www.takbook.com

ماهنامه تخصصی تئوری مارکتینگ ایران

شماره ۳

بهمن ۹۴

iranm.ir

artwork

www.takbook.com



به‌نام خدای بخشاینده مهربان

In the name of Allah, the Beneficent, the Merciful.

www.takbook.com

توجه

با عرض سلام به تمامی نتورک مارکتر های عزیز

در بخش فهرست ، علاوه بر شماره صفحه ، بعضی از موضوعات داری یک عدد به همراه + هستند که نشان دهنده این است که آن موضوع مناسب افراد تازه کار نبوده و فقط و فقط برای کسانی که دارای تیم فروش هستند مناسب است .

عددی که همراه علامت + بیان شده ، حداقل افراد تیم فروش شما را مشخص میکند برای خواندن آن مطلب . مثلا ۱۰+ یعنی فقط کسانی آن مطلب را بخوانند که حداقل ۱۰ نفر در تیم فروششان مشغول به فعالیت باشند .

از مطالعه اطلاعاتی که مناسب استپ شما نیست جداً خودداری کنید

با آرزوی موفقیت : تیم نتورک مارکتینگ ایران

قهرمان زندگی خود باشید 1

اولین فروش اینترنتی دنیا 3

چهارخانه مدیریت زمان 4 +5

اصول موفقیت ۳ 7

دلایل شکست افراد ۲ 8 +20

اصل نیروانرژی 9

موفقیت یک مسئولیت است 11 +5

دهنیت ماکروویو 14

کافه نتورک 15 +10

اطلاعات غرقابی

گوسفندنگری

جلسات هفتگی

زندگی نامه بزرگان: بیل گیتس 22

کتاب عظمت خود را دریابید 24

www.takbook.com



قهرمان زندگی خود باشید

تا کنون به این فکر کرده اید که قهرمان زندگی شما چه کسی است ؟

بسیاري از ما براي خود الگوها و قهرماناني داريم كه ممكن است رهبر، مدير يا حتي يك هنرمند باشند و زمانيكه به اين افراد فكر مي كنيم براي ما الهام بخش انجام كارهاي بزرگ هستند . قهرمانانی که می شناسید، از ابتدا با موفقيت به دنيا نيامده اند، بلكه ياد گرفته اند چگونه از استعدادهای خود استفاده كنند . آنها افرادي هستند كه اثر مثبت روي ما دارند و گاه راههاي بهتري را در زندگي به ما نشان مي دهند. آنها با ناملايمات و سختي ها جنگيده اند و پيروز شده اند. اما يك نكته جالب ديگر در مورد قهرمانان وجود دارد ، آنها هم مانند ما انسان ها هستند كاستي ها و ضعف هاي يك انسان معمولي را دارند . آنها هم روز هاي بد خود را دارند ، احساس نااميدي مي كنند و شكست مي خورند . (در حقيقت قهرمانان بيش از ديگران شكست مي خورند.) قهرمانان علي رغم همه ضعف هاي بشري خود راهي پيدا مي كنند كه كار آنها در دنيا تاثير گذار باشد. اما اكنون مي خواهم شما را به يك رقابت دعوت كنم. شما می‌توانید در هر آنچه که می‌خواهید، قهرمان شوید ؛ چه شستن ظرف‌ها باشد چه تسلط یافتن بر مهارتی جدید (مثل تجارت نتورک مارکتینگ) !

قهرمان خود باشید.

از خود بپرسید چه كاري را مي توانم انجام دهم كه در دنيا تاثير گذار باشد؟ در اين رقابت شايد شما قهرمان طلايي نباشيد و نتوانيد نسخه جادويي براي همه مشكلات خود پيدا كنيد. اما مي توانيد هر روز مانند يك قهرمان با نظم و دلسوزي و تعهد بالا روي هدف خود كار كنيد.

۱- تمرکز حواس و حضور ذهن :

این مورد را شماره اول قرار دادیم ، چون کسب این ویژگی برای ما مهم‌ترین و سخت‌ترین خواهد بود. وقتی تمام حواستان به همان کاری باشد که دارید انجام می‌دهید، هیچ چیز نمی‌تواند مُخل کار شما شود، هیچ جایی برای ترس، نگرانی یا دیگر احساسات منفی نیست و آن‌ها نمی‌توانند شما را در مسیر آنچه دارید انجام می‌دهید، متوقف کنند تا به پتانسیل کامل خود نرسید. شما می‌توانید حواستان را به هرکاری که در زندگی انجام می‌دهید، معطوف کنید. فقط باید درک کنید چه وقت افکارتان از دست شما خارج می‌شود و به گذشته یا آینده کشیده می‌شوید. این کار می‌تواند در ابتدا خیلی سخت به نظر برسد، ولی در نهایت آسان‌تر و حتی طبیعت دوم شما می‌شود. « قدرت حال» کتابی عالی در مورد دستیابی به تمرکز و حضور ذهن است. فقط وقتی می‌توانیم به بهترین عملکردمان برسیم که



www.takbook.com

IRANNM.IR
IRAN
NETWORK
MARKETING

توجه اصلی خود را بر زمان حال متمرکز کنیم.

۲- پشیمانی ممنوع :

شما نمی‌توانید آنچه را که رخ داده است عوض کنید و حقیقت این است که هرچه انجام داده‌اید یا هر تصمیمی که گرفته‌اید، بهترین کار یا تصمیمی بوده که در آن زمان می‌توانستید انجام بدهید. اگر با این ذهنیت زندگی کنید زندگیتان خیلی راحت‌تر و خالی از استرس می‌شود.

۳- داشتن ذهن یک تازه کار :

این به معنای پایین آوردن سطح هوشی یا ساده لوحی نیست. بسیاری از افراد در هرچه که انجام می‌دهند، ذهن یک تازه کار را دارند. این به معنای داشتن یک نگرش روشنفکرانه و پذیرا، مشتاق و عاری از تعصب هنگام مطالعه یک موضوع است، حتی وقتی در یک سطح پیشرفته مطالعه می‌کنید، درست همانطوری که یک تازه کار اینطور است. داشتن ذهن یک تازه کار این امکان را به شما می‌دهد که بدون فکر کردن خیلی زیاد، چیزهای جدیدی یاد بگیرید و کارهای زیادی را انجام دهید که کلید بهترین بودن در آنچه انجام می‌دهید و به خوبی انجام دادن آن است! گاهی اوقات ما فقط باید بپذیریم و بگوییم «نمی‌دانم». این کار نه تنها نفْس شما را که همیشه می‌خواهد بهترین را بداند می‌شکند، بلکه ذهنی روشن و باز که آماده یادگیری است به شما ارائه می‌دهد. با این حالت وفق یابید و تکامل یابید. زندگی کردن با «می‌دانم» یک نقص و عقب ماندگی است که ما را از زمان حال خارج نگه می‌دارد و به زندگی در گذشته می‌کشاند. اینطوری ما امکان تجربه هیچ چیز جدید، هیچ شگرفی، هیچ بینشی و هیچ کشفی را نداریم. هیچ یک از رازهای حال را کشف و درک نمی‌کنیم و در قضاوت‌های گذشته باقی می‌مانیم.

۴- بدانید چه می‌خواهید :

برای دستیابی به هرچیزی باید بدانید دقیقاً چه می‌خواهید. برای مثال اگر شما می‌خواهید وزن کم کنید سعی کنید یک تصویر ذهنی داشته باشید از اینکه وقتی به وزن ایده آلتان برسید، چه شکلی می‌شوید. یا اینکه وقتی به یک لیدر و راهبر قوی تبدیل شدید چه ویژگی هایی خواهید داشت . یا خودرویی که دو سال آینده سوار می شوید چه امکاناتی دارد . یا ....

۵- دلسرد و منفی نشوید :

شاید در تجارتتان یا سایر موارد مورد علاقه تان با سختی هایی روبرو شوید اما اجازه دلسرد شدن به خود ندهید . این نقطه مشترک تمام افراد موفق دنیاست . اگر اجازه دهید آنچه دیگران فکر می‌کنند، می‌گویند یا انجام می‌دهند روی احساس شما بصورت منفی تاثیر بگذارد ، پس باید تغییراتی ایجاد کنید. به یاد داشته باشید ما نمی‌توانیم دیگران را تغییر بدهیم و باید مردم را همانطور که هستند قبول کنیم تا یک زندگی هدفمند و سازنده داشته باشیم. همیشه افرادی هستند که سعی می‌کنند شما را دلسرد کنند و پایین بکشند. همین برای دیدگاه ذهنی شما در زندگی نیز صدق می‌کند. اجازه ندهید که دیالوگ ذهنی شما افکار منفی را به شما القا کند. به محض اینکه این افکار را می‌شنوید، با این درک با آن‌ها مواجه شوید که این شما نیستید، بلکه دیالوگ درونی منفی ذهن شماست و از آن‌ها بگذرید همانطور که یک سنگریزه از مسیر رود می‌گذرد. هرچه زودتر این رشته افکار منفی را شناسایی و رد کنید، زندگی آسان‌تر می‌شود؛ چون وقتی این افکار داخل شوند و احساسات منفی را برانگیزند برطرف کردن آن‌ها سخت می‌شود.

