

# حرفه ای شوید

اریک وور

علی معتمدی

گام برای حرفه ای شدن  
در بازاریابی شبکه ای



# حرفه‌ای شوید

هفت گام

برای حرفه‌ای شدن در بازاریابی شبکه‌ای

مؤلف: اریک وور

مترجم: علی معتمدی

انتشارات رخداد کویر



چاپ سوم

تابستان ۱۳۹۵

سرشناسه:  
عنوان و نام پدیدآور:  
Worre, Eric \_ وور، اریک \_  
(حرفه‌ای شوید \_ هفت گام برای حرفه‌ای شدن در  
بازاریابی شبکه‌ای) \_ اریک وور؛ [مترجم] علی معتمدی.

مشخصات نشر:  
مشخصات ظاهری:  
شابک:  
وضعیت فهرست نویسی:  
یادداشت:  
مهریز، رخداد کویر، ۱۳۹۴.  
۱۶۰ ص.، ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.  
۹۷۸-۶۰۰-۹۵۵۷۹-۱-۲  
فیپا  
Go pro :7steps to becoming  
a network marketing professional  
عنوان اصلی:

شناسه افزوده:  
شماره کتابشناسی ملی:  
معتمدی، علی، ۱۳۶۱، مترجم  
۴۰۷۵۲۰۰



[www.rokhdadkavir.ir](http://www.rokhdadkavir.ir)

[info@rokhdadkavir.ir](mailto:info@rokhdadkavir.ir)

حرفه‌ای شوید \_ هفت گام برای حرفه‌ای شدن در بازاریابی شبکه‌ای  
7steps to becoming a network marketing professional

مؤلف : اریک وور

مترجم : علی معتمدی

طراحی جلد و صفحه آرایی : محبوبه شارقى

شمارگان : ۲۲۰۰ نسخه

نوبت چاپ : سوم

سال چاپ : تابستان ۱۳۹۵

تلفن : ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

قیمت : ۱۰۰۰۰ تومان

حق چاپ برای انتشارات رخداد کویر محفوظ است.

## فهرست

|  |     |
|--|-----|
| مقدمه  | ۴   |
| <b>فصل اول</b>   |     |
| بازاریابی شبکه‌ای بی‌نقص نیست... فقط بهتر است                              | ۹   |
| <b>فصل دوم</b>   |     |
| اگر می‌خواهید در بازاریابی شبکه‌ای مشغول شوید، مثل حرفه‌ای‌ها کار کنید     | ۳۱  |
| <b>فصل سوم</b>   |     |
| مثل هر حرفه‌ی دیگری، نیاز دارید که چند مهارت را یاد بگیرید                 | ۳۹  |
| <b>فصل چهارم</b>   |     |
| مهارت شماره‌ی ۱: یافتن مشتری احتمالی                                       | ۴۳  |
| <b>فصل پنجم</b>  |     |
| مهارت شماره‌ی ۲: دعوت از مشتری احتمالی برای آشنایی درست با محصول یا کارتان | ۵۱  |
| <b>فصل ششم</b>   |     |
| مهارت شماره‌ی ۳: معرفی کردن کار به مشتری احتمالی                           | ۷۹  |
| <b>فصل هفتم</b>  |     |
| مهارت شماره‌ی ۴: پیگیری کردن مشتری احتمالی                                 | ۸۹  |
| <b>فصل هشتم</b>  |     |
| مهارت شماره‌ی ۵: تبدیل کردن مشتری احتمالی به مشتری قطعی یا توزیع‌کننده     | ۱۰۵ |
| <b>فصل نهم</b>   |     |
| مهارت شماره‌ی ۶: کمک به تازه‌واردها برای شروع درست کار                     | ۱۱۳ |
| <b>فصل دهم</b>   |     |
| مهارت شماره‌ی ۷: مراسم‌های تبلیغاتی  | ۱۲۳ |
| <b>فصل یازدهم</b>  |     |
| برای رسیدن به هر چیز با ارزشی زمان لازم است                                | ۱۳۳ |
| <b>فصل دوازدهم</b>   |     |
| به زحمتش می‌آورد   | ۱۴۷ |
| <b>درباره نویسنده</b>  | ۱۵۷ |



روزی را به یاد می‌آورم که برای اولین بار بازاریابی شبکه‌ای به من معرفی شد. ژانویه‌ی ۱۹۸۸ بود. ۲۳ سالم بود و توی کار فروش املاک بودم و برای شرکت کوچک بابام و دوستش، جان جویس، کار می‌کردم.

تازه ازدواج کرده بودم و یک پسر بچه داشتم. خرجم از دخلم بیشتر شده بود و ترس به جانم افتاده بود. سال قبلش من بابت کمیسیون فروش املاک حدود ۴۵،۰۰۰ دلار درآمد داشتم. پول خوبی بود، ولی مشکل این بود که خرجم حدود ۶۰،۰۰۰ دلار شده بود و هیچ پولی برای پرداخت مالیات‌هایم، که چند ماه دیگر موعدهشان سر می‌رسید، نداشتم.

وقتی آن روز جان جویس پهلوی میز من آمد و گفت «اریک، فکر کنم یک راهی پیدا کرده‌ام که بتوانیم مقداری پول بیشتر در بیاوریم»، به او گفتم «خب، توضیح بده!» او گفت که یکی از دوستان خوبش می‌خواهد چیزی را به ما نشان بدهد و ما را دعوت کرده که به منزلش برویم. من و جان و بابام سوار ماشین شدیم و رفتیم تا ببینیم قضیه چی هست.

وقتی رسیدیم، دوست جان ما را به اتاق نشیمنش برد و یک نوار داخل دستگاه ویدئو گذاشت و دکمه‌ی پخش را زد. نشستیم و آن فیلم دیوانه‌کننده را دیدیم. توی فیلم مدام وبلا و لیموزین نشان می‌داد و آدم‌هایی که می‌گفتند تقریباً یک‌شبه پولدار شده‌اند. آن قدر فیلم رؤیایی بود که اصلاً باور نمی‌کردم حقیقت داشته باشد. برای همین به بقیه گفتم که به نظرم کار خوبی نیست و از آن خوشم نیامده است. فیلترهای ذهنی من ورودی‌های عقلم را بسته بودند. اما یک اتفاق جالبی افتاد. بابام و جان گفتند «باشه، کار خوبی نیست. ولی ما این کار را انجام می‌دهیم».

این حرف تأثیر زیادی روی من گذاشت، چون تنها چیزی که برای من از از ورشکستگی و مقروض بودن بدتر بود این بود که بینم این دو نفر بدون من پول پارو کنند! برای همین، نظرم را عوض کردم و بابام را کشیدم کنار و ازش پرسیدم که پول به من قرض می‌دهد که وارد آن کار بشوم یا نه. خدا را شکر قبول کرد، چون به محض اینکه وارد بازاریابی شبکه‌ای شدم زندگیم از این رو به آن رو شد.

