

فهرست

مقدمه	۲
اوه! وای! آخ!	۴
چرا من باید جونم دربیاد تا تو پولدار و خوشبخت بشی؟	۸
پراسپکت های احتمالی در همه جا هستند، به شرطی که بدانید از چه کلماتی باید استفاده کنید	۱۲
به هر کجای دنیا که می روم، این اتفاق برایم می افتد	۱۶
فریب تصورات غلط را نخورید	۱۸
اولین کلمات استرس زا به خواهرم	۲۴
فرمول شماره ۱	۳۲
می خواهم کمی با این فرمول بازی کنیم	۳۸
آیا یخ شکن ها در بازار سرد هم جواب خواهند داد؟	۵۲
وقت مهمانی است	۵۹
فرمول شماره ۲	۶۳
فرمول شماره ۳	۷۲
فرمول شماره ۴	۸۸
فرمول شماره ۵	۹۴
نتورکهای خیلی خجالتی هم از عهده این کار برمی آیند	۱۰۹
فرمول شماره ۶	۱۱۳
و در پایان	۱۲۳

مقدمه

موفقیت سر نخ دارد!

بله، درست است، اما شکست نیز سر نخ دارد. سال ۱۹۷۲، من تازه وارد حرفه بازاریابی شبکه ای شده بودم. مدام قرار ملاقات می گذاشتم تا بلکه بتوانم پراسپکت احتمالی برای خودم پیدا کنم، اما همواره پاسخ پراسپکت ها «نه» بود. هر وقت می خواستم با آنها درباره بازاریابی شبکه ای صحبت کنم، به سرعت موضوع بحث را عوض می کردند و دنبال بهانه ای برای جدا شدن از من می گشتند. من مدام به پراسپکت ها زنگ می زدم، اما آنها همواره به من این کلمه را می گفتند: «نه.»

من نمی توانستم جوابی برای این پاسخ آنها پیدا کنم و مدام به دنبال سر نخ شکست هایم می گشتم.

سرنخ تمامی این شکست ها از کجا بود؟

تمامی جلسات دعوت به کار من، با این جمله شروع می شد و این جمله، نقش ثابتی در صحبت های من داشت. من همواره می گفتم: «بازاریابی شبکه ای، تجارت فوق العاده ایه.»

این جمله من، پراسپکت های احتمالی را مجبور به گفتن این کلمه می کرد: «نه.»

من هر بار که برای خودم جلسه دعوتی ترتیب می دادم، پس از پایان جلسه، با پاسخ منفی پراسپکت ها روبه رو می شدم. این کلمات، مشکل من را حل نمی کرد. مشکل اصلی، در استفاده از کلمات نسنجیده و نادرست بود.

تا زمانی که کلمات خودم را در نحوه دعوت به کار (یخ شکن ها) تغییر نداده بودم، هیچ تغییری در تجارت من رخ نداد. اکنون کتابی در دست شما است که با استفاده از یخ شکن هایی که تأثیرات خود را در مرور زمان به اثبات رسانده اند، به شما کمک می کند تا دیگر دنباله سرنخ شکست را نگیرید.

تام شرایتر (ال بزرگ)

اوه! وای! آخ!

- «آیا برنامه ای برای خودت داری که بتونی درآمد اضافی به دست بیاری؟»
 - «من تو یه شرکتی کار می کنم که محصولات شون، پلن درآمدزایی شون و آموزش هاشون عالییه!»
 - «تا حالا به این فکر کردی که می تونی از چند راه، پول به دست بیاری؟»
 - «تو که همش تو شغلت شکست می خوری! می خوای از این به بعد موفق بشی؟»
 - «دوست داری با این اقتصاد داغون، درآمد بالایی داشته باشی؟»
 - «تصمیم نداری که تا آخر عمرت برای دیگران کار کنی؟»
 - «تصمیم داری از چند جا بتونی درآمد کسب کنی؟»
- اینها یک سری یخ شکن برای شروع جلسه دعوت هستند، اما خیلی مزخرف اند! حتی اگر پراسپکت احتمالی تان، همان جا شما را ضایع نکند، قطعاً این راه درستی برای نزدیک شدن به پراسپکت

احتمالی تان نیست.

ما همواره با مردم ارتباط داریم و با آنها هم صحبت می شویم، اما مشکل اصلی، در بد صحبت کردن ماست. ما از ارتباط برقرار کردن با مردم، هراسی نداریم و خیلی راحت می توانیم بگوییم: «سلام، حالت چطوره؟ آب و هوا چطوره؟»

اما بین این دو خیلی تفاوت است که ما بگوییم:

«سلام، حال شما؟ اوضاع چطوره؟»

و یا بگوییم: «تصمیم داری بیای بازاریابی شبکه ای کار کنی؟»

این تفاوت، در ما ترس ایجاد می کند. خیلی سخت است که با کسی که صحبت های دوستانه ای با او دارید، یک دفعه بحث معرفی تجارت خودتان را پیش بکشید و این حس در شما ایجاد نشود که دوست تان شما را یک بازاریاب بی ادب و پرو به حساب بیاورد. ما باید نحوه استفاده از یخ شکن ها را یاد بگیریم و در واقع کار را طوری معرفی کنیم که از منظر اجتماع نیز قابل پذیرش باشد.

اگر ما راه دعوت کردن جذاب و مؤدبانه را نمی دانیم، لزومی ندارد که کسی را از کسب و کار خود آگاه کنیم. ما کار را محرمانه نگه می داریم و کسی نیز از آن آگاه نمی شود. از طرفی ما نباید رابطه خود با اطرافیان مان را به هم بریزیم و از خانواده و فامیل های مان سوء

استفاده کنیم. اگر روش دعوت تان را تغییر ندهید، به زودی هیچ کسی را برای صحبت کردن پیدا نخواهید کرد.

به این راز توجه کنید:

فرق بازاریابی که در سازمانش بی نهایت پراسپکت دارد، با کسی که هیچ پراسپکت واقعی ندارد، تنها به دلیل یک تفاوت اصلی است و آن در نحوه ی درست به کارگیری کلمات در ارتباطات شان است. شما باید مهارت استفاده از کلمات مناسب را به دست بیاورید تا بتوانید در حین صحبت های عادی که با مردم دارید، کسب و کار خودتان را به آنها معرفی کنید و پراسپکت احتمالی را برای جلسه پرزنت آماده کنید.

توجه داشته باشید، ما نسبت به تجارت مان نگرش خوبی داریم. در جلسات شرکت می کنیم و اعتقاد خاصی نیز به شرکت خودمان داریم. برای خودمان اهدافی داریم. امید به آینده نیز در ما زیاد است. ما تمامی اینها را در خود داریم، اما تنها چیزی که ما نداریم، این دو مهارت اصلی است:

۱. دقیقاً از چه کلماتی باید استفاده کنیم.

۲. چه کارهایی باید انجام دهیم.

خبر خوب برای شما این است که این مهارت ها یاد گرفتنی است و می شود به دست شان آورد.

تمامی بازاریابان، پلن درآمدزایی تقریباً یکسان و مشابهی دارند. همه ی آنها در بازاریابی شبکه ای کار می کنند. همه ی آنها تقریباً محصولاتی مشابه با قیمت های مشابهی دارند. همه ی شرایط، برای همه در این تجارت، یکسان است، اما تنها یک تفاوت وجود دارد و آن کلمات به کار برده شده و کارهای انجام شده توسط آنهاست. شرایط، بیانگر میزان درآمد شما نخواهند بود. تنها کلمات و اعمال شما هستند که نتیجه تجارت بازاریابی شبکه ای تان را مشخص خواهند کرد. پس وقت آن رسیده است که کلمات تان را تغییر دهید و جایگزین های بهتری یاد بگیرید.

چرا من باید جونم دربیاد تا تو پولدار و خوشبخت شی؟

فرض کنید که ما هر دو بازاریاب یک شرکت هستیم. بعد از یک جلسه هفتگی فروش، من به رستوران دنی می روم تا شام بخورم. پشت یک میز می نشینم و گارسون پیش من می آید و می گوید: «قربان! چی میل دارید؟»

من هم در جواب می گویم: «من یه دونه همبرگر، یه بشقاب سیب زمینی سرخ کرده، یه سالاد تک نفره، نون، کیک، پای سیب، بستنی، مقداری ماکارونی با پنیر، کمی کیک شکلاتی و یه دونه نوشابه رژیمی می خوام!»

گارسون غذای سفارشی من را می آورد، من شامم را می خورم، به سمت پارکینگ می روم، سوار بر ماشینم می شوم و حرکت می کنم. در حین خارج شدن از پارکینگ به خودم می گویم:

«چقدر من بدشانسم. هیچ کسی انگار علاقه ای به داشتن شغل جدید نداره. انگار هیچ کسی به شغل پاره وقت نیاز نداره. هیچ کسی نمی خواد با یه هزینه اندک، کسب و کارش رو شروع کنه. انگار می خواد وقتی به خونه می رسن، فقط تلویزیون تماشا کنن.»

این چه شغلیه من دارم که هیچ کسی قبولش نمی کنه.»
حالا شما نیز که در همان جلسه فروش، شرکت داشته اید، به
رستوران دنی می روید تا شام بخورید. شما درست در میز کنار من
می نشینید، و گارسون پیش شما می آید و می گوید:

«قربان! چی میل دارید؟»

شما می گوئید: «دوست داری همیشه گارسون بمونی یا تمایل به
ایجاد یه کسب و کار دیگه ای هم داری؟»

گارسون یک لحظه در فکر فرو می رود و کمی بعد می پرسد:
«چی؟»

شما دوباره همان جمله قبلی تان را تکرار می کنید و می گوئید:
«دوست داری همیشه گارسون بمونی یا تمایل به ایجاد یه کسب و
کار دیگه هم داری؟»

گارسون سریع جواب می دهد: «مونده به کارش. من که تمایلی
ندارم تا آخر عمرم، اینجا گارسون باشم. حالا چه کاری هست؟»
شما پاسخ می دهید: «خب می دونی، الان که نمی تونم بهت بگم،
چون تو الان سر کارت هستی؟»

گارسون وسط حرف شما می پرد و با عجله می گوید:
«خب، بروشوری، آدرس سایتی، کاتالوگی نداری؟ شماره تلفنت رو چی،

می تونم داشته باشم؟ سی دی یا دی وی دی مربوط به این کار، همراه خودت نداری؟ می شه بگی دقیقاً چه جور کاری هست؟ من تا نیم ساعته دیگه زمان استراحتمه. می شه بعد شام، پیام و تو ماشین با هم صحبت کنیم؟»

شما شام تان را در رستوران دنی میل می کنید و بعد از تمام کردن شام، وقتی می خواهید خارج شوید، با خودتان می گوید:

«عجب شغلیه من دارم. نمی تونم یه بار شام راحتی بخورم. مردم مدام درباره کار می پرسن و همش دنبال من هستن تا کار رو بهشون معرفی کنم. من هم خیلیاشونو مجبورم رد کنم تا بتونم شاممو کامل بخورم.»

تفاوت من و شما در چه چیزی بود؟

ما هر دو برای خوردن شام به رستوران دنی رفتیم. یک گارسون پیش ما آمد تا سفارش غذا را بگیرد. پس تفاوت در چه چیزی بود؟ تنها تفاوت بین من و شما در کلماتی بود که استفاده کردیم. به این دلیل که شما از کلمات مناسب تری استفاده کردید، احتمال یافتن پراسپکت های احتمالی تان نیز بالا می رود. در نتیجه تجارت تان رونق می گیرد و به رؤیاهای تان می رسید. من که از کلمات نامناسبی استفاده کردم، از اینکه کسی وارد تجارت و سازمان من نمی

شود، شاکی هستم. در نتیجه، بسیار از این تجارت بازاریابی شبکه ای ناامید می شوم و تمایل به خروج از این تجارت را پیدا می کنم. تنها تفاوت این دو سناریو در کلماتی بود که شما از آن استفاده کردید. این چند کلمه ای که شما در ابتدای حرف های تان به پیش خدمت گفتید، من و شما را از هم متمایز کرد. در نتیجه، شما سازمان بزرگی از پراسپکت ها خواهید داشت و به رؤیاهای تان خواهید رسید. تنها با چند کلمه مناسبی که استفاده کردید.

پراسپکت های احتمالی در همه جا هستند، به شرطی که بدانید از چه کلماتی باید استفاده کنید.

روز بعد، من باید برای دوربین خودم باتری بخرم. به یک مغازه الکترونیکی مراجعه می کنم و یک باتری را انتخاب می کنم. به سمت صندوق دار می روم تا پول آن را حساب کنم و به او می گویم: «این باتری رو انتخاب کردم. می شه پولشو برام حساب کنید؟»

صندوق دار جواب می دهد: «می شه یک دلار. می خواهید از گارانتی هم برخوردار شوید؟»

من با یک ژست شجاعانه می گویم: «نه نه نه. ترجیح می دم برای یک دلار ریسک کنم.»

از مغازه بیرون می روم و زیر لب به خودم می گویم: «اینم شد کار! انگار هیچ کسی تو این شهر نمی خواد یه فرصت عالی رو بهش معرفی کنم. هیچ کسی نمی خواد درآمدش زیاد بشه. انگار همه از شغل هایی که دارن راضین. همه فکر می کنن که این کار، مثل شرکت های هرمیه. اینم شد کار.»

شما درست در همان مغازه به دنبال باتری بودید و در صف صندوق،

درست پشت سر من، ایستاده اید. بعد از اینکه من پول باتری رو حساب کردم، شما مقابل صندوق دار می ایستید و به او می گویند: «من این باتری رو انتخاب کردم، می شه پولشو برام حساب کنید؟»
صندوق دار می گویند: «می شه یک دلار. می خواهید از گارانتی هم برخوردار شید؟»

شما پاسخ می دهید: «نه. ترجیح می دم یک دلار رو ریسک کنم، ولی برام خیلی جالبه که بدونم، آیا تا به حال به این فکر کردید که می تونید کسب و کاری برای خودتون راه اندازی کنید تا نیازی نباشه هفته ای ۴۰ ساعت برای شخص دیگه ای کار کنید؟»
صندوق دار یک لحظه در فکر فرو می رود و پاسخ می دهد: «چی؟»
شما دوباره همان جمله قبلی تان را تکرار می کنید و می گویند: «آیا شما تا به حال به این فکر کردید که می تونید کسب و کاری برای خودتون راه اندازی کنید، تا نیازی نباشه، هفته ای ۴۰ ساعت برای شخص دیگه ای کار کنید؟»

صندوق دار با لبخند پاسخ می دهد: «نه. راستش اصلاً به این موضوع فکر نکردم. واسه همینه که اینجا با حداقل دستمزد کار می کنم.»

و شما می گویند: «می دونم که الان وقت کار تونه و نمی تونیم

با هم صحبت کنیم، اما این کارت منه، اگه تمایل داشتید، بعد از کارتون بهم زنگ بزنید تا با هم در این باره صحبت کنیم.»

وقتی شما به طرف در خروجی می روید، صندوق دار بلند شما را صدا می زند، و می گوید: «چرا همین الان نمی گید؟ چرا بعداً؟»

و شما پاسخ می دهید: «الان زمان کاری شماست. بهتره بمونه برای یه وقته دیگه.»

و صندوق دار با دستپاچگی جواب می دهد: «خب چرا این همه عجله دارید؟ این شماره منزل منه. من فردا ساعت ۵ بعد از ظهر خونه ام. اینم شماره موبایلمه. اگه احياناً خونه نبودم، با این شماره تماس بگیرید. اگه دیدید که موبایلم در دسترس نیست، لطفاً برام پیغام صوتی بذارید. من سریعاً خودم با شما تماس می گیرم. الان بروشوری، آدرس وبسایتی ندارید بهم بدید؟ می شه یه کم از کارتون برام توضیح بدید؟»

وقتی به طرف ماشین تان حرکت می کنید، زیر لب با خودتان می گویید: «عجب کاریه من دارم. نمی تونم با خیال راحت یه باتری برای گوشیم بخرم. مردم مدام می خوان من کار رو بهشون معرفی کنم.»

من و شما هر دو به یک مغازه برای خرید رفتیم، اما شما پرسپکت احتمالی برای خودتان پیدا کردید و من نتوانستم همان شخص را به

تجارت‌م دعوت کنم.

تفاوت من و شما در چه چیزی بود؟

من و شما در ارتباط با مردم، تنها از کلمات متفاوتی استفاده کردیم. اگر ما بتوانیم از یخ شکن‌ها درست استفاده کنیم و به مفهوم شان پی ببریم، می‌توانیم سازمان فروش بزرگی را تشکیل دهیم. اگر از کلمات نامناسبی استفاده کنیم، بازاریابی شبکه‌ای برای ما شغل مزخرفی خواهد بود.

به هر کجای دنیا که می روم، این اتفاق برایم می افتد

بازاریاب تازه واردی پیش من می آید و می گوید:

«من در پیگیری و فالو ضعیف هستم.»

من به او می گویم: «عالیه! خیلی خوبه! می تونی بیشتر تمرین کنی و بیشتر در این زمینه یاد بگیری، تا بتونی فالوی خوبی انجام بدی. ولی فقط جهت اطلاع خودم، می خوام بدونم هفته ای چند تا پرزنت برگزار می کنی؟»

بازاریاب تازه وارد پاسخ می دهد: «هووووم، تقریباً هفته ای هیچی!»

من می گویم: «فکر نمی کنی مشکل در فالو و پیگیری کردن تو نیست؟ بهتره درباره پرزنت حرف بزنیم. هفته ای چند جلسه دعوت به کار برگزار می کنی؟»

بازاریاب تازه وارد پاسخ می دهد: «هووووم، تقریباً هیچی!»

