

بهترین سال شما در

# بازاریابی چند سطحی

مارک یارنل

ترجمه‌ی  
پرستو شوکتی

ویراستار  
بردیا شامرادی

|                     |                                                    |
|---------------------|----------------------------------------------------|
| سرناسه              | : یارنل، مارک، ۱۹۵۰ م. Yamell, Mark                |
| عنوان و نام پدیدآور | : بهترین سال شما در بازاریابی چند سطحی             |
| مشخصات نشر          | : تهران: زمینه، ۱۳۹۴.                              |
| مشخصات ظاهری        | : ۱۷۲ ص.                                           |
| شابک                | : 978-600-95569-1-5                                |
| وضعیت فهرست نویسی   | : فیپای مختصر                                      |
| یادداشت             | : عنوان اصلی: YOUR BEST YEAR IN NETWORK MARKETING. |
| یادداشت             | : چاپ قبلی: پردیس دانش، ۱۳۸۸.                      |
| شناسه افزوده        | : شوکتی ماسوله، پرستو، ۱۳۵۶ -                      |
| شناسه افزوده        | : شانمرادی، بردیا، ۱۳۵۷ -                          |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۳۸۷۴۳۳۳                                          |

● بهترین سال شما در بازاریابی چند سطحی

ناشر: زمینه  
نویسنده: مارک یارنل  
مترجم: پرستو شوکتی  
ویراستار: بردیا شانمرادی  
حروفچین و صفحه‌آرا: امید میدکاظمی  
ناظر چاپ: فهیمه امامی  
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۴  
تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه  
قیمت: ۱۰۵۰۰ تومان  
کلیه حقوق این کتاب رود ناشر محفوظ است.  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۵۶۹-۱-۵

## فهرست

|     |                                             |
|-----|---------------------------------------------|
| ۷   | ❖ پیش گفتار                                 |
| ۱۹  | فصل اول: اهدافی که ارزش دنبال کردن را دارند |
| ۲۹  | فصل دوم: خلاقیت در برابر تکثیر              |
| ۴۱  | فصل سوم: فهرست مشتریان احتمالی              |
| ۵۱  | فصل چهارم: ابزار مناسب                      |
| ۶۱  | فصل پنجم: تعداد، تعداد، تعداد               |
| ۶۹  | فصل ششم: روش                                |
| ۸۳  | فصل هفتم: شراکت                             |
| ۹۱  | فصل هشتم: چهارچوب ذهنی                      |
| ۹۹  | فصل نهم: حفظ چهارچوب ذهنی                   |
| ۱۰۹ | فصل دهم: مفاهیم تغییر ذهنیت                 |
| ۱۶۳ | فصل یازدهم: هنر رزم                         |
| ۱۶۹ | ❖ سخن آخر                                   |

## پیش گفتار

زندگی عالیست. به تازگی سومین بهترین سالم در سی سال گذشته را پشت سر گذاشتم. دوستان خوبی دارم، خانواده‌ای فوق‌العاده، مقدار زیادی پول و کسب و کاری جدید؛ اما هنوز کار نیمه‌تمامی دارم که باید انجامش بدهم.

نمی‌توانم به موفقیت‌های قبلی دلگرم باشم. بنابراین تصمیم گرفتم این کتاب جدید و کاملی را که در دست دارید، بنویسم.

«اولین سال شما در بازاریابی چندسطحی»<sup>۱</sup> با سرعتی بی‌سابقه در حال فروش است، اما من در حال حاضر زمان زیادی را صرف جمع‌آوری نظریاتی که هفت سال پیش اعتبار داشتند و امروزه معنایی ندارند، می‌کنم.

برخی از نویسندگان در بازاریابی چندسطحی، که تنها انگیزه‌شان پول است، به رواج اطلاعات سطحی قانعند، اما من چنین نویسنده‌ای نیستم. این کار را به خاطر پول انجام نمی‌دهم، چون به اندازه‌ی کافی ثروتمندم.

این کتاب را نوشته‌ام تا حقایق را درباره‌ی آخرین پیشرفت‌ها در بازاریابی چندسطحی به اطلاع همه برسانم.

کتاب‌های قبلی‌ام راهنمای دوام آوردن بودند؛ اولین اصلی که هر شبکه‌ساز تازه‌کار باید آن را بداند. حال در این کتاب می‌خواهم با ارائه‌ی شیوه‌ای روشن و صریح، به شبکه‌سازان کمک کنم تا ثروتی کلان خلق کنند.

