

روش



## پشتیبانی از توزیع کنندگان تازه کار

مشتریان احتمالی مناسب کسب و کار خود را پیدا کنید

تام (بیگ ال) شرایتر

کمیته شرایتر

مینا امیری

مهراد برازنده اصل

سرشناسه : شرایتر، تام Big Al Schreiter, Tom  
 عنوان و نام پدیدآور : ۵۱ روش پشتیبانی از توزیع کنندگان تازه کار: مشتریان احتمالی مناسب کسب و کار خود را پیدا کنید؛ تام (بیگ آل) شرایتر، کیت شرایتر؛ [ترجمه‌ی] مینا امیری، مهرداد برازنده‌اصل  
 مشخصات نشر : تهران: سلسله مهر، ۱۳۹۶  
 مشخصات ظاهری : ۱۷۶ ص: ۲۱/۵×۱۴/۵ س م.  
 شابک : 978-600-5260-78-6  
 وضعیت فهرست نویسی : فیا  
 یادداشت : Places to Sponsor New Distributors: 51 Ways and

عنوان اصلی : Network Marketing Business, 2015 Discover Hot Prospects For Your

مشتريان احتمالي مناسب كسب و كار خود را پيدا كنيد.  
 عنوان گسترده : پنجاه و یک روش پشتیبانی از توزیع کنندگان تازه کار.  
 موضوع : Multilevel marketing بازاریابی چندسطحی  
 موضوع : کسب و کار — معرفی و ارائه Business presentations  
 موضوع : کسب و کار — ارتباط Business communication  
 شناسه افزوده : شرایتر، کیت Schreiter, Keith  
 شناسه افزوده : امیری مینا، ۱۳۴۷ - مترجم  
 شناسه افزوده : برازنده‌اصل، مهرداد، ۱۳۶۳ - مترجم  
 رده‌بندی کنگره : HF۵۴۱۵/۱۲۶/ش۴۳۰۳۹۶  
 رده‌بندی دیویی : ۶۸۰۸۷۲  
 شماره کتابشناسی ملی : ۶۷۰۸۰۴



۵۱ روش پشتیبانی از توزیع کنندگان تازه کار

نوشته‌ی: تام (بیگ آل) شرایتر - کیت شرایتر

ترجمه‌ی: مینا امیری - مهرداد برازنده اصل

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶ - تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: سلسله مهر - حروف‌نگاری: آبان گرافیک

شابک: ۶-۷۸-۵۲۶۰-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

مراکز پخش: تهران - خیابان ۱۲ فروردین - کوچه بهشت آیین - شماره ۳۴ طبقه اول

تلفن: ۰۹۱۳۱۲۴۴۹۷۱ - ۶۶ ۹۶ ۸۸ ۸۵ - ۶۶ ۴۶ ۱۸ ۶۰

اصفهان - آمادگاه - کوی سوره - پخش کتاب سوره

تلفن: ۰۹۱۳۳۲۷۷۳۸۷ - ۳۲ ۲۳ ۲۲ ۰۸

## فهرست مطالب

|    |                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------|
| ۹  | پیشگفتار                                                              |
| ۱۱ | ۱. افراد پرمشغله                                                      |
| ۱۲ | ۲. کسانی که مشتریان احتمالی در مقابل غرفه یا نمایشگاه شما به صف شوند  |
| ۱۶ | ۳. شبکه‌های اجتماعی                                                   |
| ۲۲ | ۴. سازماندهی دفتر                                                     |
| ۲۴ | ۵. گروه‌های بازیابی شبکه‌ای                                           |
| ۲۸ | ۶. مشتری‌های احتمالی سری و ترافیک وب                                  |
| ۳۰ | ۷. چگونه در زمانی کم به موفقیت برسیم؟                                 |
| ۳۴ | ۸. آدرس خانه‌شان را بنویسید                                           |
| ۳۶ | ۹. محل ماهیگیری را پیدا کنید                                          |
| ۴۲ | ۱۰. وصله‌های ناجور                                                    |
| ۴۴ | ۱۱. فروشنده‌های آموزش دیده                                            |
| ۴۶ | ۱۲. بازنده‌ها را به برنده‌ها تبدیل کنید                               |
| ۴۸ | ۱۳. روش مشتری‌یابی یلکانی                                             |
| ۵۸ | ۱۴. مشتری احتمالی سرد را به یک کارآفرین تبدیل کنید                    |
| ۵۹ | ۱۵. پیام خود را مستقیماً به مشتری احتمالی منتقل کنید                  |
| ۶۱ | ۱۶. گاهی هر چه ساده‌تر، بهتر                                          |
| ۶۳ | ۱۷. روش فصل مالیات                                                    |
| ۶۴ | ۱۸. چطور برای سال آتی سیستمی از بهترین مشتری‌های احتمالی داشته باشید  |
| ۶۶ | ۱۹. یک شیشه آبنبات                                                    |
| ۶۷ | ۲۰. از مشتری احتمالی خود بخواهید خیلی زود افراد تازه را جذب کند       |
| ۶۹ | ۲۱. از یک جذب‌کننده استفاده کنید                                      |
| ۷۱ | ۲۲. چطور با افراد در مهمانی‌ها روبه‌رو شویم؟                          |
| ۷۳ | ۲۳. انجمن خصوصی خودتان را تشکیل دهید                                  |
| ۷۶ | ۲۴. چگونه دیگران را وادار کنید تا از شما درخواست ابزار جذب مشتری کنید |
| ۷۸ | ۲۵. بگذارید تا یک موسسه‌ی خیریه برای شما مشتری احتمالی پیدا کند       |

