

هفت عادت بازاریابان

شبکه‌ای مؤثر

نویسنده:

اسحاق آر. کاوی



انتشارات بادبان

سرشناسه	کاوی، استیون آر، ۱۹۳۲-۲۰۱۲، Covey Stephen R
عنوان و نام پدیدآور	هفت عادت بازاریابان شبکه‌ای مؤثر / نویسنده استفان آر. کاوی؛ مترجم مریم خلیلی
مشخصات نشر	تهران: بادبان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۹۵ص
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۰۰۵-۴۲-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: 7 habits of highly effective network marketing professionals, 2013
یادداشت	کتاب حاضر با عناوین مختلف توسط مترجمان و ناشران متفاوت در سال‌های مختلف منتشر شده است.
موضوع	بازاریابی چند سطحی - جنبه‌های روانشناسی
موضوع	Multilevel Marketing - Psychological aspects
موضوع	موفقیت در کسب و کار - جنبه‌های روانشناسی
موضوع	Success in business - Psychological aspects
موضوع	موفقیت - جنبه‌های روانشناسی
موضوع	Success - Psychological aspects
رده‌بندی دیر	ت ۱۳۹۵ ۷۷ ک ۵۴۱۵/۱۲۶
شماره کتابشناسی	۶۵۸/۸۷۲
	۴۴۱/۴۰۰



مرکز پخش و فروشگاه نشر و پخش اردیبهشت
 آدرس: انقلاب - خیابان ۲ فروزین - پلاک ۳۱۶
 تلفن: ۶۶۱۷۵۱۶۶ - ۶۶۱۷۵۱۶۷

عنوان کتاب: هفت عادت بازاریابان شبکه‌ای مؤثر

نویسنده: استفان آر. کاوی

مدیر امور فنی: امیر هوشنگ اسکندری

لیتوگرافی و چاپ: افلاک

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۰۵-۴۲-۲

قیمت: ۸۵۰۰ تومان

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

«فهرست»

۷	مقدمه.....
۱۵	عادت اول: پویا، فعال بودن.....
۳۱	عادت دوم: در خیال؛ شروع از انتهای خط.....
۲۵	عادت سوم: اولویت اول برای بااهمیت‌ترین امور.....
۲۷	عادت چهارم: در کار بر اساس بُرد - بُرد فکر کنید.....
۳۱	عادت پنجم: دیگران را بفهمید و خودتان را به آن‌ها بفهمانید.....
۳۵	عادت ششم: اصل همکاری و تلاش مبتکرانه‌ی جمعی باشید.....
۳۷	عادت هفتم: تقویت کارآمدی، ارّه را تیز کنید.....
۳۸	پیشگفتار.....
۳۸	اصول بی‌انتها.....
۳۹	تعهد داشتن.....
۴۱	آموزش سه نفره.....
۴۴	الگوی تغییر جهت.....
۴۴	قدرت الگوها.....
۴۵	آینه‌های اجتماعی.....
۴۶	الگوهای ما بر افراد دیگر اثر می‌گذارد.....
۴۹	پیروزی: هردو خصوصی و عمومی.....
۵۱	عادت اول: عامل باشید.....
۵۱	عادت دیدگاه‌های شخصی.....
۵۱	عامل بودن در مقابل واکنش‌پذیری.....
۵۲	زبان عامل و چرخه نفوذ.....
۵۷	عادت دوم:.....
۵۷	به صورت ذهنی از آخر آغاز کنید.....
۵۷	عادت رهبری شخصی.....

ارزش‌ها و فرمان‌ها	۵۷
کشف مأموریت شخصی شما	۵۸
بیانیه مأموریت سازمانی	۵۹
عادت سوم:	۶۱
نخست امور نخست را قرار دهید	۶۱
عادت مدیریت شخصی	۶۱
مدیریت زمان	۶۱
عادت چهارم:	۶۹
به اصل بزنید - برنده، ندیشید	۶۹
عادت رد ری میانی فردی	۶۹
اصل برنده - برنده، اصل بیچ معامله	۷۱
شجاعت و تأمل	۷۲
عادت پنجم:	۷۵
نخست بخواهید که بفهمید، آن‌گاه جایی تفاهم باشید	۷۵
عادت گفتگو	۷۵
قبل از تجویز تشخیص دهید	۷۵
کلید ارتباطات	۷۶
نگرش و مهارت همدلی	۷۷
جوابی تفاهم باشید	۷۸
عادت ششم:	۸۳
به همگان نیرو ببخشید	۸۳
عادت همکاری خلاق	۸۳
ارزش تفاوت‌ها	۸۱
همکاری و ارتباطات	۸۵
ما جهان را همانگونه که هستیم نگاه می‌کنیم	۸۶
بالاترین مهارت	۸۷
عادت هفتم:	۸۹
اره را تیز کنید	۸۹
عادت خود - نوسازی	۸۹

- ۸۹..... تیز کردن اره به معنای حفظ قابلیت تولید شخصی ماست.
- ۹۱..... نوسازی مداوم
- ۹۲..... حرکت مارپیچ صعودی
- ۹۵..... مقالات تکمیلی

مقدمه

دکتر استفان آر. کووی نویسنده مجموعه هفت عادت بازاریابی شبکه‌ای تأثیرگذار که فراهم آمده از تجربیات و تأثیرات کتاب هفت عادت افراد مؤثر نوشته‌ی خود اوست، از اصلی سخن به میان می‌آورد که درک و رعایت آنها باعث موفقیت در زندگی شخصی و حرفه‌ای می‌شود.

