

چرا بازاریابی شبکه‌ای؟

کیت شرایتر

رسول ابراهیمی

4	مقدمه.....
10	با چه کسانی صحبت کنیم؟.....
23	چگونه نگران نباشیم وقتی با مشتری حرف می‌زنیم؟.....
27	اول ارتباط بسازید.....
34	دو حقیقت بگویید.....
42	شروع گفتگو.....
45	ساختن ارتباط اولیه.....
63	می‌خواهید کمی حرفه‌ای‌تر باشید؟.....
65	تمام کردن کار.....
119	توضیح‌های گروهی.....

هرگونه کپی برداری از این کتاب به هر شکل ممنوع بوده و پیگرد قانونی دارد

کتاب نام	چرا بازاریابی شبکه ای
انگلیسی عنوان	how to build your network marketing
نویسنده	کیت شرایتر
مترجم	ابراهیمی رسول
موضوع	موفقیت
چاپ نوبت	الکترونیکی
نشر مشخصات	صورت به نشر - دیجیتال الکترونیک

مقدمه

آیا شما کارهایی مثل فروش تلفن، برق، گاز، اینترنت یا هر چیز مهم دیگری را انجام می‌دهید؟

اگر بله، این کتاب پر از ایده‌های خوب است. این ایده‌ها به شما کمک می‌کنند تا کسانی که ممکن است مشتری شما شوند، واقعاً مشتری شما شوند یا به تیم شما بپیوندند. شما می‌توانید ایده‌هایی را انتخاب کنید که به کار و اخلاق خودتان می‌خورند.

شاید همه ایده‌های این کتاب برای هر شرایطی عالی نباشند. چون هر شهر و کشوری قوانین خودش را دارد و شرکت‌های ما هم کارهای مختلفی انجام می‌دهند. اما فقط یک ایده خوب کافی است تا کار و درآمد شما برای همیشه بهتر شود.

در این کتاب یاد می‌گیریم که برای کارهایمان و فرصت‌هایی که داریم، چه بگوییم و چه کار کنیم. یادتان باشد، مهم نیست که چقدر ایده یاد می‌گیریم، مهم این است که ایده‌هایی را که یاد می‌گیریم، واقعاً به کار ببریم. پس،

اگرچه خیلی از چیزهای اینجا خوب به نظر می‌رسند، اما تا وقتی که آن‌ها را در کارتان استفاده نکنید، فایده‌ای ندارند.

خدمات مهم مثل برق و گاز را نمی‌شود لمس کرد یا حس کرد. همین باعث می‌شود که مشتریان آینده نتوانند آن‌ها را به راحتی درک کنند. به همین دلیل، اینکه چه کلماتی را انتخاب می‌کنیم، خیلی مهم است. کلماتی که ما می‌گوییم می‌توانند در ذهن مشتریان آینده، تصویر و احساس خوب بسازند. بیاید همین الان با چند نکته عالی برای گفتن و انجام دادن شروع کنیم.

تصمیم‌ها

کار ما این است که به مردم کمک کنیم تصمیم بگیرند. شرکت ما همه کارها را انجام می‌دهد: خدمات می‌دهد، قبض‌ها را می‌فرستد، سایت دارد، وکیل دارد، و بخش خدمات مشتری دارد. شرکت همه چیز را برای مشتریان ما آماده می‌کند.

راستش را بخواهید، شرکت ما تقریباً همه کارها را انجام می‌دهد... به جز یک چیز:

قانع کردن مشتریان آینده برای اینکه بگویند "بله" و مشتری ما شوند یا به عنوان همکار به ما بپیوندند.

و دقیقاً به همین دلیل است که شرکت به ما نیاز دارد.

این یک همکاری است. ببینید آیا این منصفانه است:

شرکت تقریباً همه کارها را انجام می‌دهد. تنها کاری که ما باید انجام دهیم این است که از مشتریان آینده بخواهیم که تصمیم "بله" را بگیرند.

عالی است! این یک همکاری فوق‌العاده است. چرا؟

چون کار ما آسان است. وقتی یاد بگیریم که مشتریان آینده چگونه تصمیم می‌گیرند، می‌توانیم خیلی زود یک کار بزرگ بسازیم. پیدا کردن مشتری جدید؟ آسان است. پیدا کردن همکار جدید؟ آسان است. وقتی بدانیم چگونه تصمیم بگیریم، سهم ما در این همکاری خیلی راحت خواهد بود.

پس سوال مهم این است: "مشتریان آینده چگونه تصمیم می‌گیرند؟"

خب، شاید جواب شما را غافلگیر کند.