وقتی کارم را شروع کردم، مثل اکثر مردم به این شغل نگاه کردم، یعنی در واقع اصلاً آن را شغل حساب نکردم. وارد کار شدم، چندتا تلفن زدم، و امیدوار بودم که با زمان‌سنجی و موقعیت‌سنجی شانس بیاورم و چند دلاری به جیب بزنم. این روش اولش جواب داد! کمی پول درآوردم. کیف کرده بودم. ولی باید یک چیز را اینجا فاش کنم. آن چند ماه اول، تنها استراتژی من این بود که خیلی سریع، قبل از اینکه بابام به دوستان و آشناهایش زنگ بزند، من به آنها زنگ بزنم. می‌گفتم اگر با آنها تماس بگیرم و بگویم که بابام و جان جویس هم توی این کار هستند، و آنها را به یک جلسه‌ی حضوری یا تماشای فیلم بکشانم، اگر به کار علاقه‌مند می‌شدند، دیگر بابام مخالفتی نمی‌کرد، چون من زیرشاخه‌ی او بودم. این روش تا حدودی موفق بود، ولی همان‌طور که می‌دانید، دوامی نیاورد.

سه ماه بعد از شروع به کار، درآمد من از بازاریابی شبکه‌ای قطع شد. با قطع شدن درآمد، دیدگاه مثبتم هم کاملاً از بین رفت. به این و آن گیر می‌دادم و می‌گفتم آنها مسئول عدم موفقیت من هستند؛ می‌گفتم سرشاخه‌ام کمک‌چندانی به من نکرد؛ شرکت آموزش کافی در اختیار من نگذاشت؛ افراد

زیادی را نمی‌شناسم؛ چون سَنّی ندارم، کسی به حرف من اعتنا نمی‌کند. به محصول شرکت، به خود شرکت، و به اقتصاد کشور گیر می‌دادم. به همه گیر می‌دادم، الاّ خودم. من یک مشکل بزرگی داشتم. گیر دادن به در و دیوار برای من پول نمی‌شد. بعد از اولین کمیسیونم در بازاریابی شبکه‌ای، از کار املاک فاصله گرفته بودم. خیلی طول می‌کشید تا باز با فروش ملک کمیسیون بگیرم. هیچ مدرک دانشگاهی هم نداشتم، برای همین یافتن یک کار با درآمد آبرومندانه اساساً غیرممکن بود. تنها جایی که می‌توانستم بروم و مقداری پول نقد درآورم همان بازاریابی شبکه‌ای بود.

برای همین، سرم را انداختم پایین و رفتم سرِ کار. اولش سخت بود. در واقع، در سه سال اول، من مجموعه‌ام را هفت بار بازسازی کردم! آن را می‌ساختم، ولی زود از هم می‌پاشید. می‌ساختم، باز از هم می‌پاشید. این ساختن و متلاشی شدن مدام تکرار می‌شد.

بعد از این سه سال، حسابی دلسرد شده بودم. تقریباً هیچ امیدی برایم باقی نمانده بود. ناگهان اتفاقی افتاد که زندگیم را از این رو به آن رو کرد. این اتفاق ترکیبی از دو عامل بود. شب قبل از گردهمایی شرکت بود و من داشتم یک برنامه‌ی خبری از تلویزیون می‌دیدم. برنامه یک مهمانی داشت که متخصص موضوعی بود که الان به خاطر ندارم. در ذهنم این گذشت که «چطور یک نفر می‌تواند در آن موضوع متخصص بشود؟» تنها پاسخی که به ذهنم رسید این بود که آن شخص باید تصمیم گرفته باشد که باتجربه بشود، تا آنجا که می‌تواند یاد بگیرد، مرتب کتاب بخواند، با دیگران [درباره‌ی آن موضوع] صحبت کند، و آن قدر آن را خوب یاد بگیرد که متخصص و خبره‌ی



آن موضوع شود.

فردای آن شب به گردهمایی شرکت رفتم و فوق‌ستاره‌ها را می‌دیدم که پشت سر هم روی صحنه می‌آمدند. ناگهان به خودم آمدم. متوجه شدم که اگر واقعاً طالب باشم، می‌توانم متخصص بازاریابی شبکه‌ای بشوم. باید روی مهارت‌ها تمرکز می‌کردم. باید حسابی تمرین می‌کردم تا متخصص شوم و هیچ‌کس نتواند جلو دارم شود.

تا قبل از آن لحظه، همیشه منتظر یک فرشته‌ی نجات بودم. منتظر بودم شانس به من رو بیاورد. امید داشتم که یک فوق‌ستاره وارد مجموعه‌ام بشود و اوضاع را به نفع من تغییر دهد. از طرف دیگر، می‌ترسیدم اگر این اتفاق به‌زودی نیفتد، فرصت را از دست بدهم. در یک لحظه همه‌چیز تغییر کرد. متوجه شدم که نباید دل‌نگران بخت و اقبال باشم. زمان‌سنجی و موقعیت‌سنجی خوب بودند، ولی برای موفقیت بلندمدت لازم نبودند. نباید نگران بالا‌شاخه‌ای خودم می‌بودم یا در به‌در دنبال آدم مناسب این کار می‌گشتم. نباید نگران هیچ‌چیز می‌بودم. فقط باید در این کار متخصص و خبره می‌شدم. آن روز تصمیم گرفتم که هدفم را تغییر دهم و مهارت‌های لازم را برای تبدیل شدن به یک حرفه‌ای در بازاریابی شبکه‌ای در خودم تقویت کنم. این روز خاص زندگی را زیرورو کرد. از آن وقت تا حالا زندگی‌م همه‌اش ماجراجویی شگفت‌انگیز بوده است. بازاریابی شبکه‌ای شغل من شد. من آزادی زمان کامل دارم. با فوق‌العاده‌ترین آدم‌ها در سرتاسر جهان ملاقات کرده‌ام. توانسته‌ام بر زندگی صدها هزار نفر تأثیر بگذارم و از آنها تأثیر بگیرم، به همه جای دنیا بروم، به اهداف مهم خودم برسیم، و از همه مهم‌تر، در این مسیر فرد بهتری بشوم. همه‌ی اینها برای من

اتفاق افتاد و می‌تواند برای شما هم اتفاق بیفتد. در این کتاب، اصول بنیادی‌ای را در اختیار شما می‌گذارم که با راهنمایی آنها می‌توانید در بازاریابی شبکه‌ای حرفه‌ای شوید. این اصول در چند دهه‌ی گذشته حسابی به کار من آمده‌اند و می‌دانم که خیلی خوب به کار شما هم خواهند آمد.

به دنیای حوادث شگفت‌انگیز خوش آمدید!



