معرفی می‌کردند. نسبت‌هایم از این قرار بود:

۵:۳:۲:۱

به هر ۵ مشتری که تلفن می‌زدم، ۳ نفر وعده ملاقات می‌دادند. از این ۳ نفر نیز فقط ۲ نفر به معرفی کالاها گوش می‌کردند، و سومی یا منتظر می‌گذاشت، یا قرار ملاقاتش را لغو می‌کرد، یا به حرف‌هایم اهمیتی نمی‌داد یا دلایل دیگری برای رد پیشنهادم داشت که خارج از کنترل من بود. از بین ۲ نفری که به حرف‌هایم گوش می‌کردند، یک نفر خرید می‌کرد و من ۴۵ دلار به‌دست می‌آوردم. بنابراین، به ازای هر ۵ نفری که زنگ می‌زدم ۴۵ دلار پورسانت می‌گرفتم، که معادل ۹ دلار به ازای هر تماس بود.

این به معنای آن بود که با هر موافقتی که پشت تلفن برای ملاقات می‌گرفتم ۱۵ دلار عاید می‌شد، و اصلاً مهم نبود که طرف بخرد یا نخرد، سر قرارمان بیاید یا نیاید، و اینکه چه جوابی به من بدهد! واقعاً معرکه بود!

یک ۹ دلار بزرگ روی کاغذ نوشتم و آنرا کنار تلفنم گذاشتم. به ازای هر نفری که گوشی را برمی‌داشت ۹ دلار، و به ازای هر نفری که با وعده ملاقات موافقت می‌کرد ۱۵ دلار به‌دست می‌آوردم. معنایش این بود که کنترل کار و سرنوشتم کاملاً در دستان خودم بود! بیشتر فروشندگان از بابت اینکه کسی به آنها پاسخ منفی داده بود غمگین می‌شدند. چیزی نگذشت که به فروشنده شماره یک آن شرکت در سطح کشور تبدیل شدم.

میانگین‌های ۵:۳:۲:۱ با مبالغ زیر برابری می‌کرد:

هر تماس تلفنی ۹ دلار

هر قرار ملاقات ۱۵ دلار

هر معرفی محصول ۲۲/۵۰ دلار

هر فروش ۴۵ دلار

هیچ‌وقت به دنبال افرادی نبودم که شاید از من خرید کنند. هدف اصلی‌ام این بود که به مشتری‌ها زنگ بزنم. مهم‌ترین نکته همین است. به دنبال افرادی نباشید که حدس می‌زنید توزیع‌کننده می‌شوند؛ بلکه به دنبال افرادی باشید که به معارفه‌تان گوش می‌دهند. چون قانون میانگین‌ها از عهده باقی کارها برمی‌آید.

## شهرت یافتن

در بیست سالگی، به کسب و کار بیمه عمر پیوستم. در ۲۱ سالگی، جوان‌ترین فروشنده‌ای بودم که در سال اول کار بالغ بر یک میلیون دلار فروش کرده است و شرایط پیوستن به انجمن میلیون دلاری‌ها را کسب کردم. میانگین‌های من از این قرار بود:

۱۰:۵:۴:۳:۱

از هر ۱۰ نفری که به تماس‌های تلفنی پاسخ می‌دادند، ۵ نفر با وعده ملاقات موافقت می‌کردند، یک نفر در قرار حاضر نمی‌شد و از این رو فقط می‌توانستم ۴ نفر را ببینم. از این ۴ نفر، صرفاً ۳ نفر تا پایان جلسه به صحبت‌هایم گوش می‌کردند، یک نفر هم خرید می‌کرد، و ۳۰۰ دلار به دست می‌آوردم. تمرکز من روی این گذاشته بودم که ۵ نفر با قرار ملاقات موافقت کنند. هیچ‌وقت ذهنم را به مشتری‌هایی مشغول نمی‌کردم که در جلسه معرفی حاضر نمی‌شدند، یا آنهایی که به صحبت‌هایم گوش نمی‌دادند یا آن دو نفری که خرید نمی‌کردند. این اتفاقات، بخش جدانشدنی از فرایند پیدا کردن خریدار بود. در واقع، اگر یکی از مشتری‌ها در جلسه گفت‌وگو حاضر نمی‌شد، برای من اهمیتی نداشت چون از قبل آمادگی داشتم که یک نفر مرا قال بگذارد، و می‌دانستم اگر هم این اتفاق بیفتد باز هم ۶۰ دلار عاید شده بود.

