

New Version

FVF
Forever Victor Family



FOREVER

اولین گام های
شروع

*Forever Living
Products*



40
YEARS
FOREVER®

برنامه آموزشی

جلسات آموزش حداکثر باید ۳ روز باشد و بین آن به هیچ وجه وقفه نیافتد.

جلسه اول : چرایی آموزش، دیدن سی دی خوش آمدید (Welcome to Forever) و سپس دیدن سی دی فرصت فوراور (Forever Opportunity) و پس از آن مطالعه جزوه تا پایان بخش تعهد

جلسه دوم : خواندن مابقی جزوه آموزشی تا انتها

جلسه سوم : آزمون : نوشتن دلایل، چک کردن لیست اهداف، افراد (لیست تماس ۱۰۰ نفره و لیست مشتریان)، محصولات، بیان دو جمله و هماهنگ کردن پرزنت ها و جلسه نمایش محصولات

توجه : در انتهای جزوه - بخش پیوست ها - داستان هایی واقعی و انگیزشی وجود دارد که می تواند در ادامه مسیر، چراغ راه شما باشد. حتما آن ها را در جلسات گروهی بخوانید و درباره شان بحث کنید.

توجه : محصولات خوراکی فوراور عبارتند از : محصولات غذایی طبیعی و مکمل های غذایی که به عنوان دارو یا درمان به فروش نمی رسند. به همین دلیل برچسب ها، بیانیه ها و بروشورهای منتشر شده از محصولات کمپانی، شامل تاییده یا ارزیابی FDA نمی باشد؛ بنابراین در هنگام معرفی محصولات و نیز بیان فواید آن ها، این نکته را همواره به یاد داشته باشید که از بیان هرگونه واژه ی «درمان» یا «معالجه» (TREAT or CURE) جدا پرهیز کنید. این محصولات برای درمان یا معالجه یا جلوگیری و یا کاهش بیماری های خاصی در نظر گرفته نشده است. اگر مشتری شما مشکل خاص پزشکی دارد، قبل از هر چیزی باید با پزشک خود مشورت کند. به جای آن شما می توانید مانند بروشورهای محصولات کمپانی در هنگام معرفی محصولات از لغاتی مانند «پشتیبانی یا بهبود»، «ترویج یا افزایش» «تأمین یا فراهم کردن» و «حفظ و نگهداری» (SUPPORT, PROMOTE, PROVIDE and MAINTAIN) استفاده کنید.

ATTENTION : Our ingestible products are natural food products and dietary supplements, and are not sold as medications or treatments, and therefore the statements published by the Company about them have not been evaluated by the FDA. They are not intended to diagnose, mitigate, treat, cure or prevent a specific disease or class of diseases. If your clients are experiencing a medical problem, they should consult with their family physician .

When sharing the features and benefits of the products, it is important for you to keep in mind this policy. You must avoid mentioning by name any specific disease or condition; and never use the words "treat," or "cure". Rather, you will notice throughout Company literature the use of the words, SUPPORT, PROMOTE, PROVIDE, and MAINTAIN. We suggest that you use these same words when describing the products to your contacts.

فهرست :

صفحه	
۵	مقدمه
۱۱	هدف
۱۵	تعهد
۱۶	طرح بازاریابی FLP
۲۱	چگونه از FLP کسب درآمد کنید
۲۱	فروش ماهیانه ۴ سی سی
۲۲	روشهای انجام ۴ سی سی
۲۲	مصرف شخصی
۲۵	خرده فروشی محصولات
۳۷	جذب توزیع کننده جدید
۳۷	لیست تماس ۱۰۰ نفره
۳۸	دعوت
۴۲	پرزنت
۴۳	پیگیری
۴۳	آموزش و حمایت
۴۴	تکثیر یا همانند سازی
۴۹	سخن آخر
۵۰	محصولات کلیدی
۵۶	لیست افراد
۶۰	۱۰ دلیل نوشیدن آلوته ورا
۶۲	پیوست ها



FOREVER®



FOREVER®

مقدمه :

به شما برای برداشتن اولین گام در جهت رسیدن به اهدافتان تبریک می گوئیم. بدانید که با گرفتن این تصمیم که عضوی از تیم FLP باشید، از یکی از سریع ترین صنایع پیشرو در جهان، یعنی صنعت سلامتی و زیبایی سود خواهید برد. هیچ کس در دنیا نیست که نخواهد بهتر به نظر برسد یا احساس بهتری داشته باشد. موقعیتی بهتر از این برای شما وجود ندارد؛ چون شما در حال بازاریابی بهترین محصولات سلامتی و زیبایی دنیا در پر رونق ترین و پویا ترین صنعت شناخته شده در تاریخ آمریکا هستید. در سال ۲۰۰۲، مجله انجمن پزشکی آمریکا (JAMA) با انتشار مقاله ای درباره ی فواید استفاده ی روزانه از ویتامین ها، دنیای پزشکی را دگرگون ساخت. در قسمتی از این مقاله آمده است: «...بیشتر مردم در رژیم غذایی روزانه خود به مقدار کافی، ویتامین مصرف نمی کنند. بر اساس آزمایش های انجام شده درباره ی تأثیر ویتامین ها، بزرگسالان باید از مکمل های غذایی حاوی ویتامین استفاده نمایند.» این مقاله نشان دهنده ی تحولی شگرف در دیدگاه های پزشکی نسبت به فواید مکمل های غذایی است. نگاهی کوتاه به آمار مصرف کنندگان کنونی این مکمل ها نتایجی شگفت انگیز در پی دارد : ۶۴ درصد مردان، ۷۴ درصد زنان، ۷۲ درصد پزشکان، ۸۶ درصد داروسازان، ۹۵ درصد پرستاران و ۹۶ درصد متخصصان تغذیه و رژیم غذایی از این مکمل ها استفاده می کنند. روشن است که دنیا به این انقلاب در علم پزشکی واکنش نشان داده است. دقت کنید که بیشترین درصد در بین افراد مذکور، به متخصصان رژیم غذایی مربوط می شود که قطعا در زمینه ی مواد غذایی و عناصر مورد نیاز بدن، تخصص بیشتری دارند. در حال حاضر بیشترین سهم فروش صنعت سلامتی و زیبایی مربوط به بخش محصولات کنترل وزن با رقم ۶۷۲ میلیارد دلار در سال است. بعد از آن، محصولات بهداشتی با رقم ۶۳۰ میلیارد دلار در سال جایگاه دوم را دارد. با توجه به این نکته که ما بهترین محصولات کنترل وزن (مانند پک لاغری سی ناین،...) و همین طور باکیفیت ترین محصولات بهداشتی (مانند بهترین خمیردندان دنیا و...) را داریم، این دیگر بستگی به شما دارد که تعیین کنید چقدر از این بازار تریلیون دلاری را می خواهید به تسخیر خود درآورید. هیچ محدودیتی برای مقداری که می توانید بدست آورید، وجود ندارد. مسئله ی اصلی، تلاش و انگیزه ی شما است.

همین طور شما از مزیت سریع ترین سیستم بازاریابی در حال رشد، یعنی بازاریابی شبکه ای استفاده می نمایید. بازاریابی شبکه ای که از سال ۱۹۴۰ شروع شد، در دهه گذشته به یک صنعت ۱۲۰ میلیارد دلاری سالیانه تبدیل شد. این تجارت بر مبنای تبلیغات کلامی کالا و خدمات می باشد و روند توزیع به طور مستقیم از تولید کننده به مصرف کننده صورت می گیرد و نمایندگی و واسطه ها را حذف می کند. زمانی که طرح بازاریابی گسترش می یابد، توزیع کننده از طریق معرفی و حمایت از توزیع کنندگان دیگر، پاداشی متناسب با بودجه تبلیغاتی اکثر کمپانی های بزرگ دریافت می کند. بازاریابی شبکه ای به وسیله تکثیر خودتان از طریق دیگران، فرصت فروش را از یک درآمد محدود و بدون جذابیت به یک شغل عظیم با پتانسیل درآمدی نامحدود تبدیل می نماید. شما از پنج سالگی این کار را انجام داده اید؛ یعنی از همان سال ها تا به امروز محصولات و تجربه های شخصی مختلفی را پیشنهاد کرده اید. همه ی شما بارها غذا، فیلم، رستوران یا محصول مورد علاقه تان را به دیگران پیشنهاد داده اید؛ ولی تفاوت در اینجاست که در ازای این همه پیشنهاد، پولی دریافت نکرده اید. کسی هم بابت این پیشنهادات، شما را تویخ نکرده و از شما خرده نگرفته است.

حالا تصور کنید برای این کاری که انجام می‌دهید، به شما حق الزحمه ای هم پرداخت نمایند؛ این، یعنی بازاریابی شبکه ای حرفه ای که در واقع یک شغل است؛ به قول تام شرایتر " آل بزرگ " : « همه ما، چه خواهیم و چه نخواهیم، هر روز مشغول بازاریابی شبکه ای هستیم و این کار چیزی نیست جز توصیه و تبلیغ کالاهایی که از نظر ما ارزشمند هستند. حال چه این کار را برای کسب درآمد انجام دهیم و چه رایگان. در هر حال باید بپذیریم که بازاریابی شبکه ای، بیش از پیش دنیا را بهتر نموده است. » مطمئن باشید در کاری مثل «پیشنهاد دادن به مردم» شکست نمی‌خورید؛ زیرا این کاری است که شما سال‌های زیادی در آن تجربه دارید.

شرکت فوراور لیوینگ پراداکتز (Forever Living Products)

از سال ۱۹۷۸، کمپانی فوراور لیوینگ پراداکتز (Forever Living Products) محصولاتی با بهترین کیفیت را تولید کرده که نیازهای سلامتی و زیبایی همواره در حال رشد جمعیت ما را بر طرف ساخته است. کیفیت و تنوع محصولات ما در طول سال‌ها به خوبی ثابت شده است. شما می‌توانید از کیفیت ماندگار محصولات و تحویل آن به مشتری در زمانی کوتاه، آسوده خاطر باشید. فوراور لیوینگ پراداکتز بیش از ۴۰ سال در کشف، تولید و توزیع محصولات سلامتی و زیبایی برپایه ی آلوئه ورا و فرآورده های زنبورعسل و دیگر گیاهان طبیعی پیشگام بوده و شهرتی جهانی دارد.

از آنجایی که زیبایی طبیعی از پوستی سالم و تمیز آغاز می‌شود و سلامت و پاکیزگی ریشه در طبیعت دارد، کمپانی فوراور لیوینگ محصولاتی صد در صد طبیعی را در زمینه ی سلامتی، مکمل های غذایی، کنترل وزن، مراقبت های پوستی و شخصی، آرایشی و بهداشتی برای شما فراهم می‌نماید. این محصولات به کیفیت زندگی شما و اطرافیانتان کمک می‌کند. تنوع محصولات، تمامی نیازهای افراد را با هر شرایطی تامین می‌نماید. همچنین این محصولات به دلیل ماندگاری و شیوه ی خاص تولید کاملا منحصر به فرد هستند و شما آنها را با این کیفیت و این قیمت در هیچ کجای دنیا نمی‌توانید بیابید.

کمپانی فوراور صاحب بیش از ۵۰ میلیون گیاه آلوئه ورا در جنوب تگزاس و جمهوری دومینیکن است و بزرگترین مزرعه ی آلوئه ورا در دنیا با مساحتی بیش از ۲۶۰۰ هکتار در جمهوری دومینیکن در مالکیت این کمپانی می‌باشد. آلوئه ورا یا گیاه هزار درمان، گیاهی بسیار مفید با قدمتی بیش از ۴ هزار سال حاوی ۲۰۰ مکمل غذایی، ۲۰ نوع مواد معدنی، ۱۲ نوع ویتامین و ۱۸ نوع آمینواسید است و این مزایا باعث شده که این گیاه تاثیری شگفت انگیز داشته باشد. آمینواسیدها، واحدهای سازنده ی اصلی بدن انسان هستند؛ ۸ نوع آمینو اسیدی که برای بدن انسان بسیار ضروری است، توسط خود بدن ما ساخته نمی‌شود و این ۸ نوع در گیاه آلوئه ورا وجود دارد. در واقع آلوئه ورا تنها منبع گیاهی ویتامین ب ۱۲ است. خواص مفید آلوئه ورا برای پوست، این ماده را به یکی از اجزای اصلی محصولات مربوط به پوست، زیبایی و آرایشی فوراور لیوینگ تبدیل نموده است. بیش از ۴۰۰ گونه گیاه آلوئه ورا وجود دارد. اما فقط یک گونه است که قدرت آرام بخشی و درمان بهتری دارد به نام آلوئه باربادنسیس میلر، فوراور تنها از ژل داخلی برگ گونه ی آلوئه باربادنسیس میلر - بهترین گونه ی آلوئه ورا - در تولید محصولات خود استفاده می‌کند.

تمام مراحل کاشت، داشت و برداشت فوراور به صورت دستی و طبیعی صورت می‌پذیرد. این موضوع کمک می‌کند تا خواص طبیعی ژل آلوئه ورا حفظ گردد. همچنین برای تولید کودی ۱۰۰٪ طبیعی برای پرورش آلوئه‌ورا

از شیوه سنتی بز و گوسفند استفاده می‌کند. که نه ضرری برای محصولات داشته باشد و نه به محیط زیست آسیب برساند.

آیا می‌دانید که فوراور دارای بزرگترین مکان های پرورش کندوهای زنبور عسل است و کندوهای مورد استفاده در محلی ایده آل و محیطی دست نخورده و بکر قرار گرفته اند که عاری از هرگونه آلودگی مثل سموم آفتکش و دیگر آلاینده ها است؟ هم چنین، فوراور برای جمع آوری و نگهداری مواد اولیه در شرایط طبیعی از تجهیزاتی ویژه استفاده می نماید تا بتواند مرغوب ترین محصولات زنبور عسل را به دست شما برساند.

تمام مراحل تهیه ی محصولات از کاشت و برداشت آلوئه ورا، پرورش و نگهداری کندوهای زنبور عسل و تولید و فرآوری مکمل های غذایی تا تثبیت و ماندگاری آنها در کارخانه های آلوئه ورا ای امریکا و فوراور نوتروسوتیکالز و نیز بسته بندی، حمل و نقل و توزیع در مالکیت کمپانی است.

مالکیت و مدیریت یکپارچه و داشتن دفاتر نمایندگی در بیش از ۱۶۰ کشور جهان، فوراور را به بزرگترین کمپانی خصوصی در ایالت آریزونا ای امریکا و یک شرکت چند میلیارد دلاری در دنیا تبدیل نموده است تا جایی که فروش آن در سال ۲۰۰۳ از مرز ۲ میلیارد دلار گذشت و در سال ۲۰۱۲ فروشی نزدیک به ۳ میلیارد دلار در سراسر جهان داشت.

گفتنی است که محصولات بر حسب کشوری که در آن اقامت دارید، مدت زمان های متفاوتی دارای گارانتی برگشت پول برای مشتری و نیز گارانتی تعویض محصولات برای توزیع کنندگان است.

هم چنین با طرح درآمدزایی فوراور، شما از ده منبع درآمدی برخوردار می شوید. این سخاوتمندانه ترین طرح پرداخت سود در این صنعت است. شما علاوه بر تمام سودهایی که ماهیانه از طرح درآمدزایی دریافت می‌کنید، در صورت واجد شرایط شدن، در سود سالیانه ی شرکت نیز سهم خواهید شد و آن را در همایش‌های بین المللی که شرکت برگزار می کند، همراه با قدردانی از تلاشتان دریافت خواهید نمود و نیز در طول این سفر مهیج، میهمان شرکت خواهید بود. مبنای تمام پورسانت های پرداختی بر پایه قیمت های خرده فروشی (بدون تخفیف محصولات) است و نیز این شرکت سابقه ی درخشانی در پرداخت به موقع پورسانت های توزیع کنندگان دارد. در فوراور بر خلاف شرکت های دیگر، شما به هیچ عنوان از سطح کاری یا عنوان شغلی خود نزول نمی کنید. به عنوان مثال در دیگر شرکت ها شما با تلاش فراوان به یک سطح کاری ارتقا می یابید؛ سپس برای ماندن در آن جایگاه باید مجددا هر ماه حداقل همان حجم فروش را در سازمانتان داشته باشید؛ در غیر این صورت به سطح کاری پایین تر نزول می کنید. اما در فوراور با دستیابی به یک سطح کاری، این امتیاز برای شما همیشگی است و هیچ بازگشت به عقبی وجود ندارد و شما مادام العمر از تمام مزایای آن جایگاه بهره خواهید برد. مثلا هنگامی که شما در فوراور به تخفیف ۳۵ درصد می رسید، این امتیاز همیشگی است و ماهیانه، چه فروشی داشته باشید و چه نداشته باشید، همیشه محصولات را با ۳۵ درصد تخفیف از فوراور دریافت می کنید.

علاوه بر آن شما نه تنها نیازی به انبارداری محصولات (stock) ندارید؛ بلکه در قوانین این شرکت، این عمل امکان پذیر نیست. همچنین FLP با اعمال قانون بازپس گیری محصولات، ریسک شما را به صفر رسانده و این حمایتی است که در کمتر شرکتی دیده می شود. شرکت فوراور لیونینگ پراداکتز تمام محصولات یک سال اخیر فروخته نشده ی افرادی که توزیع کنندگی خود را لغو نموده‌اند، باز پس می گیرد و مبالغ آن را مسترد

می‌نماید.

گروه اینترنت و فن آوری اطلاعات فوراور نیز با استفاده از آخرین ابزارهای تکنولوژی و فن آوری روز از طریق سایت های نوین و بین المللی شما را یاری می رساند تا تجارت خود را بسازید.

با محصولات عالی، یک سیستم بازاریابی جذاب و نیز تقاضای زیاد بازار، فقط به فرصتی که دارید، بیندیشید! ما مشوق شما هستیم که آن را در اختیار بگیرید و شروع کنید. شما دست آوردهای مالی بزرگی، برای خود و خانواده تان خواهید داشت که تا سال ها آن را درو خواهید کرد.

«یکی از بزرگترین منابع بیماری در دنیا جیب خالی است. اگر می خواهید مشکلات گوارشی یا اثرات بیماری افسردگی را کاهش دهید، به اشخاص یک فرصت درآمدزایی بدهید تا به اندازه ای که لیاقتش را دارند، درآمد کسب کنند، این یک درمان قدرتمند است»

رکس موان - رئیس / رئیس هیأت مدیره

تماس با دفتر مرکزی :

Forever Living Products

International

FOREVER HOME OFFICE

۷۵۰۱ East McCormick Parkway

Scottsdale, Arizona

USA ۸۵۲۵۸

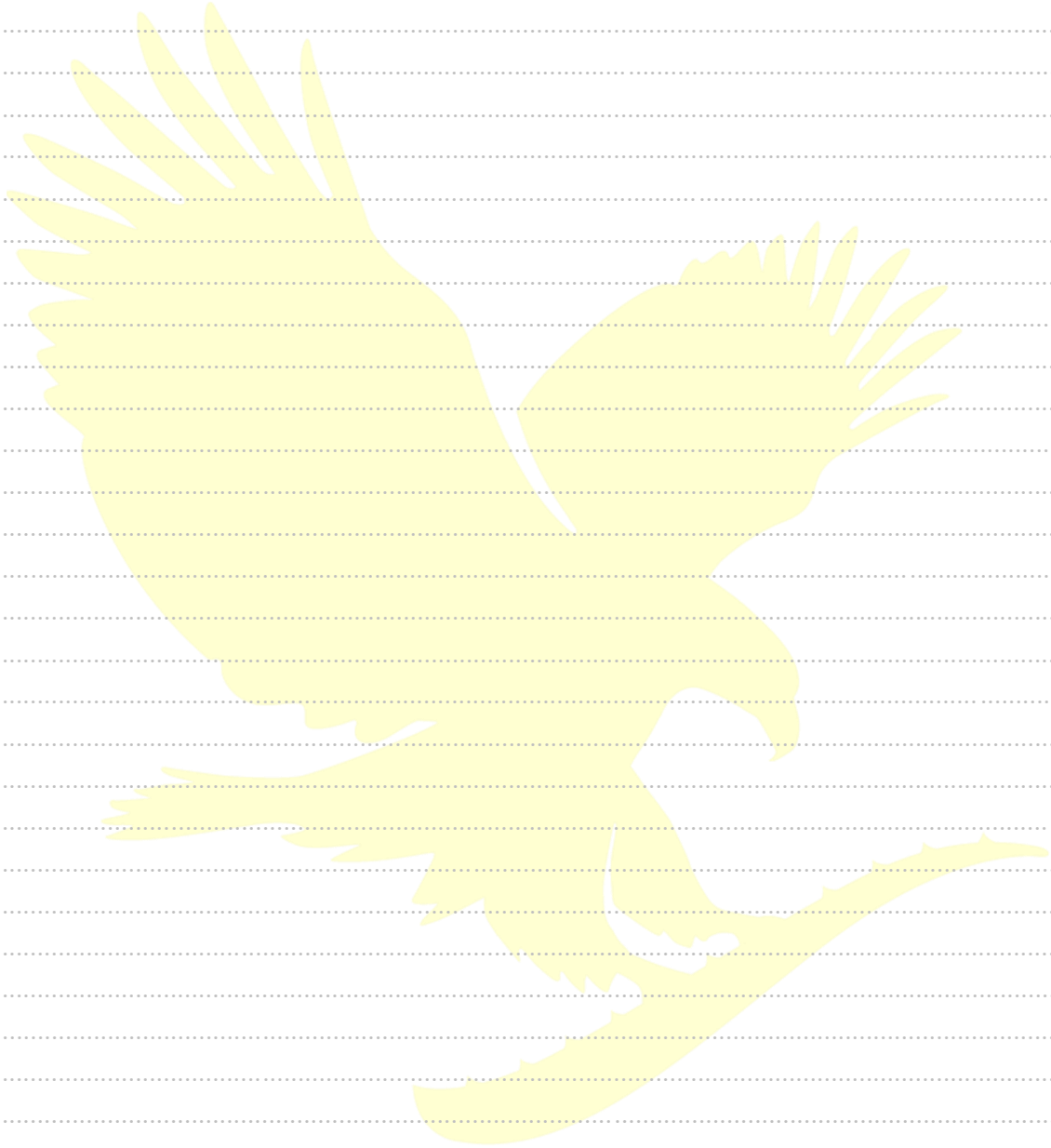
Tel : ۰۱-۸۸۸-۶۲۷-۴۴۰-ALOE

Fax : ۰۱-۴۸۰-۶۲۷-۰۱۰۲

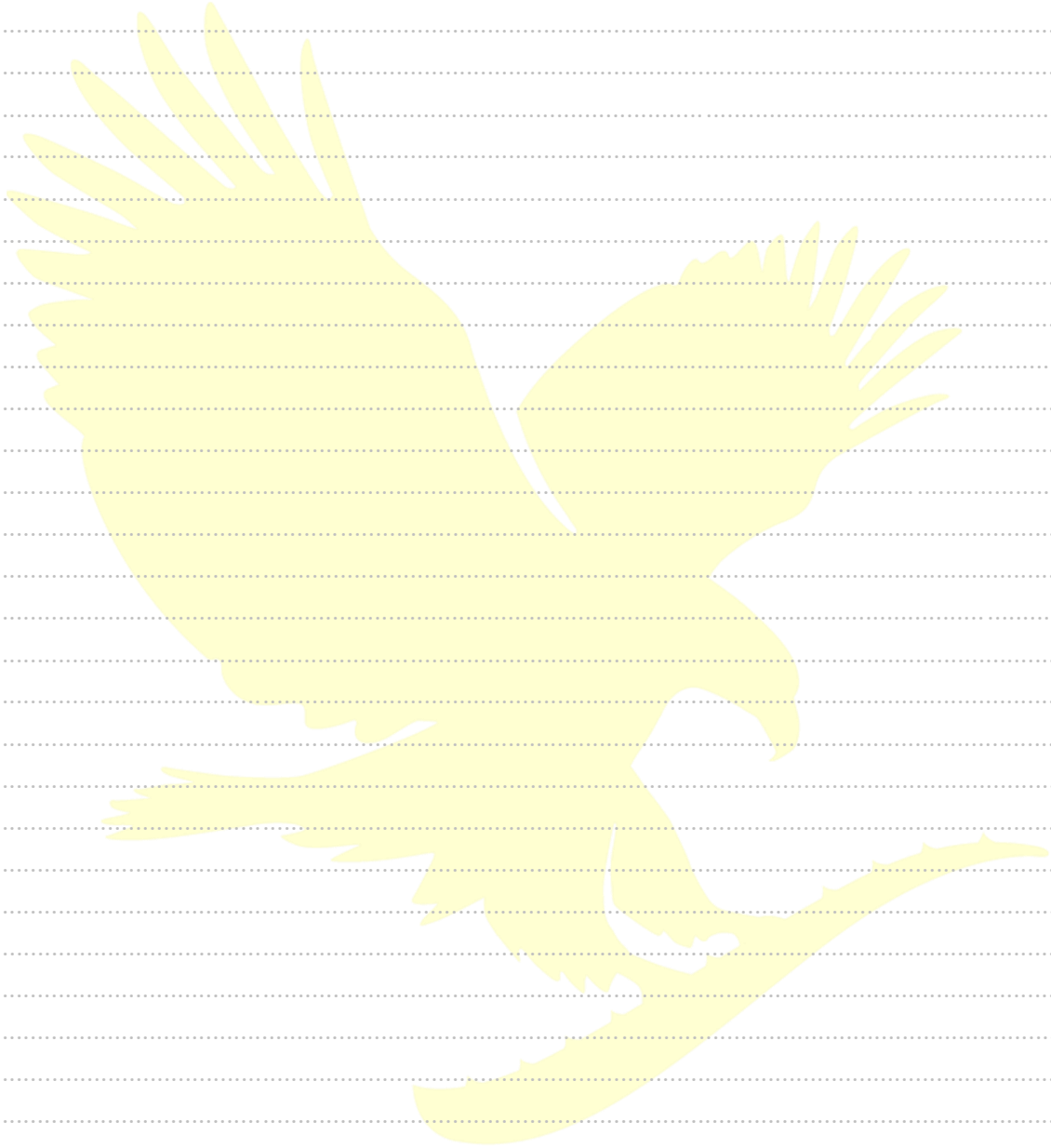
Official Website : www.foreverliving.com

E-mail : distributors@foreverliving.com

FOREVER®



FOREVER®



FOREVER®

هدف :

همه ی افراد موفق، آدم هایی رویا پردازند! آنها می دانند چه می خواهند؛ چون از رویا پردازی نمی هراسند. شما از زندگی چه می خواهید؟ بی تردید شما خانه ی رویایی خود را می خواهید یا یک ماشین، یا یک قایق جدید، یک پول بازنشستگی کافی، رهایی از قرض و بدهی، هم چنین تمایل دارید وقت بیشتری را با خانواده ی خود بگذرانید، یا می خواهید به سفر بروید. هر کسی در دنیا، هر چیزی را بخواهد، به دست خواهد آورد؛ اما مشکل اینجاست که اکثر مردم نمی دانند چه می خواهند؛ زندگی های مطلوب و ایده آل از هر جهت فقط با رویا شروع می شوند. پس معطل چه هستید؟... رویاپردازی کنید! همه ی آدم ها، رویا پردازی می کنند اما نه مثل همدیگر! بعضی ها شبانه و با ترس و لرز، در کوچه، پس کوچه های ذهنشان رویاهایی را با خود مرور می نمایند. این جور آدم ها صبح که از خواب بیدار می شوند، می بینند همه ی رویاهایشان حباب و دروغی بیش نبوده است؛ اما آن هایی که در روشنایی روز رویا می بینند و حتی آن را بر زبان جاری می کنند، آدم های موفق هستند چون با چشم باز رویا می بینند و تا رویایشان محقق نشود، دست بردار نیستند.