من ادامه می دهم و می گویم: «شاید مشکل تو پرزنت هم نباشه. می تونی بگی هفته ای چند نفر رو به کار معرفی می کنی و یا اونا ازت می خوان که بهشون معرفی کنی؟»

بازاریاب تازه وارد پاسخ می دهد: «هووووم. تقریباً هیچی!»

می دانید، مسأله اصلی در همین جاست. اکثر نتورک‌های تازه وارد، تمام وقت خودشان را صرف این می کنند که بتوانند در هفته به یک نفر کار را معرفی کنند. پس بهتر است که شما به جای اینکه، تمامی هفته را به دنبال یک نفر برای معرفی کار به او، باشید، مهارت های یخ شکن را یاد بگیرید تا بتوانید تمامی هفته به راحتی، به افراد بیشتری، تجارت تان را معرفی کنید.

با انجام این کارها چه تغییراتی در تجارت تان رخ خواهد داد؟
اول از همه اینکه؛ شما دیگر استرسی برای پیدا کردن پراسپکت ندارید.
دوم اینکه؛ اگر تعداد دعوتی های شما بالا برود، شما در موضع قدرت قرار خواهید گرفت. دیگر استرس و نگرانی برای اینکه یک نفر وارد بشود و یا نشود، نخواهید داشت، چون تمامی هفته را توانسته اید پراسپکت احتمالی برای خودتان پیدا کنید. وقتی شما تعداد دعوتی های تان کم باشد، پراسپکت های احتمالی این موضوع را از چشمان شما خواهد فهمید.

و سوم اینکه؛ با مهارت های یخ شکن، می توانید افراد تازه وارد به سیستم تان را طوری آموزش دهید که از همان ابتدا، نتایج فوق العاده کسب کنند.

فرب تصورات غلط را نخوريد

ما بايد بتوانيم به روشني در مورد كسب و كارمان فكر كنيم. ما هرگز نمي توانيم يك تجارت را با تصورات خرافي و غلط پيش ببريم.

يكي از اين تصورات غلط اين است:

«من فقط مي خواهم افراد خاصي را به سازمانم وارد كنم.»

خير. نيازي نيست خودتان را به زحمت بيندازيد و انسان هاي خاص را پيدا كنيد. تقريباً تمامي افرادي كه با آنها ارتباط برقرار مي كنيد، مي توانند پراسپكت احتمالي شما باشند. ديگر بهتر از اين نمي شود. كمي به اين موضوع فكر كنيد. زماني كه با يك پراسپكت احتمالي صحبت مي كنيد، آيا او تمايل دارد پول بيشتري داشته باشد و يا پول كمترى؟

خوب معلوم است. پول بيشتري.

پراسپكت هاي احتمالي، بالقوه به دنبال يك فرصت شغلي هستند، اما تنها به اين دليل كه شما زماني كه مي خواستيد يخ آنها را

بشکنید از کلمات نامناسبی استفاده کردید، آنها از تجارت و فرصت شغلی شما استقبال نمی کنند. به همین علت، ممکن است این تصورات غلط برای تان آشنایی داشته باشند. فریب آنها را نخورید. تصور غلط بعدی این است که:

«نباید با کلمات نامناسب، پراسپکت مناسب این کار را فراری داد.»
یقیناً شما می توانید کلمات نامناسبی را بیان کنید. به همین دلیل است که شما از آنها پاسخ «نه» را دریافت می کنید. خود من در اوایل تجارتم، پراسپکت های بسیار خوبی را با کلمات نامناسب، فراری دادم.

تصور غلط دیگری که وجود دارد این است:

«نباید پراسپکت نامناسبی را با کلمات مناسب وارد سازمان خود کرد.»
جدی می گویند؟ پس این شخص چگونه تغییر کند؟ او که تا ابد محکوم به تغییر نکردن نیست. بالاخره یک نفر پیدا می شود و حرفی می زند که زندگی اش را تغییر می دهد.

تصور غلط دیگری که وجود دارد این است که:

«تنها کاری که باید بکنی، این است که فقط جلسه معرفی کار برگزار کنی. ایرادی ندارد اگر صد تا هم "نه" شنیدی.»
اوه! لطفاً جواب این سؤال مرا بدهید. اگر قرار است که با شنیدن

تنها سه پاسخ «نه»، حس بدی در من ایجاد شود، چرا باید این کار را نود و هفت بار دیگر تکرار کنم؟

منطقی ترین کار، یادگیری کلمات مناسب است تا پراسپکت تان به جای "نه" بگوید: «بله.»

تصور غلط بعدی این است که:

«هر بار که کلمه "نه" را می شنوید، به پاسخ مثبت آنها نزدیک تر می شوید.»

باز هم خیر. هر کلمه «نه» تنها شما را به یک "نه" دیگر نزدیک تر می کند، زیرا به این دلیل "نه" می شنوید که از کلمات نامناسبی استفاده می کنید. اگر از کلماتی استفاده می کنید که جواب «نه» را حاصل می شود، باید بدانید که نتایج تان تغییر نخواهند کرد. اگر به دنبال نتایج متفاوتی هستید، باید کلمات تان را تغییر دهید. استفاده از کلمات نامناسب، باعث می شود که دیگران از شما خوش شان نیاید.

وقتی کارم را برای اولین بار استارت زد، این کار را به تمامی فک و فامیل خودم معرفی کردم. نتیجه ای که برایم به بار آورد، این بود که آنها دیگر مرا نه تنها به مراسم عروسی شان، بلکه به مراسم عزا نیز دعوت نمی کردند. با همکاران شغل سابقم نیز صحبت کرده

بودم و نتیجه اش این بود که در زمان استراحت، آنها پیش من نمی نشستند. با دوستانم صحبت کرده بودم، نتیجه اش این شده بود که وقتی مرا می دیدند، بلافاصله راه شان را کج می کردند و از مسیر دیگری می رفتند.

واکنش ها یکسان بود. درست است؟

اما زمانی که توانستم کلماتم را تغییر دهم، خیلی از کسانی که به من «نه» گفته بودند، وارد سازمانم شدند و لیدرهای بسیار خوبی از خود ساختند. بله، دقیقاً همین آدم ها!

مشکل در پیدا کردن آدم های مناسب این کار نیست، بلکه مشکل در کلماتی است که ما استفاده می کنیم. ما با اشتیاق، تجارت بازاریابی شبکه ای را شروع می کنیم، پراسپکت های مناسب این کار را پیدا می کنیم، ولی با کلمات غلط و نامناسب، آنها را به اصطلاح "می سوزانیم".

من همیشه داستان زیر را برای بازاریابان تازه وارد تعریف می کنم تا متوجه این موضوع شوند.

خواستگاری کردن

فرض کنید من می خواهم از دختری تقاضای ازدواج کنم. پیش آن

دختر می روم و می گویم:

«شما چند سالتونه؟»

«چند کیلوید؟»

«رنگ موهاتون چیه؟»

«اینا دندونای خودتون هستند؟»

«صبح ها چند ساعت آرایش می کنید؟»

«قبلاً با کسی دیگه نبودید؟»

به نظر شما، اگر من این سؤال ها را از صد دختر دیگر نیز بپرسم،

چند نفر از آنها به پیشنهاد خواستگاری من جواب بله خواهند داد؟

معلوم است، هیچکدام.

من از دخترها فاصله می گیرم و می گویم: «اصلاً دختر خوب تو

جامعه پیدا نمی شه. بعضی ها که اصلاً تمایلی به ارتباط با مردها

ندارن. خواهشاً یکی کمک کنه تا بتونم یه دختر مناسب برای ازدواج

پیدا کنم.»

حال اگر به من چند دختر مناسب دیگر معرفی کنند، باز چه اتفاقی

خواهد افتاد؟

معلوم است، باز هم من همان کلمات را استفاده خواهم کرد و همان

نتایج را خواهیم گرفت. به احتمال زیاد، یک نفر دیگر سراغ آن دختر خواهد رفت و با استفاده درست کلمات، با او ازدواج خواهد کرد.

آیا هنوز در این موضوع شک دارید که کلمات، تفاوت ها را ایجاد می کنند؟

همواره از دو طریق می شود هر چیزی را توصیف کرد. کلماتی که شما انتخاب می کنید، نتایج تان را شکل خواهد داد. به مثال زیر که خواستگاری یک شازده پسر از یک دختر خانوم است، توجه کنید:

سناریوی اول:

«وقتی به چشات نگاه می کنم، گویا زمان متوقف می شه.»

سناریوی دوم:

«چهره ات باعث توقف زمان می شه.»

هر دو یک مفهوم را می رساند، اما نتیجه ای که حاصل می شود، بسیار متفاوت خواهد بود.

یخ شکن ها اولین کلمات ما، در ارتباط با پراسپکت های احتمالی، برای معرفی فرصت شغلی خود و یا محصول مان است. کلمات یا باعث خواهند شد ما بتوانیم در بازاریابی شبکه ای، تجارتي موفقی را شکل دهیم، یا باعث خواهند شد که شکست بخوریم.

اولین کلمات استرس زا به خواهرم

اجازه دهید درباره اتفاقاتی که در ابتدای تجارت بازاریابی شبکه ای برای ما می افتد، صحبت کنیم.

شنبه شب است. من برای شام به منزل خواهرم دعوت شده ام. من یک نتورکر تازه کار هستم و برای دعوت کردن افراد به این تجارت بی نظیر، بسیار استرس دارم.

مشغول به غذا خوردن می شویم. مچ مچ مچ مچ مچ مچ... سر حرف را با صحبت درباره بچه هایش باز می کنم. مچ مچ مچ مچ... کمی درباره آب و هوا با او حرف می زنم. مچ مچ مچ مچ... کمی نیز درباره شغلش با او صحبت می کنم. مچ مچ مچ مچ... مسابقه بیست سؤالی درباره زندگی اش برگزار می کنم. مچ مچ مچ مچ... تا اینکه خواهرم به من می گوید: «برادر. گویا تازگی وارد یه تجارت شدی. قصد نداری با من در میون بذاری؟»

اینجا دیگر نوبت من است که یخ او را بشکنم و تجارتم را در یک گفتگوی خانوادگی، به او معرفی کنم.

همه می توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند. همه می توانند بگویند:

«سلام، خوبی، چه خبر؟ اوضاع چطوره؟»

این کار ساده است.

اما فرق بسیار زیادی است که بگویید: «سلام. خوبی؟ دوست داری

یه نتورکر بشی؟»

همین تفاوت ها است که ما را می ترساند. ما دوست نداریم

دیگران درباره ما گمان بد کنند و در درون شان فکر کنند که ما

یک فروشنده فریب کار هستیم و یا می خواهیم از آنها سوء استفاده

کنیم. به خاطر همین ترس ها است که ما نمی توانیم ارتباط برقرار

کنیم. عدم ارتباط، مرگ تجارت ما را به دنبال خواهند داشت.

حال که یخ شکن دست من است و من نیز باید از حرفه ام دفاع کنم،

وقتش شده است که چیزی بگویم. اگر کلمه ای که می گویم مناسب

بود، مطمئناً خواهرم از آن استقبال می کند. اما اگر حرف نامناسبی بزنم،

خواهرم مطمئناً مرا طرد می کند و می گوید: «دیگه شام اینجا نیا!»

از اینکه کار به اینجا کشیده شود، بسیار استرس دارم.

تصمیم می گیرم که فعلاً به خوردن شام ادامه دهم. مچ مچ مچ

مچ... درباره سیاست، بچه ها، اقوام و فک و فامیل صحبت می کنم

و مدام به خواهرم می گویم: «چه خبر؟ چه خبر؟»

وای خدای من. اگر به سرعت نتوانم یخ را بشکنم، دسر هم تمام می شود و من باید به خانه برگردم.

این لحظه دیگر وقت صحبت درباره حرفه ام است. یعنی باید سر اصل مطلب بروم.

اگر بتوانم این کار را با موفقیت پشت سر بگذارم، قطعاً پراسپکت های بیشتری برای معرفی کار پیدا می کنم، و اما اگر نتوانم این کار را به درستی اجرا کنم، باید گرسنگی بکشم.

پس به خودم می گویم: «شجاع باش مرد. باید بتونی حرفتو بزنی. می دونی که قسط و وام داری و موعد پرداخت شون نزدیکه. مگه هدف نداری. پس شجاع باش.»

یک نفس عمیق می کشم و می گویم: «خواهر. دوست داری یه توزیع کننده ی کالا باشی؟»

شوخی کردم! هیچ وقت این حرف را بیشتر از یکی دو بار نمی توانم بگویم. به جای آن می گویم:

«می دونی خواهر، من به دنبال افرادی هستم که در زمینه کارآفرینی استعداد داشته باشن و تصمیم بگیرن که با اهرم کردن زمان و دارایی دیگران، به آزادی مالی و زمانی برسن.»

وای، مُردم!

در مغز خواهرم، آژیر خطر فروشنده‌گی روشن شده است. او مرا خوب می‌شناسد و می‌داند که من، این‌گونه صحبت نمی‌کنم. شاید فکر می‌کند که من توهم زده‌ام. من هم که مدام از یک سری کلمات تخصصی مانند: بالاسری، زیرمجموعه، لول موازی، پورسانت، پرزنت و از این قبیل مسائل استفاده می‌کنم.

اوضاع را خراب تر کردم.

اما من تسلیم نمی‌شوم. یک بار دیگر امتحان می‌کنم. به خواهرم می‌گویم: «خواهرم، درباره بی‌ثبات بودن وضعیت شرکت‌های بزرگ، خبر داری؟ می‌دونی که شرکت‌های مالی و بانک‌ها، به مشکل برخوردن. سازمان تجارت جهانی، در فقر دست و پا می‌زنه. دیگه حقوق‌های بازنشستگی، کفایت نمی‌دن. مدام بیکارها تعدادشون میره بالا. زن و شوهرها باید هر دو برن سرکار. دیگه هیچ وقت از کانون گرم خانواده‌ها خبری نخواهد بود. شصت و پنج درصد مردم مُردن یا در حال مُردن هستن.»

نمی‌دونم لغتی با عنوان «مُرده‌تر» داریم یا نه، اما من از همشون مُرده‌ترم.

خدایا این روش هم جواب نداد. بهتره الان در مورد شرکت و محصولات مون، با او صحبت کنم. به خواهرم می‌گویم:

«خواهر. من تویه شرکت بازاریابی شبکه ای مشغول به کار شدم. مدیر عامل شرکت، خیلی آدم خوبیه. فوق العاده انسان خانواده محوریه. تو کارش هیچ نقصی نداره. شرکتی که توش کار می کنم، پرینترهای رنگی معرکه، پی سی های معرکه و دستگاه های فکس معرکه به بازار عرضه می کنه. اصلاً می دونی همه چیز تو شرکت ما معرکه معرکه است.»

الان خواهرم به چه فکر می کند؟ او حتماً به خودش می گوید:
«صد در صد برادرم وارد یه شرکت هرمی شده. اگه من بخوام وارد

شرکت بشم، مثل برادرم باید رفتارهای احمقانه داشته باشم.»
شما باید بدانید که محصولات و شرکت، واقعاً معرکه هستند و هیچ ایرادی ندارند، اما مسأله اینجاست که من این کار را قبل از اینکه "یخ" را بشکنم به او معرفی کردم و اصلاً زمان مناسبی را برای این کار انتخاب نکردم.

من این کار را به عنوان حرفه خود انتخاب کردم، اما تا اینجا که گند زدم. حال زمان آن رسیده است که با شما جدی باشم و راه درست استفاده از یخ شکن ها را به صورت حرفه ای به شما آموزش دهم.

قوانین

ابتدا باید با قوانینی که من برای پرزنت و استفاده از یخ شکن ها دارم، آشنا شوید.

قانون اول: من تنها زمانی تجارتم را به دیگران معرفی می کنم که خود آنها از من بخواهند که این کار را انجام دهم.

دلیل این کار این است که من انسان فوق العاده ترسویی هستم و از شنیدن کلمه «نه» بسیار بسیار متنفرم. من از اینکه کارم و یا خودم را به اجبار به کسی تحمیل کنم، متنفرم.

می دانم الان مشغول فکر کردن به چه چیزی هستید. شما الان در ذهن تان می گوئید:

«اگه من این کارو تنها به افرادی که خودشون از من می خوان تا این تجارت را به آنها معرفی کنم، پیشنهاد بدم، باید از گشنگی بمیرم که.»

خونسردی تان را حفظ کنید. شما باید یاد بگیرید که چگونه باید کاری کنید انسان ها خودشان از شما بخواهند که آنها را به این کار دعوت کنیم. اگر پراسپکت احتمالی خودش درخواست معرفی کار را بدهد، دیگر انجام کار بازاریابی شبکه ای بسیار ساده خواهد بود.

راستی، اگر مردم تمامی کل هفته از شما درخواست می کردند تا کار را به آنها معرفی کنید، الان وضعیت زندگی تان چگونه بود؟ وضعیت، عالی بود یا نه؟

پس می بینید که همین یادگیری مهارت هایی مثل استفاده از یخ شکن ها تا چه میزان می تواند بر سرعت رشد مجموعه شما تأثیر بگذارد. دلیلش این است که اگر تمامی روزها، پراسپکت هایی آماده داشته باشید که کار را به آنها معرفی کنید، تجارت بازاریابی شبکه ای شما رونق خواهد گرفت. این طور نیست؟ حتی اگر پرزنت خوبی را نیز برگزار نکنید، برخی از آنها دل شان به حال تان خواهد سوخت و وارد سازمان تان خواهد شد.

قانون دوم: باید در استفاده از یخ شکن ها، بدانید که هیچ گونه مقاومتی نباید در جلوی شما قرار داشته باشد. در واقع اگر شما مقاومتی ببینید، احتمال اینکه از این یخ شکن ها استفاده کنید و بترسید و همه چیز را خراب کنید، زیاد خواهد بود.

