

الفبای بازاریابی شبکه‌ای (۱)

چطور بدون اینکه خانواده و دوستان خود را فراری دهیم

به درآمد کلان برسیم

مارک یارنل	دِرک هال
والری بیتس	شَلِبی هال

ترجمه‌ی

علی معتمد

محمد خضرزاده

انتشارات رخداد کویر



۱۳۹۴

سرشناسه:	یارنل، مارک، ۱۹۵۰ - م.	Yarnell, Mark
عنوان و نام پدیدآور:	الفبای بازاریابی شبکه‌ای / مارک یارنل، والر بیتس، دِِرک هال، شِلِبی هال	
مشخصات نشر:	مهریز: رخداد کویر، ۱۳۹۴.	
مشخصات ظاهری:	۱۷۶ ص. : جدول.	
شابک:	ج. ۱: 978-600-95162-6-1 ؛ دوره: 8-7-978-600-95162-7-8	
وضعیت فهرست نویسی:	فیبای مختصر	
یادداشت	عنوان اصلی: How to Become Filthy, Stinking Rich Through Network Marketing.	
مندرجات ج. ۱:	چطور بدون اینکه خانواده و دوستان خود را فراری دهیم به درآمد کلان برسیم	
شناسه افزوده:	معمدی، علی، ۱۳۶۱-	
شناسه افزوده:	خضرزاده، محمد، ۱۳۵۴-	
شماره کتابشناسی ملی:	۳۸۰۱۷۳۵	



الفبای بازاریابی شبکه‌ای (جلد ۱)
 How to Become Filthy, Stinking Rich Through Network Marketing Without Alienating Friends and Family

مؤلفان: مارک یارنل، والر بیتس، دِِرک هال، شِلِبی هال

مترجمان: علی معتمدی، محمد خضرزاده

ویراستار: علی معتمدی

طراح جلد: علی تیموری

شمارگان: ۱۵۰۰

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۴

تلفن: ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

قیمت: ۹۰۰۰ تومان

حق چاپ برای انتشارات رخداد کویر محفوظ است.

فهرست

سیاسگزان	۵
مقدمه	۷
بخش ۱ چر بازارابی شبکه‌ای	۱۵
فصل ۱ چطور یک صدمت رشد شما را پولدار می‌کند	۱۷
فصل ۲ بازارابی شبکه‌ای بر روی انجمن جمعیتی‌ها	۳۱
فصل ۳ مهم‌ترین تصمیم در بازارابی شبکه‌ای	۴۳
فصل ۴ لازم نیست که دوستان و اعضای خانواده‌تان را برنجانید	۶۵
فصل ۵ چگونه زنان بازارباب پولدار می‌شوند	۸۱
فصل ۶ پول تنها انگیزه‌ی بزرگسالان نیست	۱۰۷
فصل ۷ مدل توزیع آینده	۱۱۹
بخش ۲ جعبه‌ابزاری برای شتاب گرفتن	۱۳۷
فصل ۸ راه‌های عملی ساختن یک کسب‌وکار پرسود	۱۴۱
درباره‌ی نویسندگان	۱۷۳

مقدمه

مارک یارنل

علی معتمدی

به لطمه بازاریابی شبکه‌ای، دلنشین زندگی کرده‌ام. البته اولش این جور نبوده. مثل اکثر رفقای انفجار جمعیتیم^۱، من هم تا ۳۶ سالگی چشم‌بسته دروغی را قبول کردم. طبق آن زندگی کردم: فکر می‌کردم باید بین کمیت مادی و کیفیت زندگی یکی را انتخاب کنم. در اصل، یا باید قید لحظه‌های ارزشمند در کنار عزیزان را می‌دم، یا آزادی فردیم را می‌دادم و، عوض آن، یک شغل معمولی با حداقل حقوق به دست می‌آوردم. هر دو سناریو را امتحان کردم، ولی با هیچ کدام نال کامیاب نشدم.