۲۶. مجازاتی بی رحمانه و عجیب ..... ۸۳
۲۷. برای جذب مشتری های احتمالی از کارت هدیه بهره بگیرید ..... ۸۴
۲۸. دادن شام رایگان برای جذب مشتری جدید ..... ۸۶
۲۹. ماهیگیری در تنگ ماهی ..... ۸۸
۳۰. جهانی فکر کنید - منطقه ای عمل کنید ..... ۹۶
۳۱. صندلی خود را انتخاب کنید ..... ۹۸
۳۲. دلال های معاملات ملکی ..... ۱۰۰
۳۳. یک ابزار هوشمندانه برای جذب مشتری احتمالی ..... ۱۰۳
۳۴. از کدام مشتری از کار آفرینانی را تهیه کنیم که کارمند هستند ..... ۱۰۶
۳۵. مذاوت به پیشید ..... ۱۰۸
۳۶. چگونه از رفیق خود سر باشید ..... ۱۱۰
۳۷. به یک تابلو اعلانات سر بدل شوید ..... ۱۱۲
۳۸. چگونه بدون این اسکارجی باشیم از آدم پابها استفاده کنیم ..... ۱۲۱
۳۹. مخاطبین خاموش ..... ۱۲۵
۴۰. توجه مشتری های احتمالی خود را کاملاً به خود جلب کنید ..... ۱۲۸
۴۱. تبلیغ سری باعث شد تلفن من دائماً زنگ بزند ..... ۱۳۲
۴۲. اسپانسر یک مسابقه ی دو دوستانه شوید ..... ۱۴۰
۴۳. چطور در یک بازار خارجی برای خود زیر دست پیدا کنیم؟ ..... ۱۴۲
۴۴. بخواهید تا محصولاتتان را به محل کارتان ارسال کنند ..... ۱۴۵
۴۵. یک مهمانی تبلیغاتی برگزار کنید ..... ۱۴۶
۴۶. چطور بیش از ۳۰۰ نفر مشتری احتمالی ای پیدا کنید که مشتاقان شما باشند ..... ۱۴۹
۴۷. بهترین افراد ..... ۱۵۱
۴۸. کسانی که شما می شناسید ..... ۱۵۴
۴۹. مطمئن شوید که کارت ویزیت شما خواهان دارد ..... ۱۵۸
۵۰. چگونه مشتری های احتمالی محلی بیشتری را جذب کنیم؟ ..... ۱۶۲
۵۱. چه کسی به مشتری های احتمالی من جنس می فروشند ..... ۱۶۴



## مقدمه مترجم

هیچ وقت فکر نمی‌کردم یه روز اسم من روی کتابی نوشته بشه، در واقع هیچ وقت فکر نمی‌کردم که به عنوان «مترجم» اسم من روی کتاب دیده بشه، همیشه دوست داشتم یه کتاب بنویسم و توی اون از تجربه‌هایم صحبت کنم. اما این که چرا این اتفاق افتاده، خوب این یه داستان دوازده ساله است. دوازده سال‌ها از ورود بازاریابی شبکه‌ای به کشور ما می‌گذره، روزهای خوب و بد زیادی توی این حرفه وجود داشته، اما این روزها حال و هوای بازاریابی شبکه‌ای در ایران خیلی خاص‌تره، میدونین چرا، چون داره کم‌کم یه اتفاقای جالبی به چشم می‌خوره، در واقع بازاریابی شبکه‌ای ایران داره به سمت علم و منطق جهت‌گیری میشه، سیل عظیمی از «بازاریابی شبکه‌ای زدگی!» ایجاد شده، که دیگه با وعده پولدار شدن وارد این تجارت نمیشن، اون‌ها به دنبال راهی هستن برای به دست آوردن موفقیت واقعی، در واقع متوجه شدن که همه نمیتونن با



ایجاد هیجان کاذب (داد زدن بدون اساس) توی این تجارت موفق بشن، پس باید راهی یافت یا به قولی، راهی ساخت.