می‌خواهم پس از گذراندن اولین سال و دوام آوردن، بهترین سال خود را در بازاریابی چندسطحی تجربه کنید. اگر هدف شما این است که سالانه یک میلیون

---

۱. این کتاب در ایران با عنوان تنها راز موفقیت، دوام آوردن به چاپ رسیده است.

دلار یا بیشتر درآمد داشته باشید و زندگی خود و دیگران را ارتقا بدهید، این کتاب برای شما مناسب است. و اگر می‌خواهید در مورد شکست‌هایی که در زندگی هر شبکه‌ساز جدید رخ می‌دهد، داستان‌های آموزنده‌ای بخوانید، کتاب‌های قبلی‌ام را ورق بزنید.

### یارنل، در پی چه هستی؟

در این کتاب، مطالب بسیاری را از اسطوره‌های واقعی و معتبر در این صنعت، خواهید آموخت. اکثر آن‌ها به مدت یک دهه یا بیشتر با یک شرکت کار کرده‌اند و به خوبی می‌دانند که برای درآمد کلان باید چه چیزهایی را بدانید. من داستان‌های آن‌ها را برای «راهنمایی» شما آورده‌ام، نه این‌که فقط باعث سرگرمی شما بشوند. اگر کتاب‌های قبلی بقای توزیع‌کنندگان جدید را تضمین می‌کرد، این کتاب واقعاً راهی به سوی ثروت کلان است.

این کتاب واضح و مختصر است و برای مطالعه در اوقات فراغت شما نوشته نشده است. می‌خواهم حداقل ماهی ۱۰۰ هزار دلار درآمد داشته باشید، دوست ندارم شش ماه بعد به من زنگ بزنید و بگویید که اتومبیل‌تان را توقیف کرده‌اند. در این کتاب اطلاعاتی را به شما ارائه می‌دهم که درآمدتان را تا حدی که در خواب هم نمی‌دیدید، افزایش دهد. این ایده‌ها کار می‌کنند، اگر که شما کار کنید. خبر خوب این‌که اگر یکی دو سال این ایده‌ها را وفادارانه اجرا کنید، دیگر نیازی نخواهید داشت که پول‌تان را برای کتاب‌های «چگونه باید...» هدر بدهید. شما دیگر موفق شده‌اید.

اگر آماده‌اید، فکر کردن درباره‌ی پولدار شدن را متوقف کنید و برای پولدار شدن دست به کار شوید؛ این کتاب بلیط شماست. روز اول شما در شبکه‌سازی حرفه‌ای وقتی شروع می‌شود که خواندن فصل اول را آغاز کنید. این‌که چند سال در این کسب و کار مشغول به کار بوده‌اید، اهمیتی ندارد.

امروز، از نو شروع کنید. هر فصل، قدم دیگری در راه رسیدن به ثروت کلان است. چیزهایی را که قبلاً یاد گرفته‌اید، فراموش کنید. اگر موفق شوید به این دلیل نیست که مثل من کار کرده‌اید. شما موفق می‌شوید چون یاد می‌گیرید چگونه از ظرفیت ذاتی و توانایی‌های خود بهره ببرید.

هیچ فصلی را نخوانده رها نکنید و تا به چیزهایی که خوانده‌اید عمل نکرده‌اید، سراغ فصل بعدی نروید. سعی نکنید میان‌بر بزنید. اگر می‌بینید در ذهن خود در حال جدل با من هستید و وسوسه می‌شوید یک قدم را حذف کنید، این را بدانید که من در یک شرکت، پانزده میلیون دلار درآمد داشته‌ام و شما نه. شیوه‌ی شما موفق نبوده و گرنه حالا روی مبل نشسته بودید و مجله‌ای را برای سرگرمی ورق می‌زدید، نه این کتاب را.

### چرا بسیاری از افراد شکست می‌خورند

علت شکست بیشتر وقت‌ها این است که افراد ترجیح می‌دهند برنده باشند تا درست کار کنند. من سال‌ها با چنین افرادی زندگی کرده‌ام. این نبردی نیست که بتوانید در موردش با من جدل کنید. شما در یکی از خوش‌آیندترین زمینه‌های مشاغل آزاد قرار دارید و بهتر از این نمی‌تواند باشد.

