

باید و نباید های یک رهبر تاثیرگذار

در بازاریابی شبکه ای

www.ketab.ir
نویسنده: شروین وفادوست

ناشر: آموزش برتر

سرشناسه: وفا دوست، شروین ۱۳۶۲

عنوان و نام پدیدآورنده: بایدها و نبایدهای یک رهبر تأثیرگذار در بازاریابی

شبکه‌ای مؤلف: شروین وفادوست

مشخصات نشر: تهران: آموزش برتر ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۱۴۶ ص

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۵۶-۷۶-۰

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

موضوع: بازاریابی - مدیریت

Marketing - Management موضوع:

موضوع: بازاریابی اینترنتی -- ایران - مدیریت

Internet marketing -- Iran -- Management موضوع:

موضوع: رهبری

Leadership موضوع:

رده‌بندی کتبی: HF ۵۴۱۵/۱۳

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۱۰۱

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۷۸۲۵۲۷۹

بایدها و نبایدهای یک رهبر تأثیرگذار در بازاریابی شبکه‌ای

نویسنده: شروین وفادوست

ویراستار: یلا سلیمانی

ناشر: آموزش برتر

چاپ و صحافی: سال

چاپ اول: مرداد ۱۴۰۰

تیراژ: ۱۰۰

قطع: رقی

مرکز پخش: تهران میدان انقلاب خ کارگر جنوبی پلاک ۹۱۶ ط اول

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۷۹۵۷۹۵۵

فهرست مطالب

۸	پیشگفتار
۱۱	مقدمه
۱۶	اهداف این کتاب
۱۷	این کتاب چگونه سازماندهی شده است؟
۱۸	تعریف یک رهبر بزرگ چیست
۱۹	نقش یک رهبر چیست
۲۱	معرفت و دانش از جانب رهبران بزرگ بازاریابی شبکه‌ای
۲۳	بهترین رهبران کسانی هستند که بر اصول تسلط دارند
۲۳	اگر افراد بالاسیری شما فوب نباشند چطور
۲۴	بهترین شیوه‌های (رهبری و مهارتی) که باید از آن‌ها اجتناب کنید
۲۶	قانون چان
۲۸	چالش افراد نفبه
۳۰	هدایت تمامی افراد
۳۱	اماره ندهید شفصیت شما مانع راهتان شود
۳۱	افراد را گرداگرد آتش جمع کنید
۳۳	بزرگ‌ترین مشکل در (رهبری بازاریابی)
۳۴	وظیفه شما به عنوان یک رهبر
۳۵	روی جذب افراد تمرکز کنید، نه تسویه افراد
۳۶	افراد مختلف با میزان تعهد متفاوت
۳۷	مانند یک مالک باشگاه ورزشی عمل کنید
۳۹	تغییر شرایط
۴۲	انسان موهودی گروه گراست
۴۳	مهم‌ترین مزایای بازاریابی شبکه‌ای

- ۴۵ چه چیزی فرهنگ مثبت را ایجاد می‌کند
- ۴۶ آموزش فرهنگ
- ۴۹ بزرگ‌ترین موانعی که افراد با آن‌ها روبرو می‌شوند
- ۵۱ مشارکت رهبران و مدیران (پزدستی)
- ۵۳ چگونه ما در تیم فودمان مشارکت ایجاد کنیم
- ۵۴ توجه فردی به افراد گروه
- ۵۵ یافتن چیزهای که افراد را قاص می‌کند
- ۵۷ رهبر و ارزش‌های اصلی
- ۵۸ نمونه بوده و تنها سرویس‌دهنده نباشید
- ۵۹ عدم ارائه خدمات بیش‌ازمد
- ۵۹ تنها برای موارد ضروری و مناسب در دسترس باشید
- ۶۰ فقط (تبه‌ها) را جشن نگرفته و به فعالیت‌ها نیز اهمیت دهید
- ۶۲ واقعیت همانندسازی
- ۶۳ اینکه پس‌از آن چه روی می‌دهد مهم‌تر است
- ۶۴ پرهیز از ممله به‌روش‌های دیگران
- ۶۶ مدل نقشی باشید که افراد می‌خواهند آن را همانندسازی کنند
- ۶۶ تشویق افراد جدید به شروع به کار
- ۶۷ آشنا سازی افراد به شیوه صمیم
- ۶۹ آموزش به سبک منطق اگر ... آنگاه ...
- ۷۰ چه کسانی را رهبری می‌کنید (چهار گروه افراد)
- ۷۲ رهبران بزرگ کارها را تسهیل می‌کنند
- ۷۴ رهبران در اعتبار بخشیدن به دیگران بغیل نیستند
- ۷۵ رهبران درونگرا و برونگرا
- ۷۸ مزیت افراد درونگرا
- ۷۹ داشتن آرشیه آموزش‌ها
- ۸۱ به انجام امور پاداش دهید نه برنامه‌ریزی برای انجام