## فصل اول

بازاریابی شبکه‌ای بی نقص نیست... فقط

بهتر است

آیا بی‌قرار هستید؟ آیا از شغل‌تان ناراضی هستید؟ آیا احساس می‌کنید راه بهتری برای امرار معاش وجود دارد؟

به شما مؤده می‌دهم که یک راه بهتری هست، ولی این راه با آن چیزی که در مدرسه به شما یاد داده‌اند متفاوت است. بگذارید توضیح دهم.

در سخنرانی‌هایم در جای‌جای دنیا، همیشه دوست دارم بازی مشارکت مخاطب را اجرا کنم. از مخاطبان خودم می‌خواهم که کمکم کنند تا یک شغل ایده‌آل را به تصویر بکشیم و به من بگویند که دوست دارند این شغل ایده‌آل آنها چه ویژگی‌هایی داشته باشد و چه چیزهایی نداشته باشد. همیشه از صحبت‌های آنها یک فهرست خیلی جالب درست می‌شود. اگر الان رودررو بودیم، همین بازی را با شما می‌کردم. ولی حالا که رودررو نیستیم، بگذارید نظرات مردم در بیش از ۳۰ کشور جهان درباره‌ی شغل ایده‌آل‌شان را برای شما خلاصه کنم. من به این فهرست می‌گویم «فهرست شغل ایده‌آل».

مردم معمولاً اول از چیزهایی که نمی‌خواهند اسم می‌برند:

- رئیس
- رفت‌وآمد هر روزی تا محل کار
- ساعت زنگدار
- کارمند
- مسائل سیاسی
- زد و بند
- تبعیض
- شرط داشتن مدرک تحصیلی


بعد که افراد از تخیل‌شان به صورت مثبت‌تری استفاده می‌کنند، رفته‌رفته چندتایی ویژگی مثبت به زبان می‌آورند:


- ❑ یک چیز خوب
- ❑ محصول یا خدمات عالی
- ❑ درآمد نامحدود
- ❑ درآمد اضافی
- ❑ لذت بردن از کار با همکاران
- ❑ آزادی زمان
- ❑ یک چیز معنادار
- ❑ رشد شخصی
- ❑ مزایای شغلی زیاد
- ❑ مسافرت‌های خارج از کشور
- ❑ مشارکت در کارهای خیر
- ❑ ریسک پایین
- ❑ هزینه‌ی پایین راه‌اندازی
- ❑ درآمدزا بودن در هر شرایط اقتصادی
- ❑ مزایای مالیاتی
- ❑ تفریح!


شاید شما هم چند ویژگی دیگر به اینها اضافه کنید، ولی موافق نیستید که این فهرست برای شروع خیلی خوب است؟ تصور کنید شغلی دارید که همه‌ی این ویژگی‌ها را دارد!

تمام "شغل‌هایی" که می‌شناسم در یکی از پنج مقوله‌ی زیر قرار می‌گیرند:

یقهِ آبی 

یقهِ سفید 

فروشنده‌گی 

مالکیت کسب‌وکار سنتی 

سرمایه‌گذاری 

### شغل‌های یقه‌آبی

تعریف ویکی‌پدیا از یقه‌آبی این است: «کارگر یقه‌آبی عضوی از طبقه‌ی کارگری است که کار یدی انجام می‌دهد.» تعریف من از یقه‌آبی کسی است که کار می‌کند تا چیزی را تعمیر کند، چیزی را درست کند، چیزی را تمیز کند، چیزی را بسازد، یا خدمات بدهد.

من در زندگی در شغل‌های یقه‌آبی زیادی کار کرده‌ام. هر کسی هم که در این رشته‌ی کاری مشغول بوده، هر بار کارش را خوب انجام داده باشد رضایت خاصی را احساس کرده است.

**ولی یک سؤال مهم:** آیا شغل یقه‌آبی تمام ویژگی‌های فهرست شغل ایده‌آل را دارد؟ واضح است که خیر. مسلماً بعضی از آن ویژگی‌ها را دارد. ممکن است محصول خیلی خوبی داشته باشد و هزینه‌ی راه‌اندازی آن پایین باشد یا یکی دیگر از ویژگی‌های داخل فهرست ما را داشته باشد، ولی اگر دقیق به آن نگاه کنیم، شغل یقه‌آبی نمی‌تواند شما را به مقصودتان برساند. "شغل ایده‌آل" نیست.

## شغل‌های یقه‌سفید

ویکی‌پدیا یقه‌سفید را به این صورت تعریف می‌کند: «اصطلاح کارمند یقه‌سفید به شخصی اشاره دارد که، در مقایسه با کارگر یقه‌آبی که شغلش متضمن کار با دست است، کار حرفه‌ای، مدیریتی، یا اجرایی می‌کند. عموماً کارهای یقه‌سفید در دفتر یا اتاق انجام می‌شوند.»

من به کسی که به استخدام یک نفر دیگر درمی‌آید تا کاری غیر از کار یدی یا فروش انجام دهد کارمند یقه‌سفید می‌گویم.

خیلی از مردم شغل‌های یقه‌سفید را انتخاب می‌کنند، چون در بین گزینه‌های موجود این دسته از شغل‌ها بیشترین مقبولیت را در جامعه دارند. تا مدت‌های زیادی این شغل‌ها گزینه‌ی مطمئن و بدون ریسک بودند. اخیراً وضعیت این شغل‌ها تغییر کرده. این شرط ضمنی که اگر به شرکت وفادار باشید، شرکت به شما وفادار خواهد بود، خیلی وقت است که دیگر اعتبار ندارد.

من کارمند یقه‌سفید هم بوده‌ام. طبق تجربه‌ی من، دو نوع از افراد هستند که این گونه کارها را انجام می‌دهند: آدم‌های بلندپرواز و آدم‌های کارگریز. بلندپروازها کسانی هستند که می‌خواهند عملکرد عالی داشته باشند. آنها جاه‌طلب، با انگیزه، و پرنرژی هستند. آنها ایده‌های زیادی دارند و می‌خواهند که از نردبان شرکت بالا بروند. این ویژگی‌ها خیلی خوب هستند. ولی آدم‌های بلندپرواز یک نقطه ضعف دارند.

لحظه‌ای که فرد تصمیم می‌گیرد که بلندپرواز بشود، تبدیل به هدف می‌شود. رئیسش او را تهدیدی برای صندلی خود می‌بیند، برای همین نمی‌گذارد از نردبان بالا بیاید یا سعی می‌کند به شهرت او ضربه بزند. همکارانش او را



آدمی می‌بینند که یا چوب لای چرخ آنها می‌گذارد یا مانع آنها در گرفتن ارتقاء می‌شود، برای همین تمام سعی‌شان را می‌کنند تا موفقیت‌های او را به حداقل برسانند.

