

سپهر

بازاریابی شبکه ای

نتورک مارکتینگ

www.ketab.ir

نویسنده:

افسانه اسماعیلی مهد



سرشناسه	اسماعیلی مهد، افسانه، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	بازاریابی شبکه‌ای نتورک مارکتینگ/ نویسنده افسانه اسماعیلی مهد.
مشخصات نشر	تهران: رامن سخن، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری	۵۴ ص. ۵/۲۱×۵/۱۴
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۵۳۹۱-۴۰-۶
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	بازاریابی چندسطحی
	Multilevel marketing
رده بندی کنگره	HF۵۴۱۵/۱۲۶
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۹۴۲۱۲۶۶
اطلاعات رکورد	فیا
کتابشناسی	



آدرس: تهران خیابان انقلاب، خیابان افروردین، ساختمان ناشران، چاپ مهرگان ۰۹۳۶۵۹۵۶۰۶۸

بازاریابی شبکه‌ای نتورک مارکتینگ

مولفین: افسانه اسماعیلی مهد

شابک ۹۷۸-۶۲۲-۵۳۹۱-۴۰-۶

انتشارات: تهران رامن سخن // نوبت چاپ: یکم - ۱۴۰۲

چاپ: مهرگان // تیراژ: ۲۰۰ نسخه // قیمت: ۲۱۰۰۰۰ تومان

تمام حق و حقوق این اثر متعلق به صاحبان اثر می باشد
انتشارات رامن سخن: ناشر نسل فردا

فهرست :

..... مقدمه

نقاط قوت نتورک مارکتینگ و بازاریابی شبکه ای با دیگر تجارت ها

..... الف : استراتژی مربوط به باور

..... ب : استراتژی مربوط به نگرش

..... پ : استراتژی مربوط به مسئولیت پذیری

..... ت : استراتژی مربوط به هدف گذاری

..... ث : استراتژی مربوط به برنامه ریزی

..... ج : استراتژی مربوط به جدیت و تلاش

..... چ : استراتژی مربوط به فنون مذاکره

..... ح : استراتژی مربوط به شناخت قوانین

..... خ : استراتژی مربوط به احکام شرعی فروش

- د : استراتژی مربوط به اعتماد به نفس
- ذ : استراتژی مربوط به عزت نفس
- ر : استراتژی مربوط به شخصیت شناسی
- ز : استراتژی مربوط به مدیریت
- ط : استراتژی مربوط به رهبری
- ظ : استراتژی مربوط به تیم ورگ
- ق : تفکر خلاق در بازاریابی شبکه ای
- ج : حرفه ای شدن در بازاریابی شبکه ای
- چ : جایگاه افراد در بازاریابی شبکه ای
- خ : کلام آخر

مقدمه :

من سرنوشت شگفت انگیز افراد مشهوری را شنیده ام که قبل از معروف شدن رویا ها و اهداف بزرگی داشتن که به آن رویا ها و اهداف باور و ایمان قوی داشتند .

اجازه دهید در مورد شخص موفق به شما بگویم :

چند سال پیش بازاریاب و کارآفرین موفق را در سمیناری دیدم ، آقای محمد رضا بهرامی راد بسیار شخص معمولی که درآمدش به مراتب از تمامی افراد و دوستان دور و اطرافش بسیار بالاتر بود ، به نظرشان او چه چیزی داشت که شما ندارید ؟ درآمد او دقیقا چند برابر افرادی بود که با او مشغول به کار بودن ، آیا او ذهن خلاق داشت که شما ندارید ؟ مسلما نه ، آیا او قدرت بالاتری نسبت به شما داشت ؟ مسلما نه ، او دقیقا فرد عادی و معمولی بود درست مثل شما ، آیا او از اول کارآفرین بود ؟ مسلما نه ، آیا او از اول بازاریاب بود ؟ مسلما نه ، او همانند هریک از شما فرد عادی معمولی بود .

تفاوت بین محمد رضا بهرامی راد با شما در این بود که او ذهن ثروتمند با رویاهای بزرگتر نسبت به شما داشت ، چرا که موفقیت انسان ها در گرو ذهن و تفکر خلاق است .