قانون سوم: در استفاده از یخ شکن ها نباید خواهر و یا هر شخص دیگری را تحت فشار قرار داده و آنها را شرمنده کنید. در این صورت، دیگر به شام دعوت نخواهید شد. جالب است. به علاوه، اخلاق

همیشه به ما می گوید که باید با ادب باشیم.

قانون چهارم: یخ شکن ها باید احتمال موفقیت ما را بالا ببرند، زیرا در غیر این صورت، باید مابقی عمر خودمان را برای دیگران کار کنیم، زیرا دیگر کسی از آنها استفاده نخواهد کرد.

فرمول شماره ۱

با یادگیری این فرمول ها، شما خواهید توانست که یخ شکن های زیادی را برای خودتان بسازید.

برگردیم به خانه خواهرم. کجا بودیم؟ آهان. میج میج میج...

سؤال «چه خبر؟» را پرسیده ام، درباره حال و احوال تمامی افراد و تمامی موضوعات صحبت کرده ام، حالا رو به خواهرم می کنم و می گویم:

«خواهر. من تونستم جدیداً یه راهی پیدا کنم که با اون می تونم یه کم درآمدمو بالا ببرم. اگه دوست داشته باشی می تونم برات توضیح بدم. حالا می شه اون نخود سبز رو به من بدی؟»
خوب اگر خواهرم علاقه مند به این موضوع باشد چه خواهد گفت؟
می گوید: «توضیح بده.»

او بدون اینکه از خود مقاومتی نشان دهد، می خواهد که من او را پرزنت کنم.

من در پاسخش می گویم: «باشه حتماً. بعد شام حتماً برات می گم.»

خواهرم می گوید: «نه نه نه... من می خوام که همین الان برام توضیح بدی، چون من واقعاً دوست دارم درآمد افزایش پیدا کنه.»
من در جواب می گویم: «من بعد از خوردن دسر توضیح می دم.
اجازه بده اول میز شام رو جمع کنیم.»

بعد خواهرم می گوید: «نه. باید همین الان بگی.»
این از آن دسته مشکلات خوب است که برای آدم پیش می آید. بله، درست است. خواهرم خود بدون هیچ گونه مقاومتی، از من خواست تا کار را به او معرفی کنم.

حال اگر خواهرم علاقمند به شنیدن این موضوع نباشد، چه می گوید؟
او نخود سبز را به من می دهد، اما باز هم من برنده ام، زیرا غذایی را می توانم کامل بخورم! و مهم تر از همه، اینکه من دیگر "نه" نخواهم شنید.

آیا من در اینجا خواهرم را تحت فشار قرار دادم؟ آیا من، او را شرمند کردم؟ خوب معلوم است که نه.

آیا احتمال موفقیت با این شیوه، بالا می رود؟ بله. صد در صد. چرا؟
اولاً وقتی من از عبارت «من جدیداً یک راهی پیدا کرده ام که...» استفاده می کنم، پراسپکت احتمالی ذهنش درگیر این موضوع می شود، زیرا این عبارت، ضمیر خودآگاه شخص را دور می زند و مستقیماً

ذهن او را درگیر ادامه حرفی که خواهیم زد می کند. ضمیر ناخودآگاه در این حالت، کاملاً منتظر بیان ادامه جمله است. شگفت انگیز است. اینطور نیست؟

ضمیر ناخودآگاه انسان، برنامه هایی دارد که برای ادامه زندگی ما ضروری است. یکی از این برنامه ها که بر روی این ضمیر نصب است، برنامه «بقا» است. یعنی وقتی ما از عبارت «من جدیداً یه راهی پیدا کردم که..» استفاده می کنیم، در سطح ضمیر ناخودآگاه، برنامه "بقا" اجرا می شود و می گوید:

«یه لحظه. شاید این حرفی که میگه برای بقای ما ضروری باشه. هیسسس. بینم چی می گه.»

یکی دیگر از این برنامه ها، «کنجکاوی بودن» است. برنامه ی کنجکاوی به ما می گوید:

«یعنی چه راهی می تونه پیدا کرده باشه؟ من باید راهی که اون پیدا کرده بدونم. تا وقتی نتونم به این موضوع پی ببرم، نمی تونم به کارم ادامه بدم. هیسسس. بینم چی می گه.»

با گفتن این جمله، پراسپکت احتمالی تان هیچ راهی برای فرار از این برنامه ها نخواهد داشت. به این جمله من با دقت فکر کنید: اگر شما نتوانید کسی را مجاب به گوش دادن به صحبت های تان

بکنید، احتمال موفقیت تان صفر درصد خواهد بود. ما باید بتوانیم ذهن پراسپکت و توجه او را به خودمان جلب کنیم. بنابراین بعد از گفتن عبارت «من جدیداً به راهی پیدام کردم که...» می توانیم حرف اصلی خودمان را به مخاطب بگوییم و از مزایا و سودی که برای پراسپکت ایجاد خواهد شد، صحبت کنیم. در این حالت، پراسپکت به نفع و سود خواهد اندیشید و بلافاصله در ذهنش این سؤال ایجاد خواهد شد که این سود را چگونه می تواند به دست بیاورد؟

پس احتمال اینکه پراسپکت احتمالی از شما بخواهد که کار را برای او توضیح دهید، زیاد خواهد بود. این راه بسیار خوبی است، چون پراسپکت احتمالی، خود درخواست توضیح کار را می کند.

پس تفسیر ادامه متن یخ شکنی که من استفاده کردم، چه می شود؟ اگر مشتاق شنیدن ادامه تفسیر عبارت یخ شکن هستید، با کمال میل برای تان توضیح می دهم. حالا می شه اون نخود سبز رو به من بدی؟

وقتی شما آخر عبارت یخ شکن تان را با جمله «می شه اون نخود سبز رو به من بدی» پایان دادید، در واقع شما راهی برای پراسپکت احتمالی ایجاد می کنید که او بدون اینکه کلمه «نه» را با شرمندگی

به زبان بیاورد، درخواست شما را رد کند. در واقع در این عبارت، مشتری احتمالی تان هیچ مسأله و آبخششی نخواهد داشت.

اگر هنوز در مؤثر بودن این یخ شکن تردید دارید، می توانید امتحانش کنید. با امتحان کردن برای خودتان ثابت کنید که چگونه با این عبارت می توانید ذهن را به سمت خود معطوف کنید. می توانید این تمرین را انجام دهید تا به شما اثبات گردد.

آیا کسی را در فک و فامیل دارید که صورت حساب شخصی با او داشته باشید؟ اگر اینطور هست، پس سری بعدی که در مهمانی شرکت می کنید، در انتهای میز بشینید و مشغول خوردن غذا شوید. مچ مچ مچ مچ مچ. بعد رو به آن شخص کنید و بگویید:

«من جدیداً یه راهی پیدا کردم که ...» و بقیه جمله را نگویند و به شام خوردن تان ادامه دهید. این عبارتی که گفتید، او را دیوانه خواهد کرد.

فکر می کنم اکنون دیگر به قدرت این فرمول پی برده باشید. با این فرمول ساده می توانید کاری کنید که پراسپکت احتمالی، خود از شما بخواهد که کار را به او معرفی کنید، بدون اینکه شما مجبور شوید برای آنها رؤیایپردازی کنید و یا از خودتان شجاعت به خرج دهید.

می بینید. همه می توانند از این عبارات یخ شکن استفاده کنند، حتی یک بازاریاب تازه وارد. پس لطفاً اولین فرمول یخ شکن را به خاطر بسپارید:

«من جدیداً راهی پیدا کردم» + سود = یخ شکن قدرتمند

اگر احساس می کنید که این فرمول را به صورت کلی گفتم، می توانید جاهای خالی زیر را پر کنید:

می دونی.....

من جدیداً به راهی پیدا کردم که.....

اگه دوست داشته باشی، می تونم برات توضیح بدم. حالا می

شه.....!

می خواهیم کمی با این فرمول بازی کنیم

می خواهیم با وارد کردن چند عبارت در قسمت «سود»، کمی این فرمول را بسط دهیم.

فرض کنید شما سرکار خطی خودتان هستید و می خواهید با یکی از همکاران تان درباره این فرصت شغلی که مشغول به آن هستید، صحبت کنید. رو به همکاران می کنید و می گوئید:

«می دونی جو، جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونیم با این فرصت، رئیس خودمونو اخراج کنیم و تجارت خودمونو راه بندازیم. اگه دوست داشته باشی، می تونم برات توضیح بدم. حالا می شه بریم یه قهوه بخوریم.»

جو چه پاسخی خواهد داد؟

«چرا یه دونه، بریم دوتا قهوه بخوریم.»

بسیار آسان بود. درست است؟ با این روشی که برای شما گفتم، می توانید هر کسی را مجاب به نوشیدن قهوه با خودتان بکنید. البته به جز رئیس شرکت تان.

خوب، امکان دارد شما کارمند نباشید و یک زن خانه دار باشید. در این صورت پراسپکت های احتمالی شما، زن های خانه دار خواهند بود. می توانید به آنها بگویید:

«می دونی ماری، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونیم تو خونه در کنار بچه ها پول دربیاریم. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا نظرت چیه یه کم بچه ها رو ببریم پارک.»

به نظر شما، ماری و افرادی مثل ماری چه جوابی خواهند داد؟

«می شه اول بگی چه راهی؟»

می دانید، من تا حالا هیچ ماری ای را ندیدم که ترجیح دهد بچه خود را به مهد کودک بسپارد. آنها از روی اجبار این کار را می کنند.

شاید پراسپکت تان ۵۰ ساله باشد. می توانید بگویید:

«می دونی جو، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونی تا پنج سال دیگه خودتو به صورت کامل بازنشسته کنی. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا بهتره فعلاً به کارامون برسیم.»

به نظر خودتان، جو اجازه می دهد که شما به کارتان برسید؟ معلوم است که نه.

او خواهد گفت: «نه نه. بهتره کار رو فعلاً بی خیال شیم و راهی که پیدا کردی رو توضیح بدی.»

خوب، اگر پراسپکت شما ۱۸ سال داشته باشد، این "سود" در مورد او صادق نخواهد بود. برای این گونه افراد باید بگویید:

«می دونی جو، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که دیگه مجبور نباشیم مثل پدر و مادرای خودمون، ۴۵ سال کار کنیم. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا بهتره اول بازی مونو تموم کنیم.»

اگر با دوست تان مشغول تماشای تلویزیون هستید، می توانید عبارت زیر را استفاده کنید:

«می دونی ماری، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که با سه هفته کار کردن درآمد چهار هفته رو به دست بیاریم. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا فعلاً اخبار ببینم چی میگه.»

یا اگر تمایل داشته باشید، می توانید به این صورت هم بگویید:

«می دونی ماری، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که هر ماه یه هفته بریم مسافرت و چشم مون به مادر شوهر و خواهر شوهر نیفته. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم.»

حالا می شه کنترل تلویزیونو به من بدی؟»

به نظر شما ماری چه واکنشی خواهد داشت؟

او مطمئناً این گونه پاسخ می دهد: «یه هفته مسافرت. اونم هر ماه. اونم بدون مادر شوهر و خواهر شوهر. معرکه است. می شه به منم بگی؟»

وقتی لیدر سطح بالا شدید، می توانید این گونه بیان کنید:

«می دونی ماری، جدیداً یه راهی پیدا کردم که در سال می تونیم دو بار به تعطیلات شش ماهه بریم!»

درست است، ماری می خندد، اما بدون شک خواهد گفت: «به منم بگو.»
اگر پراسپکت تان، بین محل کار و خانه اش فاصله زیادی وجود دارد، می توانید این گونه بیان کنید:

«می دونی جو، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که دیگه مجبور نباشیم راه زیادی رو تا محل کارمون بریم و وقت مونو هدر بدیم. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا دعا کن صندلی خالی تو مترو گیرمون بیاد.»

اگر پراسپکت تان منشی است، می توانید بگویید:

«می دونی ماری، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که من و تو که

منشی هستیم، می تونیم از رئیس بیشتر پول دربیاریم. اگه دوست داشته باشی، می تونم با کمال میل برات توضیح بدم. حالا بهتره اول این فرم ها رو پر کنیم.»

خودم هم می دانم که کمی اغراق می کنم، اما این الگوها واقعاً برای نقش شما در سناریوی تان عالی هستند. همچنین می توانید این الگوها را هم یاد بگیرید:

«جدیداً یه راهی پیدا کردم که خانوم های خونه دار می تونن از شوهراشون بیشتر پول دربیارن. اونم تنها با یه کار نیمه وقت.»
«جدیداً یه راهی پیدا کردم که یه کارمند می تونه از شهردار مملکت که اون همه مشغله داره، بیشتر پول دربیاره.»

در این زمینه، لطفاً از تخیل تان کمک بگیرید. همواره این را به یاد داشته باشید که کلمات، تفاوت ها را در نتایج خلق خواهند کرد.

از نتورکهای زیادی می شنوم که از دست دانشجویانی که در سازمان شان هستند، گله می کنند و می گویند:

«اونا درسته که دنبال کارن، اما خیلی تنبل و به درد نخورن.»

صبر کنید!

مقصر سازمان تان نیست. ایراد از کلمات و اعمال شماست.

آیا با تمام این مثال هایی که برای شما آوردم، قبول دارید که می توانستید خیلی ها را وارد کار کنید، بدون اینکه از آنها خواسته باشید که کار را به آنها معرفی کنید؟

اگر من یک پراسپکت دانشجویی داشتم، این گونه با او صحبت می کردم:

«می دونی جو، جدیداً یه راهی پیدا کردم که یه دانشجو می تونه با یه کار نیمه وقت، از استادش بیشتر پول دربیاره. اگه خواستی، می تونم برات توضیح بدم. حالا بریم کافه تا یه چیزی بخوریم.»
من اعتقاد دارم با همین روش ساده، می توانستم دانشجویان بیشتری را مجاب کنم که کار را برای شان معرفی کنم.

می توانید به همکار شغل تمام وقت خودتان بگویید:

«جدیداً یه راهی پیدا کردم که دیگه مجبور به سخت کار کردن نباشیم. اگه خواستی بدونی، می تونم برات توضیح بدم. حالا فعلاً بریم باشگاه.»

یا این گونه بیان کنید:

«جدیداً یه راهی پیدا کردم که به جای دو روز تعطیلی در آخر هفته، پنج روز تعطیل باشیم. اگه خواستی بدونی، می تونم برات توضیح بدم. حالا بگو بینم اوضاع کلاس موسیقیت چه طوره؟»

یا،

«جدیداً راهی پیدا کردم که دیگه مجبور به کار کردن در آخر هفته ها نباشیم. اگه خواستی بدونی، می تونم برات توضیح بدم. دیشب دیدی تلویزیون چه فیلم خفنی نشون می داد؟»

فرض کنیم پورسانت شما ماهی دوست دلار باشد. بخشی از این سود نیز از ندادن مالیات کسب شده باشد. شخصی در یک مهمانی خصوصی، از شما می پرسد:

«چه کاره هستید؟»

شما هم می گوئید: «جدیداً راهی پیدا کردم که می تونیم دوست دلار درآمد اضافه در ماه داشته باشیم. اونم با ندادن مالیات. اگه خواستید می تونم براتون توضیح بدم. بفرمایید شیرینی تونو بخورید.» به نظرتان آنها شیرینی خواهند خورد؟ خیر. آنها خواهند گفت:

«چه کسی دوست نداره مالیات پرداخت نکنه؟ چه جوری می شه

این کار رو کرد؟ می شه توضیح بدی دقیقاً چه جور کاریه؟»

از اینجا به بعد کار شما راحت است. سخت ترین قسمت تجارت تان معرفی آن است. اینجا شما گزینه های زیر را پیش رو خواهید داشت:

- سی دی آموزشی تان را در اختیارش بگذارید.

- بروشور آموزشی تان را به آنها بدهید.
 - آدرس وب سایت شرکت تان را به آنها بدهید.
 - چیزی در مورد کار نگویید و بگویید: «اینجا جای مناسبی برای توضیح نیست. بعداً این کار رو می کنم.»
 - آنها را به جلسه هفتگی دعوت کنید.
 - محصول شرکت تان را در اختیار آنها قرار دهید.
 - برای فردای آن روز، جلسه پرزنتی ست کنید.
 - با بالاسری خود صحبت کنید و یک وقت برای پرزنت هماهنگ کنید.
 - اگر خودتان لیدر ارشدی هستید، می توانید کلیات کار را خیلی مختصر و بدون وارد شدن به جزئیات، برای شان توضیح دهید.
 - با توجه به شناخت جزئی که پیدا کردید، با آنها در مورد مزیت های کارتان به صورت مختصر صحبت کنید.
 - و اگر لیدر ارشد ارشد باشید، می توانید در همان جا، آنها را پرزنت کنید.
- نکته اصلی، در گزینه های متعدد پیش روی شماست. حتی با وجود تازه کار بودن تان، می توانید از عهده اش بر بیایید. سخت ترین قسمت کار، معرفی آن است. وقتی آنها از شما درخواست کنند که راه حل برای شان ارائه دهید، دیگر کار تمام است.

آیا تا اینجا با اصول کار آشنا شدید؟

کار بسیار ساده است. فرمول شماره ۱ این شد که: «من جدیداً راهی پیدا کرده ام که..» + سود

شاید برای تان سؤال شده باشد که این راهکارهایی که من برای تان گفتم، تمامی شان درباره خود تجارت بازاریابی شبکه است. برای معرفی محصول و خدمات شرکت من چه عباراتی باید به کار بگیرم؟ در ابتدا، قاعده یادتان باشد:

«من جدیداً راهی پیدا کرده ام که..» + سود

حالا بیاید با هم چند نمونه از عبارات برای محصولات یا خدمات شرکت تان را مورد بررسی قرار دهیم. آماده اید؟

برای محصولات غذایی

«من جدیداً به راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم صبح ها که از خواب بیدار می شیم، کاملاً سرحال باشیم.
- می تونیم پنج دقیقه بعد از اینکه تصمیم به خواب گرفتیم، بخوابیم.
- می تونیم مثل نوجوون ۱۶ ساله پر انرژی، ولی با تجربه باشیم.
- می تونیم سیستم ایمنی بدن مون رو تقویت کنیم تا هیچ مریضی ای سراغمون نیاد.