در نتیجه، برای اینکه شخص بلندپرواز باقی بماند و در این محیط خصمانه دوام بیاورد، باید یک چیز را که اصلاً ربطی به کارایی آنها ندارد خوب یاد بگیرد؛ باید سیاست را یاد بگیرد. او باید یاد بگیرد که چطور در دنیای سیاسی با تضعیف کردن دشمنان خود و تقویت کردن رابطه‌اش با آدم‌های بانفوذ اهدافش را پیش ببرد. در واقع، بعضی از موفق‌ترین افراد در دنیای شرکتی اصلاً بلندپرواز نیستند. آنها سیاستمدار به تمام معنا هستند.

در نتیجه، اگر تصمیم‌تان این است که در محیط شرکتی کار کنید و بلندپرواز شوید، باید این واقعیت را هم بپذیرید که باید سیاستمدار خوبی شوید.

حالا درباره‌ی کارگریز صحبت می‌کنیم. اینها کسانی هستند که از سیاست متنفر هستند، ولی به شغل احتیاج دارند. آنها یاد نمی‌گیرند که بلندپرواز جاه‌طلب باشند. آنها خودشان را متمایز نمی‌کنند؛ در جلسات قاطعانه صحبت نمی‌کنند؛ ایده‌ی جدیدی مطرح نمی‌کنند. آنها از تلاش و رقابت می‌گریزند. سرشان را پایین می‌گیرند و کاری را که به آنها گفته می‌شود انجام می‌دهند. آنها به اندازه‌ای که پشت سرشان بدگویی نشود کار می‌کنند. فقط امرار معاش می‌کنند.

این شیوه چندین دهه جواب داده است. ولی در اقتصاد جدید، گریز از کار خیلی سخت‌تر از قبل شده. مردم هم دیگر وقت ندارند.

برمی‌گردیم به فهرست شغل ایده‌آل: آیا شغل یقه‌سفید تمام ویژگی‌های شغل ایده‌آل را دارد؟ یک بار دیگر پاسخ خیر است. در اکثر حوزه‌ها قطعاً پاسخ منفی است.

### فروشنده‌گی

بعضی‌ها به اختیار خودشان سراغ “کارمندی” نمی‌روند و در حرفه‌ی فروشنده‌گی مشغول می‌شوند. این حرفه قطعاً ماجراجویانه‌تر است، چون فروشنده‌ها بر مبنای کارآمدی‌شان حقوق می‌گیرند، نه بر اساس ساعت کاری. من با هزاران فروشنده برخورد داشته‌ام. طی این سال‌ها، متوجه شدم که در این حرفه یک روند مشترک طی می‌شود. فروشنده‌ی معمولی در یک دوره‌ای کاملاً موفق است. دست به هر چیزی می‌زند طلا می‌شود. در این مدت، حسابی پول درمی‌آورد.

وقتی این اتفاق می‌افتد، آنها تقریباً همیشه سبک زندگی‌شان را با آن سطح از درآمد تنظیم می‌کنند. خانه‌ی جدید می‌خرند، ماشین جدید می‌خرند، بچه‌های‌شان را به مدرسه‌ی بهتری می‌فرستند، و ویلا می‌خرند. تا مدتی همه‌چیزی عالی است.

### ناگهان یک چیزی تغییر می‌کند.

شرکت طرح بازپرداخت را تغییر می‌دهد، قلمرو آنها کوچک می‌شود، سر و کله‌ی رقیب پیدا می‌شود، بهترین مشتری‌شان را از دست می‌دهند، اقتصاد کشور دچار رکود می‌شود، تکنولوژی جدید ارزش محصول آنها را پایین می‌آورد، یا مقررات دولتی صنعت آنها را زیر و رو می‌کند. اینها چند مثال ساده

هستند؛ صدها دلیل دیگر هست که می‌گویند دنیای فروشندگی پیچیده‌تر از این خواهد شد.

وقتی این اتفاق می‌افتد، با آن سبک زندگی بالایی که آنها برای خود ساخته‌اند، دیگر نمی‌شود با ۴۰ ساعت کار در هفته خرج خود را درآورد. در نتیجه، آنها ۵۰ ساعت در هفته کار می‌کنند. بعد می‌شود ۶۰ ساعت. و بعد ۷۰ ساعت. تا اینکه زندگی‌شان خیلی کوچک می‌شود. بله، آنها امکانات دارند، ولی وقت لذت بردن از آن را ندارند.

یک چالش دیگر که پیش روی حرفه‌ی فروشندگی است این است که شخص هرچقدر هم که کار کند، روز بعد باید از صفر شروع کند. زندگی در زیر این جور فشاری در بلندمدت خسته‌کننده می‌شود.

آیا حرفه‌ی فروشندگی خرج زندگی را درمی‌آورد؟ حتماً. ولی تمام ویژگی‌های شغل ایده‌آل ما را دارد؟ باز هم باید بگوییم خیر.

### مالکیت کسب و کار سنتی

بعضی‌ها ترجیح می‌دهند سراغ رؤیای بزرگ بروند؛ آنها دوست دارند کسب‌وکاری دست و پا کنند که رئیس آن و همه‌کاره‌ی آن خودشان باشند. ایده‌ی هیجان‌انگیزی است، نه؟ در دنیای واقعی برای اکثر این افراد این اتفاق می‌افتد:

**مرحله‌ی اول:** فرد از پس‌انداز زندگیش استفاده می‌کند، زیر بار قرض جدید می‌رود، و بسیاری از مواقع از دوستان و خانواده‌ی خود برای شروع کار پول قرض می‌گیرد.

**مرحله‌ی دوم:** فرد با گرفتن وام و دادن ضمانت‌های شخصی در تقریباً

همه‌ی زمینه‌ها زیر بار قرض بیشتر می‌رود.

**مرحله‌ی سوم:** حالا به جای تمرکز بر توانایی و تخصص خود (فرض کنیم تخصصش فروشنده‌گی بوده و تصمیم گرفته که کسب‌وکار خودش را راه بیندازد)، باید جوابگوی همه باشد. باید در مسائل حقوقی و کیل باشد، در مسائل مالی حسابدار باشد، در مسائل خرید مذاکره‌کننده باشد، در مسائل مربوط به حساب‌های دریافتی وصول‌کننده باشد، و مثل پرستار به مسائل کارمندان خود برسد. حتا باید آشغال‌ها را هم بیرون بگذارد. این فرد همه‌کاری می‌کند الا فروش — یعنی تخصصش را به کل کنار گذاشته است.

**مرحله‌ی چهارم:** فرد دست و پا می‌زند. به جای اینکه مالک کسب‌وکار خود باشد، کسب‌وکار است که مالک او شده. اولین نفری است که سر کار می‌آید و آخرین نفری است که محل کار را ترک می‌کند. بعد از اینکه حقوق همه داده شد، شاید کمی پول برایش بماند که بتواند قرض‌های فعلیش را بدهد، نه قرض‌هایی که برای راه‌اندازی کسب‌وکارش کرده بود.

