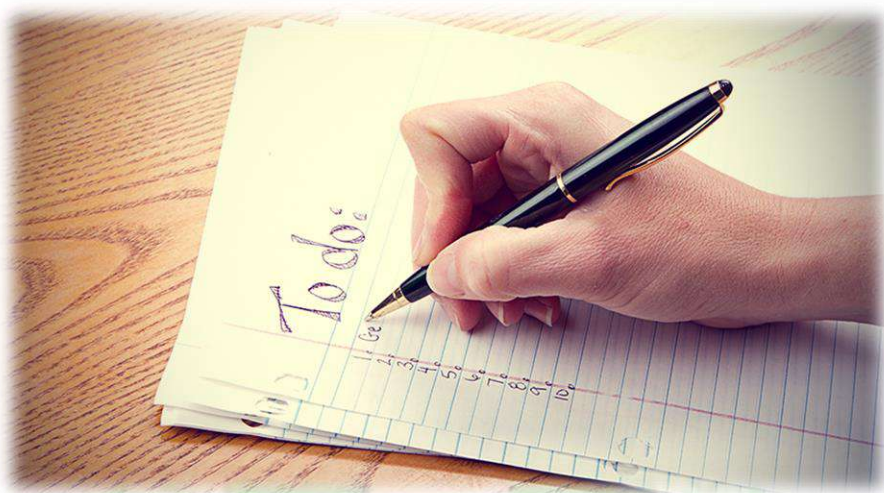


ستون هفتم: لیست نفرات



اصلی ترین و حیاتی ترین کار شما در این تجارت همین ستون لیست افراد است. بدون نوشتن افراد در این تجارت تقریباً شانس موفقیت شما صفر است. پس نخستین کاری که باید به سرعت و بدون تأخیر پس از شروع تجارت انجام دهید، تهیه فهرستی از اسامی افرادی است که می شناسید. اسامی چه کسانی؟ اسامی همه کسانی که نام آنها را به یاد دارید. نکته کلیدی در تهیه لیست اسامی این است، نوشتن نام تمام افرادی را که می شناسید، به جای اینکه مسلسل بردارید و شروع کنید به رگبار بستن، کافی است یک تیر و کمان بردارید و با دقت تیر ببندازید.

در تهیه فهرست از اشتباه های رایج و معروف زیر بگریزید؛ زیرا شما را در ابتدای کار از موفقیت دور میکند:

1- از تله قضاوت فرار کنید:

حتماً در نوشتن این فهرست بر پیش داوری هایی از این دست غلبه کنید: مدت هاست که ندیدمش! نمیخواهم با او در ارتباط باشم! با هم قهریم! تلفنش را ندارم! او قبلاً این کار را کرده، ولی موفق نشده است! امکان

ندارد به درد این کار بخورد! به شدت مخالف اینگونه کارهاست! پولدار است! وقت این کار را ندارد و... هرگز بعضی ها را به این دلیل که فکر می کنید آنها خیلی پولدار، گرفتار، فقیر، بی تجربه، پیر، جوان، موفق و یا ناموفقند، فراموش نکنید و از دست ندهید. در غیر اینصورت، اشتباه بزرگی را مرتکب شده اید. این فرصت را به همه افراد حاضر در دایره اعتباری خود بدهید که از طریق درست با این حرفه آشنا شوند و خود تصمیم گیری کنند.

دو سوال اخلاقی

سوال اول :

اگر زنی را بشناسید که باردار است و در حال حاضر هشت فرزند دارد که سه نفر از آنها کردند و دو نفر نابینا و یکی عقب مانده ذهنی. خود این خانم نیز به بیماری سفلیس دچار است. آیا به وی می گوئید که فرزندش را سقط کند؟ پیش از پاسخ به این سوال، سوال بعدی را هم بخوانید:

سوال دوم :

زمان انتخابات فرارسیده و وقت آن است که رییس جمهور کشورتان را انتخاب کنید. این اطلاعات درباره سه کاندید در دست است: کاندید اول: با سیاستمداران فاسد هم عقیده است؛ با ستاره شناسان و ساحران مشورت میکند؛ به زندگی زناشویی پایبند نیست و سر همسر خود کلاه میگذارد و مرتب سیگار میکشد .

کاندید دوم: تاکنون دو بار از پارلمان اخراج شده است، تا ظهر میخوابد و در دوران کالج به مورفین معتاد بوده است.

کاندید سوم: سرباز کهنه کار جنگ است؛ گیاه خوار است، سیگار نمیکشد و به همسر خود وفادار است.

اول تصمیم بگیرید و بعد جواب را چک کنید.....

کاندید اول: فرانکلین روزولت

کاندید دوم: وینستون چرچیل

کاندید سوم: آدولف هیتلر

و در آخر اینکه، اگر به سوال اول درباره سقط فرزند جواب بله داده اید، باید بگوییم که شما همین الان لودیک بتهوون را کشتید! پس در مورد هیچکس پیشداوری نکنیم. چرا؟ فلانی رو میشناسم. آخه به درد این کار نمیخوره؛ من میدونم! پاسخ بسیار ساده و البته دندان شکن است. چون شما خدا نیستید و حق قضاوت و پیشداوری درباره توانایی های هیچ انسانی را ندارید. به این فکر کنید که اگر درباره خود شما پیشداوری می شد، اکنون در حال خواندن این کتاب و فعالیت در این تجارت قدرتمند نبودید. با داشتن یک فهرست بزرگ و بدون پیشداوری است که می توانید در آینده، از زیرمجموعه های خود انتظار داشته باشید که درست مثل شما یک فهرست کامل و بدون پیشداوری تهیه کنند. با وجود تمام توصیه هایی که کردیم، شما در نوشتن فهرستان قضاوت می کنید و اسامی را تنها به آنهایی محدود میسازید که فکر می کنید می توانند در این تجارت همکاریتان باشند؛ من که قرار نیست مادر بزرگ هشتاد و هفت ساله ام را به انجام این کسب و کار تشویق کنم. پس چرا باید نام او را در این فهرست بنویسم! بله حق با شماست. شما قرار نیست با مادر بزرگ هشتاد و هفت ساله تان در این طرح همکاری کنید؛ ولی او می تواند یکی از بهترین مصرف کنندگان شما باشد. آنها نیز مانند شما مایحتاجی دارند؛ درست است؟

2- مسلسلها را زمین بگذارید:

شما هیجان زده اید و می خواهید به سرعت کارتان را آغاز کنید. بنابراین، پیش از اینکه فهرستان را بنویسید، با برخی از افراد که از قبل آنها را در ذهنتان به عنوان همکار در نظر گرفته اید، تماس می گیرید و موضوع کسب و کارتان را با آنها در میان می گذارید و به احتمال قوی تمام آنها را از دست می دهید. بنابراین، از گفتن: "حالا بگذار به چند نفر تلفن بزنم، بعدا لیستم را می نویسم" به شدت پرهیز کنید.