- می تونیم از سلامت بچه هامون در مدرسه مراقبت کنیم.
- می تونیم بعد از یک روز طاقت فرسا، پراثری و سرحال برگردیم خونه.
- می تونیم اونقدر پر انرژی باشیم که فقط داروی بیهوش کننده ما رو از پا بندازه.
- می تونیم بدون اینکه بچه هامون بفهمن، تغذیه شونو کنترل کنیم.

برای محصولات پوستی

«من جدیداً یه راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم تنها در مدت ۴۵ ثانیه، پوست صورت مونو ۲۰ ساله جوون تر کنیم.
- می تونیم چروک های صورت مونو برطرف کنیم، جوری که انگار اصلاً چروک نداشتیم.
- می تونیم وقتی که خوابیدیم، پوست مون شروع به جوون تر شدن بکنه.
- می تونیم جوش های صورت دخترمون رو توی ۹ روز خوب کنیم.
- می تونیم از پوست مون تو آفتاب سوزان محافظت کنیم.

برای محصولات رژیمی

«من جدیداً به راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم در عرض ۱۰ روز، دو کیلو وزن کم کنیم.
- می تونیم صبح ها با یه نوشیدنی خاص، خیلی ارزون و راحت وزن کم کنیم.
- می تونیم برای اینکه وزن کم کنیم، کاری کنیم که احساس گشنگی نداشته باشیم.
- می تونیم چربی های بدن مونو، خیلی راحت آب کنیم.
- می تونیم وقتی خوابیدیم، وزن کم کنیم.
- می تونیم بدون رژیم غذایی و ورزش، وزن کم کنیم.

برای تور های مسافرتی

«من جدیداً به راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم تعطیلات رو تو یه هتل پنج ستاره بگذرونیم و پول یه اتاق معمولی رو بدیم.
- می تونیم هزینه هتل مونو، تو مسافرت پایین بیاریم.
- می تونیم به جای اینکه زیبایی های دنیا رو تو عکس ها

بینیم، بریم از نزدیک مشاهده کنیم.

- می تونیم برای چشم و هم چشمی همسایه ها، تعطیلات رو بریم جایی که دلشون بسوزه.
- می تونیم از هر سه ماه، یه مسافرت توپ یه هفته ای پادشاهانه بریم.
- می تونیم با خانواده هامون جاهای دیدنی بریم و کلی هم خوش بگذره بهمون.

برای شوینده های طبیعی

«من جدیداً یه راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم دیگه خونه مونو با مواد شوینده سمی پاک نکنیم.
- می تونیم به جای نگرانی اینکه بچه کوچیک تو خونه داریم و مواد شیمیایی بهش آسیب می روسنه، از مواد شوینده طبیعی استفاده کنیم.
- می تونیم با استفاده از مواد شوینده طبیعی، مانع از آسیب دیدن محیط زیست بشیم.
- می تونیم با یه کار ساده به محیط زیست کمک کنیم.
- می تونیم دیگه نگران دسترسی بچه ها به مواد شوینده نباشیم.

برای خدمات مالی

«من جدیداً به راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم هم پس انداز کنیم و هم حق بیمه رو پرداخت کنیم.
- می تونیم سریع تر از موعد، بازنشسته بشیم و نگران حقوق مون هم نباشیم.
- می تونیم هزینه پس اندازهای دوران بازنشستگی رو برعهده دولت بندازیم.
- می تونیم با یه تغییر کوچیک تو میزان درآمدمون، پول بیشتری برای خرج کردن داشته باشیم.
- می تونیم به یه روش ساده، به سرعت قرضامونو پرداخت کنیم.

برای حیوانات خانگی

«من جدیداً به راهی پیدا کردم که...»

- می تونیم کاری کنیم، حیوون خونگی مون از ما بیشتر عمر کنه.
- می تونیم کاری کنیم، حیوون خونگی مون دوباره جوون بشه.
- می تونیم با بهترین تغذیه موجود تو بازار، به حیوونای خونگی مون غذا بدیم.

مثل اینکه کار راحت و راحت تر می شود. تنها با یادگیری چند اصول ساده، کاری می کنیم که پراسپکت، خود از ما تقاضای معرفی محصول یا فرصت تجاری مان را کند. تنها کاری که باید بکنیم این است که فرمول شماره یک را یاد بگیریم و بعد تمام هفته را به پرزنت کردن مشغول شویم.

آیا یخ شکن ها در بازار سرد هم جواب خواهند داد؟

بگذارید امتحان کنیم.

اگر شما با شخصی که قصد استفاده از یخ شکن ها را برای او دارید، از قبل رابطه صمیمانه ای داشته باشید، بدون شک در استفاده از یخ شکن ها مشکل چندان خاصی نخواهید داشت. حال اگر شخصی غریبه باشد، باید در چند دقیقه ابتدایی، با او رابطه برقرار کنید. حال چه چیزی باید به آن شخص غریبه بگویید؟ به این مثال توجه کنید.

متصدی پذیرش

بعد از برگزاری یک جلسه مهم، برای اقامت به هتل رفته اید. شب هنگام با متصدی پذیرش شیفت شب، مشغول به صحبت می شوید.

بعد از اینکه رابطه صمیمانه ای بین تان شکل گرفت، می گوید:

«می دونی، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونی دیگه شیفت شب واینستی، اما همچنان حقوقت رو کامل بگیری. اگه خواستی، می تونم اونو برات توضیح بدم. راستی بهم می گی

دستشویی کجاست؟»

اگر متصدی پذیرش آدم شوخ طبعی بود و شما نیز رابطه صمیمانه ای برقرار کرده باشید، می توانید این گونه بگویید:

«می دونی، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونی دیگه شیفت شب واینستی، اما همچنان حقوقت رو کامل بگیری. اگه خواستی می تونم اونو برات توضیح بدم. حالا فعلاً امشب تا صبح پشت این میز جونت درآد.» در اینجا دیگر متصدی خودش می داند که شیفت شب را انتخاب کند یا فرصت جدیدی که شما پیدا کرده اید را امتحان کند. اگر زمان مناسب باشد، مطمئناً او از شما درخواست خواهد کرد که کار را به او توضیح دهید.

آیا شما توانسته اید متوجه مفهوم یخ شکن ها شوید؟ اینکه یخ شکن ها همان کلماتی هستند که ما استفاده می کنیم. آیا متوجه این موضوع شده اید که شما باید کلمات جدیدی را یاد بگیرید؟ من خود به شخصه از تابلو کائنات، جملات تأکیدی روزانه، داشتن نگرش، محصولات با کیفیت، تکثیر و با این قبیل مسائل مخالف نیستم. همه اینها باید باشند، اما اگر شما با استفاده از مهارت تان بخواهید به پراسپکت تان انگیزه بدهید، باید از کلمات استفاده کنید. کلماتی که شما انتخاب می کنید، تفاوت ها را رقم خواهند زد.

در پمپ بنزین

شب هنگام من در راه برگشت از یک شهر دیگر به خانه ام هستم. برای زدن بنزین در یک جایگاه پمپ بنزین توقف می کنم تا بنزین بزنم. نمی دانم در جایگاه های مناطقی که شما زندگی می کنید، باید همان جا کنار پمپ، کارت بکشید و یا نقداً حساب کنید، اما این را می دانم که باید متصدی جایگاه را کنجاو سازی کنید، زیرا من تا به حال ندیده ام که یک جایگاه پمپ بنزین وارد بازاریابی شبکه ای شود! باید پول را نقداً پرداخت کنید، چون پراسپکت شما باید از جنس آدم باشد.

بعد از اینکه بنزین را زدم، به سراغ متصدی می روم تا صورت حساب را پرداخت کنم. اطلاعاتی که من درباره ی این شخص دارم، این گونه است:

- آیا حقوق خوبی می گیرد یا نه؟
- آیا از کار خود راضی است یا متنفر؟
- آیا از اینکه در شیفت شب مراقب اموال دیگران است، راضی است یا نه؟
- آیا از اینکه احتمال دارد شبانه مورد حمله سارقان قرار بگیرد،

لذت می برد یا نه؟

• آیا پول را دوست دارد یا نه؟

پس با این اطلاعات می توان حدس زد که او می تواند یک پراسپکت احتمالی باشد. درست است؟

حالا من برای پرداخت صورت حساب پیش او می روم و می گویم: «می دونی، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونی دیگه شیفت شب واینستی، اما همچنان حقوقت رو کامل بگیری. اگه خواستی می توئم اونو برات توضیح بدم. حالا پول بنزینم چقدر می شه؟»

آیا من کار سختی انجام دادم؟ اگر او علاقه ای به شنیدن حرف های من نداشته باشد، پول را می گیرد و می شمارد، و اگر علاقمند باشد، مطمئناً خواهد گفت: «لطفاً این کارو برام توضیح بده.»

می توانیم این گونه هم بگوییم:

«می دونی، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونیم با درآمدی که از اون کار حاصل می شه، دیگه مجبور نباشیم سخت کار کنیم. اگه خواستی می توئم اونو برات توضیح بدم. راستی من یه مکمل سوخت هم برداشتم. اینم حساب کن.»

شاید الان برخی از شما به این فکر می کنید که اگر من در مسیر برگشت در ۳۰ جایگاه بنزین بایستم و از هر کدام ۲ لیتر بنزین بزنم،

می توانم ۳۰ پراسپکت برای خود پیدا کنم. خوب، اگر شما این کار را بکنید، متصدی به اینکه شما ۲ لیتر بنزین زده اید شک خواهد کرد. البته ممکن است برای شما این شک و تردید اهمیتی نداشته باشد و تنها تمایل داشته باشید تا با پراسپکت صحبت کنید، ولی فکرتان را محدود نکنید. شما می توانید به جای بنزین زدن، آدرس برگشت به شهرتان را پرسید.

پیش خدمت ها چطور؟

اگر هنوز بنزین تان تمام نشده باشد، می توانید برای صرف چایی و یا قهوه توقف کنید و در آنجا با بوفه چای صحبت کنید. رابطه صمیمانه با او برقرار کنید و به او بگویید:

«می دونی، من جدیداً یه راهی پیدا کردم که می تونی به جای اینکه اینجا چند تا شیفت کار کنی، اونجا با یه شیفت کار کردن حقوق همین جا را بگیری. اگه خواستی می تونم اونو برات توضیح بدم. حالا امکان داره که کمی بیشتر شکر بریزی. من قهوه شیرین دوست دارم.»

به همین سادگی.

بسیاری از بازاریاب ها این سؤال سخت را از من می پرسند: «من

شش ماه است که در این تجارت هستیم. چگونه می توانم بگویم
که جدیداً یک راهی پیدا کرده ام؟»
سؤال خوبی است. سه راه حل برای این مسأله داریم.

راه حل اول: می توانید از عبارت «من یه راهی پیدا کردم» به جای
«جدیداً یه راهی پیدا کردم» استفاده کنید، اما تأثیر گذاری آن کمتر
خواهد بود. عبارت دوم، در واقع ذهن پراسپکت را شدیداً درگیر می کند.
راه حل دوم: حاضرم شرط بندی کنم که شما جدیداً توانسته اید یک
چیز جدیدی را پیدا کنید. نمی دانم شاید یک محصول جدید، یک راه
جدید برای مصرف محصولی که دارید، یک پلن درآمدزایی جدید و
یا هر چیز دیگر. الان دیگر می توانید کلمه جدیداً را استفاده کنید.

راه حل سوم: از همان عبارت «من جدیداً یه راهی پیدا کردم»
استفاده کنید. هیچ کسی متوجه این موضوع نخواهد شد که شما
شش ماه است در این تجارت هستید، زیرا هیچ کسی به زندگی ما
اهمیتی نمی دهد. آنها غرق در زندگی خودشان هستند. آنها حتی
حرف های دیروز شما را از یاد خواهند برد. در این چهل و اندی سالی
که من در این تجارت هستیم، تا به حال کسی از من این سؤال را
نپرسیده است.

حدس می زنم که گاهی در زندگی احساسی شبیه به این داریم
که در زندگی دیگران، فرد مهمی هستیم، اما واقعیت این است که
دیگران بیشتر به فکر زندگی خودشان هستند تا ما.

وقت مهمانی است

فرض کنیم که من به تازگی وارد سازمان شما شده ام. من هیچ گونه روش ورودی گرفتن، بلد نیستم و از شما تقاضای آموزش این مطلب را دارم.

در یک مهمانی، وقتی من به سراغ برقراری ارتباط با اشخاص می روم، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ شک و تردید بر من غلبه می کند، زیرا فکر می کنم که اگر من بد صحبت کنم، آنها به من جواب رد خواهند داد. من به مهمان ها نگاه می کنم و به خودم می گویم: «هووووم، بعیده که اینا پیشنهاد من را قبول کنن. اینا اصلاً به درد این کار نمی خورن. اون زن و شوهر هم که اونجا هستن، مطمئناً آدم های مهمی هستن و پیشنهاد منو رد می کنند. اون مردی هم که اونجا وایستاده و دور و برش پر از آدمه، مطمئناً اونم پیشنهاد منو رد می کنه. اون آقای هم که اونجا وایستاده، خیلی آدم خسیسی به نظر میاد. مطمئناً اونم پیشنهاد منو رد می کنه.» مهمانی تمام می شود و من نتوانستم از این فرصت برای پیدا کردن پراسپکت احتمالی استفاده کنم.

شما که مهارت استفاده از یخ شکن ها رامی دانید، در همان مهمانی شرکت می کنید. شما با ۲۰ نفر از مهمان ها صحبت می کنید و برای روز بعد، با ۵ یا شش نفر از افراد قرار ملاقات می گذارید.

تفاوت من با شما چه بود؟

الان دیگر شما کاملاً فرقی را می دانید. شما از کلمات مناسب تری استفاده کرده بودید و پراسپکت های احتمالی از شما خواستند که کار را به آنها معرفی کنید. مهمانی بسیار به شما خوش گذشت، ولی برای من مزخرف بود. پراسپکت ها همان ها بودند، اما نتایج، زمین تا آسمان فرق داشت.

لطفاً این کار را نکنید. این تنها یک مثال است و بس.

برخی فکر می کنند که پیدا کردن پراسپکت، یعنی یافتن شخصی مناسب. در حالی که پیدا کردن پراسپکت، یعنی دقیقاً بدانیم که از چه کلماتی باید استفاده کنیم. کلماتی که نتایج ما را رقم خواهند زد. اگر این حرف مرا قبول ندارید، لطفاً سناریوی های زیر را در ذهن تان تجسم کنید:

سناریوی اول:

فرض کنید پس از اینکه از خانه خارج شدید، به شخصی که در

خیابان ایستاده است یک اسکناس صد دلاری می دهید. آیا آن غریبه نسبت به این کار شما عکس العمل نشان خواهد داد؟ مسلماً همین طور است. شاید شما را بغل کند و بوسه باران تان کند و با صدای بلند فریاد بزند و خیال کند که در یک شرط بندی برنده شده است. در هر صورت آن غریبه نسبت به این کار شما عکس العملی از خود نشان خواهد داد.

سناریوی دوم:

فرض کنید پس از اینکه از خانه خارج شدید، به شخصی که در خیابان ایستاده است یک مشت بزنید. آیا آن غریبه نسبت به این کار شما عکس العمل نشان خواهد داد؟

مسلماً همین طور است. ممکن است آن غریبه نیز مشتت را نثار شما کند و یا بگوید: «دیوانه این چه کاری است که می کنی؟» می بینید، یک واکنش دیگر از همان مرد غریبه.

حال سؤال اینجاست: آیا آن مرد غریبه عکس العملش بدون دلیل بود؟ یا رفتار آن غریبه ناشی از حرف ها و کارهایی بود که شما کردید؟

این مثال به معنای واقعی نشان داد که پیدا کردن پراسپکت یعنی چه. در اکثر اوقات مشکل از پراسپکت نیست، بلکه آنها تنها به

کلمات و اعمال ما توجه می کنند و واکنش نشان می دهند، زیرا پراسپکت هیچ گونه پیش زمینه ای ندارد. بسته به نوع رابطه و یخ شکنی که در صحبت با او استفاده کرده اید، عکس العمل نشان می دهد.

اگر کمی فکر کنید، خواهید دید که این خبر خوبی برای ما است. این حرف من، یعنی اینکه پیدا کردن پراسپکت در حوزه کنترل ما قرار دارد و دیگر شانس را عامل موفقیت نخواهیم دانست. پس بهتر است یخ شکن هایی که استفاده می کنیم را کمی بیشتر مورد بررسی قرار دهیم. شاید وقتش رسیده است که از خودمان این سؤال را بپرسیم:

«آیا یخ شکن هایی که استفاده کرده ام، باعث شده است تا من بتوانم پراسپکت های خوبی را پیدا کنم و آنها به سازمان من وارد شوند؟ و یا باعث فراری دادن آنها شده است؟»

فرمول شماره ۲

من عاشق این عبارت هستم: «اگه مسأله ای نیست...»

انسان ها با برنامه هایی که در سطح ناخودآگاه خود دارند، اداره می شوند. یکی از این برنامه ها این است:

«اگر دیدی شخصی یه جایی و یا یه مکانی، این عبارت رو بهت گفت که "اگه مسأله ای نداره..." با او موافقت کن.»