**مرحله‌ی پنجم:** یا موفق می‌شود یا شکست می‌خورد. ممکن است بعد از مدتی کار و بارش بگیرد و موفق شود، شاید هم شکست بخورد. در اکثر مواقع، فرد اعلام ورشکستگی می‌کند و به کار شرکتی یا شغل فروشنده‌گی برمی‌گردد. اگر هم موفق شود به این معنی است که باید یک عمر ساعات طولانی کار کند و استرس بکشد.

رمانتیک به نظر می‌رسد، نه؟ اگر تا به حال خودتان کسب‌وکاری راه نینداخته‌اید، از دوستان خود که قبلاً این کار را کرده‌اند بپرسید که آیا این پنج مرحله درست هستند یا نه. اکثر کسانی که کسب‌وکار سنتی خود را شروع

می‌کنند دغدغه‌ی این را ندارند که از سرمایه‌ای که گذاشته‌اند سود کنند، آنها فقط می‌خواهند سرمایه‌شان برگردد. کاملاً مشخص است که مالکیت کسب‌وکار سنتی همه‌ی ویژگی‌های شغل ایده‌آل مورد نظر ما را ندارد.

### سرمایه‌گذار

آخرین گزینه در تقسیم‌بندی ما برای گذراندن زندگی در دنیای امروز سرمایه‌گذاری است. برای اینکه سرمایه‌گذار شوید به چه چیزی نیاز دارید؟ پول، درسته؟ اگر پول فراوان نداشته باشید، گذراندن زندگی با سود برگشتی از سرمایه‌تان خیلی سخت می‌شود، به خصوص اگر سعی کنید محافظه‌کارانه عمل کنید تا ریسک ضرر را پایین بیاورید.

ولی فرض کنیم شما پول فراوانی دارید. برای اینکه سرمایه‌گذار موفق‌تری شوید دیگر به چه چیزی نیاز دارید؟ باید دانش و مهارت خیلی بالایی داشته باشید. آن قدر آدم می‌شناسم که سال‌ها در کار املاک سرمایه‌گذار ماهر بودند، ولی وقتی اوضاع بازار املاک از بیخ و بن تغییر کرد، دیگر مهارت‌شان به کارشان نیامد. ضرر بزرگی کردند.

آیا مایلید در کسب‌وکار سنتی کوچک یک نفر سرمایه‌گذاری کنید؟ بفرمایید. در اکثر این گونه موارد، کاری که شما می‌کنید سرمایه‌گذاری نیست، بیشتر مثل کارهای انسان‌دوستانه می‌ماند.

نظرتان درباره‌ی بازار سهام چیست؟ مردم پول خوبی آنجا درمی‌آورند، مگر نه؟ بعضی‌های‌شان بله، دست‌کم گاهی این طور است. ولی من خیلی‌های دیگر را می‌شناسم که بیشتر ضرر کرده‌اند تا سود، به خصوص در دهه‌ی گذشته. اگر کنترل همه‌چیز در دست‌تان نباشد، خیلی سخت است که سود تضمین شده

داشته باشید. قبول کنید که کنترل همه‌چیز در دست شمای سرمایه‌گذار نیست. ممکن است هر اتفاقی بیفتد. و ممکن است یک‌شبهه بیفتد.

بگذارید ماجرای را تعریف کنم تا منظورم روشن‌تر شود. در اواخر سال ۲۰۰۱، زندگی مرفه‌ی داشتم. شرکتی را که با چند نفر دیگر تأسیس کرده بودم فروخته بودم و در سمت مشاور با حقوق بسیار بالا مشغول کار بودم. سهم من از فروش تقریباً ۱۷۰,۰۰۰ سهام در شرکت جدید بود. هر سهام این شرکت در بازار سهام نیویورک به صورت عمومی حدود ۴۴ دلار معامله می‌شد. با این حساب، ارزش سهام من حدود ۷/۵ میلیون دلار می‌شد. درآمدم خارق‌العاده و موجودی اوراق بهادارم عالی بود. زندگی خیلی خوب بود.

من بخشی از سهامم را برای گرفتن وام ساخت خانه به ارزش حدود ۲ میلیون دلار فروختم تا ساخت خانه‌ی رؤیاییم را تمام کنم. در خصوص مسائل دیگر، من تنوع‌بخشی<sup>۱</sup> نکردم چون مطمئن بودم که با وجود محصول خوب و نیروی فروش بی‌نظیر اوضاع شرکت عالی است.

ناگهان اتفاقی خارج از کنترل من افتاد. یک‌شبهه سهام شرکت به ۳۷ دلار به ازای هر سهم رسید، چون گروهی از سرمایه‌گذارها به شرکت حمله کرده بودند و دست به فروش استقرایی<sup>۲</sup> زدند. به عبارتی دیگر، هرچه بهای سهام پایین‌تر می‌رفت، آنها پول بیشتری درمی‌آوردند.

---

۱. diversification: داشتن چند سهم متنوع (از چند حوزه‌ی مختلف) در سبد سرمایه‌گذاری خود. م.

۲. short selling: به اقدامی در بازار سهام گفته می‌شود که طی آن فرد سرمایه‌گذار با پیش‌بینی اینکه قیمت یک سهام خاص در آینده کاهش می‌یابد، آن را از دارنده‌ی آن سهام قرض می‌گیرد و در بازار می‌فروشد و پس از کاهش قیمت، آن سهام را با قیمت پایین‌تر می‌خرد و به قرض‌دهنده پس می‌دهد. م.

گفتم خیلی مسخره است، چون شرکت دارد کارش را خیلی خوب انجام می‌دهد، برای همین چون می‌دانستم قیمت دوباره بالا می‌رود، با وثیقه گذاشتن سهامی که داشتم سهام بیشتری به قیمت هر سهم ۳۷ دلار خریدم. هر سهم شد ۳۳ دلار. سهام بیشتری خریدم. شد ۲۷ دلار. چند بار به من اخطار کسری ودیعه داده شد. معنایش این بود که اگر پول آنها را ندهم، آنها سهام من را می‌فروشند تا ضررها را جبران کنند. من پولی نداشتم که بدهم.

آیا می‌توانستم هوشمندانه‌تر عمل کنم؟ حتماً. آیا مرتکب اشتباه شدم؟ قطعاً. ولی درسی که می‌گیریم این است: اگر قرار است سرمایه‌گذار بشوید، باید قبول کنید که گاهی اوضاع از کنترل شما خارج می‌شود. وقتی هم این اتفاق بیفتد، هزینه‌ی آن گزاف خواهد بود.