بعد از این که اهدافتان را روی کاغذ آوردید، اهداف کوتاه مدت و بلند مدت را از هم جدا کنید. حتماً از اهداف کوتاه مدت مثلاً به دست آوردن اولین ۵۰ دلار شروع کنید تا به اهداف بلند مدت برسید. هر چقدر می توانید به جزئیات آن ها بپردازید، آن چنان که قادر باشید به وضوح در ذهنتان آن ها را ببینید. برای این که اهدافی کاملاً مشخص و واضح داشته باشیم، لازم است که این اهداف، ویژگی هایی داشته باشند که به آن SMARTER می گوئیم. در زیر، این ویژگی ها را شرح می دهیم :

مشخص و خاص شما باشد.	S : Specific
قابل اندازه گیری باشد.	M : Measurable
قابل دسترس باشد.	A : Achievable
با توجه به ایمان شما برای شما شدنی باشد. منطقی باشد. (مراحل رشد و تکامل)	R : Realistic R : Reasonable
زمان آن کاملاً مشخص باشد.	T : Time Bound
اهداف جنبه ی معنوی داشته باشند(اخلاقی).	E : Ethical
تمام اهداف باید مکتوب باشد.	R : Recorded

هر شخصی اگر خواهان موفقیت است، باید برای اهداف خود دلایلی اجبار کننده و اشتیاقی سوزان داشته باشد و آن ها را با مشخصاتی که ذکر شد، بنویسد. همه ی اعضای موفق و رده بالای FLP یک وجه مشترک دارند: آن ها یک دلیل واضح و اجبار کننده برای ساختن تجارت خود دارند. مهم است که شما دلایل خود را برای خواستن موفقیت در FLP مشخص نمایید. این دلایل، چیزی است که ما به آن می گوییم «چراهای شما». شما باید خودتان همه ی دلایلتان را مشخص کنید. به خاطر داشته باشید که برخی از اهداف ممکن است مالی نباشند، ولی شما برای رسیدن به آن ها نیازمند منابع مالی هستید. این «چراها» به شما قدرت و انگیزه می دهند و باید بزرگتر از مشکلاتی باشند که در طول مسیر با آن ها روبرو می شوید. به هر روی، هر هدفی که داشته باشید، لازم است که آنها را بنویسید. لیست اهداف زیر را بر مبنای اهداف شخصی، اهداف خانوادگی و اهداف کاری پر کنید. توجه کنید که آنچه قرار است در طول شش ماه آینده به دست آورید، اهداف کوتاه مدت است و آنچه قرار است در طول ۱۲ ماه و ۳ تا ۵ سال آینده بدست آورید، اهداف بلند مدت می باشد.



FOREVER®

نام و نام خانوادگی

نام حامی

[Blank box for name of sponsor]

[Blank box for name and family name]

کد شناسایی

شماره تماس حامی

[Blank box for sponsor contact number]

[Blank box for identification code]

اهداف شخصی



[Blank box for long-term goals]

[Blank box for short-term goals]

بلند مدت :

کوتاه مدت :

[Dotted lines for long-term goals]

[Dotted lines for short-term goals]

اهداف خانوادگی



بلند مدت :

کوتاه مدت :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

اهداف کاری



بلند مدت :

کوتاه مدت :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

تعهد :

مانند هر تجارت جدید ممکن است یک سال یا بیشتر طول بکشد تا شما درآمد مزاد داشته باشید. این، یک طرح سریع پول دار شدن نیست، بلکه بیشتر یک فرصت برای کسب درآمد است تا برای شما و خانواده تان برای نسل های زیادی، درآمد ثابت ماهیانه ایجاد کند. سال اولتان را به عنوان یک دوره کارآموزی به منظور یادگیری و تمرین مهارت های لازم برای ساختن تجارتتان در نظر بگیرید. در این دوره شما :

توسط حامی خود، بالاسریتان، منیجر تیم یا دفتر نمایندگی محلی هدایت می شوید و آموزش می بینید. با مصرف شخصی محصولات، با آنها آشنا می شوید. با شرکت در جلسات آموزش محصولات و فرصت درآمدزایی، راه و روش موفقیت در این تجارت را می آموزید. محصولات و فرصت درآمدزایی را به دیگران معرفی می کنید. سود خرده فروشی، پورسانت های خرید شخصی، حق معرفی و پورسانت های گروهی (حجم فروش تیمی) کسب می نمایید و خوش می گذرانید. البته تمام این موارد، زمانی اتفاق می افتد که شما متعهد باشید. تعهد به چه چیزی؟ تعهد به انجام دادن آنچه برای موفقیت لازم است.

تمرکز و نظم دو جزء مهم تعهد هستند. تمرکز یعنی قربانی کردن همه چیز برای هدف، و نظم یعنی این که در هر شرایطی که هستید، روزانه و به طور مرتب آنچه برای موفقیت لازم است را انجام دهید.

لیست تعهدات زیر را صرف نظر از این که چه شرایطی دارید یا خواهید داشت، پر کنید.

۱- با داشتن حداقل ۵ توزیع کننده فعال در سازمانم و همین طور ۵ مشتری ثابت حداکثر تا تاریخ.....
به رده سوپروایزر دست پیدا خواهم کرد.

۲- تا زمان رسیدن به اهدافم از هیچ تلاش و کوششی دست نخواهم کشید. می دانم که چالش ها، قسمتی از مسیر موفقیت است.

۳- روزانه حداقل با نفر راجع به محصولات صحبت خواهم کرد.

۴- هر روز از محصولات استفاده می کنم.

۵- حداقل ماهیانه جلسه نمایش خانگی محصولات برگزار خواهم کرد.

۶- هر هفته حداقل پرزنت به منظور جذب توزیع کننده جدید برگزار خواهم کرد.

۷- حداقل هر روز ساعت به FLP اختصاص خواهم داد و متناسب با رشد سازمانم این زمان بیشتر می شود.

۸- هر صبح و شب لیست تعهدات خود را مرور می کنم.

امضاء

تاریخ

«اگر آرزو دارید که منافعتان تأمین شود، باید بهایش را پرداخت کنید.» اندرو جکسون

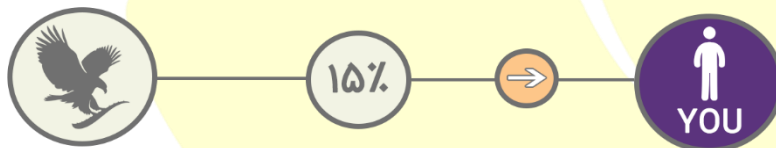
طرح بازاریابی FLP :

همه ی پورسانت ها در طرح بازاریابی FLP، براساس کیس کِردیت (Case Credit) محاسبه می شود. یعنی به هر محصول، ارزش مشخصی به نام کیس کِردیت یا سی سی تعلق گرفته است. مبنای تمام پورسانت های شما در فوراور بر اساس سی سی های خریداری شده توسط خودتان یا افرادی که به واسطه شما به کمپانی فوراور معرفی می شوند، محاسبه می شود.

برای مثال بعد از اینکه حجم خرید شخصی شما به دو سی سی رسید، تخفیف شما برای همیشه ۳۵ درصد می شود.

چطور تغییر رتبه دهید ؟

توزیع کننده جدید (New Distributor)

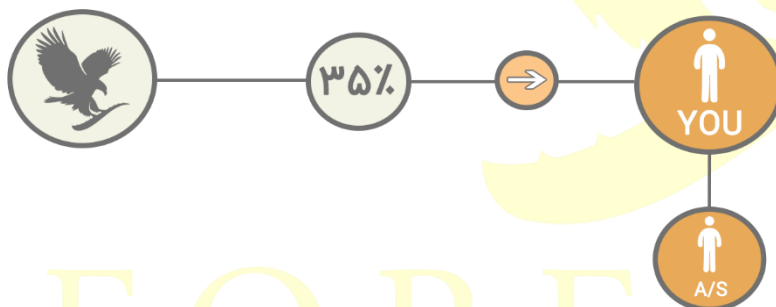


۱۵٪ تخفیف خرید شخصی

با دریافت کد عضویت از کمپانی و خرید اولین محصولات مصرفی خود از ۱۵ درصد تخفیف خرید محصولات بهره مند شوید.

اسیستنت سوپروایزر (Assistant Supervisor)

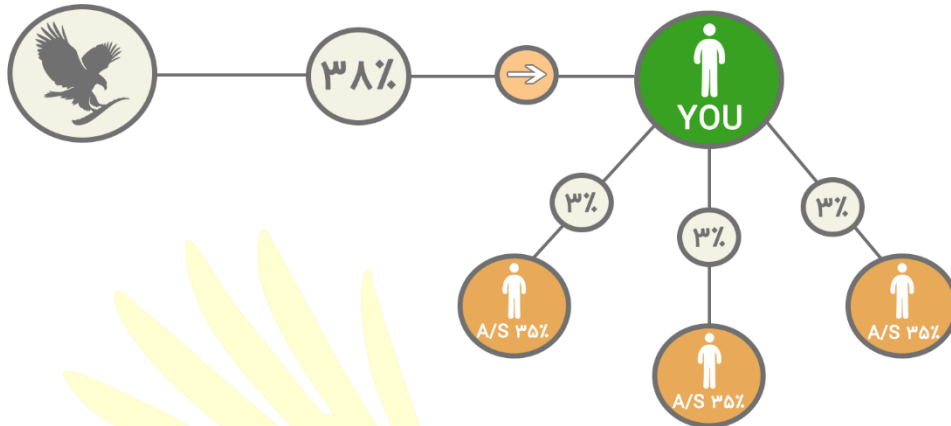
طی دو ماه ۲ سی سی



توزیع کننده جدید با خرید شخصی ۲ سی سی از محصولات، طی ۲ ماه میلادی پشت سر هم یا همان هنگام ورود به عنوان شغلی اسیستنت سوپروایزر دست می یابد.

۳۵٪ تخفیف خرید شخصی

۲۰٪ پورسانت از حجم خرید توزیع کننده جدید مستقیم (۱۵٪)

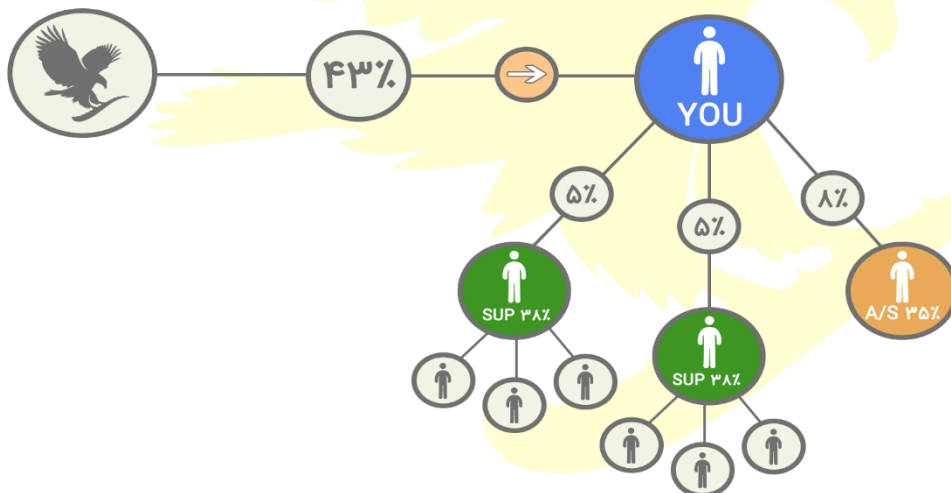


توزیع کننده با خرید شخصی یا تیمی ۲۵ سی سی از محصولات، طی ۲ ماه میلادی پشت سر هم به عنوان شغلی سوپروایزر دست پیدا می کند.

۳۸٪ تخفیف خرید شخصی

۲۳٪ پورسانت از حجم خرید توزیع کننده جدید مستقیم (۱۵٪)

۳٪ پورسانت از حجم فروش تیم اسپسنت سوپروایزر (۳۵٪)



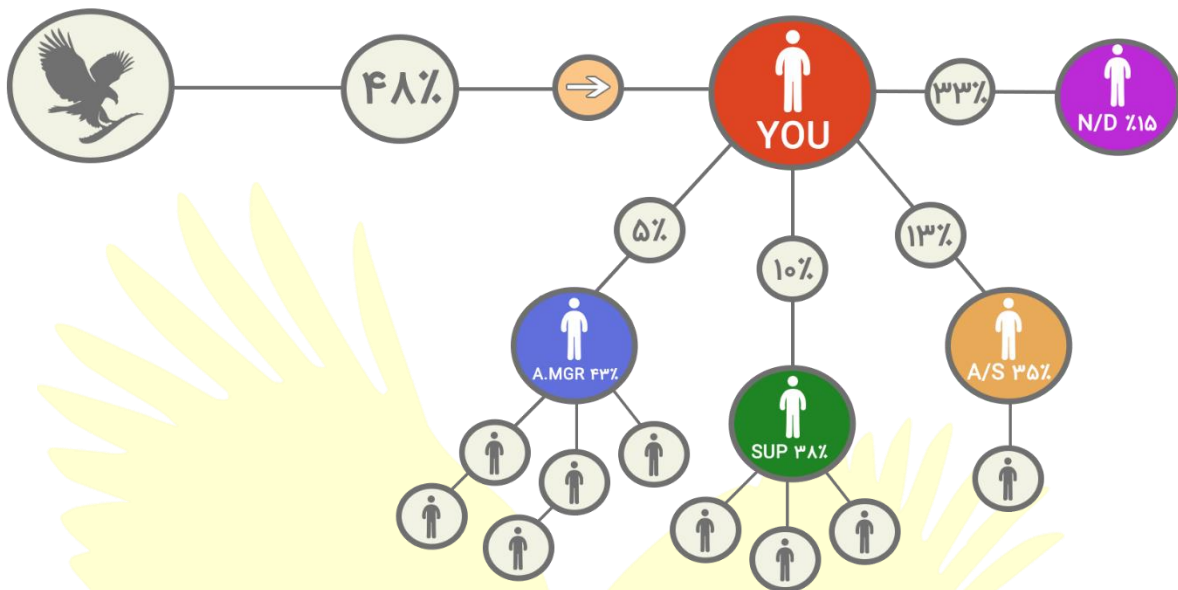
توزیع کننده با خرید شخصی یا تیمی ۷۵ سی سی از محصولات، طی ۲ ماه میلادی پشت سر هم به عنوان شغلی اسپسنت منیجر دست پیدا می کند.

۴۳٪ تخفیف خرید شخصی

۲۸٪ پورسانت از حجم خرید توزیع کننده جدید مستقیم (۱۵٪)

۸٪ پورسانت از حجم فروش تیم اسپسنت سوپروایزر (۳۵٪)

۵٪ پورسانت از حجم فروش تیم سوپروایزر (۳۸٪)



توزیع کننده با خرید شخصی یا تیمی ۱۲۰ سی سی از محصولات، طی ۲ ماه میلادی پشت سر هم یا ۱۵۰ سی سی، طی ۳ یا ۴ ماه میلادی پشت سر هم به عنوان شغلی منیجر دست پیدا می کند.

۴۸٪ تخفیف خرید شخصی

۳۳٪ پورسانت از حجم خرید توزیع کننده جدید مستقیم (۱۵٪)

۱۳٪ پورسانت از حجم فروش تیم اسیستنت سوپروایزر (۳۵٪)

۱۰٪ پورسانت از حجم فروش تیم سوپروایزر (۳۸٪)

۵٪ پورسانت از حجم فروش تیم اسیستنت منیجر (۴۳٪)

تذکر : زمانی که به هر یک از این رتبه های شغلی دست پیدا می کنید این امتیاز همیشگی است و هیچ بازگشت به عقبی ندارد.

توجه : بابت پورسانت های حجم فروش تیم و حجم خرید توزیع کننده جدید ۱۵ هر ماه میلادی چک پورسانت شما در دفتری که از طریق آن فعالیت می کنید آماده تحویل می باشد.

نکته : تمام پورسانت های فوراور بر اساس قیمت خرده فروشی محصولات محاسبه می شود.



FOREVER®



FOREVER®

چگونه از FLP درآمد کسب کنید :

دو شیوه برای کسب درآمد در طرح بازاریابی FLP وجود دارد : **خرده فروشی و بازاریابی شبکه ای**

خرده فروشی :

محصولات را از FLP به قیمت عمده فروشی (۳۵ درصد تخفیف و بالاتر) خریداری کنید و همه ی آن ها را به قیمت خرده فروشی (قیمت بدون تخفیف محصولات) بفروشید و سود خرده فروشی کسب نمایید؛ این بدان معنی است که به ازای هر ۱۰۰ دلار محصولی که به قیمت خرده فروشی (بدون تخفیف) می فروشید، ۳۵ دلار سود به دست می آورید.

بازاریابی شبکه ای :

این قسمت جالب و مهیج طرح بازاریابی، شما را قادر می سازد تجارتی را بسازید که آزادی مالی را برای شما فراهم می سازد. یک تیمی از توزیع کنندگان خود انگیزه و کارفرما ایجاد کنید و بین ۳٪ تا ۱۳٪ حجم فروش گروه را بر اساس قیمت های خرده فروشی محصولات پورسانت بگیرید.

در این مرحله می توانید یک عضو تمام وقت تیم شوید. البته بسیاری از افراد با توجه به پتانسیل درآمدزایی این کار و توانایی و انگیزه های خودشان ترجیح می دهند که از ابتدا این کار را به صورت تمام وقت انجام دهند. بسیاری از اعضای موفق تمام وقت تیم فوراور بیش از ۲۵۰،۰۰۰ هزار دلار در سال درآمد دارند و برخی تا ۱،۰۰۰،۰۰۰ میلیون دلار در سال و حتی بیشتر سود می کنند.

تنها محدودیت، قدرت تخیل، جاه طلبی و انرژی شما است.

فروش ماهیانه ۴ سی سی :

در کمپانی فوراور ارزش محصولات بر اساس سی سی (کیس کردیت) است یعنی هر محصول ارزش و یا امتیازی دارد که به آن سی سی می گوئیم. هرچقدر فروش محصولات توسط خودتان یا توزیع کنندگان تیمتان بیشتر شود، امتیاز یا سی سی های شما بیشتر می شود. همانطور که ذکر شد، مبنای تمام تخفیف ها و پورسانت های شما در فوراور بر اساس سی سی های خریداری شده توسط خودتان و یا افرادی که به واسطه شما به کمپانی معرفی می شوند، محاسبه می گردد.

کلید دستیابی به تمام همایش ها، مسافرتها و سودهای متنوع در فوراور، فروش ماهیانه ۴ سی سی از محصولات است. اما این ۴ سی سی الزامی تواند فروش مستقیم شما نباشد یعنی می تواند ۳ سی سی توزیع کننده جدید باشد و ۱ سی سی برای مصرف شخصی و فروش، خریداری شود و یا اینکه ۴ سی سی محصول را شخصا با تخفیف از کمپانی بخرید و برای فروش به مشتریان و مصرف شخصی خودتان و خانواده تان استفاده کنید.

در هر صورت مبنای کار ما بر اساس فروش محصولات است ولی یادتان باشد ما توزیع کنندگان محصولات هستیم نه فقط یک فروشنده صرف: زیرا یک فروشنده هیچگاه خودش مصرف کننده همه محصولات نیست ولی شما در اینجا محصولات را مصرف می کنید و تجربیات خود را با افراد به اشتراک می گذارید که این امر منجر به فروش محصولات می شود. یک فروشنده هیچ وقت پتانسیل درآمدی نا محدود همراه با آزادی زمانی را ندارد ولی شما در اینجا در گذر زمان با معرفی توزیع کنندگان جدید به کمپانی، یک تیمی از توزیع کنندگان خودانگیزه می سازید که از حجم فعالیت و فروش این تیم همیشه درصدی از فروش آنها به شما تعلق می گیرد: چه خودتان باشید و چه نباشید.

یک فروشنده همیشه درآمدش منوط به فعالیت خودش است ولی درآمد اصلی شما زمانی حاصل می شود که تیمی از مصرف کنندگان وفادار و توزیع کنندگان خودانگیزه و فعال دارید که حتی اگر خودتان هم فعال نباشید، درآمدها همراه بیشتر می شود و این هدف اصلی بازاریابی شبکه ای است یعنی آزادی زمانی و مالی به صورت همزمان. ولی پایه اصلی داشتن چنین تیمی، زمان گذاشتن برای یاد گرفتن و آموزش دادن انجام ماهیانه ۴ سی سی است.

روش های انجام چهار سی سی (۴CC)

انجام ۴CC اکتیویشن ماهیانه کار دشواری نیست زیرا این محصولات منحصر به فرد، مصرفی و بسیار با کیفیت هستند. انجام ۴ سی سی اکتیویشن ماهیانه به وسیله ی مصرف شخصی محصولات، خرده فروشی محصولات و جذب توزیع کننده جدید امکان پذیر است. یادتان باشد برای این که سازمانی پویا و فعال داشته باشید، هم خودتان و هم تمام افراد سازمانتان باید هم زمان، سه روش بالا را ماهیانه انجام دهید. بیایید تک تک روش های موجود را با هم بررسی نماییم.

