

بازاریابی شبکه‌ای با رویکردی نوین و عملیاتی

www.ketab.ir

مؤلفین:

مهدی احمدی پناه (عضو هیات علمی دانشگاه پیام‌نور استان تهران)

دکتر شهاب بیرانوند (استادیار دانشگاه علم و فرهنگ تهران)

ندا قاضی‌جهانی (مدرس بازاریابی و فروش)

سرشناسنامه احمدی‌پناه، مهدی، ۱۳۵۶
 عنوان و نام پدید آور بازاریابی شبکه‌ای با رویکردی نوین و عملیاتی / نویسندگان: مهدی احمدی‌پناه- دکتر شهاب بیرانوند-
 ندا قاضی‌جهانی
 مشخصات نشر تهران: ترمه، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری ۱۸۴ ص.
 شابک ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۸۵۷-۹
 وضعیت فهرست‌نویسی فیفا
 موضوع بازاریابی چند سطحی
 موضوع Multilevel marketing
 شناسه افزوده بیرانوند، شهاب، ۱۳۵۵
 شناسه افزوده قاضی‌جهانی، ندا، ۱۳۶۸
 رده‌بندی دیویی ۶۵۸/۸۷۲
 رده‌بندی کنگره HF۵۴۱۵/۱۲۶
 شماره کتابشناسی ملی ۷۳۳۳۰۶۸



♦ نام کتاب: بازاریابی شبکه‌ای با رویکردی نوین و عملیاتی
 ♦ نویسنده: مهدی احمدی‌پناه، دکتر شهاب بیرانوند، ندا قاضی‌جهانی
 ♦ صفحه‌آرایی: انتشارات ترمه
 ♦ طراح جلد: روجا غمگسار
 ♦ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹
 ♦ ناشر: انتشارات ترمه
 ♦ تیراژ: ۵۰۰ نسخه
 ♦ چاپ و صحافی: دلارام
 ♦ قیمت: ۳۷۰,۰۰۰ ریال
 ♦ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۸۵۷-۹

آدرس ناشر: تهران- خ انقلاب- ۱۲ فروردین- پلاک ۲۸۶، طبقه دوم، واحد ۸

تلفن: ۶۶۹۶۱۷۶۹-۶۶۹۶۱۸۰۴

دفتر فروش انتشارات ترمه و مرکز فروش شهرستان‌ها: تهران- خ انقلاب- ۱۲ فروردین- پلاک ۲۸۶، طبقه همکف

تلفن: ۶۶۹۶۳۳۰۱-۶۶۴۸۱۵۱۴

فاکس: ۶۶۴۹۶۶۲۸

برای اطلاع از نحوه خرید اینترنتی انتشارات ترمه به وب‌سایت ما به آدرس زیر مراجعه فرمایید.

Info @ termehbook.ir

www.termehbook.ir

بباید به حقوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل دسترنج چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی است. نتیجه این عمل نادرست موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز بی‌آمدهای ناگواری در زندگی و محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کل یا جزء، به هر صورت

[چاپ، کپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی] بدون اجازه ناشر ممنوع است