برگردیم به فهرست شغل ایده‌آل‌مان. آیا سرمایه‌گذاری همه‌ی ویژگی‌های آن فهرست را دارد؟ به نظرم که ندارد.

ما درباره‌ی شغل‌های یقه‌آبی، یقه‌سفید، فروشندگی، مالکیت کسب‌وکار سنتی، و سرمایه‌گذاری صحبت کردیم. هیچ‌کدام از آنها هم نمی‌توانند تمام ویژگی‌های فهرست شغل ایده‌آل را داشته باشند. پس آیا شغل ایده‌آل وجود دارد؟ پاسخ مثبت است، ولی قبل از شنیدن پاسخ، باید درک کنید که همه‌چیز در حال تغییر است. الگوهای قدیمی بازپرداخت مرده‌اند یا دارند می‌میرند. ما شاهد بزرگ‌ترین تحول اقتصادی در طول عمرمان هستیم.

### اقتصاد جدید

دنیا‌یی که شما می‌شناسید تغییر کرده است. کسانی که این واقعیت را درک نمی‌کنند با بدترین شرایط مواجه خواهند شد. و کسانی که آن را درک

کنند بهترین شرایط را تجربه خواهند کرد.

در ۱۰۰ سال گذشته، یک پدیده‌ی چشمگیری رخ داده است. افزایش تعداد شرکت‌ها تبدیل به یک معیار در جامعه شد. جایگاه امن و قابل احترام برای کسانی که در محیط کار بودند کارمندی بود.

قدم اول: برو مدرسه تا یاد بگیری چطور کارمند بشوی.

قدم دوم: شرکتی را پیدا کن که تو را استخدام کند.

قدم سوم: ۴۰ سال برای آن شرکت کار کن.

قدم پنجم: بازنشسته شو.

در دهه‌های اخیر، این وعده که شرکت بابت وفاداری و سخت‌کوشیت به تو پاداش می‌دهد افسانه از آب درآمده است. مردم کم‌کم متوجه شدند که وفاداری‌شان به شرکت هیچ منفعتی برای‌شان نداشته است. در نتیجه، یک فرایند متفاوتی شکل گرفت:

قدم اول: برو مدرسه تا یاد بگیری چطور کارمند بشوی.

قدم دوم: شرکتی را پیدا کن که تو را استخدام کند.

قدم سوم: در دوران شغلی خود، به دلایل سیاسی و اقتصادی متعدد، هر سه تا پنج سال شرکت خود را عوض کن.

قدم چهارم: متوجه می‌شوی که بعد از ۴۰ سال کار نمی‌توانی با خیال راحت

بازنشسته شوی، پس به کار ادامه می‌دهی.

ما شاهد بزرگ‌ترین تحول اقتصادی در طول عمرمان هستیم. به مدت یک قرن، شرکت‌ها بر اساس ساعت، هفته، و سال به کارکنان خود پول می‌داده‌اند. این معادله در در سرتاسر دنیا در حال دگرگون شدن است.



دنیا در حال حرکت به سمت اقتصاد کیفیت کار است. مدتی است که این اتفاق افتاده است. معنای آن این است که در آینده شما بابت کیفیت کارتان پول می‌گیرید. شما دیگر بابت زمانی که صرف می‌کنید پول نمی‌گیرید. فعالان صنعت تغذیه مدتی است که طبق این الگو زندگی می‌کنند. آنها حداقل دستمزدی را که قانون برای کار ساعتی تعیین کرده می‌گیرند و مابقی درآمدشان از پورسانتی است که بابت کیفیت کارشان دریافت می‌کنند.

اگر بتوانید تصور کنید که این الگو کمابیش به همه‌ی شغل‌های موجود در جهان تسری خواهد یافت، تصویر آینده را خواهید دید. شخصی که اتاق‌های هتل را تمیز می‌کند بر اساس ساعت پول نخواهد گرفت، او به ازای تعداد اتاقی که تمیز می‌کند پول می‌گیرد.

در مورد کارمندان اداره مثالی می‌زنم:

فردی سالانه حقوقش ۶۰،۰۰۰ دلار است.

مرحله‌ی اول: شرکت حقوق او را به ۵۰،۰۰۰ دلار کاهش می‌دهد، چون در بازار کار امروز خیلی‌های دیگر هستند که حاضرند این کار را با حقوق کمتر انجام دهند.

مرحله‌ی دوم: شرکت حقوق "پایه"ی او را چیزی حدود ۲۰،۰۰۰ دلار در سال تعیین می‌کند.

مرحله‌ی سوم: شرکت به او می‌گوید که ۳۰،۰۰۰ دلار بقیه را در صورتی در طول سال به صورت ماهیانه دریافت می‌کند که کیفیت کارش از یک سطح مشخصی بالاتر باشد.

به عبارتی دیگر، اگر این شخص طبق حدّ نصاب شرکت کار کند، می‌تواند

ماهی ۲،۵۰۰ دلار بیشتر درآمد داشته باشد. فشار شروع شده است، شرکت هم از این فشار خوشش می‌آید. اگر به حد نصاب نرسید، شرکت پول بیشتری به جیب می‌زند. اگر به حد نصاب برسید، حدس بزنید بعد از آن چه خواهد شد. شرکت شروط بیشتری برای تان می‌گذارد.

این اتفاق برای شما خواهد افتاد، اگر که تا الان نیفتاده باشد، مگر اینکه تخصص خیلی خاصی داشته باشید. مطمئن باشید. این اتفاق برای تک‌تک حرفه‌های موجود در جهان خواهد افتاد. تحول شروع شده است.

چرا این اتفاق دارد می‌افتد؟ اول اینکه این الگو برای شرکت بهتر است. شرکت با هزینه‌ی کمتر نتیجه‌ی بهتری می‌گیرد. دوم اینکه اقتصاد جدید به آدم‌های کمتری نیاز دارد، برای همین دست شرکت در انتخاب نیروی کار برای شغل‌های اندک موجود باز است.

بگذارید توضیح بدهم چرا اقتصاد جدید به آدم‌های کمتری نیاز دارد. رشد تصاعدی تکنولوژی همه‌چیز را دگرگون کرده است. تا ۱۰۰ سال پیش، ۹۰ درصد جمعیت روی زمین کار می‌کردند. امروز، به علت بهره‌وری فوق‌العاده بالا، این رقم کمتر از ۱ درصد است و شغل کشاورزی عملاً از بین رفته.

