

اصول کاربردی برای کسب درآمد در تجارت نتورک مارکتینگ

میلیونرهای دات نت

چاپ هفتم



وقتی همه خوابند نتورک‌های ایرانی بیدارند

بامقدمه دکترعلیرضا حدادیان

نویسنده: نیما طبری فرد

سرشناسه	: طبری فرد، نیما، ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور	: میلبیوترهای دات نت، وقتی همه خوابند نتورکرهای ایرانی بیدارند/ نویسنده نیما طبری فرد.
مشخصات نشر	: تهران: بهار سبز، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص-
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۸۴-۸۸-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: بالای عنوان: اصول کاربردی برای کسب درآمد در تجارت نتورک مارکتینگ.
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۲۶۱ - ۲۶۲.
عنوان دیگر	: اصول کاربردی برای کسب درآمد در تجارت نتورک مارکتینگ.
موضوع	: بازاریابی چندسطحی
موضوع	: ارتباط در بازاریابی
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: موفقیت در کسب و کار-- ایران
رده بندی کنگره	: ۹۱۳۹۳ م ۲ ط/ ۱۲۶/ ۱۴۶/ HF۵۴۱۵
رده بندی دیویی	: ۸۷۲/۶۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۶۰۳۰۱۳



میلبوترهای دات نت

نیما طبری فرد

طراح روی جلد و صفحه آرا: محسن شجاعی

تصویرگر: مهشید علی پور

مشاور و ناظر چاپ: اکبر محسنی

امور فنی: شهیر

نوبت چاپ: ششم- زمستان ۱۳۹۴

نوبت چاپ: هفتم- بهار ۱۳۹۵

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: صاحب

چاپ: گنج شایگان

قیمت: ۱۴۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۸۴-۸۸-۸

تهران، خیابان دکتر شریعتی، روبروی ایستگاه متروی قلهک،

کوچه شهید سرفراز، پلاک ۴، واحد ۱

تلفکس: ۳-۲۲۶۲۲۹۰۱؛ کد پستی: ۱۹۴۱۹۳۳۵۸۴

پست الکترونیک: info@baharesabz.ir

آدرس سایت: www.baharesabz.com

حق چاپ محفوظ است.

30book

این کتاب را تقدیم می‌کنم به اشخاص حقیقی و حقوقی، مدیران و سرمایه‌گذاران محترم و نتورک‌های عزیز و تمامی کسانی که برای قانونی شدن تجارت نتورک مارکتینگ و اعتلای این کسب و کار زیبا در ایران تلاش می‌کنند.



فعالیت خود را از سال ۱۳۸۰ آغاز و بواسطه همکاری با نویسندگان جوان و خوش ذوق کشورمان و بهره جستن از موج روانشناسی موفقیت و مثبت گرا که بتازگی وارد کشور شده بود، در زمره ناشران روانشناسی و ادبی جای گرفت.

این نشر با گزینش دقیق و سرلوحه قرار دادن مرامنامه داخلی خود، سعی درانتخاب و چاپ موضوعات پرمحتوا، غیرتکراری، کاربردی، منطبق بر نیاز فرهنگی - اجتماعی جامعه امروز و دارای ارزش های انسانی و اسلامی و در نهایت برخوردار از نبوغ و نوآوری در سبک نگارش و موضوع داشته و دارد.

بررسی عناوین کتاب های ما، حاکی از آنست که بیش از آنکه به ترجمه اندیشه های نویسندگان سایر کشورها تکیه کنیم به تقویت و رشد قلم جوانان اندیشمند کشورمان بها داده ایم و افتخارات کارنامه نشر ما، مدیون همین اندیشه های جوان و پویا بوده است .

خوش بختانه اقشار مختلف مردم اعم از دانش آموزان ، دانشجویان ، معلمان و اساتید دانشگاهها، مدیران سازمان ها و شرکت ها، صاحب نظران و صاحبان قلم و اندیشه و حتی کسانی که با کتاب اندک الفتی داشتند این نشر و آثارش را، هم از نظر مادی و هم از نظر معنوی حمایت نموده تا بتوانیم با شمارگان مطلوب و چاپ مکرر آنها، نقشی هر چند اندک در ارتقا سطح فرهنگی جامعه و ترویج و توسعه فرهنگ کتاب و کتابخوانی داشته باشیم .