احتمالاً خانواده‌ی شما حتی اندکی هم از آنچه را که لایقش هستند، ندارند، البته دلیلش این نیست که شما بی‌دست و پا هستید. در واقع، شاید به این دلیل است که برای خوش‌بختی، زیادی باهوش هستید. فقط این دفعه، لطفاً اول گوش کنید و بعد اقدام کنید.

نگران نباشید. زمانی که سالی یک میلیون دلار درآمد داشته باشید، اعتبار لازم را به دست می‌آورید. حتی لازم نیست کسی بداند که این کتاب را خوانده‌اید یا از روش من پیروی کرده‌اید.

شما قهرمان خواهید بود، اما اول باید دست از غرورتان بردارید و به اندازه‌ی کافی به کاری که نکرده‌اید توجه داشته باشید. سخت‌ترین کاری که تا به حال انجام داده‌ام این بوده که دهانم را ببندم و به کسی که بیشتر از من می‌دانسته، گوش کنم.

من این کار را کردم، حالا نوبت شماست. وقتی که مقدمه را خواندید، به فصل اول بروید و شروع کنید.

### این کتاب بحث‌انگیز خواهد بود

این کتاب تا حدی بحث‌برانگیز خواهد بود چون قصد دارم حقایقی را در مورد عملکرد مردم در صنعت بازاریابی چندسطحی، بیان کنم. فکر می‌کنم

زمانش فرارسیده است. همچنین می‌خواهم به توزیع‌کنندگانی که در شرکت‌های قدیمی‌تر کار می‌کنند یاد بدهم چگونه با تحول در کارشان ثروتمند شوند. بعضی از شرکت‌ها از این حقایق رنجیده‌خاطر خواهند شد، چون ترجیح می‌دهند در منطقه‌ای امنی بمانند که در آن ناظران دولتی را به فاصله‌ی یک دست از خود نگه می‌دارند و باعث می‌شوند توزیع‌کنندگان از توجه به خودشان باز بمانند. توزیع‌کنندگان، کارآفرینان مستقلی هستند که باید هرچند سال یک بار خود را بازنگری کنند تا از رکود در امان بمانند. این به عهده‌ی افرادی مثل ماست، نه رهبران شرکت.

این کتاب به افرادی تقدیم می‌شود که آن‌قدر شجاعت دارند که کنترل زندگی خود را در دست بگیرند و در شرکت کنونی‌شان امپراتوری خود را بسازند یا شرکت جدیدی بیابند که مجال چنین کاری را به آن‌ها بدهد.

معمولاً شبکه‌سازان پس از مدتی اشتیاق خود را از دست می‌دهند و بقیه‌ی حرفه‌ی خود را به مراقبت از چند هزار دلار درآمد ماهانه سپری می‌کنند، در حالی که می‌توانستند درآمدی میلیونی داشته باشند. یا این‌که از کار کناره می‌گیرند و به بازی با پول‌هایی می‌پردازند که در عرض شش ماه جمع شده است. شما انتخاب دیگری را در این کتاب خواهید آموخت.

من همه چیز را در این کتاب، ساده کرده‌ام، چون شما به عضوگیری و فروش محصولات نیاز دارید، نه به مطالعه. هر فصل برای تکمیل با یک تمرین یا خلاصه‌ی فصل تمام می‌شود. پس مسیر را دنبال کنید.

## مقدمه

هر شبکه‌ساز بزرگی، اول یک شبکه‌ساز بی‌دست و پا بوده است. با این حال آن دسته از ما که به اندازه‌ی کافی تجربه داریم و سخت کار کرده‌ایم تا به درآمدهای کلان برسیم، اغلب مقام یک ستاره‌ی سینما را به دست آورده‌ایم.

بعضی از مردم در مجامع عمومی از ما می‌خواهند با آن‌ها عکس بگیریم در حالی که بقیه در جای خود باقی می‌مانند، انگار که به اندازه‌ی کافی لیاقت نزدیک شدن به ما را در خود نمی‌بینند. برخی از رهبران با مرموز نگه داشتن خود و نمایش دادن پول‌شان با اسباب‌بازی‌هایی که دارند، در این امر مؤثرند.

آن‌ها آخرین مدل اتومبیل‌های اسپورت، خانه و قایق‌های بزرگ می‌خرند و در

کنفرانس‌ها جولان می‌دهند، طوری که گویی دیکتاتورهای ملل جهان سومی هستند. من هم این کار را کرده‌ام. از بیانش بیزارم، اما من هم درست همین کارها را کرده‌ام.

