

موفقیت در بازارهای شبکهای



نویسنده: ویکتور آنتونیو

مترجم اول: جمال منتصری

مترجم دوم: نرگس منتصری



انتشارات سخوران

۱۳۹۵



سرشناسه	: آنتونیو، ویکتور
عنوان و نام پدیدآور	: موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای / نویسنده ویکتور آنتونیو؛ مترجمان جمال منتصری، نرگس منتصری.
مشخصات نشر	: تهران: سخنوران، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۷۲ ص.: جدول؛ ۵/۲۱×۵/۱۴ س.م.
شابک	: ۹۰۰۰ ریال: ۹-۶۱۲-۳۸۳-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
ناشر	: عنوان اصلی: How to achieve network marketing success, c2006.
موضوع	: بازاریابی چندسطحی
موضوع	: بازاریابی اینترنتی
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده	: منتصری، جمال، ۱۳۶۲ - مترجم
شناسه افزوده	: منتصری، نرگس، ۱۳۵۹ - مترجم
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۲۶/۱۸ - ۱۳۹
رده بندی دیویی	: ۶۸۰/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۶۰۶۲

کارگر شمالی، بعد از ادوار، براو، شماره ۱۴۰۷، طبقه اول انتشارات
سخنوران تلفن: ۰۶۰۶۷۲۰۰۶ - ۰۹۱۹۳۶۱۶۶۱۳
www.hv.sh.ir - ۰۹۱۸۳۷۷۵۳۳۴



که عنوان کتاب..... موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای
که نویسنده..... ویکتور آنتونیو
که ترجمه..... جمال منتصری، نرگس منتصری
که صفحه آرا..... رضا کاوه
که طراح جلد..... رضا کاوه
که ناشر..... سخنوران
که شمارگان..... ۱۰۰۰ نسخه
که نوبت چاپ..... اول ۱۳۹۵
که قیمت..... ۹۰۰۰ تومان

ISBN: ۹۷۸-۶۰۰-۳۸۳-۶۱۲-۹

فهرست

۹	تاریخچه بازاریابی شبکه ای
۱۰	مقدمه
۱۳	بازاریابی شبکه ای چیست؟
۱۵	زمان
۱۷	هدف
۱۹	فروش از آن شماست
۲۳	الهام و تصورات ذهنی
۲۵	هدف شما
۳۰	«حذف» درمانی
۳۲	استراتژی
۳۳	جستجوی موفقیت
۳۵	طعمه
۳۷	تلفن؛ اسلحه انتخاب
۳۹	فروش نه، شراکت
۴۱	نهایت لطف و حسن نیت
۴۲	درد عاطفی و تمرکز بر آن
۴۵	برنامه زمانی
۵۱	اقدام عملی
۵۳	اطلاع رسانی گسترده در مقابل اطلاع رسانی محدود

- ۵۶ عقاید و نظرات خود را بسنجید
- ۶۰ پیگیری تلفنی؛ یک نوع بازی اعداد است
- ۶۳ نکته‌های پایانی برای با انگیزه ماندن
- ۶۴ چرا کتاب بخریم؟
- ۶۶ ساختن خانه شخصی خودتان؛ رؤیای خودتان
- ۶۹ سه هشدار جدی

www.ketab.ir

تاریخ بازاریابی شبکه ای

ایده بازاریابی شبکه ای از زمان تصاعد هندسی گرفته شد، که در سده ششم قبل از میلاد مسیح توسط فیثاغورس و سده پنجم قبل از میلاد مسیح توسط اقلیدس^۱ در کتاب معروف «مقدمات» به جهان معرفی شد.

ژان پل جتی^۲، ثروتمندترین مرد آمریکایی در سال ۱۹۵۷ میلادی بود و برای اولین بار اعلام کرد که «ترجیح می‌دهم که از ۱٪ تلاش صد بار استفاده کنم تا اینکه از ۱۰۰٪ تلاش خودم». این ایده که اهرم زدن نام دارد، امروزه پایه‌گذار فلسفه بازاریابی شبکه ای شده است.

اولین بار، یک شرکت دوچرخه سازی در روسیه این ایده استفاده کرد و برنامه‌ای ترتیب داد که مشتریان با پرداخت ۱۰ روبل بجای ۵۰ روبل صاحب دوچرخه شوند اگر چهار مشتری دیگر نیز معرفی کنند؛ ولی فروش کمپانی به سرعت به حد اشباع رسید. در روسیه با آن شرکت، بهمنی و در فرانسه به آن گلوله برفی لقب دادند و صد در صد تقلب و کلاهبرداری متجلی شد. از آن پس، سیاستمداران، اقتصاد دانان و جامعه شناسان زیادی بدنبال پیدا کردن راهی شدند که از این ایده به نفع همه استفاده کنند. اولین کمپانی که بطور رسمی فعالیت بازاریابی چند سطحی را در سال ۱۹۳۰ آغاز کرد، کمپانی ویتامین کالیفرنیا بود که نام خود را در سال ۱۹۳۹ به نوترالایت تغییر داد و امروزه محصولات خود را از طریق کمپانی آموی^۳ به فروش می‌رساند.