دکتر کاوی که دارای تخصص در زمینه‌ی رهبری مدیریت است، عوامل مؤثر در موفقیت را در هفت عادت به علاقه‌مندان عرضه می‌کند. به استفاده از این هفت عادت را در طریق موفقیت در کسب و کار حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای توضیح می‌دهد. توضیحات او از پسوانه‌ی چهل سال کار با هزاران نفر در سراسر دنیا برخوردار است.

دکتر کاوی به این پرسش که چگونه باید از این «هفت عادت برای توفیق در کار بازاریابی شبکه‌ای» استفاده کرد تا به عوامل تأثیرگذار تبدیل شویم، با استفاده از تجربیات سالیان طولانی خود پاسخ داد:

در چهل سال کار با افراد بسیاری از نقاط مختلف دنیا

بیش از آن چیزی که به دیگران یاد بدهم از آنها تأثیر پذیرفتم و به عبارت ساده‌تر تحت تأثیر آنها قرار گرفتم. گروهی که بیش از همه بر من تأثیر گذاشتند افرادی بودند که در بازاریابی شبکه‌ای فعالیت می‌کردند. افراد تأثیرگذار که تأثیرشان را انکار نمی‌کنم. به گمان من افرادی صبورند که در خدمت شرکت‌هایی هستند که محصولات و خدماتشان مستقیماً به بازارهای مردم مربوط می‌شود. این دسته از بازاریابان با دقت و ذوق و شوق فراوان به آینده‌ی مشتری‌های احتمالی خود می‌پردازند و نیازهای آنها را بررسی می‌کنند تا خودشان را با نیازهای واقعی مشتریان هماهنگ سازند. به عبارتی آن‌ها به مشتری‌های خود آزادی انتخاب می‌دهند، یعنی خودشان را در مسیر خواسته‌های او قرار می‌دهند و با عمل خود خواسته‌ی آن‌ها را تأیید می‌کنند و آن را محترم می‌شمارند.

این دسته از افراد خواهان آزادی، هم برای مشتری و هم برای خودشان هستند؛ آزادی زمانی و آزادی مالی. این شیوه‌ی تفکر و باورداشت باعث می‌شود که آن‌ها در زندگی خصوصی خودشان هم طالب تعادل باشند. تعادلی که حاصل سختکوشی و تلاش آگاهانه است.

من از طریق کار با این افراد نتیجه گرفتم که آن‌ها حاضرند برای موفقیت در کار سخت تلاش کنند، چون باور

کرده‌اند که هرکس وارد این کسب و کار شود به اندازه‌ی توانایی، آگاهی و سعی و تلاش خود به توفیق دست می‌یابد. به عبارت ساده‌تر آن‌ها اطمینان دارند که افراد برای موفقیت فرصت برابر دارند؛ فقط خودشان هستند که می‌توانند از این فرصت به نحو احسن استفاده کنند.

در انتخاب حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای کسی در مورد سن و سال، سابقه، نژاد، تحصیلات و یا حتی وضعیت مالی چیزی از شما نمی‌پرسد و به آن اهمیت نمی‌دهد، حاصل کار برای دیگران مهم است. در بازاریابی شبکه‌ای وقتی به کسی کمک می‌کنید که تمامی به جلو بردارد. تردید نداشته باشید که بازاریابی شبکه‌ای به شما پاداش می‌دهد؛ پاداشی که در شما ایجاد انگیزه می‌کند.

نویسنده در ادامه می‌گوید: من در سال‌های فراوان که در صنعت بازاریابی شبکه‌ای بودم، و از طریق سخنرانی و آموزش دادن به افراد این صنعت، سؤالات بسیاری را از زبان‌شان شنیده‌ام که بیانگر دلمسغولی آن‌ها بوده است. نگرانی‌های عمده‌ی آن‌ها که کم و بیش نزد همه مشترک است، به این صورت زیر قابل دسته‌بندی و ذکر است:

- درآمد کم است و همین درآمد هم در نوسان است، چطور می‌توانم به درآمد کافی دست پیدا کنم که گرفتاری افت و خیز آن را نداشته باشم؟