با این‌که نمایش ثروت در جهانی که این‌قدر پول-محور است، طبیعی به نظر می‌رسد، اما بسیار مهم است که رهبران هر دو جنبه‌ی داستان بازاریابی چندسطحی را معرفی کنند. همه‌ی ما مرتکب اشتباهاتی شده‌ایم که می‌تواند و باید توسط کسانی که از ته دل آرزوی رسیدن به سطح موفقیت ما را دارند، اجتناب شود.

در اواخر دهه‌ی ۹۰، هر چه به سفرهای بیشتری برای سخنرانی در گردهمایی‌های شرکت می‌رفتم، این مسأله برایم روشن‌تر می‌شد. عموماً کسانی که در سال اول دوام آورده ولی متحیر بودند که سرانجام چه زمانی بهترین سال خود را خواهند داشت، به من نزدیک می‌شدند.

بسیاری از رهبران در نبردهای سال اول دوام آورده بودند تا ببینند چه زمانی می‌توانند با خیال راحت صورت حساب‌های‌شان را بپردازند و درآمد آبرومندانه‌ای در بازاریابی چندسطحی داشته باشند.

### یک سال تجربه‌ی چندباره

متأسفانه اگر رشد و آموزش را ادامه ندهید، در عرض یک سال یک چیز را پنج بار تجربه می‌کنید، به جای این‌که پنج سال همراه با رشد و پیشروی داشته باشید. می‌خواهم این سال، بهترین سال شما باشد.

کار راحتی نیست که وقتی مرد یا زنی به موفقیت چشمگیری رسید به عقب بازگردد و شکست‌های شرم‌آور خود را بازگو کند. همه دوست دارند به نکاتی اشاره کنند که موجب موفقیت‌شان شده است.

متأسفانه زمانی که اسطوره‌ها از بیان خطاهای خود طفره می‌روند، دیگران محکومند که آن‌ها را تکرار کنند. بهترین سال من در بازاریابی چندسطحی، سالی نبود که بیشترین درآمد را کسب کردم.

رفاه مالی تنها بخشی از معادله است. بهترین سال من زمانی بود که توانستم آرامش و تعادل واقعی را تجربه کنم. بهترین سال من از یک طرز تفکر حاصل شد نه از یک مرسدس. بی‌شک آن می‌توانست پنج سال پیش، با کمی برنامه‌ریزی استراتژیک و بینش، رخ دهد. بینشی که حالا در این کتاب معرفی می‌کنم.

«کلارا مک درموت»<sup>۱</sup> که از نظر من بزرگ‌ترین زن تمام اعصار در بازاریابی چندسطحی است، در سال اول به من پندی داد. او تأکید داشت که هیچ پولی برای زندگی تجمعی خرج نکنم تا زمانی که دست‌کم به مدت دو سال موفقیت داشته باشم. البته من به حرف او گوش نکردم. مربی من، ریچارد کال<sup>۲</sup>، به من گفت که پولم را عاقلانه سرمایه‌گذاری کنم، به‌هیچ‌وجه این کار را نکنم. تعدادی از رهبران برجسته به من گفتند که برای اجرای جلسات در سرتاسر کشور پول صرف نکنم، و من کردم.

یک سال، به عنوان پاداش برای زیرمجموعه‌هایم، مسابقه‌ای برای عضوگیری برگزار کردم که جایزه‌اش یک «لکسوس» نو بود. همه بالاسری‌هایم به من گفتند که این کار حماقت است. آن‌ها راست می‌گفتند.

دوستان و خانواده‌ام گفتند که بیش از حد اضطراب دارم و این‌که با کار زیاد در هفته عاقبت از پا می‌افتم و همین‌طور هم شد. زمانی که سرانجام به فرسایش شدید رسیدم، به جای این‌که در زندگی‌ام هماهنگی ایجاد کنم، برخلاف اعتراض کسانی که بیش از من تجربه داشتند، به مدت یک سال از کار کناره گرفتم و سازمانم از بالا تا پایین فرو ریخت، درست همان‌طور که به من گفته بودند.