این ۵ ویژگی ذهنی می‌توانند برای رسیدن به هرچیزی اِعمال شوند و باید ابزاری برای کمک به شما در پشت سر گذاشتن موانع زندگی باشند.

« هرآنچه که در ذهنتان داشته باشید، در زندگیتان رخ می‌دهد. اگر به باوری که همیشه داشتید ادامه دهید، همانطور که همیشه عمل کرده‌اید، عمل خواهید کرد. اگر همانطوری که همیشه عمل کرده‌اید، عمل کنید همان چیزی را به دست می‌آورید که همیشه به دست می‌آورده‌اید. اگر می‌خواهید نتایج متفاوتی را در زندگیتان یا کارتان ببینید، تمام آنچه باید انجام دهید این است که ذهنتان را تغییر دهید »



www.takbook.com



خرید و فروش از طریق بستر اینترنت در دنیای امروزی بسیار عادی گشته و انواع کالاها و خدمات بوسیله تجارت الکترونیک توسط ملیونها نفر خریداری میگردد اما با رواج چشمگیری که تجارت الکترونیک این روزها در زندگی ما پیدا کرده است، شاید کمتر کسی به نقطه ی آغاز آن فکر کند. تا به حال به این فکر کرده اید که اولین آیتمی که به صورت امن و با تراکنش اینترنتی فروخته شد چه بوده است ؟

وبسایت شاپیفای که یکی از شرکت های نرم افزاری تجارت الکترونیک است، ویدئویی منتشر کرده است که به کند و کاو در این بخش از تاریخ اینترنت پرداخته تا مشخص کند اولین تراکنش رسمی اینترنتی کدام بوده است. رد پای تراکنش های اینترنتی از آرپانت شروع می شود. در سال ۱۹۷۱ میان دانشجویان علوم رایانه ی دانشگاه استنفورد و ام آی تی، برای خریدی عجیب معامله ای صورت گرفت. اما راوی ویدیوی مذکور توضیح می دهد که از لحاظ فنی نمی توان این را به عنوان اولین تراکنش اینترنتی در نظر گرفت، چون به صورت آنلاین پولی میان آنها رد و بدل نشده است. آنها تنها از اینترنت برای قرار و مدارهای خود استفاده کرده بودند. ادامه ی این ردپا می رسد به سال ۱۹۸۴، زمانی که یک مادربزرگ ۷۴ ساله ی بریتانیایی به نام جین اسنوبال از یک سیستم ویدیوتکس (تلویزیونی که از طریق خطوط تلفن کار می کرده است) برای سفارش مواد خوراکی مورد نیاز خود از فروشگاه استفاده کرد: کره، تخم مرغ، و کورن فلیکس. اما این اقلام به صورت دستی به او تحویل داده شد و اسنوبال نیز هزینه ی آنها را با پول نقد پرداخت کرد. به این هم نمی توان گفت تجارت الکترونیک.

اولین تراکنش حقیقی دنیای تجارت الکترونیک در سال ۱۹۹۴ و با ظهور اینترنتی که امروزه نیز کمابیش با همان خصوصیات کلی آن را می شناسیم رخ داد. با اینکه اعتبار اولین تراکنش تجارت الکترونیک (با شروع فروش آنلاین پیتزا از اواخر آگوست ۱۹۹۴) اغلب به پای پیتزا هات نوشته می شود، اعتبار حقیقی این تراکنش متعلق است به دن کان، کارآفرین ۲۱ ساله ای که از نیو همپشایر، وبسایتی به نام نت مارکت را اداره می کرد.

کان در روز یازدهم آگوست ۱۹۹۴ موفق شد یک حلقه سی دی یکی از آلبوم های موسیقی استینگ را به دوست خود در فیلادلفیا بفروشد. دوست او برای پرداخت هزینه ی ۱۲ دلار و ۴۸ سنتی سی دی، به علاوه ی هزینه ی ارسال آن، در تراکنشی که برای اولین بار در تاریخ اینترنت به وسیله ی فناوری رمزگذاری محافظت می شد، از کارت اعتباری خود استفاده کرد.

کان در مقاله ای که روز بعد درباره ی نت مارکت در نیویورک تایمز منتشر شد به پیتر لوئیس گفته بود: «حتی آژانس امنیت ملی امریکا هم این موضوع را زیر نظر داشت، اما نتوانست شماره ی کارت اعتباری وی را پیدا کند». لوئیس در آن مقاله نت مارکت را معادل تازه ای برای یک فروشگاه بزرگ در فضای مجازی معرفی کرده بود.

شرکت تحقیقات بازار ای مارکتیر پیش بینی می کند کاربران سرتاسر جهان امسال ۱.۶۷۲ تریلیون دلار به صورت آنلاین پرداخت کرده باشند. این رقم ۷.۳ درصد از کل خرده فروشی جهان را شامل می شود که انتظار می رود مجموع آن در سال ۲۰۱۵ به ۲۲.۸۲ تریلیون دلار برسد.

فکر میکنید سهم نتورک مارکتینگ از این مبلغ چند درصد است ؟



www.takbook.com



چهارخانه مدیریت زمان

یکی از عادات بازاریابان شبکه ای موفق این است که نخست به امور نخست می پردازند . اولویت بندی و تعیین امور مهم از مهم تر برای یک بازاریاب شبکه ای بسیار حیاتی است . معمولا شما نمی توانید به همه کارهای خود برسید ولی می توانید با برنامه ریزی و اولویت بندی به کارهای مهم تر بپردازید . در اینجا میخواهیم در همین رابطه به چهارخانه مدیریت زمان بپردازیم . کلید واژه های مطرح در اینجا مهم و فوری است . مهم ها در واقع همان رسالت شما ، نظام ارزشی شما و مقصود شماست . فوری از محیط می آید و شما را زیر فشار می گذارد ، لذت بخش است و جذب کننده . فوری به شما می گوید که به توجه بی درنگ شما نیازمند است . ربع اول در چهارخانه ما مربوط به کارهای مهم و فوری است . مربوط به امور با اهمیت می شود که مستلزم توجه سریع است .

معمولا اسم این امور را بحران یا مشکلات می گذاریم ، مثل خاموش کردن آتش. ما همگی اموری از نوع ربع اول در زندگیمان داریم . ولی ربع اول خیلی از بازاریابان شبکه ای حرفه ای را تباه می کند . آنها باید بحران ها را مدیریت کنند ، ولی با کمال تاسف در آن غرق می شوند. برای مثال ، در این ربع مشکلات پر فشار مجموعه یا شرکت قرار می گیرد . اقدامات فوری که باید هر چه سریعتر رسیدگی شوند. یا زیر شاخه ها همین الان به کمک نیاز دارند .

www.takbook.com

ربع دوم اصل مدیریت موثر شخصی است . این ربع مربوط به اموری می شود که فوری نیستند ولی مهم هستند . اموری همچون رابطه سازی ، نوشتن لیست اهداف ، برنامه ریزی بلند مدت ، پیشرفت مداوم ، پیشگیری ، حفظ وضعیت ، آماده سازی . همه این کارها را می دانیم که باید انجام دهیم ، ولی در انجام آنها تعلل می کنیم چون فوری نیستند . می توان معرفی منظم محصول ، استفاده از اهرم در مدیریت زمان و آموزش اعضای تیم در این ربع قرار داد . این فعالیت ها مهم هستند ؟ قطعا . ولی اغلب این فعالیت ها به نفع امور فوری تر کنار زده می شوند . ربع چهارم را که دیگر همه می دانند چطور به دام آن نیفتند . ربع چهارم ربع هدر دادن وقت بابت کارهایی است که نه مهم هستند و نه فوری . ربع سوم دام گزنده بازاریابان شبکه ای است . یادتان باشد اینها ، فعالیت هایی هستند که به ظاهر فوری اند ، ولی نقش مهمی در رسیدن به اهداف شما ، به عنوان بازاریاب شبکه ای حرفه ای موفق ندارند . فعالیت هایی همچون تمرکز بر تهیه بروشور بی نقص ، یا برخی از فعالیت های تفریحی در مجموعه خود در این ربع قرار می گیرند . چون می خواهید جایی کم نگذارید درگیر

اموری می شوید که در ربع سوم قرار می گیرند و جدا باید از آنها بپرهیزید . راه حل در داشتن شهامتِ نه گفتن به ربع سوم است . تنها زمانی که میل سوزان به انجام امور ربع دوم داشته باشید ، قدرت و شهامت نه گفتن به امور ربع سوم را دارید . شاید فکر کنید که بازاریابان شبکه ای ربع دوم هرگز توجهی به ربع اول ندارند ولی مسلما دارند . بدیهی است که شما باید به ربع اول نیز بپردازید . حتی بهترین برنامه ها با بهترین اولیت بندی ها بعضی مواقع به نتیجه نمی رسند .ولی ربع اول را باید با مدیریت کردن آن و تمرکز بر ربع دوم به میزان قابل توجهی محدود کرد . بدین منظور باید مانع اتفاق اموری شویم که منجر به امور ربع اول می شود . ربع دوم مهم است ولی فوری نیست . توجه بیشتر به ربع دوم مستلزم تعیین اهداف مهم و اساسی است. باید به این اهداف برسید تا بتوانید تصویر ذهنیتان را به واقعیت در آورید . برای مثال ، اگر هدفتان رسیدن به حداکثر درآمد در سازمانتان است ، دو یا سه یا چهار کاری که حتما باید انجام شود چیست ؟ یا اگر هدفتان بازنشت شدن از کار فعلی و پرداختن تمام وقت به کسب و کار بازاریابی شبکه ای است ، چه اتفاقی حتما باید بیفتد ؟

از آنجا که نمی توانید یک باره به صد تا کار پردازید یا حتی ده تا ، آن چند کار قابل توجهی که باید انجام دهید کدامها هستند ؟ این چند کار باید رابطه مستقیم با اهداف مهم و اساسی شما داشته باشند . برنامه زمانیتان را طبق این چند کار تنظیم کنید و اطمینان حاصل کنید که هر عملی که در طول روز انجام می دهید در راستای این چند کار و رسیدن به این اهداف باشد . شناسایی این چهار ربع در برنامه ریزی ها و رسیدن سریعتر به موفقیت ها بسیار موثر است . پس قبل از تصمیم برای انجام هر کاری بیندیشید که فعالت شما در کدام ربع قرار می گیرد .