3 – محترم بشمارید تا محترم شمرده شوید :

لطفاً به هیچ عنوان از دفتر تلفن یا موبایل خود به عنوان فهرست استفاده نکنید. فهرستان را بر پشت سر برگی که از محل کارتان برای چرک نویس به منزل آورده اید و یا روی کاغذی که از دفتر مشق فرزند دلبندتان کنده اید و... ننویسید. بله؛ کاغذ، کاغذ است؛ ولی آیا اگر زمانی بخواهید یک درخواست استخدام و یا یک رزومه کاری به شرکتی ارسال کنید که قرار است استخدامتان کند، باز هم همین را می گویند؟

دایره اعتبار (بازار گرم) چیست؟

پیش از پاسخگویی به این سوال، ابتدا به تفاوت شیوه بازاریابی سنتی و تجارتان پرداخته و سپس به توضیح مسئله دایره نفوذ و اعتبار خواهیم پرداخت: اگر شما مدیر یک فروشگاه و یا تولیدی بودید، برای فروش محصولاتتان از روش های مناسب ارتباطات بهره می بردید. برای نمونه، اگر شما قصد داشتید یک بازاریاب برای فروش محصولات خود داشته باشید، کسی را انتخاب می کردید که روابط عمومی بسیار قوی داشته و شرکت ها و اشخاص بیشتری او را بشناسند و ارتباط زیادی با اقشار مختلف جامعه داشته باشد. به این ترتیب، هر چه ارتباطات بیشتری داشته باشد، فروش بیشتری خواهید داشت. بیشتر افراد این اشتباه را مرتکب می شوند و در این تجارت با همان تفکر سنتی با موضوع جذب افراد برخورد می کنند. اینها جملاتی آشنا در تجارت ما هستند که به طور عمده از طرف افراد تازه وارد بیان میشوند: فلانی! نصف دانشگاه میشناسنش؛ یه رفیق دارم خیلی جذابه؛ بیاد کلی ورودی می گیره؛ دوستم روابط عمومیش عالیه؛ عموم کارخونه داره، بیاد همه کارکناش باهاش میان؛ همه فامیل داریم رو قبول دارن؛ با فلان فوتبالیست یا خواننده ارتباط داره، حتما میارمش و پسر عموم اگه بیاد، یه شاخه ام بیمه شده و...! این تجارت، تجارت جدیدی است و به الگوهای فکری جدیدی نیاز دارد. ما در این تجارت به دنبال ارتباطات، روابط عمومی قوی، آدم پولدار، دکتر و پروفیسور، و به صورت کلی شخص خاص نیستیم! ما در این تجارت به دنبال افراد خاص نیستیم که نیمی از شهرمان، او را بشناسند. به دنبال افرادی نیستیم که دارای مقام و منصب خاص مثل: ریاست، معاونت و یا مسئول ارگان و سازمان و کارخانه و اداره باشند. چیزی بسیار مهمتر از ارتباطات وسیع در این تجارت وجود دارد و آن مقوله ارزشمند دایره اعتبار است.

ما در جامعه ای که زندگی می کنیم، با برخی از افراد به صورت مرتب در ارتباطیم. ممکن است تعدادشان زیاد نباشد؛ اما منظور آن دسته از اشخاصی هستند که به ما اعتماد کامل دارند و کلام ما را می پذیرند. ممکن است تعداد این افراد برای برخی از افراد 3 و 5 و 10 و.. و یا بیشتر باشد. تنها چیزی که تجارت ما را از بازاریابی سنتی جدا می کند، به کارگیری قانون دایره اعتبار است. قانون دایره اعتبار یا بازار گرم، یعنی پیشنهاد یک فرصت و موقعیت مناسب به دوستانمان، نه غریبه ها... کسانی که به سخن ما اعتماد دارند و آن را می پذیرند.

در زندگی روزمره دو نوع اعتبار وجود دارد:

فرض کنیم شما تجارتي را به دوست خود معرفي مي کنيد و آن شخص به واسطه پيش زمينه ذهني اي که از شما سراغ دارد، با خود مي گويد شما فردي نيستيد که هر کاري را بدون تحقيق و بررسي بپذيريد و وارد آن شويد؛ هميشه جوانب آن کار را مي سنجيد و در کارتان انسان موفقي هستيد. اين شخص به دليل اعتمادي که به کار شما دارد، پيشنهاد شما را مي پذيرد و وارد اين تجارت مي شود. بنابر اين، در اينجا اعتماد به دست آمده را اعتبار کاري مي ناميم. در نوع دوم، ممکن است شما کاري را به دوست ديگري معرفي کنيد و آن دوست به دليل شناخت کامي که از شخصيت شما دارد، پيشنهاد شما را نپذيرد، زيرا مي داند که پيشنهاد شما از روي حس دوستي و دلسوزي است. بنابر اين، اين اعتماد را نيز اعتبار شخصيتي مي ناميم.

اکنون که قانون دایره اعتبار را فراگرفتید، به راحتی می‌توانید حساب کنید که شما نزد دوستانتان چقدر اعتبار دارید و چقدر به شما اعتماد دارند. اگر دوستانتان به شما صد درصد اعتماد داشته باشند، حتماً به این دلیل که شما وارد این تجارت شده اید، وارد آن خواهند شد.

توجه: منظور از اعتبار، آن اعتباری نیست که شما برای دوستانتان قائلید؛ مثلاً بعضی ها استاد دانشگاه یا رئیسشان را دعوت می کنند. آیا آن استاد یا رئیس نیز همان اعتبار را برای او قائل هست یا خیر؟

حال با دانستن اصول نوشتن فهرست اسامی، دایره اعتبار و دیگر شرایط لیست اسامی آشنا شدید، زمان آن فرارسیده است که با کمک معرف و حامیان خود، لیست همه کسانی را که می‌شناسید، در جداول لیست یادداشت کنید.

