

كيف يمكن تحقيق النجاح في التسويق الشبكي

يجب أن تحدد ما الذي تريد تحقيقه بدقة. فهناك تعريفات كثيرة للحرية المادية. اسأل ثلاثين شخصاً عن ماذا تعني لهم كلمة الكثير من المال وستحصل على ثلاثين إجابة مختلفة. قد لا يكون ما أنت بحاجة إليه مادياً. فأنت تقيس نجاحك بما تريده. فما هو ما تريده؟ هل لديك خطة ما لتمشي عليها؟ ما هي أول خمس أشياء ستقوم بشرائها في حال توفرت لديك الفرصة والمبلغ الكافي لتحقيق ذلك؟ قم بتسجيلها. كم شهر يلزمك ضمن دخلك الحالي لتحقيق الخمس أشياء التي كتبتها؟ مرة أخرى هل لديك خطة موضوعة لتحقيق ذلك؟ هل أنت مهتم للتعرف على طريقة تساعدك في تحقيق هذه الأحلام؟ هل ستسمح للشخص الذي منحك هذه الإمكانية لمشاركتك خطته. فهو لديه خطة. فأنت بحاجة لخطة لتقودك وتذلك على طريقك. فكيف يمكنك أن تصوب نحو هدف وأنت لا تعرف أين هو أو ما هو؟ إذا أنت بحاجة إلى هدف . ثلاثة بالمائة من سكان البلد قد التزموا بأهدافهم التي سجلوها. وهو يتحكمون بـ ٩٧ بالمائة من إجمالي الثروات. فهم سجلوا أهدافهم ولم يكتفوا بالتفكير بها أو الحلم بها . إذا أردت الحفاظ على نفس وضعك حتى السنة القادمة فلتستمر بما كنت تفعله في العام السابق . هل تريد أن يتغير الوضع؟ إذا من الأفضل أن تضع خطة للتغيير.

ابدأ عملك في التسويق الشبكي من خلال وضع قائمة بالناس الذي تعرفهم. الجميع ولا تستثني أحداً سواء أكانوا كبار السن أم الشباب أم الناس الذين تحبهم أو الذين لا تحبهم. والناس الذين تحترمهم وأنت معجب بهم . الناس الناجحون والفائزون هم من يحبون الناس الآخرين. وكل يوم قم بإضافة الأسماء لها. هذا

هو سوقك المقرب. سجل الأسماء فهذا أهم شيء. فهذا عمل تكراري. لا تريد سماع كلمة «أنا لا أعرف أحدًا» فهذا غير منطقي. فكل واحد يعرف على الأقل ١٠٠ شخص لكنه غير مدرك أنه يعرفهم.

صنف هؤلاء الأشخاص حسب مصداقيتهم وعقليتهم التجارية وطموحهم والتزامهم. ومن هذه القائمة ستحصل على مرشحيك ليكونوا أول شخصين لديك. ومن خلال تعليمهم القيام بالمثل سيحصلوا هم على أول شخصين. وبالتالي ستحافظ على الاستمرارية. فهم سيكونوا زبائنك وموزعيك المستقبليين.

إن كتابة قائمتك هو بمثابة البحث عن الذهب أو النفط. لا تسعى وراء أشخاص رغبةً في تغييرهم. ولا تطلب منهم أكثر مما يستطيعون عمله. عندها ستذهب جهودك سدى. لأنهم أصلاً لم يكونوا يريدون الاشتراك. إن وظيفتك هي عرض الفكرة والوقائع ومشاركتهم الفرصة بفرح وحماس والتوصية بالمنتجات التي تعرضها شركتك. أي أن تزرع البذور وتشاهدها تنمو وتعيد نفس النظام كل يوم. فأنت بمثابة حكواتي يدفع لك مقابل إخبار الحاكيات. وتعيد نفس القصة كل يوم. فالتكرار مهم جداً.

سيهتم بذلك الفائزون فوراً وسيرغبوا بمعرفة المزيد. وسيدؤون بطرح المزيد من الأسئلة. لا يجب أن تطرح الأجوبة قبل أن يسألوك هم. بهذه الطريقة سينمو عملك أسرع. تذكر هذا العمل لن يناسب الجميع. لكن رجاءً لا تستبق الأحكام. فمن الممكن أن تجد أشخاصاً ناجحين جداً. في اجتماعات الأشخاص المتميزين في الشركة لم تقم أنت بدعوتهم وقام بذلك شخص آخر لم يستبق الحكم عليهم. إن وظيفتك هي إخبار الجميع. ووظيفتهم هم تحديد ما إذا كانت تناسبهم أم لا. لا تحبط. فمن كل ١٠٠ شخص هنالك ٧٠ شخص يعجبهم ما لديك. وأنت تعرف من هم. هؤلاء الذين يشكون من حياتهم ولكنهم لا يفعلون شيئاً لتغييرها. فهم غير مستعدين للتغيير، ويمكنك أن تخمن كمية أرصدة حسابهم في

البنوك. هي فكرت يوماً لماذا ينجح البعض ولماذا يخفق الآخرون؟ لا يمكنك أن تعلم البطة أن تصطاد فأراً، لكن القطط يقومون بذلك بشكل طبيعي. أنت تريد القطط. تريد الأشخاص الذين يستطيعون.

