



به نام خداوند هستی بخش

اول کاربرد برای کسب درآمد  
در تجارت نتورک مارکتینگ

# میلونریزهای داتانت

وقتی همه خوابند

نتورک‌های ایرانی بیدارند

نویسنده: نیما طبری فرد

طبری فرد، نیما، ۱۳۵۷	سرشناسه
میلیون‌های دات‌نت؛ وقتی همه خوابند نتورک‌های ایرانی بیدارند/ نویسنده نیما طبری فرد.	عنوان و نام پدیدآور
تهران؛ بهار سبز، ۱۳۹۳.	مشخصات نشر
۲۶۴ ص.	مشخصات ظاهری
۸-۸۸-۵۳۸۴-۶۰۰-۹۷۸	شابک
فیبا	وضعیت فهرست نویسی
بالای عنوان: اصول کاربردی برای کسب درآمد در تجارت نتورک مارکتینگ.	یادداشت
کتابنامه: ص. ۲۶۱ - ۲۶۲.	یادداشت
اصول کاربردی برای کسب درآمد در تجارت نتورک مارکتینگ.	عنوان دیگر
بازاریابی چندسطحی	موضوع
ارتباط در بازاریابی	موضوع
بازاریابی	موضوع
موقفیت در کسب و کار-- ایران	موضوع
۹۱۳۹۳ م ۲ ط/ ۱۲۶/ ۱۵/ ۴۱۵ HF۵۴	رده بنیاد کنگره
۸۷۲/۶۸۵	رده بنیاد دیوبند
۳۶۰۳۰۱۳	شماره کتابخانه



## میلنده و دات‌نت

نیما طبری فرد

طراح روی جلد و صفحه آرا: ه. حسن شجاعی

تصویرگر: مهشید سرفراز

مشاور و ناظر چاپ: امیر حسن

امور فنی: شهیر

نوبت چاپ: هشتم - تابستان ۱۳۹۵

نوبت چاپ: نهم - زمستان ۱۳۹۵

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: صاحب

چاپ: گنج شایگان

قیمت: ۱۵۵۰۰ تومان

شابک: ۸-۸۸-۵۳۸۴-۶۰۰-۹۷۸

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.

## مقدمه

امروزه بیش از پیش، کاربرد علم ارتباطات و شبکه سازی و اثرآن 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 تولید به توابع توزیع ملی، کاربرد اساسی دارد. آنچه بدیهی و غیر قابل انکار است آنکه امروزه با تکیه صرف به رویکردها، نگرش ها و شیوه های سنتی تجارت، نمی توان به حداکثر کارایی و بهره وری در کسب و کارها دست یافت. لذا آموزش 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 در صنعت، معدن و تجارت نیز این روش را به رسمیت شناخته و مجوز فعالیت برای شرکت های بازاریابی شبکه ای را صادر نموده است. در گذشته ها هم 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 به تبعه تنبلی و وابستگی را در جوانان تقویت می نموده اند، خوشبختانه با نگارش کتاب حاضر با مطالعه این کتاب تفاوت های بازاریابی شبکه ای با بازاریابی هرمی 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. هم چنین 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 بازاریابی شبکه ای نیز مانند موفقیت در هر فعالیت دیگری مستلزم تدبیر 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 کسب توانایی 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 سائل 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، تیم 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- خصیایات 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 در آن می باشد که در نوع خود، منحصر به فرد می باشد.

