

برای اطلاع
و خرید
از کتابخانه
و کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه

کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه

کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه

کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه
کتابخانه

۱۳۹۷



www.ketab.ir



ایمانی، حسن، ۱۳۵۳	سرشناسه
عزم و رزم (گپ و گفتی با فعالان تجارت شبکه‌ای)	عنوان
حسن ایمانی برانقار	پدیدآور
تهران، نگار تابان، ۱۳۹۷	مشخصات نشر
۲۲۴ ص- ۱۴/۵ در ۲۱/۵ س م	مشخصات ظاهر
۹۷۸-۶۰۰-۹۸۹۲-۱۶-۷	شابک
فیفا	وضعیت فهرست نویسی
بازاریابی چند سطحی	موضوع
Multilevel marketing	موضوع
بازاریابی مستقیم	موضوع
Direct marketing	موضوع
موفقیت در سب و کار	موضوع
Success in business	موضوع
۱۳۹۷ / ۱۲۶ / ۴۵۰۰ الف ۹۴	رده‌بندی کنگره
۶۵۸/۸۷۲	رده‌بندی دیویی
۵۲۹۷۱۰۷	شماره کتابشناسی ملی



نام کتاب

موضوع

نویسنده

شمارگان

شابک

سال چاپ

تعداد صفحات

نوبت چاپ

قطع

بها

نا ر

مدیر مسئول

مدیر اجرایی

ناظر کیفی

عزم و رزم

بازاریابی

حسن ایمانی

۵۰۰

۹۷۸-۶۰۰-۹۸۹۲-۱۶-۷

تابستان ۱۳۹۷

۲۲۴

نخست

رقعی ۱۴/۵ در ۲۱/۵

۲۴۰۰۰ تومان

نگار تابان

کمال‌الدین دولت‌آبادی

احمد دولت‌آبادی

نگار دولت‌آبادی

نشانی: تهران / شهید / در یک / خیابان ۱۱ شرقی پ ۵ / واحد ۱

تلفن ۰۹۳۶۶۹۵۸۰۳

N.taban.p.b@gmail.com

خرید از سایت www.negarta.com.ir



پیشگفتار

بازاریابی شبکهای (به انگلیسی: Network Marketing) یا بازاریابی چند سطحی (به انگلیسی: Multi-level marketing)، نوعی شیوهی فروش است که در آن کمپانی‌ها محصولات و آلاهای خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه به فروش می‌رسانند و مشتریان پس از خرید، در صورت تمایل می‌توانند محصولات کمپانی را بازاریابی کنند و سود بگیرند. درآمد در بازاریابی شبکه‌ای هم در ازای فروش مستقیم کالا و هم در ازای فروش از طریق زیر مجموعه‌کسبی می‌شود. در بازاریابی شبکه‌ای، بازاریاب‌ها به صورت «تبلیغات کلامی» یا «تبلیغات خبری»، «چهره» اقدام به فروش محصولات کمپانی می‌کنند. در حال حاضر به ترتیب کشورهای آمریکای شمالی، چین، کشورهای اروپایی از جمله آلمان و ایتالیا و ژاپن در رتبه بازاریابی شبکه‌ای سردمدار هستند.

ایده‌ی بازاریابی شبکه‌ای از فرمول تصاعد گرفته شد، که در سده‌ی شانزدهم، توسط فیثاغورس و در سده‌ی سوم ق. م. توسط اقلیدس در کتاب معروف «مقدمات» به جهان معرفی شد. اولین بار، یک شرکت دوچرخه‌سازی در روسیه از این ایده استفاده کرد و برنامه‌ای ترتیب داد که مشتریان با پرداخت ۱۰ روبل به جای ۵۰ روبل صاحب دوچرخه شوند اگر چهار مشتری دیگر نیز معرفی کنند. ولی فروش کمپانی به سرعت به اشباع رفت. در روسیه به آن شرکت بهمنی و در فرانسه به آن گلوله‌ی برفی لقب دادند و صد در صد تقلب و کلاهبرداری تلقی شد. از آن پس، سیاستمداران،

اقتصاددانان و جامعه‌شناسان زیادی بدنبال پیدا کردن راهی بودند 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 نوترالیت تغییر داد و امروزه محصولات خود را از طریق کمپانی "ام وی" به فروش می‌رساند.

تفاوت با شرکت‌های هرمی

به گفته‌ی کمیسیون تجارت فدرال آمریکا (FTC) شرکت هرمی شرکتی است که به اعضای حق کمیسیون می‌دهد تا افراد جدید را وارد کنند. شرکت‌های هرمی محصولی را نمی‌فروشند و پول‌های مشتریان را یکجا جمع می‌کنند و با آن کاری انجام نمی‌دهند. این شرکت‌ها در اکثر کشورهای دنیا غیر قانونی هستند و چون در ازای جذب افراد پول می‌دهند به طور اجتناب‌ناپذیر فرو خواهند پاشید و وقتی هرم فروپاشی کند، بجز عددی که در بالای هرم هستند همه دست خالی می‌مانند یا به عبارتی پول خود را می‌ازایند.