۱. مصرف شخصی محصولات

شروع کنید به این که بهترین مشتری و مصرف کننده ی محصولات باشید. حتی کوچکترین خانواده ها می توانند یک سی سی یا بیشتر در ماه استفاده کنند. شما باید شور و شوق و عزمتان را با عادت استفاده از هر اندازه محصولات که می توانید، نشان دهید. همه جای خانه ی خود را بگردید و هر چند تا از کالاها را که می توانید، با مشابه آن از محصولات فوراور، جایگزین کنید. شما احساس و تجربه ی خود از مصرف محصولات را با افراد به اشتراک می گذارید. با مصرف محصولات نه تنها احساس بهتری دارید بلکه پرانرژی تر هستید و بهتر به نظر می رسید و آرام آرام به یک آگهی زنده تبلیغاتی تبدیل می شوید که فریاد می زند این محصولات و فرصت درآمدزایی بی نظیر است. پس تا جایی که می توانید (هر تعدادی) محصولات را به رژیم روزانه خود اضافه کنید، بگذارید مشتری ها و افراد سازمانتان بدانند و مطمئن شوند که خودتان همیشه از این محصولات استفاده می کنید.

اگر خودتان از محصولی استفاده کنید و به آن محصول ایمان داشته باشید، قطعاً با شور و حرارت بیشتری آن محصول را به دیگران توصیه خواهید کرد. با هر سفارشی که از مشتری می گیرید، حداقل یک محصول

برای مصرف شخصی خود به لیست سفارش اضافه کنید؛ این گونه بعد از مدتی تجربه و اطلاعات خوبی راجع به طیف کلی محصولات دارید. همه ی افراد به این محصولات نیاز دارند؛ با خرید ماهیانه این محصولات در وقت و پولشان صرفه جویی می شود. حال بیاید نگاهی کوتاه به فواید استفاده از این محصولات بیندازیم:

دلایل زیادی برای مصرف مکمل های غذایی وجود دارد؛ ولی مهمترین دلیل، این است که مصرف این مکمل ها راحت است و هیچ کدام از ما نمی توانیم در طول روز مراقب رژیم غذایی خود باشیم. جهان اطراف ما سرعت بالایی دارد؛ ما در دنیایی از افراط و تفریط زندگی می کنیم. خیلی چیزها را بیشتر از حد لازم مصرف می نماییم؛ میزان آلودگی بسیار بالا است؛ همه ی ما کارهای زیادی داریم؛ فشار روانی هم بسیار زیاد است. هیچ کدام به مقدار کافی از این مواد غذایی مصرف نمی کنیم. سلامت بدن هنگامی تامین می شود که بین این مواد غذایی در بدن تعادل وجود داشته باشد و نسبت مناسبی بین آن ها برقرار باشد تا عملکرد خوبی در بدن داشته و توانایی بدن به بالاترین میزان ممکن برسد. بیشتر مردم در طول روز به مقدار کافی میوه و سبزیجات نمی خورند؛ این نتیجه ای است که متخصصان تغذیه، سازمان بهداشت جهانی و موسسه درمان سرطان آمریکا به آن رسیده اند. این سازمان های مهم بهداشت و سلامت، توصیه ای معمول و ساده دارند: هر روز حداقل پنج بار میوه و سبزیجات از انواع مختلف بخورید. این سازمان ها می دانند که تغذیه ی خوب، پایه اصلی سلامت است؛ و به ویژه این که میوه ها و سبزیجات می توانند خطر ابتلا به بسیاری از بیماری های مزمن را کاهش دهند. بسیاری از افراد در پاسخ به این پرسش که چرا در روز میوه و سبزی بیشتری نمی خورند، گفته اند که در خوردن میوه و سبزی راحت نیستند و طعم یا بافت آن را دوست ندارند. مکمل های غذایی فوراور لیوپینگ به شما اطمینان می دهند هر طوری که روز خود را بگذرانید، آنتی اکسیدان های مفید، ویتامین ها، پروتئین ها، مواد معدنی و سایر مواد مورد نیاز بدنتان تامین می گردد. این مکمل ها از بهترین مواد تشکیل دهنده و با پیشرفته ترین تکنولوژی های موجود، ساخته شده است و به همین جهت، ارزش غذایی هر محصول حفظ می شود. هم چنین نوشیدنی های آلوئه ورا نیز به حفظ و سلامتی دستگاه گوارش کمک می کند. خوردن روزانه ی آلوئه ورا، کمک فراوانی به هضم غذا کرده و قدرت جذب مواد مغذی در بدن را افزایش می دهد. طبق تحقیقات اخیر، با گنجاندن آلوئه ورا در رژیم غذایی روزانه، جذب مواد مغذی تا سه برابر بیشتر خواهد شد. همین طور محصولات زنبور عسل باعث افزایش انرژی و قوای جسمی بدن می شوند، سیستم ایمنی بدن را تقویت می کنند و نیز تأثیرات فوق العاده ای بر روی پوست و مو دارند.

لازم به ذکر است که مسأله ی کنترل افزایش بی رویه ی وزن، یکی از مشکلاتی است که امروزه با آن مواجه هستیم. محققان موسسه تحقیقاتی سلامتی جان هاپکینز بلومبرگ در تحقیقی در سال ۲۰۰۷ میلادی پیش بینی نمودند که سه نفر از هر چهار نفر فرد بالغ در آمریکا در سال ۲۰۱۵ مبتلا به اضافه وزن خواهند بود. اگر این پیش بینی محقق شود، باید گفت آمریکایی ها که سالانه هفت میلیارد دلار مستقیماً صرف کنترل وزن خود می کنند، راه به جایی نبرده اند. هزینه های غیر مستقیم نیز که شامل غیبت از کار، عدم بهره وری و هزینه های پزشکی است، به آن اضافه می شود. این ها تنها بخش کوچکی از دلایلی است که موسسه بلومبرگ را بر آن داشت تا به آمریکایی ها هشدار دهد که مراقب سلامتی خود به خصوص کنترل وزن خود باشند. حال فکر کنید این مسایل و مشکلات در سطح جهانی چقدر است. کمپانی فوراور برای پرداختن به این موضوع مهم در مباحث سلامتی، تیم تحقیق و توسعه ی خود را به کار گرفته است تا راهی طبیعی و موثر

برای مدیریت وزن بدن تدوین نمایند. آن ها به این نتیجه رسیدند که اگر هدف از پرهیز غذایی کم کردن چربی و کربوهیدرات باشد، نه تنها وزن بدن کم می شود، بلکه به بدن کمک می نماید که میزان کافی از قند خون، کلسترول و تری گلیسرید خود را حفظ نماید و این امر باعث می شود تا دستگاه قلبی - عروقی سالم بماند. به همین دلیل سری محصولات کنترل وزن فوراور لیوپینگ با کربوهیدرات پایین و عاری از هر گونه مواد مخدر و محرک های شیمیایی مانند کافئین، زنیکال و... تولید شده است؛ این محصولات بدون هیچ گونه عوارض جانبی علاوه بر دفع چربی ها و سموم زائد، بدن را پاکسازی و تقویت می نماید.

با مصرف شخصی محصولات علاوه بر این که نیازهای روزانه خود را تامین می کنید بلکه هم زمان در تجارت خود نیز سرمایه گذاری می کنید زیرا هر اندازه که بیشتر مصرف کنید اطلاعات و تجربه تان راجع به محصولات بیشتر می شود که این امر منجر به فروش و موفقیت بیشتر شما می شود.

فوراور لیوپینگ بهترین و با کیفیت ترین مواد تشکیل دهنده، که دست چینی شگفت انگیز از بهترین محصولات مربوط به مراقبت های پوستی و محصولات بهداشتی هستند را با هم ترکیب می کند و به همین دلیل این محصولات، همتایی ندارند. فوراور لیوپینگ با اتکای به ژل خالص و غنی شده ی آلوئه ورا، مراقبت های لازم برای پوست شما، از فرق سر تا نوک پا را ارایه می دهد. آلوئه ورا که به طور سنتی، محصولی طبیعی برای آرامش بخشی به پوست است، گیاهی است که به طرزی ایده آل از پوست شما دفاع و محافظت می کند. این گروه از محصولات، مورد نیاز همه افراد است و بهترین منبع تهیه ی این محصولات، کمپانی فوراور می باشد. چرا؟ زیرا دانشمندان فوراور لیوپینگ، موفق به طراحی و تهیه ی محصولاتی متنوع و منحصر به فرد شده اند که مرطوب کننده ها و ویتامین های طبیعی و اساسی مورد نیاز پوست را به شما ارزانی می دارند و اثری کاملا طبیعی بر پوست تان می گذارند و می توانند تاثیرات ناخوشایند محیط بر روی پوست را خنثی کنند. شاهد این ادعا، مهر تایید {انجمن بین المللی علوم آلوئه (IASC)} است. فوراور لیوپینگ از جدیدترین تکنولوژی ها، به ویژه تجهیزاتی که برای جمع آوری و حفظ مواد در ترکیبات طبیعی طراحی شده اند، سود می جوید. تمام محصولات ما واقعا طبیعی بوده و مستقیما از طبیعت به دست شما می رسند.

شما چه با هدف افزایش زیبایی ظاهری خود و چه برای داشتن بدنی سالم از محصولات ما استفاده نمایید، باید بدانید که پزشکان و دانشمندان ما تمام وقت خود را صرف تولید محصولاتی با بالاترین کیفیت نموده و از موادی استفاده می کنند که بهترین و درجه یک است. بسیاری از مراحل که ما در فرایند تولید محصولاتمان انجام می دهیم، از جانب انجمن غذا و داروی ایالات متحده آمریکا (FDA) الزامی نیستند، بلکه استانداردهای خود فوراور، ما را به تبعیت از آن ها وادار می نماید و هدف از پای بندی به این استانداردهای سخت گیرانه، آن است که مطمئن شویم محصولاتی که تولید می کنیم، بهترین محصولات برای شما و توزیع کنندگان شما است.

۲. خرده فروشی محصولات

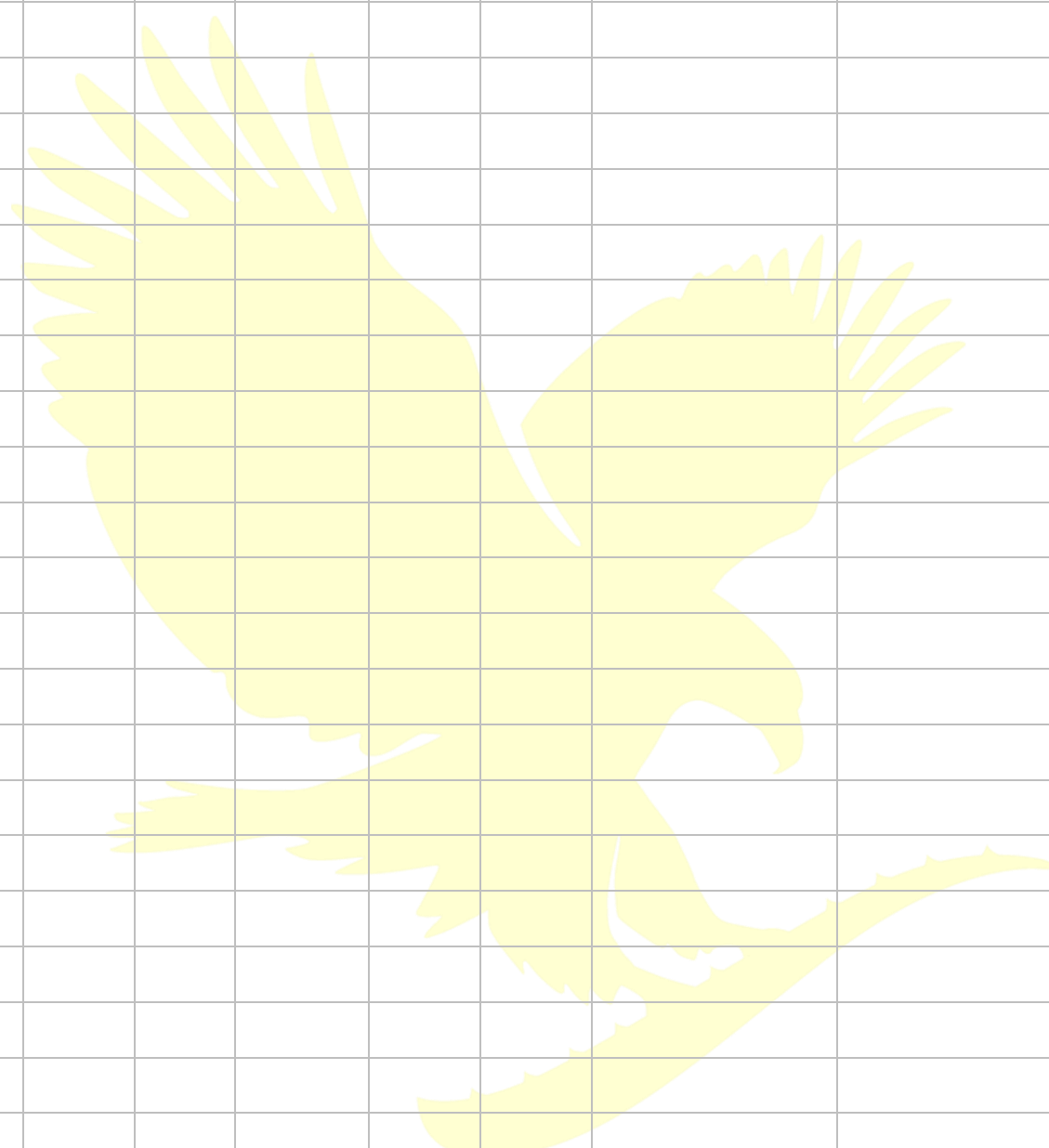
اساس بازاریابی شبکه ای، رساندن محصول از تولید کننده به مصرف کننده است. این عمل توسط توزیع کنندگان صورت می گیرد. فروش و توزیع محصولات به مصرف کنندگان و مشتریان نهایی، به وسیله ی توزیع کنندگان را خرده فروشی محصولات می گویند. حال می خواهیم روش های مختلف خرده فروشی را بررسی نماییم :

تماس تلفنی

لیستی از افراد و نزدیکان خود به منظور معرفی محصولات تهیه کنید، اسامی اشخاص را در جدول زیر وارد نموده و متناسب با نوع مشکلی که دارند یا به سلامتی و زیبایی بیشتر اهمیت می دهند، گزینه مورد نظر را در جدول مشخص کنید.



شماره	نام و نام خانوادگی	شماره تماس	مشکلات پوست و مو	مشکلات گوارشی	مشکلات استخوان و خشکی مفاصل	کنترل وزن	سلامتی و زیبایی	سایر موارد
۱								
۲								
۳								
۴								
۵								
۶								
۷								
۸								
۹								
۱۰								
۱۱								
۱۲								
۱۳								
۱۴								
۱۵								
۱۶								
۱۷								
۱۸								
۱۹								
۲۰								
۲۱								
۲۲								
۲۳								
۲۴								
۲۵								
۲۶								
۲۷								
۲۸								
۲۹								
۳۰								



FOREVER®

با آنها تماس بگیرید و پس از احوال پرسی :

دلیل این که تماس گرفتم... (اسم شخص)... این است که چون می دانم سال هاست که از (مشکلات گوارشی، ناراحتی های پوستی، خشکی مفاصل، اضافه وزن) و... رنج می بری، من با یک محصول جالب آشنا شده ام که فکر می کنم به تو کمک خواهد کرد. می توانم ببایم آن جا و چیزی را که پیدا کرده ام، به تو نشان دهم؟

شخص : چی هست؟

خب... (اسم شخص)... من واقعاً به طور کامل و درست نمی توانم پشت تلفن این کار را انجام دهم. می توانم فردا یا یک روز دیگر ببایم آن جا؟

دلیل این که تماس گرفتم... (اسم شخص)... این است که چون می دانم اگر تو هم مثل من فکر کنی، به حفظ و نگهداری سلامتی و انرژی و سرزندگیت علاقه مند هستی. درسته؟

شخص: بله برای من مهم است

عالیست. پس تو دقیقاً همان شخصی هستی که می خواهم با او صحبت کنم. من با یک سری محصولات جالب آشنا شده ام که می تواند به درستی به هر شخصی کمک کند که از سلامتی بهتر لذت ببرد و انرژی بیشتری داشته باشد. می توانم ببایم آن جا و چیزی را که پیدا کرده ام، به تو نشان دهم؟

شخص: چی هست؟

خب... (اسم شخص)... من واقعا به طور کامل و درست نمی توانم پشت تلفن این کار را انجام دهم. می توانم فردا یا یک روز دیگر ببایم آنجا؟

محصولات منتخبان را به نمایش بگذارید

پاپ (PUPP=PERSONAL USE PRODUCT PACK)

پاپ مجموعه ای از محصولات شخصی با بسته بندی منظم و مرتب است که به مشتریان اجازه می دهد تا قبل از خرید بتوانند محصولات را تست کنند.

سی ناین C9[®] FOREVER[®]
پکیج محصولات کنترل وزن که به مشتریان اجازه می دهد نسبت به یک محصول متمرکز عمل کنند.

روش های ارائه محصولات

صحبت درباره محصول		نمایش های کوتاه		نمایش محصولات / معرفی فرصت درآمد زایی	
کلوپها		تک به تک		بازاریابی	
شبکه های اجتماعی		قهوه صبحگاهی		ورزش و تناسب اندام	
فروشگاه آنلاین		باشگاه ورزشی		جذب سرمایه	
مراقبت های پوستی		مدیریت وزن		ارجاع	

در گفتگو ها و مکالمات شخصی

از خودتان این سوال را بپرسید. چه کسی باید محصولات فوراور را استفاده کند؟ جواب واضح است: همه! از زمانی که هر شخصی بتواند از مزایای محصولات بهره ببرد، شما باید درباره محصولات با آن ها صحبت کنید. شما کجا اشخاص را ملاقات می کنید؟ همه جا، البته، چرا که نه!

این بدین معناست شما می توانید تجارتتان را به هر جایی که می روید و با هر کسی که ملاقات می کنید، بسازید.

مثال مکالمه :

" من نمی توانم کمک کنم (از نظر پزشکی) اما متوجه لک های روی دستت شدم. آیا زیاد تو را اذیت می کند؟ (جواب شخص) من یک محصولی رو می شناسم که شاید دوست داشته باشی راجع به آن بشنوی - چند دقیقه وقت داری؟" اگر شخص مورد نظر گفت:

"نه فکر نمی کنم علاقه ای داشته باشم"، در جوابش بگویید:

"بسیار عالی، لطفا کارت مرا بگیرید، چنانچه در آینده تصمیم گرفتید که راجع به آن صحبت کنیم با من تماس بگیرید، مطمئن هستم که می توانم به شما کمک کنم"

نکته: داشتن بیزنس کارت و سمپل (نمونه کوچک محصولات) از ابزار مورد نیاز و ضروری برای موفقیت شما در این کار است.

برای مثال، مکالمه دیگر:

" من ترکیب آلوئه ورا و انار (آلوئه توگو) را نوشیده ام و نمی توانم باور کنم که چقدر انرژی دارم "

"دوست داری همه ی انرژی که احتیاج داری را داشته باشی؟(جواب شخص) دلیل این که از تو پرسیدم، این است که من یک محصولی رو می شناسم که شاید دوست داشته باشی راجع به آن بشنوی - چند دقیقه وقت داری؟"

"آیا شخصی را می شناسی که احتیاج داشته باشد، وزن کم کند؟ چون من چیزهایی دارم که واقعا می تواند به افراد کمک کند."

هنگامی که علاقه و اشتیاق آن ها را جلب کردید، گفتگو را با در میان گذاشتن تجربیات خود از مصرف محصولات ادامه دهید. آن ها را تشویق کنید که محصولاتی را که دوست دارند، امتحان کنند.

"تو باید این را بگیری و امتحان کنی. تضمین می کنم که ناامید نخواهی شد."

سپس بیزنس کارت خود را به آن ها داده و پیشنهاد کنید که وب سایت شخصی تان یا کاتالوگ محصولات را برای سفارش دادن نگاه کنند.

نوع دیگر، به این شکل است که شما نتایج مصرف شخصی خود را با دیگران در میان می گذارید. با این روش، دیگر نیازی نیست که کاتالوگ را در دست بگیرید و تک تک محصولات را به دیگران توضیح دهید. برای مثال می خواهید تجربه شخصی خود را از استفاده کردن خمیر دندان آلوئه ورا برای دیگران بازگو کنید. بگویید: «دهانم خیلی آفت می زد. یک مدتی است از خمیردندانی استفاده می کنم که دیگر دهانم آفت نمی زند؛ چون خمیردندانم فلوراید ندارد و حاوی آلوئه ورا و پراپولیس است که باعث می شود زخم و آفت و این مسایل برطرف شود.» وقتی شما تجربیات شخصی خود را با شور و اشتیاق بیان می کنید، انگیزه ی خاصی در افراد ایجاد می شود. تاثیر این روش، به مراتب از حالتی که کاتالوگ در دست بگیرید و در مورد محصولات توضیح دهید، بیشتر است. می توانید فرد مورد نظر را به جلسات نمایش خانگی محصولات دعوت کنید.

نمایش خانگی محصولات

یکی از بهترین راه ها برای آن که مردم بدانند شما چه می کنید، آن است که گروهی از دوستان، خانواده، همکاران و همسایگان را به منزل خود دعوت کنید و در محیطی آرام پذیرای آن ها باشید. برای نمایش خانگی محصولات، هفته ای یک یا دو روز در ماه را(هر دو هفته یک بار)مشخص کنید. محصولات خود را در مدت زمان ۴۵ دقیقه تا یک ساعت به مهمان هایتان ارائه کنید. یک لیست از افراد، مثلا ۲۰ نفر را آماده کنید تا آن ها را برای نمایش خانگی محصولات دعوت نمایید. مردم از این که به خانه دیگران بروند لذت می برند. پیشنهاد ما آن است که این برنامه را در روز یا هنگام غروب هماهنگ کنید. بهتر است که حداقل ۵ نفر و حداکثر ۱۰ نفر در این جلسه حضور پیدا کنند. اگر می خواهید جلسه با ۵ نفر برگزار شود، باید ۸ نفر را دعوت کنید؛ چون تجربه نشان داده که بعضی از افراد با این که دعوت شما را قبول می کنند، اما در جلسه شرکت نمی نمایند. می توانید این افراد را تلفنی یا حتی حضوری دعوت کنید؛ بدین صورت که با آن ها تماس می گیرید یا حضوری ملاقاتشان می کنید و می گوئید :

«سلام... ، چطوری؟ واسه ... شب برنامه ی خاصی که نداری؟ عالیه. می خوام چندتا از دوستانم به صرفه یه جای و عصرونه دعوت کنم و یه تعدادی از محصولاتمونو بهشون معرفی کنم. خیلی دلم می خواد تو هم بهمون

ملحق شی». برای دعوت، ۲۴ ساعت قبل از برنامه تماس بگیرید و از حضور شخصی که دعوت می‌کنید مطمئن شوید. اگر فرد برای حضور در جلسه این هفته مشکل داشت، سعی کنید به طرف مقابل گزینه دهید تا حق انتخاب داشته باشد. بگویید: «شما هم می‌توانید این سه شنبه حضور داشته باشید یا این که برای جلسه آینده تشریف بیاورید». افرادی که دعوت شما را برای این هفته قبول نکردند و یا نیامدند، برای جلسات بعدی نمایش خانگی محصولات پیگیری کنید. یادتان باشد همه افراد نیازمند محصولات ما هستند.

در ابتدای جلسه از تک تک حاضران تشکر کنید و حتما داستان خود را بیان کنید. حامی خود را به طور کامل معرفی نمایید. نحوه معرفی و ارزش گذاری شما بسیار مهم است زیرا در میزان پذیرش افراد حاضر در جلسه و تصمیم گیری آن‌ها برای خریدن محصول، نقش مهمی دارد. وقتی اولین برنامه را ترتیب دادید، فراموش نکنید که تنها نیستید. حامی شما در آنجا حضور خواهد داشت تا در جلسه نمایش خانگی محصولات، کمکتان کند.

نمایش خانگی محصولات به سه بخش تقسیم می‌شود :

بخش اول: شامل نحوه آشنایی شما با محصولات، بیان تجربه شخصی خودتان از مصرف محصولات و ارزش گذاری حامیتان و نیز توضیح راجع به وضعیت تغذیه نامناسب و مصنوعی دنیای امروزی و اهمیت تغذیه مناسب، محصولات طبیعی، پرانرژی بودن، داشتن پوست و ظاهری خوش رنگ و طبیعی و تاثیراتی که این موارد بر روی سلامتی و طول عمر افراد می‌گذارد، است.