تصور کنید که در سن چهل سالگی از خواب بیدار می‌شوید، یک هواپیما دارید، سه خانه‌ی بزرگ، یک کمد پر از لباس‌های گران، یک کلبه‌ی ییلاقی در سوئیس، مقدار زیادی پول، بیش از آن‌که بتوانید خرجش کنید، کلی کتاب، نوار و مقالاتی که در مجلات چاپ شده‌اند و به اعتبار شما می‌افزایند و هر پاداش و تقدیرنامه‌ای که در بازاریابی چندسطحی وجود دارد؛ فقط برای این‌که کشف کنید زندگی‌تان تهی است.

من به راستی آنقدر غرق پول درآوردن شده بودم که یادم رفته بود زندگی‌ام را بسازم. ده سال درآوردن را برای تغییری بنیادی سپری کردم و در سن ۵۱ سالگی، عاقبت اهمیت تعادل، آرامش و رفاه را فهمیدم.

منظورم این نیست که بگویم تا حدی به آن «رسیدم» یا این‌که در آینده چالش دیگری نخواهم داشت. اما بهترین سال من در بازاریابی چندسطحی می‌توانست به جای دهمین سال، سومین یا چهارمین سال باشد. امیدوارم با نوشتن این کتاب بتوانم در این‌باره به شما کمک کنم.

### بهترین سال شما در بازاریابی چندسطحی

بلی، بهترین سال شما در بازاریابی چندسطحی زمانی است که قرض‌های خود را پرداخته باشید و به راحتی به درآمد دلخواه‌تان رسیده باشید. این سال، سالی خواهد بود که در آن می‌توانید بین تلاش مستمر و آزادی زمانی، تعادلی مناسب برقرار کنید.

بهترین سال شما زمانی خواهد بود که آرامش و اطمینان، موفقیت و رضایت خاطر را احساس کنید. فشار از بین می‌رود، نه به این خاطر که بیش از خرج‌تان درمی‌آورید، بلکه به خاطر این که می‌دانید هر اتفاقی بیفتد، می‌توانید از پس آن بربیایید.

بهترین سال شما در بازاریابی چندسطحی می‌تواند در سال اول یا سوم رخ دهد، اما نشانه‌اش خرسندی است؛ یعنی این که می‌توانید بیشترین زمان‌تان را با کسانی که بیش از همه دوست دارید، سپری کنید.

شاید زمان یا پول خود را برای چیز بالورشی صرف کنید و دیگر صورت سفارش غذا را از چپ به راست نخوانید. بهترین سال شما در بازاریابی چندسطحی، پایان اولویت‌گذاری‌های نادرست، عادات و روانگر و روابط پوشالی خواهد بود.

می‌توانید سرعت‌تان را کم کنید تا ببینید چه چیزهایی به راستی معنا دارند و چه چیزهایی بوجند و دوباره رویاهای جوانی را از نو ملاقات کنید. شروع به نوشتن یا نقاشی می‌کنید، اولین درس خلبانی را می‌گیرید یا به دانشگاه می‌روید تا در رشته‌ای تحصیل کنید که همیشه آرزویش را داشته‌اید.

شاید مهم‌تر از هر چیز دیگری، بهترین سال شما در بازاریابی چندسطحی زمانی رخ دهد که مردمان بی‌شماری در سازمان‌تان بفهمند که شما هم یکی از آن‌هایید؛ سرشار از همان امیدها و رویاها، ترس‌ها و نگرانی‌ها.

زمانی که دنیا بداند می‌تواند به شما با وجود موفقیت‌تان نزدیک شود و با وجود شهرت‌تان به شما دسترسی یابد، زمانی است که زندگی شما تازه معنا پیدا می‌کند. یکی از کوتاه‌ترین مسافت‌ها در زندگی سفری است از ذهن به دل؛ مسیری که هر روز باید آن را طی کنیم.

### بازاریابی چندسطحی؛ برابری بی‌نظیر

بازاریابی چندسطحی در میان مشاغل آزاد، برابر ساز بی‌نظیری است، چون

بسیاری از پیش‌داوری‌هایی را که مانع شکوفایی توانمندی‌های بسیاری از مردم در کسب و کار سستی می‌شود، از میان برمی‌دارد.

نداشتن تحصیلات، جنسیت، نژاد، سن، مذهب، سر و وضع ظاهری و دیگر موانع اجتماعی و مالی در بازاریابی چندسطحی قدرتی ندارند. همه‌ی ما در رأس شرکت‌های مان شروع می‌کنیم و با ارتقای دیگران به موفقیت می‌رسیم. برخلاف بیشتر بازی‌های پولی، در صنعت ما همه برنده‌اند. اما کارنامه‌ی بلوغ واقعی، رضایت خاطر است نه پول، و رضایت خاطر فرآورده‌ی جانبی اقدامات «دگرگزینی»، حس تعادل و احترام به خود است.