وقتی در بیست و چندسالگی، با ۶۰ ساعت کار در هفته، به موفقیت مالی رسیدم، نومیدانه دنبال زمان بودم که کمی بیشتر کنار خانواده‌ام باشم. بعد از عوض کردن چند شغل و خروج از صنعت اربابیل و رفتن به حرفه‌ی کشیشی، دیدم یک عالمه وقت دارم، ولی پول ندارم. آن‌ها و کله‌ی بازاریابی شبکه‌ای پیدا نشده بود، مطمئنم، مثل اکثر دوستانم، با اعتماد به

۱. baby boomers، به هفتاد و شش میلیون آمریکایی‌ای گفته می‌شود که بعد از جنگ جهانی دوم و بین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴ به دنیا آمده‌اند. این جمعیت، به دلیل حجم انبوه خود، تأثیرات اقتصادی، فرهنگی، و اجتماعی بزرگی بر ایالات متحده و کل جهان داشته است. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کنونی این نسل مسائل اقتصادی است. م.

این دروغ معروف به زیر خاک می‌رفتم. ولی در ۲۵ سال گذشته - به برکت بازاریابی شبکه‌ای - هم ثروت داشته‌ام و هم وقت آزاد.

خوشبختانه، یکی از دوستان نزدیک و عضو کلیسا در آوریل ۱۹۸۶ سراغ من آمد و بازاریابی شبکه‌ای را به من معرفی کرد، آن هم درست موقعی که بانک مدام تهدید می‌کرد که ماشین دست‌دوم من را ضبط خواهد کرد. چون مدرک دانشگاهی نداشتم که به آن دل خوش کنم و وقت کافی هم برای حل این بحران نداشتم، تصمیم گرفتم که این صنعت را امتحان کنم. قمار خطرناکی بود. آن موقع برای پرداخت صورت‌حساب‌هایم هم باید پول قرض می‌کردم. برای این کار به دوستان در کسب‌وکار خودم سرمایه‌گذاری کنم، باید بیشتر قرض می‌کردم. دل‌انگیز بود، به قول معروف، بقیه‌اش معلوم است. ظرف یک سال، درآمد من ۱۰ برابر پولی شد که در تمام شغل‌های قبلم به دست می‌آوردم. تازه، وقت آزادم آن قدر شد که به اسپن در کلورادو نقل مکان کردم؛ آنجا می‌توانستم هر قدر دلم می‌خواست اسکی روی برف و کایت‌سواری کنم.

بازاریابی شبکه‌ای وسیله‌ای بود که توانستم با آن به آزادی در هر دو حوزه‌ی ثروت شخصی و زمان فردی برسم. سال اول همراه بود با جدت‌طلبی و تن‌آسانی. در این مدت زندگی‌م صرف ورزش مفرط و وسایل سرگرمی گران شد. اما، هرچه به پایان آن سال نزدیک می‌شدم، رفته‌رفته احساس بی‌ارزشی می‌کردم. شکاف ژرفی بود که نمی‌توانستم با داشته‌های مادی آن را پُر کنم. احساس کردم دارم وقت آزادم را ضایع می‌کنم. اینجا بود که تصمیم گرفتم به سر کارم برگردم.

از آنجا که تمرکز من را روی ساخت مجموعه‌ی بازاریابی شبکه‌ایم گذاشته بودم، با دفتر خانگی^۱ تماس گرفتم تا ببینم کوچک‌ترین گروه توزیع‌کننده‌ی مجموعه‌ام در کجاست؟ معلوم شد در جکسون ویل فلوریدا است. پس به آنجا رفتم و یک سال وقت صرف جذب افراد جدید کردم.