بله، دقیقاً این گونه است. ذهن انسان طوری تنظیم شده است که قبل از شنیدن ادامه این عبارت، تصمیم به موافقت با شما می گیرد. به نظر عجیب می آید، اما ساز و کار ذهن ما این گونه است. تا زمانی که بتوانید درخواست تان را منطقی جلوه دهید، پاسخی که همیشه دریافت خواهید کرد، مثبت خواهد بود.

شاید باورتان نشود، ولی این عین حقیقت است. البته اگر باور ندارید، مطمئناً در خانه های تان بچه دارید؟

بچه ها موجودات بدون پشتوانه مالی و بدون قدرت هستند، اما کفایت چیزی را طلب کنند، مطمئناً آن را به دست خواهند آورد.

آنها توانسته اند با آزمون و خطا کردن، یاد بگیرند که می توانند با استفاده از نیروی کلمات به خواسته های شان برسند. البته آنها یک شبکه سری با بچه های دیگر نیز دارند و رازهای شان را با هم در میان می گذارند.

تا حالا از دخترتان این حرف ها را شنیده اید؟

«مامان، بابا، اگه مسأله ای نداره، می شه من تکالیف مو بعداً انجام بدم؟»
«مامان، بابا، اگه مسأله ای نداره، می شه من امشب خونه خاله اینا بمونم؟»

«مامان، بابا، اگه مسأله ای نداره، می شه سیندی هم با ما بیاد خرید؟»
به نظرتان من مجموعه عبارات جادویی خودم را از چه کسانی الهام گرفته ام؟
از دخترم. او در این زمینه بسیار حرفه ای است و همواره با اصرار خود به هر چیزی که خواسته است، رسیده است.

نیروی عظیمی در این عبارت قرار گرفته است. پس، از این به بعد می خواهیم این عبارت را به کار ببریم تا نتایج زیبایی را خلق کنیم. وقتی پراسپکت ما پیشنهاد مان را قبول می کند، در جلسه پرزنت کار آسانی در پیش رو خواهیم داشت. این شیوه، روشی بسیار عالیست که بتوانیم در صحبت های روزانه خودمان، در مورد کسب و کارمان با دیگران، به راحتی یخ ها را بشکنیم.

فرمول شماره دوم به این صورت است:
«اگه مسأله ای نداره...» + سود = یخ شکنی پر قدرت

حالا به سراغ چند مثال می رویم:

برای بازاریابی شبکه ای

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی بهت نشون می دم که دیگه مجبور نباشی این همه کار کنی.
- یه راهی بهت نشون می دم که بتونی از دو جا کسب درآمد کنی.
- یه راهی بهت نشون می دم که به جای دو روز، پنج روز بری تعطیلات آخر هفته.
- یه راهی بهت نشون می دم که بتونی درآمدت رو چند برابر کنی.
- یه راهی بهت نشون می دم که ساعت زنگ دارتو به همسایت بفروشی، تا بتونی تا خود ظهر بخوابی.
- یه راهی بهت نشون می دم که می تونی دیگه رئیس نداشته باشی.
- یه راهی بهت نشون می دم که دیگه شیفت شب و اضافه کاری واینستی.
- یه راهی بهت نشون می دم که کلاً تو خونه بمونی و کار کنی،

و دیگه مجبور به رفت و آمد نباشی.

- یه راهی بهت نشون می دم که خودت زمان های کاریتو تعیین کنی.
- یه راهی بهت نشون می دم که شوهرت رو بازنشسته کنی.
- یه راهی بهت نشون می دم که بتونی با درآمدت، بچه هاتو بفرستی مدرسه خصوصی.
- یه راهی بهت نشون می دم که با کمک کردن به دیگران، پول کلانی به دست بیاری.
- یه راهی بهت نشون می دم که موقع فارغ التحصیل شدنت، مصادف باشه با بازنشستگی.

در واقع این الگو پراسپکت را مجاب به گفتن این عبارت می کند

که «باشه، بگو ببینم چه کاریه.»

باز هم شاخ سخت ترین قسمت بازاریابی شبکه ای را شکستیم. حالا دیگر سخت ترین پراسپکت، مشتاق صحبت با شماست.

حال می خواهم مثال هایی درباره محصولات و خدمات اراده شده شرکت تان برای تان بیان کنم. قبل از آن، یکبار دیگر فرمول شماره

۲ را برای تان بازگو می کنم:

«اگه مسأله ای نداره..» + سود

برای محصولات تغذیه ای

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راه حلی بهت نشون می دم که دیگه درد آرتروز نداشته باشی.
- یه نوشیدنی بهت می دم که شبا بتونی راحت بخوابی.
- این چند تا قرص رو از من بگیر تا موقعی که سر کار می ری انرژی بیشتری داشته باشی.
- یه راهی پیدا کردم که با اون مامان و بابات همیشه سالم می مونی.
- این نوشیدنی رو بخور تا عمرت زیاد بشه.
- این محصول طبیعی رو بخور تا آلرژیت برطرف بشه.

برای محصولات پوستی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی بهت نشون می دم که دیگه صورتت جوش نزنه.
- یه راهی بهت نشون می دم که بتونی تمام چین و چروک های صورتت رو برطرف کنی.
- یه کرمی بهت معرفی کنم که پوست صورتت بتونه اکسیژن زیادی مصرف کنه.

- یه گرم ضدآفتاب بهت معرفی می کنم که دیگه اون حس چرب بودن صورتت رو نداشته اشی.
- یه گرم لایه بدار بهت معرفی کنم که صورتت از دخترت هم جوون تر بشه.
- یه محلولی بهت می دم که وقتی می خوای بخوابی بخور تا پوستت سالم تر بمونه.

برای محصولات رژیمی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه پودری بهت معرفی کنم که کل ۲۴ روز باعث سوختن چربیات شه.
- یه پودری بهت معرفی کنم که وقتی ما بین غذا بخوری، وزنت رو کاهش میده.
- یه راه حلی بهت نشون بدم که تا قبل از عروسیت، ۱۰ کیلو وزن کم کنی.
- یه راه حلی بهت نشون بدم که قبل از شروع دانشگاه ها، بتونی ۱۰ کیلو وزن کم کنی.
- یه راهی بهت معرفی کنم که هم شکلات بخوری و هم وزن کم کنی.

برای خدمات رفاهی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی بهت نشون می دم که با اون قبض برق و گازت نصف بشه.
- یه راهی بهت نشون می دم که اداره برق و گاز به خاطر اینکه در مصرف برق و گاز صرفه جویی کردی، بهت پاداش بدن.
- یه راهی بهت نشون می دم که وقتی قبضاتو می خونی راحت تر باهاشون کنار بیای.

برای زیورآلات

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی رو بهت معرفی کنم که با هزینه کمتر، جواهر آلات شیکیه به دست بیاری.
- یه راهی بهت معرفی کنم که بتونی لباساتو با جواهراتت ست کنی.
- یه راهی بهت نشون بدم که خاص ترین زیور آلات شهر رو داشته باشی.
- یه راهی بهت معرفی کنم که مردم با دیدن زیورآلاتت، چشماشون چهار تا بشه.

برای تورهای مسافرتی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی برای اینکه بتونی بیشتر تعطیلات رو خوش بگذرونی
بهت نشون بدم.
- می تونم یه راهی برای اینکه با هواپیمای فرست کلای سفر
کنی بهت نشون بدم.
- یه راهی نشونت بدم که به جاهایی که تو رؤیا رفته بودی، تو
واقعیت هم بتونی بری.
- راهی بهت نشون بدم که مسافرت رو با صد در صد آرامش بری.
- راهی بهت معرفی کنم که مسافرتت برات خاطره بشه.
- یه راهی بهت نشون می دم که بتونی خانواده تو با کشتی
کروز بیری مسافرت.

برای محصولات شوینده طبیعی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی برای کمک به محیط زیست بهت نشون بدم.

- یه راهی برای اینکه بتونی با اون پودر، لباس شوپیت رو به مواد تجزیه پذیر تو طبیعت تبدیل کنی.
- یه راهی بهت معرفی کنم که دیگه پودر لباس شوپیت به این و اون آسیب نزنه.

برای خدمات مالی

«اگه مسأله ای نداره...»

- یه راهی برای پرداخت سریع تر قبضات بهت نشون بدم.
 - راهی برای اینکه قسطاتو کمتر کنی بهت نشون بدم.
 - راهی رو بهت نشون می دم که بتونی از خرید خودت، پس انداز به دست بیاری.
 - راهی بهت نشون می دم که مالیات کمتری پرداخت کنی.
- اگه مسأله ای نداره این مثال هایی رو که براتون زدم رو در ارتباط با پراسپکت ها به کار ببرید.

فرمول شماره ۳

(بهترین پراسپکت های احتمالی)

به این سؤال پاسخ دهید: «آیا اطرافیان من عموماً انسان های مثبت اندیشی هستند یا منفی باف؟»

اکثر افراد معتقداند که اطرافیان آنها عموماً انسان های منفی باف هستند. تعداد کمی از ما می توانیم در حلقه خوشبختی بیافتیم و اطراف مان پر از انسان های مثبت اندیش باشد.

حالا بهتر است اینطور فرض بکنیم که جامعه پر از انسان های منفی باف است. چرا؟ چون آنها از صبح تا شب سر کار می روند و مدام کارهای سخت و طاقت فرسایی را انجام می دهند. مدام مجبور هستند با رئیس شان سرو و کله بزنند. مدام باید مسیر خانه تا محل کار را پشت ترافیک و کارهای استرس زا تلف کنند. به هر حال در زندگی ها مشکلات فراوانی ایجاد شده است، و این خیلی خوب است!

هدف از ایجاد تجارت، برطرف کردن مشکلات مردم است. اگر مردم مشکلی نداشتند، پس هیچ تجارتي نیز وجود نداشت. اگر هیچ

کسی احساس گرسنگی نداشت، قطعاً هیچ رستورانی نیز تأسیس نمی شد. اگر همه می توانستند تا آخر عمر سالم بمانند، دیگر هیچ کسی مکمل های غذایی نمی فروخت. اگر مردمی که به مسافرت می روند، احساس خواب نداشته باشند، قطعاً صاحبان هتل ها ورشکست خواهند شد. شما باید به خاطر این مشکلات، خدا را شاکر باشید!

چند سالی به من پیشنهاد شد که در اوکراین، در نزدیکی دریای سیاه، جلسه برگزار کنم. چند نفر از لیدرها به دنبال من آمدند و پس از احوال پرسی شروع کردن به برشمردن مشکلات و مسائلی که در کارشان داشتند. حرف کلی آنها تقریباً این بود:

«هیچ کسی تو اوکراین پول نداره. اونا حتی پول ثبت نام و خرید محصول هم ندارن. محصولات آرایشی شرکت ما خیلی گرونه. هیچ کسی از ما جنس گرون قیمت نمی خره. وضعیت اقتصادی مردم هم که تعریف چندان خاصی نداره. زندگی در اوکراین خیلی سخت شده و.. ما از شما تقاضا داریم که این آبجکش ها رو در جلسه فردا که برگزار می کنید، برای سازمان ۵۰۰ نفری ما برطرف کنید.»

روز بعد، من برای ۵۰۰ بازاریاب ارشد شرکت، جلسه برگزار کردم. در این جلسه، درباره این موضوع که «اگر مشکلات نبودند هیچ تجارتی نیز نبود» صحبت کردم و به آنها گفتم:

«آیا مردمان اوکراین تمایل دارن که عمر طولانی تری داشته باشن؟»

«آیا مردم اوکراین تمایلی به داشتن بچه های سالم دارن؟»

«آیا مردم اوکراین صورت هاشون چروک نمی شه؟»

«آیا پوست زن های اوکراینی تو زمستون، بخاطر سرمای زیاد اذیت

نمی شه؟»

«آیا مردم اوکراین می تونن تنها با یک شغل، مخارج شان را

پرداخت کنند؟»

«آیا مردم در اوکراین تمایلی به داشتن پول زیاد ندارن؟»

«آیا اوکراینی ها تمایلی به داشتن زندگی بهتر دارن؟»

زمانی که من این سؤال ها را از جمع می پرسیدم، از شدت هیجان

بسیار خوشحال بودند و مدام از اینکه در کشوری زندگی می کردند

که بیشترین مشکلات را دارد، ابراز خرسندی می کردند و از خداوند

درخواست مشکلات بیشتری نیز داشتند!

شما باید به دنبال همین آدم ها باشید، زیرا هنوز سازمان تان نمی

دانند که مشکلات، بهترین فرصت ها را در درون خود دارند. ما که

عاشق آدم های منفی باف هستیم.

این نکته را همواره به خاطر بسپارید:

اگر کسی مشکل دارد، یعنی می تواند پراسپکت احتمالی خوبی باشد. از آدم هایی که مدام همه چیز را مثبت می بینند، کمی فاصله بگیرید، زیرا آنها پراسپکت احتمالی نخواهند بود. (شوخی کردم!) برخی می گویند: «خوب من که هیچ پراسپکت احتمالی ندارم. هر کسی هم که می شناسم خیلی منفی بافه.»

البته اگر دیدید که آنها این حرف را زدند، بدانید که سازمان تان هنوز نمی داند که مشکلات در درون شان پر از فرصت های زیبا دارند. چیزی که من در مورد انسان های بدبین و منفی باف می دانم این است که:

۱. مشکل دارند.

۲. آنها می دانند که مشکل دارند. (برخی از افراد خود از مشکلات شان آگاه نیستند، اما منفی باف ها همواره این مشکلات را می بینند)

۳. این انتخاب را دارند که از راه حل هایی که ما برای شان ارائه می دهیم استفاده کنند، و یا همچنان از داشتن مشکل ناله می کنند، چون آنها از این موضوع خوشحال و راضی هستند.

حال ببینیم که چگونه می توان از این فرصت ها استفاده کرد.

برای اینکه بتوانید یخ شکن هایی را که من برای تان آموزش می دهم استفاده کنید، باید یک جمع بزرگی از افراد منفی باف را

پیدا کنید. (در تگ‌زاس به این گروه، خانواده و دوستان می‌گویند.)
اجازه بدهید آنها تا دل‌شان می‌خواهد، منفی بافی‌کنن و شما به
نال‌های‌شان گوش کنید. بعد به آنها بگویید:

«می‌خواهی مشکلاتت حل بشه؟»

تا اینجا یک مرور بکنیم.

پراسپکت احتمالی شما:

مشکل دارد.

می‌داند که مشکل دارد.

شما یک راه‌حلی برای حل مشکلش در اختیار او گذاشته‌اید.

کار تمام است!

سؤالی که در بالا پرسیدم دو جواب دارد: «بله» یا «خیر»

اگر پراسپکت‌تان بگوید: «آره، من می‌خوام که مشکلمو حل کنم.»

بازم کار تمام است. با هماهنگی با آپلاین خود، برای او جلسه‌ی پرزنتی

را تدارک ببینید و بعد کارهای ثابت و خرید او را انجام دهید.

در این صورت پراسپکت شما تصمیم به حل مشکلش دارد.

من وقتی در یک جمع ۱۰۰ نفره نشسته‌ام، این بازی را انجام می‌

دهم. من سریع ۲۰ یا ۳۰ نفر را پیدا می‌کنم که تصمیم دارند تا

مشکلات شان را حل بکنن.

فقط با یک سؤال ساده. از آنها می پرسیم: «تصمیم داری مشکلتو

حل کنی؟»

کار تمام است!

حالا ممکن است پاسخ پراسپکت منفی باشد و بگوید: «نه. تمایلی

به حل مشکلم ندارم.»

خوب، من هم به راحتی پاسخ می دهم: «دیگه چه مشکلی داری؟»

پراسپکت هم دوباره شروع به گفتن مشکلاتش می کند و من

وقتی او مشغول به صحبت کردن است، یک دفعه جیم می شوم!

فکر می کنم که منظور من را متوجه شده اید. اگر شما همچنان با

پراسپکت درباره مشکلاتش حرف بزنید، تنها به درد و دل کردن با او

مشغول هستید و نه کار بازاریابی شبکه ای.

امکان اینکه "نه" بشنوید صفر است. شاید برای تان جالب باشد که

چرا با وجود داشتن مشکل، نسبت به راه حل آن پاسخ منفی می دهد؟

پاسخی که من برای این سؤال دارم این است که پراسپکت شما به

این دلیل به شما "نه" می گوید که واقعاً منظورش "نه" است. برای

همین او کلمه "نه" را استفاده کرده است.

"نه" به این معنا نیست که، «می تونی تا ۵۲ هفته آینده، پدر منو

دریاری!»

"نه" به این معنا نیست که شما باید از تکنیک های ان ال پی برای قانع کردن او استفاده کنید.

"نه" یعنی، «لطفاً با من کار نداشته باش.»

با پی بردن به مفهوم این کلمه، دیگر بدون فامیل و دوست نخواهید بود. آنها شما را به مراسمات شان دعوت خواهند کرد. حتی به عزا نیز دعوت تان می کنند. شما تنها باید بدانید که باید با کسانی کار کنید که می خواهند مشکلات شان را حل کنند.

حال مشکل اصلی اینجاست که مردم مستقیم در ارتباط با شما از کلمه «نه» استفاده نمی کنند. آنها از اینکه شما با آنها بحث کنید می ترسند، بنابراین؛ مستقیماً به شما "نه" نمی گویند. آنها می خواهند که بسیار مؤدبانه با شما رفتار کنند و در واقع شما را ضایع نکنند. برای همین آنها با یک سری کد و رمز با شما صحبت می کنند و پاسخ شان را ارائه می دهند.