در این بخش از ستون لیست اسامی دپارتمان آموزش U_Team با تکیه بر دانش و تجربه گرانبهای خود کامل ترین و حرفه ای ترین معیار های تعیین امتیاز و اعتبار ستون لیست اسامی را مدون نموده اند. به جرات می توان گفت که اعضای U_Team با رعایت موارد جزئی و به بهترین شکل ممکن سوالات اعتبار بندی را در مسیر صحیح ستون لیست اسامی قرار داده اند تا از آسیب های ناشی از کار غیر کارشناسی مصون بمانید.



ستون هشتم : دعوت



اکنون زمان آن رسیده است که با افراد نهایی لیست قرار بگذارید (از اینجا به بعد بصورت قراردادی به هر کدام از افراد لیست نهایی، پراسپکت می گوئیم). در ستون دعوت قصد نداریم روش هایی ارائه کنیم که همه پراسپکت ها را پوشش دهد؛ زیرا دعوت شما با هر پراسپکت به رابطه شما با ایشان، شخصیت و شرایط زمانی و مکانی که هر دو در آن قرار دارید بستگی دارد و در نهایت با مشورت راهبر شما انجام می شود. هیچ یک از این موارد در انسانهای مختلف یکسان نیست. برای این کار نیازی نیست در هنگام دعوت به آدم دیگری تبدیل شوید؛ صرفا خودتان باشید و از جمله بندی های همیشگی خود استفاده کنید.

منطق دعوت، ایجاد حس کنجکاوی است و ذهنیت دعوت این است که دوست ما صاحب یک درآمد عالی و یک تجارت سودآور باشد.

اگر شما ذهنیتی به غیر از این را داشته باشید، دعوت شما خوب انجام نخواهد شد؛ یعنی اینکه دعوت خوب به خاطر داشتن ذهنیت خوب انجام می شود.

اگر به موفقیت در کارتان ایمان ندارید، لطفا دوستانتان را به دردرسر نیاندازید؛ بگذارید زمانی که نسبت به کار مطمئن شدید شروع کنید فرقی فقط چندروز یا هفته است؛ اما نتیجه اش اصلا قابل مقایسه و باورکردنی نیست.

فراموش نکنید از ستون دعوت به بعد نگاه پراسپکت ها به شما خواهد بود و در واقع نوع شکل گیری نگاه آنها به تجارت ریفرال مارکتینگ و خانواده U_Team مستقیما به شما بستگی دارد و این شما هستید که باید با گفتار و رفتار خود آموزش صحیح آنها را از لحظه دعوت شروع کنید. اگر برخلاف هر کدام از 10 ستون مقدماتی عمل نمایید، آنها نیز رفتار شما را تکرار می کنند. پس اکیدا توصیه می کنیم که بار دیگرستون های " پذیرش " و " تعهد " را مرور و تکرار نمایید!

هیچ وقت تجارتان را ارزان ارائه ندهید: یک اصل کلی و عمومی که همه ی افراد آن را در کارهایشان مد نظر میگیرند این است که :

" هر چیز گران با ارزش است و هر چیز ارزان بی ارزش "

هفت قانون دعوت :

اساس دعوت در این تجارت در سراسر دنیا و در هر شرایطی، به اصول زیر استوار است:

1- دعوت فقط و فقط با تلفن انجام میشود و به هیچ عنوان حضوری انجام نمیشود.

2- مشاوره تلفنی ممنوع تحت هر شرایطی

3- دروغ گفتن "در هر شرایطی" ممنوع، ممنوع و ممنوع است.

4- قول و وعده ندهید: استخدام، حقوق ثابت و..

5- پرستیژ و شخصیت خود را حفظ کنید (هرگز ازاین جملات استفاده نکنید؛ کی وقت آزاد میشه؟ میشه هم دیگه رو ببینیم تا من کارمو بهت بگم؟ یا اینکه توی کوچه یا محل کار طرف مقابل در مورد کارتان صحبت نکنید.)

6 - زمان و مکان قرار ملاقات خود را مشخص کنید.

7 - نوع دعوت شما با هر کدام از پراسپکت ها بسته به شخصیت آنها و مشورت و نظر حامیان شما متفاوت است.

نکات کلیدی :

- هیچوقت از پراسپکت خود خواهش یا معذرت خواهی نکنید ؛ زیرا شما در حقیقت شانس ثروتمند شدن را به او میدید.

- اگر پراسپکت شما در هنگام زمان دادن گفت: "خیلی این چند روز شلوغم؛ بعدا خودم باهات تماس میگیرم" شما به وی بگویید: پس من خودم چند روز دیگه باهات تماس میگیرم تا با هم هماهنگ بشیم، خوبه؟ - اگر با پراسپکت زمان مشاوره را برای بیش از یک روز بعد تنظیم کردید، حتما شب قبل از جلسه مشاوره و با پیامک نه تلفن؛ یادآوری کنید. حتما پرستیژ و جایگاه شرکت ، گروه تجاری **U_Team** و جلسه مشاوره را در هنگام دعوت حفظ کنید و بر روی به موقع آمدن و تأخیر نداشتن ایشان تأکید داشته باشید.

- یادتان باشد اگر شما طرف مقابل را بد دعوت کنید دو ضرر به وجود می آید (اول اینکه خودتان یک نفر را از دست داده اید و دوم اینکه فرصت پول درآوردن را از دوستان سلب کرده اید)

در مجموع، این را فراموش نکنید که شما به پراسپکت های خود موقعیتی را معرفی میکنید که مسیر زندگیشان به سمت زندگی با کیفیتی بهتر و خوشبختی بیشتر تغییر می کند. در نتیجه، آمدن پراسپکت به جلسه، لطفی از سوی ایشان به شما دانسته نمی شود؛ بلکه دعوت کردن شما از ایشان، لطف شما به ایشان به شمار میرود. **(شما به او مشتاقید و او به شما محتاج)**. دعوت مرحله ای است که ممکن است افراد تازه کار از آن واهمه داشته باشند. ترس آنها از جواب های منفی ایی است که احتمال می دهند بشنوند. برای اینکه به شما کمک کرده باشیم، باید بگوییم شما نباید این نه ها را مسئله ای شخصی بدانید. پراسپکت ها به فرصتی که در اختیارشان گذاشته اید نه گفته اند. اکنون اگر شما ایمان دارید فرصتی که در اختیارشان گذاشته اید، فرصتی عالی و به نفع آنهاست، پس آنها هستند که بازنده اند. همه چیز دقیقا به دیدگاه خود شما بستگی دارد، از تجربه حامیان خود

نیز به عنوان سپر محافظ استفاده کنید و خودتان را با این اطمینان که این تجارت به میلیونها نفر کمک کرده تا زندگی بهتر داشته باشند، مسلح کنید. تلفن را بردارید!