مقدمه

امروزه با توجه به گستردگی جوامع و رشد تکنولوژی اطلاعات و همچنین گرانها بودن زمان در تمامی عرصه‌های زندگی، لازم است بدنبال سرمایه‌گذاری‌هایی باشیم که در کوتاه‌ترین زمان ممکن بالاترین بازدهی و درآمدزایی را برایمان به ارمغان بیاورد. بی‌شک یکی از کارهایی که می‌تواند ما را به این هدف هدایت کند بازاریابی شبکه‌ای است. بازاریابی شبکه‌ای مسیری است که می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین ریسک هر انسان با اراده‌ای را به رویاهایش برساند. بازاریابی شبکه‌ای فرصتی است که نیاز به سرمایه آنچنانی، امکانات و تجهیزات و غیره... ندارد، ولی براحتی می‌تواند هر کسی که دارای هدف و اراده و دارای ثبات قدم در رسیدن به اهدافش باشد را به مقصود برساند. دوران کارهایی که بمانند گذشته عمری در آن صرف گردد و کمترین درآمدزایی را داشته باشد به سر رسیده است. اکنون در قرن ۲۱، عصری با عدم اطمینان‌های فزاینده محیطی، با سرعت و شتاب بالا که در آن همه چیز به سرعت در حال دگرگونی و دگرگونی است باید قدر لحظه به لحظه عمر و زمانتان که بزرگترین سرمایه و دارایی شماست را بدانید و در کاری سرمایه‌گذاری کنید که در کوتاه‌ترین زمان بالاترین نتایج را کسب و با کمترین هزینه بیشترین فرصت را دریافت نمایید، کاری که شما را به آزادی مالی و استقلال مالی برساند و طی ۲ الی ۶ سال به بازنشستگی در آن برسید فقط کافیست در این راه تصویر ذهنی قوی، تفکری استراتژیک و سیستماتیک داشته باشید و ببینید آنچه که دیگران نمی‌بینند، باید عدم اطمینان‌های محیطی را زودتر، بهتر و سریع‌تر از رقبا دید و آنها را به فرصت تبدیل نمود، و با ثبات قدم استوارانه و پایدار روی ریل باقی بمانید، تا در افق بی‌کران نتورک مارکتینگ بهارش را خیلی زود تجربه کنید، و در کنار خانواده و دوستان از پیامدهای عالی آن لذت ببرید و عمرتان را ذخیره نمایید. ما خواندن این کتاب را به همه مردم از پیر و جوان و کسانی که اهداف متعالی دارند، کسانی که بزرگ فکر می‌کنند و آرزوهای بزرگ در سر می‌پروراندند و می‌خواهند در زندگی سقف‌های ذهنی خود را بردارند، کسانی که مثبت‌اندیش هستند، کسانی که زود خسته نمی‌شوند و با رویاهای بزرگشان زندگی می‌کنند، توصیه می‌کنیم.

در پایان کمال تشکر داریم از لیدرها و سفرای به نام و فرهیخته بازاریابی کشورمان، الماس‌های درخشان این بی‌کران آسمان ایران زمین، که مشوق‌های بی‌نظیری برای تکمیل این کتاب بودند، آقایان محمد عامری، احسان خسروی، مهندس محمدرضا جعفریان، مهدی ایزدی، مهندس مهدی خمان، محمد نوروزی، محمد شفیعی، سجاد باقرزاده، علی مزیکی، دکتر ابوالفضل طالبی، خانم مهندس

اعظم رجبی، آقای فرهاد مطلبی، و دیگر بزرگان نتورک مارکتینگ کشور عزیزمان ایران که از آنها فراوان آموختیم، تا با نگارش این اثر گام کوچکی در جبران زحمات این عزیزان و اعتلای بازاریابی شبکه‌ای کشورمان برداریم. همچنین از زحمات دانشجویان فعال رشته مدیریت دانشگاه پیام نور اسلامشهر، که در طول راه با کمک‌هایشان تنهائیمان نگذاشتند، و نیز از زحمات سرکار خانم سپیده احمدی در ویرایش املائی و طراحی شکل‌های کتاب و مدیریت محترم انتشارات ترمه سرکار خانم غمگسار کمال تشکر و قدردانی را داریم.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

۱	فصل اول. بازاریابی
۱۳	فصل دوم. مفاهیم بازاریابی شبکه‌ای
۲۷	فصل سوم. مدیریت رفتار مصرف‌کننده
۳۵	فصل چهارم. فروش در نتورک مارکتینگ
۶۷	فصل پنجم. چگونگی مدیریت تیم‌ها
۷۷	فصل ششم. ارتباطات در تیم‌سازی
۸۹	فصل هفتم. مراحل ساخت بازاریابی شبکه‌ای
۱۳۹	فصل هشتم. رموز موفقیت و دلایل شکست در بازاریابی شبکه‌ای
۱۶۳	ضمیمه
۱۶۶	اصطلاحات
۱۶۹	منابع
۱۷۳	سایت‌های اینترنتی