او حتی تمام چیزهایی که در آینده به آنها خواهد رسید در سر داشت .

ویژگی فوق العاده این شخص موفق در زمینه های مختلف را از خود او بشنویم :

تداعی کردن :

بازاریابی (marketing) کیست ؟

بازاریابی ، دانش و هنر کشف ، خلق و ارایه ی ارزش با هدف تامین نیازهای یک بازار ، هم زمان با کسب سود است . بازاریابی ، نیازها و خواسته های تامین نشده را تشخیص می دهد . بازار آن را تعریف کرده ، حجم این بازار را اندازه گیری و سود بالقوه اش را برآورد می کند . مشخص می کند که کدام بخش از بازار را می تواند بهتر تامین کند ، سپس محصولات و خدمات مناسب را طراحی و ترویج می کند .

بازاریابی شبکه ای :

بازاریابی شبکه ای به عنوان یک حرفه از تمامی افراد صرف نظر از جنسیت ، تجربه ، تحصیلات و یا توانایی مالی دعوت می کند تا وارد عرصه عمل شده و به ساختن تجارتی با قدرت درآمد زایی بالا بپردازند ، در این حرفه ، تمامی افراد به سطح استادی نمی رسند زیرا فداکاری های لازم را برای رسیدن به موفقیت انجام نمی دهند .

شما باید مطمئن باشید تجارستان تمامی قوانین و مقررات ملی و محلی و ایالاتی را رعایت می کند و نیز از نظر مالی باید طوری سازماندهی می شد که تمامی قوانین مالیاتی رعایت شود .

بازاریابی شبکه ای جایگزین کردن یک شبکه فروش انسانی به جای چرخه فروش

(کتاب مدیریت بازاریابی فیلیپ کارتر)

(کتاب بازاریابی فروش)

نقاط قوت نتورک مارکتینگ و بازاریابی شبکه ای با دیگر تجارت ها

الف : استراتژی مربوط به باور :

به قول مارک یارنل ورنه ، یارنل معتقد که بازاریابی شبکه ای فرآیندی است که یک فرد باورش را درباره یک مفهوم منحصر به فرد بازاریابی، با دیگران به اشتراک می گذارند . در مورد مطلبی که حتی به حدی هیجان زده است که نمی تواند آن مطلب را پیش خودش نگه دارد ، اگر یک ورودی جدید در نتورک ، چنین اعتقادی نداشته باشد ، تمایلی به پا پیش گذاشتن ندارد و یا آن را بتواند به دیگران انتقال بدهد و از طرفی بدون باور حرکت کند . یقیناً دوستان و اطرافیان او شک و احتیاط را در رفتار و گفتارش احساس خواهند کرد و وارد نخواهد نشد .

به بیان دیگر واقعیت قانون باور این که شما آنچه را که می بینید باور نمی کنید بلکه آنچه را که باور دارید می بینید .

باورهای ما به دو دسته تقسیم می شوند ، باورهای مثبت و باورهای منفی ، بدترین نوع باورها ، باورهای محدود کننده هستن که این نوع باور محدود کننده در بازاریابی شبکه ای باور منفی است که در همه موارد شما خوتان را ناتوان می بینید و بالعکس تمام باورهای انگیزشی و نگرشی باور مثبت است که شما را در مسیر رسیدن به خواسته هایتان قرار می دهد .

تمام افراد به خاطر باور و هیجان شما ورودی می شوند نه به خاطر پرزنت و آموزش و محصولات شرکت در واقع ما داریم باورهای خودمان را می فروشیم نه نتورک و شرکت و محصول و آموزش و...

شما باید به بازاریابی شبکه ای و نتورک مارکتینگ باور داشته باشید تا به نتیجه دلخواهتان برسید نه این که بعد از درآمد و نتیجه گرفتن باور کنید ، باورهای شما خیلی مهم تر از نحوه دعوت شماست افراد باور را در نحوه برخورد و صحبت های شما متوجه می شوند .