مهم ترین کار شما تشخیص این اولویت ها و برنامه ریزی صحیح برای آنهاست .



www.takbook.com

اگر به دنبال فردی هستید که
زندگی شما را تغییر دهد
نگاهی به آینه بیندازید



قهرمان زندگیتان
«خودتان»
هستید

www.takbook.com

اصول موفقیت

3



در شماره های قبل به ۲ مورد اساسی و پایه ای برای موفقیت اشاره کردیم . پس از اینکه دیدگاه خود را تغییر دادیم و نگرش مثبت در ذهن و رفتار خود ایجاد نمودیم و همچنین به دنبال آن اهدافی برای خود انتخاب کردیم، اکنون زمان آن رسیده که دست به کار شویم.همانگونه که از عنوان مشخص است در این شماره میخواهیم به مقوله تلاش و کوشش بپردازیم. آنقدر این مورد برای رسیدن به موفقیت مهم و اساسی است که به چند زبان آن را نوشته ایم . اهمیت تلاش در زندگی حتی در قرآن نیز بطور صریح بیان شده است .کلمه تلاش و همت در قرآن فقط زمانی بکار برده شده است که آن فعالیت با موانعی روبروست . قرآن حیات مادی، معنوی، دنیوی و اخروی، شخصیت و هویت و بلکه همه چیز را منوط و وابسته به تلاش میداند . در این کتاب الهی کلمات کار و تلاش و مشتقات آنها بیش از ۵۰۰ مورد به کار برده شده است و نیز در حدود ۴۰۰ آیه در تشویق و تلاش و بیان ارزش و اهمیت آن آورده شده است . علاوه بر اینها بسیاری از پیامبران به اهمیت تجارت و تلاش در آن اشاره نموده اند و پیامبران و امامانی همچون حضرت نوح، حضرت داوود، حضرت هود و صالح، حضرت عیسی ،حضرت محمد و امام علی در زمینه تجارت فعالیت داشته اند.تمام اینها را بیان کردیم تا به اهمیت تلاش و کوشش بخصوص در امر تجارت واقف گردید.

پس اکنون زمان ان رسیده که تلاش موثر و مفید برای رسیدن به اهداف خود را به کار گیریم زیرا هیچ کس بدون تلاش موفق نگردیده است . ادیسون در این زمینه معتقد است که ۹۰ درصد موفقیت به سعی و تلاش بستگی دارد . اما در چه زمینه هایی باید تلاش کنیم ؟ تمام تلاشهای ما باید در راه رسیدن به اهدافمان معطوف گردد .نتورک مارکتینگ تجارتی است که در آن نگرش مثبت بسیار حائظ اهمیت است پس شاید اولین تلاش ما باید صرف این مقوله گردد یعنی تلاش برای بوجود آوردن و تقویت نگرش مثبت به این تجارت و زندگی . همین نگرش در ادامه مسیر انگیزه زیادی در شما ایجاد میکند . پس ما باید تلاش خود را معطوف به یادگیری و آموزش کنیم زیرا هیچ کس بدون یادگیریِ حرفه و مطلب جدیدی قادر به انجام شغل و تجارت جدیدی نمیباشد . این بخش از تلاش باید بصورت مداوم باشد، بدین صورت که همیشه چیز جدیدی برای یادگیری در این تجارت وجود دارد. پس در هر کجای سیستم که قرار دارید خود را بی نیاز از یادگیری ندانید . حال که در آموزش و یادگیری هستیم باید شروع به تلاش در اجرای عملی این آموزش ها کنیم . هر علمی که با عمل همراه گردد نتایج بسیار مثبتی به همراه خواهد داشت و مسیری است که ما را به سمت اهدافمان هدایت می کند . اکنون تلاش کنید تا همین نوع بکارگیری تلاش را به اعضای تیم خود آموزش دهید . در این راه هرگز خسته نگردید . شاید برخی اهداف به تلاشی اندک و برخی به تلاشی عظیم نیاز داشته باشند اما مهم پیوسته و پایدار بودن این تلاش هاست . موفقیت حاصل همین تلاش های کوچک و بزرگِ هدفمند است . گمان نکنید که اگر دست از تلاش بردارید در همین جایگاه فعلی خود باقی خواهید ماند، بلکه از همین لحظه شروع به پسرفت خواهید کرد . زمانی که یک جسم به بالا پرتاب می گردد ، زمانی که حرکتش به سمت بالا متوقف گردد ، به سمت پایین شروع به حرکت می کند .

دوست عزیز من ، نتورک مارکتر بزرگ ، این را بدان که نتورک مارکتینگ عرصه تلاشی مضاعف برای آینده ای درخشان است ، پس از تلاش دست نکش زیرا آینده تو و عده زیادی به این تلاشت بستگی دارد .



دانستن کافی نیست، باید به دانسته ی خود عمل کنید. (ناپلئون هیل)

www.takbook.com

دلایل شکست افراد نیمه حرفه ای

در شماره قبل برخی از مهم ترین دلایل عدم موفقیت افراد مبتدی و به عبارتی تازه وارد به این تجارت را بررسی کردیم . اما شکست یا عدم موفقیت فقط مختص افراد جدید الورود نیست بلکه هرکس در هر استپی ممکن است بخاطر عدم رعایت یا داشتن برخی دلایل و عوامل ، دچار شکست گردد . سقوط از پله دوم و سوم ممکن است چندان بر فعالیت نتورک مارکتینگ شما تاثیری نداشته باشد اما سقوط از پله های بالاتر می تواند آسیب هایی جدی تر وارد آورد . به همین دلیل لیدرها یا به عبارتی افراد نیمه حرفه ای این تجارت باید دقت و تلاش بیشتری به خرج دهند زیرا در این سطح ، اشتباهات می توانند روی افراد دیگر نیز تاثیر گذار باشد . اما برخی از مهم ترین دلایل شکست افراد نیمه حرفه ای :

۱- احساس میکنند دیگر همه چیز را می دانند (فنجان پر)

۲- ضعف در تشخیص اولویت ها

۳- داشتن نگرش رقابتی بیش از حد

٤- گذاشتن انرژی فقط برای تیم خود

٥- سو استفاده بیش از حد از بالاسری ، تیم های دیگر و اعضای تیم

٦- تلاش برای جذب بازاریابان فعال شرکت های دیگر

۷- تحلیل بالاسری ها

۸- برخورد مدیریتی با مجموعه

موفقیت حق شماست ، پس در حال حاضر جای هیچ اشتباهی نیست

بهترین زمان برای شکست ، یک روز بعد از آینده یا یک روز قبل از گذشته است

زمان کنونی مناسب شکست نیست



www.takbook.com

اصل و نتیجه

دوام آوردن و پایداری در این تجارت یکی از مهمترین دلایل ذکر شده توسط لیدرهای موفق این تجارت در دنیاست. کسانی که شیوه اصولی نتورک مارکتینگ را درک کرده باشند متوجه می شوند که پایداری رکن اساسی و لازمه این تجارت است.اما با این وجود چرا عده زیادی در حالی که هنگام ورود دارای اشتیاق توصیف ناپذیری هستند اما نمی توانند پایداری و ثبات داشته باشند . به شخصه با افراد بسیاری روبرو شده ام که در جلسات با انرژی خاصی صحبت از این میکنند که حتی اگر دنیا هم بخواهد جلوی موفقیت آنها را بگیرد بازهم مایوس نشده و این تجارت را رها نمی کنند ، اما دقیقا بعداز مدتی خبر از عدم فعالیت آنها به گوشم رسیده است و اینکه در بازار سنتی مشغول به کار شده اند . اما چرا ؟ مهم ترین دلیل در اصل نیرو و انرژی نهفته است.به این جمله دقت کنید : نیرو یعنی با چه سرعتی می توانی حرکت کنی و بدوی ، انرژی یعنی تا کجا می توانی پیش بروی .