1- Eukleides

2- Jean Paul Getty

3- Amway

در حال حاضر، قوانین و مقررات فعالیت در شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای در اکثر کشورها معین شده‌اند؛ ولی هیچ ارگان مشخصی وجود ندارد که مشخص کند یک کمپانی خاص هر می یا شبکه‌ای قانونی است. اما در ایران، قانونی یا غیرقانونی بودن یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای را وزارت صنعت، معدن و تجارت مشخص می‌کند. به گفته ریچارد پو^۱ در کتاب موج چهارم، قدرت کمپانی‌های شبکه‌ای در پنج سال اول کاری مشخص می‌گردد. یک کمپانی در دو سال اول فعالیت خود، بیش از ۵۰٪ احتمال شکست دارد و اگر پنج سال به تعهدات خود عمل کند، احتمال شکست خوردن آن به ۱٪ خواهد رسید.

مقدمه

بزرگترین موفقیت در زندگی هر شخصی این است که همان‌گونه که می‌خواهد زندگی کند. هر شخص در رؤیاهایش به دنبال یافتن جهت انتخاب است. انتخاب از عمق وجود شما ناشی می‌شود که شما را به مسیر مشخص هدایت می‌کند.

امروزه بسیاری از مردم زندگی کاملاً بی‌امید و بی‌انگیزه‌ای را می‌گذرانند، زیرا انتخاب‌هایی که داشته‌اند بهترین نبوده است و حالا خودشان را یک بیچاره می‌بینند و دنبال راهی برای تغییر زندگی‌شان هستند. آنها در جستجوی یافتن راهی برای بستن به مسیر دلخواه خودشان و آرزوهایی که در جوانی داشته‌اند، می‌باشند. در زمان جوانی خارج از جعبه اسکینر^۲ فکر می‌کنید، رؤیاهای بزرگ دارید. چیزهایی که دوست دارید را تصور می‌کنید و این تصورات به راحتی در

1- Richard Poe

۲- در آزمایش اسکینر، حیوان گرسنه (معمولاً موش صحرانی یا کبوتر) در قفسی قرار می‌گیرد. این قفس به جعبه اسکینر شهرت یافته است. داخل قفس فقط میله‌ای از دیواره قفس بیرون زده، ظرف غذائی زیر این میله قرار دارد، و چراغ کوچکی بالای میله هست که روشن کردن آن در اختیار آزمایشگر است. موش در این قفس به‌حال خود رها می‌شود. حال، هر بار که موش میله را به پائین فشار دهد یک حبه کوچک غذا به‌داخل ظرف رها می‌شود. موش حبه غذا را می‌خورد و فوراً دوباره میله را فشار می‌دهد. غذا، پائین فشردن میله را تقویت می‌کند و میزان این کار به‌طور چشمگیر افزایش می‌یابد. اگر مخزن غذا از کار انداخته شود و پائین فشردن میله، دیگر موجب دریافت غذا نشود، از میزان این عمل کاسته می‌شود. آزمایشگر می‌تواند نوعی آزمون افتراق ترتیب دهد، به این صورت که فقط در مواردی غذا ارائه کند که موش میله را به‌هنگام روشن بودن چراغ به پائین فشار دهد. در اینجا موش از طریق تقویت انتخابی شرطی می‌شود. در این مثال، چراغ محرک افتراقی است که پاسخ را کنترل می‌کند. هر چند موش و کبوتر در شرطی‌سازی عامل، آزمودنی‌های مرجع بوده‌اند، این نوع شرطی‌سازی را می‌توان در مورد بسیاری از جانداران، از جمله انسان، به‌کار برد. در واقع، شرطی‌سازی عامل، تلویحات بسیار در زمینه پرورش کودک دارد.

ناخودآگاه شما جریان پیدا می کنند. اما وقتی ما بزرگتر می شویم، بنظر می رسد که واقعیت تلاش برای ساختن یک زندگی یا زندگی های دلخواه ما به سادگی به دست نمی آیند و می فهمیم که کار و تلاش زیادی لازم است.

