

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

هنرستان کاردانشی نصر

تهیه شده در کارگاه حسابداری

استاد راهنما: هنرآموز ارجمند جناب آقای محمد شامی



تهیه کننده: یاشار جوان بخت قولونجو



برترین کسب و کار قرن ۲۱



Network Marketing



بازاریابی شبکه ای

بازاریابی شبکه ای

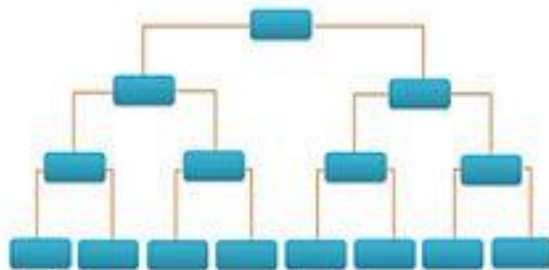
محصولات کمپانی می‌کنند. در حال حاضر به ترتیب کشورهای آمریکای شمالی، چین، کشورهای اروپایی از جمله آلمان و ایتالیا و ژاپن در زمینه بازاریابی شبکه‌ای سردمدار هستند.

تاریخچه

ایده بازاریابی شبکه‌ای از فرمول تصاعد گرفته شد، که در صده ششم ق. م. توسط فیثاغورس و در صده سوم ق. م. توسط اقلیدس در کتاب معروف «مقدمات» به جهان معرفی شد.

جی. پل گتی، ثروتمندترین مرد آمریکایی در سال ۱۹۵۷ میلادی بود، و برای اولین بار اعلام کرد که «من ترجیح می‌دهم که از ۱٪ تلاش صد نفر استفاده کنم تا اینکه از ۱۰۰٪ تلاش خودم».

بازاریابی شبکه‌ای (به انگلیسی: Network Marketing) یا بازاریابی چندسطحی (به انگلیسی: Multi-level marketing)، نوعی شیوه فروش است که در آن کمپانی‌ها محصولات خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه به فروش می‌رسانند، و مشتریان پس از خرید در صورت تمایل می‌توانند محصولات کمپانی را بازاریابی کنند و سود بگیرند. درآمد در بازاریابی شبکه‌ای هم در ازای فروش مستقیم کالا و هم در ازای فروش از طریق زیرمجموعه کسب می‌شود. در بازاریابی شبکه‌ای، بازاریاب‌ها بصورت «تبلیغات کلامی» یا «تبلیغات چهره به چهره» اقدام به فروش



برترین کسب و کار در قرن ۲۱

۲۰ دلیل اینکه چرا بازاریابی شبکه ای، کسب و کار قرن ۲۱ است

۱- آینده خود را بسازید، نه آینده دیگران را

سوال بزرگی وجود دارد: در جایگاه شغلی کنونی شما، چه کسی کار می کند و چه کسی پول دار میشود؟ جواب واضح است: هر کسی که صاحب دارایی است. دارایی، خود کسب و کار است. این جایی است که کنترل و ثروت در آن است. با کار کردن به عنوان یک کارمند، شما ۸ ساعت از وقت تان را صرف ثروت سازی برای شخص دیگری می کنید. شما فقط زندگی تان را می گذرانید و کارفرمایان آینده ی سعادت مندش را می سازد. نه تنها شما ده برابر کم تر پول به دست می آورید، بلکه آنها دو برابر مالیات کمتری نیز می پردازند.

۲- می خواهید درآمد سالانه تان را دو برابر کنید؟

خیلی سخت است که بتوانید با یک شغل، درآمدهای تان را دو برابر کنید. درحقیقت، میانگین پرداخت در حدود ۲ درصد است و این بسیار ناراحت کننده است، مخصوصاً وقتی که نرخ تورم به ۱۰ درصد برسد. هرچند، با داشتن یک کسب و کار، خیلی ساده تر است که از مشتریان نسبت به سال قبل دو برابر پول بگیریم اینگونه درآمد تان دو برابر می شود. حالا افراد باهوش، تفکر ایجاد یک کسب و کار را برای خودشان در سر می پرورانند.

۳- آزادی مالی درست و به جا

یکی از بزرگترین دلایل برای اینکه صاحب کسب و کار خود باشید، این است که آزادی مالی به همراه دارد. به این معنی که پول زیادی به دست آورید، بدون اینکه به بودن شما در آنجا نیازی باشد. در مورد شغل کنونی تان مشکل اینجاست که شما زمانتان را برای کسب پول می فروشید این یعنی شما هیچ وقت نمی توانید دست از کار بکشید؛ چرا که درآمد شما هم متوقف می شود، اما در این جا کسب و کار شخصی خود، می توانید برای یک ماه به تعطیلات بروید و وقتی برگشتید از قبل پول بیشتری به دست آورده باشید.

۴- استفاده از اینترنت

همان طوری که میدانیم اینترنت دنیا را تغییر داده است و شما الان در وسط این تغییرات قرار دارید هیچ زمانی بهتر از این نبوده که بتوان کسب و کاری را راه اندازی کرد مخصوصاً برای کسی که با افراد در ارتباط است.

۵- زندگی مرفه و ثروتمندانه

درسال است وقرار است هزاران نفر بانصف حقوق بازنشسته شوند و نیاز به درآمد دیگری دارند.

۹- می خواهید ۵۰ سال بعدی عمرتان کار کنید؟

اینگ مردم انتخاب واضحی ندارند. آنها نمی توانند یک شغل به دست بیاورند، زندگی را بچرخانند و بعد از ۵۰ سال با حداقل نصف حقوق بازنشسته شوند و یا می توانند یک کار برای خود ایجاد کنند که بعد از ۳ تا ۵ سال بازنشسته شوند. این امر به طور واضح حرکت از عصر صنعت به عصر اطلاعات است. آنهایی که این مطلب را به خوبی درک می کنند، کسانی هستند که منفعت مالی زیادی می برند.

۱۰- می خواهید با قرض و بدهکاری زندگی تان را شروع کنید؟

با افزایش هزینه های دانشگاه در بسیاری کشور های دنیا و مقروض و وامدار شدن، فارغ التحصیلان نسل جدید زندگی را با شرایط دشواری آغاز می کنند. انتخاب نسل جدید؛ وارد شدن به دانشگاه و شروع یک زندگی با قرض است یا شروع کسب و کاری که در عرض سه سال، استقلال مالی خود را به دست بیاورند. فکر می کنید مردم قرار است به کدام سمت بروند؟ آیا آماده اید که به آن ها کمک کنید و از نظر مالی سود ببرید؟

۱۱- آیا شما از محصولات شیمیایی بازار کالا استفاده می کنید؟

آیا می دانستید ۹۵ درصد از غذاها و محصولات بهداشتی شخصی که از سوپرمارکت ها ، فروشگاه های بزرگ خریداری می شود، برای شما خوب نیستند؟ آنها

یکس از بزرگ ترین مزیت های همراه بازاریابی شبکه ای، پیشرفت شخصی است که بسیاری از افراد حتی از وجود چنین مطلبی آگاه نیستند.

برای موفق شدن، شما باید برای موفقیت دیگران کمک کنید. خیلی زیباست که رشد افراد دیگر و بهتر شدن آن ها را ببینیم.

۶- آیا شما از انفجار جمعیت سود میبرید؟

شاید شما در حال حاضر نگران این موضوع نباشید ، اما نرخ رشد جمعیت انسانها در حال فزونی است. بایک جستجوی ساده در بخش تصاویر گوگل درباره رشد جمعیت جهان خواهید که نمونه رشد جمعیت در حال خارج شدن از چارت است. حال، این مسئله مشکلات بسیاری را برای برخی مشاغل ایجاد می کند، اما برای مشاغلی مثل بازاریابی شبکه ای ، عالی است.

۷- در مورد امنیت شغلی چه؟

بیش از ۱۰۰ سال است که مردم به خاطر کسب امنیت به مشاغل روی می آورند. امروز با وارد شدن افراد بیشتر و بیشتری به بازار محدود کار، دیگر امنیت شغلی وجود ندارد. امروزه افراد به دنبال راه های امن تری برای کسب درآمد در زندگی هستند؛ اما واقعا چه چیزی امن تر است؟ داشتن درآمد از یک شغل یا درآمدی که از صدها جای مختلف حاصل می شود؟ امروزه مشاغل گزینه ای پر ریسک محسوب می شوند.

۸- بازنشسته پول دار یا باز نشسته فقیر...انتخاب با شماست

دولت ها اکنون با این مشکل بزرگ مواجه اند که برای این تعداد زیاد بازنشسته، پول کافی وجود ندارد. علاوه بر این ، این حقیقت که پرداخت بازنشستگی مبلغ کمی

تولیدات انبوهی هستند و برای اینکه عمر نگهداری آن ها طولانی شود، از مواد نکه دارنده زیادی استفاده می کنند. شرکت های صدرنشین بازاریابی شبکه ای بر اساس محصولات طبیعی پایه گذاری شده اند، یعنی محصولاتی که در حقیقت برای شما خوب است

۱۲- آیا مایلید درآمدی داشته باشید که خودش درآمدزایی کند؟

وقتی به یک نقطه مشخص در کسب و کار بازاریابی چند مرحله ای رسیدید و گروه خود را تشکیل دادید، کسب و کار شما از آن پس، خودش، خودش را می سازد در صورتی که شغل های دیگر این ویژگی را ندارد. اینگونه است که شما می توانید به تعطیلات بروید و زمانی که برمی گردید نسبت به زمانی که رفته اید، پول بیش تری داشته باشد.