بخش دوم : دلایل خود را برای انتخاب محصولات فوراور بازگو نمایید. (دلایل را از روی پاورپوینت توضیح دهید) از روی کاتالوگ محصولات، از هر بخشی چند محصول را معرفی کنید ولی حتما ۳۰ محصول برتر (Top Thirty Products) را در خلال جلسه توضیح دهید و درباره آن‌ها صحبت کنید. در حین نمایش و معرفی محصولات، کد محصولات یا اسمشان را در کاتالوگ محصولات به مشتریان خود نشان دهید تا آن‌ها بتوانند علامت گذاری کنند و در صورت تمایل در انتهای جلسه سفارش دهند. هم چنین تجربه شخصیتان را از مصرف محصولات مورد علاقه تان بیان کنید. در این قسمت می‌توانید تست آلوئه ورا ژل یا امگا ۳ یا ویتامین سی و همین طور تاثیر ماسک پودر و اکتیواتور یا اسکراب... را به افراد حاضر در جلسه نشان دهید.

در زیر به بیان بعضی از دلایل انتخاب محصولات فوراور می‌پردازیم :

فوراور لیوینگ بزرگترین تولید کننده و توزیع کننده ی جهانی محصولات منحصر به فرد سلامتی و زیبایی برپایه آلوئه ورا و محصولات زنبور عسل است. دلایلی که باعث شده من فوراور لیوینگ را انتخاب کنم این است که :

۱- تمام مراحل تولید و توزیع محصول در مالکیت و کنترل کمپانی است. یعنی از تولید و حفظ و نگهداری کندو های زنبور عسل و کاشت ۵۰ میلیون گیاه آلوئه ورا در تگزاس و بزرگترین مزرعه آلوئه ورا در دنیا در جمهوری دومینیکن، تا برداشت محصول، حمل و نقل، تولید در کارخانه های آلوئه ورا آمریکا و فوراور نوتروسوتیکالز و توزیع در ۱۶۰ کشور دنیا، همه و همه در مالکیت و کنترل کمپانی فوراور است. این موضوع باعث می‌شود که به دلیل نبودن واسطه ها هم کیفیت محصولات حفظ شود و هم قیمت ها دچار تغییر و نوسان نگردد. یعنی شما این محصولات را با این قیمت و کیفیت در هیچ کجای دنیا نمی‌توانید بیابید.

۲- اخذ گواهی نامه های بین المللی، تأییدیه بر کیفیت بالا و استانداردهای جهانی محصولات فوراور است. گواهی نامه ی آی ای اس سی (IASC-) شورای بین المللی علوم آلوئه ورا - معتبرترین نهاد تخصصی در زمینه ی محصولات و مشتقات آلوئه وراست، محصولات فوراور اولین محصولات دارای تأییده IASC در دنیا هستند. گواهی نامه ی بین المللی کُشر (KOSHER)، گواهی نامه ی حلال، گلوتن فیری، پارابن فیری و کسب چند گواهی نامه ی دیگر...

۳- نکته دیگری که اکثر مصرف کنندگان از آن بی اطلاع هستند، این است که اگرچه دولت آمریکا استانداردهایی برای این صنعت دارد و فوراور نیز به این استانداردها پایبند است، اما فراتر از این استانداردهای دولتی، خود فوراور، اقدام به تدوین استانداردهایی بالاتر نموده است که مختص محصولات فوراور لیوینگ است. باید بدانید که پزشکان و دانشمندان فوراور، تمام وقت خود را صرف تولید محصولاتی با بالاترین کیفیت نموده و از موادی استفاده می کنند که عالیتترین است. بسیاری از مراحل که فوراور در فرایند تولید محصولات انجام می دهد، از جانب انجمن غذا و داروی ایالات متحده آمریکا (FDA) الزامی نیستند، بلکه استانداردهای خود فوراور آنها را به تبعیت از این مراحل وادار می کند؛ و هدف از پایبندی به این استانداردهای سختگیرانه آن است که مطمئن شوید محصولاتی که تولید می کنند، بهترین محصولات برای شما و توزیع کنندگان آنهاست.

۴- این محصولات آن قدر خوب هستند که نمی شود از آن ها صرف نظر کرد و تمام محصولات با ضمانت نامه ی ارجاع پول هستند. کیفیت محصولات ۱۰۰٪ تضمین شده است. در کشور هایی که دفتر نمایندگی فوراور وجود دارد، در صورت عدم رضایت مشتری، محصول تعویض یا پس گرفته می شود.

۵- علاوه بر کیفیت، عامل دیگری که فوراور را یک سر و گردن بالاتر از برندهای دیگر قرار می دهد، مقدار آلوئه ورا ی استفاده شده در محصولات است. اکثر مارک های تجاری موجود در بازار، محصولات خود را با فرمول های موجود درست کرده و در انتها چند قطره آلوئه ورا اضافه می کنند؛ در صورتی که کمپانی فوراور ساخت محصولاتش را با آلوئه ورا ی صد در صد تثبیت شده شروع کرده و سپس مخلوطی از مواد دیگر را اضافه می نماید. طبق مقررات ایالات متحده، برچسب های روی محصولات باید بالاترین مقدار مواد تشکیل دهنده را نشان دهد. شما می توانید این مورد را در اکثر محصولات فوراور (حتی شامپو، خمیردندان، صابون مایع و ...) مشاهده کنید که اولین و بیش ترین جزء تشکیل دهنده ی هر محصول، ژل خالص تثبیت شده ی آلوئه ورا است. پس آلوئه ورا ی ۱۰۰٪ تثبیت شده، ترکیب اصلی در اکثر محصولات فوراور می باشد. (اشاره کنید به برچسب یکی از محصولات مثل آلوئه ورا ژل).

۶- فوراور فقط از ژل داخلی برگ ها استفاده می کند؛ ابتدا با روش هایی منحصر به فرد و انحصاری خود فوراور، ژل داخلی برگ ها جدا می شود، سپس در مرحله ی تثبیت کردن، قدرت و خلوص ژل آلوئه ورا حفظ می گردد. این که ژل آلوئه ورا ی کمپانی فوراور در دنیا خاص است، به دلیل همین روش های خاص استخراج و فرمول ساخته شدن آن است که در اختیار کمپانی فوراور است. مانند آن که در دنیا کمپانی های زیادی هستند که نوشابه یا مرغ سوخاری تولید می کنند، ولی کوکا کولا یا مرغ سوخاری کی اف سی (KFC) از تمام مارک های تجاری مشابه، یک سر و گردن بالاتر هستند و این، به دلیل فرمول خاص و انحصاری است که در ساخت نوشابه و پودر سوخاری به کار می برند.

در طول فرآیند جداسازی ژل داخلی آلوئه ورا از پوشش برگ، ماده ای زرد رنگ و چسبنده به نام آلوئین وجود دارد که این ماده به دقت از فیله داخلی آلوئه ورا جدا شده. آلوئین ماده ای ملین است که در صنعت داروسازی استفاده می شود.

۷- یکی از ویژگی های مهم آلوئه ورا خاصیت جذب سموم می باشد؛ بنابراین اگر این گیاه در حین پرورش در معرض آلودگی های شهری و یا کودهای شیمیایی قرار گیرد، حتی می تواند برای سلامتی مضر باشد. به همین دلیل کمپانی فوراور نه تنها تمام گیاهان آلوئه ورا خود، بلکه تمام کندوها و زنبورهای عسل را در مناطقی که بیشترین فاصله را از آلودگی های شهری دارند، بدون استفاده از کودهای شیمیایی و آفت کش ها پرورش می دهد. چه در مزارع تگزاس و چه در مزارع جمهوری دومینیکن، از بزها و گوسفندها برای تولید کود طبیعی استفاده می شود البته بزها و گوسفندها در کنترل گیاهان هرزه نیز نقشی اساسی دارند. استفاده از این حیوانات، این امکان را می دهد تا بدون آن که ضرری به گیاهان وارد شود، یا ضرری متوجه محیط زیست باشد، کودهایی طبیعی برای گیاهان آلوئه ورا فراهم شود.

۸- « کارخانه آلوئه وراي آمریکا » در دالاس تگزاس، محل اصلي تمام عمليات توليد محصولات آلوئه وراي کمپانی فوراور لیوینگ است. این کارخانه سالیانه بیش از ۸ میلیون بشکه ژل آلوئه ورا تولید می کند و خیلی از خطوط تولید موفق محصولات آلوئه ورا در اینجا قرار دارد. این تجهیزات بی نظیر، مستلزم میلیون ها دلار سرمایه گذاری در زمینه های فناوری، آزمایشگاه تولید، واحدهای تحقیق و توسعه و نظیر آنها است و همین سرمایه گذاری هاست که تضمین می کند شرکت فوراور لیوینگ همیشه با کیفیت ترین محصولات دنیا را تولید نماید. کمپانی فوراور لیوینگ و آلوئه وراي آمریکا، تنها کمپانی مجتمع و یکپارچه در جهان است که انحصارا و به طور تخصصی بر روی آلوئه ورا کار می کند. فوراور لیوینگ برای تولید محصولات مکمل های غذایی، کارخانه ای به نام فوراور نوتروسوتیکالز با مساحت ۲۵ هزار متر مربع (۸۲۵۰۰ فوت مربع) دارد که مایه غبطه تمام شرکت های صنعتی در این عرصه است. فوراور نوتروسوتیکالز هر سال بیش از ۲ میلیارد قرص و کپسول، ۲۰ میلیون بطری، ۲ میلیون جعبه و ۵ میلیون پوند (معادل حدودا ۲۳۰۰ تن) مکمل های گیاهی، ویتامین، مواد معدنی، آمینو اسید، مواد غذایی، بیوفلاونوئید و پروتئین تولید می کند و هر محصولی که از این ساختمان خارج می شود، از بالاترین استانداردهای کیفی دنیا برخوردار است. فوراور نوتروسوتیکالز مثل یک رستوران خوب عمل می کند که مشتری می تواند از جایی که نشسته، سرآشپز و آشپزخانه اوپن آن را ببیند. مایه افتخار است که تمام پنجره های کارخانه به گونه ای طراحی شده که هر کس مایل باشد، می تواند بیاید و از نزدیک، و جب به جب کارخانه و تاسیساتش را مشاهده کند تا اطمینان یابد که از بهترین مواد خام برای تولید محصولات استفاده می شود.

و

بعد از بازگو کردن دلایلتان سی دی مزرعه تا محصولات (خاک تا خانه) را نمایش دهید. سپس بگویید :

اجازه دهید بعضی از محصولات پرفروش و همین طور مورد علاقه ی خودم را برایتان توضیح دهم، هم چنین هر سوال احتمالی که داشتید را پاسخ می دهم ...

بخش سوم: محصولات را دست به دست بچرخانید تا همه آنها را امتحان کنند. از مهمان هایتان سوال کنید که آیا دوست دارند که سفارش دهند. کامپیوتر یا فرم سفارش کنارتان باشد. پس سعی کنید آن ها را به عنوان اولین مشتری های خود ثبت نام کنید و سفارش های آن ها را حتما همان لحظه یادداشت کنید. سفارش ها و مبالغشان را حضوری و نقدی از آن ها بگیرید. به خاطر داشته باشید که افراد با احتمال بیشتری از محصولات استفاده می کنند اگر هزینه آن را پرداخت کرده باشند. پس قطعا هزینه ی محصولات را بر اساس قیمت های خرده فروشی بگیرید. به افرادی که هنوز دودل یا مردد هستند، آدرس وب سایت شخصی خود یا سی دی و کاتالوگ محصولات را بدهید و از آن ها بخواهید اگر مایل هستند در جلسات بعدی شرکت کنند و یا اگر افرادی را می شناسند که به این محصولات احتیاج دارند، به شما معرفی کنند. برای مثال آیا شخصی را سراغ دارند که از اضافه وزن زیاد رنج می برد یا مشکلات گوارشی، ناراحتی های پوستی، خشکی مفاصل یا.... دارد. اگر باز هم مایل نبودند، اصلا اصرار نکنید و از آن ها به خاطر شرکت در جلسه تشکر نمایید.

تذکر:

با کسانی که به فرصت درآمدزایی فوراور توجه و علاقه بیشتری نشان می دهند، قرار ملاقات بگذارید. این نکته را به یاد داشته باشید که بسیاری از برترین توزیع کنندگان فوراور در همین جلسات معرفی محصولات به کمپانی فوراور پیوسته اند. پس هیچ فرصتی را از دست ندهید.

ارجاع دادن :

اشخاصی که نتایج خوبی از مصرف محصولات ما گرفته اند، می توانند یک منبع عظیم از آدم های جدیدی باشند که شما می توانید محصولات را به آن ها معرفی نمایید. کلید باز کردن این منبع، پرسیدن یک سوال ساده است:

"آیا کسی را می شناسید که بتواند از محصولات ما بهره مند شود؟" محصولات ما به طرز چشمگیری، مصرفی هستند و تاثیر آن ها سریع و قابل توجه بوده و این مزیت بزرگی برای شما است. چون زمانی که دوستان شما، آن ها را مصرف می کنند، بیشتر خواهان آن می شوند. فقط مطمئن باشید که مرتبا با آن ها در تماس هستید.

با آنها تماس بگیرید و چیزهایی شبیه این را بگویید :

"من دارم سفارش محصولات خودم را انجام می دهم و نخواستم که از شما صرف نظر کنم. آیا چیزی هست که به آن احتیاج داشته باشین؟"

"می دانم که تو چقدر آلوئه ورا ژل را دوست داری. فکر می کنم عاشق سرم سونیای ما خواهی شد، این محصول هم بر پایه آلوئه ورا است و بهترین چیزی است که می توانی بر روی پوستت قرار دهی. دوست داری یک مقدار امتحان کنی؟"

برای این که بتوانید هر ما ۴ سی سی را انجام دهید، احتیاج به یک سری مشتری ثابت دارید. سعی کنید که در هر مقطعی مشتریان ثابت خود را تا ۲۰ یا ۳۰ نفر گسترش دهید. مهمترین مساله برای پایدار بودن این مشتری ها، این است که آن ها را به طور منظم پیگیری نمایید و برایشان زمان بگذارید.

یک دفترچه داشته باشید و نام مشتری ها، تاریخ خرید و نوع محصولاتی را که استفاده می کنند، در آن بنویسید. با توجه به نوع محصولات احتمالا می دانید چه زمانی تمام می شوند، به طور مرتب و منظم با آنها در تماس باشید. در طی این تماس ها و ملاقات ها باید مطمئن شوید آنها محصولات را مصرف می کنند و علاوه بر این به صورت درست و صحیح استفاده می کنند تا مبدا به دلیل عدم مصرف صحیح، ناراضی باشند. از آنها بخواهید که اگر سوال و ابهامی دارند، بپرسند، تجربه های شخصی تان را از محصولاتی که آنها خریده اند، برایشان بیان کنید. این کار باعث می شود که تصمیمشان برای سفارش دوباره محصول تقویت شود. یکی از دلایل این پیگیری ها این است که مشتری های شما بدانند که شما به اندازه کافی مراقب آنها هستید و برایشان زمان می گذارید تا هنگامی که مطمئن شوید آنها از خریدشان راضی و شاد هستند. همچنین می توانید از آن ها دعوت کنید که اگر تمایل دارند، برای آشنایی با سایر محصولات در نمایش خانگی محصولات شرکت کنند. بسیار مهم است که بتوانید مشتری ها را کم کم با تمام محصولات آشنا کنید. سعی کنید محصولات مورد نیاز هر مشتری را مرحله به مرحله به او معرفی کنید.

الف ال پی ۳۶۰ و ارسال ویدئو

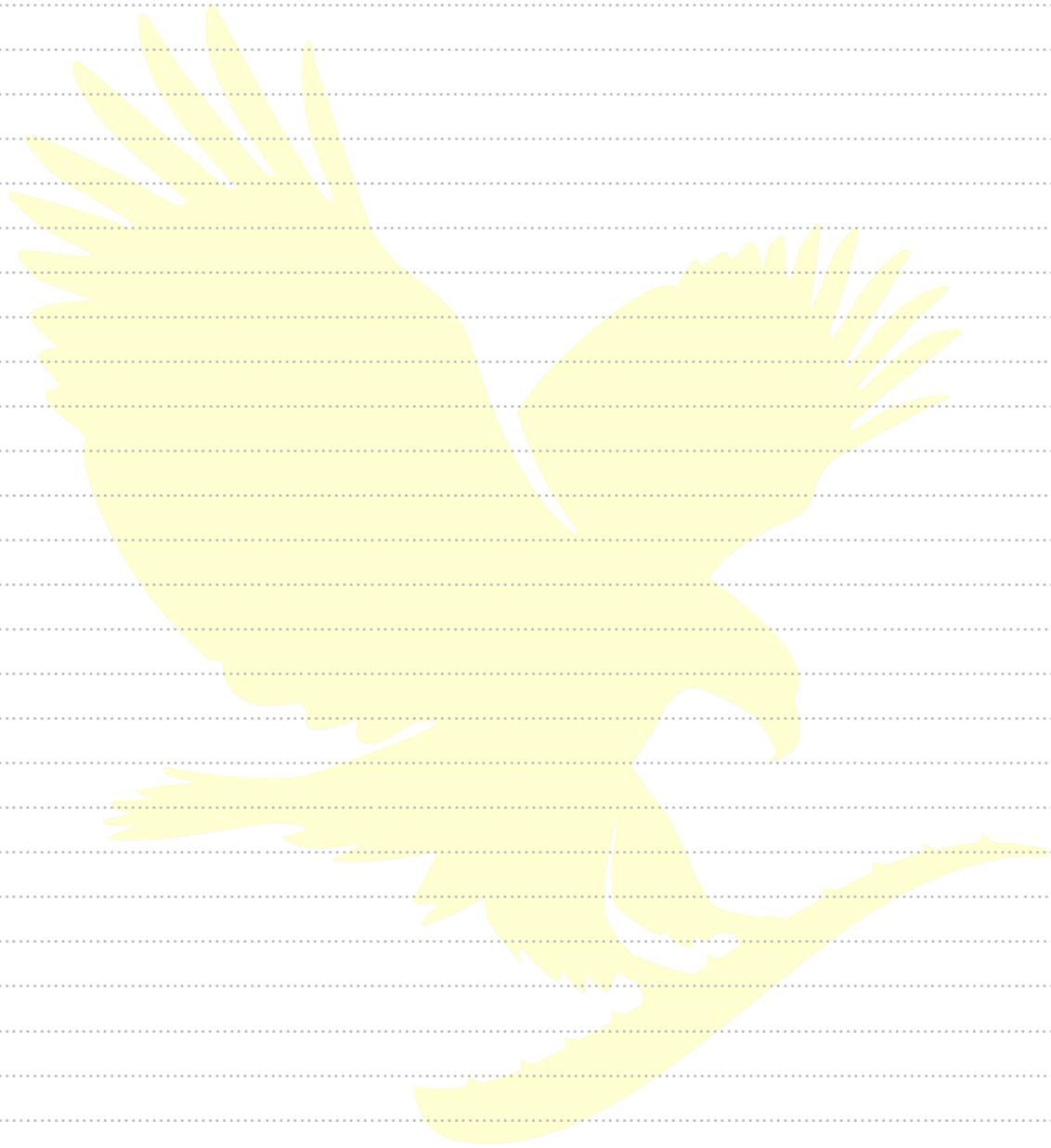
این یک ابزار ساده قابل استفاده است که به شما اجازه می دهد، هم از طریق وبسایت فوراور محصولات را بفروشید و هم این که تا ۲۰ سطح از توزیع کنندگان خود را مشاهده کنید (برای دریافت اطلاعات بیشتر با دفتر نمایندگی فوراور تماس بگیرید). می توانید یک یا دو محصول را به طور کامل از طریق ایمیل تبلیغ نمایید. سعی نکنید حجم زیادی از محصولات را از طریق ایمیل تبلیغ کنید؛ زیرا افراد سر در گم می شوند و نمی توانند به راحتی در مورد محصولات تصمیم بگیرند. همیشه متمرکز عمل کنید و محصولات را دسته بندی نمایید؛ همچنین از مشتریان خود بپرسید آیا تمایل دارند همیشه این مدل ایمیل ها را از شما دریافت کنند یا خیر؟

یکی دیگر از کارهایی که می توانید انجام دهید، این است که اطلاعات به روز در مورد محصولات را به مشتری هایتان منتقل کنید. این کار از طریق ایمیل یا آپدیت کردن سایت یا به صورت حضوری و یا با بروشورها و کاتالوگ هایی که شامل محصولات جدید هستند، امکان پذیر است. می توانید بروشور یا تراکتی تک برگی راجع به یک محصول (مثلا امگا ۳ یا فریدم) را از دفتر نمایندگی یا خودتان تهیه کنید و روی آن تلفن و ایمیل خود را بنویسید و آن را به مشتری ها یا افراد مورد نظر خود بدهید.

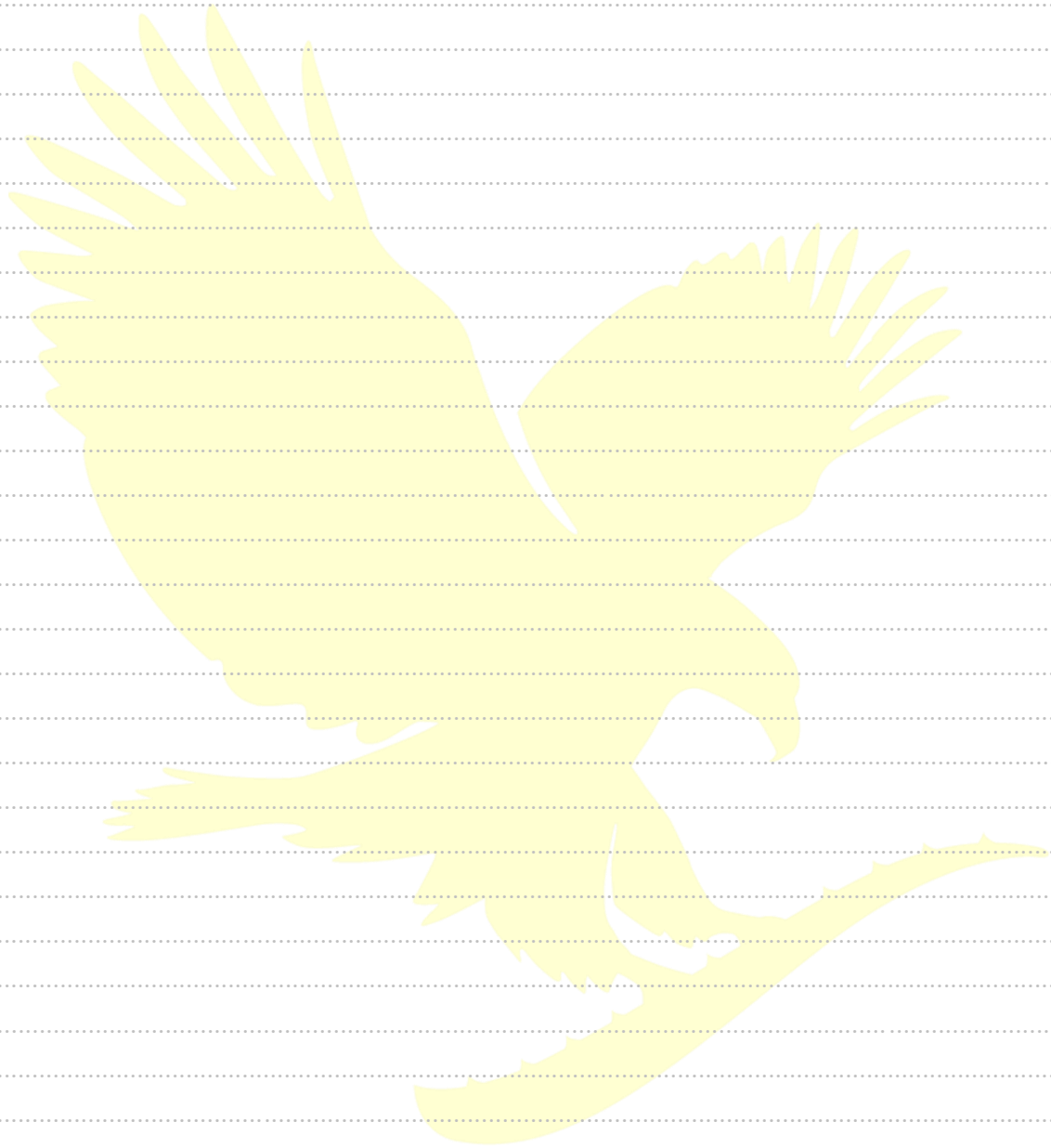
فروش از طریق آگهی در روزنامه و مجله

قبل از آگهی دادن، حتما متن آگهی را توسط حامی و دفتر نمایندگی تایید نمایید. خیلی تخصصی در مورد محصول تبلیغ نکنید. متن تبلیغاتی می تواند در مورد فرصت درآمدزایی هم باشد.