لطفا ابتدا کمی در مورد این جمله فکر کنید .

کسانی ک دوام و پایداری ندارند دقیقا کسانی هستن ک در هنگام شروع این تجارت از نیرو ی زیادی برخوردارند اما انرژی لازمه را ندارند.

گالیله میگفت : وقتی چیزی به حرکت درآمد ، به حرکت خود ادامه می دهد مگر اینکه عامل دیگری برآن اثر کند . همه درشروع این تجارت به حرکت اولیه در می آیند ، یعنی نیروی اولیه ای برای آغاز فعالیت درآنها وجود دارد اما عوامل مختلف باعث بازداشتن آنها از ادامه فعالیت میگردد . عواملی همچون سختی های ابتدایی راه,جواب منفی دیگران نسبت به خرید محصول یا شروع این تجارت یا حتی منفی های اطرافیان که اطلاعات چندانی از این تجارت ندارند برای شروع کار



www.takbook.com

نیـاز بـه
یـک نیـروی بسـیار قدرتمنـد
اسـت ، تـا حتـی عوامـل بازدارنـده نتواننـد آن را
خنثی کننـد . البتـه مطمئنـا ایـن عوامـل بـر نیـروی اولیـه مـا
تاثیـر گـذار هسـتند امـا نبایـد بیـش از نیـروی اولیـه مـا باشـند . ایـن
نیـروی اولیـه درهرکسـی متفـاوت هسـت . یـک نفـر ممکـن اسـت یـک
هـدف بـزرگ برایـش یـک نیـروی اولیـه قدرتمنـد ایجـاد کنـد ، یـک نفـر درآمـد
ایـن تجـارت ، یـک نفـر تغییراتـی کـه ایـن تجـارت در وی ایجـاد میکنـد و... . بعـد
از نیـروی اولیـه نیـاز بـه انـرژی پایـدار اسـت . درکتابهـای درسـی فیزیـک انـرژی را
بـه صـورت توانایـی انجـام کار تعریـف مـی کننـد . نیـرو ممکـن اسـت بـه صفـر
برسـد امـا انـرژی هیچوقـت از بیـن نمـی رود بلکـه ممکـن اسـت از حالتـی
بـه حالـت دیگـر تغییـر پیداکنـد . چنانچـه انـرژی لازمـه در مـا وجـود
داشـته باشـد پـس توانایـی انجـام ایـن تجـارت را نیـز داریـم . فقـط
کافیسـت بدانیـم چگونـه انـرژی خـود را حفـظ کنیـم و
انـرژی هایـی کـه از اطـراف بـه مـا مـی رسـد
را بـه حالـت مطلـوب

تغییر
دهیـم . نگـرش خـود را
نسـبت بـه انـرژی هـای اطـراف تغییـر دهیـد.
مـی توانیـد بـا شـنیدن جـواب هـای منفـی ، نیـروی خـود
را از دسـت بدهیـد یـا اینکـه از ایـن جـواب هـای منفـی تجربـه
کسـب کنیـد و آنهـا را تبدیـل بـه انگیـزه بـرای ادامـه راه خـود کنیـد و بـا
قـدرت بیشـتری بـه جلـو حرکـت کنیـد . مهـم تریـن وظیفـه یـک راهـبر ایـن
اسـت کـه نیـروی محرکـه در افـراد تیـم را بشناسـد ، انـرژی هـای وارد بـه تیـم
(چـه مثبـت ، چـه منفـی) را بـا خروجـی انـرژی مثبـت بـه تیـم تزریـق کنـد تـا
تیـم بصـورت یکدسـت ، همـدل و پایـدار آمـاده حرکـت در مسـیر موفقیـت گـردد.
عوامـل ایجـاد انـرژی مثبـت در شـما و تیمتـان همیشـه ثابـت نبـوده و در هـر
بـازه زمانـی مـی توانـد متفـاوت باشـد . شناسـایی ایـن عوامـل و تـلاش بـرای
بـکار گیـری آنهـا نیـز از ملزومـات موفقیـت اسـت .

انرژی فعلیتان شما را تا کجا پیش خواهد برد ؟



www.takbook.com

موفقیت یک مسئولیت است

موفقیت چیست ؟ توصیف موفقیت به واسطه ی تنها یک تعریف می تواند گمراه کننده باشد . پول یکی از شاخص های عمده است؛ خیلی کم پیدا می شوند کسانی که یک میلیونر را فردی شکست خورده بنامند. با این حال، موفقیت چیزی فراتر از ثروت اندوزی است و یک ویژگی فردی محسوب نمی شود، بلکه به انسان های دیگر نیز ارتباط پیدا می کند . زمانی که موفقیت می اندیشید به یاد داشته باشید که تنها جنبه فردی را در نظر نگیرید بلکه یک موفقیت می تواند بر زندگی افراد بیشماری تاثیر گذار باشد .

به عبارت دیگر رسیدن به موفقیت به عنوان یک بازاریاب شبکه ای ، صرفاً یک هدف شخصی نیست بلکه در واقع یک مسئولیت است. اگر می خواهید بدانید چرا، ۴ دلیل زیر شما را متقاعد خواهند کرد به موفقیت به چشم یک مسئولیت بنگرید نه یک هدف شخصی ، و اینکه بتوانید نگرشتان را بهبود ببخشید

SUCCESS

۱- دیگران روی شما حساب می کنند :

لازم به گفتن نیست اما نتورک مارکتینگ مسیری نیست که به تنهایی در آن قدم بگذارید. افراد موفق معدودی پیدا می شوند که بگویند بدون هیچ کمکی به موفقیت دست پیدا کرده اند. اکثریت مطلق افراد موفق، موفقیت خود را مدیون کسانی هستند که زمان ، راهنمایی و یا پول لازم برای رسیدن آنها به اهدافی که برای خود در نظر گرفته اند را در اختیارشان گذاشته اند . به علاوه ، موفقیت به شما اجازه می دهد این لطف آنان را با راهنمایی نسل های بعدی نتورک مارکترهای جوان و جویای موفقیت جبران کنید . شروع تجارت نتورک مارکتینگ می تواند با سختی های زیادی همراه باشد و شما به عنوان یک فرد باتجربه ، نه تنها برای راهنمایی و هدایت ، بلکه برای ابراز همدلی صادقانه با نتورکر های جوانی که قدم در این مسیر گذاشته اند در موقعیت منحصر به فردی قرار خواهید داشت .



www.takbook.com

IRAN

NETWORK

MARKETING

۲- کسب و کارتان نیز روی شما حساب می کند :

به عنوان یک بازاریاب شبکه ای، ایجاد و توسعه ی یک برند شخصی قابل احترام و جا افتاده می تواند مستقیماً موفقیت کسب و کار شما را تقویت کند. گذشته از این، اینکه چقدر در رشد شرکت خود موفق عمل کنید (استخدام نفرات مناسب، به کار گیری استراتژی بازاریابی مناسب و غیره) تأثیر زیادی روی موفقیت کسب و کارتان خواهد داشت. اگر کسب و کار شما با شکست مواجه شود، احتمالاً خیلی های دیگر نیز کار خود را از دست خواهند داد. به این ترتیب اینکه برای خودتان موفقیت بخواهید کافی نیست؛ باید آن را برای کسب و کار و اعضای تیم خود نیز بخواهید.

۳- شور و اشتیاق مسری است:

شنیدن داستان ممارست افراد در پیگیری مسیری که به آن علاقه داشته اند الهام بخش دیگران می شود. کارآفرینان نیز به این دلیل که اغلب ، مسیر های شغلی متعارف را برای دنبال کردن علاقه شان کنار می گذارند درست در همین چارچوب قرار می گیرند.

به یاد داشته باشید که موفقیت شما می تواند الهام بخش نسل های جدید و تازه نفس باشد. اگر به رؤیای خود برسید و پاداش زحمات خود را دریافت کنید، به احتمال زیاد دیگران نیز تشویق خواهند شد مسیر شما را دنبال کنند.