البته من با فرض این‌که شما ضریب هوشی بالای ۱۰۰ دارید، تا این نقطه پیشروی کردم و حتماً تا حالا فهمیده‌اید که بعضی از مردم از این چیزها بی‌خبرند. یکی از مواردی که در اولین هفته‌ی شبکه‌سازی یاد می‌گیرید این است که همه‌ی سنجاب‌ها روی درخت زندگی نمی‌کنند!

به هر حال، فرض را بر این می‌گذاریم که شما در حد قابل قبولی باهوش هستید. به همین خاطر، وقت بالارزش زیادی را در تلاش برای اثبات این‌که بازاریابی چندسطحی (یا بازاریابی شبکه‌ای که بسیاری از این اسم بدشان می‌آید) کسب و کار مشروعی است، تلف نمی‌کنم. اگر هنوز با همسایه و همکاران در مورد شرکت‌های هرمی جروبحث دارید، حرکت کنید. هر کس با هوشی اندک، حماقت کار برای دریافت حقوق یا دستمزد ساعتی را تشخیص می‌دهد، در حالی که می‌تواند تلاش‌هایش را از طریق هزاران نفر دیگر چندین برابر کند.

پیش از این برای نویسنده‌های قلابی کار راحتی بود که با نوشتن ۲۵۰ صفحه تحلیل این‌که چرا بازاریابی چندسطحی کسب و کاری واقعی است، کتاب پرفروشی داشته باشند. صنعت ما در زمانی شدیداً نیاز به اعتبار داشت. یکی دو جین از این کتاب‌ها وجود دارند و اگر همگی شبیه هم هستند، به این خاطر است که همگی توسط یک نفر که برای پول، به نام دیگران کتاب می‌نویسد، نوشته شده است. این کتاب، داستان دیگری است.

دلیل این‌که آن کتاب‌ها دیگر بی‌استفاده هستند، این است که بازاریابی چندسطحی در عرض دو دهه‌ی دیگر به حرفه‌ای معتبر تبدیل خواهد شد. آن‌هایی که نومیدانه در دهه‌ی ۷۰ گیر کرده‌اند، از قبول این واقعیت سرباز می‌زنند. کسانی که هم‌چنان با بحث بر سر این‌که «بازاریابی چندسطحی، هرمی نیست»، سعی در عضوگیری

دارند؛ سال‌ها عقبنند. امروزه هر بچه‌ی دبیرستانی‌ای دست‌کم یک هم‌کلاسی دارد که سبک زندگی‌شان به دلیل کار در شرکت‌های بازاریابی چندسطحی، به پدر و مادرش (هر دو) مجال شرکت در انجمن خانه و مدرسه را می‌دهد.

حالا دیگر کودکانی که پدر و مادرشان هر دو پزشک هستند، می‌دانند تنها خانه‌ای که در همسایگی‌شان از همه بزرگ‌تر است متعلق به شخصی است که به مدت ده سال در شرکت‌های بازاریابی چندسطحی کار کرده است.

من هنوز سؤالات مشتریان بالقوه را می‌شنوم: «آیا این بازاریابی چندسطحی است؟» در دهه‌ی ۸۰، برای پاسخ به این سؤال، جواب بلندبلایی برای دفاع از صنعت‌مان تهیه کرده بودم، اما امروز جوابم این است: «البته که بازاریابی چندسطحی است! شما که فکر نمی‌کنید بتوانید این درآمد را در مقام یک جراح داشته باشید؟»

### آیا شما جزو بی‌خبرانید؟

تنها کسانی که قدرت بازاریابی چندسطحی حرفه‌ای را درک نمی‌کنند، به شکلی درمان‌ناپذیر بی‌کفایت هستند. بعضی‌ها اگر ظرفیت صنعت ما را درک نکنند، آشکارا از موفقیت در کسب و کارمان ناتوان هستند.

این افراد را با مهربانی، «بی‌خبر» می‌نامم. البته همه‌ی کسانی که پیشنهاد شما را در ثبت نام رد می‌کنند، بی‌خبر نیستند. تعداد اندکی به کارشان سر سپرده‌اند و از آن لذت می‌برند.

