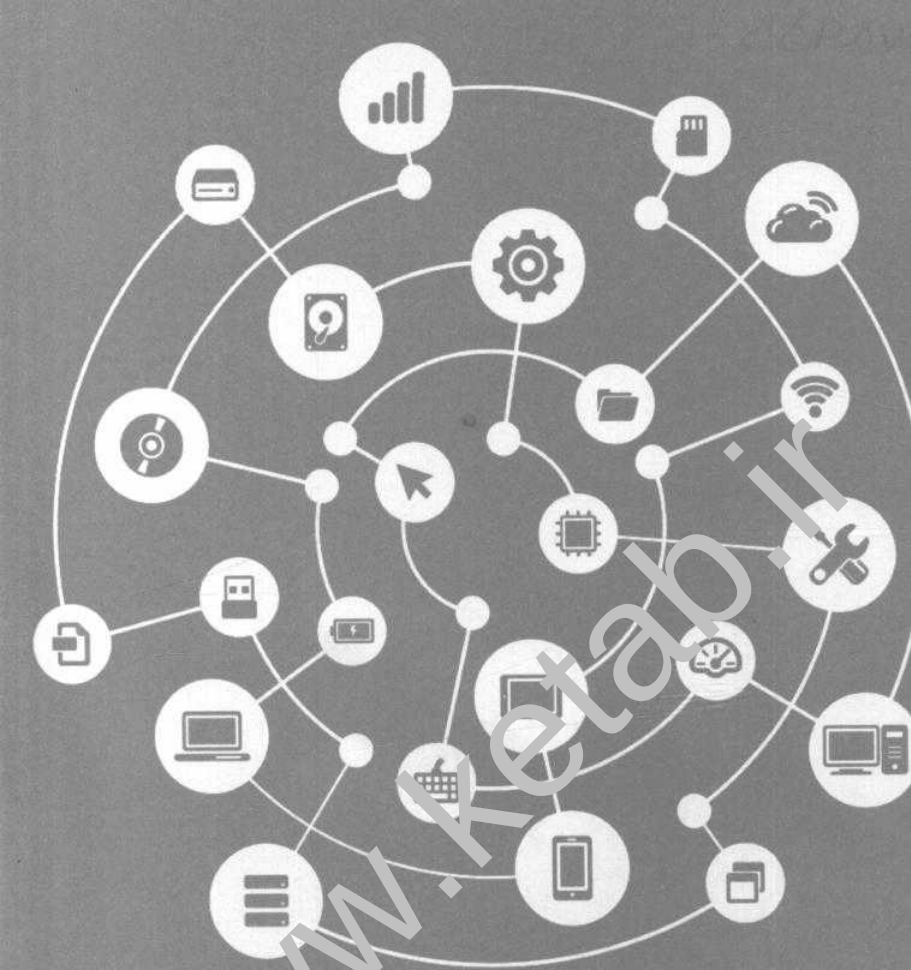




انگیزه، عمل، نتیجه

رهبران بازاریابی شبکه ای چگونه گروه‌های
خود را فعال می‌کنند؟

◀ نویسندگان: کیت و تام «بیگ آل» شرایتر
مترجم: محمدعلی عزیزی، مهران اره‌چی

سرشناسه: شرایتر، کیت Schreiter, Keith

عنوان و نام پدیدآور: رهبران بازاریابی شبکه‌ای چگونه گروه‌های خود را فعال می‌کنند/ نویسندگان کیت و تام بیگ آل شرایتر؛ مترجم محمدعلی عزیزی، مهران اره‌چی.

مشخصات نشر: تهران: رویای سبز، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۷۶ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۰-۰۶-۸۶۳۹-۶۷۸-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Motivaton, action, results: how network..., c2016.

موضوع: بازاریابی چندسطحی — مدیریت

موضوع: Multilevel marketing — Management

شناسه افزوده: شرایتر، تام

شناسه افزوده: Schreiter, Tom

شناسه افزوده: اره‌چی، مهران، ۱۳۵۲-، مترجم

شناسه افزوده: عزیزی، محمدعلی، ۱۳۶۲-، [مترجم]