بازاریاب های تازه وارد این را متوجه نمی شوند. بنابراین؛ آنها در ذهن شان یک بهانه خیالی درست می کنند و با آن شروع به بحث می کنند، اما به محض اینکه پی می برند که واقعاً پاسخ شان منفی است، آنها را رها می کنند.

حال بیاید درباره کدها و رمزها صحبت کنیم:

فرض کنید من شما را برای صرف شام به منزل خودم دعوت می‌کنم. شما وقتی وارد منزل من می‌شوید، می‌بینید در و دیوار خانه صورتی است. حتی پنجره‌ها هم صورتی است. من به شما می‌گویم: «نظرت درباره رنگ خونه ام چیه؟»

خوب، شما پیش خودتان می‌گویید: «اگه بگم افتضاحه خیلی بد می‌شه، چون من هنوز شام نخوردم و باید با احترام برخورد کنم.» پس به من می‌گویید: «عالیه. حرف نداره. واقعاً زیباست.»

حال کدی که در این جمله است، چه چیزی بود؟

«حالم داره بهم می‌خوره. مزخرفه. خیلی هم مزخرفه.»

اگر نتوانید پی به زمان استفاده کدها و رمزها از زبان پراسپکت ببرید، زمان تان را هدر خواهید داد. شما پراسپکت‌های تان را کلافه خواهید کرد و احتمالاً دیگر هیچ پراسپکتی نیز پیدا نخواهید کرد.

این کد در زندگی واقعی چگونه نمایان می‌شود؟

مثال ۱:

شما شب وقتی به خانه تان می‌روید، می‌بینید که عمه شما از صبح منتظر شماست. بلافاصله بعد از اینکه شما را دید، می‌گوید:

«قوزک پام درد می کنه. زانو هام درد می کنه. پشتم درد می کنه. شونه هام درد می کنه. گردنم درد می کنه. سردرد و رفلکس معده دارم. پنج تا از بیماری هام اسم دارن و من نمی دونم اسم شون چی بود، چهارتاشون بدون اسمن، سه تا هم دارم که هنوز کشف نشدن.»

به محض اینکه عمه صحبتش را تمام کرد، شما این سؤال را از او می پرسید:
«عمه جان می خوای مشکلت حل بشه؟»

اگر عمه پاسخ مثبت بود کار تمام است. پول را از او می گیرید و بسته محصولات را به او می دهید. جواب دیگری که عمه ممکن است به شما بدهد این است: «نه.» اما عمه نمی تواند "نه" را به این واضحی به شما بگوید. او با کد حرف هایش را می زند. حال بینیم عمه از چه کدهایی استفاده می کند.

شما به عمه می گویید: «عمه جان می خوای مشکلت حل بشه؟» او به شما پاسخ می دهد: «عمه جان، من تحت مراقبت پزشک هستم.»

این یعنی، «نه.»

یا ممکن است عمه این گونه پاسخ دهد: «خب عمه جان، من اگر مشکلم حل بشه که دیگه نمی تونم با کسی حرف بزنم.»

این هم یعنی، «نه.»

یا ممکن است بگوید: «می دونی عمه جان، مادر منم اینطوری شد
مرد. مادر بزرگم همین طور. منم می خوام همین طوری بمیرم.»
این یعنی، «نه.»

یا ممکن است این گونه پاسخ دهد: «می دونی عمه جان، هیچی
درد مرا خوب نمی کند، چون من آدم خاصی هستم.»
باز هم یعنی، «نه.»

یا ممکن است بگوید: «عمه جان من نمی تونم قرص و دارو
مصرف کنم.»
و باز هم یعنی، «نه.»

حالا که عمه ی شما از کدها و رمزها برای "نه" گفتن به شما استفاده
کرده است، شما نیز بلافاصله پاسخ می دهید: «دیگه چه مشکلی
داری عمه جان؟» و سریعاً جیم می شوید. عمه نیز همچنان به
شکایت در مورد دست اندازهای خیابان، کوتاهی دست اندرکاران و
شهرداری ادامه می دهد. شما نیز ادامه بحث را به باجناق تان
واگذار کنید.

زمانی که پراسپکت تان، با استفاده از کدها، به شما پاسخ «نه» داد،
شما به او بگویید: «دیگه چه مشکلی داری؟»

با این روش کسی به شما جواب منفی نداده است و شما می توانید در کمتر از یک دقیقه به پراسپکت واقعی بودن او پی ببرید. برخی تنها از نالیدن خوش شان می آید.

چقدر کار کردن بازاریابی شبکه ای آسان شد. اینطور نیست؟ بگذارید چند نمونه دیگر از عمه برای تان مثال بزنم.

مثال ۲:

شما به خانه می روید و می بینید که عمه تان منتظر شماست. بالافاصله با دیدن شما می گوید:

«عمه جان. می دونی جدیداً پوستم خیلی خشک شده. صورتم خیلی پوسته می ده. مثل شوره سر، همه جا می ریزه. وقتی رو مبلم می خوابم، روی مبلم پر می شه از این پوسته ها و وقتی سگم می پره رو مبلم، انگار پریده رو برف. این جوش هم که می بینی دقیقاً وسط پیشونیمه. پوست گردنم هم اگزما زده. چین و چروکمم انقدر زیاد شده که می شه لاشون پول قایم کرد.»

وقتی عمه خواست نفسی بگیرد، شما می گوید: «عمه جان می خوام مشکلتو حل کنی؟»

اگر عمه بگوید «بله» عالی خواهد شد. چند نمونه از محصولات تان را به او بفروشید.

یک جواب دیگر هم ممکن است بگیرید، و آن کلمه «نه» است. اما خوب، عمه هیچ گاه "نه" را مستقیماً نخواهد گفت. او با کد با شما حرف خواهد زد. حال، این کدها را بررسی کنیم.

ممکن است پاسخ عمه تان این گونه باشد:

«عمه جان، می دونی این جوش وسط پیشونیم زیاد هم بد نیست. البته یکی از آشناها بهم یه کرم داده که وقتی می زخم کمترش می کنه. وقتی هم که سگم رو مبل می پره، منو یاد برف بازی دوران بچگیم می اندازه.»

شما در پاسخ چه خواهید گفت؟

«خوب عمه جان دیگه چه مشکلی داری؟»

عمه همچنان به شکایت ها ادامه می دهد و شما سریعاً جیم می شوید!
باز هم مثال بزنم؟

مثال ۳:

فرض کنید شما سر کارتان هستید و جو به شما می گوید:

«امروز صبح ماشینم خراب شد. پول تعمیرشو نداشتم. چند روز دیگه باید قبض مستر کارت و ویزا و آمریکن اکسپرس رو پاس کنم. هنوز نتونستم پول چک بیمه ماشینمو پر کنم. دوتا از قسط های خونه هم عقب افتاده. رئیس هم که اصلاً به فکر ما نیست. سال پیش

به خاطر بی پولی، مسافرتم نرفتم.»
خوب، شما حالا می دانید که چه باید بگویید.

«می خوای مشکلتو حل کنی؟»

اگر جواب جو «بله» باشد، همه چیز تمام است. روز بعد قرار پرزنت را ست کنید یا سی دی ها و بروشور و یا آدرس وبسایت را به او بدهید. بعد کارهای ثبت نام او را انجام دهید.

اما ممکن است جو بگوید: «نه.»

حالا باهم کدها رو بررسی کنیم:

«می دونی، من چیزی تا بازنشستگی نمونده. همش ۴۴ سال دارم تا بازنشستگی. نمی خوام اینم از دستم بره. حالا کار تو هم که کلاً هریمه. پدر و پدر بزرگم زیر بار قرض مردن. منم می خوام راه اونا رو ادامه بدم. واقعیتش من همش سه نفرو تو کل زندگی می شناسم که دوتاشون از من متنفرن. وقت هم برای این کارا ندارم. بعد از اینکه از اینجا می رم، مجبورم ۷ یا ۸ ساعت تلویزیون نگاه کنم. دیگه وقتی برام نمی مونه که یخوام یه کار پاره وقت بکنم.»

جو با کد به ما گفت: «نه.»

شما دیگر می دانید چه باید بگویید:

«خب دیگه چه مشکلاتی داری؟»

کار شما تنها پیدا کردن افرادی است که خیلی از زندگی شان ناله می کنند. بعد با پرسیدن سؤال از آنها، ببینید آیا واقعاً می خواهند که مشکل شان برطرف شود یا نه. سپس با آن دسته از افرادی که خواهان حل مشکلات شان هستند، قرار پرزنت بگذارید. مطمئناً از این به بعد فقط به دنبال آدم های منفی باف خواهید بود. بله، درست است. آنها بهترین پراسپکت هستند.

اگر مدام از اطرافیان تان این سؤال را بکنید که «می خواهی مشکل حل بشه؟» آنها به ترفند شما پی خواهند برد و دیگر پیش شما از مشکلات شان حرف نخواهند زد. این خیلی عالی خواهد شد. درست است؟ ما در واقع دلیل پیدا کردن پراسپکت های مان این نیست که باعث اذیت و آزار آنها شویم، بلکه تنها می خواهیم به آنها کمک کنیم تا راه حلی برای مشکل شان پیدا کنند و آن را حل کنند.

مثال ۴:

فرض کنید که من اضافه وزن دارم. البته باید طرف مقابل کاملاً نابینا باشد که از روی ظاهر نتواند به این موضع پی ببرد. من به شما می گویم:

«می دونی من خیلی تلاش می کنم که وزنم رو کم کنم، اما خیلی خیلی سخته. استخوان بندی منم درشته و یه سری مشکلات

در متابولیسم بدنم دارم. آب هم می خورم چاق می شم. برنامه غذایی هم گرفتم. کلاس ایروبیک هم می رم. یه سی دی ورزشی هم خریدم، اما هیچ فایده ای نداشته.

وقتی من حرفم تمام شد شما می گوید: «می خوای مشکل حل بشه؟»

من می گویم: «آره.» و شما به راحتی می توانید چند عدد از محصولات رژیمی خودتان را به من بفروشید. درست است؟ وقتی کلمات را عوض کنیم، این تجارت برای مان خیلی راحت خواهد شد.

اما اگر من با استفاده از کد بخوام به شما پاسخ منفی بدهم، می گویم:

«می دونی چاقی من اصلاً خوب نمی شه. وقتی ورزش می کنم بوی عرق می دم. منم به بوی عرق حساسیت دارم. من شبا خیلی گشنه ام می شه. اگه غذا نخورم نمی تونم کار کنم. این شکم من به خاطر چربی نیست، به خاطر یه سری مشکلات گوارشیه. خاندان من کلاً چاق بودن.»

این یخ شکن جادویی را به خاطر بسپارید:

«می خواهی مشکلتو حل کنی؟»

اگر این جمله برای تان مناسب نیست، می توانید این گونه بیان کنید:

«تا حالا فکر کردی که چطوری می تونی مشکلتو حل کنی؟»

بله، سؤالی که می پرسید خیلی مهم است، اما مهم تر از آن این

است که به کلماتی که طرف مقابل تان استفاده می کند، با دقت

تمرکز کنید تا پی به کدهای او ببرید.

فرمول شماره ۴ (خلق پراسپکت احتمالی)

شما از آن دسته افرادی خوش شانسی هستید که اطراف تان را انسان های مثبت اندیش پر کرده اند. شما می گوئید: «فرمول شماره ۳ برای من کاربردی ندارد.»

شما به من می گوئید: «وقتی تو اداره ما کارمندا فیش حقوقی شونو می گیرن، داد می زنن و می گن "من حقوقم خیلی بالاست. باز هم به من حقوق زیادی دادن". هر وقت بچه هامو می برم مدرسه هیچ ترافیکی نیست. سلامتی بچه هام تضمین شده است. تیم ما تو لیگ اوله. هر مغازه ای می رم بهم تخفیف می دن و آخر ماه پول زیادی برام می مونه. جایی که من زندگی می کنم، همه چیز عالیه. هیچ فکر منفی و مشکلی وجود نداره. حتی یه دونه.»

خوب، اگر جایی که شما زندگی می کنید این گونه است، مطمئناً فرمول شماره ۳ به درد شما نمی خورد. در مورد انسان های مثبت اندیش، باید فرمول شماره ۴ را یاد بگیرید.

چگونه باید به طرف مقابل تان موج منفی بدهید؟

شما با یک سؤال ساده می توانید در طرف مقابل، حس منفی ایجاد کنید. کافی است بگویید:

«می شه دوتا از مشکلات بزرگی که به من بگی؟»

این نکته را به یاد داشته باشید که تنها در صورتی می توانید به کسی کمک کنید که دنبال چاره باشد و در واقع مشکلی داشته باشد که بخواهد حل شود.

این یخ شکن را باهم بررسی کنیم:

فرض کنید که شما از سر کار به خانه برمی گردید و می بینید که عموی تان در خانه است. او سر یخچال است و با خوشحالی به شما می گوید:

«هاها. دیدی تیم فوتبال مون امروزم برد. پیتزایی سرکوچه، پیتزاهاشو حراج کرده بود. ماشینم مثل ساعت کار می کنه. بنزین و گاز هم که الکی مفت کردن. منم مجبورم هی برم بیرون تا باک خالی بشه. حالم عالیه!»
اگر عموی تان به شما فرصت داد، به او بگویید: «عمو جان می شه دوتا از مشکلات بزرگی که تو کارتون دارید رو به من بگی؟»

عمو هم می گوید: «کار؟! عموجان من کار نمی کنم که، حمالی می

کنم. رابطه ام با رئیس شرکت مثل رابطه پونه با ماره. هفته پیش نتونستم تو کنسرت دخترعموت شرکت کنم. چون به خاطر بحثی که با رئیسم داشتم مجبور شدم سه روز اضافه کار وایستم. باید گزارش هایی رو می نوشتم که هیچ کسی حتی یه نگاه هم به اونا نمی ندازه. همکارم هم تو اتاق مدام خمیازه می کشه، منم حالم بهم می خوره ازش.»

وقتی عموی تان حرف هایش تمام شد. شما خواهید گفت: «می خوای مشکلتو حل کنی؟»

و اگر عمو پاسخ «بله» دهد که کار تمام است. بقیه مراحل یخ شکن سوم که یادتان است.

ممکن است در مسیر برگشت به خانه، در جایی جهت خوردن قهوه توقف کنید. پیش خدمت به شما می گوید:

«خدای من. دیشب سریال فلانو دیدی؟ درست همون جوری که پیش بینی کرده بودم تموم شد. فردا و پس فردا قراره فلان فروشگاه ۵۰ درصد تخفیف بده. چی می شد الان فردا بود. وای خدا، روزها چقدر خوش می گذره.»

شما هم می گوئید: «می شه به من دوتا از مشکلات شیفت شب تو بگی؟» او هم می گوید: «می دونی. بعضی وقتا بهترین سریال ها

و فیلم‌ها رو از دست می‌دم. مجبور می‌شم فردا تکرارشو ببینم. شبا وقتی شیفت دارم تا فردا عصرش نمی‌تونم بچه هامو ببینم، چون مجبورم اینجا باشم. آخر شبا همه‌ی آدمای قراضه می‌ریزن اینجا و من اصلاً از اونا خوشم نمیاد.»
من هم می‌گویم: «می‌خواهی مشکل حل بشه؟»

و دوباره بقیه مراحل یخ شکن سوم.

یا فرض کنید شما از سر کار به خانه می‌رسید و عمه به شما می‌گوید: «عمه جان، امروز تولد بودم. نمی‌دونم چقدر خوش گذشت. لباساشون خیلی خوشگل بود. بادکنکام خیلی خوشگل بودن.»
بعد شما می‌گویید: «عمه جان می‌شه دوتا از مشکلاتی که پوستت داره رو بهم بگی؟»

عمه پاسخ می‌دهد: «می‌دونم، من پوستم اگزاما می‌زنه. وقتی پوستمو می‌خارونم، خون میاد و لباسام خونی می‌شه. پوسته پوسته می‌شه و همه جا می‌ریزه. سگم آلرژی پیدا کرده. از این چین و چروک پوستم که نگو.»

شما می‌گویید: «عمه جان، می‌خواهی مشکلتو حل کنی؟»

اگر بگویید «بله» که دیگر کار تمام است، و بقیه مراحل هم مثل یخ شکن سوم خواهد بود.

به همین سادگی می توانید برای مردم مشکل خلق کنید. بعد ادامه یخ شکن سوم را اجرا می کنید. یادتان باشد ما با دانستن مشکل، سعی در حل آن داریم.

اگر از آن دسته بازاریابانی هستید که محصولات آرایشی و بهداشتی می فروشید، این یخ شکن خیلی به دردتان خواهد خورد. شما در استفاده از این تکنیک باید حواس تان را بسیار جمع کنید، زیرا اگر غیرحرفه ای رفتار کنید، وقت تان تلف خواهد شد. اجازه دهید مثالی برای تان بیاورم. فرض کنید در یک مهمانی از دوست تان می پرسید:

«ماری می شه دوتا از ایراده کرم هایی که استفاده می کنی رو به من بگی؟»

اینجا ماری ممکن است دو ساعت درباره کرم هایی که قبلاً استفاده کرده بود، صحبت کند و کلی از وقت شما را تلف کند. شما باید بلافاصله از او بپرسید: «می خوای مشکلت حل بشه؟»

تنها نکته مثبتی که این گزینه دارد، این است که می توانید با ماری رابطه بیشتری برقرار کنید. شاید تا به حال کسی از ماری نخواستہ بود که از دردهایش حرف بزند و شما اولین کسی بودید که چراغ آن را روشن کردید و این باعث خواهد شد شما رابطه تان با ماری صمیمی تر شود. برای همین علت این یخ شکن می تواند

فروش شما را بسیار بالا ببرد.