۱۳- شناخت و اعتبار بیش تری می خواهید؟

دوست دارید چطور برای یک شرکت کار کنید؟ آیا می خواهید سخت کار کنید و اعتبار و شهرت معمولی به دست آورید؟ شما می توانید عضوی از یک جامعه قوی باشید که همه ی آن ها می خواهند شما موفق شوید، چرا که موفقیت شما به طور مستقیم به افراد زیادی مزیت می رساند. این چیزی است که به ندرت با داشتن یک شغل ثابت به دست می آورید.

۱۴- دوره شغل های معمولی و سنتی از بین رفته است

در یک شغل معمولی فقط یک برنده وجود دارد و آن رئیس است. هدف شما تنها به دست آوردن ۲ درصد از پولی است که به طور مستقیم به جیب روسا می رود. بیشتر پول را شما ایجاد می کنید و بخش کم تر پول را او ایجاد می کند. در یک کسب و کار MLM، شما پول بیش

تری به دست می آورید و همکاران شما نیز پول های بیش تری به دست می آورند. این یک بازی برد/ برد واقعی است.

۱۵- اطراف خود را از افرادی با ذهن های درست، شاد و هدفمند پر کنید

آیا شما آنقدر خوش شانس هستید که افراد شاد، هدفمند و با ذهنیت درست اطراف شما را در برگرفته باشند؟ اکثر آدم ها این شرایط را ندارند. بازاریابی شبکه ای بهترین افراد را جذب می کند، افرادی که برای شما خیلی سود دارند؛ زیرا پس از آن خود را در فرهنگ های جدیدی می بینید که از موفقیت شما حمایت می کنند و به شما کمک می کنند.

۱۶- کوچک شدن بازار کار

با افزایش جمعیت و متوقف شدن کسب و کار های قدیمی به خاطر وجود اینترنت، شغل های کم تری برای افراد وجود دارد.

۱۷- با افزایش قیمت ها فقیر تر می شوید؟- تورم

با آن که در سراسر دنیا آمارها میزان مشخصی از تورم را نشان می دهند اما همچنان قیمت گاز، برق و هزینه های تلفن به طور سرسام آوری افزایش می یابد. برای این محاسبه نیازی به نمره درس ریاضی ندارید. حقیقت این است که اگر شما درآمدهای سالانه ۱۰ درصد افزایش نیابد، یعنی به فقر نزدیک می شود.

۱۸- رفتن به تعطیلات و راندن یک ماشین لوکس

شرکت های بازاریابی شبکه ای سرآمد، به مشاوران شان برای کار هایشان تشویق های زیادی می دهند. این تشویق شامل ماشین های لوکس رایگان، تمام هزینه های

Network Marketing

مسافرت تفریحی برای رفتن به نقاط دیدنی جهان و تعطیلات آخر هفته است. چرا برای رفتن به سفر و خرید ماشین پول ذخیره می کنید. وقتی محل کارتان همه این ها به شما می دهد؟ آیا رئیس فعلی شما این ها را در اختیارتان می گذارد؟

۱۹- همان مالیات ثروتمندان را می خواهید؟

داشتن یک کسب و کار پاره وقت یا تمام وقت خانگی، مشوق مالیاتی بزرگ است. یکبار، تمام نقل و انتقال های شما، اجاره، رایانه، تلفن، تجهیزات دفتر، ملاقات های کافی شاپ، وعده های غذایی بیرون از خانه مانند خیلی چیز های دیگر مبالغ قابل حذف مالیاتی است. شما نیز می توانید به این مبالغ حذف از مالیات، که افراد پول دار از آن ها استفاده می کنند، دست پیدا کنید.

۲۰- دونالد ترامپ، ریچارد براند سون و رابرت کیوساکی چه دارند؟

می خواهیم با این مورد بحث را تمام کنیم. برخی از بزرگترین افراد صاحب کسب و کار در سراسر دنیا نیز در دنیای بازاریابی شبکه ای هستند و با آن را توصیه می کنند و افرادی همچون دونالد ترامپ، ریچارد براند سون، رابرت کیوساکی، استفان کاوی، جیم روان و خیلی های دیگر. در واقع قرار است شما به حرف چه کسی گوش کنید؟

نقش بازاریابی شبکه‌ای در اقتصاد آینده ایران

می‌رساند و در ازای این کار نیز به بازاریاب حق معامله (کمسیون) می‌دهد.

به گفته حسن رادمرد، معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت که متولی اصلی راه‌اندازی شبکه‌های بازاریابی در دولت است، هدف از راه‌اندازی شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای این است که بازاریاب‌ها به توزیع کالاها در بازار بپردازند تا از افزایش بی‌رویه قیمت‌ها جلوگیری شود. رادمرد روز گذشته در نشست خبری هدف اصلی در حوزه تجارت بازاریابی شبکه‌ای را در آینده، علاوه بر مهار و جلوگیری از افسار گسیختگی قیمت‌ها، مدیریت مناسب توزیع کالا همراه با کاهش هزینه‌ها و عرضه بی‌واسطه کالاها بین تولیدکننده و مصرف‌کننده عنوان کرد.

به گفته رادمرد اجرای طرح بازاریابی شبکه‌ای به عنوان یکی از مدل‌های نوین شبکه توزیع در بسیاری از کشورها اجرا شده و آثار خوبی را به همراه داشته است.

او با اشاره به اینکه در حال حاضر به ۸ شرکت مجوز حضور در بازاریابی شبکه‌ای داده شده است، تصریح کرد: فرآیند توزیع کالاهای این شرکت‌ها در یک چارچوب مناسب و دور از شائبه شرکت‌های هرمی در حال رصد و پیگیری است.

به گفته معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت لوازم آرایشی و بهداشتی، مواد غذایی، لوازم خانگی، مصنوعات طلا، صنایع دستی و برخی مواد انرژی‌زای نو از جمله کالاهای ارائه شده در این طرح است. رادمرد اجرای این شیوه از نظام توزیع کالاها را در کشورهای مختلف دنیا مرسوم دانست و گفت: برای

فاز جدید صدور مجوز برای شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای

گروه بازرگانی- دولت با از سرگیری طرحی قدیمی و کمابیش فراموش شده، تلاش‌های تازه‌ای برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها آغاز کرده است؛ این بار قرار است بازاریابی شبکه‌ای راهی باشد برای کاهش هزینه‌های مصرف‌کنندگان.

طرح بازاریابی شبکه‌ای یا چندسطحی (MLM) که در سال ۱۳۸۷ بنیان‌گذاری شد، در دو سال گذشته در سکوت کامل فرورفته بود و خبری از پیشرفت آن شنیده نمی‌شد، اما حالا مسوولان با اعلام راه‌اندازی ۸ شرکت از این دست، خبر می‌دهند ۴ شرکت دیگر به زودی اجناس خود را به صورت بازاریابی شبکه‌ای در بازار عرضه می‌کنند تا به این ترتیب کم‌کم این روش نوین فروش کالا جایگزین روش‌های سنتی مبتنی بر واسطه‌گری شود.

در طرحی که وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری نیروی انتظامی و وزارت اطلاعات دنبال می‌کند، شرکت‌های سهامی خاص که مایل به عرضه کالاهای خود از طریق بازاریاب‌ها هستند در صورت تایید صلاحیت وارد شبکه بازاریابی کشور می‌شوند. فعالیت و گردش مالی آنها و بازاریاب‌ها نیز به طور مستمر از سوی مسوولان نظارت و ردیابی می‌شود. روش کار شبکه‌های بازاریابی به این صورت است که تولیدکننده

به جای وابستگی به واسطه‌های گوناگون کالای خود را از طریق بازاریاب به صورت مستقیم به دست خریدار

پیاده‌سازی این نظام در کشور نیازمند فرهنگ‌سازی لازم هستیم، به گونه‌ای که با توجه به استقبال تجار و بازرگانان در آینده نزدیک می‌توانیم شاهد جایگزینی بازاریابی شبکه‌ای به جای نظام‌های توزیع سنتی در کشور باشیم.

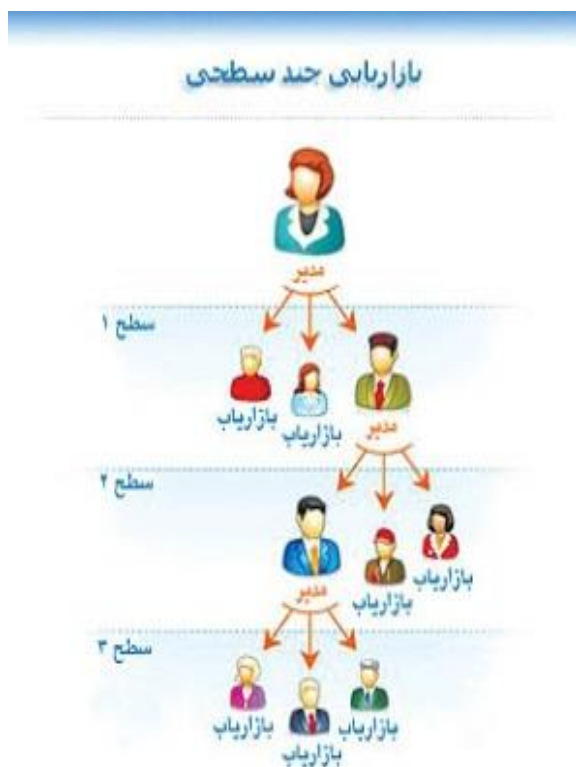
او به برخی مزایای استفاده از این مدل جدید توزیع و فروش کالا در کشور اشاره کرد و گفت: فروش بی‌واسطه کالا از تولیدکننده به مصرف‌کننده، داشتن ضمانت‌های لازم برای سلامت و صحت کالا با دریافت کد شنیم، برچسب اصالت کالا و ایران کد همچنین تخفیف ۸ درصدی کالاهای عرضه شده در این سیستم به جای روش‌های سنتی از مواردی است که انگیزه لازم را برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کند.