رده‌بندی کنگ: HF۵۴۱۵/۵۱۳۶۵۱۳۹۵۱۳۸ الف ۴ش/

رددبندی: ۸۷۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۷۲۵۷۱۱

کتاب انگیزه، عمل و نتیجه

رهبران بازاریابی شبکه‌ای چگونه گروه‌های خود را فعال می‌کنند

نویسندگان: کیت و تام «بیگ آل» شرایتر

ترجمه‌ی: محمدعلی عزیزی - مهران اره‌چی

نوبت چاپ: ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: رویای سبز

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

مرکز فروش: خ انقلاب - خ فخررازی پایین تراز خ لبافی نژاد کوچه ماستری فراهانی پلاک واحد ۳

«انتشارات رویای سبز» مرکز پخش و توسعه کتاب ایران فرهنگ

تلفن: ۰۹۲۱۳۵۰۳۶۹۶ - ۰۹۱۲۲۲۳۴۲۲۲ - ۶۶۴۸۱۶۳۵ - ۶۶۱۷۶۶۳ - ۶۶۴۱۱۰۴۳

نمایندگی فروش:

مرکز گسترش فرهنگ و مطالعات

پخش ارمغان دانش

پخش صدای معاصر

پخش ارسطو (مشهد)

پخش ایده پرداز

پخش خانه نو

کتابفروشی ملودی

پخش کتاب آثار

تلفن: ۷۷۳۵۴۱۰۵

تلفن: ۶۶۴۸۱۹۰

تلفن: ۶۶۹۷۸۵۸

تلفن: ۰۵۱۳۶۰۱۱۹۷۲

تلفن: ۶۶۹۶۶۷۶

تلفن: ۶۶۴۱۲۰۹

تلفن: ۶۶۹۶۲۸۴

تلفن: ۶۶۴۶۰۲۳۳

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز پخش و توسعه کتاب ایران فرهنگ می‌باشد

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار
۵	دونات
۶	انگیزه بخشیدن به عامل فروش فاقد انگیزه
۷	معایب ایجاد انگیزه از راه پاداش
۱۱	نمونه‌های اصلی انگیزه از راه پاداش
۳۴	انگیزه از روی ترس
۴۱	غلبه بر ترس از تحقق شدن
۵۱	انگیزه از درون
۵۳	انگیزه هدف، پایین‌دست
۵۷	«تعیین اهداف آسان است؛ تعیین منابع اهداف دشوار است»
۶۰	فرمول سهم‌رله‌ای «بیگ ال» برای دستیابی به هدف
۷۰	بیا باید هدف‌گذاری را «وانمود» کنیم
۷۳	۲۵ کار
۷۸	«اگر این روش ناموفق باشد - کار را کنار می‌گذارم»
۸۴	وقتی رویایی در سر داری
۸۸	«چرا روش‌های رشد فردی محدود هستند؟»
۱۱۱	چگونه مشتری احتمالی خود را از پیش‌داری انگیزه و ذهن او را بر کنیم
۱۲۰	انگیزه با استفاده از تداعی
۱۲۱	چه عاملی به مردم انگیزه می‌دهد تا تصمیم بگیرند؟
۱۶۷	ایجاد انگیزه شاید مشکل نباشد
۱۷۵	مراقب مشتریان احتمالی باشید که شکست حتمی را به پیروزی تبدیل می‌کنند
۱۷۳	تشکر
۱۷۴	درباره نویسندگان

پیشگفتار

آیا انگیزه یک هنر است؟ یا آیا یک دانش است؟ شاید اندکی از هر دوی آنها باشد. ذهن کمترین بخش درک‌شده از وجود انسان‌ها است، اما سرنخ‌هایی را به‌جا گذاشته است. ما می‌توانیم با این سرنخ‌ها کار کنیم تا به خود و دیگران بیشتر انگیزه ببخشیم. این کتاب مرجع یا کتاب درسی در زمینه علوم انگیزه بشر نیست. بنابراین، این کتاب چیست؟ این کتاب مجموعه‌ای از روش‌های انگیزه عملی است که می‌توانیم از آنها در کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای خود استفاده کنیم. انگیزه بخشیدن به عاملان فروش جدید، تنها وظیفه ما رهبران بازاریابی شبکه‌ای نیست، بلکه بدون شک وظیفه‌ای مهم است. بیایید به بررسی برخی روش‌های غالب انگیزه‌بخشی به خود و دیگران برای پیشرفت بیشتر بپردازیم.

دونات^۱

انگیزه بیرونی موقتی

۱. من گرسنه‌ام. (انگیزه‌یافته)
۲. چند دونات می‌خورم. (خوشحال)
۳. من سیر هستم. (فاقد انگیزه)

^۱ - Donuts.