FTC می‌گوید داشتن محصول، قانونی بودن شرکت را تعیین نمی‌کند. بعضی از شرکت‌های هرمی برای رد گم کردن، شرکت‌های ام‌ال‌ام معرفی کرده و محصولی را در پلان خود قرار می‌دهند ولی چون هدفشان فروش محصول نیست، قیمت آن بسیار بالاتر از بازار آزاد خواهد بود. یا اینکه در هفته محصول در آن شرکت‌ها مشروط به فعالیت در پلان تجاری‌شان است که برای کسانی که نمی‌توانند یا نمی‌توانند مشتری پیدا کنند، پول از دست می‌رود. دو مشخصه بارز کمپانی‌های هرمی:

یک: انبار کردن کالا

کمپانی مشتریان را وادار می‌کند که تعداد هر چه بیشتری کالا (عموماً با قیمت بسیار بالایی) بخرند تا درآمد بیشتری داشته باشند، حتی اگر نتوانند آن کالاها را به مصرف برسانند. در این صورت افراد رأس هرم سود هنگفتی می‌کنند در حالی که محصول چندان‌ی را به بازار ارائه نکرده‌اند و محصولات در زیرزمین‌ها انبار شده‌اند.

دو: عدم خرده فروشی (فروش جزء به مردم)

به دلیل کیفیت پایین محصولات و هزینه بالای آن‌ها، در اغلب شرکت‌های هرمی محصولات فقط بین اعضای داخل هرم توزیع می‌شود نه بین مردم عادی بیرون از هرم. اکنون در سطح جهانی، فدراسیون جهانی انجمن‌های فروش مستقیم، امور مربوط به سازماندهی تحقیقات و گزارش‌های راجع به بازاریابی شبکه‌ای را در حدود ۵۰ کشور دنیا به عهده دارد و هر ساله از طریق برنامه "برای رشد و توسعه فروش مستقیم" آمارهای گویایی راجع به بازاریابی شبکه‌ای منتشر می‌کند.

طی آمار "انجمن فروش مستقیم" هر هفته بیش از ۱۵۰ هزار نفر از مردم دنیا به شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای می‌پیوندند. این رقم معادل ۲۱۴۰۰ نفر در هر روز است. بازاریابی شبکه‌ای هم اکنون در قریب به ۱۳۰ کشور دنیا رواج دارد و تنها در ایالات متحده تا سال ۲۰۱۶ میلادی بیش از ۸ میلیون نفر به این کار اشتغال دارند. برای اطلاع از ترتیب و تغییرات این صنعت سیر تکامل فروش چند سطحی را مطالعه کنید.

بازاریابی شبکه‌ای در ایران:

در تاریخ ۱۳۸۸/۰۹/۱۸ کمیته نظارت مالیات و زرگانی، دستورالعمل نحوه صدور مجوز و نظارت بر فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای را در ۱۲ ماده و ۸ تبصره تصویب و ابلاغ کرد و از شرکت‌های متقاضی، برای تحویل درخواست‌شان بر اساس دستورالعمل مصوب شده دعوت نمود. در همان ابتدا بیش از ۱۰۰ شرکت تقاضای مجوز کردند و در نهایت پس از ۲ سال بررسی، برای اولین بار در ایران در سال ۹۰ مجوزهای قانونی فعالیت بازاریابی شبکه‌ای صادر شد که چند شرکت معدود، مانند مجوز دریافت کنند. در تاریخ ۸ دیماه ۱۳۸۸ (۲۸ دسامبر ۲۰۰۸) روزنامه‌ی ایران بازاریابی شبکه‌ای را قانونی اعلام کرد و از آن پس وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران قوانین و مقررات فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای و مرز بین فعالیت شبکه‌ای (نتورک مارکتینگ) را با فعالیت هرمی مشخص کرد. این در حالی است که در اخبار جمهوری اسلامی ایران، غالباً بر غیر قانونی بودن بازاریابی هرمی تاکید می‌شود و در روزنامه‌ها خبرهایی مبنی بر جلوگیری از فعالان این شغل منتشر می‌گردد. در شهریور ماه سال ۱۳۹۰ بعد از ۲

سال تلاش و بررسی‌های طولانی ۸ شرکت برای اولین بار در تاریخ ایران موفق به کسب مجوز بازاریابی شبکه‌ای از وزارت بازرگانی شدند.