رادمرد با بیان اینکه اصلاح نظام توزیع بعد از هدفمندسازی یارانه‌ها با سرعت بیشتری پیش رفت و مطالعات گسترده‌تری در این زمینه انجام شد، اظهار کرد: اجرای این طرح علاوه بر مزایای ذکر شده رونق تازه‌ای را به فضای کسب‌وکار خواهد بخشید، به گونه‌ای که پیش‌بینی می‌شود با بسط و توسعه این طرح بین ۵۰ تا ۷۰ هزار شغل در بحث بازاریابی ایجاد کند.

او همچنین به عوامل بازدارنده و نظارت‌های قانونی این طرح نیز اشاره کرد و گفت: دستگاه‌های مرتبط تمام پیشگیری‌های لازم را برای جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده از این طرح لحاظ کرده و معیارها، شرایط، ضوابط و مقررات خاصی را تدوین کرده که پس از بررسی عملکرد و وضعیت شرکت‌ها به صدور مجوز اقدام می‌کنند. رادمرد، همچنین شناسایی شرکت‌های سالم در زمینه بازاریابی شبکه‌ای و نیز افزایش میزان فروش تولیدات داخلی را از اهدافی بیان کرد که در این طرح دیده شده است.

معاون توسعه بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: مردم می‌توانند برای بهره‌مندی از خدمات این طرح به سایت بازاریابی شبکه‌ای به نشانی www.networkmarketing.moc.gov.ir مراجعه و نسبت به خرید کالای مورد نظر خود اقدام کنند.

به گفته او، همچنین برای برخورد قانونی با متخلفان احتمالی و به منظور رسیدگی به شکایات شماره تلفن ۱۲۴ و دبیرخانه این کارگروه در ۳۱ استان کشور پاسخگوی متقاضیان خواهند بود.



شرکت‌های بزرگ می‌آیند؟

امیدواری مسوولان به تأثیرگذاری شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای در حالی است که تاکنون شرکت‌های نامدار به این طرح نپیوسته‌اند.

آن طور که رادمرد اعلام می‌کند شرکت‌های تلاشگران سرمایه وزین، پنه‌ریز، نیوشا، ابرتجارت، میراث نقش دست‌ها، بادران گستر، بازاریابان ایران زمین و آویژه سکالر ۸ شرکتی هستند که تا کنون بازاریابی شبکه‌ای را تجربه کرده‌اند. البته معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با وجود تاکید بسیار بر نظارت بر شبکه‌های بازاریابی و همچنین تأثیرگذاری این شبکه‌ها، از ارزش گردش مالی که تاکنون از سوی این شرکت‌ها در بازار جابه‌جا شده است، اظهار بی‌اطلاعی کرد و گفت: در آینده گزارش عملکرد این شرکت‌ها ارائه خواهد شد.

در جهان

به گزارش یک سایت تخصصی ام ال ام (MLM) کوتاه شده بازاریابی چند سطحی است که بعضی مواقع بازاریابی شبکه‌ای نیز نامیده می‌شود. همانطوری که از نام آن پیداست چند لایه متعدد از افراد، بازاریابی یک محصول را برای رساندن آن به مصرف‌کننده بر عهده دارند. یک نماینده فروش (همچنین، توزیع کننده، عضو، وابسته، شریک نیز نامیده می‌شود) علاوه بر جذب مشتریان، آموزش نیروهای تازه وارد را در جهت جذب مشتریان به عهده دارد.

یک شرکت MLM ابتدا با ثبت نام فردی که قادر به جذب مشتریان و نمایندگان فروش باشد کار را آغاز می‌کند، اما هر یک از نمایندگان حق این انتخاب را دارند تا خود را به یک مدیر تبدیل کنند، شخصی که خود توانایی جذب نماینده فروش را دارا باشد. یک شرکت MLM کمیسیون پرداخت می‌کند و نه حقوق ثابت، بنابراین در این روش شرکت محدودیتی برای جذب مدیر و نماینده فروش ندارد. این حالت به دلیل گسترش سریع شمار نمایندگان فروش آموزش دیده برای شرکت بسیار سودمند است. این مورد همچنین

برای نمایندگان فروش سودمند است؛ به این دلیل که در آمدشان محدود به میزان فروش خودشان نیست بلکه آنها همچنین از حجم فروش سایر نمایندگان درصد فروش دریافت کنند.

نخستین بار، یک شرکت دوچرخه سازی در روسیه از این ایده استفاده کرد و برنامه‌ای ترتیب داد که مشتریان با پرداخت ۱۰ روبل به جای ۵۰ روبل صاحب دوچرخه شوند به شرط آنکه چهار مشتری دیگر نیز معرفی کنند. ولی فروش کمپانی به سرعت به اشباع رسید. در روسیه به آن شرکت بهمنی و در فرانسه به آن گلوله برفی لقب دادند و صددرصد تقلب و کلاهبرداری تلقی شد. از آن پس، سیاستمداران، اقتصاددانان و جامعه شناسان زیادی به دنبال پیدا کردن راهی بودند که از این ایده به نفع همه استفاده کنند.

نخستین کمپانی که به طور رسمی فعالیت بازاریابی چند سطحی را در سال ۱۹۳۰ آغاز کرد، کمپانی ویتامین کالیفرنیا بود که نام خود را در سال ۱۹۳۹ به نوترالایت تغییر داد و امروزه محصولات خود را از طریق کمپانی ایم وی به فروش می‌رساند.

در نشست خبری روز گذشته یکی از اعضای دبیرخانه شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای که از معرفی خود به خبرنگاران خودداری کرد، در مورد تأثیرگذاری این شرکت‌ها با تجربه‌های جهانی اشاره کرد و گفت: این دست شرکت‌ها سالانه ۱۳۰ میلیارد دلار در جهان گردش مالی دارند.

به گفته او طرح شرکت‌های بازاریابی چند سطحی در ایران نیز با بررسی عملکرد ۱۰ کشور پیشرو در این زمینه تدوین و اجرایی شده است.

در حال حاضر نیز به ترتیب کشورهای آمریکای شمالی، چین، کشورهای اروپایی از جمله آلمان و ایتالیا و ژاپن در زمینه بازاریابی شبکه‌ای سردمدار بوده‌اند.

این مقام مسوول تاکید کرد: شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای به خاطر پایبند بودن این شرکت‌ها به قانون‌ها و اصول تجاری از جمله فروش حقیقی کالا و وابسته نبودن در آمد بازاریاب‌ها به اعضای زیرشاخه، در عمل با شرکت‌های هرمی تفاوت ماهیتی دارد.

رادمرد، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت می‌گوید: حدود ۷۰ شرکت دیگر نیز متقاضی پیوستن به این طرح هستند؛ اما مسوولان با رعایت دقت‌های لازم در تایید صلاحیت متقاضیان با احتیاط عمل و «لاک‌پشتی» حرکت می‌کنند.

در ایران

در ایران نیز در تاریخ ۲۹ آبان سال ۱۳۸۷ سید رضا حسینی این بازاریابی شبکه‌ای مجاز را به طور رسمی و به عنوان اختراع در اداره ثبت اختراعات به ثبت رسمی رساند. در تاریخ ۸ دی‌ماه ۱۳۸۸ (۲۸ دسامبر ۲۰۰۸) روزنامه ایران بازاریابی شبکه‌ای را قانونی اعلام کرد و از آن پس وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران قوانین و مقررات فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای و مرز بین فعالیت شبکه‌ای (نتورک مارکتینگ) را با فعالیت هرمی مشخص کرد. در شهریور ماه سال ۱۳۹۰ بعد از ۲ سال تلاش و بررسی‌های طولانی ۶ شرکت برای نخستین بار در تاریخ ایران موفق به کسب مجوز بازاریابی شبکه‌ای از وزارت بازرگانی شدند.

بازاریابی شبکه ای gold quest نیست

«بازاریابی شبکه‌ای» در حقیقت مدلی برای بیزنس یا کسب و کار است برای فروش مستقیم کالا یا خدماتی با ایجاد نوعی درآمد برای افرادی که وارد این شبکه توزیع شده اند که به آن Residual Income - یا در آمد رسوبی - گفته می‌شود و با توجه به دایره نفوذ افراد و تکیه بر یک تساعدهندسی گسترش و توسعه می‌یابد. تاکید ما برای ایجاد آگاهی در میان مردم این قسمت قضیه است که: «برای هر نوع کالای مصرفی یا خدمات، می‌توان از مدل بیزنس «بازاریابی شبکه‌ای» یا MLM استفاده کرد.» - اینترنت و دیگر استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی به عنوان ابزار یا خدماتی قوی می‌توانند به کمک «بازاریابی شبکه‌ای» آمده، گسترش و نفوذ آن را سرعت دهند.