وقتی بدانیم مشتریان آینده چطور تصمیم می گیرند، همه چیز برای ما فرق می کند. ما یاد می گیریم چطور خیلی سریع به آن ها کمک کنیم تصمیم بگیرند. این کار نتیجه می دهد و به ما درآمد خوبی می دهد.

پس، بیایید برویم سر اصل مطلب.

مردم اینطور تصمیم نمی گیرند:

- منتظر نمی مانند تا یک اتفاق بزرگ بیفتد.
- به صداهای کوچک توی سرشان گوش نمی دهند.
- منتظر یک ایده ناگهانی یا نشانه خاصی نیستند.
- ۱۵۰۰۰ دلیل خوب و ۱۴۰۰۰ دلیل بد را بررسی نمی کنند.
- یک جلسه ۳۰ دقیقه ای را تماشا نمی کنند، فیلم ها را نمی بینند، اسلایدهای پاورپوینت را نگاه نمی کنند، به تعریف و تمجیدها گوش نمی دهند، و در آخر جلسه، با دقت خوبی ها و بدی ها را نمی سنجند و بعد بر اساس واقعیت ها، یک تصمیم منطقی نمی گیرند.
- خب، شاید دیگران اینطور به ما یاد داده باشند، اما واقعیت خیلی فرق دارد.

اگر دقیقاً می دانستیم که آدم‌ها چگونه چطور تصمیم می گیرند، این اطلاعات چقدر برای ما ارزش داشت؟

میلیون‌ها تومان.

و به همین دلیل است که باید به خواندن ادامه دهیم.

داستان کوتاه (چهار گام)

علم تصمیم‌گیری یک موضوع خیلی بزرگ است. ما در این کتاب به آن نمی‌پردازیم. تمام چیزی که باید یاد بگیریم، چهار گام ساده است تا مشتریان آینده را قانع کنیم تصمیم بگیرند. این کار به ما کمک می‌کند یک کار موفق در بازاریابی شبکه‌ای داشته باشیم.

گام اول: اول ارتباط بسازید. اگر مشتریان آینده به ما اعتماد نکنند یا ما را دوست نداشته باشند، نتیجه خوبی نخواهیم گرفت. هیچ چیز نمی‌تواند تغییر بزرگی ایجاد کند. خوشبختانه، ما فقط باید چند ثانیه وقت بگذاریم تا اعتمادی را که لازم داریم، به دست آوریم.

گام دوم: شروع گفتگو. حالا که مشتریان آینده به ما گوش می دهند، می توانیم کارمان را به یک گفتگوی عادی وارد کنیم. خیلی وقت ها، مشتریان آینده همین جا، بر اساس اینکه ما چطور کارمان را توضیح می دهیم، تصمیم نهایی "بله" را می گیرند. بله، می تواند به همین سرعت تمام شود.

گام سوم: تمام کردن کار. بعد از اینکه در شروع گفتگو، کمی درباره کارمان حرف زدیم، مشتریان آینده در ذهنشان برنامه هایی دارند. شاید برنامه آن ها این باشد که پول پس انداز کنند. شاید برنامه آن ها این باشد که درآمد بیشتری داشته باشند. برای این مشتریان آینده، تصمیم "بله" خیلی سریع گرفته می شود. و برای بقیه، می توانیم با یک یا دو جمله آن ها را به تصمیم "بله" یا "خیر" تشویق کنیم.

این سه گام بالا ممکن است فقط ۱۵ ثانیه طول بکشد. آرام باشید. الان شاید باورش سخت باشد، اما در این کتاب می بینیم که چطور کار می کند.

گام چهارم: ارائه دادن. اگر جواب گام سوم "بله" بود، آن وقت و فقط آن وقت، ما یک ارائه می دهیم. اما ارائه بعد از تصمیم "بله" است. پس ما فقط به کسانی ارائه می دهیم که می خواهند بخرند یا به ما بپیوندند.

و همین است. ارائه ما می تواند فقط ۱۵ ثانیه طول بکشد، یا هر چقدر که مشتریان آینده بخواهند. در این کتاب، ما به خیلی از ارائه های کوچک می پردازیم که فقط چند جمله هستند.

حالا، برگردیم به داستان کوتاه.

ما این چهار گام کوچک را یاد می گیریم و تصمیم های "بله" را می گیریم. پس برای مشتریان و همکاران بیشتر آماده شوید.

اما اول، باید کسانی را پیدا کنیم که با آن ها حرف بزنیم!

با چه کسانی صحبت کنیم؟

قبل از اینکه بتوانیم چهار گام گفتگو را انجام دهیم، اول باید کسی را پیدا کنیم که با او حرف بزنیم. پس چطور برای حرف زدن با دیگران قرار بگذاریم؟