دستان یکایک تان را می بوسیم و به پاس فرهنگ دوستی تان
سر تعظیم فرود می آوریم .

مقدمه

امروزه بیش از پیش، کاربرد علم ارتباطات و شبکه سازی و اثر آن بر رشد و پیشرفت کسب و کارها آشکار شده است. بازاریابی شبکه ای نیز بر همین اساس و با ایده حذف واسطه ها ایجاد شده است و در پیشبرد فروش سازمان ها و توسعه تولید و توزیع ملی، کاربرد اساسی دارد. آنچه بدیهی و غیر قابل انکار است اینکه امروزه با تکیه صرف به رویکردها، نگرش ها و شیوه های سنتی در تجارت، نمی توان به حداکثر کارایی و بهره وری در کسب و کارها دست یافت. لذا آشنایی با اصول و روش های نوین بازاریابی شبکه ای و به کارگیری آنها در عمل می تواند تحولی بزرگ در عرصه بازار به وجود آورد. خوشبختانه در سال های اخیر وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز این روش را به رسمیت شناخته و مجوز فعالیت های شرکت های بازاریابی شبکه ای را صادر نموده است. در گذشته روش های مشابهی مانند بازاریابی هرمی وجود داشته اند که نه تنها در ایران بلکه در سایر کشورها نیز وجاهت قانونی نداشته اند و صرفا باعث خروج ارز از کشور شده و روحیه تنبلی و وابستگی را در جوانان تقویت می نموده اند، خوشبختانه خواننده کتاب حاضر با مطالعه این کتاب تفاوت های بازاریابی شبکه ای با بازاریابی هرمی را به خوبی درک خواهد کرد. بنابراین مطالعه کتاب حاضر می تواند گامی مهم در جهت افزایش دانش فروشنندگان فعال در سیستم بازاریابی شبکه ای باشد. همچنین کلیه ابهامات، ترس ها و تردیدهایی که در اذهان افراد جامعه در خصوص کارایی و اثربخشی این روش کسب و کار وجود دارد به نحو مطلوبی پاسخ داده می شود. یکی از نکات مهم قابل اشاره، روشنگری کتاب در مورد این است که موفقیت در بازاریابی شبکه ای نیز مانند موفقیت در هر فعالیت دیگری مستلزم تلاش و استقامت و حرکت برنامه ریزی شده و خلاق همراه با صبر، انعطاف پذیری و بهره گیری از هنر ارتباطات موثر است. متأسفانه برخی افراد گمان می کنند پس از مدت کوتاهی فعالیت در نتورک مارکتینگ به پول و ثروت چشمگیری دست پیدا می کنند در صورتی که با در نظر گرفتن کمیت و کیفیت تلاش ها، حداقل ۳ تا ۵ سال طول می کشد تا فرد به نقطه ای مطلوب از نظر درآمدزایی برسد و این واقع بینی، پیش نیاز مهمی برای بازدهی و بهره وری نتورکرها می باشد. در عین حال با توجه داشت که از این ابزار مانند هر وسیله دیگری باید به درستی استفاده شود در غیر این صورت پیامدهای منفی جبران ناپذیری خواهد داشت. در این راستا توجه به چند نکته، لازم و ضروری می باشد: اولاً. بازاریابی شبکه ای تحولی در حوزه توزیع کالاها می باشد و کسانی باید وارد این حوزه شوند که

تخصص اصلی شان یا فعالیتی که برای گذران زندگی خود در نظر گرفته اند، توزیع و فروش کالاها می باشد. لذا رها کردن بخش تولید و ورود همه افراد به این حوزه به هیچ وجه توصیه نمی گردد و افراد شاغل در بخش های تولیدی و خدماتی در صورت تمایل می توانند بازاریابی شبکه ای را به عنوان شغل دوم خود در نظر بگیرند. ثانیاً، باید از این روش برای توسعه توزیع و فروش کالاهای ایرانی استفاده گردد تا ضمن کمک به اقتصاد ملی و حرکت در راستای اقتصاد مقاومتی که مورد تأیید مقام معظم رهبری می باشد، زمینه اشتغال زایی موثر در بخش توزیع شبکه ای به بهترین شکل محقق گردد. مجدداً نیز تأکید می گردد که حرفه بازاریابی شبکه ای یک تخصص است و روحیات و توانمندی های خاص می طلبد بنابراین ضروری است که در انتخاب آن هماهنگی شغل با شاغل رعایت گردد.