تاریخچه بازاریابی شبکه‌ای . ۲

حقیقت این است که هیچکس به درستی نمی‌داند که بازاریابی شبکه‌ای از کجا و چگونه آغاز شده است. داستانها و روایت‌های مختلفی در این زمینه نگارش شده است و صحت و سقم آن به درستی مشخص نیست چرا که این مدل کسب و کار یا Business Model به مرور زمان و به تدریج، طی گذشت سالها پیش از جنگ جهانی دوم تکامل یافته است. اصولاً مقوله بازاریابی علمی و حتی آکادمیک (به عنوان یک رشته تحصیلی) از اواسط قرن بیستم شکل گرفته است و به همین ترتیب است سایر اشکال بازاریابی. اما اکثر کارشناسان، فعالان و ناظران در این زمینه اتفاق نظر دارند کمپانی Nutrilite که در حال حاضر به عنوان بخش یا زیر

این حقیقتاً جالب است که اکثر افرادی که در ایران در زمینه بازاریابی شبکه‌ای کار می‌کنند، فکر می‌کنند که بازاریابی شبکه‌ای یعنی گلدکوئست و گلدکوئست یعنی بازاریابی شبکه‌ای، علت این موضوع، سابقه دیرینه دارد در فرهنگ شنیداری - و اکثراً بدون مطالعه و تحقیق - ما ایرانی‌ها، حتماً شما هم این را شنیده‌اید که در زمانهایی نه چندان دور، اکثر کالاهایی که توسط تجار برای اولین بار به کشور وارد می‌شدند و مورد استفاده عموم قرار می‌گرفتند، به نوعی نام تجاری خود را تا آن حد بین مردم جا می‌انداختند (هویتمند می‌کردند) که گویی تنها نوع کالای تولید شده از آن نوع، فقط همان «مارک یا علامت» تجاری بوده است و بس. یک زمانی اگر مردم می‌خواستند بگویند آبگرم‌کن یا بخاری جدیدی خریده‌اند، می‌گفتند یک «دئوترم» جدید گرفته‌اند، برای «دستمال کاغذی» می‌گفتند «کلینکس»، مایع نرم‌کننده لباس را می‌گفتند و برخی هنوز هم می‌گویند «سوسافت»، یا وقتی می‌خواهند به مته و درل (دستگاهی برای سوراخ کردن در، دیوار یا سقف) اشاره کنند، می‌گویند «بلک‌انددر» حال آنکه، اینها نام‌های تجاری هستند و این در حالی است که دهها مارک تجاری دیگر نیز دارند همان نوع کالا را عرضه می‌کنند. به همین ترتیب است بازاریابی شبکه‌ای که تاریخچه بوجود آمدن، تکامل تدریجی و توسعه آن باز می‌گردد به سالها پیش از بوجود آمدن شرکت‌هایی مثل گلدکوئست و امثالهم.

مجموعه‌ای از Amway شناخته می‌شود اولین شرکتی بوده است که «بازاریابی شبکه‌ای» یا MLM را به صورت واقعی به کار برده است. از دید ناظران، این شرکت علاوه بر اینکه بنیان‌گذار بازاریابی شبکه‌ای است، در حقیقت، بنیان‌گذار صنایع مکمل‌های غذایی و ویتامینهای خوراکی نیز بوده است که فعالیت‌شان در این زمینه باز می‌گردد به سالهای ۱۹۲۰. عده‌ای بازاریابی شبکه‌ای را محصول قرن بیستم می‌دانند با یک تاریخچه‌ی یکصد ساله، عده‌ای آن را مقوله‌ای هفتاد هشتاد ساله می‌دانند با توجه به فعالیت‌های کمپانی Nutrilite در زمینه صنایع غذایی و برخی دیگر از فعالان و کارشناسان، با توجه به فراگیر شدن آن، تاریخچه‌ی بازاریابی شبکه‌ای را حدود چهل پنجاه سال می‌دانند، تقریباً از زمانی که قوانینی برای کنترل آن (در آمریکا) وضع گردید. اما آنچه که در مورد تاریخچه بازاریابی شبکه‌ای جالب و غیر قابل انکار است، ارتباطی است که MLM با صنایع غذایی داشته است و بدون شک پیشرفت و توسعه صنایع غذایی آمریکا، موفقیت چشمگیر خود را مدیون شرکتهایی است که از بازاریابی شبکه‌ای استفاده کرده‌اند.

آغاز

آنچه که در تاریخ ثبت شده است اشاره ای به چگونگی بوجود آمدن این ایده ندارد. در سال ۱۹۴۹ دو جوان به نام‌های ریچ دووس Rich DeVos و جی وان‌اندل Jay VanAndel توزیع کننده محصولات کمپانی Nutrilite بودند، این دو جوان توانسته بودند ظرف مدت یک دهه سازمان بزرگ و موفق را در سرتاسر آمریکا ایجاد کنند و به این ترتیب فروش فوق العاده‌ای را برای کمپانی و درآمدی برای فروشندگانشان مستقیم کالاهای بوجود آورند. اما از اواخر سالهای ۱۹۵۰ مشکلی

بوجود آمد و آفتی به جان شرکتهای MLM انداخت و همین مشکل باعث شد که سازمان یا شبکه آنها را در هم بکوبد. در واقع، بازاری تولید کننده‌ی کمپانی Nutrilite از بازاری بازاریابی کاملاً جدا بود و در چنین شرایطی (و نه فقط در MLM که در همه‌ی بیزنسها) به سادگی می‌توان مشاهده کرد که بازاری بازاریابی پول بیشتری درمی‌آورد و البته این چیز عجیبی نیست و کاملاً طبیعی است که در زندگی یا در هر صنعتی، افرادی که تولید کننده‌ها را به بازارهایشان متصل می‌سازند بیشترین سهم را از فروش (قیمت فروش) به دست می‌آورند. معمولاً در چنین شرایطی است که بین تولیدکنندگان و بازاریاب‌ها یک حالت بلاتکلیفی و سرگردانی یا اصطلاحاً Standoff بوجود می‌آید. به همین دلیل است که این دو جوان شدیداً تحت نظر قرار می‌گیرند و مدام برایشان اختاریه می‌رود و ایجاد مزاحمت می‌شود. سازمان شان به سرعت کوچک و کوچک تر می‌شود و عدم وجود محصول برای توزیع و نیز عدم درآمد مکفی حاصل از فروش باعث این تحلیل سریع شبکه توزیع‌شان می‌شود. همین امر باعث می‌شود که دو طرف به هیچ روی نتوانند با هم به توافق برسند و به همین دلیل است که این دو جوان تصمیم می‌گیرند محصول خودشان را داشته باشند تا مجبور نباشند چیزی را بازاریابی کنند که دیگر وجود ندارد. آنچه پس از این بوجود می‌آید به نوعی مثل یک افسانه می‌ماند. در ۱۹۵۹ این دو جوان، شرکت خودشان را تاسیس می‌کنند.

در سال ۱۹۵۹ کمپانی Amway فعالیت خودش را آغاز می‌کند و ظرف ده سال که از فعالیت آن می‌گذرد، می‌تواند کمپانی Nutrilite را بخرد. موسسین این شرکت بدون اینکه بخواهند خودشان را به گذشته سرگرم کنند، چشم به آینده دوختند و شرکتی را

ساختند که حتی در حال حاضر (زمان نگارش این مطلب ۱۹۹۹) نیز بزرگترین شرکت MLM در دنیاست. البته موفقیت و نوع موفقیت آنها چنان چشمگیر بود که بار دیگر توجه و نگاه‌ها را به خود جلب کرد و همین موضوع باعث شد تا یک عالم شرکت MLM جدید نیز به آنها بپیوندند. امریکایی‌ها معتقدند که همیشه و در هر جایی یک «نیمه تاریکی» هم وجود دارد. شرکتهای بسیاری با اجناس تقلبی و زیر پا گذاشتن مسائل اخلاقی و قوانین محلی یا ایالتی مثل قارچ روئیدند و طرحها و سیستمهای تقلبی و غیر قانونی‌شان موجب شد تا مشکلات جدیدی برای شرکتهایی که به صورت قانونی

MLM را به کار می‌بردند بوجود آید. شرکتهای قانونمند و متعهد MLM اولین شخصیتهای حقوقی بودند که خودشان بر علیه شرکتهای متقلب از دولت امریکا خواستند تا با وضع قوانین مشخصی به میدان بیاید و فعالیتها را تحت نظر بگیرد. MLM طی سالهای بعد از این و تا امروز بسیار توسعه یافته و کامل تر شده است. شرکتهای بسیاری نه فقط در امریکا که در اقصی نقاط جهان با استفاده از این مدل کسب و کار توانسته‌اند کالا و خدماتشان را بازاریابی کنند و شبکه‌های فعال، با انگیزه و گسترده‌ای از فروشندگهای مستقیم را بوجود آورند.

می‌دانید بازاریابی شبکه‌ای با شرکت‌های هرمی چه تفاوتی دارد؟

جامعه < آسیب‌ها - فعالیت شرکت‌های هرمی در کشور ما ممنوع است اما طی دو سال گذشته تا به امروز آیین‌نامه بازاریابی شبکه‌ای تدوین شده که البته انتقادهایی بر کلیات و نحوه اجرای آن به وجود آمده است.

مهمترین ایراد این آیین‌نامه این است که به درستی تفاوت بازاریابی شبکه‌ای را با عضویت در شرکت‌های هرمی مشخص نمی‌کند. پدرا م پڑمان کارشناس بازاریابی شبکه‌ای است او ایرادهایی را بر عملکرد و آیین‌نامه کمیته بازاریابی شبکه‌ای وزارت صنعت و معدن وارد می‌داند و درباره هر کدام توضیح می‌دهد.