کتاب حاضر که نوشته‌ی یکی از بزرگ‌ترین مربیان این تجارت در دنیا هست، ۵۱ روش برای به‌دست آوردن مشتری‌های احتمالی (ورودی گرفتن و مشتری پیدا کردن!) رو با ما در میون میزاره، روش‌هایی که روزگاری اگر کسی ما از اون‌ها حرف می‌زد، یک جواب بیشتر نمی‌دادیم. «این روش‌ها غیراصولیه، بکثیر نداره!» اما امروز باید دست‌ها رو بالا بیاریم و این روش‌ها رو درک کنیم و به کار بگیریم. البته همین امروز خیلی‌ها هستن که میگن بازاریابی شبکه‌ای در ایران با همه این فرق داره، اما زمانی نمی‌گذره که نسل اون‌ها هم منقرض میشه!

توصیه می‌کنم این کتاب و «زیرکانه» مطالعه کنید، در واقع به دنبال تفکری که پشت این روش‌ها بوده و دوباره بگردید، به این ترتیب ذهن خلاقان و درکی که از این تجارت دارید بیشتر خواهد کرد، در هنگام مطالعه این کتاب، بخشی از مطالب برایتان نامأنوس خواهد بود خواهشاً در این موارد به تفاوت فرهنگ ایران و دنیا فکر نکنید، در واقع تنها باید که هر کدام از این روش‌ها به دنبال ایجاد چه احساسی در مشتری احتمالی هست. اطمینان دارم که می‌توانید راه‌های مناسبی برای ایجاد آن احساس در مشتری احتمالی خودتان پیدا کنید.

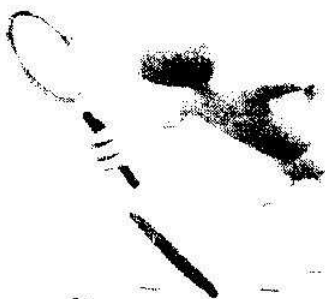
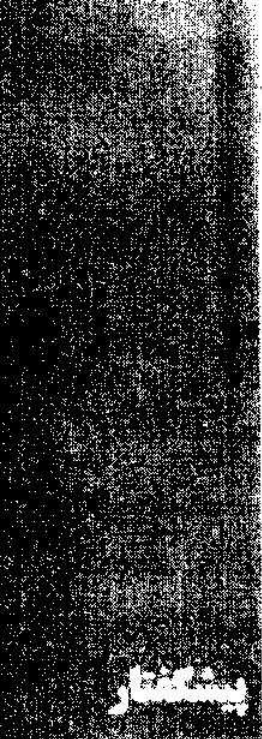
تمام روش‌ها را با دقت مطالعه کنید تا گزینه‌هایی که می‌تواند برای شما مفید باشد را به دست آورید.

سخن پایانی: این کتاب به آدم‌یاب‌های شبکه‌ای توصیه نمی‌شود، این کتاب صرفاً مخصوص بازاریاب‌های شبکه‌ای نوشته شده است.

پرفروش و شبکه‌ساز باشید.

مهراد برازنده اصل

۱۳۹۶/۲/۶



پیشگام

از کجا مشتری‌های احتمالی با انگیزه پیدا کنیم؟  
آسان است. مشتری‌های احتمالی خوب همه جا هستند.  
ما فقط باید یاد بگیریم چطور و کجا آن‌ها را پیدا کنیم. خبر خوش؟ پیدا  
کردن مشتری‌های احتمالی خوب یکی از ساده‌ترین مهارت‌ها در بازاریابی  
شبکه‌ای است.

۵۱ راه و روش زیر می‌تواند شروع کار شما باشد.  
آیا باید از همه‌ی این ۵۱ روش استفاده کنید؟ البته که نه.  
برخی از این راه‌ها و روش‌ها باشخصیت و ناحیه‌ی امن شما تناسب دارند؛ اما  
ممکن است روش‌های دیگر مناسب حال شما نباشند. این احتمال وجود دارد  
که اولویت‌های اعضای پایین‌دستی‌تان با اولویت‌های شما متفاوت باشد. شاید



آن‌ها راحت‌تر هستند تا با استفاده از تکنیک‌های متفاوت دیگری مشتری‌های احتمالی خود را پیدا کنند.

بسیاری از این منابع پیدا کردن مشتری‌های احتمالی را می‌توان بلافاصله استفاده کرد، برخی برای درازمدت هستند و تعداد انگشت‌شماری هم به کمپین‌های بزرگ‌تری نیاز دارند.

کیت شرایتر و تام «بیگ ال» شرایتر

www.ketab.ir