۴- پول می تواند تفاوت زیادی ایجاد کند :

موفقیت قطعاً جنبه ی مالی هم دارد. با این حال، این جنبه ی مالی چیزی فرا تر از درآمد بالا داشتن و پول های نجومی در آوردن است؛ موفقیت حقیقی یعنی از این پول برای کمک به دیگران استفاده کنید. ثروت، اگر درست مدیریت شود می تواند اثرات مثبت چشمگیری داشته باشد: اشتغال زایی، فرصت سازی برای دیگران، و در نهایت بهبود وضع زندگی خیلی از انسان ها. به بیان ساده، پول دنیا را می گرداند، و موفق بودن، آسان ترین راه برای خلق فرصت و قرار دادن این فرصت ها در اختیار کسانی است که استحقاق آن را دارند.



www.takbook.com

بزرگترین لذت دنیا

در انجام کاری است که

دیگران می گویند

تو نمیتوانی





خیلی تلاش کردم مردم بفهمند ولی آنها فقط خندیدند (چارلی چاپلین)

www.takbook.com



عـده زیـادی هنـگام ورود بـه ایـن تجـارت توقـع کسـب نتایجی سریـع را دارنـد و فکـر میکننـد بدلیـل پتانسـیل بـالای ایـن تجـارت، موفقیـت هـا خیلـی زود آنهـا را فـرا خواهنـد گرفـت .آنهـا بـر ایـن بـاور هسـتند کـه موفقیـت بایـد بـه هـمان سرعتی باشـد کـه فسـت فـود آمـاده مـی شـود ، لیـوان آب سرکشـیده مـی شـود ، عکسشـان سـی دقیقـه ای ویرایـش مـی شـود ، تخـم مـرغ هـا بـه سرعـت در ماکروویـو آمـاده مـی شـوند ، آب سریـع جـوش مـی آیـد یـا پیامـک هـای در چنـد ثانیـه ارسـال مـی شـوند . ایـن طـرز فکـر کامـلا اشـتباه مـی باشـد پـس اگـر چنیـن دیدگاهـی داریـد بدانیـد کـه باورتـان کامـلا اشـتباه اسـت . بـه خودتـان قـول دهیـد تـا یـک بـار برای همیشـه ، از شر ایـن هـا و انتظـار کارت قرعـه کشـی و موفقیت هـای یـک شـبه خـلاص شـوید . بیاییـد بـا حقیقـت روبـه رو شـوید ، شـما تنهـا داسـتان موفقیـت یـک برنـده را مـی خوانیـد ، امـا از میلیـون هـا بازنـده سـخنی نمـی شـنوید . شـخصی را مـی بینیـد کـه درمقابـل گردونـه اسـامی بـالا و پاییـن مـی پـرد یـا شـخص دیگـری کـه در مسـابقات قرعـه کشـی برنـده شـده اسـت ، درحالـی کـه صدهـا بـار پیـش تـر هـمان شـخص شکسـت خـورده اسـت . شـاید فکـر کنیـد نتـورک مارکتینـگ نیـز یـک کارت قرعـه کشـی اسـت کـه شـما نیـز حتـما یکـی از خـوش شـانس هـای ایـن عـالم هسـتید ، امـا بدانیـد احتـمالات ریاضـی نشـان میدهـد کـه تاثیـر شـانس در ایـن تجـارت بسـیار بسـیار پاییـن اسـت . روان شـناس دانشـگاه هـاروارد ، اسـتاد دنیـل گیلـبرت ، نویسـنده کتـاب شـیرجه زدن در خوشـبختی مـی گویـد : اگـر بـه بازنـدگان قرعـه کشـی هـا ۳۰ ثانیـه زمـان داده شـود کـه در تلوزیـون اعـلام کننـد «مـن برنـده نشـده ام !» حـدود ۹سـال طـول میکشـد تـا تمـام بازنـدگان ایـن جملـه را بیـان کننـد . نتـورک مارکتینـگ تجارتـی نیسـت کـه بـر اسـاس شـانس بنـا گردیـده باشـد . درسـت اسـت کـه ایـن تجـارت قابـل مقایسـه بـا سـایر مشـاغل و تجـارت هـا نیسـت ولـی نبایـد بـه آن بـه دیـد آسانسـوری نـگاه کـرد کـه بـدون دردسر شـما را بـه بالاتریـن قلـه هـای موفقیـت مـی رسـاند . اگـر بـه دنبـال موفقیـت در زندگـی و ایـن تجـارت هسـتید سـعی نکنیـد خودتـان را گـول بزنیـد کـه افـراد بسـیار موفـق هرگـز تـلاش هـای طاقـت فرسـا نکـرده انـد . آنهـا صبـح زود بیـدار میشـوند و خیلـی دیرتـر از دیگـران دسـت از تـلاش بـر میدارنـد.آنهـا دفعـات زیـادی بـا شکسـت ، تنهایـی ، سرخوردگـی و کار سـخت روبـه رو مـی شـوند ، امـا ناامیـدی نمـی شـوند تـا بـه موفقیـت هـای مـورد نظـر خـود دسـت یابنـد.

شما حاضرید مثل افراد موفق عمل کنید ؟



www.takbook.com

مخصوص سازمان دارایی و راهبری

3

COFFEE NETWORK

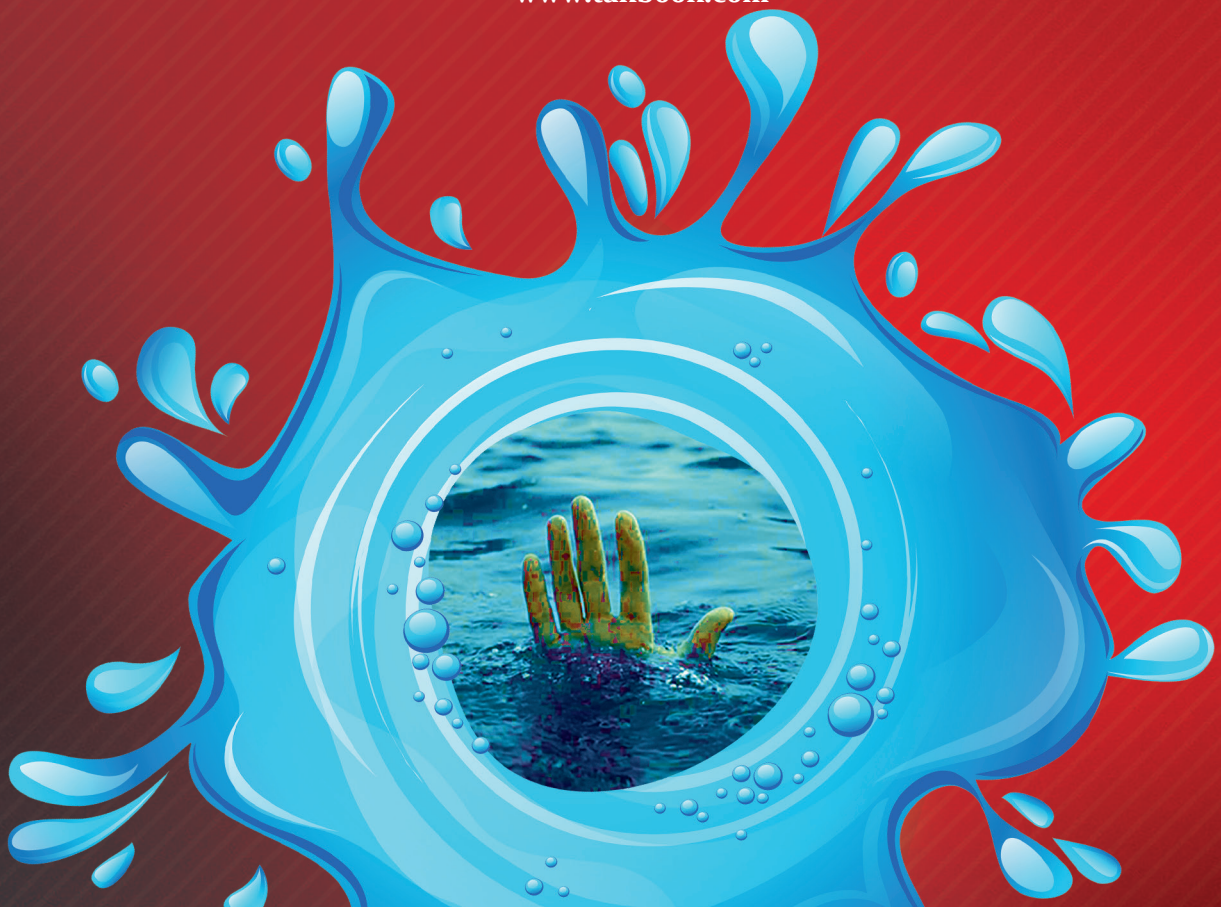
کافه نتورک

جلسات هفتگی

اطلاعات غرقابی

گوسفند نگری

www.takbook.com



اطلاعات غرقابی

یکی از روشهای سنتی در آبیاری درختان روش آبیاری غرقابی است. بدین صورت که بصورت یکجا حجم زیادی از آب به درختان داده میشد و گمان بر این بود که هر چه آب بیشتری به درختان داده میشد نهایتا محصول بهتری عاید میشد . با گذشت زمان و پیشرفت علم ، محققان به این نتیجه رسیدند که این عمل نه تنها باعث افزایش محصول نگشته بلکه باعث خفگی ریشه و کم شدن محصول می گردد و کاهش کیفیت را بهمراه دارد . اما در این مطلب هدف ما این نیست که روشهای آبیاری را مورد بررسی قرار دهیم پس میرویم سراغ ربط مطلب بالا با مقوله نتورک مارکتینگ . دقیقا در نتورک نیز هر فردی که به تیم فروش شما اضافه می شود همانند یک درخت در باغ شماست و برای اینکه به محصول برسد به حمایت و راهبری شما نیاز دارد .

