

بیزینس کوچ حوریت باش

www.ketab.ir



سرشناسه	:	ذوالفقار، آوینا، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	:	بیزینس کوچ خودت باش/گردآوری آوینا ذوالفقار.
مشخصات نشر	:	تهران : کیمیای اندیشه، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	:	۱۲۳ ص.
شابک	:	978-622-91334-6-0
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	موفقیت -- برنامه ریزی Success -- Planning موفقیت -- برنامه ریزی -- فرمها Success -- Planning-- Forms
رده بندی کنگره	:	۶۳۷BF
رده بندی دیویی	:	۱/۱۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۹۷۴۴۲۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا



بیزینس کوچ خودت باش

www.ketab.ir

ناشر:	انتشارات کیمیای اندیشه
گردآوری:	آوینا ذوالفقار
صفحه آرا و طراح جلد:	الاهه رضوانی
نوبت چاپ:	اول / ۱۴۰۳
چاپ و صحافی:	کاری گرافیک
شمارگان:	جلد ۱۰۰۰
قیمت:	۱۷۰ هزار تومان
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۱۳۳۴-۶-۰

تهران خ دانشگاه خ انقلاب خ وحید نظری پلاک ۶۵ طبقه پنجم واحد ۱۱

۶۶۹۷۸۲۷۸ - ۶۶۹۶۱۵۶۹ کد پستی: ۱۳۱۴۷۶۵۳۳۶

سامانه الکترونیک: Kimiyaandishe93@gmail.com

https://www.kimiaandisheh.com

در مسیر پیروز شدن بر عادت های قبلی و خلق نتایج بزرگ

www.ketab.ir

در مسیر شکست خوردت از عادت های قبلی و برگشت به وضعیت سابق

DMO مسیر دستیابی به اهداف را مشخص می‌کند که در مسیر موفقیت هستیم یا شکست خوردن همچنان که در اقتصاد کلان بدون برنامه‌ریزی در اقتصاد خرد نمی‌توان نتیجه گرفت در نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای هم برای نتیجه گرفتن در مقیاس کلان همیشه باید از مقیاس خرد شروع کرد DMO که مخفف Daily Method Of Operation است در فارسی با واژه «الگوی عملکرد روزانه» شناخته می‌شود. در مقیاس خرد هر نتورکر باید DMO خودش را داشته باشد در مقیاس کلان هر لیدری باید DMO خاص خود را در قالب سیستم کاری سازمانش برنامه‌ریزی کرده باشد. درواقع DMO الگوی فعالیتی است که همه آن را به شکل برنامه‌ریزی‌شده‌ای انجام می‌دهند. یک نتورکر در راستای رشد سازمان خود و نتیجه‌گیری بهتر باید در رابطه با پنج موضوع حتماً DMO داشته باشد:

۱. صحبت بیشتر با مردم :

کرکری دکان ما زمانی بالاست که در حال صحبت با مردم باشیم چه صحبتی؟ هر صحبتی... هنگامی که شما به هر طریقی با یک فرد که خارج از سازمان شماست به گفت‌وگو نشسته‌اید، در حال کاسبی هستید یا هنگامی که وقت می‌گذارید و کسی را می‌شناسید. هنگامی که در حال پیشرفت در شناخت یک فرد هستید نامش این است که مشغول فعالیت در حرفه‌ی نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای خودتان هستید. گاهی اوقات می‌فروشید و یا عضوگیری می‌کنید گاهی اوقات طرف مقابل دوست‌ه‌نوز نه شما قرار می‌گیرد. در هر صورت پیشرفت حاصل شده است. بزرگان عرصه‌ی نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای دنیا اعداد مختلفی را برای تعداد این فعالیت در روز مشخص کرده‌اند سارا رابینز معتقد است که باید روزانه با ۵ نفر صحبت کرد. ولی آرت جوناک حداقل یک نفر را پیشنهاد می‌دهد. من به‌شخصه معتقدم عدد ۳ بهترین انتخاب است ذهن ما عدد یک رو خیلی کم اعداد بیشتر از ۳ روز هم در مقابلش یه گارد پنهان دارد دقت کرده باشید در ادبیاتمان هم خیلی کم از اعداد بیشتر از ۳ استفاده می‌کنیم لذا شما هر عددی را که انتخاب می‌کنید این عدد را به‌عنوان الگوی عملکرد روزانه‌ی کل سازمان خود همانندسازی کنید.