در هنگام تلفن زدن چند مورد وجود دارد که شما میتوانید آنها را به کار ببرید. استفاده درست از این موارد، کیفیت دعوت را چند برابر می کند:

تعیین هدف :

آخرین مطلب این است که چیزی را که میخواستید از تماس خود به دست آوردید؟ قصد شما از تماس تعیین زمان و ساعات ملاقات است، به پراسپکت گزینه نهایی که مناسب است بدهید و قرار خود را نهایی کنید. اینکه هدف و دلایلتان را برای قرار گذاشتن مشخص کنید، تماستان را موثرتر می کند

زمان مناسبی را برای دعوت انتخاب کنید :

افراد در طول روز دارای میزان انرژی های مختلفی با حالت های احساسی مختلفی هستند. زمان صبح زود، یاهنگام نهار یا شام یا زمان خستگی آخر شب را برای دعوت هایتان انتخاب نکنید.

زمانی که شما تماس می گیرید و طرف مقابلتان عجله دارد یا عصبی است یا تمرکز کافی ندارد، به هیچ عنوان در مورد تجارتتان سخنی به میان نیاورید

هنگام دعوت پر انرژی باشید :

یک ارتباط قوی، در صورت وجود انرژی و هیجان در صدای شما برقرار میشود، نه اطلاعات شما. مطلبی را که می گوئید خیلی مهم است؛ اما حسی که شما نسبت به آن مطلب دارید، از همه مهمتر است. در مواقعی خواب آلودگی و کسالت کار شما را خراب میکند و دعوت شما رنگ می بازد و تاثیر جدی نمی گذارد و اینگونه به طرف مقابل نشان می دهید که من دارم در مورد یک کار نه چندان مهم با شما صحبت می کنم.

طرف مقابل از روی انرژی شما در هنگام صحبت کردن، به میزان ایمان شما، پتانسیل کاری شما، جدیت شما و جدی بودن تجارت شما امتیاز می دهد.

میزان اهمیت کارتان را نسبت به کار طرف مقابل بسیار بالا نشان دهید :

وقتی شما می گوئید ارزشش را دارد که حتی یک روز مرخصی بگیرید این باور را در طرف مقابل ایجاد می کند که چه کار مهمی است که دوست من از من خواسته یک روز مرخصی بگیرم، این جدیت و اهمیت تجارت شما را می رساند

هیچ وقت افراد را با این ذهنیت که وقتی پولدار شدم میرم سراغ فلانی از تجارتان محروم نکنید :

خیلی ها به سادگی در این تجارت موفق نمی شوند یا موفقیت چشمگیری نخواهند داشت چون ذهنیتشان اجازه ثروتمند شدن را به آنها نمی دهد، تمام کسانی که می خواستند هم خودشان به درآمد برسند هم دیگران، موفقیت های چشمگیری داشته اند؛ این تجارت راه موفقیتش این است که شما آن را به افراد بیشتری ارائه کنید و شکستش در این است که افراد کمتری از آن مطلع باشند.

روش های دعوت :

❖ ایجاد کنجاوی از طریق در جریان تحقیقات قرار دادن :

بعضی از زمان ها شما برای یکسری از دوستانتان در زمینه هایی نظیر کامپیوتر، یا تجارت و صاحب نظر هستید؛ شما از این برتری می توانید استفاده کنید و با گفتن این مطلب که دارید در اون زمینه دنبال یک کار خوب میگردید، طرف مقابلتان را درحالت استند بای قرار دهید و بگوئید که هر وقت اوکی شد احتمالا یک کار مشترکی را با آن دوستان انجام خواهید داد. به مثال زیر توجه کنید :

من دارم روی یک کار، تحقیقاتی انجام میدم و به جاهای خوبی هم رسیدم، اگه اوکی بشه خیلی کار عالی و پر درآمدی هست، منتظر باش تا تو این روزا باهات تماس میگیرم و جریانشو برات توضیح بدم، اگر بررسی های من به نتیجه برسه مطمئنا کار پر پتانسیلی هست.

❖ دعوت از طریق قرض گرفتن :

هر وقت شما از کسی پول قرض می کنید اولین سوال بعد از مقدار پول اینه که برای چی میخوای ؟ و این یعنی شروع یک دعوت خوب . به دیالوگ زیر توجه کنید :

A : سلام، پول مول چقدر داری به من قرض بدی؟

B : چقدر میخوای ؟

A : هرچی بیشتر، بهتر!

B : برای چی میخوای ؟

A : راستش چند وقتی هست روی یه استارت آپ دارم تحقیق و بررسی میکنم به نتایج خوبی هم رسیدم. و فوق العاده هم جواب میده...یه مقدار پول واسه راه اندازیش میخوام

❖ دعوت از طریق شور و اشتیاق و جدیت :

خیلی از مواقع افراد به خاطر شور و اشتیاق و جدی گرفتن کار توسط ما جلب میشوند و دوست دارند بیشتر بدونند. زمانی که احساس شما در مورد کارت اینطوری است که می گوئید : خیلی کار جدیدم عالیه اگه از یک سال پیش شروع کرده بودم الان وضعم توپ توپ بود...اما خدارو شکر الانم شروع کردم و دیر نشده داره کم کم مسائل مالییم برطرف میشه و واقعا از انجامش لذت میبرم

افراد صمیمی :

شما می توانید بدون هیچگونه توضیحاتی از پراسپکت بخواهید برای امری بسیار مهم (کاری) 2 ساعت از وقتش را برای شما در نظر بگیرد. خواهر، برادر، فامیل و یا دوستان بسیار صمیمی شما، به سادگی حدود 2 ساعت از زمان خود را به شما اختصاص خواهند داد؛ زیرا روزانه ساعت های زیادی را در کنار شما می گذرانند.