محققان پی برده اند که ذهن انسان نیز مانند ریشه درخت است ، اگر بصورت یکجا و به مقدار زیادی به آن اطلاعات و داده اضافه شود ، ذهن آنها را پس می زند و تمایل و رقبت فرد نسبت به آن اطلاعات و در حقیقت در آن زمینه کاری کم می گردد . به نوعی ذهن در انبوه اطلاعات غرق می شود و در شخص قدرت تشخیص اینکه در چه زمانی به کدام دسته از اطلاعات ورودی شده به ذهن نیاز است کم می شود . می توان در ذهن انسان با تکرار و تمرین قابلیت های مختلفی را بهبود بخشید ، از جمله ثبت اطلاعات بیشتر و دقیق تر ، اما بهبود این قابلیت زمانبر است و نیاز به طی شدن پروسه ای صبورانه دارد . از طرفی هر اطلاعاتی اگر با عمل همراه نباشد ماندگاری کوتاهی در ذهن دارد ، مانند بسیاری از اطلاعاتی که در سیستم آموزشی مدرسه و دانشگاه به ما



عامل کلیدی تمام موفقیت ها عمل کردن است (پابلو پیکاسو)

www.takbook.com

داده شد ولی به این دلیل که با عمل همراه نبود خیلی زود از ذهن ما رخت بربست و دیگر شاید حتی عناوین آنها را نیز به یاد نیاوریم . نتورک مارکتینگ نیز شامل آموزش های قوی ای است که فقط بخاطر عملی بودن آنها است که با آموزشهای دیگر متفاوت است . اگر همین آموزشها نیز بصورت عملی پیگیری نشود بی تاثیر می گردد . مثلا فرض کنید که برای تیم فروش خود ترنینگ نحوه برنامه ریزی را برگزار کرده اید ، اگر در ادامه از تیم خود اجرای عملی این ترنینگ را نخواهید پس تاثیر این آموزشها بسیار بسیار پایین خواهد آمد .

گریزی هم بزنیم به یکی از معضلات جدید در نتورک مارکتینگ ایران که زیر شاخه ای از همین بخش اطلاعات غرقابی محسوب میشود . مدتی است که استفاده از گروه های نتورک مارکتینگ در شبکه های اجتماعی همچون واتساپ یا تلگرام در ایران رواج زیادی پیدا کرده است ، به نوعی که معمولا هر نتورکر عضو چندین گروه در این زمینه است .گروههایی که در آنها دائما اطلاعات مختلف رد و بدل میشود علی الخصوص جملات تاثیر گذار ویا به قول نتورکرها جملات فالویی . کاری به این نداریم که اصلا چه میزان از این اطلاعات صحیح است و آیا فلان جمله واقعا از آقا یا خانم ایکس (که یک شخصیت معروف است) میباشد یا خیر بلکه هدف ما موضوعی است که بررسی شد و نکات منفی آن را یاد آور شدیم . حال فرض کنید که یک فرد در روز با صدها نوع از این جملات و اطلاعات روبرو میشود ! آیا این حجمه از اطلاعات میتواند روی فرد تاثیر فوق العاده ای بگذارد یا همان مسائلی که در مورد ذهن بیان کردیم برای فرد اتفاق می افتد . یک مثال واضح تر برای دوست داران فوتبال : از تماشای بازی الکلاسیکو (بازی بین تیم های بارسلونا و رئال مادرید) چقدر لذت میبرید؟ حالا اگر هر روز دو تیم رئال و بارسا با یکدیگر بازی کنند آیا باز هم همان لذت را میبرید ؟ اصلا آیا هر روز بازی را تماشا میکنید ؟ فکر میکنم جواب این سوالات ساده باشد.در کنار همه اینها بعضی از تیم های نتورک مارکتینگ در بعضی از شرکت ها به این عقیده دارند که باید دائما و چند بار در هفته برای اعضای تیمشان جلسات آموزشی برگزار کنند و دائما به تیمشان اطلاعات تزریق کنند . یک سوال از این دسته افراد : پس چه زمانی میخواهید نتورک مارکتینگ کار کنید ؟؟؟؟ درست است که یکی از مهمترین نیازهای این تجارت رساندن اطلاعات صحیح و به موقع بع اعضای تیم است اما جلسات هر روزه ممکن است یه تازه ورودی شده را خسته و بی انگیزه کند پس نباید توقع داشت که همه اعضای تیم هر روزه باید در جلسات آموزشی شرکت کنند . آنچه که از اطلاعات مهمتر است ، بحث ارتباطات و استفاده اصولی از این اطلاعات است .

iran network marketing = irannm.ir

نتیجه گیری این مطلب را میتوان بسیار خلاصه بیان نمود : موثرترین روش برای تزریق اطلاعات به اعضای تیم فروش این است که مفید ترین (کمترین و موثرترین) مطالب به اعضا داده شود و اما بصورت عملی دائما انجام شود . یعنی به جای اینکه زمان خود و اعضای تیم را برای برگزاری جلسات پی در پی اتلاف کنیم ، از این زمان برای اجرای عملی آموزشهای دریافت شده استفاده کنیم و پیگیر این باشیم که اعضای تیم نیز آنها را عملی اجرا کنند . حتی می توان بعضی از جلسات آموزش را در قالب کارگاه های عملی برگزار نمود ، مثلا کارگاه عملی نحوه برقرار کردن ارتباط ، نحوه فروش ، نحوه دعوت دیگران ، نحوه برخورد با افراد منفی و ....

انرژی خود بیشتر را معطوف عمل کنیم تا گفتار



زندگی اتفاق نادری است که فقط بعضی از زنده ها به آن دست می یابند .

www.takbook.com



گوسفند نگری

تا چه میزان از ظرفیت های خود و تیمتان بهره می برید ؟ فرض کنید شما خودرویی دارید که می تواند با سرعت ۲۰۰ کیلومتر بر ساعت حرکت کند و در جاده محدودیتی وجود ندارد ، اما شما دارید نهایتا با سرعت ۵۰ کیلومتر بر ساعت حرکت میکنید . یا فردی را در تصور کنید که یک متخصص در امور نرم افزار یا برنامه نویسی است اما به عنوان یک منشی مشغول به کار است . در مثال اول خودرو و در مثال دوم فردی وجود دارد که از درصد پایینی از ظرفیت و توانایش استفاده شده است . آیا ما نیز ظرفیت و توانایی هایی داریم که بصورت کامل از آنها استفاده نمی کنیم ؟ قطعا جواب بله است . در همه افراد این ظرفیت های استفاده نشده وجود دارد، اما به جای اینکه تلاش کنند تا به صورت مفید تری از ظرفیت های وجودیشان استفاده کنند، دائما فقط ناله میکنند ، مثلا : لیاقت من بیشتر است ، من شانس ندارم ، فلانی باعث عدم موفقیت من است ، جامعه حق من را خورده و ... اما آیا ما حق داریم بخاطر ظرفیت هایی که مورد استفاده قرار نگرفته گله مند باشیم ؟ جواب این سوال با خودتان ، ولی بدانید کسی که هنر بهره برداری حداکثری از ظرفیت ها را بداند ، اهل گله نیست . یک گوسفند را در ذهن مجسم کنید ، چه بخش هایی از گوسفند مفید و قابل استفاده است ؟ تقریبا همه بخش های یک گوسفند مثبت و مفید است ، از گوشت ، پوست ، پشم و حتی مدفوع . همه ما همچون یک موبایل فوق پیشرفته هستیم که در بیشتر مواقع از انبوه امکانات فقط بخش «تماس» را مورد استفاده قرار می دهیم .

خداوند آپشن ها و توانایی های بالایی در ما قرار داده است ولی ما قدر دان نیستیم ، چرا که یک فرد قدردان سعی در استفاده حداکثری از این قابلیت ها می کند . تا استفاده کامل از ظرفیت هایمان (در حد استفاده از یک گوسفند) چقدر فاصله داریم ؟ یک نتورک مارکتر باید علاوه بر ظرفیت های خود ، به ظرفیت های تیم خود نیز توجه داشته باشد . بسیار تیم هایی را دیده ام که پتانسیل بالایی در بعضی از قسمت های این تجارت دارند ولی حتی ۱۰ ٪ از این پتانسل را نیز مورد استفاده قرار نمی دهند ، پتانسیلی که می تواند رشد شخصی ، تیمی و درآمدی آنها را دگرگون کند . یک راهبر باید همیشه دیدی حداکثری (همچون دید ما به گوسفند) به تیم خود داشته باشد . نیازی نیست در همه زمینه ها متخصص باشید ، فقط کافیست اتکای خود را بیشتر معطوف بخش هایی کنید که در آن تواناتر هستید و از ظرفیت های آن استفاده بیشتری می توانید ببرید . هر فرد معمولا در یک یا چند بخش خاص قوی تر است ، پس یک تیم می تواند کلکسیونی از این ظرفیت ها باشد ، به شرطی که به درستی شناخته شود و مورد استفاده قرار گیرد . تمامی قابلیت های تیمی و فردی باید به کار گرفته شود وبه قولی معروف نباید گوشتی بر استخوانی باقی بماند ، اینجا تنها جایی است که گرگ بودن بد نیست .