چند مثال دیگر از این یخ شکن:

«می شه دوتا از مشکلاتی که شیفتای شبت برات ایجاد کرده رو به من بگی؟»

«می شه دوتا از مشکلاتی که رفت و آمدهات به محل کارت برات ایجاد کرده رو به من بگی؟»

«می شه دوتا از مشکلاتی که به دلیل کار در هتل برات ایجاد شده رو به من بگی؟»

«می شه دوتا از مشکلاتی که رژیم گرفتن برات ایجاد کرده رو به من بگی؟»

«می شه دوتا از مشکلاتی که ... به من بگی؟»

فکر می کنم توانستم مطلب را به خوبی به شما منتقل کنم. شما تنها با القای حس منفی به طرف تان، از مشکلات واقعی او آگاه می شوید و می توانید به او کمک کنید تا مشکلاتش را حل کند. پس نگران اینکه پراسپکت های تان بیش از اندازه مثبت هستند، نباشید.

فرمول شماره ۵

در اکثر کشورها، در هنگام برخورد با شخصی، قوانین غیر رسمی وجود دارد. افراد باید سؤال های زیر را با ترتیب صحیحی بپرسند.

سؤال اول: «اسم شما چیه؟»

سؤال دوم: «کجا زندگی می کنی؟»

سؤال سوم: «شغل شما چیه؟»

حالا فرض کنید شما در مهمانی نشسته اید و یک نفر برای برقراری ارتباط از شما می پرسد: «شغل تون چیه؟»

به نظرتان آیا پاسخ شما می تواند او را به یک مشتری احتمالی تبدیل کند؟
یا آیا پاسخ تان می تواند او را فراری دهد؟

یقیناً. پس ما باید باز هم کلمات متفاوتی انتخاب کنیم تا پراسپکت ما، خود بخواهد تا او را پرزنت کنیم.

فکر می کنید زمانی که من این تجارت را استارت زدم، چه مهارت هایی داشتم؟ هیچی! یک مشت افراد درس خوان از جمله: دانشجوی مهندسی، حسابداری، آدم های خجالتی و این قبیل افراد، دور من جمع بودند. ما حتی نمی دانستیم که مهارت برقراری ارتباطات در اجتماع

یعنی چه؟ وقتی کسی از من این سؤال را می پرسید که «شغل شما چیه؟» جواب هایی که من به او می دادم باعث ایجاد اسپهال در او می شد. دوست دارید چندتا از آنها را برای تان بازگو کنم؟ «من به دنبال انسان هایی هستم از جنس کارآفرین که بتونن علاوه بر اینکه خودشون به آزادی مالی و زمانی برسن، دیگران را نیز به این آزادی برسونن تا همه بتونن سود کنن.»

ااااا، حالم بهم خورد!

«من توی یه شرکت معرکه، با یه مدیرعامل معرکه، توی یه شهر معرکه، کار می کنم. مدیر عامل ما می تونه روی آب راه بره. البته اگه آب یخ زده باشه. محصولات ما همگی تو نظام ثبت اختراعات، ثبت شدن. مواد اولیه برای تهیه این محصولات از اعماق ۵۰۰ متری اقیانوس آرام استخراج می شن.»

فکر کنم خودتان متوجه شدید که این یکی چقدر بیشتر حال بهم زن بود. «من مدیر توزیع یک شرکت اسرار آمیز هستم که...»

وقتی مردم از ما درباره شغل مان می پرسند، مطمئناً این جواب هایی نیستند که آنها به دنبال شان هستن. مردم همواره دنبال پاسخ های ساده ای مثل: نجار، پیتزا فروش، معاون، کشاورز، مجری سیرک و... هستند.

وقتی ما پاسخ های طولانی می دهیم، آنها تنها با گفتن جمله ی «آها، بله.» می خواهند که ما دیگر ادامه ندهیم، اما ادب حکم می کند که این را مستقیماً به شما نگویند.

بعد از اینکه فجایع زیادی در این زمینه به بار آوردم، از خودم یک سؤال پرسیدم: «مردم دوست دارن من چطوری کارم رو براشون توضیح بدم؟ یعنی اونا دوست ندارن من تمامی مراحل پرزنت رو براشون بگم؟» به این سؤال فکر کنید.

وقتی پراسپکت احتمالی از شما می پرسد که شغل تان چیست، نیازی نیست که از ماشین تان کاتالوگ، بروشور، دی وی دی، وایت برد و از این قبیل خرت و پرت ها را به او نشان بدهید. به نظر خودتان، مشتری تان شک نخواهد کرد؟

پراسپکت شما، تنها می خواهد بداند که کار شما چیست، یعنی شما کلاً چه کار می کنید؟ حالا شما چگونه می خواهید که تجارت عظیمی به نام "بازاریابی شبکه ای" را برایش در یک جمله توضیح دهید؟ آیا می خواهید بگویید:

«ببینید، یک جنس به این صورت از کارخونه به دست ما می رسه که...»
یا می خواهید بگویید:

«شما جنس ها را عمده می خرید و خرده می فروشید. شما...»

یا می گوید:

«وقتی بتونی سازمانی از فروشندگان تشکیل بدی، شرکت بهت اینطوری پورسانت می ده که...»

خوب، پس بهتر است که اول بدانیم باید از کجا شروع کنیم و در کجا خاتمه دهیم.

بهتر است راه درست را به شما نشان دهم. با این نوع صحبت ها هیچ کسی به کار ما علاقمند نخواهد شد. قبل از آن اجازه دهید دو مثال از کلمات مزخرف برای تان بگویم.

وقتی کارم را تازه شروع کرده بودم، همه یخ شکن هایی که استفاده می کردم، فاجعه و مزخرف بودند.

از دو فرمول زیر به هیچ عنوان استفاده نکنید:

فرمول اول: مردم از من می پرسیدند: «شغلت چیه؟» چون که نمی دانستم چه چیزی باید بگویم، چیزی نمی گفتم. این نوع برخورد هیچ سودی برایم نداشت، زیرا مردم گمان می کردند که من آدم احمقی هستم. آنقدر احمق که نمی دانم شغلم چیست.

فرمول دوم: فهمیده بودم که باید یک چیزی بگویم. وقتی افراد زیادی از من این سؤال را می پرسیدند، برای اینکه هول نشوم،

سریع موضوع بحث را عوض می کردم. مثلاً می گفتم:

«خب می دونی، شغل من... راستی اون چیه؟»

این گونه من خطرات احتمالی را دفع می کردم و با شرمندگی از آنجا دور می شدم. این نیز برایم سودی به همراه نداشت.

سرانجام، من به این راز که «مردم نسبت به هر عملی، عکس

العملی دارند» پی بردم. مثال آن مرد غریبه که یکبار من به او در

خیابان ۱۰۰ دلار دادم و یکبار با مشت او را زدم را یادتان است؟

اصل این راز این است:

مردم نسبت به عمل شما عکس العمل نشان می دهند و شما می
توانید این عمل را کنترل کنید.

شما خیلی ساده می توانید با تغییر دادن رفتارها و اعمال خود، واکنش
های متفاوتی از مردم تحویل بگیرید.

راه حل بهتر

وقتی مردم از شما درباره شغل تان می پرسند، پاسخ شما دو حالت
برای شان ایجاد خواهد کرد:

۱. آنها را به یک پراسپکت واقعی تبدیل خواهد کرد که به دنبال

دلیلی برای وارد به شدن به این تجارت خواهند بود، و از شما می

خواهند که اطلاعات بیشتری در این زمینه به آنها ارائه دهید.
۲. آنها را فراری خواهد داد و باعث خواهد شد که آنها سریعاً موضوع بحث را عوض کنند و به شما بگویند: «خوب رفیق، دیگه چه خبر؟» و بعد با یک بهانه از شما خداحافظی خواهند کرد.

انسان ها قطعاً به هر عملی عکس‌العملی نشان خواهند داد. دوست دارید مردم در برخورد به صحبت های شما، چه عکس‌العملی را نشان دهند؟ حاضریم به شما قول دهیم که شما می‌خواهید مردم این واکنش را نشان دهند و بگویند: «جداً؟! چه جور کاری هست؟!»

شما با این نوع پاسخ‌ها می‌توانید پراسپکت‌های خوبی را به دست بیاورید. آنها به شما اصرار خواهند کرد که اطلاعات بیشتری ارائه دهید.

حالا که توانستید به راز واکنش‌ها پی ببرید، باید دنبال کلماتی باشید که این واکنش را در پراسپکت احتمالی‌تان برانگیزند. من خودم دوست دارم پراسپکت‌ها این پاسخ را به من بدهند:

«جداً؟! چه جور کاری هست؟!»

اگر بتوانید پراسپکت را به سمت این سؤال بکشانید، دیگر کار تمام است. پراسپکت احتمالی از حرف‌های شما به هیجان خواهد آمد و اصرار خواهد کرد که کار را به او معرفی کنید.

در جواب سؤال پراسپکت احتمالی که می پرسد: «شغل تون چیه؟»
از فرمول زیر استفاده می کنم:

من به مردم نشون می دم که چطوری..... + راه حل = یخ شکن قوی
از این به بعد دیگر کار راحت خواهد بود و شما خود بر اساس
مشکل پراسپکت تان، از این عبارت استفاده خواهید کرد.
آماده اید؟

• من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن رئیس یا
مدیرشونو اخراج کنن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن شغل دوم
دست و پا کنن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن یه کسب
و کار خونگی راه بندازن و دیگه مجبور نباشن تو ترافیک وقت
تلف کنن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری خودشون زمان کارشونو
تعیین کنن.

می بینید که چگونه مشکل پراسپکت را حل کردیم؟ پراسپکت احتمالی
تمایلی به داشتن رئیس ندارد، می خواهد شغل دوم داشته باشد تا
کمک خرجش باشد، وقت خود را در ترافیک تلف نکند، خودش زمان

کاریش را تعیین کند.

اگر شما بتوانید مشکلات پراسپکت احتمالی تان را برطرف کنید، آنها مجذوب شما خواهند شد و این پاسخ را خواهند داد:

«جداً؟! چه جور کاری هست؟!»

حتماً خیلی راحت است. درست می گویم؟ تنها کافیست بعد از جمله ی

«من به مردم نشون می دم که چطوری...»، شما راه حل را به او بدهید.

باز هم مثال می خواهید؟

در مورد فرصت بازاریابی شبکه ای

• من به مردم نشون می دم که چطوری می شه ده سال زودتر از موعد بازنشسته شد. اونم با حقوق کامل.

• من به مردم نشون می دم که چطوری با سه هفته کار کردن حقوق ۴ هفته رو بگیرن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری کسب و کار خودشونو بدون پرداخت مالیات راه بندازن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن با انجام یه کار نیمه وقت، از شغل اصلی شون بیشتر درآمدزایی کنن.

• من به مردم نشون می دم که چطوری می شه کار مورد علاقه

- شونو به دست بیارن و کار قبلی شونو ول کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه شش ماه به تعطیلات برن. اونم سالی سه بار! (این عبارت، حداقل شاخک های مشتری را حساس می کند).
 - من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن هر وقت که از خواب سیر شدن، بیدار شن.
 - من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن بیشتر از رئیس شرکت شون پول دربیارن.
 - من به مردم نشون می دم که چطوری چطوری می تونن بدون اینکه با دانش آموزان سرو کله بزنند پول دربیارن.
 - من به مردم نشون می دم که چطوری هم از زندگی شون لذت ببرن و هم پول دربیارن.
 - من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن پول اضافی برای هزینه های منزل شون دربیارن تا همسرشون نگران آخر ماه نباشه.
 - من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن به جای اینکه برن دانشگاه، دانشگاه بخرن. (این جمله برای اینکه در ذهن تان راحت تر به یاد بماند، گفته شده است).

برای محصولات تغذیه ای

- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه انرژی شونو زیاد کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه هر شب مثل بچه ها راحت بخوابند.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه به آرتروز لبخند زد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه مادر بزرگا نوه هاشونو از همه باهوش تر کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه آلرژی رو تبدیل به خاطره کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه انرژی بیشتری داشت.

برای محصولات پوستی

- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه مادرها رو از دخترها جوون تر نشون داد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن چروک زیر چشماشونو به صورت طبیعی برطرف کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه توی ۲۱ روز،

چین های حاصل از بارداری رو حذف کرد.

- من به مردم نشون می دم که چطوری پوست صورت شونو نرم و جوون نگه دارن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه بدون آرایش، پوستی تازه و صاف داشت.

برای محصولات رژیمی

- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه لباساشون آب نره.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه یکبار برای همیشه وزن شونو کم کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه تنها با یه شکلات خاص، وزن شونو کم کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه محصول خاص، تناسب اندام پیدا کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه بدون رژیم، وزن کم کرد.

برای تورهای مسافرتی

- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با قیمتی پایین تر از آژانس های مسافرتی به مسافرت رفت.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه تنها تفریح آخر هفته دیگه رفتن به خونه مادرزن نباشه.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه به جاهایی که همه آرزشونه برن، مسافرت کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از آژانس های مسافرتی تخفیف گرفت.

برای محصولات شوینده های طبیعی

- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از شر شوینده های شیمیایی خلاص شد و شوینده های طبیعی رو جایگزین شون کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از شوینده هایی استفاده کنن که آسیبی به بچه هاشون نداشته باشه.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با مواد شوینده طبیعی تجدیدپذیر، به محیط زیست کمک کرد.

برای خدمات مالی

- من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن برای بازنشستگی شون پس انداز کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه در یک مدت کوتاه هم قرض هاشونو بدن، هم پس انداز کنن.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از هزینه های منزل، پس انداز کرد.
- من به مردم نشون می دم که چطوری می شه مالیات کمتری پرداخت کرد.

می بینید چقدر راحت می توان پراسپکت احتمالی را مجاب به گفتن جمله ی «جداً؟! چه جور کاری هست؟» کرد.

خوب، در اینجا هم مثل یخ شکن های قبلی، همه پراسپکت ها این پاسخ را نخواهند داد. آنها خواهند گفت:

«جدی. دیگه چه خبر؟ آب و هوا چقدر خوبه؟»

این راحت ترین روش برای این است که آنها خودشان را از ادامه صحبت های شما خلاص کنند. این جواب هم هیچ آسیبی به شما نخواهد زد، زیرا هیچ کس به شما "نه" نگفته است.

اما...اما...اما...

الان شما به خودتان می گویند: «این فرمول خیلی عالی، ولی هر ماه فقط یه نفر از من می پرسه که شغل چیه. اگه قرار باشه هر ماه یه نفر این سؤالو بکنه و من بهش تکنیک بزنم، نمی تونم که به آزادی مالی برسم.»

من شما را درک می کنم. حال تصور کنید که هزار نفر جلو درب منزل شما صف کشیده باشند و هر کسی کارت شناسایی را در دست گرفته و از شما می پرسد: «شغل شما چیه؟»

اگر شما تصمیم داشته باشید که پاسخ آنها را با یخ شکن شماره ۵ بدهید، آنگاه چه اتفاقی خواهد افتاد؟ قطعاً شما خواهید توانست سازمان بزرگی از پراسپکت های احتمالی را جذب خودتان کنید. به همین راحتی.

شاید شما انسان سخت گیری هستید. شما می گویند:

«خوب، از کجا معلومه که این هزار نفر علاقه ای از خودشون نسبت به پیشنهاد من نشون بدن؟»

من از شما می خواهم کمی کوتاه بیایید.

فرض کنیم که شما ۶۷۱ نفر را با گفتن این عبارت که «من از قیافه شما خوشم نیومد!» رد کنید. خیال تان راحت شد. کسی شما را مجبور

به قانع کردن همه این افراد نکرده است. شما تنها پراسپکت‌هایی را قبول کنید که به سؤال شما (شغل شما چیه؟) پاسخ مثبت دهند. این اتفاقاتی که برای تان گفتم، یقیناً در خیال اتفاق می‌افتد. هیچ‌گاه هزار نفر در جلوی منزل شما، صف نخواهند کشید، اما اگر واقعاً هر روز فقط سه نفر به شما مراجعه کنند و بپرسند که «شغل شما چیه؟» در سال بیشتر از ۱۰۰۰ نفر پراسپکت خواهید داشت. واووووو!

حال شما چگونه می‌توانید کاری کنید که هر روز سه یا چهار نفر از شما بپرسند که شغل تان چیست؟

تنها کاری که باید انجام دهید، این است که شما پیش قدم شوید و از سه یا چهار نفر در روز همین سؤال را بپرسید.

درست است که این افراد، حدود ۱۰ دقیقه درباره‌ی شغل غیر نتورکی خود حرف خواهند زد و شما را خسته خواهند کرد، اما بلافاصله پس از اینکه حرف‌های شان تمام شد، آنها نیز از شما درباره‌ی شغل تان خواهند پرسید. آنها خواهند گفت: «راستی شغل شما چیه؟»

حال دیگر شما می‌دانید که چه جوابی خواهید داد تا آنها را به پراسپکت‌های خوبی تبدیل کنید.

با این تکنیک ساده، می‌توانید تعداد پراسپکت‌های مورد نیازتان را برای ساختن یک مجموعه عظیم، جذب کنید.

نتورک‌های خیلی خیلی خجالتی هم از عهده این کار برمی آیند

فرض کنیم، من یکی از زیرمجموعه های بسیار خجالتی شما هستم. من می خواهم که موفقیت به دست بیاورم و برای این کار، باید با غریبه ها ارتباط برقرار کنم، اما از این کار می ترسم. به نظرتان امیدی هست؟ نیست؟ شما به عنوان بالاسری من، می توانید تنها با تکنیک هایی که در گفتگوی زیر آمده است، به من در رسیدن به یک لیدر سطح بالا کمک کنید.