افراد ناموفق :

در مواردی که پراسپکت شما در گذشته در یک یا چند شرکت بازاریابی شبکه ای (در واقع شبه بازاریابی شبکه ای) فعالیت کرده و اکنون آنها را کنار گذاشته، می توانید از این روش استفاده کنید و به ایشان بگویید: میتونم پیرسم چه چیزی باعث شد که از اون کار دست بکشی؟ پراسپکت هر پاسخی بدهد، بی شک به یک یا چند مشکل اشاره خواهد کرد (مثلا غیرقانونی بودن، ارزنده نبودن محصول؛ در نتیجه سختی بسیار زیاد کار، ریسک موجود در بازگشت پول پرداختی اولیه افراد و در نتیجه امکان ضرر کردن ایشان و ...) سپس می توانید به طور مثال به وی بگویید: به نظرت، اگر اون شرکت این مشکل یا مشکلات رو نداشت، تو هنوز اونجا کار میکردی؟ به نظرت اگر اون موانع نبود کار نتیجه داری بود؟ اگر اون مسائل نبود، پول زیادی میشد ازش به دست آورد؟ بی شک، سعی کنید در ذهن پراسپکت این موضوع را روشن کنید که تجارت ریفرال مارکتینگ و خانواده U_Team می تواند برای او و بقیه رشد بسیاری ایجاد کند.

افراد بدبین :

بعضی مواقع پراسپکتی که با وی قرار می گذارید، حتی بدون اینکه درباره تجارت، شرکت و خدمات شما اطلاعاتی داشته باشد، به شما پاسخ منفی می دهد. در اینگونه موارد می توانید جملاتی را به وی بگویید تا سبب شود کمی منطقی تر به دعوت شما فکر کند. برای نمونه، بگویید: من به تو حق میدهم که اینطور فکر کنی ولی سوالی از تو دارم؟ اگر فقط فرض کنیم این کار صد درصد قانونی باشد و این امکان در آن وجود داشته باشد که زندگی تو متحول بشه، خوبه یا بد؟ با وجود این، فرض میکنیم که 90 درصد حق با تو باشد که الان بدون آگاهی از موضوع، داری نظر میدی؛ و فقط 10 درصد حق با من باشد که تحقیق کردم! به نظرت تو اگه فقط اون 10 درصد من درست باشد چی؟ در نهایت قراره چه اتفاقی بیفته! قراره دو حالت پیش بیاد؛ یا 90 درصد حدس تو درست درمیا و این پیشنهاد خوبی نیست؛ در این صورت فقط و فقط 40 دقیقه از وقتت رو کنار رفیقت بودی. (انتخاب جمله بندی های شما، به خود شما، پراسپکت، ذهنیتهای ایشان و نظر نهایی راهبرتان بستگی دارد.)

روش هماهنگ کردن یک جلسه :

روش هماهنگ کردن یک جلسه به این ترتیب است که ابتدا با حامی خود تماس می گیرید و از ایشان زمان هایی را که می توانید جلسه مشاوره برگزار کنید را سوال می کنید. پس از دریافت چند بازه زمانی، با پراسپکت های خود به ترتیب اولویت و با حضور معرف خود تماس می گیرید. به پراسپکت اول چند بازه از بازه های خالی مشاورتان را پیشنهاد می دهید. حتما سه گزینه ای عمل کنید: سه روز مختلف را به وی پیشنهاد کنید؛ مثلا بگویید: شنبه، یکشنبه یا سه شنبه؟ در این حالت، ذهن پراسپکت به جای دادن جواب منفی از بین گزینه ها روز مناسب را انتخاب می کند. پس از ، تعیین روز، به سرعت سه ساعت مختلف را که از قبل با مشاور هماهنگ کرده اید را به وی پیشنهاد کنید. مثلا پرسید 1...4...یا 6 ؟ وقتی روز و ساعت را با پراسپکت هماهنگ کردید، دوباره با حامی خود تماس می گیرید و زمان تنظیم شده را به ایشان اطلاع می دهید تا ایشان هماهنگی های لازم را انجام دهند، سپس با پراسپکت دوم تماس بگیرید و روال فوق را دوباره تکرار کنید.

Training , Training , make perfect

Unity Dreams

ستون نهم: مشاوره



اما حالا به مهم ترین بخش و تعیین کننده ترین بخش در کل تجارت رسیدیم. جایی که فرصت تجاری را به اطرافیان خود نشان می دهیم. در ابتدا شما تازه کار هستید و طبیعی است که این کار را به تنهایی انجام نمی دهید. بنا براین تا زمانی که مسلط نشده اید به هیچ عنوان کار را برای اطرافیان خود توضیح ندهید، در غیر این صورت احتمال ورود او بسیار پایین خواهد بود. ستون نهم که در راستای تشکیل سازمان مهم و کلیدی است، اهمیت جلسه مشاوره، چگونگی برگزاری جلسه مشاوره (معرفی کار) و آداب برگزاری چنین جلساتی است. اولین اصل اساسی در مورد جلسه مشاوره، تعداد جلسات مشاوره ای است که برگزار می نمایید. اگر روزانه به صورت نیمه وقت فعالیت دارید می بایست حداقل با سه پراسپکت در هفته جلسه مشاوره را هماهنگ نمایید. اگر بیش از شش ساعت در روز فعالیت دارید، چهار پراسپکت و اگر تمام وقت هستید در هفته حداقل با پنج پراسپکت قرارمشاوره هماهنگ کنید تا زمانی که موفق به جذب و ثبت نام حداقل 4 نفر مستقیم شوید.

دومین اصل اساسی در ارتباط با ستون مشاوره کیفیت برگزاری جلسه مشاوره است. نکات کلیدی در راستای برگزاری یک جلسه مشاوره حرفه ای وجود دارد که با رعایت آنها می توانید حداکثر نتیجه ممکن را از جلسه

مشاوره داشته باشید. همیشه بخاطر داشته باشید که اولین ملاقات شما با هر پراسپکت مهمترین جلسه شماست و تاثیر بسیار زیادی در شکل گیری نگاه آنها به تجارت ریفرال مارکتینگ و شما دارد.

همیشه بهترین حالت و نتیجه از جلسه مشاوره، وقتی است که فقط با یک پراسپکت قرار می گذارید؛ زیرا در جلسات تک نفره، مشاور میتواند تمام انرژی خود را بر روی یک نفر متمرکز کند و با کمال صبر و حوصله، پس از اتمام مشاوره به پرسش های او پاسخ بدهد.

معایب جلسه مشاوره بیش از یک نفر، به شرح زیر است:

1- اگر پراسپکتی بی علاقه یا منفی باف در بین افراد باشد، به راحتی روی دیگران تاثیر منفی میگذارد و امکان فعالیت بقیه پراسپکت ها را کاهش میدهد.