تفاوت عملکرد شرکت‌های هرمی و بازاریابی شبکه‌ای چیست؟

«شرکت‌های هرمی» و «شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای» دو واژه‌ای هستند که به دلیل مشخص نبودن تعریف آنها، برخی‌ها بین آنها فرقی قائل نمی‌شوند. «ممنوع بودن دریافت هرگونه وجهی یا معادل آن تحت عنوان حق عضویت، سپرده‌گذاری و یا قبول نمایندگی جهت هرگونه فعالیت اقتصادی سودآور دیگر از طرف شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای و ممنوع بودن صرف گسترش شبکه انسانی و جذب توزیع‌کنندگان کالا و پول‌گردانی و ارایه محصولات موهومی، خرید و فروش جایگاه در نمودار درختی و یا محصولاتی که تولید آنها در آینده محتمل باشد» دو تفاوت عمده

شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای با شرکت‌های هرمی است.

برخی از شرکت‌ها در قالب بازاریابی شبکه‌ای اقدام به فروش کالاهای تولیدی یا وارداتی خود یا بازاریابی برای دیگران می‌کنند.

بازاریابی شبکه‌ای تجارتي پذیرفته شده در دنیا است که می‌تواند با توجه به برخی از توانمندی‌های موجود در ایران نیز به کار گرفته شود. در شرکت‌های هرمی هدف سود جویی است و اعضای آن با سوء استفاده از مردم کالا را به قیمتی غیر واقعی به دست مشتریان می‌رسانند اما در بازاریابی شبکه‌ای چون هدف سود نیست مشتریان کالا را به قیمت واقعی دریافت می‌کنند.

سیستم بازاریابی شبکه‌ای متفاوت با شرکت‌های غیرقانونی هرمی است اما متأسفانه در کشور هنوز آنچنان که باید این سیستم آموزش داده نشده است.

نبود تعریفی جامع از شرکت‌های هرمی و بازاریابی شبکه‌ای در قانون عمده‌ترین مشکلی است که برای فعالیت وجود دارد. در تمامی قوانین و آیین‌نامه‌های کشور، هنوز هیچ تعریف جامع و کاملی از سیستم‌های هرمی ارائه نشده است. اینکه چه شرکتی را هرمی می‌نامند و چه شرکتی را بازاریابی شبکه‌ای صحیح، چیزی است که به درستی در قوانین ما قابل تشخیص نیست.

در آیین‌نامه‌ای که برای فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای تدوین شده، طبق سنت رایج، باز هم ممنوعیت‌ها بر ساماندهی‌ها اولویت داشته و به جای قانون ساماندهی بازاریابی شبکه‌ای قانون ممنوعیت سیستم‌های هرمی رخ نمایانده است. قانونی که تنها به عضوگیری بسنده کرده و بسیاری از نقاط را مبهم نگه

داشته است. همچنین لزوم ورود به این بحث در حد قانون و فراتر از آیین‌نامه نیز امری بدیهی است.

پس مشکلاتی اساسی در این زمینه وجود دارد؟

وجود برخی نواقص در چشم‌انداز و ضعف در نگرش نگارندگان آیین‌نامه یکی از مشکلات قابل بحث است. چشم‌انداز ما تعیین‌کننده خاستگاه ما از پدیده‌هاست. آنچه که در آیین‌نامه بازاریابی شبکه‌ای دیده می‌شود نوعی رودربایستی در ارائه محتواست. هنگامی که هدف از ارائه یک شیوه تجارت ریشه کن کردن روشی غلط از تجارت اعلام می‌شود چیزی فراتر از آن عاید ما نخواهد شد. سوال از مسئولان این است که آیا بازاریابی شبکه‌ای را به عنوان شیوه‌ای از تجارت که می‌تواند عواید زیادی برای جامعه داشته باشد پذیرفته ایم یا به طور کل دیدگاه ما از این نوع تجارت صرفاً دادن امتیاز به چهار میلیون نفری است که هرمی‌کار کردن را برای خود انتخاب کرده بودند؟

در این باره بیشتر توضیح دهید؟

در دیدگاه کلان جوامعی که شیوه فروش مستقیم (در ایران با نام بازاریابی شبکه‌ای شناخته شده) در آنها پیاده‌سازی شده است، تأکید بر فعالیت مشاوران بر اساس کار پاره وقت است. در بسیاری از کشورها به هیچ عنوان افرادی که حق داشتن شغل پاره وقت را ندارند (بزرگان و افراد نظامی و امنیتی و...) نمی‌توانند در سیستم بازاریابی شبکه‌ای به عنوان مشاور فعالیت کنند. اما در آیین‌نامه کنونی هیچ برنامه و بندی برای پاره وقت محوری این تجارت وجود ندارد. می‌بایست بر این نکته واقف بود که این تجارت اگر با تمرکز بر شغل پاره وقت معرفی نشود می‌تواند اقتصاد را به بیراهه بکشانند.

لذا لازم است مسئولین مربوطه طرح هایی را مورد بررسی قرار دهند که در آنها تاکید بر جذب مشاوران به نیت کار پاره وقت است.

آیا طرح های ارائه شده در افزایش رشد صنعت و تولید تأثیری دارد؟

یکی از ایرادهای آیین نامه بازاریابی شبکه ای عدم تمرکز بر رشد صنعت است، جای تعجب بسیار است که چرا در آیین نامه کنونی هیچ برنامه ویژه ای برای رشد صنعت در دل این تجارت وجود ندارد. بهتر بود در کمیته مربوطه نمایندگان صنعت نیز حضور داشتند.

اگر نگرش ما به این نوع از شیوه توزیع نگرشی مثبت و بر پایه رفتارهای علمی است باید بدانیم که امروزه در کشور برزیل تنها ۱۵۰ هزار نفر پرسنل اداری از طریق این شیوه از تجارت وارد بازار کار شده اند. حال باید این عدد را به اضافه مشاورینی کنیم که از این راه به عنوان کار دوم و پاره وقت درآمد کسب می کنند.

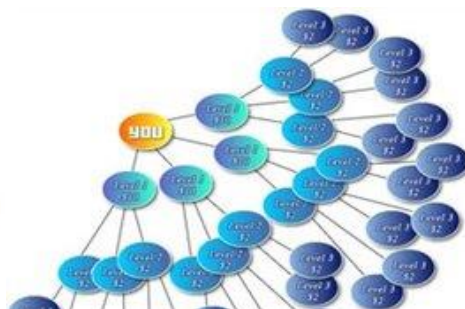
لذا به وجود آوردن شبکه ای از مشتریان به تعداد ۱۰۰،۲۰۰، ۳۰۰ هزار و حتی یک میلیون نفر آرزویی است که هر صاحب سرمایه ای که در کار صنعتی مشغول به فعالیت است حاضر است از آن استفاده کند. پس چه بهتر بود که نمایندگانی از تولیدکنندگان و صنعت نیز در این کمیته حضور داشتند.

آیا برای نظارت بر عملکرد این شرکت ها برنامه ای وجود دارد؟

متأسفانه در آیین نامه بیشتر تمرکز بر طریقه اعطای مجوز به جای تمرکز بر ابقای مجوز و ارائه شیوه های نظارتی است. کمیته کنونی بازاریابی شبکه ای هیچ برنامه ای به غیر از طریقه اعطای مجوز برای این طرح نداشته و تمامی تمرکز خود را بر این گذاشته است که چگونه مجوز بدهد. این اتفاق بسیار خطرناک است و بیم آن می رود که عده ای ابتدا بتوانند از سد اعطای مجوز عبور کرده و سپس تحت لوای مجوز طرح های هر می خود را دنبال کنند.

با این تفاسیر نظارت جدی بر عملکرد این شرکت ها علیرغم تجربه تلخ فعالیت شرکت های هر می در کشور وجود ندارد؟

چیدمان نظارتی، ساز و کار نظارتی، ابزار نظارتی، جریمه ها، شیوه های برخورد، نظارت بر رفتار مشاوران، نظارت بر رفتار مصرف کننده ها، نظارت بر برنامه های آموزشی، نظارت مالی، رسیدگی به شکایات، رتبه بندی شرکت ها و.... همه و همه برنامه هایی است که در کمیته فعلی برنامه ریزی نشده است. لذا اگر مسئولان در این فکرنند که ابتدا مجوز دهند و بعداً شرکتهای متخلف را لغو امتیاز کنند راه اشتباهی را در پیش گرفته اند.



برای پیشرفت کارتان یک مربی (حامی) انتخاب کنید

زمانی که شرکت مناسبی را برای فعالیت در بازاریابی شبکه ای یافتید، و محصولات عرضه شده و طرح درآمدزایی آنرا مطالعه کرده و مطمئن شدید که این دقیقاً همان تشکیلاتی است که خواهان پیوستن به آن هستید و باور پیدا کردید که کالایش در زندگی مردم مؤثر است، قدم بعدی شما انتخاب یک مربی یا حامی از میان بالا سربهای خود در شرکت می باشد حامیانی که بتوانند در ایجاد یک سازمان زیرمجموعه به شما آموزش دهند.

حامی شما می تواند کسی باشد که در زمینه بازاریابی شبکه ای تجربه لازم را داشته و در انتقال آموزش ها به شما کمک کند و تجربه خود را در اختیار شما قرار دهد اگر بالا سربهای شما نتوانستند شما را حمایت کنند می توانید از کسانی که این تجربه را دارند درخواست کم کنید.

انتخاب مربی (حامی)، بسیار مهم است. همه ی ما با نگاهی به زندگی گذشته ی خود به مربیانی بر می خوریم که واقعاً در زندگی ما تغییر ایجاد کرده اند. برای موفقیت واقعی به عنوان یک بازاریاب تازه کار، باید حداقل یک مربی به فهرست قبلی خود اضافه کنید. بهترین شرکتها، مربیانی دارند که واقعاً خواهان پیشرفت و تکرار موفقیتهای خود توسط شما هستند و برای کمک به شما حاضرند وقت خود را در اختیارتان بگذارند. نکته جالب در مورد این حرفه این است که این کار آنها نه تنها ایثار و فداکاری محسوب نمی شود بلکه حتی از نظر مالی به نفع آنها نیز هست. هرچه شما موفق تر باشید، آنها بیشتر سود می برند.