- ۸۶ وقت شما با ارزش‌ترین دارایی شماست
- ۸۳ اختصاص تکالیف عملی به افراد
- ۸۴ وقتی افراد نتیجه نمی‌گیرند
- ۸۷ آموزش در مقابل الهام بخشی
- ۸۸ مستقل نمودن افراد
- ۹۱ دام آموزش بیش از حد
- ۹۳ افرادی در تیم که کار درست را انجام نمی‌دهند
- ۹۴ از آموزش‌های بیرونی نترسید
- ۹۹ مهم‌ترین چیزی که هر انسانی می‌تواند به انسان دیگر هدیه دهد
- ۱۰۰ آزادی زمان
- ۱۰۰ اعتمادسازی از طریق شفافیت
- ۱۰۱ قوانین شفافیت
- ۱۰۳ ایجاد فرهنگ بهتر
- ۱۰۳ استفاده از داستان‌ها برای افزایش مشارکت افراد در مراسم
- ۱۰۵ استفاده از داستان‌های قدرشناسی
- ۱۰۷ بیان داستان‌های مربوط به موفقیت‌های بزرگ و سریع
- ۱۰۷ روش بهتر برای انگیزش افراد
- ۱۰۹ بر داستان خود متمرکز شوید نه بر پول خود
- ۱۱۰ داستان شما باید همانندسازی آسان را تداعی کند
- ۱۱۱ سفت‌کوشی را بیش از حد جلوه ندهید
- ۱۱۳ مرتبط با واقعیت باشید
- ۱۱۴ انعطاف‌پذیری در انتظارات
- ۱۱۵ استفاده صحیح از رقابت و مسابقه
- ۱۱۵ هدف هر رقابت و مسابقه
- ۱۱۶ هنر پیش مسابقه
- ۱۱۷ پاداش‌ها و همانندسازی

پیشگامان توسط سیتی نور و تان سیتی جان

وقتی ما دنبال این بودیم که نام تجاری آنلاین خود را بسازیم، توسط بعضی از مشتریان به آقای شروین و تیم کاری آن‌ها ارجاع داده شدیم. ما در شش ماهه دوم سال ۲۰۲۰، ضمن مشاوره با یک شرکت آنلاین بازاریابی با شروین درحالی‌که موفق‌ترین شخص در این حوزه بود، آشنا شدیم. ما او را در بسیاری از پلتفرم‌های رسانه‌ای اجتماعی دیده بودیم و بسیار مطمئن بودیم که او می‌تواند در ارائه نام تجاری به ما کمک کند. ما پس از مشاهده‌ی تعدادی ویدئو که در آن‌ها شروین درباره‌ی یک سری نکات که در آموزش‌های خود به آن‌ها اشاره کرده بود، صحبت می‌نمود، مطمئن شدیم که فرد مناسب را یافته‌ایم. برای ما بسیار شگفت‌آور بود که او چگونه مطالب و محتوا را با توانایی خاصی نه فقط با بیان نکات برجسته بلکه با اشاره به تفاوت‌های ظریف به مخاطبان بیان می‌کند.

ما بسیار خرسندیم که از شروین برای ساخت نام تجاری خود کمک گرفتیم. دانش او درباره‌ی بازاریابی همراه با فهم و درک بالای او درباره‌ی شبکه‌ها، وی را به یک فرد خاص و نادر تبدیل می‌کند.

ما با شرکت‌های بسیار زیادی از مالکین تا رؤسای رده‌بالا کار کرده‌ایم و می‌توانیم با اطمینان بگوییم که شروین دقیقاً همان کسی بود که ما از یک رهبر فوق‌العاده انتظار داشتیم. اکثر مردم رهبران را بر اساس مقدار پولی که به دست می‌آورند و رتبه و عنوانی که در برنامه‌های شرکت دارند، شناسایی می‌کنند. شروین آنچه را که همواره آموزش می‌داد را انجام

می‌داد، اینکه رهبری مربوط به رتبه و جایگاه یا اینکه چه مقدار پول به دست می‌آورد نمی‌باشد، بلکه مربوط به انجام فعالیت‌های روزمره است که امکان پیشرفت را فراهم می‌کنند.

شروین معنای واقعی رهبری را می‌داند و همیشه با مثال رهبری می‌کند. او می‌داند که یک شخص نمی‌تواند لقب رهبر را یدک بکشد چنانچه افراد از او پیروی نکنند. شروین از طریق اخلاق کاری خود، تمایلی که به خدمت دارد و بدون شک بر اساس شیوهی رفتارش با دیگران، گروهی از پیروان را پیرامون خود جمع کرده است که او را تحسین می‌کنند.

از بین تمام دانش‌آموختگانی که در طول این ۳۰ سال افتخار کار کردن با آن‌ها را داشته‌ایم، شروین یکی از سریع‌ترین و شفاف‌ترین ذهن‌هایی را دارد که تا به حال دیده‌ایم. او استعداد بزرگی به‌عنوان مربی، مرشد و معلم دارد. همچنین یکی از فلسفه‌های اصلی این تیم این است که:

"هرگز اجازه ندهید آنچه را که باید بگویید آن قدر مهم باشد که

از آنچه دانش آموزان شما باید بشنوند، غافل شوید."

باور کنید این کتاب شامل مواردی است که باید آن‌ها را بشنوید. بارها اطلاعاتی را در طول روز به اشتراک گذاشته‌ایم و با تمام شدن روز، شروین آن فلسفه و تفکر استراتژیک آموزشی را دگرگون ساخته و به دانشجویان خود ارائه داده است.