تذکر مهم: مشتریان خود را از افرادی انتخاب کنید که علاقه ندارند در کسب و کار شما شرکت کنند؛ همیشه به مشتریان ثابت خود که سفارش بالایی دارند بگویید که می توانند از طریق این محصولات، درآمد کسب کنند و اگر مایل بودند، قرار یک جلسه پرزنت را با آن ها هماهنگ کنید.



FOREVER®



FOREVER®

۳ - جذب توزیع کننده جدید

حامی توزیع کننده جدید شدن، یعنی فرد جدیدی را به نسل اول خود اضافه می کنید. هر چقدر تعداد توزیع کننده های مستقیم شما بیشتر باشند، امکان موفقیت و دست یابی شما به عنوان های شغلی بالاتر بیشتر می شود. سازمان خود را هم به لحاظ عرض و پهنا و هم از لحاظ عمق قوی سازید تا هم به استقلال مالی برسید و هم امنیت مالی داشته باشید. اگر شما فقط یک بازو داشته باشید و یا چند بازو- اما یکی، دو بازویتان به عمق رفته باشد - خطرناک است! آن وقت اگر چند نفر از بهترین توزیع کنندگانتان از کار خارج شوند، چه می کنید؟ ناچارید که دوباره از صفر شروع کنید. پس بهتر است که هر هفته حامی توزیع کننده جدیدی شوید، زیرا مجبورید که به او آموزش دهید و این امر باعث می شود که هم عرض سازمانتان زیاد شود و هم به وسیله آموزش دادن توزیع کنندگان جدید، عمقی قوی بسازید. علاوه بر آن همیشه با کار درگیر هستید و به اصطلاح «روی دور موفقیت» می افتید. زیرا نه تنها موفقیت یک عادت است، بلکه موفقیت از موفقیت زاده می شود. سعی کنید هر هفته توزیع کننده جدید جذب کنید. برای جذب توزیع کننده جدید در ابتدا باید لیستی از افراد تهیه کنید.

لیست تماس ۱۰۰ نفره (+۱۰۰)

لیستی از افراد مورد نظر خود تهیه کنید. نمونه ای از فرم لیست تماس در انتهای این جزوه آمده است. افرادی که اعتماد زیادی به شما دارند مانند اعضا خانواده، بستگان، دوستان و فامیل را درگروه بازار گرم و افراد غریبه و کسانی که هر روز با آنها آشنا می شوید را در لیست بازار سرد قرار دهید. برای جذب توزیع کننده جدید، ابتدا کار را با افراد بازار گرم خود شروع کنید و سپس به سراغ افراد بازار سرد بروید. همچنین می توانید از میان مشتری ها و مصرف کنندگان محصولات، افرادی که سفارشات بالایی (بیش از مصرف شخصی) دارند یا به کسب و کار علاقه نشان می دهند یا به دنبال یک درآمد اضافه ماهیانه هستند را عضو کنید. مثلاً مشتری شما بعد از چند بار سفارش محصولات از شما درخواست تخفیف می کند؛ یا همان ابتدا می توانید به افراد مشتاق و باانگیزه پیشنهاد دهید که می توانند یکی از توزیع کنندگان کمپانی فوراور باشند که هم تخفیف بگیرند و هم در کنار مصرف شخصی محصولات، پتانسیل درآمدزایی برایشان وجود دارد.

یادتان باشد هر اسمی در لیست تماس ۱۰۰ نفره شما یک مشتری بالقوه یا توزیع کننده بالقوه است و یا کسی است که می تواند بگوید «فعلاً نه!» اما اگر از او بخواهید، می تواند اشخاص دیگری را به شما معرفی نماید. در انتهای همین جزوه (بخش پیوست ها) لیستی بابت تقویت حافظه وجود دارد که به شما در نوشتن لیست ۱۰۰ نفره کمک می کند.

دعوت :

سخت نگیرید. ما فقط و فقط می خواهیم افراد را دعوت کنیم؛ نه این که کار را به آنها ارایه دهیم. معرفی فرصت درآمدزایی یا پرزنت مرحله بعد از دعوت است. سعی کنید مختصر صحبت کنید و هیجان زده باشید، به این فکر کنید که « این کار چه سود و منفعتی برای مخاطب دارد. » هدفتان را فراموش نکنید. برای صحبت کردن درباره فوراور، راه‌های بسیار زیادی وجود دارد. می‌توانید مطلب مورد نظر را ایمیل کنید، پیامک بزنید، از طریق شبکه های اجتماعی صحبت کنید، به صورت حضوری در دانشگاه یا محل کار حرف بزنید و غیره....

اما تجربه نشان داده که بهترین راه، آن است که گوشی تلفن را بردارید و با طرف مورد نظر، به صورت تلفنی گپ بزنید.

در این روش، مخاطب‌تان می‌تواند هیجان شما را از پشت گوشی تلفن بشنود و حس کند، و این هیجان، به صورت مسری منتقل می‌شود. در این تماس، اهمیتی ندارد که شما یک کارشناس فروش خبره و زیرک باشید و از واژه‌های مناسب استفاده کنید، بلکه آن چه اهمیت دارد این است که ...

بگذارید مردم، هیجان و ذوق زندگی شما را بشنوند و حس کنند...

و بفهمند که شما چه چیزی پیدا کرده‌اید و آن چیز، چه منفعتی برایتان دارد. بسیار مهم است که در هنگام تماس، بدانید که هدفتان چیست. آیا هدفتان ترتیب دادن یک قرار حضوری دو نفره است؟ یا هدف، ارسال اطلاعات از طریق پست یا ایمیل است؟ یا می‌خواهید لینک یک ویدیوی آنلاین که حاوی نمایش محصولات است را برای مخاطب ارسال نمایید؟ یا این که او را برای جلسه نمایش محصولات دعوت کنید؟ قبل از تماس، برای خود روشن سازید که چه هدفی از آن تماس را دنبال می‌کنید.

موارد زیر نمونه‌هایی ساده هستند که می‌توانید برای دعوت کردن افراد از آن‌ها استفاده کنید :

شروع

سلام سام. استیو هستم. چطوری؟

بد موقع که زنگ نزدم؟ به لحظه وقت داری؟ عالی.

ادامه

دعوت با توجه به شخصیت یا صفات فرد

«به این خاطر باهات تماس گرفتم سام، که بگم من تازگی یه فرصت عالی رو به دست آوردم که مطمئنم همه آدمای موفق، پر دل و جرات و روشنفکر، جذبش می‌شن. واسه همین فوری یاد تو افتادم.»

نقطه‌ی تحریک

«یادم میاد بهم گفته بودی از کاری که الان داری، راضی نیستی. هنوزم همون کار رو داری؟»

دعوت با توجه به ارزش کمک اشخاص یا دیدگاهی که دیگران ارائه می‌کنند :

«من کسب و کاری رو شروع کردم که واقعا ازش هیجان زده‌ام و فکر کردم بد نیست مستقیماً با تو هم مطرحش کنم. این کاری که می‌گم، پتانسیل خیلی زیادی داره و با خودم گفتم شاید تو هم بتونی کمک کنی. با تجربه و سابقه‌ای که تو داری، واقعا قدر کمکی که می‌کنی و نظراتی که میدی رو می‌دونم. می‌شه یه نگاهی به کارم بندازی؟»

دعوت با توجه به رویکرد فرصت درآمدزایی

«می‌شه یه سوالی ازت بپرسم؟ اگه من یه شرکتی پیدا کرده باشم که توی بازار، هیچ رقیبی نداشته باشه، همین طور توی حوزه‌ی فعالیت خودش، ترکونده باشه، سودش نقدی و بدون مالیات و عوارض باشه و من و تو بتونیم توش بدون هیچ ریسکی موفق بشیم، تمایل پیدا نمی‌کنی که ازش سر در بیاری و یه نگاهی بهش بندازی؟»

تمام کردن و جمع بندی دعوت

«واضحه که من نمی‌دونم این کار به درد تو می‌خوره یا نه، فقط خودت در این مورد می‌تونی تصمیم بگیری. اجازه بده یه ملاقات با هم داشته باشیم و بهت نشون بدم این کسب و کار جدید، چیه. من خودم دوشنبه یا سه شنبه وقتم آزاده. واسه تو کدومش بهتره؟»

یا

«یه نگاهی به ویدئوی آنلاینمون یا سی دی «رویای شما، برنامه ی ما» بنداز تا با شرکتی که می‌گم، آشنا بشی و ببینی محصولاتش چیا هستن و روش بازاریابیش چقدر موثره، کی وقت داری تماشاش کنی؟ اوکی. پس من جمعه ساعت شیش و نیم عصر باهات تماس می‌گیرم تا در موردش با هم صحبت کنیم.»

تذکر بسیار مهم :

به هیچ وجه، به هیچ وجه و به هیچ وجه از پشت تلفن توضیحی در مورد نحوه درآمد زایی کمپانی ندهید و فقط و فقط هر چه سریعتر قرار یک جلسه را با او هماهنگ کنید و مکالمه تلفنی خود را تمام نمایید؛ خیلی از دوستان از فرط هیجان و اشتیاق حاصل از درآمدزایی کمپانی و یا تجربه استفاده از محصولات سعی می‌کنند که راجع به پلن درآمدزایی برای دوستانشان توضیح دهند و چون اطلاعات کافی ندارند، در برابر اولین سوالات دوستان خود، عملاً نمی‌توانند جواب‌های قانع کننده‌ای بدهند و در نتیجه دلسرد و مایوس می‌شوند. زمانی که شما قادر به دفاع کردن از کار خود نباشید، برای دوست شما این باور به وجود می‌آید که این ضعف‌ها در خود کمپانی یا کار شما وجود دارد؛ در صورتی که این ضعف اطلاعاتی شماست نه چیز دیگری. وظیفه شما در ابتدای امر فقط درست دعوت کردن (ندادن هیچ گونه آگاهی) به دوستانتان است و معرفی کردن را به عهده‌ی افرادی بگذارید که قادر به معرفی کردن کار هستند. این را بدانید و بپذیرید که اولین عامل شکست تحت تاثیر قرار گرفتن حرف مردمی است که خودشان نمی‌دانند در مورد چه چیزی صحبت می‌کنند و دومین عامل شکست، گوش نکردن به حرف افرادی مثل معرف و یا پرزنتورهای تیمتان است که می‌دانند راجع به چه چیزی صحبت می‌کنند.

استفاده از داستان برای برقراری یک تماس اثرگذار

در ادامه، شیوه‌های متعدد و مختلفی را برای درگیر کردن ذهن مخاطبان بیان می‌کنیم. از بین آن‌ها، بهترین و مناسب‌ترین روش را انتخاب کنید.

۵	<ul style="list-style-type: none">➤ مطمئن نیستم این کار مناسب تو باشه، اما می‌دونم که می‌تونه باعث ... بشه (جای خالی را با مزایایی که این کسب و کار برای آن شخص دارد، پر کنید. مثلا: درآمد بیشتر، آزادی زمانی و مالی به صورت هم زمان، تعادل بیشتر در زندگی، وقت آزاد بیشتر)	۱	<ul style="list-style-type: none">➤ سلام. بد موقع زنگ نزدم؟➤ سلام. یه دقیقه وقت داری؟➤ سلام. می‌تونم یه دقیقه از وقتتو به من بدم؟
۶	<ul style="list-style-type: none">➤ توی این مرحله، تنها کاری که می‌خوام بکنم، اینه که اطلاعاتی رو با تو در میون بذارم تا ببینی چیزیش به درد تو می‌خوره یا نه.➤ تنها کاری که می‌خوام بکنم اینه که یه سری اطلاعات در اختیارت بذارم تا ببینی چیزش مناسب تو هست یا نه.➤ ببین، فقط می‌خوام یه نگاهی به اطلاعاتی که میدم بندازی و ببینی چیزیش به دردت می‌خوره یا نه.	۲	<ul style="list-style-type: none">➤ یه ایده دارم که می‌خوام باهات در میون بذارم.➤ تازگی یه کاری رو با یه کمپانی عالی شروع کردم و می‌خوام تو رو هم در جریان بذارم.➤ تازگی یه کسب و کاری راه انداختم و می‌خوامم به تو هم اطلاعاتی در موردش بدم.
۷	<p>کاری که می‌خوام بکنم اینه که:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ با هم یه قهوه بخوریم و من اطلاعاتی که دارم رو بهت نشون بدم. فقط نیم ساعت وقتتو می‌گیره.➤ یه ۲۰ دقیقه وقت بذاریم و تلفنی با هم حرف بزنیم تا اطلاعاتی که دارم رو بهت بدم.➤ آدرس یه وبسایت رو بهت بدم تا یه نگاهی بندازی و فیلمی که آنلاین توی وبسایت گذاشتم رو ببینی.➤ یه دی‌وی‌دی برات می‌فرستم تا یه نگاهی بهش بندازی.	۳	<ul style="list-style-type: none">➤ مطمئن نیستم که این کار به دردت می‌خوره (-حس عدم نیاز)➤ مطمئن نیستم که راه موفقیت همینه (-حس عدم نیاز)➤ مطمئن نیستم که این کار مناسب تو باشه (-حس عدم نیاز)
		۴	<ul style="list-style-type: none">➤ تو به ذهنم رسیدی چون تو یه آدم ... هستی (جای خالی را با خصلت‌ها و ویژگی‌هایی شخص پر کنید. مثلا: آینده نگر، روشنفکر، خوش برخورد)

به این نکته توجه داشته باشید که باید خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان‌تان را بدانید تا نتیجه‌ی بهتری بگیرید.

پاسخ‌دهی به سوالات

پرسش رایج: «حالا این محصول / کسب و کار، چی هست؟»

پاسخ شما: دو سه مورد از موارد زیر را برای پاسخ دادن انتخاب کنید:

- «ما به بیزینس جهانی ۳ میلیارد دلاری داریم و توی ۱۶۰ کشور مختلف جهان تجارت می‌کنیم.»
- «بیزینس ما به کار ریشه‌دار با سابقه‌ی بیش از ۴۰ سال فعالیتیه که درآمدش کاملا نقده و هیچ عوارض و مالیاتی شاملش نمی‌شه.»
- «فقط در منطقه خاورمیانه، گردش مالی ما بالای ۴۱ میلیون درهم می‌شه.»
- «ما در حوزه سلامتی کار می‌کنیم و بیزینسمون به شدت در حال رونقه.»
- «اسم شرکت، فوراوره. تا حالا اسم این شرکت رو نشنیدی؟»
- «ما در کشور امارات، بزرگ‌ترین واردکننده محصولات غذایی و بهداشتی هستیم و بزرگ‌ترین شرکت فروش به حساب میایم.»

کاری که باید بکنیم، اینه که به یه قراری با هم بذاریم تا من بتونم به سری اطلاعات بهت بدم. چه روزی واسه تو مناسب تره؟ یه کار دیگه هم که می‌شه کرد، اینه که لینک به سری اطلاعات آنلاین که مربوط به وب سایت گروه مون هست رو در اختیار بذارم. لینکش اینه:

www.youraddress.com

اگر مخاطبتان سوالات بیشتری داشت :

داستان خود را برای او توضیح دهید و بگویید چطور وارد این حوزه شدید و در شرکت فوراور چه دیدید که جذب این شرکت شدید.

سوالات رایج دیگر :

- «کار فروشه؟»
- «این کار، فروش هرمیه؟»
- «این کار، بازاریابی شبکه‌ای/چند سطحی (MLM) است؟»
- «این کار شبیه کار شرکت آموی / هربا لایف / کلی نر و امثالهم نیست؟»

پاسخ شما :

«جالبه. چی باعث شد همچین سوالی بپرسی؟» ... و بعد به پاسخی که مخاطب می‌دهد، گوش می‌کنید. پاسخ شما : «کاملا می‌فهمم که چه حسی داری؛ من هم دقیقا همین حس رو داشتم، اما فهمیدم که.....»

(FEEL/ FELT / FOUND)

اجازه بده همدیگه رو ببینیم تا مفصل بهت توضیح بدم که این کار چیه. دوشنبه واست بهتره یا سه شنبه؟» (گزینه دادن)

پرزنت :

پرزنت یا معرفی فرصت تجاری را با نمایش محصولات اشتباه نگیرید. هدف از نمایش محصولات ، فروش کالاها به مشتریان نهایی است؛ در حالی که هدف از پرزنت، حمایت یک شخص جدید و متقاعد کردن او به خرید بسته ی محصولات و شروع فعالیت تجاری است. این موضوع به شما این فرصت را می دهد که فرصت تجاری FLP را به افراد لیست خود توضیح دهید و حامی آن ها به عنوان اعضاء تیم شوید. اگر به صورت پاره وقت کار می کنید، باید دست کم در هر هفته ۳ تا ۵ جلسه معرفی برگزار کنید. اگر تمام وقت هستید، این تعداد را حداقل باید به دو برابر افزایش دهید. سعی کنید نحوه معرفی کار(پرزنت) را به خوبی یاد بگیرید. در ابتدای کار از آنجا که هنوز تبحر کافی پیدا نکرده اید، از حامی یا منیجر تیم بخواهید که افراد مورد نظر شما را پرزنت کند.

بهتر است آقایان یا خانم های متاهل را همراه با همسرانشان به صورت دو نفری پرزنت کنید و هم چنین افرادی که استقلال مالی ندارند و به پدر یا مادر و یا شخص دیگری متکی هستند، باید حتما همراه آنها پرزنت شوند.

بهترین مکان پرزنت در خانه ی معرّف می باشد و بدترین مکان در خانه خود شخص. وقتی شما جلسه پرزنت را در خانه یا محل کار خود شخص برگزار می کنید، دوست شما کاملا از نظر روحی بر شما مسلط است و حتی می تواند صحبت های پرزنت را قطع کند و یا برای پذیرایی یا جواب دادن به تلفن و ... جلسه را ترك کند.

در مورد شرایط مکان برگزاری جلسه پرزنت لازم است که در يك اتاق و یا محلي از خانه برگزار گردد که هیچ رفت و آمدی و هیچ صدای اضافی و برهم زنده نظم مانند صدای تلفن، تلویزیون، صدای بچه، صدای آشپزخانه و وجود نداشته باشد تا تمرکز حاضران را از بین ببرد.

یکی از موارد مهم دیگر تعداد افراد جدیدی است که شما قصد پرزنت کردن آنها را دارید. بهترین نوع پرزنت، تك به تك است. زمانی که شما پرزنت را برای چندین نفر برگزار می کنید، اگر شخصی در میان این افراد منفی باشد، می تواند بر روی بقیه افراد هم تاثیر نامطلوبی بگذارد و در نهایت اگر جلسه پرزنت بنا به هر دلیلی به هم بخورد یا برگزار نشود مثلا برای پرزنت مشکلی پیش بیاید، به جای از دست دادن یک نفر چند نفر را از دست می دهید.

شما به عنوان معرف دوستتان باید در هنگام شروع جلسه پرزنت موبایل خود را در حالت سکوت (Silent) قرار داده و از دوست خود بخواهید که این کار را انجام دهد. توجه کنید که این کار فقط وظیفه شماست و اگر برگزار کننده جلسه یا پشتیبان شما این درخواست را از دوستتان بکند ، تاثیر مطلوبی ندارد و دوست شما حتما ناراحت می شود.

دقت کنید تا زمانی که شما کار را جدی نگیرید، افراد حتی شما را هم جدی نمی گیرند.

به هیچ عنوان و به هیچ عنوان تا زمان پایان جلسه پرزنت (گفتن جمله ی "موفق باشید" توسط پرزنت) سخنان پرزنت را قطع نکنید. سعی نکنید که توضیحات اضافی یا تکمیلی دهید زیرا با این کار علاوه بر این که تمرکز حاضران را برهم می زنید، این ذهنیت را برای شخص به وجود می آورید که در يك جمعی قرار گرفته که هر کس سعی می کند او را قانع کند تا حتما وارد شود(عضو شود)

بعد از اتمام جلسه ی پرزنت ، وظیفه شما به عنوان معرّف دوستتان، گفتن دو جمله ی زیر است. دقت کنید که این جملات حتما باید توسط خود شما (معرف) با لحنی **عامیانه و روزانه** به دوستتان گفته شود نه پرزنت

یا حاضرین دیگر در جلسه. طوری که شخص فکر نکند که شما این جملات را فقط حفظ کرده اید بلکه می‌خواهید او را راهنمایی کنید و تجربه ای را به او منتقل کنید. به او بگویید :

"چند تا مورد است که لازم میدونم بهت بگم چون مطمئن هستم در تصمیم گیریت برای ملحق شدن به فوراور موثره"

نکته اول اینکه همانطور که دیدی، هدف ما معرفی دسته ای از محصولات با کیفیت و ارزشمند آمریکاییه که نمونه ش را در بازار نمیتونی پیدا کنی. ما به همه افراد پیشنهاد میدیم که قبل از شروع بیزینس فوراور یا معرفی محصولات به دیگران ابتدا خودشون محصولات را امتحان کنند و اگر راضی بودند به بقیه معرفی کنند. یعنی ما به محصولات خودمون اعتقاد داریم که بهترین هستند. به همین دلیل است که فوراور با کمپانی های دیگه ای که هدفشون فقط جذب آدمهاست و اصولا محصول ارزشمندی را که خودشون تولید کننده آن باشند، ندارند، متفاوت. فوراور نه تنها خودش تولید کننده محصولات؛ بلکه مواد اولیه برای تولید -منظورم همان ژل خالص آلوئه ورا- را هم خودش تولید می‌کنه.

مورد بعدی اینه که وقتی شما خودت عضو فوراور میشی علاوه براینکه در ابتدا مثل خود من محصولات رو با تخفیف ۱۵ درصد می گیری بلکه طبق سیستم آموزشی و حمایتی که داریم بهت کمک می کنیم ۳۵ درصدی بشی و بعد هم واجد شرایط تخفیف های بالاتر... علاوه بر این چون خودت دارای کد عضویت می شی، تمام امتیازهای خرید و فروش محصولات، معرفی توزیع کنندگان جدید و ساختن سازمان فروش به اسم خودت ثبت میشه و واجد شرایط پورسانت های گروهی، مسافرت های رایگان، پلن های تشویقی و آفرهای محصولات که هر ماه توسط دفتر امارات ارائه می‌شود، میشی و در تمام این مراحل، من و اعضای تیم طبق سیستم آموزشی و حمایتی که داریم، به تو کمک می کنیم که این اتفاقات خوب برای تو هم رخ بده و همیشه کنارت هستیم.

پیگیری :

یادتان باشد برای جذب توزیع کننده جدید باید افراد را پیگیری کنید. بدون پیگیری، هیچ پول به درد بخوری از بازاریابی شبکه ای نصیبتان نمی شود. بسیاری از افراد تنها به دلیل پیش داوری کردن، یکبار با فرد مورد نظر صحبت می کنند، ناامید می شوند و دیگر سراغ او نمی روند. در بازاریابی شبکه ای، آنچه توزیع کنندگان را از سیاهی لشکرها جدا می کند، فقط و فقط پیگیری کردن است. در یک کلام همان طور که ذکر شد، بدون پیگیری ، هیچ پول به درد بخوری از بازاریابی شبکه ای نصیبتان نمی شود. برای پیگیری می توانید از سی دی (رویای شما - برنامه ما) استفاده کنید و بعد از پرزنت، سی دی را به فرد مورد نظر بدهید تا ببیند.

FOREVER® آموزش و حمایت :

اگر شخصی به عنوان توزیع کننده جدید عضو شد و مایل بود که بر روی برنامه درآمدزایی فوراور فعالیت کند، از او بخواهید که این متن را با دقت بخواند و در جلسات آموزشی شرکت کند. اعضای جدید پس از ملحق شدن به فوراور، هیجان زده، مشتاق و علاقمند به کار هستند. اما اگر فوراً کار را شروع نکنند، ممکن است این عشق آتشین یک شبه سرد شود. برای همین آموزش هر شخص نهایتاً باید ۴۸ ساعت بعد از ورودش شروع

شود و شما به عنوان حامی و معرف این شخص برای خواندن و تفهیم این متن آموزشی، باید در کنار او و همراه او باشید. آموزش و حمایت در کار ما به معنی راهنمایی و همراهی کردن است.

اگر می‌خواهید سازمانی از توزیع کنندگان خود انگیزه کارفرما و مشتریان وفادار داشته باشید، سعی کنید بعد از جذب توزیع کننده جدید، همین آموزش‌ها را به درستی به او منتقل کنید. داشتن یک سیستم آموزشی واحد و پیروی کردن از آن باعث به وجود آمدن سازمانی متشکل از توزیع کنندگان فعال می‌شود و همچنین کلید دستیابی به درآمد مازاد و ثروت همیشگی است. آموزش، ضامن بقای سازمان شماست و درآمد اضافی مادام‌العمر برایتان به ارمغان می‌آورد.