عده‌ی زیادی ترسیده‌اند، چون هیچ استراتژی خروجی‌ای وجود ندارد. هر کسی ممکن است حتی با داشتن مدرک کارشناسی ارشد یازرگانی یا سال‌ها کار برای شرکتی، اخراج شود. حتی پزشکان می‌توانند از درآمد متوسط‌شان دفاع کنند و آن را به گردن سازمان بیمه‌ی سلامتی بیندازند. اما وقتی کسی یاد بگیرد که چگونه یک شرکت چندسطحی مجاز را پیدا کند که محصول خوبی را توزیع می‌کند، آن وقت اگر در مدت کوتاهی کارت پلاتینیوم بورس سهام آمریکا را نداشته باشد، باید انگشت اتهام را فقط به سوی خودش بگیرد. البته منظورم این نیست که کسی در صنعت ما شکست نمی‌خورد. معمولاً افراد، شرکتی را انتخاب می‌کنند که محصولی را عرضه می‌کند که خودشان هم به آن اعتقادی ندارند؛ مثل سم موش یا محافظ بینی. سپس دوهزار دلاری را در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند. من به هیچ‌وجه برای کسانی که محصولاتی می‌فروشند که نمی‌توانند در موردش

با مردم صحبت کنند یا وارد معاملاتی می‌شوند که بیشتر شبیه قمار است تا بازار بورس، دلسوزی نمی‌کنم. حتی اگر هزار نفر هم به یک تجارت احمقانه بپیوندند، آن تجارت هم چنان احمقانه است.

### چند فرضیه، قبل از شروع

به غیر از برخورداری از هوش متوسط، فرض می‌کنم که قصد دارید با هدف خاصی رفاه خود را فراهم کنید. فرض می‌کنم که وارد صنعت شبکه‌سازی حرفه‌ای شده‌اید، چون محصولی را پیدا کرده‌اید که زندگی مردم را تغییر می‌دهد و سابقه‌ی رهبران شرکت‌تان را هم می‌دانید.

فرض می‌کنم که به خوبی برنامه‌ی درآمدزایی را درک کرده‌اید و شرکت‌تان به شما بدون این‌که مراحل را جهش‌وار طی کنید، مجال ثروتمند شدن داده است. فرض را بر این می‌گذارم که به شرکتی پیوسته‌اید که تا حدودی بالغ است، اما هنوز یک میلیون توزیع‌کننده در سی کشور جهان ندارد و نیز فرض می‌کنم که شرکت‌تان سرمایه و توانایی لازم برای گسترش در بازار کشورهای بی‌شماری را دارد تا از اقتصاد جهانی این صنعت بهره‌برداری کند.

مطمئنم که تا حالا متوجه شده‌اید که دو سیب‌زمینی را در آن واحد نمی‌توان پوست کند و این‌که نمی‌توان هم‌زمان با کار در دو یا سه شرکت به درآمد کلان رسید. در طی ۱۵ سال، در هزاران مصاحبه، حتی یک فرد موفق را ملاقات نکردم که با کار هم‌زمان در دو شرکت، به پول زیاد رسیده باشد.

آن دوستانی که فکر می‌کنند با پیوستن به چهار شرکت، ریسک‌ها را کاهش می‌دهند، بهتر است با پاهای برهنه داخل جعبه‌ای پر از لامپ روشن بپرند.

دلیل این‌که از فرضیات اولیه گذر کردم، این است که زمانم را برای نوشتن چیزهای ارزشمند صرف کنم. اگر نمی‌دانید چطور یک فرصت کاری مناسب، برنامه‌ی درآمدزایی مورد اطمینان، محصول مناسب یا گروه مدیریتی با کفایت و درستکار را ارزیابی کنید، احتمالاً این کتاب کمکی به شما نخواهد کرد. یا بدتر این‌که اگر این چیزها را می‌دانید، اما هم‌چنان مردم آبرومند را به بازی‌های پولی سوق می‌دهید، این اطلاعات در درازمدت برای‌تان کار نخواهد کرد.

این کتاب قصد دارد بازاریابان شبکه‌ای حرفه‌ای را برای بهترین سال‌شان در این کسب و کار آماده کند.

این افراد حرفه‌ای آماده‌اند تا از کسانی که موفق بوده‌اند بیاموزند و سپس هر کاری که لازم است برای کسب درآمدهای بزرگ - شاید بیش از یک میلیون دلار در سال - انجام دهند. تابه حال با کسی برخورد نکرده‌ام که با یک «ش.غ.ل» یا حرفه‌ی قابل احترام، با یک میلیون دلار در سال، بازنشست شده باشد.