### شما در کسب و کار اعداد هستید!

می‌دانستم اگر ۱۰ نفر تلفن را پاسخ دهند، ۵ نفر با گفت‌وگو موافقت می‌کنند و ۳۰۰ دلار پورسانت می‌گیرم. یعنی به ازای هر مشتری که تلفن را جواب می‌داد ۳۰ دلار در می‌آوردم.

میانگین‌های ۱۰:۵:۴:۳:۱ با مبالغ زیر برابری می‌کرد:

هر تماس تلفنی ۳۰ دلار

هر قرار ملاقات ۶۰ دلار

هر معرفی محصول ۷۵ دلار

هر اتمام جلسه معرفی ۱۰۰ دلار

هر فروش ۳۰۰ دلار

در ۲۱ سالگی، خانه خودم را داشتم، مرسدس بنز آخرین مدل سوار می‌شدم و در رفاه کامل بودم. همه چیز صرفاً به این بستگی داشت که با چه سرعتی می‌توانستم گروه‌های پنج نفره از مشتری‌ها را بیابم که مایل به تنظیم قرار ملاقات بودند.

## قانون ۵: میانگین‌هایتان را افزایش دهید

در کسب‌وکار بیمه که بودم، می‌دانستم که هر دفعه که تلفن را برمی‌دارم و با کسی حرف می‌زنم ۳۰ دلار به دست می‌آورم. با این حال، نسبت ۵ وعده ملاقات به ۱۰ تلفن، چندان راضی‌کننده نبود، چون به هر حال مشتری‌های زیادی را از دست می‌دادم. به یک «سیستم ملاقات‌گیری» نیاز داشتم تا بتواند از هر ۱۰ تماس تلفنی حداقل ۸ ملاقات جور کند. در آن صورت، مجبور نبودم که به شدت قبل مشتری‌یابی کنم چون مشتری‌هایم دیرتر تمام می‌شدند. نسبت وعده ملاقات به معرفی، برابر با ۵ به ۴ بود، به این معنا که ۲۰ درصد از مشتریان من در جلسه معارفه حاضر نمی‌شدند. بنابراین، اگر به مشتریان شایسته‌تری زنگ می‌زدم می‌توانستم این نسبت را بهتر کنم. می‌توانستم نسبت معارفه‌های کامل به فروش (۳ به ۱) را هم بهتر کنم. اما همچنان خاترم جمع بود که اگر حتی نتوانم هیچ تغییری در این نسبت‌ها ایجاد کنم، باز هم می‌توانم با هر بار برداشتن گوشی تلفن ۳۰ دلار به دست آورم.

### قانون میانگین‌ها همیشه مؤثر است.

ثبت نسبت‌ها، شما را قیراق و سرحال نگه می‌دارد و به شما نشان می‌دهد که کجاها باید اصلاحاتی را صورت دهید و اینکه تا چه حد جای پیشرفت دارید. به کمک نسبت‌ها می‌توانید روی فعالیت‌های نتیجه‌بخش تمرکز کنید، و از بابت آنچه در آینده رخ می‌دهد خیالتان راحت باشد.

## میانگین‌ها در بازاریابی شبکه‌ای

از دهه ۱۹۷۰ میلادی مشغول آموزش به بازاریاب‌های شبکه‌ای بوده‌ام. در این مدت، نتایج افراد و سازمان‌های بسیار موفق را ثبت کرده‌ام.

میانگین معمول در بازاریابی شبکه‌ای برابر است با

۱۰:۶:۳:۱

از بین هر ۱۰ نفری که به معارفه شما گوش می‌دهند، ۶ نفر به آن رغبت نشان می‌دهند و برای همکاری با شما اعلام آمادگی می‌کنند. ۳ نفر از این افراد واقعاً شروع به کار می‌کنند؛ سرانجام، یکی از این سه نفر در کارش موفق می‌شود، یکی رفته‌رفته در افق محو می‌شود و نفر آخر صرفاً مصرف‌کننده محصولات می‌شود. پس هر ۱۰ باری که فرصت کسب‌وکار خود را معرفی می‌کنید به یک توزیع‌کننده فعال دست می‌یابید. حالا وقت این سؤال مهم است: چقدر طول می‌کشد که با ۱۰ نفر راجع به کسب‌وکار صحبت کنید؟

## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

پاسخ شما به این پرسش، نشان‌دهنده سرعت رشدتان است. در آن کسب‌وکار بیمه عمر که پیشتر اشاره کردم، همه یک میلیون دلار فروش را داشتند، مسئله این بود که عملکرد بعضی‌ها نسبت به سایرین خیلی کندتر بود. برخی ۳ تا ۵ سال و برخی دیگر زیر ۱ سال زمان نیاز داشتند و تکلیف جوایز و پاداش‌ها نیز دقیقاً همین‌جا مشخص می‌شد. من در برگزاری جلسات به قدری منضبط بودم که هر ۱۲ هفته یک‌بار، یک میلیون دلار فروش داشتم! پس مشکل در برنامه‌ریزی بود، نه در فروش! بازاریابی شبکه‌ای نیز دقیقاً به همین ترتیب است. اینکه بسیاری از بازاریاب‌های شبکه‌ای به موفقیت‌های چشمگیری دست نمی‌یابند، به دلیل آن مشتریانی نیست که نتوانسته‌اند متقاعدشان کنند، بلکه ناشی از مشتریانی است که با آنها ملاقات نکرده‌اند! اگر می‌خواهید دستاوردهایتان را به سرعت دو برابر کنید این کار را انجام دهید:

**مشتری‌هایی که برای سال بعد در نظر گرفته‌اید امسال ملاقات کنید.**

با خود قرار گذاشته‌اید تا سال بعد با مشتریان جدیدی تماس بگیرید و با آنها راجع به کسب‌وکارشان صحبت کنید؟ خب، بهتر است که زودتر به آنها زنگ بزنید! آنها را امسال ملاقات کنید، بروید و همین حالا ببینیدشان! مشکل شما در فروش نیست. مهم‌ترین نکته این است که آنقدر منضبط و مشتاق باشید که تا جایی که ممکن است با افراد بیشتری صحبت کنید. هر چه سریع‌تر با همه صحبت کنید! راز موفقیت‌های بزرگ در بازاریابی شبکه‌ای، در متقاعد کردن افراد نیست، بلکه باید به قدری سازمان یافته و منضبط عمل کنید که تا جای ممکن، و هر چه سریع‌تر، افراد بیشتری را ملاقات کنید. بعداً اگر خواستید می‌توانید طی یک فرایند یادگیری مداوم، میانگین‌هایتان را نیز افزایش دهید.

## مختصر و کاربردی برای نتورکرها

«بسیاری از نتورکرها فقط وقتشان را هدر می‌دهند و هیچ‌گاه به آنچه در توان دارند دست نمی‌یابند. تصور می‌کنند مشکل‌شان آن مشتریانی است که نتوانسته‌اند متقاعدشان کنند. اما اشتباه می‌کنند، مشکل‌شان آن مشتریانی است که با آنها ملاقات نکرده‌اند. پس برای عالم و آدم داستان‌تان را تعریف کنید. اگر فقط از همین سه قانون (در واقع یک قانون!) پیروی کنید، موفقیت غیرقابل‌تصور نصیب‌تان خواهد شد!»

من عاشق این پاراگراف شده‌ام! همین چند جمله بالا به‌تنهایی برای هر نتورکر و هر فروشنده‌ای میلیون‌ها تومان می‌ارزد! هیچ جای دیگری ندیده‌ام که اینقدر موجز و مختصر، اصلی‌ترین ایراد نتورکرها را بیان کرده باشد. بسیاری از ما نتورکرها واقعاً داریم دور خودمان می‌چرخیم! در جلسات آموزشی بسیار زیادی شرکت می‌کنیم، کلی کتاب می‌خوانیم، کلی وقت می‌گذاریم اما غافل از اینکه ذره‌ای پیشرفت کنیم. ماهها یا شاید هم سالها داریم مثلاً نتورک کار می‌کنیم اما دریغ از یک مجموعه بزرگ و یک درآمد عالی! چرا؟ مگر صاحبان درآمدهای عالی چه کار می‌کنند؟ به شما می‌گویم که چه کار می‌کنند. آنها یک کار را حداقل درست انجام می‌دهند و آن این است که «به تعداد کافی ورودی می‌گیرند؛ همین!»

به‌عنوان یک نتورکر باید هر روز با افراد جدیدی آشنا شوید و هر روز کارت‌تان را به افراد جدیدی معرفی کنید تا بتوانید حداقل ماهی یک نفر ورودی بگیرید تا بتوانید مثلاً هر ۶ ماه یک‌بار به یک آس برسید! چون همانطور که در سلسله مقالات مربوط به آس‌ها در وبسایت دایرکتور مطرح شد، تنها راه رسیدن به درآمدهای عالی، فقط و فقط یافتن آس‌ها و ورودی کردن آنها است.

پس به‌طور خلاصه، تا اینجا حرف حساب نویسنده این است:

۱- تا می‌توانید کارت‌تان را به افراد بیشتری معرفی کنید. (۳ قانون اول)!