2- این نوع جلسه مشاوره حس عجله را به آنها القا می کند؛ به این صورت که مثلا اگر سه نفر در جلسه مشاوره حضور داشته باشند، پراسپکت ها به دید رقیب به یکدیگر نگاه کرده و احساس می کنند که باید سریعتر از دیگران افراد بیشتری را برای مشاوره بیاورند. در صورتی که شتاب زدگی در این کار، تاثیرات مخربی را در پی دارد.

3- امکان دارد پراسپکت ها احساس کنند که برای انجام این کار، باید به فن بیان تسلط داشته باشند تا بتوانند در یک جمع سخنرانی کنند و این موضوع آنها را از وارد شدن به این تجارت بترساند.

اصول برگزاری جلسه مشاوره :

- ✓ شما می توانید با توجه به شناختی که از پراسپکت های خود دارید، جلسه مشاوره کار را در مکانی که نتیجه بهتری به همراه دارد برگزار کنید؛ مانند: منزل خود، کافی شاپ، رستوران، لابی هتل و...
- ✓ مشاوره کار خود را در جایی انجام ندهید که تمرکز پراسپکت به سبب عوامل تمرکز زدا برهم بریزد؛ مانند مکان های پر رفت و آمد و...

- ✓ مشاوره کار خود را در مکانی که متعلق به پراسپکت است (خانه او، محل کارش و...) زیرا در این حالت وی بر جلسه مسلط است؛ نه شما.
- ✓ همیشه و حتما برگزاری جلسه مشاوره را به عهده مشاوران توانمند **U_Team** بگذارید.
- ✓ به یاد داشته باشید که این تجارت بر پایه اعتماد متقابل است؛ پس پراسپکت را تا پایان جلسه مشاوره همراهی کنید و ایشان را تنها نگذارید.
- ✓ توجه کنید که در صورت امکان خانمها و آقایان متاهل را همراه همسرهایشان به صورت دو نفری معرفی کنید. همچنین پراسپکتی که استقلال مالی ندارد و به پدر و مادرش متکی است را تا حد امکان همراه با آنها معرفی شود.
- ✓ به محض ورود به جلسه، گوشی همراه خود را سایلنت کنید و از پراسپکت خود نیز بخواهید که این کار را انجام دهد؛ زیرا اگر مشاور یا فرد دیگری این امر را از ایشان درخواست کند، ممکن است سبب ناراحتی وی شود. پس یادآوری این مطلب بر عهد شماست. این کار هم به اهمیت جلسه می افزاید هم اگر تلفن همراه پراسپکت زنگ بخورد تمرکز افراد حاضر در جلسه به هم نمیریزد.
- ✓ به هیچ عنوان در جلسه مشاوره سیگار نکشید.
- ✓ مهمترین کار شما در زمان برگزاری یک جلسه، نشستن و گوش دادن با دقت به حرف های مشاور است. حتی نت برداری از سخنان مشاور نیز بسیار مفید است.
- ✓ به هیچ عنوان سر خود را پایین نیندازید ، چرت نزنید و خمیازه نکشید ، آدامس نجوید.
- ✓ با تلفن همراه خود بازی نکنید و در زمان برگزاری جلسه مشاوره، هیچ کاری جز گوش دادن به سخنان مشاور انجام ندهید.
- ✓ توصیه میشود به عنوان معرف، با پوششی مناسب و حرفه ای در محل مشاوره حاضر شوید.
- ✓ بهتر است شما دستکم 10 دقیقه پیش از پراسپکت در محل مشاوره حضور داشته باشید و تا حد امکان از حضور یا ترک محل به صورت همزمان با ایشان خودداری کنید.
- ✓ به هیچ عنوان پرسش هایی را که مشاور از پراسپکت می پرسد را پاسخ ندهید و اجازه دهید خود ایشان درباره سوال فکر کند، تمرکز خود را به دست آورد و آن را جواب دهد.
- ✓ به هیچ عنوان سخنان مشاور را قطع و هیچ توضیحی را اضافه نکنید.

دو جمله بعد از جلسه مشاوره :

بعد از برگزاری جلسه مشاوره، اکثر پراسپکت ها با توجه به حجم اطلاعات دریافتی نمی توانند به شما پاسخ مثبت و شفافی بدهند. پس انتظار بیهوده نداشته باشید و دریافت پاسخ را به جلسات پیگیری موکول نمایید.

اصلی ترین وظیفه شما بعد از برگزاری جلسه مشاوره راهنمایی و هدایت پراسپکت است. شما می بایست دو جمله مهم بعد از مشاوره را به ایشان بگویید توجه داشته باشید اگر دو جمله بعد از مشاوره توسط هر شخص دیگری غیر از شما گفته شود، نتیجه کاملاً منفی خواهد داشت. به پراسپکت بگویید: خوب! دوستان زحمت کشیدن اطلاعات کافی رو بهت دادن، از اینجا به بعد می مونه تصمیم تو که می خوای اون رو انجام بدی یا نه. نمیدونم، شاید الان تتونی جواب بدی و نیاز به وقت داشته باشی. خداروشکر یکی از فرق هایی که من تو U_Team نسبت به بقیه دیدم اینه که التماس نمی کنن و آدما رو تحت فشار قرار نمیدن که سریع جواب بگیرن. فقط دو تا سوال ازت دارم: اولیش اینه که اگه یکی بخواد دانشگاه تهران رشته پزشکی قبول بشه، بهتره از کی اطلاعات بگیره و تحقیق کنه؟ از دانشجوهایی پزشکی دانشگاه تهران یا نمی دونم مثلاً با دانشجوهایی علمی کاربردی؟ (اگر جواب نداد بعد از 2 ثانیه) مسلماً با دانشجوهایی پزشکی باید صحبت کنه. تجارت ما هم همینه، اگه میخوای تحقیق کنی با شکست خورده ها حداقل صحبت نکن، اونا فقط میتونن بهت بگن چجوری بری و نتونی! چنتا مرجع هستن، خود منم هستم؛ میتونی برای فکر کردن و تصمیمت رو من حساب کنی.