اینکه افراد خانواده و دوستان بگویند که ما نباید آرزوهای بزرگ کنیم، کمکی به ما نخواهد کرد زیرا ما تازه برای مقابله با ناامیدی آماده شده ایم. حال چه اتفاقی می افتد؟ ما شروع می کنیم که کم کم به گفته های دیگران توجه کنیم و آرزوهای بزرگ رفته رفته کوچکتر و قابل کنترل می شوند. آنها شروع می کنند به واقع بینانه شدن.

اگر همین الان آن را متوجه نشوید، واقع بینی تبدیل به «قاتل آرزو» می شود. همه می خواهند که ما واقع بین باشیم و می گویند که از زندگی انتظار زیادی داریم.

در نتیجه زمانی که شکست نفی به ناخودآگاه شما وارد شده و شروع به بیرون کردن آرزوهای بزرگتان از ناخودآگاه می کنند، شما هم مثل یک بچه در آنجا دفن می شوید.

جای تعجب نیست که در سن بلوغ یک روز واقعاً بیدار می شوید و می فهمید که از کار خود راضی نیستید. در واقع از شغل خود مسرید و ویزه که برای فکر کردن به زندگی تمرکز می کنید، عمیقاً احساس یأس و ناراحتی می کنید و دردناکتر، این است که برای فرار از فکر کردن به آن، روی صفحه تلویزیون تمرکز می کنید. تلویزیون بزرگترین منبع برای این است که بفهمیم چه کاری برای خودمان انجام داده ایم. تلویزیون آرزوها و جاه طلبی ما را در خواب کرده و مجبور به پذیرفتن و یا فراموش کردن حقیقت می کند. اما بعد از چند سال حتی این تلویزیون هم قادر به رفع اضطراب و نگرانی درونی ما نخواهد بود. این نگرانی غیرقابل توصیف است، که در بهترین حالت می توان اینگونه خلاصه کرد: «در زندگی من مشکلی وجود دارد که نمی دانم چیست. من از زندگی ام راضی نیستم ولی دلیل این نارضایتی را هم نمی دانم.؟؟؟»

شما می دانید که مشکل چیست اما فقط جرأت روبرو شدن با وضعیتی که هستید را ندارید و خودتان تکذیب می کنید. در طی سالها، شما به دیگران اجازه می دهید که بگویند که چه کارهایی را انجام ندهید. اما تمام سکون و عدم فعالیت، از درون و ذات خود شماست.

در زمان کودکی ذهن خود را از آرزوها و توقعات بزرگ پر کرده و رؤیاپردازی می‌کنید. اما خودتان را بدون هیچ آرزو و انتظاری تنها می‌بینید. شما هم مثل بقیه مردم با نگرانی از هزینه‌های زندگی و نگرانی از شغلی که به آن علاقه‌ای ندارید، زندگی می‌کنید. اما هر روز که به سر کاری که دوست ندارید، می‌روید؛ یک صدای اضطراب از درون شما بلند می‌شود و این اضطراب پرورش می‌یابد؛ ذهن شما فریاد می‌زند «اشکالی در کار است»^۱.

سپس یک روز مغزتان دیگر اضطراب را تحمل نمی‌کند و به آستانه تحمل می‌رسید و نمی‌توانید مدت طولانی «استرس ناشی از آن نگرانی زندگی کنید. باز هم ذهن شما فریاد می‌زند که «این کار دیگر کافی است، - هر روز باید تغییر کند». حال شروع به جستجوی چیزی می‌کنید تا برای خارج شدن از اضطراب به شما کمک کند، چیزی برای رهایی از صدای نارضایتی. به کسی نیاز دارید تا به بیرون کشیدن شما از سکوت و تاریکی ناامیدی و وارد شدن به روشنایی رؤیاپردازی به شما کمک کند. موضوع این کتاب نیز هدایت می‌باشد.

من می‌خواهم به شما کمک کنم که شروع کنید به ساختن رؤیاهای بزرگ. اما می‌خواهم چیزی بزرگتر از بلندپروازی و حباب انگیزشی^۲ به شما بدهم. یک استراتژی ۵ مرحله‌ای که من به آن سیستم «ویستا»^۳ می‌گویم:

- و - تصور کردن یک حقیقت جدید برای خودتان (V)
- ی - الهام گرفتن برای پیگیری آرزوی خودتان (I)
- س - داشتن استراتژی رسیدن به موفقیت (S)
- ت - داشتن برنامه زمانی برای کارها (T)
- آ - اقدام عملی برای اطمینان از انجام کارها (A)

استراتژی ویستا فقط برای یافتن و آشکار ساختن یک فرصت نیست. بلکه برای بیرون آمدن از چاه ناامیدی و هدایت به سوی روشنایی زندگی دلخواهتان استراتژی‌ها و مراحل بهم پیوسته‌ای را به شما نشان می‌دهد.