از آنجایی که این کتاب به زبانی ساده و قابل فهم بدست آمده است، 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 تجربیات ذکر شده را تا حد امکان در عمل اجرا نماید تا با تمرین و تمرین و تمرین، اصول، 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**

۱۰	پیشگفتار
۱۵	راهنمای مطالعه کتاب
۱۹	<b>فصل اول: پای خود را از روی ترمز بردارید</b>
۲۱	تجارت نتورک مارکتینگ چیست؟
۲۵	بازاریابان آماتور چه کسانی هستند؟
۲۵	بازاریابی یا مارکتینگ چیست؟
۲۶	بازاریابان حرفه‌ای چه کسانی هستند؟
۲۷	نورکرها 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 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 پرس‌میت‌اندن ما 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	<b>فصل دوم: دنده را عوض کنید</b>
۱۱۴	خصیصه‌هایی که نتورک‌رهای حرفه‌ای واجد آن هستند
۱۴۵	<b>فصل سوم: گاز بدهید</b>
۱۴۷	ده قدم مؤثر در فرآیند فروش
۱۴۷	قدم ۱: یافتن دلایل و چراها
۱۵۱	قدم ۲: تعیین رؤیاها، 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 رودررو
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 مشتریان تا خرید محصول
۲۰۰	برای یک پیگیری در طی شش مرحله را باید گذراند
۲۰۵	قدم ۹: ثبت نام مشتریان تا خرید محصول
۲۰۵	قدم ۱۰: همانندسازی و تکثیر
۲۰۷	نکات ضمیمه به فصل سوم
۲۰۹	نکات حیاتی در برقراری شبکه ارتباطی
۲۱۳	<b>فصل چهارم: بالذت و اطمنان: مدیریت کنیا</b>
۲۱۵	چرا باید در نتورک مارکتینگ تبدیل کنید؟
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	<b>فصل پنجم: دکمه توربو شارژر را فشار دهید</b>
۲۵۱	۲۱ کلید دستیابی به حداکثر درآمد در نتورک مارکتینگ
۲۶۳	منابع مورد استفاده

# فهرست

## پیدا گفتا

حدود ۱۰ سال قبل تجارت نتورک مارکتینگ شروع به فعالیت کرد. در آن زمان کمتری از مردم می‌کرد که روزی این کار بتواند چهره اقتصادی سیاره زمین را دگرگون کند. بیش از سی سال همه انرژی دست‌اندرکاران این حرفه صرف دفاع از فعالیت و مزایای نتورک شد. هم‌چنین در طول این مدت بسیاری از شرکت‌ها در سراسر دنیا سعی در تکمیل و برطرف کردن اشکالات کارشان داشتند. امروزه در نتیجه این تلاش‌ها تجارتي بنا نهاده شده است که میلیون‌ها انسان با امنیت خاطر به آن مشغولند. خوشبختانه در کشور عزیز ما ایران نیز چند شرکت نتورک با اخذ مجوز فعالیت از وزارت صنعت، معدن و تجارت مشغول به کار هستند. در تاریخ هجدهم آذرماه ۱۳۸۸ شمسی نخستین دستورالعمل نحوه صدور مجوز و نظارت بر فعالیت شرکت‌های نتورک مارکتینگ به تصویب معاونت توسعه و کارخانجات داخلی در وزارت بازرگانی رسید. با تصویب این دستور عمل، فصل جدیدی از فعالیت این صنعت در ایران ورق خورد و برای همیشه تجارت نتورک مارکتینگ به رسمیت شناخته شده و داستان شرکت‌های هرمی و غیرقانونی در ایران به تاریخ پیوست. از این پس شرکت‌های آبرومند و قانونی می‌توانند در زیر پرچم این قانون به فعالیت بپردازند. شرکت‌هایی مثل شرکت آرسن بازاریازان

ایرانیان شرکت بازاریابان ایران زمین، شرکت تلاشگران سرمایه وزین، شرکت خرید اینترنتی مروارید پنبه ریز، شرکت پارس نیوشا نیک، شرکت کارآفرینان پیشرو باورس، شرکت سیمرغ و شرکت شبکه بادران گستران ایران تا زمانی که از قوانین تجارت نتورک در ایران پیروی نمایند می‌توانند به فروش محصولات خود ادامه دهند. شاید بیست سال قبل مهم‌ترین سؤالاتی که مشتریان از نتورک<sup>۱</sup> می‌پرسیدند این بود که:

- آیا می‌توانم به تجارت و شرکت شما اعتماد کنم؟
  - آیا واقعاً ما توانم در این تجارت پولدار شوم؟
  - اگر شرکت شما سود و رشکست شود آن وقت من باید چکار کنم؟
- خبر خوب این است که شرکت‌های فعال در نتورک قانونی و نتورک‌های حقیقی توانسته‌اند با تلاش و دقت و نتایجی که به بار آورده‌اند و همچنین با نمایش رفتاری حرفه‌ای و مامورین پرسش‌ها و ابهامات پاسخ درست داده و به نگرانی‌ها خاتمه دهند. جس سؤالاتی که امروز مطرح می‌شود تغییر کرده و حاکی از اعتماد مردم سراسر دنیا به این شرکت است. سؤالاتی که امروز ذهن نتورکرها و مشتریان را به خود مشغول کرده به مراتب قدرتمندتر و هوشمندانه‌تر است:

- چگونه من هم می‌توانم از طریق این تجارت پولدار شوم؟
  - چگونه می‌توانم به فروشنده‌ای حرفه‌ای تبدیل شوم؟
  - چگونه می‌توانم به حداکثر درآمد دست پیدا کنم؟
- به راستی چرا نتورکرها در ایران به دنبال رسیدن به حداکثر درآمد هستند؟ با نگاهی به فهرست اسامی یکصد نفر اول پردرآمدترین نتورک‌های جهان، می‌توان به این دغدغه نتورک‌های ایرانی پی برد. در سال ۲۰۱۳ میلادی و در ابتدای این لیست، تاپ لیدر شرکت اورگانو گلد<sup>۲</sup> به نام هولتون باگز<sup>۳</sup> قرار

متوسط ماهیانه بیش از یک میلیون دلار بوده است. اگر به ردیف یکصدم هم نگاه کنیم جالب خواهد بود. دانا داگلاس از شرکت ای.سی.ان<sup>۱</sup> با درآمد یک و نیم میلیون دلار قرار دارد که به طور متوسط در هر ماه یکصد و سی هزار دلار درآمد داشته است. تعداد زیادی از تاپ لیدرهای شرکت های مطرح دنیا در این لیست یکصد نفره قرار دارند.

با مشاهده این آمار و ارقام می توان به یک نتیجه منطقی رسید. اینکه اگر هولتون باگرو دانا داگلاس به این درآمدها رسیده اند پس نتورکهای ایرانی هم می توانند این گزینه عمل کنند. این اعتقاد قلبی من است. چون شاهد تلاش ها و زحمات بی هموطنانم در تجارت نتورک بوده ام و بالا بودن سطح هوشمندی و استعداد آن ها را حسین می کنم.

بیش از ۱۰ سال در این تجارت و در خارج از ایران برای بسیاری از شرکت های نامدار دنیا به دار آموزش نتورک مارکتینگ پرداخته ام و به طور محسوس با فرهنگ ما سازگار می بینم. من فکر می کنم که ما از یک سو به این مسئله ایمان داریم که سورس های ایرانی می توانند تا بیست سال آینده قله های آمار و ارقام را فتح کنند و از سویی دیگر به نقطه ضعف های جدی این تجارت در ایران هم واقفم. حقیقت این است که ما از کمبود دانش تخصصی در زمینه فروش مستقیم کالا در ایران غافل بودیم. این کمبود دانش تخصصی موجب شده است که ایرانی ها به جای تمرکز بر روی راه سازی، دچار پراکندگی فکری شده و به جای بزرگ اندیشیدن دنباله روی افرادی که مدت و بسیار کوچک باشند. شاید هنوز هم بزرگ ترین آرزوی یک نتورکر ایرانی دستیابی به یک اتومبیل پورشه باشد. شاید هنوز هم نتورک ایران دچار یک بیماری جدی باشد که نام آن را «سندروم یک شبه پولدار شدن» می گذارم. چند بار تا به حال این عبارات را شنیده اید؟ «دو سال نتورک می کنم و یک میلیارد تومان درآمد کسب می کنم سپس آن را در بانک ذخیره کرده و ماهیانه هفده میلیون تومان

درآمد خواهم داشت. در آخر هم نتورک را رها می‌کنم و تاروژی که مرگم فرا برسد به استراحت می‌پردازم!»