راه حل های مختلف برای باور شما در نتورک وجود دارد یکی از آن ها این است که شما علاقه خود را به بازاریابی شبکه ای یا نتورک بیشتر کنید ، در مورد نتورک مطالب مختلف بخوانید و گوش کنید تو جلسات و سمینارها شرکت کنید تمام موارد گفته شده برای ورودی جدیدتان مهم است ، باور عمیق موفقیت ۱۰۰٪ را برای شما تضمین می کند .

راه حل بعدی این که به حمایت لیدرهای بالا سریتان تکیه کنید ، لیدرهایی که در نتورک موفقیت دارن ، آنها در ابتدا یک باور عمیق داشتن نسبت به خودشان ، بیزینس شان ، موفقیت شان ، شما نیز می توانید از آن دسته افرادی باشید که باور به هدفشان بسیار قوی باشد . اینجاست که شما به موفقیت می رسید .

مهمترین راه حل این که حتما در جلسات هفتگی شرکت کنید ، این جلسات هفتگی باعث بیشتر شدن باور افراد می شود .

یکی از اصلی ترین کاربرد جلسه هفتگی در نتورک تشکیل یک باور عمومی و موفق شدن است . بنابراین به هر طریقی که می توانید باورتان را نسبت به بازار یابی شبکه ای و نتورک مارکتینگ محکم کنید ، حتی محصولی که می خرید باور شما نسبت به نتورک است ، اما اگر باورتان ضعیف باشد ، هیچ یک از مراحل آموزش ، پرزنت ، محصول برایتان اهمیت ندارد . افراد به دنبال اشخاصی می روند که قاطع و محکم صحبت می کنند ، مثبت هستن ، شاد هستن ، انرژی مثبت دارن ، تمامی موارد بیان

شده در نتورک مارکتینگ وجود دارد ، در این موقع است که افراد متوجه می شوند زندگیشان با نتورک تغییر می کنن .

دلیل شکست افراد در نتورک نداشتن باور و ناتوان بودن است . قدرت حقیقی این است که دیگران را باور داشته باشید با صحبت کردن با آن ها ، برخورد کردن با آن ها باور کنید که موفق می شوند .

باورهای درونی یکی از رموز آموزش در نتورک است و این با خود شما شروع می شود ، یعنی اعتقاد داشتن به خودتان .

بنابراین ایمان و اعتقاد بیشترین نقش را در جهت دهی به زندگی و فعالیت های انسانی دارد . لذا به تبع بیشترین تاثیر را هم در موفقیت های انسانی خواهد داشت ، باور و ایمان همانند یک نقشه راه مسیر زندگی را مشخص می کنند .

هر چه باور هایتان به خود و هدفتان محکم تر باشد

رسیدن به هدف زودتر اتفاق می افتد

استراتژی مربوط به نگرش :

سازمان یا افراد پدیده ای اجتماعی هستند که به طور آگاهانه هماهنگ می شوند افراد در آنها بر اساس استراتژی برای تحقق اهدافی خاص فعالیت می کنند .

در همه جوامع بشری ، بهره وری کلید اصلی خوشبختی در رفاه است ، که خود وابسته به نحوه کار و بازدهی واحدهای تولید کننده کالا و خدمات یعنی سازمان ها ، موسسات ، شرکت ها ، کارخانه ها ، وزارت خانه ها ، ادارات ، مغازه ها ، مزارع ، مدارس و ... است .

بازدهی این نهادها بستگی به میزان ارزش افزوده آن دارد . افزایش بهره وری این نهادها تنها ناشی از تغییر و تحولات درونی افراد نیست ، بلکه سیاست های مدیریتی می تواند ایجاد انگیزه کند و فضا را برای افزایش بهره وری مهیا سازد . بهره وری یک فرهنگ و یک نگرش عقلانی است به کار و زندگی است که هدف آن هوشمندانه تر کردن فعالیت ها برای دستیابی به زندگی بهتر و متعالی است . خلاقیت و نوآوری یکی از هدف های عام مدیریت و یکی از بهترین عوامل ایجاد بهره وری پایدار در سازمان است .