نتورک‌های کارکشته خوب می‌دانند که «حمایت» در چند ساعت یا در چند هفته رخ نمی‌دهد. حمایت (راهنمایی و همراهی) مستلزم ماه‌ها کار مداوم با یک زیرمجموعه و ایجاد رابطه مناسب با اوست. چنین زحمتی باعث ایجاد اعتماد به عنوان اصلی‌ترین عامل تداوم روابط است و این اعتماد با زمان گذاشتن و مسئولیت‌پذیری به دست می‌آید.

تکثیر یا همانند سازی :

سریعترین راه برای موفق شدن در نتورک مارکتینگ این است که الگوی دیگران قرار بگیرید. در نتورک مارکتینگ به این کار همانند سازی یا تکثیر می‌گویند. نتورک در حقیقت نوعی انتقال احساس است؛ اگر شما بتوانید کاری کنید که توزیع کنندگان جدید شما درباره‌ی این کار همان احساس مثبتی را داشته باشند که خودتان بر اثر تجربه شخصی دارید آن‌گاه آنها هم همین احساس را به اعضای جدیدشان انتقال خواهند داد. مهمترین چیز در مورد تکثیر یا همانندسازی، دانستن این نکته است که تکثیر از همان روز نخست ورود شما به فروراور به شکلی نا آگاهانه اتفاق می‌افتد. اگر شما شخصی باشید که کار را جدی بگیرید، متعهد به برگزاری جلسات نمایش محصولات و پرزنت باشید، لیست بزرگی داشته باشید و عاشق و مصرف کننده واقعی محصولات باشید و... همین اتفاق هم برای افراد سازمان شما روی می‌دهد و متأسفانه باید بپذیریم که حالت عکس آن هم وجود دارد. مثلاً شخصی که به افراد سازمان خود و اهدافش هیچ تعهدی ندارد، مطمئناً همین حالت هم برای اکثر افراد سازمانش روی می‌دهد. هسته اصلی مجموعه شما خود شما هستید. پس تکثیر و یا همانند سازی کاملاً از خود شما شروع می‌شود. شش ماه اول شروع کار مانند شش سال اول زندگی یک کودک، دوره‌ی زمانی شکل دهنده‌ی است و در این مدت، سازمان شما بسیار تأثیرپذیر است. اگر چند هفته اول به هدر رود، عده‌ی کمی می‌توانند سال اول را دوام بیاورند.

کلید موفقیت، تکثیر پذیری موثر است. هر جلسه و یا روشی که به وسیله‌ی همه توزیع کنندگان سازمان، قابل کپی برداری نباشد، محکوم به شکست است. هر شخص باید این را درک کند؛ تجارت ما، تجارت همانند سازی است. هر کاری که انجام می‌دهید مردم از آن تقلید می‌کنند. مردم الزاماً آنچه را شما می‌گویید باور نمی‌کنند اما آنچه را انجام دهید باور می‌کنند.

"این تجارت یک روند دائمی تکثیر است."



FOREVER®



FOREVER®



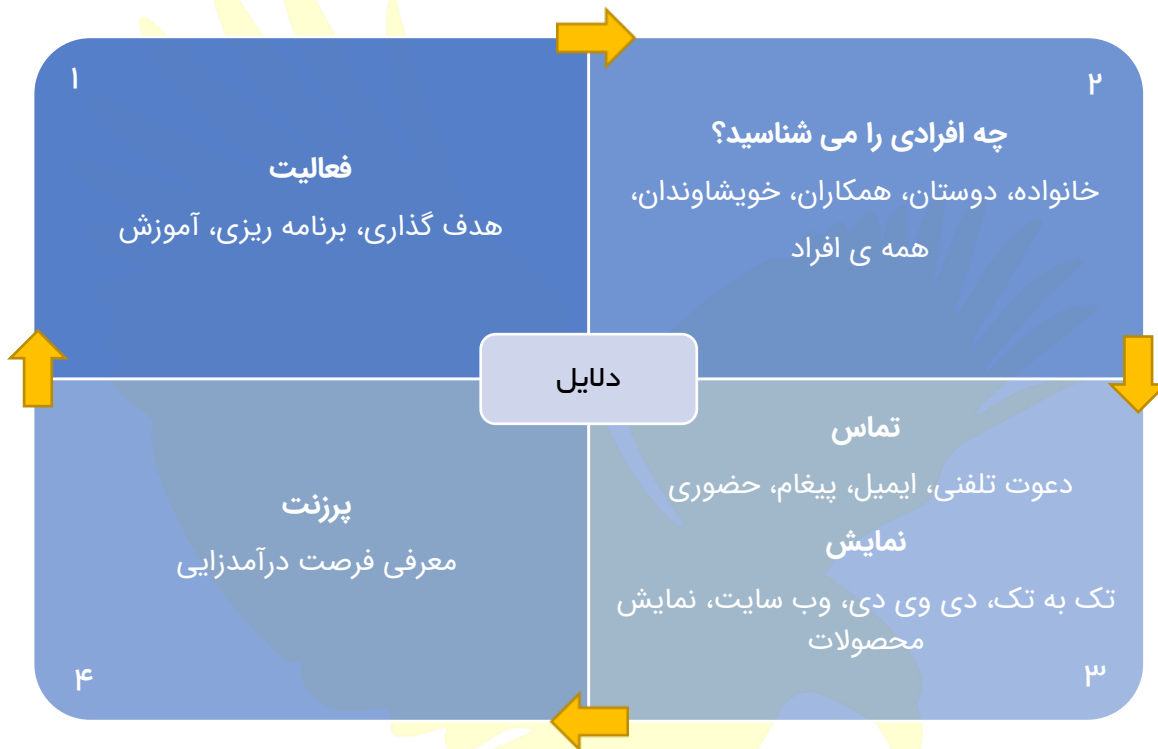
FOREVER®



FOREVER®

سخن آخر :

اگر می خواهید هر چه سریعتر تیمی از توزیع کنندگان خود انگیزه کارفرما و مصرف کنندگان و مشتریان وفادار بسازید، اگر می خواهید آزادی زمانی و مالی را با هم به دست آورید، وقت را تلف نکنید و طبق چرخه زیر سریع عمل کنید :



۱- هدف هایتان را بنویسید و برای رسیدن به آن برنامه ریزی کنید؛ آموزش ببینید. مانند هر تجارت جدید، آموزش همه چیز را تعیین می کند.

۲- نام تمام افرادی را که می شناسید، بنویسید؛ اعم از کسانی که محصول برایشان مناسب است یا فرصت درآمدزایی یا هر دو (لیست مشتریها و لیست تماس صد نفره)

۳- افراد را دعوت کرده و راجع به محصولات صحبت کنید. به هر طریق که شده با آنها تماس بگیرید؛ تلفنی، ایمیل، فرستادن پیغام، صحبت رو در رو، وبسایت، نمایش خانگی محصولات....

۴- پرزنت: فرصت درآمدزایی فوراور را معرفی کنید. اگر به صورت پاره وقت، فوراور را انجام می دهید، هر هفته حداقل پنج پرزنت داشته باشید و اگر به صورت تمام وقت، این رقم را چندین برابر کنید.

ماهیت این چرخه، سرعت است و جذب توزیع کننده جدید، یک ضرورت به حساب می آید. رشد سازمان شما و درآمدها، نسبتی مستقیم با سرعتی دارد که این چرخه را انجام می دهید. پس زمان را از دست ندهید. برای رسیدن به هدفتان بسیار حیاتی است که در یک سال اول با هر تعداد افراد که امکانش وجود دارد، این فرصت و محصولات را به اشتراک بگذارید. اولین هدف سوپروایزر شدن (۲۵ سی سی) و بعد از آن رسیدن به رتبه منیجر (۱۲۰ سی سی) و در نهایت تکثیر این مراحل، در سازمانتان است. اگر شما پنج توزیع کننده جدید داشته باشید که به هر کدام کمک کنید تا سوپروایزر شوند، شما هم منیجر می شوید. $5 \times 25 = 125CC$.

شما یک تجارت رویایی دارید که از میان کشمکش ها و هیاهوهای دنیای امروزی، شما را به سمت رشد و تعالی پرواز می دهد؛ از این پرواز لذت ببرید.

محصولات کلیدی

آیا شخصی را می شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>ژل آلوئه ورا - ۱۵</p> <p>یک نوشیدنی مغذی روزانه برای حفظ سلامتی دستگاه گوارش، سم زدایی بدن، تعادل و تقویت سیستم ایمنی، تامین مواد مورد نیاز و حفظ سطح انرژی مورد نیاز بدن</p>	
		<p>فوراور فریدم - ۱۹۶</p> <p>ژل آلوئه ورا در ترکیب با گلوکز آمین سولفات، کندروتین، ام اس ام و ویتامین سی. عناصری طبیعی برای حفظ سلامت و انعطاف پذیری مفاصل و غضروف ها، ایده آل برای ورزشکاران و مناسب برای تمام کسانی که می خواهند تحرک خود را حفظ کنند.</p>	
		<p>آلوئه بری نکتار - ۳۴</p> <p>حاوی تمام خواص آلوئه ورا با طعم شیرین سیب و آب زغال اخته. سرشار از ویتامین های سی و آ، با طعمی عالی، مناسب برای حفظ سلامت کبد، کلیه و پاکسازی مجاری ادراری</p>	
		<p>ژل دندان فوراور برایت - ۲۸</p> <p>فرمولی نرم و فاقد فلوراید که دندان ها و لثه ها را تقویت و محافظت می کند، حاوی آلوئه ورا و موم زنبور عسل، مانع جرم گرفتن دندان می شود و بدون استفاده از عوامل سفید کننده غیر طبیعی، باعث سفیدی دندان ها می گردد.</p>	

آیا شخصی را می‌شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می‌کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>صابون مایع دست آلوئه - ۵۲۳</p> <p>مرطوب کننده و تمیز کننده، با فرمولی مناسب، ایده‌آل برای استفاده در هنگام تراشیدن مو، مناسب برای پوست های حساس، ترکیب از علم و روغن های طبیعی و عصاره میوه با رایحه ملایم بابونه</p>	
		<p>صابون دست و صورت آووکادو - ۲۸۴</p> <p>نرم کننده و مرطوب کننده، تهیه شده از کره ۱۰۰٪ طبیعی آووکادو، مناسب برای انواع پوست ها خصوصا چرب، آووکادو منبعی سرشار از ویتامین های A، B، C و E است.</p>	
		<p>کرم پروپولیس - ۵۱</p> <p>کرمی غنی با ترکیبی از ژل آلوئه ورا و موم زنبور عسل، گیاه بابونه و ویتامین A, C, E، پوست ملتهب را نرم می‌کند و لایه‌ای محافظ بر روی پوست می‌کشد. ایده‌آل برای پوست های خشک، ایده آل برای افراد مبتلا به اگزما و پسوریازیس</p>	
		<p>کرم ضد آفتاب آلوئه - ۱۹۹</p> <p>اسپی‌اف ۳۰، با فرمول قوی و مقاوم در برابر آب تا ۸۰ دقیقه بعد از فعالیت در آب. پوست را در برابر خورشید و باد نرم کرده و از آن محافظت می‌کند. محصولی ایده‌آل برای استفاده پیش از آفتاب گرفتن است.</p>	

آیا شخصی را می‌شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می‌کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>آر.جی پلاس - ۴۷۳</p> <p>آر.جی پلاس تمام نیروی ال-آرژنین را دارد و افزون بر آن، حاوی خواص ویتامین‌ها و آنتی‌اکسیدان‌ها نیز هست. طراح این محصول - دکتر فرد موراد - به دلیل تحقیقات بر روی اسیدآمین‌ه ال آرژنین در سال ۱۹۹۸ برنده جایزه نوبل شد.</p>	
		<p>جذب کننده سی - ۴۸۱</p> <p>یک آنتی‌اکسیدان بسیار قوی برای تقویت سیستم دفاعی بدن است. ترکیب با سیوس جو، به حفظ سلامت بافت‌ها، پوست، مفاصل و دستگاه تنفسی کمک می‌کند.</p>	
		<p>افترشیو جنتلمنز پراید - ۷۰</p> <p>محصولی بدون الکل با ترکیبی از مواد نرم کننده و مرطوب کننده که پوست ملتهب را همیشه، به ویژه پس از اصلاح، نرم و لطیف می‌کند.</p>	
		<p>موم زنبور عسل فوراور - ۲۷۱</p> <p>بسته‌ای حاوی ویتامین‌ها، مواد معدنی، آنزیم‌ها و آمینو اسیدها، یک آنتی بیوتیک طبیعی است. برای محافظت و تقویت سیستم دفاعی طبیعی بدن ایده آل است.</p>	
		<p>آرکتیک سی - ۳۷۶</p> <p>حاوی اسیدهای چرب امگا ۳ و امگا ۹ به همراه اسید اولئیک است که به کاهش کلسترول خون، متعادل شدن فشار خون و حفظ سلامت قلب، چشم‌ها، مغز، پوست و مفاصل کمک می‌نماید.</p>	

آیا شخصی را می‌شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می‌کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>آلوئه لوشن - ۰۶۲</p> <p>مرطوب کننده ای با بافت عالی که به شما کمک می‌کند تا بدن و صورت خود را مرطوب نمایید. حاوی ترکیباتی مغذی مانند روغن جوجوبا، ویتامین ای، کلاژن و الاستین برای نرم و سالم نگه داشتن پوست، ایده آل برای پوست های خشک و متورم.</p>	
		<p>آلوئه اسکراب فوراور - ۲۳۸</p> <p>محصولی عالی که برای برداشتن سلول‌های مرده پوست بسیار عالی است، چرا که منافذهای باز پوست را می‌بندد و سبب می‌شود پوست تان صاف به نظر برسد.</p>	
		<p>ضد عفونی کننده دست فوراور - ۳۱۸</p> <p>غنی شده با آلوئه ورا که خاصیت نرم کنندگی دارد و عسل که دارای خاصیت تقویتی است. هر یک بار استفاده از این محصول ضد عفونی می‌تواند ۹۹/۹ درصد از میکروب‌ها و باکتری‌ها را از بین ببرد.</p>	
		<p>لوسیون گرما دهنده آلوئه (هیت لوشن) - ۰۶۴</p> <p>لوسیونی گرم کننده و عالی، ترکیب آلوئه ورا و عوامل گرمازای طبیعی، ایده آل برای سالم نگه داشتن مفاصل و عضلات؛ به ویژه مناسب برای ورزشکاران. این لوسیون، تسکین دهنده بوده و مصرف روزانه آن، باعث تسکین درد و کشیدگی‌های عضلانی می‌شود.</p>	

آیا شخصی را می‌شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می‌کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>رویال ژلی فوراور - ۰۳۶L</p> <p>سوخت و ساز بدن را افزایش می‌دهد، خستگی را از بین می‌برد. سبب افزایش قدرت جنسی و توان باروری، کاهش استرس و افسردگی می‌شود، خواص زیادی برای پوست و مو دارد و اثرات سال خوردگی را کاهش می‌دهد (آنتی‌ایج). برای سلامتی عمومی بدن بسیار ضروری است.</p>	
		<p>گرده زنبور عسل فوراور - ۰۲L</p> <p>انرژی و استقامت بدن را افزایش می‌دهد، به گردش خون، تقویت سیستم عصبی، سیستم ایمنی و سیستم گوارشی بدن کمک می‌نماید. ایده آل به دلیل جمع آوری شدن در ماه‌های تابستان که مقدار گرده‌ها، فراوان است.</p>	
		<p>کرم آلوئه ورا ژلی - ۰۶۱</p> <p>ژل آلوئه ورا ۱۰۰٪ طبیعی تثبیت شده که بافت‌های حساس را مرطوب کرده و به سرعت جذب پوست می‌شود تا پوست ملتهب را آرام نماید. رفع سوزش و التهابات پوستی، مناسب برای استفاده قبل سونوگرافی، بعد از عمل الکترولیز و لیزر، مناسب برای افراد مبتلا به آگزما و پسوریازیس.</p>	
		<p>مام خوشبو کننده آلوئه اور شیلد - ۰۶۷</p> <p>محافظ موثر، بادوام و ضد التهاب برای زیر بغل که می‌توان مستقیماً بعد از اصلاح زیر بغل از آن استفاده کرده. فاقد نمک‌های آلومینیوم، به دلیل حجم زیاد بسیار مقرون به صرفه.</p>	

آیا شخصی را می‌شناسید که به این محصول احتیاج داشته باشد؟	آیا خودتان این محصول را مصرف می‌کنید؟	نام محصول و توضیحات	عکس محصول
		<p>آلوئه لیپس - ۵۲۲</p> <p>مرطوب کننده ، نرم کننده و محافظ لبها، لبها را نرم کرده و در هوای سرد و گرم، لایه‌ای محافظ بر روی لبها ایجاد می‌کند. مناسب برای تبخال، تسکین دهنده‌ی پوست های ملتهب.</p>	
		<p>شامپو آلوئه جوجوبا - ۵۲۱</p> <p>فرمولی خالص بر پایه آلوئه ورا که موی شما را نرم، درخشان و حالت پذیر می‌کند و باعث می‌شود پوست سر و موهایتان تمیز و سالم به نظر برسد. مناسب برای انواع موها، به دلیل داشتن آلوئه ورا و روغن اسطوخودوس و جوجوبا برای شوره و ریزش مو مناسب است.</p>	
		<p>نرم کننده آلوئه جوجوبا - ۵۲۲</p> <p>فرمولی خالص بر پایه ژل آلوئه ورا که با ویتامین ب کمپلکس، روغن ماکادامیا، جوجوبا و روغن اسطوخودوس غنی شده است تا موها را تقویت کرده و از آنها محافظت نماید. باعث پی‌هایش متعادل برای سلامت پوست سر و حالت دهی و درخشندگی موها.</p>	
		<p>لوسیون مرطوب کننده آلوئه - ۵۶۳</p> <p>حاوی تمام مواد لازم برای مرطوب و نرم کردن صورت و دست‌ها. کلاژن و الاستین موجود در این محصول سبب نرمی، لطافت و سفت شدن پوست می‌شود. مناسب برای افراد مبتلا به اگزما و پسوریازیس.</p>	

شماره تماس	ایمیل	نوع بازار	نام و نام خانوادگی	شماره
				۱
				۲
				۳
				۴
				۵
				۶
				۷
				۸
				۹
				۱۰
				۱۱
				۱۲
				۱۳
				۱۴
				۱۵
				۱۶
				۱۷
				۱۸
				۱۹
				۲۰
				۲۱
				۲۲
				۲۳
				۲۴
				۲۵

شماره تماس	ایمیل	نوع بازار	نام و نام خانوادگی	شماره
				۲۶
				۲۷
				۲۸
				۲۹
				۳۰
				۳۱
				۳۲
				۳۳
				۳۴
				۳۵
				۳۶
				۳۷
				۳۸
				۳۹
				۴۰
				۴۱
				۴۲
				۴۳
				۴۴
				۴۵
				۴۶
				۴۷
				۴۸
				۴۹
				۵۰

شماره تماس	ایمیل	نوع بازار	نام و نام خانوادگی	شماره
				۵۱
				۵۲
				۵۳
				۵۴
				۵۵
				۵۶
				۵۷
				۵۸
				۵۹
				۶۰
				۶۱
				۶۲
				۶۳
				۶۴
				۶۵
				۶۶
				۶۷
				۶۸
				۶۹
				۷۰
				۷۱
				۷۲
				۷۳
				۷۴
				۷۵

شماره تماس	ایمیل	نوع بازار	نام و نام خانوادگی	شماره
				۷۶
				۷۷
				۷۸
				۷۹
				۸۰
				۸۱
				۸۲
				۸۳
				۸۴
				۸۵
				۸۶
				۸۷
				۸۸
				۸۹
				۹۰
				۹۱
				۹۲
				۹۳
				۹۴
				۹۵
				۹۶
				۹۷
				۹۸
				۹۹
				۱۰۰

ده دلیل برای نوشیدن آلوئه وراژل فوراور (محصول کد ۱۵) :

۱. آمینواسیدها، واحدهای سازنده ی اصلی بدن انسان هستند؛ ۸ نوع آمینواسیدی که برای بدن انسان بسیار ضروری است، توسط خود بدن ما ساخته نمی شود و این ۸ نوع در گیاه آلوئه ورا وجود دارد. نوشیدن ژل آلوئه ورا به طور منظم، به شما کمک می کند که بدنتان را با ذخیره سازی این مواد طبیعی، سالم نگه دارید. تجزیه گیاه آلوئه ورا این موضوع را نشان می دهد که این گیاه بیش از هر گیاه شناخته شده دیگری، آمینواسیدهای ضروری را تکثیر می کند. فقط به تمام این موارد فکر کنید و روزانه ۲ تا ۴ انس (۶۰ تا ۱۲۰ میلی لیتر) بنوشید.

۲. آلوئه ورا ژل ۱۲ ماده طبیعی شناخته شده ضدالتهاب و آماس بدون هیچ عارضه ی جانبی دارد. آلوئه ورا همچنین باعث بهبود عملکرد مفاصل و ماهیچه ها می شود .

۳. آلوئه ورا ژل شامل ویتامین های A1-B1-B2-B6-B12-C-E اسیدفولیک و نیاسین است، بدن ما به طور طبیعی بعضی از این ویتامین ها را نمی تواند ذخیره کند. بنابراین ما باید به طور منظم این مواد را در برنامه های رژیم غذایی خود نگه داشته باشیم. چه راهی بهتر از نوشیدن روزانه آلوئه ورا؟! هم زمان با دریافت این مواد، ساختار سیستم دفاعی بدن را به طور طبیعی در مقابل افزایش استرس تقویت می کند.

۴. بعضی از مواد معدنی موجود در آلوئه ورا شامل کلسیم، سدیم، پتاسیم، کروم، منیزیم، منگنز، مس و آهن است. چه منبع مغذی ای!!! همه ی ما خوب می دانیم اضافه شدن غذاهای طبیعی حاوی ویتامین ها و مواد معدنی به برنامه غذایی ما برای سلامتی عمومی بدن توصیه می شود. نوشیدن آلوئه ورا یک روش سالم و طبیعی برای ذخیره سازی و دوباره پرکردن مواد مورد نیاز بدن است.

۵. آلوئه ورا می تواند فرآورده های مغذی از مواد اصلی که به تولید، حفظ و نگهداری سلامت پوست منجر می شود را در بدن افزایش دهد. پوست بدن ما در هر دوره ی ۲۱ تا ۲۸ روزه بازآفرینی می شود. یعنی لایه قدیمی از بین می رود ولایه جدید جایگزین می شود. مصرف روزانه آلوئه ورا به پوست شما کمک می کند تا با استفاده از این مواد اصلی مغذی موجود در آلوئه ورا در مقابل تأثیرات پیری و سالخوردگی مقاومت کند.

۶. آلوئه ورا ژل به صورت طبیعی و با مصرف منظم و مرتب، سیستم گوارش بدن را تمیز می کند. رژیم غذایی ما شامل مقدار زیادی مواد ناخواسته است که موجب بی حالی و خستگی ما می شود. نوشیدن منظم و مرتب آلوئه ورا ژل باعث احساس بیشتری از سالم بودن می شود. انرژی را افزایش می دهد و همین طور بدن را در وزنی سالم و ایده آل نگه می دارد.

۷. آلوئه ورا موادی تقویتی و طبیعی برای سیستم ایمنی بدن فراهم می کند. از آنجایی که سیستم ایمنی همانند یک ساعت برای محافظت بدن کار می کند، آلوئه ورا با بالابردن مواد ایمنی طبیعی یک منبع دریافتی همیشگی و دائمی برای بدن فراهم می نماید. نوشیدن روزانه ۲ تا ۴ انس (۶۰ تا ۱۲۰ میلی لیتر) آلوئه ورا ژل به سیستم ایمنی بدن شما کمک می کند تا مواد مورد نیازش تأمین شود.

۸. یک سیستم گوارشی همیشگی سالم، جذب مواد مغذی و حیاتی از غذاهایی که در طول روز می خوریم را به جریان خونمان تضمین می کند. نوشیدن منظم و مرتب آلوئه ورا ژل، باعث بهبود عملکرد منظم روده می شود و همین طور جذب پروتئین را افزایش می دهد و همزمان بطور طبیعی باعث کاهش باکتری های

نامساعد و مخمر می شود. همچنین قابلیت آلوئه ورا در کاهش سوزش معده و دیگر ناراحتی های دستگاه گوارش اثبات شده است.