این‌که پیوسته در حال حساب و کتاب دخل و خرج‌مان باشیم، پس‌انداز کنیم و از خیلی چیزها بگذریم، تا بعد از ۴۰-۵۰ سال سرمایه‌ای مثل «میلیونر همسایه» داشته باشیم هم یک راه است. اما آنچه صنعت ما ارائه می‌کند، امکانی است که ۱۰ یا ۲۰ درصد عمرمان را کار کنیم تا زمانی که هر سال یک میلیون دلار درآمد داشته باشیم.

دلیل جدی بودن این کتاب برای شبکه‌سازان این است که آدم بی‌کله هیچ‌وقت به اوج موفقیت نمی‌رسد. این افراد از یک معامله به معامله‌ی دیگری می‌پرند تا زمانی که دیگران فریب‌هایشان را بشناسند یا این‌که از فرط خستگی و فرسودگی مجبور شوند به شرکت‌های اینترنتی متوسل شوند.

البته اگر شما هم آدم بی‌کله‌ای هستید، شاید بخواهید این کار را به موقع قبول کنید، آسیب‌هایی را که به دیگران رسانده‌اید، جبران کنید و خودتان را به یک شبکه‌ساز برتر تبدیل کنید. هیچ‌وقت دیر نیست.

### شبکه‌ساز مشتاق

هم‌چنین، این کتاب را برای بازاریابان شبکه‌ای حرفه‌ای نوشته‌ام که سیستمی سرراست، درست و قانونی می‌خواهند. زمان آن رسیده که به مردم شیوه‌ی درست کار کردن را بیاموزیم.

فهرستی دراز از نقایص شخصیتی دارم، اما فریب به قصد طمع، شامل آن‌ها نمی‌شود. نمی‌خواهم افراد فرومایه با استفاده از این کتاب، شرکت‌های مزخرفی بسازند که با پول مردم بی‌گناه بنا شده است.

زمانی که پای پول زیاد در بین باشد، عده‌ی کمی تصمیم می‌گیرند از مسیری به مقصد برسند که کمتر کسی از آن عبور کرده است. اما این هم داستان دیگری است و من از بیانش صرف‌نظر می‌کنم چون بهترین انتقام، خوب زندگی کردن است.

از نوشتن این کتاب لذت می‌برم، چون واقعی است. پس بیاید به خود کسب و کار بپردازیم. هر چه را که تابه حال شنیده‌اید، فراموش کنید. اگر می‌دانید که درگیر

یکی از بازی‌های پولی هستید، از آن خارج شوید و شرکت و محصولی را بیایید که احساس غرور و اشتیاق کنید و بعد به این کتاب مراجعه کنید. هیچ فایده‌ای ندارد محصولی را تبلیغ کنید که احتمال دارد تا سال بعد دیگر بازاری نداشته باشد.

من با افراد طمع‌کار زیادی برخورد کرده‌ام که اعتبار خود را با پریدن به داخل پنج معامله به نوبت، از دست داده‌اند. قبل از این که فصل اول را بخوانید یک تعهد پنج‌ساله به خود بدهید و هر چقدر هم که عضوگیران شرکت‌های دیگر حربه‌زبانی کردند، به شرکت دیگری حتی فکر هم نکنید.

این کتاب اصول مهمی را برای میلیونر شدن به شما ارائه می‌دهد. بعضی از مردم ظاهر می‌کنند که در حال انجام «معامله‌ای واقعی» هستند، اما اغلب ما در این گونه موارد به طور غریزی حس می‌کنیم که قرار است عضو یک شرکت کلاهبردار باشیم. اگر می‌خواهید این کتاب برای‌تان مؤثر باشد، هر چقدر هم که وسوسه شدید، این کار را نکنید. حتی اگر شرکت‌تان بیش از یک دهه است که تأسیس شده، ما می‌توانیم سیستم ساده و خلاقانه‌ای برای ساختن شبکه‌ی جدیدی از اعضای مشتاق، برای آن باشیم.

پس بیایید حرکت را شروع کنیم. خبر خوب این است که بازاریابی چندسطحی نه تنها راهی برای پول‌سازی است، بلکه بهترین راه برای ساختن یک زندگی است.