۲- از میانگین‌ها در کارت‌تان استفاده کنید.

۳- میانگین‌هایتان را افزایش دهید.

هر نتورکری برای موفقیت در کارش، فقط به همین ۳ مورد بالا نیاز دارد.

بسیاری از آموزش‌های نتورک و فروش، در واقع فقط برای این است که میانگین‌های ما را افزایش دهد. مثلاً به ما کمک کند که از تعداد مشخصی پرزنت، ورودی بیشتری بگیریم. در حالیکه به‌نظر من، اصلی‌ترین ایراد بسیاری از نتورکرها در درجه اول، مورد ۱ و ۲ است. یعنی آنها با تعداد کافی از افراد صحبت نمی‌کنند و همینطور از قانون میانگین‌ها در کارشان بهره‌ای نمی‌برند. اگر شما مورد ۱ و ۲ را انجام دادید، آن‌وقت نوبت این است که به مورد ۳ برسید.

## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

کلیه فصل‌های این کتاب هم از اینجا به بعد، فقط در مورد این است که چگونه میانگین‌هایتان را افزایش دهید. یعنی همه آموزش‌هایی که در مورد «چه گفتن» و «چگونه گفتن» و «زبان بدن» مطرح می‌کند، همگی برای این است که بازدهی کار شما را بیشتر کند. پس اگر شما مورد ۱ و ۲ را به درستی انجام ندهید هیچ کدام از این آموزش‌ها و بسیاری از آموزش‌های دیگر هم دردی از شما دوا نخواهد کرد!

(برای اطلاعات بیشتر در مورد اهمیت آس‌ها در نتورک، به مقالات وبسایت دایرکتور مراجعه کنید.)



## فصل ۲

### چطور موافقت مشتری را جلب کنیم

#### تکنیک چهار کلید

وقتی که راجع به کسب و کارت‌تان صحبت می‌کنید، مشتری‌ها حرف‌هایتان را باور می‌کنند؟ ساده‌ترین جواب این است: خیر. آنها انتظار دارند که متقاعدشان کنید. آنها منتظرند تا فروش‌تان را آغاز کنید تا حالت تدافعی به خود بگیرند، فرقی هم نمی‌کند که چقدر آنها را می‌شناسید. مشکلی که با آن مواجه هستید این است:

**مشتری‌ها با هر چیزی که شما بگویید به نحوی مخالفت می‌کنند.**

این موضوع ربطی به درست یا غلط بودن حرفتان ندارد بلکه به خاطر اینست که شما آنرا می‌گویید. اگر شما آنرا می‌گویید، پس عقیده شماست، نه عقیده مشتری‌ها، پس آنها به خودشان حق می‌دهند که مخالفت کنند. از سوی دیگر:

**هر چیزی که مشتری‌تان به شما بگوید صحیح است.**

دلیلش این است که اگر آنها حرفی می‌زنند، آن حرف، عقیده آنها است، نه عقیده شما. همین باعث می‌شود که آن عقیده پذیرفتنی شود و دیگر ضرورتی نمی‌بینند که با آن مخالفت کنند.

تکنیکی که قرار است یاد بگیرید این توانایی را به شما می‌دهد تا کاری کنید که مشتری‌ها آنچه را که واقعاً می‌خواهند به زبان آورند درحالی‌که شما دارید به آنها گوش می‌دهید.

وقتی به یک مشتری می‌گویید: «می‌توانی زندگی جدیدی را شروع کنی و هر آنچه را که می‌خواهی داشته باشی»، ممکن است چنین پاسخ دهد که: «اما همین الان هم از زندگی‌ام ناراضی نیستم». شاید این مخالفت، واقعیت هم نداشته نباشد. او صرفاً به این دلیل مخالفت کرد که حرف از دهان شما بیرون آمده است. اما اگر مشتری‌تان دقیقاً همین حرف را به شما بگوید، خوب باید درست باشد. مثلاً اگر بگوید: «می‌خواهم سبک زندگی‌ام را تغییر دهم و چیزهای بهتری را تجربه کنم»، قرار نیست مخالفتی مطرح شود چون او این حرف را زده است. چون این حرف عقیده اوست، نه عقیده شما.

وقتی از تکنیک «چهار کلید» استفاده می‌کنید، مشتری‌تان آنچه را که واقعاً می‌خواهد، به زبان می‌آورد و شما فقط شنونده هستید.

## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

### چرا مردم مخالفت می‌کنند

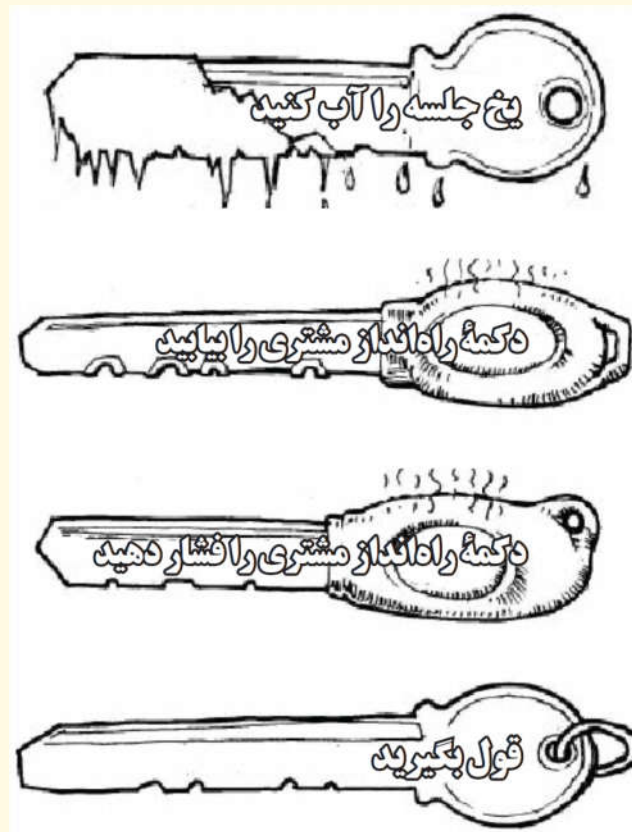
یک بار از یک نتورکر پرسیدم که جلسه معارفه اخیرش چطور بوده است. او پاسخ داد، «خیلی خوب پیش نرفت؛ مشتری علاقه چندانی نشان نمی‌داد.» پرسیدم منظورش چیست و او در پاسخ همان حرف قبلی‌اش را تکرار کرد: «واقعاً نمی‌دانم؛ فقط اینکه چندان علاقمند نبود.»

مشتری بی‌علاقه نداریم؛ فقط معارفه ملال‌آور داریم.

منظور واقعی او این بود که خودش، همان نتورکر، گیرایی چندانی در کارش به‌خرج نداده است. وقتی شما جالب توجه باشید، مشتریانتان نیز علاقمند خواهند شد.

### چهار کلید دستیابی به گنجینه بازاریابی شبکه‌ای

این چهار کلید، شما را در کوتاه‌ترین زمان ممکن از شروعی خشک و بی‌روح به جلب موافقت مشتری می‌رساند.



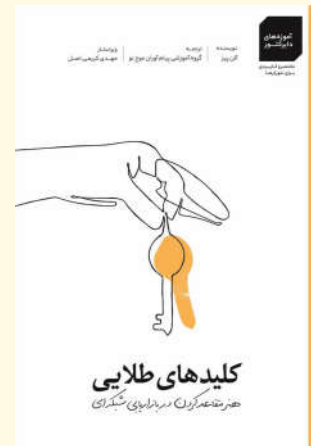
## کتاب‌های «آموزه‌های دایرکتور»: مختصر و کاربردی برای نتورکرها

## 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.

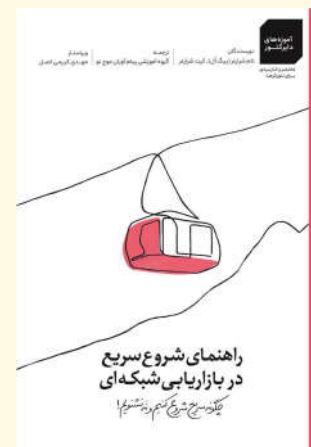
در بخش دوم، خیلی مختصر و مفید به مهم‌ترین علائم زبان بدن می‌پردازد؛ چون هر چه نباشد نویسنده این کتاب، اولین کسی است مفهوم زبان بدن را در دنیا مطرح کرده است. اگر می‌خواهید پرزنت‌هایتان با روح و پرنانژی برگزار شود، این بخش حسابی به کارتان می‌آید.



## راهنمای شروع سریع در بازاریابی شبکه‌ای

چگونه سریع شروع کنیم و نه نشنومیم!

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.



## کلیدهای طلایی: هنر متقاعد کردن در بازاریابی شبکه‌ای

## 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 سرمایه‌گذار 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 هرکسی 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 دستمان 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 بازاریابی 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>