به زودی شما نیز با تربیت و راهنمایی افراد زیر مجموعه ی خود به روش بالا سربها عمل خواهید کرد. بازاریابان شبکه ای، فرصت راهنمایی کردن دیگران را از مزایای ارزشمند این الگوی بی همتای حرفه ای می دانند. در واقع شما در حرفه ای هستید برای خودتان، ولی نه به تنهایی

آموزش پذیر باشید

وقتی وارد این حرفه می شوید مانند آدمهای همه چیز دان عمل نکنید. شاید این کار را با موفقیت و تجربه ای که در دنیای تجارت و یا تخصصی که داشته اید، مقایسه کنید اما بازاریابی شبکه ای کاری منحصر به فرد است. از آنها که در این کار پیشرفت کرده و از دیگران پیشی گرفته اند، بیاموزید.

در بازاریابی شبکه ای شما باید مهارتهای فروش بی دردسر و چگونگی ایجاد یک سازمان فروش را فرا بگیرید: دعوت کردن، تمرین دادن، مربی بودن، و ایجاد انگیزه کردن. از کسانی که در این حرفه پیشرفت کرده اند و موفق تر از دیگرانند بیاموزید.

با توزیع کنندگان ناراضی که این حرفه را ترک کردند و قربانی ریزش در بازاریابی شبکه ای شده اند، گفتگویی صورت گرفته است. که نشان می دهد عدم آموزش، مشاوره و راهنمایی در روزهای ابتدایی کار این توزیع کنندگان، دلیل اصلی شکست آنها بوده است.



دفترچه یا سررسید برای برنامه ریزی کارتان تهیه کنید

راز رشد سریع در این تجارت برنامه ریزی ده تا پانزده ساعت کاری است که در طول هفته خودتان را به انجامش متعهد کرده اید. باید در این زمان تا جایی که ممکن است فعالیت هایی را بکنجانید که تجارت تان را پیش ببرد. زمان جلساتی را که در خانه برگزار می کنید و تماس های تلفنی اتان را مشخص کنید. اگر پانزده ساعت کارتان در هفته را به درستی برنامه ریزی کنید، بهره وری تان افزایش خواهد یافت.

چند هفته اول کارتان ارتباط نزدیکی با بالا سری تان داشته باشید و زمان تان را همراه با او برنامه ریزی کنید. روزهایی را که برنامه هایی خاص در آن ها اجرا می شود، از قبل مشخص کنید. اگر قرار است در این روزها برای همایش یا برنامه ای خاص به جایی سفر کنید، از همین حالا برای سفرتان برنامه ریزی کنید.

تکنیکهای ارتباط غیر کلامی در هنگام "پرزنت"

شاید در اطراف شما تنورگرهای زیادی وجود دارند که در هنگام پرزنت، با مهارت خاصی با دیگران ارتباط برقرار می کنند و با قدرت کلام خود خیلی زود شنونده را تحت تاثیر قرار می دهند. این رفتار یک رفتار ماهرانه اجتماعی است که باعث می شود دیگران آنها را افرادی موفق و با کفایت تلقی کنند. بخشی از این رفتارها کلامی و بخشی دیگر غیر کلامی هستند. متأسفانه اکثر پرزنتورها به ارتباط کلامی و قدرت بیان، بیشتر از ارتباط غیر کلامی اهمیت می دهند. این در حالی است که در یک تعامل دو نفره، ۳۳ درصد از معانی و مفاهیم از طریق روش های کلامی و ۶۶ درصد آن از طریق روش های غیر کلامی رد و بدل می شود. در واقع بعضی از رفتارها که کارکرد ارتباطی

دارند (مثل ژست ها، لبخند زدن، حرکات سر و...) به رفتارهای غیر کلامی معروفند.

یک پرزنتور باید یاد بگیرد چگونه با ارتباط غیر کلامی و فیزیکی خود در جهت نافذتر کردن کلام خود استفاده کند. به طور مثال اگر در هنگام پرزنت بخواهد چند نکته را برای طرف مقابل به شکل تاکیدی بیان کند، بهتر است روی هر کدام از کلمات کلیدی تن صدای خود را بالا ببرد و سپس کمی مکث کند تا مخاطب آنها را به ذهن بسپارد. در این تحلیل به طور خلاصه، به بررسی چند رفتار غیر کلامی در هنگام پرزنت پرداخته ایم که امیدواریم مورد توجه شما عزیزان قرار بگیرد.

ایستادن:

معمولاً افرادی که پایگاه اجتماعی بالاتری دارند، راحت تر می ایستند و بالعکس افراد پایین تر، رسمی تر می ایستند و سعی می کنند با دستان خود حالت احترام را حفظ کنند و به خود چندان اجازه نمی دهند به فردی که از لحاظ اجتماعی از آنها بالاتر است زیاد نزدیک شوند. در جلسات معارفه سعی کنید با نوع ایستادن، احساس خاصی را به طرف مقابل القاء کنید و یا بالعکس اگر طرف مقابل در برابر شما چنین رفتاری از خود بروز داد، به این معنی است که او موقعیت اجتماعی خود را پایین تر از شما می داند.

نشستن:

در هنگام پرزنت اگر دیدید طرف مقابل به سمت جلو خم شده است، بدانید که بحث شما برای او جالب بوده است. سعی کنید شما هم در هنگام پرزنت به سمت جلو خم شوید و از نشستن به صورت خیلی رسمی و شق و رق خود داری کنید. صاف و شق و رق نشستن می تواند نشانه اضطراب و ناراحتی باشد و در مقابل، لم دادن

نشانه بی اهمیتی و جدی نگرفتن و البته در بعضی مواقع نشانه "راحتی" است. تحقیقات نشان داده است که اگر دو نفر در یک تعامل نشسته با هم تفاهم داشته باشند، احتمالاً وضعیت مشابهی در نشستن به خود می گیرند. به این اصل در روانشناسی بازتاب آینه گون بدن می گویند.

حالات سر و صورت:

اگر حرفهای شما به عنوان یک پرزنتور برای طرف مقابل جالب باشد با تکان دادن و بالا و پایین بردن سر شما را به سخن گفتن بیشتر ترغیب می کند تا زودتر به نکاتی که می خواهد بداند دسترسی پیدا کند. حالا شخصی را در نظر بگیرید که ادعا می کند در پرزنت بسیار مسلط است و کنترل خوبی روی فرآیند معارفه دارد اما وقتی در هنگام پرزنت به چهره اش نگاه می کنید آثار سرخ شدن و عرق کردن را در صورتش به وضوح می بینید و مشاهده می کنید که چگونه از فرط خشکی دهان، مرتب آب می خورد. به راستی آیا ادعای تسلط از چنین شخصی پذیرفتنی است؟! یک پرزنتور بهتر است که از حرکات سر و صورت خود (مثل لبخند زدن) جهت تنوع بخشیدن به سخنان خود استفاده کند.

نگاه کردن:

خیلی ها معتقدند که چشم ها بیانگر کلیه حالات درونی هستند. به طور مثال اگر شما در هنگام پرزنت حرفی بزنید که به آن ایمان نداشته باشید، این موضوع از نوع نگاه کردن شما مشخص خواهد شد. کافیت یک نفر از شما بپرسد چند تومان پورسانت دریافت کرده اید؟! اگر قصد دروغ گفتن داشته باشید ناخود آگاه قبل از اینکه پاسخ بدهید به جایی خیره می شوید و سپس به دروغ

عددی را می گویند. این در حالی است که اگر با اعتماد به نفس کامل به چشمان او خیره شوید و خیلی زود پاسخ دهید نشان دهنده این است که دروغی در کار نیست.

حالات بیرونی:

در جوامع مختلف اهمیت فوق العاده ای به جذابیت افراد داده می شود. به همین دلیل است که ما ظاهر خود را دستکاری می کنیم و سعی می کنیم با نوع لباس پوشیدن و آرایش مو جذابیت فیزیکی خود را افزایش دهیم. به این مطلب First Impression یا تاثیر گذاری اولیه می گویند که در هنگام پرزنت از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. نباید فراموش کنیم که مردم به طور ناخودآگاه به رفتارهای غیر کلامی بیشتر اهمیت می دهند. کما اینکه اگر رفتارهای غیر کلامی به کمک کلام ما بیایند، تاثیر آن را چند برابر می کنند.

بازاریابی شبکه ای یک شغل طبیعی است

تنها یک کسب و کار در کره زمین وجود دارد و آن هم

کسب و کار بهتر کردن زندگی دیگران است.

بیایید برای لحظه ای تصور کنیم که فقط من و شما در یک جزیره زندگی می کنیم. فقط ما دو نفر. من یک ماهیگیر هستم و شما یک کشاورز. روزی من به شما می گویم "اگر شما امروز یک ذرت بیشتر برداشت کنی من هم ماهی بیشتری صید می کنم و امروز عصر می توانیم آنها را با هم معامله کنیم و امروز تو مجبور نخواهی بود که فقط ذرت بخوری و من هم مجبور نخواهم بود که فقط ماهی بخورم."

با این معامله ما توانستیم که زندگی یکدیگر را بهتر کنیم. این تجارت طبیعت است. کمک یک انسان به انسان دیگر.

در مدل ایده آل بازاریابی شبکه ای یک انسان از انسانی دیگر می پرسد که چه چیزی به او کمک می کند و به او کمک می کند به هر چه که می خواهد برسد.