• چطور می‌توانم در گروه خود ایجاد انگیزه کنم و انگیزه‌ی آن‌ها را بالا نگه دارم؟

• چگونه می‌توانم بر ترس خود از صحبت با مردم غلبه کنم؟

چرا این همه جواب نه می‌شنوم؟

• کار زیاد است و زمان خیلی کم، چگونه می‌توانم رابطه‌ام را با اعضای گروه و خانواده‌ام در سطح عالی حفظ کنم؟

• چگونه می‌توانم روحیه‌ام را بالا نگه دارم و در دیگران هم ایجاد روحیه کنم؟

نگرانی‌های مشترک که نمونه‌ای از آن ذکر شد پیرامون دلمشغولی‌هایی می‌چرخد که من آن‌ها را به این صورت مطرح می‌کنم:

چطور می‌توانم بجای گرفتار شدن در درزها، موده و بی‌نتیجه‌ی هدر دادن وقت، خیالبافی و هراس از روبرو شدن با احتمال به یک بازاریاب شبکه‌ای مؤثر، موفق و حرفه‌ای تبدیل شوم؟

در پاسخ به نگرانی مشترک این افراد می‌توانم بگویم تجربه به من آموخته است که مؤثر بودن در هفت عادت گرد آمده است، به نظر من با این هفت عادت آنقدر باید زندگی

کرد که ذهن با آن‌ها مانوس شود و خو بگیرد. عادات و سرمشق‌ها و الگوهای رفتاری، حاصل سه جزء جدایی ناپذیر است که عبارتند از دانش، بینش (نگرش) و مهارت.

این سه جزء چون آموختنی هستند و ربطی به ارثی بودن ندارند، عادت ثانوی ما را تشکیل می‌دهند.

عادت‌هایی که نتیجه‌ی آن‌ها مؤثر بودن است از عادات مطلوب است که باید آن‌ها را حفظ و تقویت کرد اما عاداتی که حاصل آن‌ها عدم مؤثر بودن است، آموختنی نیستند و باید از آن‌ها بریز کرد.

برای توضیح در صنعت بازاریابی شبکه‌ای باید بر اساس اصول مدیریت مؤثر شخصی عمل کنید و به لحاظ طرز فکر به سطح تازه‌ای برسید که شخصیت مؤثر شما تکیه داشته باشد. به عبارت ساده‌تر از درونی‌ترین بخش خود که همان شخصیت باشد شروع کنید.

آموزش‌های بازاریابی شبکه‌ای عمدتاً مهارت و فن هستند که همه به کارتان می‌آیند ولی در مرحله‌ی اول باید از مهارت‌هایی شروع کنید که ذهنی نیستند، یعنی مؤثر بودن را از قلبتان آغاز کنید چون مؤثر بودن ریشه در قلب و خواسته‌ی قلبی دارد؛ ساده‌ترین توضیح اینکه عشق به مؤثر بودن قدمی است که برداشتن آن یعنی انگیزه و ایجاد علاقه

و لذت بردن از کار و گریز از ناامیدی.

اعمال مدیریت بر یک گروه و افزایش انگیزه در آن‌ها از نکات ظریفی است که همیشه به یک صورت انجام نمی‌شود اما چارچوب اصلی آن روابط دوستانه بین اعضا و فنون و نحوه‌هایی برای جذب افراد مستعد است.

اگر افراد گروه احساس کنند که نسبت به کار آن‌ها بی‌اعتمادی وجود دارد، در پی یافتن عامل مؤثر نباشید چون شالوده‌ای برای پی‌ریزی بنای موفقیت پایدار وجود ندارد. در نهایت باید دلت که هیچ چیز جای شخصیت خوب را نمی‌گیرد.

آنچه تحت عنوان منیت عادت مطرح شده، در واقع مجموعه اصولی است که از قوانین طبیعی اخذ شده است. موفقیت واقعی با رعایت اصول میسر است. چنانچه خواهان توفیق هستیم، باید ارزش‌ها، عادت‌ها و رفتار خود را بر اساس اصول تنظیم کنیم.

در این جا باید به موضوع نمونه و الگو هم توجه داشت که در روند کار تأثیرگذار است. منظور از الگو، تصویری است که از واقعیات بیرون در ذهن دارید. منشأ این تصاویر هم تجربه‌های شماست.

وقتی کار در جمع بازاریاب‌های شبکه‌ای را آغاز می‌کنید در قدم نخست نه تنها سردرگم بلکه نگران هم هستید، در

اینجا باید با یک نمونه و الگوی مؤثر شروع کنید. مفهوم توجه به نمونه و الگو این نیست که موارد مؤثر بی‌تغییر را در نظر بگیریم. بازاریاب‌های قدیمی، کهنه‌کار و موفق هم باید در کار خود تجدیدنظر کنند تا موفقیت و تأثیرگذاری آن‌ها بیشتر باشد.

بازاریاب‌های موفق و مؤثر هفت عادت را مورد نظر قرار می‌دهند.