سوال دوم اینه که اگه من میومدم خودم بهت میگفتم و می فهمیدی که زیاد وارد نیستم و خودم هنوز نرفتم و اومدم بهت گفتم چه حسی داشتی؟ مطمئنم نه مثله الان اطلاعات می تونستم بدم بهت، چون بلد نبودم. شایدم ازم ناراحت هم میشدی که خودش نرفته اومده زرنگی کنه منو بندازه جلو. یه ضرب المثل هستش خیلی خوبه، میگه: اگه میخوای یه کار رو هیچ موقع شروع نکنی و جواب نگیری، برو به همه بگو. تو هم قبل از این که تصمیمت رو بگیری به کسی نگی بهتره و حداقل اگه شروع کردی حرفه ای و درست یه بار یه کاری رو از اولش رفته باشی جلو....یه قرار دیگه بزاریم که اگه سوالی پیش اومد واست یا موردی برات گنگ بود من بتونم جواب بدم. کی فک میکنی خوب باشه، امشب، فردا، کدوم؟ شرمندۀ چون باید برنامه هامو بچینم و بقیه کسانی رو که باهاشون قرار گذاشتمو ببینم، باید الان با هم ببینیم که من به بقیه برنامه هامم برسم.

اگر پراسپکت اطلاعات بیشتری خواست یا سوالی کرد به کمک حامیان خود به آنها پاسخ دهید، در غیر اینصورت از دادن هرگونه توضیح اضافی جدا خودداری نموده و سریع تر جلسه را خاتمه دهید. فراموش نکنید که شما به عنوان یک فرد حرفه ای و عضوی قدرتمند از تیم **U_Team** باید پرستیژ خود را رعایت نموده و با رفتار خود نشان دهید که در حال انجام یک تجارت مدرن هستید و فرصتی برای نشستن و گپ زدن و خوش گذرانی ندارید.



ستون دهم: پیگیری



طلایی ترین ستون موفقیت در ریفرال مارکتینگ پیگیری است. پیگیری یعنی موفقیت و موفقیت یعنی پیگیری. در این بخش از کتاب 10 ستون موفقیت سعی داریم نکاتی را پیرامون ستون 10 یعنی پیگیری بیان نماییم؛ اما ذکر این نکته ضروریست که: مهارت پیگیری جز با تمرین و تکرار عملی دست یافتنی نیست.

تعریف پیگیری: **Unity Dreams**

شناخت و برطرف نمودن اصلی ترین نگرانی هایی که باعث می شود پراسپکت برای وارد شدن به سازمان شما و شرکت هزار خدمات تصمیم بگیرد.

اهمیت پیگیری :

پیگیری 90 درصد فعالیت اصلی شما در مرحله تشکیل تیم فروش و حتی توسعه و حفظ آن است. در مرحله پیگیری است که مشخص می شود: "رشد کردن یا رشد نکردن". مطمئن باشید هیچ پراسپکتی بدون پیگیری به تیم فروش شما اضافه نخواهد شد. پیگیری زمانی در تجارت ریفرال مارکتینگ نقش خود را نمایان می کند که پراسپکت به شما جواب "منفی" دهد و هنر شما در پیگیری مشخص می کند که می توانید وی را به تیم فروش خود اضافه کنید یا نه.

نگرش در پیگیری :

مطلب بسیار مهمی که در این بخش وجود دارد این است که چرا می خواهید پراسپکت ها را وارد این تجارت کنید؟ نگرش شما از وارد کردن پراسپکت ها چیست؟ آیا نگرش شما این است که تنها چهار نفر مستقیم بگیرید؟ پورسانت بگیرید؟ مطمئن باشید با این دیدگاه شکست می خورید! نگرش شما در پیگیری باید این باشد: "می خواهم تمام پراسپکت هایم را وارد بهترین و پردرآمد ترین تجارت دنیا کنم تا زندگیشان را به یاری خدا هم از نظر مالی و هم از نظر معنوی متحول کنم"، با این نگرش صحیح مرحله پیگیری بسیار راحت و لذت بخش می شود. نگرش شما در این مرحله از طرز صحبت کردن شما رفتار شما و حتی نگاه شما منتقل خواهد شد.

زمان پیگیری :

پیگیری از هنگام مشاوره شروع و تا وقتی ادامه پیدا می کند که ثبت نام و شروع فعالیت انجام شود. ممکن است پیگیری پراسپکت چند روز، چند هفته یا چند ماه زمان ببرد، مهم این است که شما به طور مستمر و منظم آنها را پیگیری کنید. وظیفه بسیار مهم شما بعد از جلسه مشاوره آن است که بسته به فهم و درک پراسپکت از جلسه مشاوره، حداقل به مدت 15 دقیقه بعد از جلسه مشاوره قسمت های مختلف سایت را به وی نشان دهید تا اطلاعات داده شده، در مشاوره را لمس کند. به این کار پیگیری بعد مشاوره گفته می شود که اهمیت بسیار

زیادی دارد. پیگیری بعد مشاوره بسته به زمان پراسپکت می تواند بین 30 دقیقه تا یک ساعت باشد. بیشتر از این زمان به هیچ عنوان توصیه نمی گردد. یادتان باشد جلسه مشاوره و پیگیری همزمان نباید انجام شود.

اما موثرترین زمان پیگیری نزدیکترین زمان بعد از جلسه مشاوره است و حداکثر 24 ساعت بعد از جلسه مشاوره پراسپکت خواه مثبت باشد خواه منفی شما باید اولین پیگیری را انجام داده باشید.

بعد از جلسه مشاوره زمان قرار پیگیری را مشخص کنید. شما باید در پیگیری یک برنامه ریزی زمانی داشته باشید و زمان پیگیری پراسپکت ها ابتدا را با حامیان خود تعیین کنید. بهترین زمان برای پیگیری افراد بعد از تعطیلی محل کار، دانشگاه و... می باشد. از ساعت 5 عصر به بعد معمولا (نه همیشه) بیشترین بازدهی را در پیگیری دارد.

مکان پیگیری :

اهمیت مکانی که پیگیری باید در آن انجام شود کمتر از مکان جلسه مشاوره نیست. مکان پیگیری باید جایی ، باشد که در آنجا تمرکز داشته باشید. پراسپکت بدون هیچ مزاحمتی به حرف های شما گوش کند مثلا محل کار پراسپکت مکان بسیار نامناسبی برای پیگیری است. زیرا علاوه به اینکه شما به وی تسلط ندارید به بهانه کار به حرف های شما بی توجهی می کند.