در اکثر موقعیت ها من در تجارت بازاریابی شبکه ای ام تجربه کرده ام که کسی (مشتری احتمالی) چیزی می خواهد که به تنهایی نمی تواند به آن برسد. چگونه این موضوع را فهمیده ام؟ چون اگر می توانستند تا الان آن را داشتند! پس آنها به کمک احتیاج دارند و حالا بود که من وارد ماجرا می شدم.

به طور معمول این کمک تنها نیاز به کسب و کار خوب نیست. بلکه آنها احتیاج به افزایش مهارتشان داشته اند و همین امر باعث شد که من هم چگونه آموزش دادن این مهارت ها را بیاموزم. من زندگی آنها را بهتر

بازاریابی شبکه ای یک کسب و کار طبیعی است

مطابق نقدهای زیادی که به اینجانب در رابطه با دیدن نیمه خالی لیوان می شد این بار با ارائه ترجمه متنی از Tim Sales در کتاب "وقشه...!" اثر جان میلتن فاک قصد دارم به دیدن نیمه پر لیوان پرداخته و از این پس در سلسله مقالاتی ویژگی های مفید بازاریابی شبکه ای را بیان کنم....

به امید مفید بودن..... احسان دانش

در مدل ایده آل بازاریابی شبکه ای یک انسان از انسانی دیگر می پرسد که چه چیزی به او کمک می کند و به او کمک می کند به هر چه که می خواهد برسد. این یک تجارت طبیعی است. یک انسان به انسان دیگر کمک می کند.

بازاریابی شبکه ای یک کسب و کار طبیعی است.

لغت "طبیعی" یعنی: ساده و مفید و نزدیک به طبیعت

دلیل اینکه من انتخاب کردم تا تمرکز زندگی ام را روی بازاریابی شبکه ای بگذارم این بود که من احساس کردم که این کسب و کار واقعاً یک کسب و کار طبیعی است. یک انسان وقتی که به انسانی دیگر کمک می کند در واقع عمل طبیعت را انجام می دهد. یک گیاه در کره زمین رشد نمی کند مگر اینکه به رشد موجودی دیگر کمک کند.

خوب باشید. فقط در آنها خوب شوید و با خوب شدن در آنها به طور طبیعی رشد می کنید و همانطور که رشد می کنید، پاداش ها هم قابل توجه خواهد بود. قول می دهم.

کردم و آنها زندگی مرا. زیرا که حالا من مهارت جدیدی را آموخته ام.

و من با کمک به هر نفر جهت ارتقای مهارت ثروتمندتر شدم. این امر به من اجازه داد تا با طرح های خیرخواهانه زیادی همکاری کنم. مانند کمک به تیمی برای حضور در سریلانکا برای سونامی، یا کمک به سازمانی که با طرح خود توانست ۴ میلیون کودک را از اعتیاد رها کند. متوجه این چرخه می شوید؟ مردم کمک می کنند تا زندگی مردم دیگر بهتر شود.

همان طور که گفتم این طرح بازاریابی شبکه ای ایده آل است و همیشه مانند این اتفاق نمی افتد.

«اکثر بازاریابان شبکه ای (و همه بازاریاب ها) در دام سودها و پورسانت ها گرفتار می شوند و فراموش می کنند که پایه این صنعت کمک به دیگران است»

من هم به همین علت زندگی ام را وقف کمک به این صنعت کرده ام.

اگر شما این حرفه را انتخاب نموده اید و یا هنوز در حال امکان سنجی حضور در آن هستید نوع آدمی که می خواهید باشید را انتخاب کنید. من پیشنهاد می کنم آدمی را انتخاب کنید که می خواهد به دیگران کمک کند.

همچنین فردی باشید که باور دارد که چیزهایی وجود دارد که نمی داند و می خواهد تا مطالعه کند و مهارتهایش را به کمال برساند.

من متوجه شده ام که چیزی به عنوان راهبر مادرزاد، فروشنده مادرزاد و یا سخنران مادرزاد وجود ندارد. تمامی این حرفه ها (همچنین بازاریابی شبکه ای) شامل استفاده از مهارتهایی می شود که باید در آنها

مهارتها و تجارب ویژه برای احراز شغل:

گرفتم. با چاپ اولین اثرم و ارائه آن به بازار، توانستم خودم را دوست داشته باشم. برای خودم ارزش قائل شوم و برای خودم برنامه ریزی منظمی تدارک ببینم.

ایمان و باور

ایمان و باور باید از لقب باشد

معلم گفت:

— بچه ها، آرزو دارید در آینده چه کاره بشید؟

احمد: — می خوام معلم بشم.

تشویق بچه ها!

مرتضی: — می خوام دکتر بشم.

تشویق بچه ها!

امیر: — می خوام خلبان بشم.

تشویق بچه ها!

من گفتم: — می خوام نویسنده بزرگی بشم!

با این حرف من همه خندیدند. خیلی حالم گرفته شد. اون روز بدترین روز من بود. چند روز بعد یه داستان چهار صفحه ای نوشتم و کپی اونو بین بچه ها پخش کردم. و همینطور معلم. همه مشغول خوندن داستان شدند. کلاس در سکوتی سنگین فرو رفت. خندم گرفت و با همون حال گفتم:

— می خوام نویسنده بزرگی بشم. همین!

یک یهو دیدم بچه ها از جا بلند شدن و برای مدتی طولانی منو تشویق کردن. اون روز بهترین روز زندگی ام بود.

خب دیدید... من آن زمان به این باور رسیده بودم که می توانم نویسنده بزرگی شوم. نمی گویم که الان نویسنده بزرگی هستم نه... ولی در این مسیر قرار

نورمن وینسنت پیل می گوید:

" هر فردی خود را ارزیابی می کند. و این برآورد مشخص می سازد که او چه خواهد شد... شما نمی توانید بیش از آن چیزی بشوید که باور دارید " هستید ". خواهید توانست بیش از آنچه باور داریم " می توانید، انجام دهید ".

سورن هولیچ می گوید:

" شما به آنچه باور دارید عمل کنید واژه باور (believe) را می توان به این صورت نوشت ... (be-live) ". یعنی این که انسان ها بر اساس آنچه باور دارند، زندگی می کنند. "

داشتن صبر و پینش بلند مدت

صبر به معنای تحمل و بردباری تحت شرایط سخت و دشوار است که می تواند به مفهوم تحمل در رویارویی با فشارها خصوصا مشکلات طولانی مدت باشد. صبر سطح تحمل یک فرد قبل از عکس العمل منفی نسبت به یک قضیه را نشان می دهد.



صداقت

نقش صداقت در رسیدن به موفقیت شغلی و تجاری

اگر صادق باشید، دیگران نسبت به شما این برداشت را پیدا می کنند که همیشه با مشتری ها و مراجعین صادق هستید. اگر هم آنها در مورد شما یک چنین برداشتی ندارند، باید کاری کنید تا این عقیده در ذهن آنها ایجاد شود. به هر حال رعایت صداقت در عرصه ی کار و تجارت همیشه حاکی از این امر است که به موفقیت بیشتری دست پیدا خواهید کرد.



مدیریت

مدیریت چیست

مدیریت جهت دهی به تلاش ها و کوشش های عده ای از افراد و گروه ها است که دارای اعتقادات و ارزش های ویژه بوده و برای رسیدن به هدف مشترک با یک دیگر همکاری و روابط متقابل دارند.

مدیریت ارتباط

تمرکز ما برای رسیدن به قرار ملاقات بعدی یا وظیفه ای که در لیست کارهایمان است، ما از ارتباط واقعی با دیگری بازمی دارد. روابطی که در حال حاضر با افراد (هیمی ها، خریداران، یاروسا) داریم، به ما این امکان را می دهد تا در سطحی عمیق تر به انگیزه های این افراد بپیوندیم. قابلیت ما برای ایجاد ارتباط و تاثیر بردیگران از رهبری مانشی می شود.

Network Marketing

شرکت های بازاریابی شبکه ای دارای مجوز

شبکه بادران گستران

شرکت شلاش کاران سرمایه وزین. تگسو

خرید اینترنتی مروارید پنبه ریز

ابر تجارت کهکشان

پارس نیوشانیک

بازاریابی ایرانیان زمین

میراث نفیس دست ها

آویژه سگال

کارآفرینان پیشرو بورس

نیک پوشان رادین

سیمرغ عصر تجارت

شرکت های هرمی با ورودشان در بین مردم و با آغاز فعالیت های غیر قانونی فضایی را ترسیم کردند که هر زمان نام شبکه های بازاریابی شنیده می شود، ناخودآگاه واژه کلاهبرداری در ذهن حک می شود اما این روند در حال اصلاح شدن است به گونه ای که معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت برای اصلاح بازار و این که بازاریابی شبکه ای مانند سایر کشورها در ایران اجرایی شود تا

مردم خدمات مطلوب تری دریافت کنند، گفت: به شبکه های هرمی اجازه نفس کشیدن نخواهیم داد چرا که این شرکت ها فضای بازار را مسموم می کنند لذا هر شرکتی که به صورت درخت وارده و بدون مجوز فعالیت کند و در حقیقت در قالب شرکت های هرمی باشد، بسته خواهد شد. در این راستا مراجع نظارتی تمام توان خود را گذاشته اند.

وی گفت: هم اکنون تنها ۸ شرکت برای بازاریابی شبکه ای مجوز فعالیت گرفتند که تمام این مجموعه ها در رده کارخانه های تولیدی و البته کارخانه هایی که صاحب نام هستند.