این کتاب که به همت و تلاش جناب آقای نیما طبری فرد، تدوین و نگاشته شده است مجموعه منسجم و منظمی از اصول علمی و تجربیات حرفه ای ایشان در حوزه نتورک مارکتینگ است. در این راستا، توجه نتورکرها به روش های علمی به ویژه در حوزه مسائل هدف گذاری، نحوه برخورد و ارتباط با مشتری، تیم سازی، مدیریت و رهبری به یقین می تواند توسعه و رشد کسب و کار آنها را به دنبال داشته باشد.

یکی دیگر از مزیت های کتاب حاضر، تقسیم بندی مطالب در پنج بخش اصلی با استفاده از استعاره رانندگی است که شامل: ۱- ایجاد طرز فکرها و نگرش های صحیح در زمینه بازاریابی شبکه ای ۲- خصوصیات و مهارت های بازاریابان شبکه ای ۳- مراحل اجرایی فرآیند بازاریابی شبکه ای ۴- اصول رهبری و تیم سازی و ۵- نکته ها و راهکارهای توسعه درآمد می باشد که در نوع خود، منحصر به فرد می باشد.

از آنجایی که این کتاب به زبانی ساده و قابل فهم به رشته تحریر درآمده است ارتباط مناسبی را با مخاطب برقرار می سازد. جهت بهره برداری بیشتر و بهتر از کتاب توصیه می شود خواننده محترم بعد از مطالعه، اصول و فنون ذکر شده را تا حد امکان در عمل اجرا نماید تا با تمرین و تمرین و تمرین، این اصول اساسی در شخص نهادینه شود و یادگیری به معنای واقعی صورت پذیرد. تنها در این صورت است که اثرات مطلوب و سازنده اصول بازاریابی شبکه ای در عمل مشاهده خواهد گردید.

با احترام و آرزوی موفقیت

دکتر علیرضا حدادیان

عضو هیات علمی دانشگاه

فردوسی مشهد

30book

خواندن این کتاب را به کسانی که می‌خواهند مرزهای فروش
را پشت سر بگذارند، پیشنهاد می‌کنم.

حمید امامی

نویسنده و سخنران بین‌المللی، مدرس حرفه‌ای فروش در
حوزه صنعت بیمه و عضو Top Of Table انجمن MDRT در سال ۲۰۱۲

۱۰	پیشگفتار
۱۵	راهنمای مطالعه کتاب
۱۹	فصل اول: پای خود را از روی ترمز بردارید
۲۱	تجارت نتورک مارکتینگ چیست؟
۲۵	بازاریابان آماتور چه کسانی هستند؟
۲۵	بازاریابی یا مارکتینگ چیست؟
۲۶	بازاریابان حرفه‌ای چه کسانی هستند؟
۲۷	نتورکرها چه کسانی هستند؟
۴۰	تجارت نتورک مارکتینگ از کجا آغاز شد؟
۴۳	آغاز نتورک مارکتینگ قانونی در ایران
۴۶	جایگاه نتورک مارکتینگ در تجارت اسلامی چگونه است؟
۵۵	دروغ‌های شاخدار درباره نتورک مارکتینگ
۷۳	چرا بعضی از مردم در نتورک شکست می‌خورند؟
۷۹	الگوهای چهارگانه کسب و کار در دنیای امروز
۸۱	نتورک مارکتینگ به کدام روش می‌تواند شما را ثروتمند کند؟
۸۲	اهرمهای ششگانه پولسازی در نتورک مارکتینگ
۹۴	چرا شما به نتورک مارکتینگ نیاز دارید؟
۹۶	مزایای نتورک مارکتینگ بسیار است
۹۷	آیا در نتورک مارکتینگ همه جور کالایی عرضه می‌شود؟
۹۸	در ایران وارد کدام شرکت نتورک مارکتینگ بشوید؟
۱۰۲	پنج چیز که برای موفقیت در نتورک به آنها نیاز ندارید
۱۰۳	پنج چیز که برای موفقیت در نتورک به آنها نیاز دارید
۱۰۷	فصل دوم: دنده را عوض کنید
۱۱۴	خصیصه‌هایی که نتورک‌رهای حرفه‌ای واجد آن هستند
۱۴۵	فصل سوم: گاز بدهید
۱۴۷	ده قدم مؤثر در فرآیند فروش
۱۴۷	قدم ۱: یافتن دلایل و چراها
۱۵۱	قدم ۲: تعیین رؤیایها، دیدگاه و اهداف
۱۵۹	قدم ۳: ایجاد تعهد همه جانبه برای موفقیت