۲. داشتن تعداد پرزنت هدفمند

فعالیت دوم خروجی فعالیت اول است یعنی شما با انسان‌ها ارتباط می‌گیرید که بتوانید به آن‌ها کمک کنید خیلی مواقع می‌توانید با شناسایی نیاز فرد به وی توصیه کنید با شما در تجارت بازاریابی شبکه‌ای همراه شود تا بتواند گرهی از زندگی خویش باز کند.

۳. داشتن فروش یا توصیه کردن هدفمند

در طرح‌های هرمی و در نگاه اعضای بی‌نگرش و بدون تفکر سازنده توصیه کردن برای استفاده محصولات یا خدمات به اعضای خارج از شبکه امری نکوهیده و چندان‌آور است لذا درگیر طرح‌هایی می‌شوند که یک‌بار پول بدهد یک‌بار هم از پتانسیل اعضای تیمشان استفاده کنند ولی در شبکه‌های سالم همه اعضا باهم درصدد یه حداقل میزان گردش مالی در هفته یا ماه هستند در طرح‌های ماهانه سالی ۱۲ بار طرح‌های هفته‌ای سالی ۵۲ بار از پتانسیل اعضای تیمشان استفاده کنند این امر منوط به تعهدی است که هر عضو برای خلق میزان مبلغ مشخص در روز کرده است.

۴. پیگیری

وقتی که شما فعالیت اول را به‌طور مداوم انجام دهید همیشه در فعالیت دوم برنامه داشته باشید داشتن لیست هنوز نه و هر لیستی که آماری از تماس‌هایی که برای پیگیری افراد باید داشته باشید بی‌شک از نیازمندی‌های واجب فعالیت نوع دوم است.

۵. ارتباط درون شبکه‌ای

به طور قطع وقتی سازمان شما بزرگ‌تر و بزرگ‌تر می‌شود لازم است که شما ارتباط مداومی با اعضای سازمان خودتان داشته باشید برای امور آموزشی و انجام پرزنت‌ها و پیگیری‌های سازمان با سازمان خود وقت بگذرانید اما اگر این ارتباط مدیریت نشود و برنامه‌ای بابت این ارتباط وجود نداشته باشد ضررهای جبران‌ناپذیری به سازمان شما وارد می‌کند. یکی از قوانینی که می‌توانید از آن استفاده کنید قانون ۵ نفر در سه ماه است به این معنا که بسته به میزان تمام وقت یا پاره وقت بودن در این حرفه شما نمی‌توانید با بیش از ۵ نفر به طور مستقیم کار کنید اما مهم‌ترین نکته این که کار کردن مستقیم با افراد باید ضرب‌الاجل داشته باشد «وابستگی قاتل همانندسازی است.» اگر قرار باشد که نتورک خود را با یک نفر شروع کنید و سال‌های سال همیشه شب و روز خودتان را با آن یک نفر سر کنید کسب و کار نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای نساخته‌اید بلکه «شغل» نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای را انتخاب کرده‌اید شب و روز شما با یک شریک در حال سپری شدن است. ساعت‌های فراوانی می‌توان راجع به این صحبت کرد. اما به همین حد اکتفا می‌کنیم و با این جمله صحبت‌ها را تمام می‌کنیم که:

با خلق یک فرهنگ خوب و قوی تیمی قوی برای دستیابی به شگفت‌انگیز بسازید هنگامی هیچ DMO روزانه‌ای برای خود ندارید که از قبل به آن فکر کرده باشید، شبیه درختی خواهید شد که از هر طرف باد بوزد به آن سمت خواهید رفت. تبدیل به لیدری می‌شوید که کل استراتژی آموزشی‌اش این است که «بچه‌ها برید بفروشید برید و رودی بگیرید دیگه» خودش تا ۴ صبح بیدار است فردا ظهرش تلفن را برمی‌دارد و شروع می‌کند زنگ زدن به لیدرهایش تا شب فقط با آن‌ها وقتش را می‌گذرانند. بدون آنکه در آن روز دستاوردی در کسب و کار نتورک مارکتینگ یا همان بازاریابی شبکه‌ای‌اش داشته باشد