در چند سال بعد از آن، بارها نقل مکان کردم، و وقت آزاد و درآمد مدام بیشتر می‌شد. الان که فکرش را می‌کنم، احتمالاً دنبال یک درمان جغرافیایی برای ملالت بودم — که هیچ‌وقت هم پیدا نشد. ولی در این میان، به تدریج مقاله‌هایی درباره‌ی بازاریابی شبکه‌ای برای مجله‌ها نوشتم. در سال ۱۹۹۶، یک ناشر بزرگ از من خواست که کتابی درباره‌ی صنعت خودمان بنویسم.

آن موقع، فکرش را نمی‌کردم که آن کتاب — به اسم *سال اول شما در بازاریابی شبکه‌ای*^۲ — کتاب رفرش بین‌المللی شود. ولی شد؛ من هم بر اثر آن در کشورهای زیادی معروف شدم. ایده‌های کمی این بخت را دارند که عمر مفید کتابشان بیشتر از چند ماه باشد و آنهایی که برنامه می‌ریزند تا کتابی بنویسند خیلی زود متوجه واقعیت جالبی می‌شوند: ایده‌ها، مانند فناوری، سرانجام منسوخ می‌شوند. من به شمار زیاد خلاقانده‌ایم افتخار می‌کنم و از آنها ممنونم، ولی من آن کتاب را وقتی نوشتم که هیچ‌کس هنوز وبگاهی^۳ نساخته بود، پیامی نفرستاده بود، یا ایمیلی دریافت کرده بود من آن را قبل از ترکیدن حباب فناوری در روزهای خوش قبل از ۱۱ سپتامبر نوشتم. آن موقع بازاریابی شبکه‌ای موجود دیگری بود.

1. home office

2. Your First Year in Network Marketing

3. website

به همین دلیل، من و هم‌مؤلفانم این کتاب را نوشته‌ایم؛ کتابی که مربوط به بازاریابی شبکه‌ای در هزاره‌ی جدید و اساساً متفاوت است. با وجود هزاران شرکت برای انتخاب، و میلیون‌ها نفر گرفتار نابسامانی مالی، شفافیت و سخت‌کوشی مقتضی بیش از هر زمان دیگری ضروری است. پرسش‌های زیادی است که باید به آنها پرداخت. ما قصد داریم در صفحات بعدی به این پرسش‌ها پاسخ دهیم.

بیایید این پرسش بحث‌انگیز شروع کنیم: در زمینه‌ی مالی چه حق انتخاب‌هایی داریم؟ به غیر از بازاریابی شبکه‌ای، چه راه دیگری سراغ دارید که سرمایه‌ی کافی جمع کنید؟ سودگی بازنشست شوید؟ چه برنامه‌ای برای قرض‌های فعلی خود دارید؟ آیا پرداخت مقدار مالیاتی که می‌پردازید راضی هستید؟ احساس‌تان راجع به این واقعیت چیست که بسیاری از این دلارهای مالیاتی برای دادن کمک‌هزینه‌های سنگین به رهبران شرکت‌ها استفاده می‌شود، چون دولت به این نتیجه رسیده است که بعضی از شرکت‌ها "آن قدر بزرگ هستند که نباید ورشکست شوند". آیا می‌شود اگر قیمت بنزین گالنی ۱۰ دلار شود؟ اگر اتفاق یا بیماری غیرمنتظره‌ای پیش بیاید، آیا می‌توانید چندین سال بدون کار کردن امورات خود را بگذرانید؟

حالا سؤال‌های ویژه‌تر و معطوف به موضوع کتاب را مطرح کنیم: اگر به این نتیجه برسید که این صنعت به مراتب از وال استریت، املاک، یا خرید و فروش یک‌روزه^۱ امن‌تر است، آیا می‌دانید چطور یک شرکت مجاز بازاریابی شبکه‌ای را انتخاب کنید؟ آیا فرق بین دسیسه‌ی هرمی و شرکت فروش