« یادمان نرود که اگر کسی همه‌ی ظرفیت‌ها را مورد توجه و بهره برداری قرار ندهد و به آنها درست مانند گوسفندی که باید تا آخرین قطعه‌اش استفاده شود، نگاه نکند، دیر یا زود، خود به گوسفندی برای دیگران تبدیل خواهد شد »



www.takbook.com



چیزی که سرنوشت انسانها را می سازد

«استعدادهایشان» نیست

بلکه «انتخابهایشان» است

www.takbook.com

جلسات هفتگی

جلسات هفتگی از مهمترین جلسات در هر شرکت بازاریابی شبکه محسوب می شود و به همین دلیل لیدرهای برگزار کننده همیشه دغدغه این را دارند که چگونه جلسات هفتگی پر بازده و پر نشاط داشته باشند و تمام تلاش خود را به کار می گیرند تا مانع این شوند جلساتی کسل کننده داشته باشند . آنها همیشه به دنبا این هستند که با کمی خلاقیت و طرح ریزی بتوانند جلسه ای جذاب و سازنده برگزار کنند .
اگر شما نیز همین اهداف را برای جلسات هفتگی خود جست و جو میکنید پس ۸ توصیه زیر به کارتان خواهد آمد .

۱- در آغاز هر جلسه کار متفاوتی انجام دهید :

می توانید با ذکر یک نقل قول یا داستان الهام بخش و یا قسمتی از یک کتاب پرفروش شروع کنید. وظیفه ی شروع جلسه را هر هفته به شخص تازه ای واگذار کنید و اجازه دهید این کار را به سلیقه ی خودش انجام دهد. راه دیگر این است که موضوعی برای گفتگو مشخص کنید که ذهن شرکت کنندگان در جلسه را از کار به چیز دیگری معطوف کند.

۲- دستور جلسه داشته باشید و به آن پایبند بمانید :

خیلی مواقع پیش می آید که جلسات شما روی یک بند از دستور کار آن جلسه گیر می کنند؛ بندی که شرکت کنندگان در آن جلسه را به گفتگو های طولانی در مورد مشکلات مربوطه می کشاند. اینجاست که کسانی که در آن بحث شرکت ندارند علاقه ی خود به جلسه را از دست می دهند. برای تک تک جلسات خود دستور کار داشته باشید و در آنِ واحد تنها به یکی از بند های آن بپردازید. بحث های حاشیه ای را نیز به انتهای جلسه موکول کنید. به این ترتیب می توانید مطمئن شوید به سرعت به تمام آیتم های دستور جلسه ی خود رسیدگی خواهید کرد.

۳- جلسات خود را کوتاه نگه دارید :

هیچ کس از جلسات طولانی خوشش نمی آید، بنابراین آنها را کوتاه و و جذاب نگه دارید. اگر لازم است به موردی بیشتر بپردازید، جلسه ی جداگانه ای برای آن تنظیم کنید. هیچ کس جلسات کوتاهی که اهداف همه در آنها تأمین می شود را از دست نخواهد داد.



www.takbook.com

۴- جلسات خود را مثبت نگاه دارید

اجازه ندهید جلساتتان به جلسه ی گله و شکایت تبدیل شوند. در اولین جلسه ی خود استاندارد مثبت گرایی جلسات را مشخص کنید و آن را برای تمام جلسات به یک قانون بدل سازید. اگر مشکلی وجود دارد، برای حل آن به دنبال یک رویکرد تیمی و تمرکز روی قدم بعدی راه حل خود باشید، نه آنکه تمام وقت خود را به گله کردن از خود مشکل صرف کنید.

۵- هر یک از شرکت کنندگان در جلسه را مسئول تدارک بخشی از درونداد هر جلسه کنید :

مسئولیت تهیه و تدارک بخشی از درونداد جلسات خود را به شرکت کنندگان آنها بسپارید.. مثلا از چند نفر برای سخنرانی دعوت کنید . این کار باعث می شود احساس یگانگی بیشتری با تیم خود داشته باشند. به این ترتیب به جای آنکه کسی برایشان صحبت کند و آنها گوش کنند، خودشان نیز می توانند اطلاعات مفید خود را به بحث اضافه کنند.

۶- مکان جلسه را هر بار عوض کنید

خیلی از معلم ها و اساتید در روزهایی که هوا خوب است کلاس خود را در فضای باز و یا در محل متفاوتی برگزار می کنند. هیچ دلیلی ندارد که شما نیز نتوانید یک هفته جلسه ی خود را در سالن جلسات، هفته ی بعد در کافه تریا، و هفته ای دیگر در یک کافی شاپ نزدیک به محل کارتان برگزار کنید. اگر قادر نیستید محل جلسات را تغییر دهید، با مشخص کردن صندلی هر نفر، حداقل ترتیب نشستن افراد دور میز جلسات را تغییر دهید. همه تمایل دارند هر هفته سر جای مشخص و در کنار افراد معینی بنشینند. آنها را تشویق کنید جای خود را عوض کنند.

۷- تمام عوامل حواس پرت کن بیرونی را ممنوع کنید

برای شرکت کنندگان در جلسات قانون منع استفاده از موبایل وضع کنید و به آن پایبند بمانید. هیچ کس در حالی که مشغول پیام دادن به دیگران است نمی تواند روی موضوع جلسه تمرکز داشته باشد. وقتی تمام عوامل حواس پرت کن را حذف کنید دیگر مجبور نخواهید بود حرف هایتان را تکرار کنید.

۸- خبرهای خوش را نیز با دیگران در میان بگذارید :

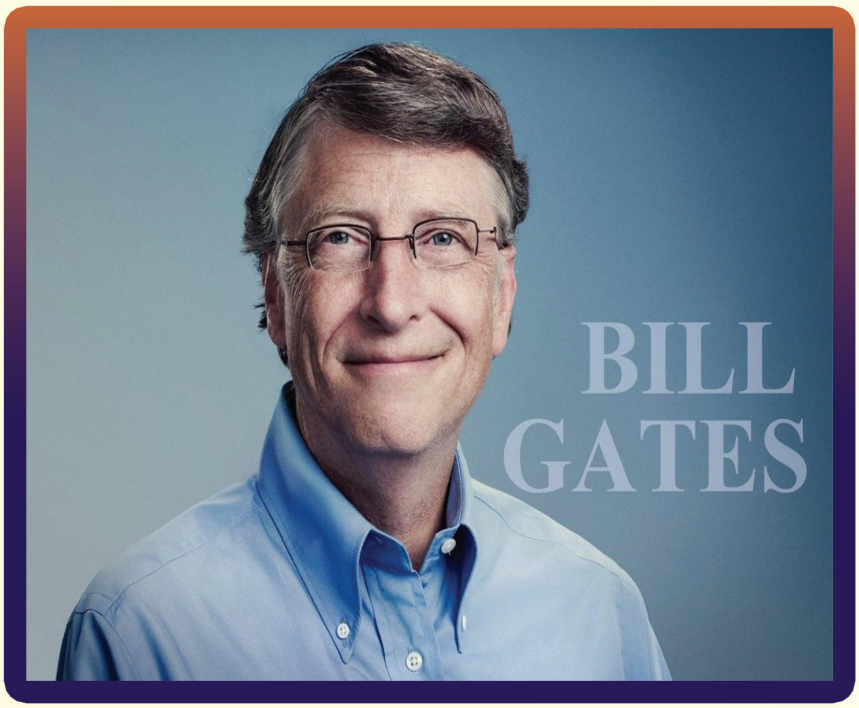
در پایان هر جلسه از چند داوطلب بخواهید چند خبر خوش را با دیگر اعضای تیم در میان بگذارند. بعد از شنیدن خبرهای خوش، همه را به سراغ کارهایشان بفرستید. این باعث می شود با احساس خوبی به ادامه ی روز کاری خود بپردازند.

اگر این چند توصیه ی ساده را در ذهن داشته باشید از اشتیاقی که برای برگزاری جلسات در دل اعضای تیم خود به وجود می آید شگفت زده خواهید شد. اعضای تیم شما با این توصیه ها اخت بیشتری با هم پیدا می کنند و شما نیز نتایج بهتری کسب خواهید کرد؛ هم از جلسات و هم از کسب و کارتان.



www.takbook.com

ویلیام هنری «بیل» گیتس سوم (به انگلیسی: William Henry «Bill» Gates III) سرشناس به بیل گیتس در ۲۸ اکتبر ۱۹۵۵ میلادی در سیاتل، مرکز ایالت واشنگتن آمریکا زاده شد. او و پل آلن شرکت مایکروسافت را پایه ریزی نمودند. گیتس به‌عنوان مدیر عامل و مدیر معماری نرم‌افزار در شرکت مایکروسافت فعّالیّت کرده‌است و هم اکنون رئیس هیئت مدیره این شرکت است و دارای بیشترین سهام (معادل ۸٪) می‌باشد. در آخرین رتبه‌بندی انجام شده توسط مجله فوربس بیل گیتس با دارایی خالص ۷۷٫۲ میلیارد دلار، ثروتمندترین فرد جهان به‌شمار می‌آید. وی نخستین بار در سال ۱۹۹۴ در رتبه نخست از فهرست ثروتمندترین افراد جهان قرار گرفت و از آن زمان تا کنون فقط ٤ سال (سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳) در مقام دوم قرار داشته است .