ولی تاریخچه این تجارت نشان داده که هیچ نتورکر حقیقی تا به حال این کار را رها نکرده است. آیا می‌توان برای این مسأله جوابی پیدا کرد؟ بله! تمام نتورکرهای پولدار می‌دانند که ثروت حقیقی در نتورک در طول زمان به دست می‌آید. نه در عرض آن، آن‌هایی که می‌خواهند به طور عرضی پولدار شوند یا سه یا چهار سال برنامه‌ریزی دارند ولی نفراتی که به صورت طولی پولدار می‌شوند برای بیست یا سی سال آینده خود برنامه کاری دارند. به فهرست اسامی نتورک‌های دنیای اینترنت مراجعه کنید تا به حقیقتی محض در این تجارت پی ببرید.

خیلی‌ها پولدار به نظر می‌رسند ولی فقط بعضی‌ها واقعاً پولدارند.

نتورک‌هایی که پس از سه یا چهار سال اولین اهداف و درآمدها شروع به خرج کردن پول‌ها نموده و کار را رها کرده و وارد مرحله آزمون می‌شوند کسانی هستند که پولدار به نظر می‌رسند. اما پولدارهای حقیقی در این تجارت هنوز هم با داشتن هزاران نفر لیدر در سازمان خود به این کار ادامه داده و هر روز فعالیت دارند. شاید جسم این لیدرها درگیر کار نیست ولی قدرت ذهن و رهبری این افراد باعث شده تا سازمان‌شان هم چنان درآمدزا باشد.

بیا بید سخن را کوتاه کنیم. این کتاب ماحصل تجربه نام‌های شخصی یک نتورکر ایرانی در خارج از مرزهای ایران است. این تجربه‌ها، مضامین دانسته و بعضاً آگاهانه کسب شده است. تلاشی که منجر به تغییر زندگی مادر و پدری بسیاری از انسان‌ها در ترکیه، مالزی، تایلند، تاجیکستان، افغانستان، پاکستان، ازبکستان، گرجستان، قرقیزستان و امارات متحده عربی شد.

ده سال پیش و در آغاز کار تنها هزاروپانصد دلار در کیسه‌ام داشتم. اولین بار برای شرکت در یک سمینار آموزشی در استانبول ترکیه لباس مناسبی نداشتم و مجبور شدم کت و شلوار یکی از دوستان ایتالیایی خودم را به امانت بگیرم. بزرگ‌ترین حامیان من پس از خداوند و دعا‌های مادرم فقط راننده‌های

بگیرم. بزرگ‌ترین حامیان من پس از خداوند و دعا‌های مادرم فقط راننده‌های تاکسی در استانبول بودند. راننده‌هایی که با دیدن جوانی خارجی و بی پول و از روی انسان دوستی مرا بدون دریافت کرایه تاکسی به جلسه‌های کاری ام می‌رساندند. به یاد دارم سه وعده غذایی به خاطر صرفه جویی در هزینه‌ها تبدیل به یک وعده شده بود. هیچ وقت موفقیت‌هایم را در این تجارت بدون و جرم مردم تصور نکردم. به یاد دارم در ابتدای کارم پولی برای خرید مواد غذایی نداشتم. چون پول آن را صرف تهیه کارت‌های ویزیت کرده بودم. امروز این تجربه‌ها را تبدیل به کتابی کردم که امیدوارم با وجود تمام کمبودهای اخلاقی و مالی بتواند راه‌گشای نتورکرهای عزیز ایرانی برای دستیابی به اهداف و آرزوهایشان باشد.

امیدوارم این یادداشت‌ها لذت ببرید.

نیما طبری فرد

تابستان ۹۳

millionairedotnet@gmail.com