« هناك نوعان من الناس في العالم، هنالك نوع يعرف بأنه يستطيع النجاح، ونوع آخر يعتقد أنه لا يستطيع. وكلاهما على حق» هنري فورد

يتيح هذا النوع من العمل التسويقي الفرصة للناس العاديين للحصول على دخل غير عادي. والمقدرة للناس العاديين بتحقيق نتائج غير عادية. فهم عملوا للتغيير التغيير الشخصي نحو حرية مادية وحياة أفضل.

في الغالب إن أصعب شيء هو كلمة «لا». الرفض. لكنك تبحث فقط عن ٣٠ شخص من كل مائة شخص. فكر فيما لو حصلت دائماً على كلمة «نعم» فلن تعرف قيمة كلمة نعم. برمج نفسك. قسم دخلك الشهري الذي تخطط للحصول عليه أو أنت تحصل عليه الآن من التسويق الشبكي وقسمه على عدد الأشخاص الذين تحادثهم في الشهر. لنفترض أنك ستحصل على ٣٠ دولار في المرة القادمة التي تواجه بها بالرفض اشكر الشخص الذي أهلك لكسب ٣٠ دولار. لاحظ كيف ستكون ردود فعل الناس. عندها لن يزعجك الرفض ثانية. بانخراطك في التسويق الشبكي فإنك تقوم بالالتزام نحو التغيير. اشتر الكتب والأشرطة التي من شأنها التحفيز. اذهب إلى متدنيات تنمية القدرات الذاتية. إن الناس يبخلون في صرف المبالغ على مثل هذه الأشياء لكنهم لا يبخلون على تجميل الشكل الخارجي لهم. تعلم أن تجني مبالغ أكثر من أي وقت مضى. تعلم أن تكون أفضل مما أنت عليه الآن. كيف ستقوم بذلك؟ كن بصحبة أنا قد حققوا النجاح. وما أن تتعلم ذلك قم بتعليمه لغيرك.

أهم شيء أن تحسن الإصغاء. فالناس لا تأبه بكم تعرف حتى يعرفوا كم أنت تهتم بذلك. تعرف على احتياجاتهم وساعدهم في الوصول إليها. إن درجة النجاح

التي ستصل لها في التسويق الشبكي ستعتمد على توجهك ومدى رغبتك في أن تكون قابلاً للتعليم ومدى قدرتك على الحفاظ على إخلاصك واستمراريتك.

« أنا أفضل أن أحصل على ١٪ من جهود ١٠٠ شخص على الحصول على ١٠٠٪ من جهودي » أندرو كارنيجي

فضيلتك الرئيسية هي الصبر

إن التسويق الشبكي هو عمل يبدأ معظم الناس به كدوام جزئي بينما يستمروا في عملهم بدوام كامل ويزيدوا دخلهم حتى يصل لقطعة تتيح لهم فرصة العمل ضمن التسويق الشبكي بدوام كامل. أو يبقوا كدوام جزئي ليحصلوا على دخل إضافي ويتصرفوا به كما يريدون. من الضروري أن توظف النقاط التالية لتحصل على نجاح طويل المدى:

• التسويق الشبكي هو برنامج للنمو طويل الأمد كالمزارع عندما يزرع البذور. يجب أن يحضر التربة والماء ويسمد البذور ويعتني بالمحصول.

• أصدقائي، إن هذا العمل يتطلب وقتاً! فهو ليس مفهوم «الثراء السريع». ولا تسمح لأحد بأن يخبرك عكس ذلك. لكن كل ما عليك القيام به هو توظيف طرق سهلة وبسيطة كل يوم. فالإخلاص والاستمرارية هما العاملان الرئيسان لنجاحك.

غالباً ما نرى أشخاصاً يستسلمون في البداية لأن قوة خلق المثل لا زالت تتفاعل وهم ليسوا على علم بالنتائج التي ستفجر في المستقبل القريب. إلا أن هؤلاء الأشخاص سيقون في وظائفهم لسنوات، وفي بعض الأحيان سيستلموا علاوات قليلة لن تتجاوز ٥٪.

النتيجة النهائية هي أن الناس تبقى في وظائف لا أمل منها لأنهم غير مستعدين للتغيير ولا يسعون نحو الحرية المادية!

الحلزون والتسويق الشبكي

تخيل أنك تقف في وسط الغابة في الشتاء تراقب حلزوناً يصعد على شجرة فاكهة. ثم يأتي أرنب وهو يقفز ويسأل الحلزون ماذا يفعل (لا بد أنك أيضاً تتساءل عن نفس السؤال). يجاوب الحلزون بأنه يحاول أن يحضر لنفسه بعض الفاكهة. عندها ينظر الأرنب للأعلى ليرى أن الشجرة لا يغطي أغصانها سوى الثلج. عندها ينظر الأرنب للأعلى ويخبر الحلزون بأنه لا يوجد أي فاكهة بالأعلى وينعته بالغبي. عندها يجيب الحلزون بأنه عندما ينتهي من الصعود ويصل إلى الأعلى سيكون هناك فاكهة.