اگر برای موفقیت در زندگی به دنبال الگو می گردید، شاید هیچکس بهتر از بیل گیتس نتواند شما را به سمت موفقیت و شکوفایی راهنمایی کند. مایکروسافت، شرکت تأسیس شده توسط گیتس، یک صنعت کاملاً تازه بنا کرد. خود گیتس نیز با ارزشی حدود ۷۷ میلیارد دلار، ثروتمند ترین مرد روی زمین شناخته می شود. رد اقدامات خیرخواهانه ی وی به تمام نقاط جهان رسیده؛ او به واقع از دنیا مکان بهتری برای زندگی ساخته است. بیل گیتس در عین حال به رویای خود نیز رسیده است. رویای او این بود که روزی روی هر میزی یک کامپیوتر شخصی باشد. اما علل موفقیت گیتس کدام بوده اند؟ او به طور قطع با یک ایده ی مناسب، در زمان مناسب و در جای مناسب قرار داشته است. اما خودش در طی سالیان به

تمام دنیای پهناور را بگردید ، دری بر روي آدم بی پول گشاده نخواهید یافت (هانري استانتون)

www.takbook.com

برخی از علل موفقت پایدارش اشاره هایی کرده است. اشاره های او می تواند برای هر کسی در هر زمینه ای مفید باشد. برخی از توصیه های گیتس در این زمینه را می توانید در ادامه مطالعه کنید.

۱- بلد باشید چطور نه بگویید :

این توصیه ای است که گیتس از وارن بافت یاد گرفته است و در عین حال برای هر کسی بسیار مفید است. شما همیشه در معرض زنجیره ای تمام نشدنی از فرصت ها، کار ها و انگیزه ها قرار خواهید داشت. در این دنیای شلوغ، کِی و چگونه نه گفتن به پروژه ها، مراسمات مختلف و درخواست های دیگر، شاید مهم ترین مهارت مورد نیاز هر کسی باشد. این مهارت به شما اجازه می دهد بفهمید چه کاری واقعاً مهم است، و سپس توجه شما را به آن جلب می کند .

۲- به استقبال انتقادات بروید :

گیتس در کتاب خود با عنوان «کسب و کار با سرعت اندیشه» توصیه می کند: «از خبر های بد استقبال کنید تا بفهمید روی چه چیزهایی باید بیشتر کار کنید». هیچ کس دوست ندارد دیگران خطاهایش را به رخ بکشند، اما بدون چنین بازخوردهایی فرایند یادگیری و رشد بسیار کند تر خواهد بود. گوش کردن به انتقادات دیگران تقریباً همیشه به شما دیدی می بخشد که پیش از آن نداشته اید و این چیزی است که به آن نیاز خواهید داشت. البته برخی انتقاد ها مفید نیستند. بنابراین باید قوه ی قضاوت خود را به کار بگیرید تا انتقاد سازنده و مخرب را از هم تشخیص دهید. با در نظر گرفتن این موضوع، بار بعدی که کسی شما را به باد انتقاد گرفت، به جای اینکه صحنه را ترک کنید، بایستید، گوش دهید، از او تشکر کنید و از گفته هایش درس بگیرید .

۳- خوش بین باشید

خوش بین بودن در دنیایی که خیلی چیز ها در آن اشتباه به نظر می رسد می تواند سخت باشد. اما بدون خوش بینی، هیچ کس هیچ شرکت تازه ای به راه نمی انداخت، روی هیچ ایده ی تازه ای سرمایه گذاری نمی کرد و یا محصول تازه ای به بازار نمی فرستاد. گیتس ارزش خوش بینی را ارج می نهد و از آنجا که بنیاد او به برخی از مأیوس کننده ترین مشکلات روی زمین مثل قاچاق انسان، گرسنگی، و فقر شدید می پردازد، به خوش بینی نیاز مبرم دارد. او در سخنرانی خود در جشن فارغ التحصیلان دانشگاه استنفورد گفت: «خوش بینی اغلب با امید واهی اشتباه گرفته می شود. غافل از اینکه ما نا امیدی واهی هم داریم»

٤- از شکست نهراسید :

او در کتاب دیگر خود با عنوان «مسیر پیش رو» می نویسد: «موفقیت معلم خوبی نیست؛ با انسان های باهوش کاری می کند که فکر کنند شکست ناپذیرند». محصول فوق العاده موفق امروز ممکن است فردا به هیچ کاری نیاید و این به گفته ی گیتس می تواند برای کامپیوتر های شخصی و سیستم عامل ویندوزی که اغلب روی آنها نصب می شود هم اتفاق بیفتد.

این طبیعی است که موفقیت را بسیار دلچسب تر از شکست بدانید، اما این شکست ها ی زندگی هستند که بیشترین درس ها را به ما می دهند و بیشترین فرصت های رشد را در اختیار ما قرار می دهند. پس بار بعدی که با صورت زمین خوردید، این نکته را به یاد داشته باشید.

٥- روی یک هدف متمرکز شوید و از حرکت به سمت آن باز نایستید

گیتس در نامه ی سالانه ای که از طریق بنیاد بیل و ملیندا گیتس منتشر می شود نوشته است: «اگر هدف مشخصی برای خود در نظر بگیرید و معیاری برای سنجش عملکرد خود در مسیر آن داشته باشید، به پیشرفت چشمگیری دست پیدا خواهید کرد». او در ادامه می گوید پیدا کردن این هدف و معیار مناسب برای سنجش آن، در نهایت شگفتی بسیار دشوار است. گیتس گوشزد می کند که اگر این کار آسان بود، همه آن را انجام می دادند.



www.takbook.com

معرفی کتاب

عظمت خود را دریابید

دکتر وین دایر روانشناس فیلسوف و دانشمند آمریکایی از دل فقر و آوارگی ظهور کرد . کودکی اش را به دلیل از هم پاشیدگی خانواده اش در پرورشگاه گذراند اما به مدد درک و بینش فوق العاده ، قلمرو دنیای درون را درنوردید و توانایی های باطنی انسان را کشف کرد . سپس آموخته ها و تجربیاتش را با دیگران قسمت کرد و تا به آنجا پیش رفت که تقدیر و ستایش بین المللی را بر انگیخت . در سال ۱۹۸۷ به عنوان بهترین سخنران آمریکا شناخته شد و جایزه بزرگ و بین المللی چکش طلایی را به خود اختصاص داد .

کتاب های او در ردیف پرفروش ترین کتاب هاست.

وین دایر تا به حال در هزاران برنامه رادیو و تلویزیونی آمریکا شرکت کرده و پخش سخنرانی هایش از طریق نوار و کتاب درسرتاسر جهان زندگی بسیاری را بسوی شکوفایی هدایت کرده است . همه ما فرصت های شگفت انگیزی برای زندگی کردن لذت بردن و عشق ورزیدن داریم . عظمت دنیای درون به همان عظمت پهناوری جهان برون است. دکتر وین دایر با فلسفه اش که میلیون ها نفر را در جهان برانگیخته، به شما کمک می کند تا دست در دست او به دنیای بیکران درون خود سفر کنید، آن را بکاوید، به عظمت آن واقف شود و سپس از آفرینش های دگرگونی های پویا در زندگیتان بهره ببرید .

در طول این کتاب برخی اصول و مفاهیمی از زندگی که تا به حال در پس پرده ی ابهام پنهان بود به راحتی بر شما آشکار خواهد شد . همچنین خواهید آموخت که چگونه احساسات و هیجانات منفی را از قلب و ذهن و بزدایید، آلت دست رویدادهای ناگوار و رفتارهای نامطلوب دیگران نشوید و به راستی آزاد زندگی کنید . وین دایر به شما می آموزد هرگاه برکنش خویش متمرکز و به خود راستین و شکوهمندتان متصل شوید به شگفتی درمی یابید که توانایی انجام کارهای را دارید که در گذشته عملی شدن آنها را معجزه می خواندید. پیام های حیات بخش او شما را مجاب می کند که برای دستیابی به سوداها و آرزوهای تان نباید دست نیاز به دنیا دراز کنید بلکه تنها با قوانین هستی همنوا شوید و با توسل به استعدادهای نهفته در ذات و ضمیر خود ، موانع و مشکلات را کنار بزنید و راه را برای تجلی آنها را بگشائید. وین دایر در انتقال نگرش الهام بخش و عمیق خود به شما ، گاه شکا را میخنداند ، گاه می گریاند ، گاه به تعجبتان وا می دارم و گاه موجب تسلی خاطرتان می شود. خواندن این کتاب و عمل به پیام های حیات بخش دکتر وین دایر بدون تردید یک نقطه عطف و آغاز یک تغییر ژرف و شگرف در زندگیتان خواهد بود .



www.takbook.com

با کمک یکدیگر

پرچم نتورک مارکتینگ را

در بالاترین قله ها برافراشته خواهیم کرد



www.ketab.com

3

Irannm.ir

Info@irannm.ir

Telegram.me/irannm

50002222956

مجله تخصصی نتورک مارکتینگ ایران

پیام نتورکی ماه :

آنان که تجارت عظیم نتورک مارکتینگ را مسخره می کنند
دقیقا همان کسانی هستند که فقط در زنگ انشاء ،تعطیلات را کنار دریا می روند

پیام غیر نتورکی ماه :

کودکان بیش از گفتار، از رفتار ما تأثیر می‌پذیرند