مستقیم قانونی را می‌دانید؟ آیا می‌دانید یک شرکت چقدر سرمایه نیاز دارد که بتواند در سطح بین‌المللی گسترش یابد؟ اگر وارد یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای سهامی عام شوید پول بیشتری گیرتان می‌آید یا نوع خصوصی آن؟ آیا از مزیت‌های مالیاتی داشتن کسب‌وکار خانگی اطلاع دارید؟ اگر ندارید، چه کسی به شما یاد خواهد داد؟ نقش بالادستی، یا همان کسی که شما را وارد رارابی شبکه‌ای می‌کند، در موفقیت‌تان چقدر مهم است؟ اگر او خود را تازه‌کار باشد چه می‌کنید؟ اگر دیگر دوست یا عضوی از خانواده‌تان باقی نماند به کار به او معرفی کنید، یا نخواستید در ابتدای کار سراغ آنها بروید، چطور مشتاق احتمالی پیدا می‌کنید؟ چطور می‌توانید بدون فراری دادن اعضای خانواده و دوستان خود کسب‌وکارتان را بنا کنید؟ آیا باید جلسات‌تان را در خانه برگزار کنید؟ در هتل؟ آیا می‌توانید کسب‌وکارتان را اینترنتی گسترش دهید؟ آیا واقعاً امکان هست که پیش‌بینی کرد یک شرکت دوام خواهد آورد یا نه؟

دست‌های سوم سؤالات باید به افراد فعال در این حوزه‌ی خاص و مهارت‌هایی که نیاز دارند بپردازد: بهترین راهکار برای جذب اعضای جدید چیست؟ آیا می‌دانید چطور و چرا این همه زن میلیون‌ها دلار در این صنعت پول درمی‌آورند؟ چطور می‌توانید به بهترین نحو بر اینرسی و ترس‌هایی که سد راه بسیاری از مالکان کسب‌وکار مستقل هستند غلبه کنید؟ برای درست کردن یک کسب‌وکار به چه قابلیت‌های کلیدی نیاز است؟ چه برخوردی با افراد و شرایطی که مانع پیشرفت شما هستند باید داشته باشید؟ چطور می‌توانید به بهترین نحو مجموعه‌ی خود را رهبری و تشویق، و به زیرمجموعه‌ی خود خدمت کنید؟ چطور می‌توانید بر ترس نه شنیدن غلبه

کنید؟ آیا بازاریابی شبکه‌ای فقط پول است، یا آیا از مسائل مالی فراتر می‌رود؟

این کتاب به تکتک این پرسش‌ها می‌پردازد، و پاسخ‌های اثبات‌شده و عملی را در اختیار شما می‌گذارد. همچنین، ابزارهایی به دست شما می‌دهد تا کمک آنها پیشرفت کنید.

منطقی است که بگوییم، به احتمال خیلی زیاد، ما چهار مؤلف در سال ۲۰۵۰ زنده نخواهیم بود. با اینکه غیرممکن است که با نگاه به گوی بلورین بتوان آینده‌ی ما را پیش‌بینی کرد، ولی ما می‌توانیم با توجه به واقعیت موجود دیدگاهی خوشبینانه به شما عرضه کنیم و با قطعیت مطلق بگوییم که هیچ زمانی بهتر از الان برای پیوستن به حرفه‌ی ما وجود نداشته است. اینکه این ادعا تا کی اعتبار خواهد داشت کسی نمی‌داند؛ ولی امروز کسب ثروت و وقت آزاد در بازاریابی شبکه‌ای کاملاً ممکن است.

این کتاب راهنمای ساده و آسان‌فهمی برای شما عزیزان تان است. هیچ وضعیتی ثابت و همیشگی نیست؛ ولی امروز، بهتر از هر زمان دیگری، بازاریابی شبکه‌ای فرصتی است برای ثروت‌آفرینی بی‌شروع و مجاز. شما نقشه‌ی راهی در دست دارید که مقصد آن موفقیت شگرف است.