در پایان پیشگفتار، لازم می‌دونم با کمال افتخار، این کتاب رو که حاصل تجارب من حقیر در دنیای تجارت شبکه‌ای است، تقدیم کنم به همه فعالان در عرصه نتورک مارکتینگ قانونی. مطالب این کتاب انرژی شما رو قطع به یقین افزایش میده و کمک شایانی می‌کنه برای برگزاری جلسات انگیزشی تون.

هم مطالبی که توی این کتاب عنوان میشه کاربردی هستش. همه شون به نوعی توی تمام نتورک تجربه شده و یا به رویت رسیده. پس موضوع مبهم و ناشناخته‌ای نیست. مطالب رو نباید طوطی وار خوند. مطالب رو با دقت بخونید و ازش نکته برداری کنید. امیدوارم با نشر این کتاب (که منبعی از تجربیات ارزنده‌ست) گام موثری در روند رو به رشد تجارت شبکه‌ای، قانونی و اصولی برداشته بشه.

به امید موفقیت تک تک شما جویندگان موفقیت.

حسن ایمانی

تابستان ۹۷

فهرست

۱۳	تعریفی از ام ال ام
۱۵	جلسه اول
۱۸	جلسه دوم
۲۱	جلسه سوم
۲۲	جذب همکار
۲۳	بحث مدماتی (نتورک مارکتینگ واقعی)
۲۶	آدم‌های خاص قسمت اول
۲۹	آدم‌های خاص قسمت دوم
۳۲	فکر می‌کنی موفق می‌شی؟
۳۵	فقط یه سال سخت‌تر کن!
۳۸	رشد بهتر در گرو بهتر بودن
۴۱	نتورک فصلی!
۴۴	عناصر باز دارنده
۴۷	منبع انرژی مثبت باشید
۵۱	پارادایم چیست؟
۵۴	ده فاکتور مهم در نتورک (قسمت اول)
۵۷	ده فاکتور مهم در نتورک (قسمت دوم)
۶۰	پرورش آدم‌های صد در صدی و پنجاه درصدی!
۶۴	سه نوع مدیریت (سخنی بالیدرهای بالای ده فرد)
۶۷	کارگران و رهبران نتورک
۷۰	انواع و اقسام آدم
۷۳	تغییرات درست برای رشد
۷۶	لیدرها و مشکلات
۷۹	دنیای پر انرژی نتورک
۸۲	سوختن من - ساختن من

۸۵	تغییر درونی
۸۸	واقعیت‌های رشد
۹۱	سه حقیقت
۹۴	همه چیز نتورک خودت هستی
۹۷	تیم‌های شهرهای دور
۱۰۰	همیشه حاضر باشید
۱۰۳	تو! ای‌های بالقوه و بالفعل
۱۰۶	اسلا نشسته نشید
۱۰۹	از همه شاکر! الا خودشون
۱۱۲	"نه" شنیدن از ننگ دیگر
۱۱۵	قیمتی شوید
۱۱۸	تیپ کاری
۱۲۱	به من چه که فلانی چیکار می‌کند
۱۲۳	تحلیلی بر "نه"! شنیدن
۱۲۶	قدرت
۱۲۹	کدوم یکی سخت‌تره؟
۱۳۲	دو اشتباه کوچک ولی ویرانگر!
۱۳۵	سخت کار کنید
۱۳۸	یادگیری - یادداشت برداری
۱۴۱	پرزنت پشت پرزنت!
۱۴۳	تعصب
۱۴۶	باید تجربه کنی
۱۴۸	بحث یا کار؟
۱۵۰	توقع
۱۵۳	تفویض اختیار
۱۵۶	حضور
۱۵۹	اصول

۱۶۲	ارزش کار
۱۶۵	برنامه ریزی
۱۶۷	آموزش، آموزش، آموزش (بخش اول)
۱۶۹	آموزش، آموزش، آموزش (بخش دوم)
۱۷۱	دعوت
۱۷۴	انجام امور درست - انجام درست امور
۱۷۶	یه ساعت کار - چند برابر ساعت کار بیرون
۱۷۹	فروش
۱۸۱	احترام
۱۸۳	لیدرپروری (بخش اول)
۱۸۶	لیدرپروری (بخش دوم)
۱۸۸	بدقولی - بدعهدی
۱۹۰	دانش کار
۱۹۳	گوش کن - اجرا کن
۱۹۶	یه کار کاملاً ذهنی
۱۹۸	صاف و زلال باشید
۲۰۰	صاحب کار خودتی
۲۰۲	خود درمانی
۲۰۵	از حاشیه‌ها فاصله بگیر
۲۰۷	تیم و نگرش
۲۰۹	هر روز بهتر از دیروز
۲۱۲	مقاومت در برابر تغییر (بریده‌ای از یک کتاب)
۲۱۴	نگاهی متفاوت به "نه!" شنیدن
۲۱۶	خود مختاری
۲۱۸	داستان عقاب و کلاغ
۲۲۰	یه مناظره عالی
۲۲۳	حرف آخر