من: من خیلی خجالتی هستم، ولی قصد دارم موفق بشم. من نمی توانم با مردم ارتباط برقرار کنم. می شه به من کمک کنید؟ شما: بین ال بزرگ، اولین درخواستی که من از تو دارم اینه که درباره ی نتورک مارکتینگ چیزی به کسی نگی. این یه کار فوق سربه. از عهدش برمیای؟ من: بله، حتماً این کار رو می کنم.

شما: از تو می خوام که درباره محصولات به هیچ کسی چیزی

نگی. اینم می تونی انجام بدی؟

من: آره، صد درصد. تا اینجا که خیلی آسونه. نه درباره نتورک و نه

درباره محصولات حرفی نزنم. پس چی باید بگم؟

شما: تنها کاری که باید بکنی اینه که به من در برقراری صلح

جهانی کمک کنی. همین. تا حالا این جمله به گوشت خورده؟

«جهانی فکر کن، محلی عمل کن.»

من: بله. شنیدم، ولی برقراری صلح جهانی، کار خیلی بزرگ و عظیمیه.

من خیلی دوست دارم که کمک کنم، حتی اگه در حد محلی باشه.

باید چیکار کنم؟

شما: تنها راه برای برقراری صلح جهانی اینه که هر روز به سه یا

چهار نفر کمک کنی تا احساسات خوبی نسبت به خودشون داشته

باشن. این کار از عهده ات برمیاد؟

من: خیلی خوشحال می شم این کار رو بکنم، اما چطور باید این کارو بکنم؟

شما: خیلی ساده ست. کاری کن که مردم درباره خودشون حرف

بزنن. مردم عاشق حرف زدن درباره خودشون هستنند.

من: خیلی معرک است، ولی برای اینکه مردم درباره خودشون حرف

بزنن باید چیکار کنم؟

شما: خیلی ساده ست. کافیه فقط یه سؤال از اونا بکنی.

من: خب. چه سؤالی؟

شما: می تونی از اونا درباره شغل شون پرسی و بگی: «شغل شما چیه؟» این سؤال پاسخ دادنش کار راحتیه و اونا شروع می کنن به جواب دادن و صحبت کردن از خودشون.

من: اوکی، فهمیدم. من فقط باید هر روز از سه یا چهار نفر بخوام که درباره شغل شون با من حرف بزنن. اونا هم شروع به صحبت کردن درباره خودشون می کنن و من در برقراری صلح جهانی موفق خواهم شد.

شما: عالیه. فقط گاهی ممکنه اونا هم از تو درباره شغل پرسی. اگه شما جواب سؤال شونو ندی، خیلی بهشون بی احترامی کردی. پس باید جواب شونو بدی. پس به جای این بی ادبی، این جمله رو بهشون بگو: «من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن رئیس شونو اخراج کنن.» همین.

من: خدا کنه از من نپرسن، اما یادم می مونه که اگه از من پرسیدن: «شغل چیه؟» بگم: «من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن رئیس شونو اخراج کنن.»

شما: راستی می دونی وقتی که این جوابو میدی، احتمال داره اونا هم ازت پرسی: «جداً؟ چطوری؟» اصلاً وحشت نکن. فقط بهشون

بگو که اینو دوستم کامل تر و دقیق تر می دونه. بعد به من زنگ بزن و یه جلسه پرزنت ست کن.

من: عالیه. خیلی ممنون. هر کی این سؤالو پرسید، باید حواله اش بدم به شما. شاید بعدها خودم تونستم جواب بدم بهش.

مشاهده کردید که چقدر ساده می توان افراد خجالتی را مجاب به تشکیل سازمان کرد. کافیت هر روز به سه یا چهار نفر بگویید: «شغل شما چیه؟»

با این سؤال تقریباً هر کسی می تواند هر تعداد که پراسپکت احتمالی نیاز داشته باشد، جذب کند و سازمان بزرگی را تشکیل دهد. آدم های خجالتی خیلی خوب هستند. آنها تنبل نیستند، تنها از اینکه سازمانی برای خود بسازند خجالت می کشند.

فرمول شماره ۶

راه دیگری نیز برای پاسخ دادن به سؤال «شغل شما چیه؟» وجود دارد. این روش نسبت به روش قبلی، کمی دشوار است، اما برخی از بازاریابان این سؤال را ترجیح می دهند. چرا؟

چون پراسپکت های احتمالی تنبل تشریف دارند. آنها به خود زحمت فکر کردن نمی دهند و این فرمول به جای آنها فکر می کند. وقتی شما از پراسپکت تان سؤال می کنید که شغلش چیست، این سؤال او را به فکر فرو می برد و با خودش می گوید:

«آیا این سؤال راه حلی برای مشکلات منه؟»

بنابراین؛ امکان دارد که پراسپکت تان به زحمت بیافتد و کمی بخواهد فکر کند. برای اینکه جلوی این کار را بگیریم، بیایید با فرمول شماره ششم آشنا شویم:

خودت می دونی که... + مشکل (قسمت اول)

کار منه اینه که... + راه حل (قسمت دوم)

عبارت «خودت می دونی که..» بسیار بر روی پراسپکت ها تأثیر مثبت دارد. این کار به آنها می گوید که حرف شما درست است،

چون خودش می داند که...

این خود موفقیت بزرگی است، زیرا دیگر پراسپکت شما نخواهد

گفت: «این مشکل شما برای خیلیا مشکل نیست.»

فرض کنیم که یک نفر از شما بپرسد: «شغل شما چیه؟»

شما می توانید پاسخ زیر را ارائه دهید:

«خودت می دونی که هر ماه هفت یا هشت قبض میاد در خونه

های مردم. کار من اینه که به مردم نشون می دم چطوری می شه

این قبض ها رو پرداخت کرد.»

پراسپکت احتمالی در چه فکری است؟ شاید الان به خودش می

گوید: «راست میگه. حالا پول آب و برق و گاز و فیش تلفن و چهار

پنج تا قسطو پول بیمه و.. اگه بشه یه راهی برای پرداخت اینا کرد

عالی می شه. بهتره ازش بپرسم که دقیقاً چه جور کاریه؟»

و بازهم پراسپکت احتمالی، خود تقاضای معرفی کار را خواهد کرد.

حال این فرمول را در گزینه های مختلفی مورد بررسی قرار می دهیم:

در فرصت بازاریابی شبکه ای

• خودت می دونی که مردم همیشه از اینکه بالاسرشون کسی

باشه بدشون میاد. من به مردم نشون می دم که چطوری می

شه رئیس خودشون باشن.

• خودت می دونی که اکثر شغل ها درآمد کافی ندارن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه یه منبع درآمدی دوم ایجاد کرد.

• خودت می دونی که این روزا بیشتر از هر چیزی ترافیک و مسیر رفتن به محل کار، مردم رو اذیت می کنه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه تو خونه کار کرد.

• خودت می دونی که همه چی گرون شده. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه یه منبع درآمد اضافی به دست آورد.

• خودت می دونی که این روزا زن و شوهرها با اینکه دوتایی کار می کنن، باز کم میارن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه یه شغل پاره وقت ایجاد کرد.

• خودت می دونی که این روزا مردم خیلی از اوضاع شون ناله می کنن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه اوضاع شونو خوب کنن.

• خودت می دونی که سر برج که می شه همه مردم کم میارن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه یه شغل نیمه وقت برا خودشون دست و پا کنن تا بتونن پس

انداز داشته باشن.

در مورد محصولات تغذیه ای

- خودت می دونی که با بالا رفتن سن، درد هم زیاد می شه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه بدن شونو جوون تر کنن و قوی تر بشن.
- خودت می دونی که وقتی نوه ها راه بیفتن، چیزی تو خونه سالم نمی مونه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه مادر بزرگ ها از نوه هاشون سریع تر بشن.
- خودت می دونی که مردم همیشه از سلامتی بچه ها تو مدرسه نگرانی دارن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه آب میوه ساده سر صبح، بدن بچه ها مقاوم تر بشه.
- خودت می دونی که امروزه دیابت شایع شده و باید مدام قند خونو کنترل کرد. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با روش های طبیعی، و بدون قرص و آمپول قندشونو در حد طبیعی نگه دارن.
- خودت می دونی که کار مردم رو خسته و بی انرژی کرده. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه تا سه ساعت بعد

از رسیدن به خونه، هنوز انرژی داشته باشن.

- خودت می دونی که وقتی مردم می رسن خونه، سریع رو مبل لم میدن، تلویزیونو روشن می کنن و منتظر می مونن تا یکی براشون غذا بیاره. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه مکمل ساده، از صبح تا شب انرژی داشته باشن.

برای محصولات پوستی

- خودت می دونی که زن ها بیشتر از هر چیزی به چروک صورت حساس اند. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه صورت شون ده سال جوون تر بشه.
- خودت می دونی که پوست بچه ها وقتی اگزما می زنه، خیلی چرب می شه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه محصول طبیعی صورتو صاف کرد.
- خودت می دونی که زن ها چقدر از چین و چروک صورت بدشون میاد. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه محلول جادویی، توی سه روز پوست شون انعطاف پذیرتر بشه.
- خودت می دونی که ما همه آزمون داشتن صورتی جوون تره. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه هر روز پوست

شون جوون تر بشه و بعد یه مدت، پلیس تو خیابون اونا رو به علت نداشتن سن بالای ۱۸ سال جریمه کنه.

برای محصولات رژیمی

- خودت می دونی که امروزه مردم برای ورزش کردن وقت ندارن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه برنامه غذایی، تناسب اندام داشته باشن.
- خودت می دونی که وزن کم کردن چقدر سخته. حتی شیرینی هم نمی خوریم، باز چاق می شیم. من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن شیرینی رو با جعبه بخورن، ولی وزن شون بالا نره.
- خودت می دونی که این روزا به علت مشغله کاری، غذای سالم خوردن چقدر سخت شده. من به مردم نشون می دم که چطوری می تونن چربی های بدن شونو آب کنن.
- خودت می دونی که وزن کم کردن چقدر سخته. با وجود مشکلاتی از قبیل تیروئید پرکار، خیلی سخته آدم هیکل رو فرمی داشته باشه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه متابولیسم بدن شونو تنظیم کنن تا وزن شون کم بشه.

- خودت می دونی که آدمای عاشق پیتزا و دسر هستن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از جمع شدن چربی و قند تو بدن جلوگیری کرد.
- خودت می دونی که ورزش سخته. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه بدون تمرینات سخت و طاقت فرسا، وزن کم کرد.
- خودت می دونی که خیلیا با رژیم غذایی می خوان وزن شونو پایین بیارن. ورزش می کنن، سالاد بدون سس می خورن، هویج می خورن، اما به محض اینکه دیگه این کارو نکنن، بدن شون برمی گرده به فرم سابق. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه نوشیدنی پروتئینی ساده، وزن کم کرد.
- خودت می دونی که خیلیا به ورزش کردن حساسیت دارن. چون اگه کسی با این وزن ورزش کنه، بیشتر آسیب می بینه. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه به وزن ایده آل برسن و به ریش مربی ورزشی شون بخندن.

برای تورهای مسافرتی

- خودت می دونی که این روزا به علت مشغله کاری، مسافرت رفتن چقدر سخت شده. من به مردم نشون می دم که چطوری

می شه با این مشغله کاری که دارن، یه مسافرت کوچولو برن
و بیان.

• خودت می دونی که مردم همیشه دوست دارن با خانواده هاشون
مسافرت برن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه
به مسافرت های رؤیایی شون برن.

• خودت می دونی که این روزا مسافرت رفتن هزینه بره. من به
مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه هزینه پایین
مسافرت برن.

• خودت می دونی که همیشه مسافرت ها این طوره که جاه
هایی می ریم که یا بتونیم اونجا چادر بزنیم یا فک و فامیل
داشته باشیم. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه
با هزینه پایین، یه هتل خوب گرفت.

• خودت می دونی که آژانس های مسافرتی تخفیف نمی دن. اما
برای تخفیف گرفتن باید راهشو بلد باشیم. من به مردم نشون
می دم که چطوری می شه از این آژانس ها تخفیف گرفت.

برای شوینده های طبیعی

• خودت می دونی که همه دوست دارن به محیط زیست کمک

کنن، اما واقعاً با این شوینده ها خیلی سخته. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با تغییر شوینده هاشون، به محیط زیست کمک کنن.

- خودت می دونی که ما دوست نداریم بچه هامون در تماس با مواد شیمیایی باشن تا سالم بمونن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه از شوینده های طبیعی استفاده کنن.
- خودت می دونی که ما خیلی دوست داریم از شوینده های طبیعی استفاده کنیم، اما مشکلی که این نوع شوینده ها دارن، اینه که خیلی تمیز نمی کنن. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با یه پودر طبیعی، لباساشونو بدون آسیب های زیان آور شیمیایی تمیز کنن.

برای خدمات مالی

- خودت می دونی که با هزینه هایی که این روزها وجود داره، نمی شه پس انداز کرد. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه با ندادن مالیات، پس انداز کرد.
- خودت می دونی که باید هر شخصی خودشو بیمه کنه. اما این بیمه ها خیلی هزینه دارن. چاره ای هم نیست باید بیمه شد.

من به مردم نشون می دم که چطوری می شه این هزینه
ثبت نام بیمه را پایین آورد.

- خودت می دونی که پرداختن بدهی ها چقدر سخته. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه قرضاشونو پرداخت کنن، و تازه پس انداز هم داشته باشن و از زندگی لذت ببرن.
- خودت می دونی که همه یه روزی می میریم. من به مردم نشون می دم که چطوری می شه تا قبل از مرگ بتونن، پول زیادی در بیارن و از زندگی لذت ببرن. (انگار باز زیاده روی کردم.)

خوب می دانید، اغراق همواره باعث می شود این مثال ها در ذهن تان جای بگیرند. این هم یک تکنیک دیگر برای جواب دادن به سؤال «شغل شما چیه؟» بود.

و در پایان...

حالا دیگر به راحتی می توانید کاری کنید که پراسپکت ها خود از شما تقاضای پرزنت و معرفی کار را بکنند. درست است؟
بله!

با این شش فرمول یخ شکنی که یاد گرفتید، دیگر می توانید با خیال راحت در مهمانی ها شرکت کنید. در مهمانی ها، پراسپکت ها هیچ شانس دیگری جز پرزنت شدن نخواهند داشت. در یک مهمانی ۲۰ نفره، ما به راحتی می توانیم ۸ تا ۱۰ نفر از آنها را آماده پرزنت کنیم. ما برای این کار، باید از یخ شکن های زیر استفاده کنیم:

۱. من جدیداً به راهی پیدا کردم که...

۲. اگه مسأله ای نداره...

۳. دنبال آدم های منفی باف باشید.

۴. دنبال آدم های مثبت باشید و به آنها منفی القا کنید.

۵. من به مردم نشون می دم که...

۶. خودت می دونی که...

حالا دیگر رفتن به جمع فک و فامیل خود، دیگر ترسناک نخواهد

بود. چرا؟

چون شما می توانید از کلمات مناسب تری استفاده کنید. برای همین ما به بازاریابان جدید که به سازمان ما ملحق می شوند، این کلمات را آموزش می دهیم. آنها هنوز طرز برخورد درست و استفاده از کلمات مناسب را یاد نگرفته اند، زیرا تازه کار هستند. پس با آموزش دادن یخ شکن ها به آنها، از رفتارهای شتاب زده و نامناسب جلوگیری خواهید کرد.

شاید سؤال تان این باشد که «این یخ شکن ها به چه دردمان خواهد خورد؟»

خب مسلم است. اگر شما بتوانید فرمول را بلد باشید، در مواقعی که در آن موقعیت مناسب قرار گرفتید، می توانید سنجیده تر عمل کنید. اجازه دهید مثالی بزنم:

فرض کنید که شما تنها یکی از این یخ شکن ها را بلد هستید و تنها می توانید بگویید: «شغل شما چیه؟» و پاسخی مناسب نیز برای آن در نظر دارید، اما شما بسیاری از فرصت های دیگر را از دست خواهید داد.

شما یک روز بعد از جلسه، بسیار گشنه هستید. دم در ساندویچی ایستاده اید و منتظر هستید تا همبرگر و سیب زمینی سرخ کرده تان آماده

شود. آیا شما به صاحب ساندویچی خواهید گفت: «شغل شما چیه؟»
اوووق. باز حالم بهم خورد!

بله، شما باید یخ شکن های زیادی را یاد بگیرید. اگر از همکار خود
پرسید که «شغل شما چیه؟» مطمئناً نگاه بدی به شما خواهد کرد.
صدها یخ شکن هست که ما می توانیم از آنها استفاده کنیم.
امیدوارم این کتاب به شما درکی از یخ شکن ها و مفهوم استفاده
آنها را داده باشد. حال که به استفاده از یخ شکن ها و راحتی شان پی
برده اید، خودتان یخ شکن های بیشتری را پیدا کنید.
تنها یک نکته دیگر:

یادتان باشد که همه یخ شکن ها و آموزش ها زمانی به دردتان می
خورد که از آنها استفاده کنید.

درباره نویسنده

تام شرایتر یکی از موفق ترین مربیان بازاریابی در جهان است. او این تجارت را در سال ۱۹۷۲ آغاز کرد و توانست در کمتر از دو سال، بالای صد هزار نفر سازمان فروش تشکیل دهد. در بازاریابی شبکه ای او را با کلمات جادویی اش می شناسند. او برجسته ترین مربی در زمینه جذب نیروی فروش است. او از معدود افرادی است که در بازاریابی شبکه ای سقف درآمدی یک میلیون دلار را برداشته است، همچنین او نویسنده شش عنوان کتاب در زمینه جذب نیروی فروش می باشد و کتاب او با عنوان "یخ شکن ها" بهترین کتاب در زمینه ی ارتباطات در بازاریابی شبکه ای می باشد.