مراکز تلفنی خدمات به مشتری را یادتان هست که پشت گوشی انسان صحبت می‌کرد؟ الان ماشین جای آن انسان‌ها را گرفته و این شغل از بین رفته. یادتان می‌آید که شرکت‌ها فروشنده‌های فراوانی داشتند؟ الان مردم اینترنتی سفارش می‌دهند و آن شغل‌ها از بین رفته‌اند. کلوب‌های اجاره‌ی ویدئو را یادتان هست؟ الان دیگر مردم فیلم‌ها را با گوشی هوشمند و تبلت خود می‌بینند، و شغل اجاره‌ی ویدئو و فیلم از بین رفته. من عاشق کتاب

هستم، ولی هر از گاهی به کتابفروشی محل خود سر بزنید. طولی نمی‌کشد این مغازه‌ها تعطیل می‌شوند و شغل‌های مرتبط با آنها هم از بین می‌رود. می‌توانم همین‌طور ادامه بدهم و از اوضاع تقریباً همه‌ی شغل‌های موجود در دنیا بگویم. تکنولوژی و بهره‌وری روزبه‌روز در حال نابود کردن شغل‌ها هستند. کاری هم از دست ما بر نمی‌آید. در واقع، شتاب آن بیشتر هم خواهد شد. اگر منتظر نشسته‌اید که اقتصاد به عقب برگردد و شغل‌ها دوباره زنده شوند، بی‌خودی منتظر نباشید. قرار نیست چیزی برگردد.

درست همان‌طور که بچه‌های کشاورزانِ قدیم تغییرات را دیدند و مزارع را به قصد یافتن شغل جدید ترک کردند، همین اتفاق دارد برای کسانی می‌افتد که در شغل‌های اقتصاد قدیمی کار می‌کنند. برای امرار معاش، آنها باید چشم‌شان را به روی این واقعیت باز کنند و یک چیز جدیدی پیدا کنند.

### 📌 بازاریابی شبکه‌ای بهتر است

بهترین راهی که من در اقتصاد جدید سراغ دارم و با آن نه تنها می‌توانید امرار معاش می‌کنید، بلکه می‌توانید به موفقیت چشمگیر هم می‌رسید بازاریابی شبکه‌ای است. در دنیای امروز، محصولات و خدمات مهمی وجود دارند که در انتظارند تا به افرادی که به آنها نیاز دارند معرفی شوند. مصرف‌کننده نیز هنوز نیاز به آموزش دارد.

شرکت‌ها چند انتخاب پیش رو دارند. می‌توانند با اشتیاق در دنیای بیش از پیش پراکنده و گسیخته‌ی تبلیغات مشغول شوند تا حرف‌شان را به گوش مصرف‌کننده برسانند؛ می‌توانند با استخدام تعداد زیادی نیروی فروش و خرج فراوان محصولات یا خدمات خود را بفروشند؛ یا می‌توانند با استفاده از بازاریابی

شبکه‌ای ماجرای خود را برای دنیا تعریف کنند. شرکت‌ها یکی پس از دیگری سراغ بازاریابی شبکه‌ای خواهند رفت، چون بازاریابی شبکه‌ای با اقتصاد جدید جفت‌وجور است. آنها می‌توانند تمام حمایت‌های شرکتی را در اختیار توزیع‌کننده‌های خود بگذارند و به آنها بابت تبلیغ محصولات شرکت دقیقاً بر مبنای کیفیت کار پول بدهند. بهره‌وری این روش بی‌نهایت بالا است، چون در اقتصاد جدید تبلیغ شفاهی بهتر از هر تبلیغ دیگری جواب می‌دهد. شرکت می‌تواند پولی را که باید صرف تبلیغات سنتی بکند به توزیع‌کننده‌های خود بدهد تا محصولش را شفاهی تبلیغ کنند.

معنای این برای شما کارآفرین این است که می‌توانید، بدون مواجهه با ریسک‌های معمول، از تمام مزایای مالکیت کسب‌وکار سنتی بهره‌مند شوید. هیچ سقفی هم برای درآمدها وجود ندارد، چون شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای می‌خواهند که شما تا حد امکان پول در بیاورید. اگر قرار است بابت کیفیت کارتان پول بگیرید، چرا باید سقف مشخص کرد؟

### 🎯 “گیر” بازاریابی شبکه‌ای

اینها همه عالی به نظر می‌رسند و عالی هم هستند. ولی این کار یک گیر دارد که خیلی‌ها به شما نمی‌گویند. گیرش این است:

شما باید قبول کنید که تامدتی افراد ناآگاه شما را مسخره خواهند کرد. معنای جمله‌ی بالا این است که تا مدتی کسانی که هنوز در سیستم قدیمی زندگی و کار می‌کنند شما را دست کم می‌گیرند. آنها درک نخواهند کرد. آنها فکر می‌کنند شما عقل‌تان را از دست داده‌اید.

در واقع، لغت “قبول کنید” خیلی هم دقیق نیست. غیر از پذیرفتن باید کار

دیگری هم بکنید؛ باید نگاه‌ها و صحبت‌های تمسخرآمیز افراد ناآگاه را تحمل کنید. شما قبل از اینکه آینده برسد و دیگران آن را حس کنند، دارید آینده را می‌بینید. شما دست به کار شده‌اید تا زندگی‌تان را بهتر کنید.

دلیل دارد که مردم شما را دست کم می‌گیرند. دلیلش هم صرفاً این نیست که آنها در سیستم قدیمی گرفتار شده‌اند. سعی می‌کنم کمک‌تان کنم که این نکته را بهتر متوجه شوید، چون اگر تصمیم بگیرید که حرفه‌تان بازاریابی شبکه‌ای شود، دانستن این نکته مهم است.

اکثر مردم یا قبلاً وارد بازاریابی شبکه‌ای شده‌اند یا کسی را می‌شناسند که وارد این کار شده باشد. در ذهن تقریباً همه‌ی کسانی که تصمیم می‌گیرند به بازاریابی شبکه‌ای مشغول شوند این می‌گذرد: «هووووم، پنج شش نفری را می‌شناسم که آنها هم وارد این کار می‌شوند! خواهرم که حتماً می‌آید! دوستم عاشق این جور کارها است. من چند نفر از این آدم‌های فوق‌العاده را می‌شناسم! باشه، وارد می‌شم.»

به عبارتی دیگر، آنها وارد یک حرفه نمی‌شوند، آنها فقط امیدوارند که شانس بیاورند و چند نفر را ثبت‌نام کنند تا هزینه‌ی شروع کار خودشان دربیاید و بعد عقب بایستند و منتظر پارو کردن پول شوند. وسوسه‌ی اینکه یکی دیگر زحمت می‌کشد و من پول درمی‌آورم خیلی نیرومند است، ولی اغلب خیلی بد فهمیده می‌شود.

اینها هنوز کسب‌وکار واقعی را شروع نکرده‌اند، فقط یک بلیط بخت‌آزمایی دهن‌پُرکن خریده‌اند. یک بلیط بخت‌آزمایی را در نظر بگیرید که شش شماره دارد. هر کدام از این شماره‌ها نماینده‌ی یکی از کسانی است که فرد تازه‌وارد

تصور می‌کند قطعاً وارد بازاریابی شبکه‌ای خواهد شد. او سراغ آنها می‌رود و سعی می‌کند آنها را وارد کار کند. و چون مهارت ندارد، به نتیجه نمی‌رسد — درست مثل بلیط بخت‌آزمایی. این فرصت را هم از دست می‌دهد و چون بدون رعایت اصول عمل کرده است، احتمالاً رابطه‌ی دوستی‌اش را هم برهم زده باشد.