۹. آلوئه ورا عملکرد فیروبلاست را افزایش می دهد. فیروبلاست ها سلول های عالی و کوچکی هستند که مسئولیت آرایش و شکل دادن کلاژن را دارند. همچنین فیروبلاست ها به تسکین سوختگی های کم، بریدگی ها، خراشیدگی ها، سوزش های (ناراحتی) پوستی کمک می کند.

۱۰. آلوئه ورا به طور چشمگیری، ماده ای مقوی و سالم برای دهان، لثه و دندان است. پژوهشی که در سال ۲۰۰۸ در ژورنال علوم کاربردی دهان و دندان چاپ شده نشان می دهد که اگر از آلوئه ورا برای تمیز کردن دندان ها استفاده شود، اثر آن بهتر از خمیردندان های ساخت دو شرکت معروف خواهد بود.



پیوست ها

Attachments

FOREVER
LIVING PRODUCTS



FOREVER®

پیوست ۱

چرا به این تجارت پیوستم؟

برای انجام این کار به یک دلیل کاملاً قوی و محکم نیاز دارید. چون فقط به همین دلیل است که اگر روشنان برای انجام این کار جواب نداد بدنبال روش دیگری می روید. اما اگر شل و ول باشید، رفتنی هستید. یک why ۹۹/۹٪ (بخوانید وای ۹۹/۹٪) انتخاب کنید که شما را حفظ کند! در برابر چی؟ در برابر برف، بارون، تگرگ، طوفان، سیل، انفجار هسته ای و در نهایت در برابر انتقادهای یک فرد آشنا!!!

اگر Why (چرای) شما ۷۰٪ باشد و شما به مانع ۷۲٪ برسید، رفتنی هستید، ناپدید می شوید. اما اگر Why شما ۹۹/۹٪ باشد شما در این تجارت می مانید و پیروز می شوید. جواب دادن به سوالات زیر ممکن است به شما کمک کند که دلایلتان را پیدا کنید:

آتش شما کجاست؟ عاشق چی هستید؟ از چه چیزی متنفرید؟ چه موقعیتی از زندگیتان هست که می خواهید از شرش خلاص شوید و دیگر هرگز، هرگز و هرگز به سراغتان نیاید؟ خانوادیتان برای شما چه معنایی دارد؟ چه چیزی می تواند شما را تحریک کند که از رختخواب بلند شوید؟ چه چیزی باعث می شود که در جلسات آموزشی فوراور شرکت کنید؟...

دلایلتان را بنویسید و آنها را مدام بهتر و بهتر کنید. فقط خودتان می دانید که آیا دلایل به اندازه کافی برای شما مناسب هست یا نه؟ پس چند تا از دلایلتان را بنویسید و سپس بیشتر فکر کنید. پروارشان کنید. بزرگترشان کنید. آنقدر روشن کار کنید که بگوئید "خدایا خودشه!!!". آن موقع شما واقعاً در این تجارت هستید.

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

..... من به فوراور ملحق شدم برای این که

FOREVER® تاریخ: امضاء

فهرست تقویت حافظه جهت ایجاد لیست ۱۰۰ نفری :

چه کسانی را می شناسید که: مشکلات گوارشی، پوستی، دردهای مفصلی و یا کلاً مشکلات سلامتی دارند، برای آن ها احترام قائلید، کسانی که صادقانه به فکر ارتقای انسان ها دیگر باشند، در کلیسا یا حسینیه یا مسجد خود فعالند، به امر مشاوره مشغول یا علاقه مند باشند (پزشکان، وکلای...)، متخصص در کاری باشند، در انجمن ها و سازمان های گروهی باشند یا در امور شهروندان فعال هستند، در مدارس یا کسب و کار در نقش معلمی هستند، با عامه مردم سرو کار دارند (افسران پلیس ، آتش نشان ها ، پستچی ها، ماموران شهرداری و ...)، توانایی مدیریت یا سرپرستی یا مشاوره یا آموزش دادن دارند، به دنبال چیزهایی بیشتر در زندگی می گردند، بلند پرواز و جسور و پیشرو باشند، شخصیت رهبری دارند، رهبران را به خود جذب می کنند، فرزندانشان در مقاطع تحصیلی دبیرستانی یا دانشگاهی هستند، دارای فرزندان با استعدادی هستند که باید روی آن ها سرمایه گذاری کنند، می خواهند برای فرزندانشان الگوی خوبی باشند، صاحب تجارت باشند، در مشاغل پر استرس هستند، جویای آزادی و استقلال هستند، به دنبال شغل جدید می گردند، در حال تغییر شغل هستند یا به تازگی شغل خود را تغییر داده اند، نمی توانند در کارشان پیشرفتی ایجاد کنند، افراد با استعدادی باشند که نادیده گرفته شده اند، به تازگی در حرفه فروشنده گی وارد شده اند یا در زمینه فروش مستقیم تجربه دارند، برای گذران زندگی ایده پردازی می کنند (نویسندگان، طراحان و ...)، هیچ گاه نتوانسته اند تجارت خود را بر پا کنند یا در آن شکست خورده اند ولی انگیزه قوی برای آن دارند، قرار است به دانشگاه و یا موسسات بازرگانی و ... بروند یا به تازگی فارغ التحصیل شده اند، به تازگی ازدواج کرده اند و می خواهند از صفر شروع کنند، تقریباً افراد زیادی را در شهر می شناسند، ارتباطات بین المللی دارند، از خود اعتبار نشان می دهند، برای کار در ادارات انتخاب شده اند، در حال حاضر با شما کار می کنند، در کلاس ورزش می شناسید، به دنبال کار می گردند، با آنها تنیس بازی می کنید، قبلاً در همسایگی می شناختید، خانه شما را مورد ارزیابی قرار داده اند، در حال حاضر شغل خوبی دارند، از اتومبیل شما نگهداری می کنند، نام آنها را روی لیست کارت کریسمس (اعیاد) دارید، لباسها را برای نظافت به نزدشان می برید، حسابدار شما هستید، موهای شما را درست می کنند، صاحب مجتمع ورزشی هستند ، شغلشان را مرتب تغییر می دهند، تعمیرات خانه شما را انجام داده اند، مراقب پوست و موی خود هستند، مراقب وزن خود هستند، در کار بدنسازی هستند، می خواهند زمان بیشتری را با خانواده خود بگذرانند، والدین، پدر بزرگ ها و مادر بزرگ ها ، خواهران، برادران، عمه و خاله ها، دایی و عموها، فرزندان و یا افرادی که جزو بستگان ما هستند، کسانی که : پستچی، روزنامه رسان، دندان پزشک، پزشک، کشیش، گل فروش، وکیل، مامور بیمه، حسابدار، نماینده برگزاری همایشها، داروساز، دامپزشک، عینک ساز هستند، کسانی که به ما این اقلام را از قبیل : خانه، اتومبیل، لاستیک، لوازم صوتی و تصویری، مجوز ماهی گیری ، مجوز شکار، کت و شلوار، کارت تجاری ، حلقه ازدواج، عینک، جاروبرقی، قایق ، موتور، دوچرخه، مبلمان، دستگاه تهویه هوا، لوازم آشپزخانه فروخته اند. آیا کسانی را می شناسید که: در همسایگی شما باشند، آرایشگر همسرتان باشد، معلم فرزندانتان در مدرسه باشد، شخصی که عکسهای مراسم ازدواجتان را گرفته باشد، در مدرسه مدیر امور مالی باشد، با شما به ماهیگیری و شکار می آید، دوست دوران سربازی شما بوده است ، معماری که نقشه منزل شما را طراحی کرده است، با شما به بولینگ می آید، رئیس انجمن اولیا و مربیان است، عضو انجمنهای مختلف در دانشکده همسر شما بوده است، با هم به گشت

و گذارهای خارج شهر می روید، مدیر بخش مالی فروشگاه‌های که در آن خرید می کنید، معلم یا مدیر مدرسه همسر شما باشد، در مشاغل قبلی می شناختید، معلم مجسمه سازی شما بوده است، یخچال منزل شما را تعمیر کرده باشد، گواهی نامه رانندگی شما را تجدید اعتبار کرده باشد، مربی مهدکودک فرزندتان باشد. افرادی که مشاغل مختلف دارند: پرستار، بازیکن حرفه ای گلف، طراح لباس، نگهبان، پلیس، آتش نشان، منشی، شیرینی فروش، کارآگاه پلیس، معلم موسیقی، معلم هنر، تایپیست، مامور جنگل بانی، خیاط، نجار، خلبان، فروشنده خانه، بانکدار، مکانیک ماشین، تکنسین آزمایشگاه، رستوران دار، غریق نجات، راننده اتومبیل رانی مسابقات، بنا، صاحب ناوایی، مکانیک، جراح، کتابفروش، مشاور املاک، بلیط فروش، راننده اتوبوس، مسئول فروش بلیط هواپیما، برنامه ریز کامپیوتر، طراح داخلی ساختمان، مربی شنا، گل فروش، پزشک کودکان، قاضی.

هر روز از کلیه منابع برای گسترش لیست خود استفاده کنید.

FOREVER®

داستان اول: استاد تیر انداز

هرگز، هرگز، هرگز.

روزی روزگاری در شهری دور استاد تیراندازی زندگی می کرد که بهترین تیرانداز دوران بود. تیری که از کمان او پرتاب می شد همیشه به هدف اصابت می کرد .

او شاگردان فراوانی داشت که روز و شب در کنارش بودند. روزی از روزها استاد شاگردانش را فراخواند. وقتی همه شاگردان جمع شدند او شروع به صحبت کرد .

استاد گفت که دیگر هر آنچه از هنر تیراندازی می دانسته را به شاگردان یاد داده است و می خواهد امروز آخرین و مهمترین درس تیراندازی را به آنها بیاموزد و از آن پس هر شاگردی می تواند مسیر خود را برود و راه خود را درزندگی بیابد .

شاگردان که عاشق استاد بودند گفتند که هرگز او را ترک نخواهند کرد. اما استاد در کمال فروتنی و تواضع به آنها گفت: میوه ای که می رسد از سرناسپاسی نیست که درخت را ترک می کند، بلکه برای آن است که رویشی دوباره را آغاز کند .

میوه از درختی که او را پرورش داده است جدا می شود تا درخت دیگری در زمین برویاند و بدین گونه معجزه رویش را جاودانه کند .

آنگاه استاد از یکی از شاگردانش خواست تا چشمان او را ببندد. شاگرد با دستمالی که داشت چشمان استاد را بست. استاد تیروکمان را به دست گرفت و رو به هدف نشانه گرفت. نفس ها در سینه ها حبس شده بود. آیا آخرین درس استاد این بود که چگونه می توان با چشم بسته هدف را نشانه گرفت.

این دیگر به معجزه می مانست. استاد تمرکز کرد. با تمام قدرت زه کمان را کشید و برای لحظه ای چند نفس را در سینه حبس کرد و آنگاه تیر را رها کرد. تیر با سرعت برق از کمان جدا شد و زوزه کشان هوا را شکافت .

سکوت همه را در بر گرفته بود. استاد دستمال را از روی چشمان خود باز کرد و رو به شاگردان کرد و گفت: آیا تیر من به هدف خورد؟ شاگردان همگی سرها را پایین انداخته بودند. استاد دوباره سوال خود را تکرار کرد. یکی از شاگردان با ناراحتی گفت: استاد تیر شما حتی در نزدیکی های هدف هم به زمین ننشست، بلکه با اختلاف زیاد در لابلای بوته ها گم شد .

استاد لبخندی زد و گفت: **هیچ کس در این دنیا هرگز به هدفی که نمی بیند، نخواهد رسید.** در جهان رسم غریبی است. آدم ها همه رویاهای زیادی در سر دارند اما بسیار کم اند کسانی که اهداف واضح و مشخصی داشته باشند .

آدم ها در زندگی مانند کسانی هستند که می خواهند با تیرو کمان هدفی را بزنند اما غافل از اینکه چشمان خود را با دستمال غفلت بسته اند. شاید از حرفی که می خواهم بگویم عصبانی شوید و شاید هم اگر مرا در حال عبور از عرض خیابانی دیدید هوس کنید که با ماشین مرا زیر بگیرد! اما چه خوشمان بیاید و چه خوشمان نیاید این حقیقت تلخی است که باید گفت: ما چه بعنوان یک انسان در زندگی و چه در نقش یک مدیر در شرکتی که رهبری آنرا در دست داریم ((هدف)) نداریم و این بزرگترین مصیبتی است که گرفتار آن

شده ایم. درست است که ما پر از رویاهای شیرین هستیم و می خواهیم خوشبخت شویم و به ثروت فراوانی دست بیابیم اما متأسفانه این ها همه تنها رویاهایی هستند که معمولاً به کابوس زندگی ما تبدیل شده اند و تنها دلیل آن هم این است که یاد نگرفته ایم رویاهایمان را تبدیل به «اهداف» کنیم. «هدف» سه مشخصه عمده دارد. اول اینکه کاملاً دقیق و واضح و قابل اندازه گیری است. دوم اینکه برای رسیدن به آن یک زمان مشخصی تعیین شده است و سوم اینکه مسیر رسیدن به آن طراحی شده است. پولدار شدن تنها یک رویا است. اما رسیدن به یک میلیون دلار در مدت زمان یک سال از تاریخ یک ژانویه سال ۲۰۱۳ تا یک ژانویه سال ۲۰۱۴ و از راه فروش محصول، «هدف» است. در طول این سالها مشاوره برای شرکت های تجاری اگر از من بپرسند که چند تا از آن شرکت ها اهداف دقیق و مشخص و زمانبندی شده ای داشته اند متأسفانه باید بگویم که تعداد آنها کمتر از تعداد انگشتان یک دست من بوده است! شرکت ها هم متأسفانه همانند افراد پر از رویاهای شیرین هستند. اما محیط بازار یک بستر گرم و نرم با یک بالش پر از پر قو نیست که مناسب برای رویا دیدن باشد .

شرکت ها هم مانند افراد بجای تلاش هوشمندانه برای رسیدن به اهداف واضح و مشخص در زمان معین و طبق نقشه ای طراحی شده، بیهوده در تکاپوی رسیدن به سراب آرزوهای خود هستند. سراب نمی تواند تشنگی شما را رفع کند اما قادر است که شما را در خود غرق کند! پس همین «حالا» خود را نجات دهید. قلم و کاغذ بردارید و رویاهای شیرین زندگی و کسب و کار خود را بر روی کاغذ بنویسید. از میان آنها « فوری ترین» و ضروری ترین آنها را انتخاب کنید. سعی کنید تا از میان مه غلیظ جنگل رویاهای خود یک «هدف» مشخص را انتخاب کنید. آنقدر به آن هدف نگاه کنید تا با آن یکی شوید. آنرا ببینید. آنرا بو کنید، آنرا لمس کنید. آنگاه به این فکر کنید که چگونه می توانید از این جایی که هم اکنون هستید به آنجایی که در آینده می خواهید باشید برسید. نقشه راه خود را ترسیم کنید. از اینکه مسیر را اشتباه انتخاب کنید هم نترسید. فقط هرگز چشم از هدف برندارید. اگر کمی اشتباه رفتید می توانید در حال حرکت به سمت هدف مسیر خود را تصحیح کنید. باید تاریخ دقیقی که می خواهید به هدف برسید را مشخص کنید. بدون تعیین یک تاریخ دقیق برای رسیدن به هدف همیشه چیزی در درونتان آغاز حرکت را به فردا موکول می کند و باز هم فردا و باز هم فردا... در طول راه همیشه به یاد داشته باشید که لذت زندگی و کسب و کار فقط در رسیدن به مقصد نیست بلکه تک تک لحظاتی که شما را به مقصد می رساند هم سرشار از لذتی است که ورای توصیف و بیان است. پس خود را از لذت راه محروم نکنید. درست همانند کودک بازیگوشی که به طرف شهربازی می رود تمام طول راه را هم جست و خیز کنید و شادمانه آواز بخوانید. یک چیز را هرگز، هرگز، هرگز فراموش نکنید و آن هم اینکه: هیچکس در این دنیا هرگز، هرگز و هرگز به هدفی که نمی بیند، نخواهد رسید.

FOREVER®

داستان دوم: ناپلئون هیل

میل واشتیاق طبیعت را فریب می دهد

برای نخستین بار او را چند دقیقه بعد از تولدش دیدم. او از بدو تولد از لاله و بخش بیرونی گوش محروم بود. پزشک می گفت که او احتمالاً عمری را ناشنوا و لال زندگی خواهد کرد. من نظر او را نپذیرفتم. این حق من بود، زیرا من پدر این کودک بودم. من نظر دیگری داشتم اما آن را به صدای بلند نگفتم؛ آن را به سکوت در قلم ایراد کردم.

من از صمیم قلب خود مطمئن بودم که پسر من شنود و حرف می زند. لابد می پرسید چگونه؟ مطمئن بودم که باید راهی وجود داشته باشد و مطمئن بودم که می توانم این راه را بیابم. به یاد حرفهای امرسون کبیر افتادم: " به هرچه بنگرید درسی از ایمان هست. به تنها چیزی که نیاز داریم اطاعت است. برای هر کدام از ما راهی وجود دارد، اگر خوب گوش دهیم کلمات مناسب خود را می شنویم "

کلمات مناسب؟ میل و اشتیاق از هر چیزی مهمتر است. من آرزو کردم که پسر ناشنوا و لال نماند. لحظه ای از این اشتیاق غافل نماندم. چه کاری از من ساخته بود؟ باید راهی می یافتم تا ذهن کودک رابه روی اشتیاق خود می گشودم. باید صدایم را بدون گوشهای بیرونی او به ذهنش می رساندم. باید وقتی فرزندم به قدر کافی بزرگ می شد تا با من همکاری کند ذهنش را از اشتیاق سوزان پر می کردم، آنچنان سوزان که طبیعت با روشهای خود بتواند این اشتیاق را به حقیقتی جسمانی مبدل سازد.

حادثه ای که یک زندگی را متحول کرد

ما یک دستگاه ضبط صوت خریدیم. وقتی فرزندم برای نخستین بار صدای موسیقی را شنید به وجد آمد. در یک مورد نواری را به تکرار گوش داد. در برابر ضبط صوت ایستاد، دندانهایش را به لبه ضبط صوت نگاه داشت. از این کار او سر در نیاوردم سالها گذشت تا فهمیدم استخوانها می توانند صدا را به گونه ای به انسانها منتقل سازند.

کمی بعد از آنکه او ضبط صوت را برای خود برداشت دریافتم اگر با لبانم استخوان پشت گوش او را لمس کنم و با او حرف بزنم به راحتی متوجه حرفهایم می شود.

وقتی مشخص شد او می تواند صدای مرا به خوبی بشنود، بی درنگ میل به شنیدن و حرف زدن را به او انتقال دادم. به زودی دریافتم که فرزندم از اینکه شبها قبل از خواب برایش داستان تعریف کنم لذت می برد. به همین دلیل برای او داستان سرایی می کردم تا به اعتماد به نفس، به تصور و به میل شنیدن و طبیعی بودن او کمک کند.

به خصوص یکی از این داستانها را هربار به شکلی برایش تعریف می کردم. می خواستم در ذهنش این اندیشه را بکارم که ناراحتی جسمانی او یک دارایی بزرگ بود که ارزش فراوان داشت به رغم این حقیقت که تمام فلسفه ای که من بررسی کرده بودم به درستی نشان می داد که هر ناراحتی و هر معلولیت با خود امتیازی به همان اندازه به همراه دارد باید اقرار کنم کمترین اطلاعی در این زمینه که چگونه ناراحتی او می تواند تبدیل به یک دارایی شود نداشتم.

اکنون که این تجربه را بررسی می‌کنم می‌بینم که ایمان پسر من به من نتایج حیرت‌انگیزی داشت. مطالبی را که به او گفتم پذیرفت. من به او گفتم که این امتیاز خود را به اشکال گوناگون نشان خواهد داد. مثلاً آموزگاران مدرسه وقتی او را بدون گوش می‌بینند به او توجه خاصی مبذول می‌دارند و با او به مهربانی بیش از دیگران برخورد می‌کنند و این کاری بود که همیشه کردند. من هم چنین به او گفتم وقتی به اندازه کافی بزرگ شود و روزنامه بفروشد (برادر بزرگش قبلاً روزنامه می‌فروخت) در مقایسه با او از امتیاز بزرگی برخوردار خواهد بود زیرا مردم وقتی می‌بینند که او به رغم نداشتن گوش باهوش و فعال است به او پول بیشتری پرداخت می‌کنند. وقتی حدوداً هفت ساله بود معلوم شد که شرایط خاص او برایش فوایدی در پی خواهد داشت. ماهها او به التماس می‌خواست که اجازه بدهیم روزنامه بفروشد اما مادرش با این کار موافق نبود.

تا اینکه روزی به مراد خود رسید. بعد از ظهر یکی از روزها که با خدمتکاران در منزل بود از پنجره آشپزخانه به حیاط پرید تا برنامه ای را که در سر داشت اجرا کند. همسایه کفاشی داشتیم، از او ۶ سنت قرض گرفت. با این پول روزنامه ای خرید، روزنامه را فروخت و با پول آن مجدداً روزنامه های بیشتری خرید و این کار را تا غروب آن روز ادامه داد. وقتی کارش تمام شد ۶ سنت قرض خود را پرداخت، اما ۴۲ سنت در جیب داشت. وقتی آن شب به منزل برگشتیم، در حالی که ۴۲ سنت پول را در مشت خود نگهداشته بود در رختخوابش خوابیده بود. مادرش دست او را باز کرد. سکه ها را برداشت و گریست. گریه برای نخستین پیروزی فرزندش بی تناسب بود. واکنش من عکس او بود. من از صمیم قلب خندیدم؛ دانستم تلاش من برای آنکه در ذهن فرزندم امید به موفقیت و پیروزی را بکارم به نتیجه رسیده است.

مادرش مشکل را در این می‌دید که کودکی کم سال و ناشنوا به خیابانها رفته و سلامتی خود را به خاطر پول به خطر انداخته است. اما در نظر من او کاسبی شجاع و متکی به نفس بود که به ابتکار خود اقدامی شجاعانه کرده و پیروز شده بود. از کارش راضی بودم. می‌دانستم او به شرایطی دست یافته که در تمام مدت عمر از آن به سود خود استفاده خواهد کرد.

کودک ناشنوایی که شنیدن را آموخت

پسر ناشنوای من به تدریج بزرگ شد، دبیرستان و دانشگاه را بی آنکه بتواند صدای آموزگاران را بشنود پشت سر گذاشت. تنها وقتی آنها با صدای بلند و از نزدیک با او حرف می‌زدند صدایشان را تشخیص می‌داد. او به مدرسه مخصوص ناشنوایان رفت. ما این اجازه را به او ندادیم. مصمم بودیم که او زندگی طبیعی داشته باشد، با بچه های سالم و طبیعی رفت و آمد کند. ما پای این تصمیم خود ایستادیم هرچند مجبور شدیم که به این دلیل با مقامات مدرسه بحثهای تند داشته باشیم. در مدرسه سعی کرد از نوعی سمعک استفاده کند، اما این سمعک به او کمک نکرد. در آخرین هفته اقامت در کالج اتفاقی افتاد که تحولی در زندگی بوجود آورد. او بر حسب تصادف به سمعک جدیدی دست یافت که به صورت آزمایشی برای او فرستاده بودند. او با اکراه آن را آزمایش کرد. قبلاً هم نظایر این سمعک را امتحان کرده بود، اما نتیجه ای حاصل نشده بود. سرانجام وسیله ارسالی را برداشت و با خونسردی و بی توجهی آن را روی سر گذاشت. باطریهایش را وصل کرد و ناگهان عمری انتظار به سر رسید. برای نخستین بار در زندگی می‌توانست مثل سایرین مطالب را بشنود.

با شور و وجد فراوان به سوی تلفن رفت. به مادرش زنگ زد و صدای او را به طور کامل شنید. روز بعد او در شرایطی بود که می توانست صدای اساتید دانشکده را به خوبی و بی کم و کاست بشنود و این نخستین بار بود که چنین چیزی را تجربه می کرد. برای نخستین بار توانست با دیگران حرف بزند و دیگران هم مجبور نبودند با او به صدای بلند حرف بزنند. به راستی که او تولد تازه ای یافته بود.

میل و اشتیاق او ثمر داده بود اما پیروزیش هنوز کامل نبود. او هنوز باید راهی قطعی و مشخص می یافت تا معلولیت خود را به سرمایه ای هم ارز آن تبدیل کند .