۱۶۱	قدم ۴: تهیه لیست اسامی مشتریان احتمالی
۱۶۷	قدم ۵: دعوت کردن مشتریان احتمالی
۱۶۹	روش دعوت رودرو
۱۷۱	روش دعوت تلفنی
۱۷۵	دیالوگ صحبت غیر مستقیم
۱۷۹	دیالوگ صحبت مستقیم
۱۸۳	قدم ۶: برگزاری جلسه چای نوشی یا معارفه پیش از جلسه پرزنت
۱۸۸	قدم ۷: برگزاری جلسه پرزنت یا جلسه معرفی کار
۱۹۵	قدم ۸: پیگیری مشتریها تا خرید محصول
۲۰۰	برای یک پیگیری اصولی شش مرحله را باید گذراند
۲۰۵	قدم ۹: ثبت نام مشتریها و خرید محصول
۲۰۵	قدم ۱۰: همانندسازی و تکثیر
۲۰۷	نکات ضمیمه به فصل سوم
۲۰۹	نکات حیاتی در برقراری شبکه ارتباطی
۲۱۳	فصل چهارم: با لذت و اطمینان رانندگی کنید
۲۱۵	چرا باید در نتورک مارکتینگ تبدیل به لیدر شوم؟
۲۲۴	لیدرهای نتورک مارکتینگ چه کسانی هستند؟
۲۲۸	اصول اساسی رهبری و مدیریت در تجارت نتورک مارکتینگ
۲۳۶	لیدرهایتان را بزرگ کنید تا آنها هم سازمان شما را بزرگ کنند
۲۴۱	قبل از آنکه تیم را هدایت کنید مسیر عبور تیم را ببینید
۲۴۲	تاپ لیدرها به دنبال افزایش درآمد لیدرهای خود باشند
۲۴۶	رهبری کردن و کسب درآمد
۲۵۱	فصل پنجم: دکمه توربو شارژ را فشار دهید
۲۵۳	۲۱ کلید دستیابی به حداکثر درآمد در نتورک مارکتینگ
۲۶۳	منابع مورد استفاده

فهرست

نیما طبری فرد؛ نتورکر، سخنران انگیزشی و

مدیرعامل شرکت «بار سَبک هستی» است.

او اهل ایران است و اکنون در مشهد زندگی می کند.

من به قدرت نتورک مارکتینگ برای تغییر مادی و معنوی

زندگی مردم ایمان داشتم. می دانستم روزی ایران هم میزبان

این تجارت زیبا و پولساز خواهد بود. برای همین وقت را بیهوده

صرف نکرده و زمانی که بسیاری از مردم در خواب ناز بودند، من

به عنوان یک نتورکر بیدار ماندم و به مدت ده سال با سفر کردن

و زندگی در ده پایتخت دنیا به کسب تجربه برای خودم و آموزش

نتورک به دیگران پرداختم. دلم می خواهد هر کسی که این

کتاب را می خواند احساس خوبی از تجارت نتورک مارکتینگ پیدا

کند. احساس اینکه می توانم تاثیر مثبت در روح و روان

مردم بگذارم و شاهد پیشرفت های مادی و شخصی آنها

باشم چیزی است که آن را به هیچ قیمتی از دست نمی دهم.

این کتاب را به آن خاطر نوشتم که هرکسی در ایران بتواند با

آخرین پولی که برایش مانده است و با آخرین امیدی که برای

پیشرفت مادی در عمق قلبش وجود دارد در مسیر فروشنده‌گی و

کسب درآمدهای بالا قرار گیرد.

شما را در آن بالا ملاقات خواهیم کرد.