دست آخر بلیط را پاره می‌کند و به جای قبول مسئولیت و اعتراف به جدی نگرفتن کسب‌وکار خود، به بازاریابی شبکه‌ای گیر می‌دهد و همه جا جار می‌زند که «بین، من توی این کار بودم و با هر کسی که می‌شناختم صحبت کردم. فایده‌ای نداشت. بازاریابی شبکه‌ای کار نشد. مراقب پولت باش.»

اگر به این کار به عنوان حرفه نگاه کنید با این جور حرف‌ها مواجه خواهید شد؛ با نظرات آدم‌های ناآگاه که خیال می‌کنند کارشان را درست انجام داده‌اند ولی به نتیجه نرسیده‌اند. اگر دست و پنجه نرم کردن با این وضعیت برای شما سخت است، بازاریابی شبکه‌ای کار شما نیست. ولی اگر می‌توانید تحمل کنید، دنیا مال شما می‌شود.

کسانی که این وضعیت را تحمل کنند پول گنده‌ای به دست می‌آورند. شرکت‌ها به کسانی که به آدم‌های نابینا کمک می‌کنند که ببینند، کسانی که به افراد ناآگاه آگاهی ببخشند، و کسانی که می‌توانند جماعتی از آدم‌های هم‌فکر بسازند پول نامحدود می‌دهند.

بعضی‌ها دوست دارند بگویند: «برداشت آدم عین واقعیت است.»<sup>۱</sup> من از این حرف متنفرم. همه‌ی رهبران بزرگ دنیا قرن‌هاست که به این حرف اعتنایی ندارند. اگر نلسون ماندلا گفته بود «برداشت آدم عین واقعیت است،»

چه می‌شد؟ اگر مارتین لوتر کینگ گفته بود «برداشت آدم عین واقعیت است»،  
چه می‌شد؟ اگر استیو جابز گفته بود «برداشت آدم عین واقعیت است»، چه  
می‌شد؟ رهبران بزرگ دنیا گفتند «واقعیت واقعیت است، و من می‌خواهم هر  
کاری از دستم برمی‌آید بکنم تا مردم این امر مسلم را درک کنند.»  
حقیقت این است که بازاریابی شبکه‌ای بی‌نقص نیست، فقط بهتر است.  
واقعیت همین است!

## فصل دوم

اگر می‌خواهید در بازاریابی شبکه‌ای مشغول شوید،  
مثل حرفه‌ای‌ها کار کنید.



## درباره نویسنده :

اریک وور بیش از ۲۵ سال است که سمت رهبری در حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای را بر عهده دارد. او در مدت فعالیت حرفه‌ایش در بازاریابی شبکه‌ای:

- بیش از ۱۵ میلیون دلار درآمد داشته
- مجموعه‌ای با ۵۰۰,۰۰۰ زیرشاخه در بیش از ۶۰ کشور دنیا ساخته
- در مقام رئیس یک شرکت فروش مستقیم با سرمایه‌ی ۲۰۰ میلیون دلار فعالیت کرده

- شرکت TPN (The Peoples Network) را شریکی تأسیس کرده و ریاست آن را بر عهده داشته
- در مقام مشاور بازاریابی با درآمد سالانه‌ی هفت رقمی به صنعت فروش مستقیم مشورت داده است.

اریک با عزم جدی در طی این مسیر به یک مربی تمام‌عیار تبدیل شده و گردهمایی‌های زنده‌ای برای بیش از ۲۵۰,۰۰۰ نفر در سرتاسر جهان برگزار کرده و به آنها هم یاد داده که چطور در بازاریابی شبکه‌ای حرفه‌ای شوند. او با آنتونی رابینز، مرحوم جیم ران، برایان تریسی، دنیس ویتلی، مرحوم استفان کاوی، تام پیترز، لس براون، مرحوم آگ ماندینو، دیوید بیچ، رابرت کیوساکی، هاروی مک‌کی، آرت ویلیامز، کن بلانچارد، تام رث، دنی یل پینک، مارک ویکتور هَنسن، جک کانفیلد، جفری گیتامر، گری وینرچانک، تام هاپکینز، و خیلی‌های دیگر اجرای مشترک روی صحنه داشته است.

اریک در سال ۲۰۰۹ وبگاه [NetworkMarketingPro.com](http://NetworkMarketingPro.com) را راه‌اندازی کرد. این وبگاه با داشتن مخاطبانی از ۱۳۷ کشور جهان، پربیننده‌ترین سایت

آموزشی در بازاریابی شبکه‌ای بوده است. این وبگاه از زمان شروع به کار صدها ویدئوی آموزشی رایگان شامل ده‌ها مصاحبه با برجسته‌ترین و موفق‌ترین بازاریابان شبکه‌ای دنیا و تأثیرگذارترین گردهمایی‌های آموزشی در حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای در اختیار بازدیدکنندگان خود قرار داده است.<sup>۱</sup> او در پایان هر ویدئویی حرف‌های زیر را می‌زند. این صحبت‌ها دیگر به نشان تجاری اریک تبدیل شده‌اند:

«خانم‌ها و آقایان، آرزوی من برای شما این است که تصمیم بگیرید در بازاریابی شبکه‌ای حرفه‌ای شوید، که حرفه‌ای تمام‌عیار شوید، چون واقعیت انکارنشدنی این است که ما راه بهتری پیش رو داریم. برویم به دنیا بگوییم.»

---

۱- برای دانلود رایگان منتخبی از این ویدئوها با دوبله یا زیرنویس فارسی به نشانی زیر بروید. این فهرست مرتب روزآمد می‌شود.

## از همین مجموعه منتشر شده است



## چرا بازاریابی شبکه ای؟

چگونه یک زندگی بهتر با ریسک کمتر داشته باشیم؟



کیت شرایط

مترجم: علی معتمدی

## پیگیری

در بازاریابی شبکه ای

چطور «لان نه» را به «سین ال» تبدیل کنیم؟



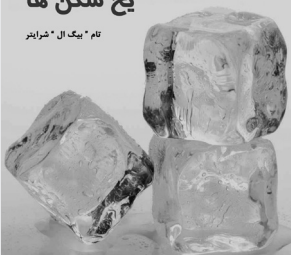
کیت شرایط

نام شرایط (ل) بزرگ)

مترجم: محمد خسروآده

## یخ شکن ها

نام "یخ ال" شرایط



چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم

مترجم: علی معتمدی