اعجاز اندیشه

او با علم به اهمیت موفقیتی که نصیبش شده بود و تحت تأثیر دنیای صدایی که برای نخستین بار به گوشش می نشست، نامه ای به تولید کننده آن سمعک نوشت و با اشتیاق تمام تجربه خود را با او در میان گذاشت. نکته ای در نامه او سبب شد که به نیویورک دعوت شود. در نیویورک تا کارخانه او را اسکورت کردند. در حال گفت وگو با رئیس مهندسين، نظریه، فکر، الهام یا هر کلمه ای را که شما انتخاب کنید به ذهنش رسید. این ذهنیت، معلولیت او را به یک سرمایه تبدیل کرد که برایش پول و خوشبختی به ارمغان آورد.

به ذهنش رسید که می تواند به میلیونها انسان ناشنوا کمک کند. باید ماجرا و تجربه خود را برایشان شرح می داد.

به مدت یک ماه با اقدامی گسترده درباره نظام بازاریابی سازنده سمعک تحلیل و بررسی کرد و راه ها و وسایلی یافت تا دنیای جدید خود را با دیگران در میان بگذارد. آنگاه برنامه ای دو ساله تدارک دید. وقتی طرح خود را به شرکت ارائه داد بی درنگ به او شغلی دادند تا به این رویای خود جامه عمل بپوشاند. وقتی سرکار رفت مصمم بود که امید و آسایش فکری رابه هزاران ناشنوایی برساند که بدون کمک او برای همه عمر محکوم به ناشنوایی بودند.

مطمئن هستم اگر من و مادرش ذهن او را آنطور که می خواستیم پرورش نداده بودیم، بل ایر، برای همه عمر ناشنوا و لال باقی می ماند. به راستی که اشتیاق سوزان چه آثار اعجاب برانگیزی برجای می گذارد. بل ایر به شنیدن صدای طبیعی علاقمند بود. حالا به آن رسیده است. شاید او هم در زمره بسیاری از کسانی در می آمد که کارشان به فروش مداد و کاغذ درکنار خیابان می انجامید.

وقتی کودکی بیش نبود در ذهنش این باور را ایجاد کردم که معلولیت او برایش دارایی بزرگی خواهد شد که می تواند روی آن سرمایه گذاری کند. توجه داشته باشید که باور همراه با اشتیاق سوزان را می توانند همه داشته باشند و از آن به سود خود استفاده کنند .

داستان سوم: جان استفان آکواری

در سال ۱۹۶۸ مسابقات المپیک در شهر مکزیکوسیتی برگزار شد. در آن سال مسابقه دوی ماراتن یکی از شگفت انگیزترین مسابقات دو در جهان بود. دوی ماراتن در تمام المپیکها مورد توجه همگان است و مدال طلایش گل سرسبد مدال های المپیک. این مسابقه به طور مستقیم در هر ۵ قاره جهان پخش میشود. کیلومتر آخر مسابقه بود، دوندگان رقابت حساس و نزدیکی با هم داشتند، نفس های آنها به شماره افتاده بود، زیرا آنها ۴۲ کیلومتری ۱۹۵ متر مسافت را دویده بودند. دوندگان همچنان با گامهای بلند و منظم پیش میرفتند. چقدر این استقامت زیبا بود. هر بیننده ای دلش میخواست که این اندازه استقامت بتوان داشته باشد. دوندگان، قسمت آخر جاده را طی کردند و یکی پس از دیگری وارد استادیوم شدند. استادیوم مملو از تماشاچی بود و جمعیت با وارد شدن دوندگان، شروع به تشویق کردند. رقابت نفس گیر شده بود و دونده شماره ... چند قدمی جلوتر از بقیه بود. دونده ها تلاش میکردند تا زودتر به خط پایان برسند و بالاخره دونده شماره ... نوار خط پایان را پاره کرد. استادیوم سراپا تشویق شد.

فلاش دوربین های خبرنگاران لحظه ای امان نمی داد و دونده های بعدی یکی یکی از خط پایان گذشتند و بعضی هاشان بلافاصله بعد از عبور از خط پایان چند قدم جلوتر از شدت خستگی روی زمین ولو شدند. اسامی و زمان های به دست آمده نفرات برتر از بلندگوها اعلام شد. نفر اول با زمان دو ساعت و ... در همین حال دوندگان دیگر از راه رسیدند و از خط پایان گذشتند. در طول مسابقه دوربین ها بارها نفراتی را نشان داد که دویدند، از ادامه مسابقه منصرف شدند و از مسیر مسابقه بیرون آمدند. به نظر میرسید که آخرین نفر هم از خط پایان رد شده است. داوران و مسوولین برگزاری میروند تا علائم مربوط به مسابقه ماراتن و خط پایان را جمع آوری کنند جمعیت هم آرام آرام استادیوم را ترک میکنند. اما...

بلند گوی استادیوم به داوران اعلام میکند که خط پایان را ترک نکنند گزارش رسیده که هنوز يك دونده دیگر باقی مانده. همه سر جای خود برمیگردند و انتظار رسیدن نفر آخر را میکشند. دوربین های مستقر در طول جاده تصویر او را به استادیوم مخابره میکنند. از روی شماره پیراهن او اسم او را می یابند "جان استفان آکواری" است دونده سیاه پوست اهل تانزانیا، که ظاهرا برایش مشکلی پیش آمده، لنگ میزد و پایش بانداژ شده بود. ۲۰ کیلومتر تا خط پایان فاصله داشت و احتمال این که از ادامه مسیر منصرف شود زیاد بود. نفس نفس میزد احساس درد در چهره اش نمایان بود لنگ لنگان و آرام می آمد ولی دست بردار نبود. چند لحظه مکث کرد و دوباره راه افتاد. چند نفر دور او را می گیرند تا از ادامه مسابقه منصرفش کنند ولی او با دست آنها را کنار می زند و به راه خود ادامه میدهد. داوران طبق مقررات حق ندارند قبل از عبور نفر آخر از خط پایان محل مسابقه را ترک کنند. جمعیت هم همان طور منتظر است و محل مسابقه را با وجود اعلام نتایج ترک نمی کند. جان هنوز مسیر مسابقه را ترک نکرده و با جدیت مسیر را ادامه میدهد. خبرنگاران بخش های مختلف وارد استادیوم شده اند و جمعیت هم به جای اینکه کم شود زیادتر میشود! جان استفان با دست های گره کرده و دندان های به هم فشرده و لنگ لنگان، اما استوار، همچنان به حرکت خود به سوی خط پایان ادامه میدهد او هنوز چند کیلومتری با خط پایان فاصله دارد آیا او میتواند مسیر را به پایان برساند؟

خورشید در مکزیکوسیتی غروب میکند و هوا رو به تاریکی میرود. بعد از گذشت مدتی طولانی، آخرین شرکت کننده دوی ماراتن به استادیوم نزدیک میشود، با ورود او به استادیوم جمعیت از جا برمیخیزد چند نفر در گوشه ای از استادیوم شروع به تشویق میکنند و بعد انگار از آن نقطه موجی از کف زدن حرکت میکند و تمام استادیوم را فرا میگیرد نمیدانید چه غوغایی برپا میشود. ۴۰ یا ۵۰ متر بیشتر تا خط پایان نمانده او نفس زنان می ایستد و خم میشود و دستش را روی ساق پاهایش میگذارد، پلک هایش را فشار می دهد نفس میگیرد و دوباره با سرعت بیشتری شروع به حرکت میکند. شدت کف زدن جمعیت لحظه به لحظه بیشتر میشود خبرنگاران در خط پایان تجمع کرده اند وقتی نفرات اول از خط پایان گذشتند استادیوم اینقدر شور و هیجان نداشت .

نزدیک و نزدیکتر میشود و از خط پایان میگذرد. خبرنگاران، به سوی او هجوم میبرند نور پی در پی فلاش ها استادیوم را روشن کرده است انگار نه انگار که دیگر شب شده بود. مربیان حوله ای بر دوشش می اندازند او که دیگر توان ایستادن ندارد، می افتد. آن شب مکزیکوسیتی و شاید تمام جهان از شوق حماسه جان، تا صبح خوابید. جهانیان از او درس بزرگی آموختند و آن اصالت حرکت، مستقل از نتیجه بود. او یک لحظه به این فکر نکرد که نفر آخر است. به این فکر نکرد که برای پیشگیری از تحمل نگاه تحقیرآمیز دیگران به خاطر آخر بودن میدان را خالی کند .

او تصمیم گرفته بود که این مسیر را طی کند، اصالت تصمیم او و استقامتش در اجرای تصمیمش باعث شد تا جهانیان به ارزش جدیدی توجه کنند ارزشی که احترامی تحسین برانگیز به دنبال داشت. فردای مسابقه مشخص شد که جان از همان شروع مسابقه به زمین خورده و به شدت آسیب دیده است. او در پاسخگویی به سوال خبرنگاری که پرسیده بود، چرا با آن وضع و در حالی که نفر آخر بودید از ادامه مسابقه منصرف نشدید؟

ابتدا فقط گفت: برای شما قابل درک نیست! و بعد در برابر اصرار خبرنگار ادامه داد: مردم کشورم مرا ۵۰۰۰ مایل تا مکزیکوسیتی نفرستاده اند که فقط مسابقه را شروع کنم، مرا فرستاده اند که آن را به پایان برسانم. داستان "جان استفان آکواری" از آن پس در میان تمام ورزشکاران سینه به سینه نقل شد "حالا آیا یادتان هست که نفر اول برنده مدال طلای همان مسابقه چه کسی بود؟

آری، " یک اراده قوی بر همه چیز حتی بر زمان غالب می آید"



داستان چهارم: جانت

نوامبر ۱۹۷۹ بود که جانت برای اولین بار با بازاریابی چند سطحی آشنا شد: « من دختری چهار ساله بنام سارا پسری دو ساله به نام کلیتون داشتم و به یک جلسه نمایش محصول دعوت شدم. همان روزی که شرکت کردم تصمیم گرفتم عضو شوم، اما نماینده ی شرکت به من گفت که دیگر نمی خواست با شرکت کار کند و من باید با بالاسری او تماس بگیرم. من به آن فرد زنگ زدم و برای او پشت سر هم پیغام گذاشتم. بالاخره او به من زنگ زد و خواست که دست از سرش بردارم. بعد گفت که شرکت ما خیلی تازه کار است و تا مارس آینده پذیرش نمایندگی فروش را متوقف کرده است .

من در اولین روز ماه با دفتر نمایندگی محلی در دالاس تگزاس تماس گرفتم به من گفته شد که می توانم به کلیسا بروم و یک فرم دریافت کنم. او نمی خواست خودش را درگیر کند. من زمانی که باردار بودم به شرکت پیوستم و به زودی دخترم اشلی به دنیا می آمد. ما پولی در بساط نداشتیم. من از بی پولی و درخواست پول کم از شوهرم به ستوه آمده بودم. من هیچ وقت به طور جدی به استقلال مالی فکر نکرده بودم، فقط پول بیشتری می خواستم. سی سالم بود و نمی خواستم باقی عمرم را در فقر سپری کنم. شوهرم هیچ توجهی به موفقیت مالی نداشت و من با سه کودک احساس اسارت می کردم، نمی توانستم بدون ترک کردن آن ها پول در بیاورم. با مادرم تماس گرفتم و برای پیش پرداخت مبلغ بسته ی آغازین محصول، درخواست پول کردم، اما او مرا مأیوس کرد و گفت که این مهمانی های خانگی دردی از من دوا نمی کند. او گفت که من باید در خانه بمانم و یک مادر باشم و بگذارم که درآمد شوهرم زندگی ما را تأمین کند. از دیدگاه او احساس انزجار به من دست داد. به مادربزرگم زنگ زدم. او گفت: « عزیزم خوشحال می شوم که روی تو سرمایه گذاری کنم. من می خواهم در آینده ی توسهمی داشته باشم.

آن روز فهمیدم که ابزار مناسب را پیدا کرده ام. به نظر عالی می آمد. یک تجارت واقعی که به من اجازه می داد با فرزندانم باشم و محصولی را از خانه ام بفروشم. من هنوز نمی دانستم که آن بازاریابی چند سطحی است. روزی که ثبت نام کردم بالاسری بومی من از کار کناره گرفت و بالاسری بعدی ام نیز در کالیفرنیا زندگی می کرد. من در کل آمریکا تنها نماینده ی فروش شرکتم در آن شهر بودم. نه آموزش، نه جلسه و نه پشتیبانی در کار نبود. من تصمیم گرفته بودم که بیش ترین تلاشم را بکنم تا فروشنده ی موفقی باشم. در اولین مهمانی خانگی ام بیست نفر حضور داشتند و من ۷۵ دلار فروش داشتم. وای! واقعاً توانستم بفروشم! در پوست خودم نمی گنجیدم. من چند مهمانی دیگر را تعیین کردم و کسب وکارم شتاب گرفت. محصولات را در مهمانی های خصوصی خانگی عرضه می کردم. مردم در سر سرای خانه برای خرید از من صف کشیدند و حتی بعضی می پرسیدند که چگونه می توانند وارد کار شوند و آن ها هم محصول بفروشند .

خوب! من واقعاً نمی دانستم. بنابراین به آن ها می گفتم که نمی توانند به من بپیوندند و این که من تنها نماینده ای بودم که این محصول را در دالاس عرضه می کرد. می توانید باور کنید؟ من چیزی در مورد عضوگیری نمی دانستم. اما بیش از حد توانایی ام مهمانی های خانگی تنظیم می کردم. بعد از شش ماه تصمیم گرفتم نگاهی به جزوه ی شرکت که توی گاراژ خاک می خورد بیندازم. در جزوه نوشته شده بود که شرکت من با سیستم بازاریابی چند سطحی کار می کرد و من باید برای فروش، دیگران را عضو می کردم. من شگفت زده شده بودم. من هیچ چیز نمی دانستم و نام کسانی که می خواستند به من بپیوندند را یادداشت نکرده بودم حتی هنوز به دنبال آن افراد می گفتم.

شش هفته بعد بر ثبت نام تمرکز کردم و ۱۳ نفر را پیدا کردم که می خواستند محصول بفروشند. در همین زمان بالاسری مقیم کالیفرنیا با من تماس گرفت. در واقع همه با من تماس گرفتند! در سال ۱۹۸۰ آن ۱۳ نفر باعث شدند که من در تاریخ شرکت، توزیع کننده ی ارشد بشوم. یکی از اعضا به من گفت که می خواهد مهمانی ها را برگزار کند و عضو گیری انجام دهد. من تمام پاییز را با مهمانی خانگی پر کردم. یادم می آید که اشلی کوچولو را در بغل داشتم وقتی که آن جدیدترین زیرشاخه من تماس گرفت تا بگویند که میخواست از کار کناره بگیرد (همان روزی که عضو شده بود). زیرا او با تمام دوستانش تماس گرفته بود تا زمان مهمانی ها را تنظیم کند، اما همه ی آن ها قول داده بودند که به مهمانی های من بیایند. من بعداً فهمیدم که یکی از دشوارترین تصمیمات را در کارم گرفتم. به او گفتم که می تواند مهمانی هایی را که من رزرو کرده بودم را داشته باشد.

به خاطر آن مهمانی ها او در شرکت ما فروشنده ی ارشد شد. با این که اول برایم ناگوار بود، اما این مسئله به من وقت بیش تری داد تا با کودکانم که همه زیر چهار سال داشتند باشم. آن زیر مجموعه توانست شش نفر را ثبت نام کند که من به آن ها آموزش دادم و آن ها را پشتیبانی کردم. زمانی که سازمان من در حال رشد بود دفتر کار کوچکی در گوشه ی اتاق بازی بچه ها درست کردم که بتوانم در حین انجام کارم مراقب آن ها هم باشم. من هر روز با تلفن مشتری یابی می کردم و پیگیری ها را انجام می دادم. حتی با وجود نگرانی از بچه ها روزی بیست تلفن داشتم. هدف من پول در آوردن بود. همه ی افراد دیگر در شرکت افرادی بودند که رسالت شان نجات مردم بود. نه! من می خواستم پول در بیاورم. **من متوجه شدم که اگر رسالتم را بر اساس کمک به دیگران انجام دهم که آن ها پول در بیاورند، من هم پول خواهم داشت.** این فکر مؤثر بود.

من بعضی روزها بچه ها را به پارک و باغ وحش می بردم. آن ها در زمانی که من مشتری یابی می کردم اوقات خوبی را سپری می کردند. من مصمم و با انگیزه بودم. هر کاری لازم بود می کردم تا پول بیش تری در بیاورم. من به سرعت به سمت موفقیت پیش می رفتم، زیرا می خواستم کلینتون را به مدرسه خصوصی در دالاس بفرستم. روزی که مهمانی هایم را به عضو جدیدم بخشیدم و شروع کردم به یافتن افراد دیگری که می خواستند مهمانی ها را برگزار کنند یا عضو گیری کنند، تجارت من اوج گرفت. من روی پیدا کردن افراد زیادی که هر کدام بخش کوچکی را انجام دهند، تمرکز کردم. در پایان آن سال بیست و چهار نفر داشتم که هر کدام ۵۰۰۰ دلار در آورده بودند. در ژانویه بعد تقریباً همه از کار کناره گرفتند. من دوباره از اول شروع کردم. فرزندانم و کسب و کار تمام دنیای من بودند. هر دوی آن ها به شکوفایی رسیدند، ولی ازدواجم نه. مطمئنم هیچ کدام شما نمی توانید آن را درک کنید.

من در برابر طلاق، بدهی سنگین، تک والد بودن، مرگ مادر بزرگم، مرگ بالاسری و شکست ها، به علاوه ی رأس یک سازمان بودن، ایستادگی کردم. خدا را شکر می کنم که روزی کسی مرا به بازاریابی چند سطحی وارد کرد. والدین من از تگزاس نقل مکان کردند و حالا در نزدیکی ما زندگی می کنند. مادرم یکی از نمایندگان فروش من شد! کودکان من به جوانان بالغی بدل شدند که دو نفرشان دانشگاه را تمام کرده اند. من دیگر می توانستم در خانه استراحت کنم و خانواده ام و بسیاری از زیرمجموعه هایم حالا پاداش های خود را دریافت می کنند.

اکنون، ۱۸ سال بعد، جانت در ازدواج دومش موفق است و با همسرش در خانه ای مجلل در بالای کوه های اسپن در کلورادو زندگی می کنند. او با بازاریابی چند سطحی به یک میلیونر بدل شد که ۷۰۰۰ نفر در سرتاسر آمریکا و سالی ۱۰ میلیون دلار درآمد دارد. مجله ی موفقیت در موضوع بخش کار در خانه، در سپتامبر ۱۹۹۷، سرمقاله ای را در مورد زندگی او چاپ کرد. شعار او در آن سالهای اولیه این بود که « مرا راهنمایی کنید، مرا همراهی کنید یا از سر راه من کنار بروید.» امروز هم شعار او همین است.

بسیاری از توزیع کنندگان به این صنعت وارد شده اند، زیرا از محصولات خوش شان آمده و می خواهند با اعلام این مسئله به دیگران پول در بیاورند. سازندگان سازمان ها مخصوصاً آن هایی که از تجارت سر در می آورند دوست دارند توزیع کنندگان خرده فروش را به عنوان بخشی از گروه خود داشته باشند، اما ما باید اطمینان بیابیم که دیگران می دانند که این انتخاب همیشه برای آن ها وجود دارد تا از طریق تکثیر کردن، به اهداف شان برسند. روزی که جانت مهمانی های خانگی خود را به یکی از زیر مجموعه هایش بخشید، روزی است که تجارت او اوج گرفتن را آغاز کرد. چرا؟ زیرا او تصادفاً به یکی از اصول پایه ای بازاریابی چند سطحی عمل کرد (تکثیر و همانند سازی)؛ ما خودمان را از طریق بالا بردن دیگران بالا می بریم و برای همه ما جالب است که این داستان از جایی شروع شد که یک مادر بزرگ از خود گذشته برای نوه اش یک زندگی متوسط را خواست و انتخاب کرد که برای آینده ی او سرمایه گذاری کند. خداوند این بانوی گرمی را خیر دهد.

داستان پنجم: از زبان زیگ

یکی از داستان هایی که من در کتابم با عنوان رازهای زیگ زیگلار برای فروش موفق تعریف کرده ام، مثال بارزی است از انتقال احساس. سالها پیش وقتی در کار فروش لوازم آشپزخانه (بدون نیاز به آب) بودم، کارم حسابی گرفته بود. دوستی داشتم که در همان شرکت دقیقاً کار مرا انجام می داد، اما وضعیتش اصلاً خوب نبود. یک روز که برای صرف قهوه به خانه اش رفته بودم، دیدم که بیل حسابی توی خودش است. نگاهی به او کردم و گفتم: « می دونی مشکل چیه؟ » و او از من خواهش کرد اگر واقعاً راه حلی دارم به او بگویم؛ چون واقعاً مستأصل شده بود. به همین خاطر به بیل گفتم: « مشکل تو اینه که خودت به محصولاتت هیچ اعتقادی نداری. » او با عصبانیت جواب داد که اصلاً این طور نیست و گفت که اساساً مدیریت در شرکت قبلی اش را به خاطر پیوستن به این شرکت، آن هم به عنوان فروشنده، ترک کرده است. من به او گفتم: « می توانی همین احساس را به بقیه هم منتقل کنی. اما شکی ندارم که تو اعتقادی به محصولاتت نداری. » و با سر اشاره کردم به آشپزخانه اش. بیل با تعجب گفت: « آهان! منظور تو اینه که من از محصولات شرکتتون توی آشپزخانه استفاده نمی کنم! » من گفتم: « دقیقاً » و او شروع کرد به توضیح مفصلی گرفتاری ها و مشکلاتش. زنش سه هفته بود که در بیمارستان بستری بود و او حق بیمه نداشت. در ضمن پسرانش هم قرار بود لوزه شان را عمل کنند و باز همان مشکل بیمه درمانی وجود داشت. وانگهی، یک ماهی می شد که اتومبیلش خراب شده و گوشه تعمیرگاه افتاده بود و او مجبور بود برای تردد از اتوبوس و تاکسی استفاده کند؛ به همین خاطر نمی شد به فکر فروش موفق بود. و بعد هم داستانش را اینطوری خاتمه داد که: « زیگ! من در اسرع وقت یک سری از محصولات خودمون رو می خرم. من واقعاً به محصولمون اعتقاد دارم.

من جواب دادم: « بذار یه چیزی رو برات روشن کنم، بیل. وقتی روبه روی یک مشتری احتمالی نشسته ای و داری معرفی ات را تمام می کنی، اودر می آید به تو می گوید:» " بیل راستش من خیلی دوست دارم یک دست از محصولات شما داشته باشم، اما راستش اوضاع زندگی ام اصلاً تعریفی نیست. زخم سه هفته است که توی مریض خونه س و بیمه نداریم. تازه، بچه هام می خوان لوزه شون رو عمل کنن؛ حق بیمه هم نداریم. از همه مهمتر، یک ماهی هست که ماشینم خرابه و دست به دامن اتوبوس و تاکسی شدم و"

من با لبخند به بیل گفتم: « البته شوخی می کنم. هیچ مشتری احتمالی همین بهانه های تو رو به خودت بر نمی گردونه؛ اما خب، اونها همه بهانه های خاص خودشونو دارن. و اگر به محصولات معتقد نباشی، گرچه ممکنه به خودت بگی «خونسرد باش، بیل، خونسرد باش»، در عمق وجودت، در همان حالی که اونها بهانه هاشون رو مطرح می کنن، با اونا همراه هستی و با خودت می گی: " درسته، دقیقاً می دونم منظورت چیه. اتفاقاً خود من هم دقیقاً به همین دلیله که محصولاتم رو نخریدم!"

من یک دست از محصولاتم را به بیل فروختم. او آن هفته آنقدر فروش کرد که بتواند پول محصولات را بپردازد. اگر به شرکت و فرصتی که معرفی می کنید اعتقاد ندارید و اگر به محصولات آنقدر اعتقاد ندارید که شخصاً مصرف کننده آن باشید، پس بهتر است از مقامتان همین حالا استعفا دهید، زیرا آینده درخشانی در انتظارتان نیست .

بله، فروش چیزی نیست غیر از انتقال احساس. در شبکه زیگ زیگلار، ما مرتباً به مردم می گوئیم اگر می خواهید در این تجارت موفق شوید باید به محصول محصولاتان تبدیل شوید. همین را هم به شما می گوئیم: باید آنقدر به محصولاتان اعتقاد داشته باشید که به راحتی از آن استفاده کنید و آن را به نزدیک ترین اقوام و دوستانتان بفروشید، چون می دانید به نفع آنهاست.



*Alovera Gel
Forever Living*



اولین گام های شروع

جزوه آموزشی تیم فوراور لیوینگ

فوراور لیوینگ پروداکتس

,E McCormick Pkwy 7501
Scottsdale, AZ 85258, USA
foreverliving.com



FOREVER