دیگر دروغ بزرگ را باور نکنید. راستش این است که می‌توان هم کیفیت زندگی را داشت و هم کمیت مادی را. لازم نیست یکی را قربانی دیگری کنید. من ۲۵ سال به همه‌ی بهانه‌ها گوش داده‌ام، بعضی از نزدیک‌ترین دوستانم من را به خاطر «کار در این شرکت‌های هرمی» مسخره کرده‌اند. ولی، در ۲۵ سال گذشته، افراد زیادی زندگیشان را هر روز در ترافیک حرام کرده‌اند، در حالی که من وقتم را در خانه‌ام گذرانده‌ام. اکثر کسانی که در

زندگیم با آنها برخورد کرده‌ام حتا گذرنامه دستشان نگرفته‌اند؛ من دوتا گذرنامه تمام کردم و مجبور شدم به هر دوشان صفحاتی اضافه کنم، چون آن قدر مُهر مسئولان مهاجرت کشورهای مختلف در تمام قاره‌ها روی آنها خورده بود که دیگر جا برای مُهر جدید نداشتند.

مدک تحصیلی نبود که به من امکان داد بتوانم دوره‌ی بازاریابی شبکه‌ای با گامی نهمی دانشگاهی را تدریس کنم. کلاس‌های دانشگاهی در رشته‌ی روزنامه‌نگاری نبود که من را قادر ساخت کتابی پرفروش در سطح بین‌المللی بنویسم. سه روز شانس مال استریت هم نبود که با آن به ثروتی برسیم که بتوانم یک سال کلاس را در جر استاد سوئیس زندگی کنم. روابط سیاسی نبود که به من و همسر من برای خرید بخت را داد که در آپرایی در اوکراین در لژ بیل و هیلاری کلینتون بنشینم. به ارث ثروت پدر و مادرمان هم نبود که توانستیم یک قایق تفریحی بخریم و وفات خوشی را با دوستان خوبمان در جزایر بریتیش ویرجن سپری کنیم.

ما می‌توانستیم یک فصل کامل را به دارایی‌های پنهانی حرقه‌ی بازاریابی شبکه‌ای اختصاص دهیم. کمترین آن رابطه‌های دوستی بدین است. بهترین نمونه‌ی این چنینی برای ما خانواده‌ی دونی و داین واکر و بچه‌ها و نوه‌ی ایشان است. سال‌ها پیش، ما با هم چند صبحی در یک شرکت با هم بودیم. بعد مسیرمان جدا شد. با وجود این، مرتباً با هم در تماس هستیم. ارزش‌های مشابهی داریم، و تأکید داریم که بعد از کار روزانه با خانواده‌هایمان وقت‌مان را بگذرانیم. ما نمی‌توانیم روی ارزش دوستی آنها قیمت بگذاریم. در دنیای ما، ارزش دوستی‌ها را نمی‌توان با پول سنجید. خانواده‌ی واکر بازاریابان

شبکه‌ای بزرگ و انسان‌های فوق‌العاده‌ای هستند. به لطف بازاریابی شبکه‌ای است که آنها وارد دنیای شخصی ما شده‌اند.

همه‌ی این تجربه‌های شگفت‌انگیز به برکت بازاریابی شبکه‌ای نصیب ما شده‌اند. کتابی که در دست گرفته‌اید حاصل دهه‌ها فعالیت و تفکر در این حرفه‌ی شگفت‌انگیز است. اینکه با این اطلاعات چه کار می‌کنید به خودتان مربوط است، ولی اجازه می‌خواهم یک چیز را بگویم: من زندگی عالی‌ای داشتم، ولی اگر در آغاز کار به این اطلاعات دسترسی داشتم و، به جای سعی و خطا، این کتاب را می‌خواندم و مطالعه می‌کردم، می‌توانستم دوبرابر این موفقیت را در نصف زمان به دست آورم. من این نقشه‌ی راه را نداشتم، ولی شما داریم. آن را بخوانید و به عمل پیاده کنید — موفقیت‌تان را ما تضمین می‌کنیم.