حسن رادمرد به مردم توصیه کرد فریب شرکت های هرمی را نخورند و تنها از شبکه های بازاریابی خرید داشته باشند که مجوز رسمی از مرکز اصناف و بازرگانان را داشته یا این که مورد تایید وزارت اطلاعات و دادگستری باشند.

همچنین دریافت حق عضویت توسط شرکت های بازاریابی خلاف قانون و تخلف محسوب می شود.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان این که دامنه عضوگیری توسط شرکت های بازاریابی نباید طولانی باشد، اذعان داشت: گستردگی به صورت درخت وارده به منزله شبکه های هرمی است، همچنین از بازاریاب اصلی تا بازاریاب های فرعی نباید تعدد زیادی وجود داشته باشد.

رادمرد خاطرنشان کرد: یکی از اهداف دولت، توسعه شبکه های بازاریابی واقعی است تا این مجموعه ها بتوانند دست واسطه ها و دلالان را از بازار کوتاه کنند.

معاون توسعه بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت متذکر شد: یکی از عوامل اصلی که سبب شده بازار کشورمان تحت تأثیر قرار گیرد و بازار شایعات داغ بماند، حضور دلالان است. اگر دلالان حذف شوند به طور قطع قیمت ها کنترل خواهد شد و می توان این نوید را داد که قیمت کالاها در بازار روند کاهشی به خود بگیرد.

وی تصریح کرد: دلالان زمانی که می خواهند کالایی در بازار فروخته شود مرتب از کمبود آن کالادر میان مردم حرف می زنند، شبکه های بازاریابی با توزیع مناسب کالا و حذف واسطه ها می توانند بازار را کنترل و مدیریت کنند. وی خاطرنشان کرد: فرایند توزیع کالای شرکت های بازاریابی شبکه ای دارای مجوز در یک چارچوب مناسب و دور از شائبه شرکت های هرمی در راستای کاهش هزینه های مازاد عرضه کالا و کاهش قیمت ها، در حال رصد و پیگیری است.

رادمرد گفت: هدف اصلی در حوزه تجارت بازاریابی شبکه ای در آینده، علاوه بر مهار و جلوگیری از افسار گسیختگی قیمت ها، مدیریت مناسب توزیع کالا همراه با کاهش هزینه ها و عرضه بی واسطه کالاها بین تولیدکننده و مصرف کننده است. وی با بیان این که به تازگی هشت شرکت

برای حضور در بازاریابی شبکه ای موفق به اخذ مجوز شده اند، اظهار داشت: برآوردها نشان می دهد گردش مالی سالانه شرکت هایی که در زمینه بازاریابی شبکه ای در دنیا فعالیت دارند، ۱۳۰ میلیارد دلار و بیشترین حجم فروش نیز مربوط به امریکای شمالی است. به گفته رادمرد، حدود ۷۰ شرکت دیگر نیز متقاضی پیوستن به این طرح بوده اند اما مسئولان با رعایت دقت های لازم در تأیید صلاحیت متقاضیان با احتیاط عمل و «لاک پشتی» حرکت می کنند. معاون توسعه بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به این که اجرای طرح بازاریابی شبکه ای به عنوان یکی از مدل های نوین شبکه توزیع در بسیاری از کشورها به اجرا درآمده و آثار خوبی را به همراه داشته است، لوازم آرایشی و بهداشتی، مواد غذایی، لوازم خانگی، مصنوعات طلا، صنایع دستی و برخی مواد انرژی را از جمله کالاهای ارائه شده در طرح فوق اعلام کرد. رادمرد به برخی مزایای استفاده از این مدل جدید توزیع و فروش کالادر کشور اشاره کرد و گفت: فروش بی واسطه کالا از تولیدکننده به مصرف کننده، داشتن ضمانت های لازم برای سلامت و صحت کالا با دریافت کد شبنم، برچسب اصالت کالا و ایران کد، همچنین تخفیف هشت درصدی کالاهای عرضه شده در این سیستم به جای روش های سنتی از مواردی است که انگیزه لازم را برای مصرف کننده ایجاد می کند. وی با بیان این که اصلاح نظام توزیع پس از هدفمندسازی یارانه ها با سرعت بیشتری پیش رفت

و مطالعات گسترده تری در این زمینه انجام شد، اظهار کرد: اجرای این طرح علاوه بر مزایای ذکر شده رونق تازه ای را به فضای کسب و کار خواهد بخشید، به گونه ای که پیش بینی می شود بسط و توسعه این طرح بین ۵۰ تا ۷۰ هزار شغل در بحث بازاریابی ایجاد کند. معاون وزیر صنعت خاطرنشان کرد: شرکت های بازاریابی شبکه ای به دلیل پایبند بودن این شرکت ها به قانون ها و اصول تجاری از جمله فروش حقیقی کالا و وابسته نبودن در آمد بازاریاب ها به اعضای زیرشاخه، در عمل با شرکت های هرمی تفاوت ماهیتی دارند. یادآور می شود در حال حاضر به ترتیب کشورهای امریکای شمالی، چین و کشورهای اروپایی از جمله آلمان، ایتالیا و ژاپن در زمینه بازاریابی شبکه ای سرمدار هستند.

رضا صدری کارشناس اقتصادی نیز درباره فعالیت شرکت های هرمی گفت: تصور عوام این است که ورود به عرصه بازاریابی شبکه ای کوتاه ترین و آسان ترین راه برای ثروتمند شدن است و شرکت های غیرقانونی نیز با سوءاستفاده از این دیدگاه و ایجاد سیستم های انگیزشی برای به دست آوردن ثروت کلان و تعریف اهداف واهی، فعالیت های خود را بهترین و سریع ترین راه ممکن برای ثروتمند شدن معرفی می کردند. وی تصریح کرد: نکته حائز اهمیت این است که در سیستم های بازاریابی شبکه ای قانونی، اعضا نه تنها به هیچ عنوان ملزم به سرمایه گذاری و خرید اجباری نیستند بلکه با کسب آموزش های علمی و مهارت

های لازم با استفاده از مهم ترین سرمایه خود، یعنی تلاش، پشتکار و تعهد اولیه، برنامه ریزی کرده و با استفاده از همه ابزارهایی که شرکت برای معرفی محصولات و ترویج مصرف آنها در میان اطرافیان و جامعه در اختیارشان قرار می دهد، می توانند به اهداف واقعی خود دست یابند.

وی ادامه داد: اکثر مردم با مباحث و فعالیت های مربوط به تجارت و بازاریابی الکترونیک اعم از بازاریابی اینترنتی، هرمی و شبکه ای آشنایی دارند و به نحوی در یکی از این نوع شرکت ها (اکثراً شرکت های غیر قانونی هرمی) فعالیت کرده اند که غالباً حاصل کارمنفی بوده است لذا در شرایطی که قرار است این موضوع، قانونمدار مورد پیگیری قرار گیرد باید شفاف عمل کرد و به فعالیت شرکت ها نظارت گسترده ای داشت تا تخلفی صورت نگیرد. محمد یاور حسینی کارشناس اقتصادی نیز اذعان داشت: کاهش قیمت کالاتوسط شرکت های بازاریابی که قرار است محصولات خود را به طور مستقیم در بین مردم عرضه کنند یکی از نکات مثبتی است که می توان در این زنجیره یافت از سویی این امر اشتغالزایی بالایی را ایجاد خواهد کرد که همواره یکی از دغدغه های مسولان بوده است. البته این صحبت به معنای ایجاد شغل های کاذب نیست اما با تعریف مشاغل جدید می توان بخشی از کمبود شغل را در کشور حل کرد. وی خاطرنشان کرد: نظارت بر فعالیت شرکت های بازاریابی یکی دیگر از موضوعاتی است که دولت باید آن را جدی بگیرد. زمانی که

شرکت های هرمی دام خود را برای مردم پهن کردند در این زمینه اطلاع رسانی صورت نگرفت و پس از آن که تعداد قابل توجهی از مردم مالباخته شدند این امر در رسانه ها مورد توجه قرار گرفت لذا در شیوه قانونی نظارت بر قیمت ها و قاچاق نبودن کالاها حائز اهمیت است.

هشت شرکت بازاریابی شبکه ای در حالی برای نخستین بار از وزارت صنعت، معدن و تجارت مجوز فعالیت دریافت کرده اند که به نظر می رسد با شکستن طلسم فعالیت های تجاری از این قبیل، فصلی نو در فضای کسب و کار بنگاه های ایرانی آغاز شود.

بنابراین لازم است تفاوت میان بازاریابی شبکه ای قانونی و مدل های غیر قانونی این تجارت را بدانیم. چرا که حتی میان کارشناسان حقوقی هم درباره این موضوع و مصادیق آن اختلاف نظر وجود دارد. بنابراین قوانین مربوط به بازاریابی

شبکه ای به صورت گسترده تفسیر می شود. نگاهی عمیق به نحوه فعالیت شرکت های بازاریابی شبکه ای تفاوت اصلی میان شرکت های قانونی را مشخص می کند، زیرا تفاوت اصلی در نوع برنامه سوددهی آنهاست.

یک کارشناس بازاریابی معتقد است که در تفاوت میان شرکت های هرمی غیر قانونی و شرکت های بازاریابی شبکه ای قانونی باید در ابتدا به این نکته توجه شود که فروش محصولات و خدمات به مصرف کنندگان نهایی یکی از مزیت های اصلی این روش به شمار می رود.

میثم مسگرها می گوید: تنها محصولاتی در بازاریابی شبکه ای قابلیت عرضه و فروش را دارند که مورد استفاده عموم افراد قرار می گیرند و سطح نیاز افراد به آنها بیشتر است و دایره مصرف کنندگان بیشتری را شامل می شوند.