کارهایی که قبل از جلسه پیگیری باید انجام دهیم :

- مطالعه قسمت پیگیری

- مرور لیست اهداف خود

- حفظ تمرکز و خونسردی

- مرور ویژگی های اخلاقی پراسپکت برای تیم پیگیری

آبراهام لینکن در جمله ای بسیار معروف میگوید : "اگر شش ساعت برای قطع کردن درخت وقت داشته باشم چهار ساعت آن را صرف تیز کردن تبرم میکنم". فراموش نکنید عاملی که در پیگیری شما را به موفقیت میرساند باور و احساس شما نسبت به تجارت ، شرکت هزارخدمات و خانواده U_Team می باشد. یکی از راه های افزایش باور و تقویت حس خوب، بالابردن اطلاعات است. دانش تکیه گاه ایمان است.

اصول پیگیری :

- 1- پیگیری 100% حضوری اجرا می شود تا پراسپکت جدیت باور و احساس شما را از نزدیک احساس کند هر وقت خواستید کسی را وارد نکنید او را تلفنی پیگیری کنید.
- 2- وقت شناس و موقعیت شناس باشید.
- 3- برای شروع مستقیماً باید سر مطلب بروید. آنقدر به صحبت ادامه دهید تا پراسپکت به حرف آید
- 4- حاشیه نروید و خاطره نگوئید. در مورد هر چیز غیر از این تجارت و تیم U_Team صحبت نکنید. اجازه دهید 70 میلیون کارشناس اقتصادی، سیاسی، ورزشی و.. در مورد این مسائل بحث کنند.
- 5 - خوب گوش دهید. انسان دو گوش دارد و یک زبان!
- 6 - مثل بومرنگ در ذهن پراسپکت سیر کنید تا مسئله اصلی او را پیدا کنید.
- 7- هر پراسپکتی با دلیل خاصی وارد این تجارت خواهد شد. درآمد بالا حس عقب ماندگی از دیگران، ریسک ، پایین و... با توجه به شناختی که دارید، روی علایق وی تمرکز نمایید.
- 8- نگرانی های پراسپکت را بفهمید و آن را برطرف نمایید.
- 9- به پراسپکت اطمینان دهید که همیشه و همه جا همراه او هستید و او هیچگاه تنها نمی ماند و شما به منظور حمایت از وی با تمام وجود تلاش خواهید کرد تا او به سود برسد و در این کار موفق شود.

- 10- طوری رفتار کنید که پراسپکت از اینکه شانس بزرگی را از دست میدهد بترسد!
- 11- اگر یک زوج را با هم مشاوری کردید پیگیری آن ها را حتی الامکان با هم انجام دهید.
- 12- شما تجارتی را به پراسپکت خود معرفی می کنید که به شدت به آن نیاز دارند: استقلال مالی.
- 13- همیشه پرستیژ و شخصیت خود را به عنوان یکی از اعضای خانواده U Team حفظ کنید.
- 14- در تمام مراحل حس شکم سیری را رعایت کنید.
- 15- اجازه ندهید پراسپکت کار شما را مسخره کند. به این تجارت افتخار کنید.
- 16- با رفتار، گفتار و پوشش حرفه ای نشان دهید که تغییر کرده اید.
- 17- در انتهای هر بحث جمع بندی کنید.
- 18- در انتهای جلسه پیگیری حتی اگر نتیجه مطلوب را به دست نیاوردید، احساس سر بلندی داشته باشید چرا، که پیروزی هنوز از آن شماست.
- 19- حتما خود شما صحبت کنید. به دلیل رابطه گرم قبلی و شناخت دو طرفه، تاثیر کلام شما حتی اگر تازه کار باشید ده ها برابر بیشتر از حامیان شماست.

نباذهای بزرگ پیگیری در U_Team :

- 1- نباید تنهایی به پیگیری بروید: پیگیری فقط و فقط تیمی انجام می شود.
- 2- نباید دروغ بگویید: اساس کار ما صداقت است پس شما نباید وجهه کاری خود را خراب کنید.
- 3- نباید تلاش بیهوده کنید: اگر نمی توانید به یک سوال جواب دهید با خونسردی بگویید: من تازه وارد این تجارت شدم و نمی دانم، باید سوال کنم، مطمئنم جواب منطقی وجود دارد.

- 4- نباید خودتان ابجکشن مطرح کنید: سوالات احتمالی پراسپکت را خود به زبان نیاورید.
- 5- نباید عصبانی شوید: شما معرف هستید و آگاه، ولی پراسپکت حتی اگر سابقه انجام این تجارت را داشته باشد محق هست که سوالات خود (حتی احمقانه) را مطرح نماید.
- 6- نباید توهین کنید: تو آگاه می فهمیدی که الان این وضعیت نبود!
- 7- نباید جبهه بگیرید: جبهه و گارد گرفتن یعنی عدم تسلط بر خود و نشان دهنده پیروزی پراسپکت.
- 8 - نباید دلسرد شوید: هر سوال پراسپکت محکی است برای سنجش میزان اعتماد به شما. به پیگیری خود قدرتمندانه ادامه دهید.
- 9 - نباید پیگیری را متوقف کنید: هر کدام از پراسپکت های شما باید بطور متوسط یک ساعت در یک جلسه پیگیری کنید.
- 10 - نباید بیش از 2 ساعت در یک جلسه پیگیری کنید.

وظایف بعد از جلسات پیگیری :

شما باید به کمک حامیان خود جلسات پیگیری را کامل تجزیه و تحلیل کرده و استراتژی جدید را بر اساس شرایط جدید پایه ریزی کنید. باید برنامه ریزی کنید .هیچ گاه پس از شنیدن جواب منفی در جلسه پیگیری، رابطه خود را با پراسپکت قطع نکنید و به پیگیری ادامه دهید.

تیم پیگیری :

تیم ،یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذاری در کیفیت ستون پیگیری تیمی است که کار پیگیری را انجام می دهد.تیم پیگیری را حداقل سه نفر تشکیل می دهند1- معرف 2- یکی از حامیان که در امر پیگیری حرفه ای است3-یکی از کارآموزان که به تازگی کار خود را آغاز نموده و می بایست به همراه تیم های پیگیری، این

ستون را تمرین نماید. سرپرستی تیم پیگیری با کسی است که رتبه تیمی بالاتری داشته و در انجام پیگیری حرفه ای شده است.

روش بررسی و پاسخگویی به پرسش ها :

1- گوش دادن و لبخند زدن :

صبر کنید! سعی نکنید که همان ابتدای کار صحبت پراسپکت را قطع کنید (تو حرف کسی نپزید) این کار سبب گارد گرفتن می شود. زمانی که شما از گوش دادن به پراسپکت سر باز می زنید؛ شک نکنید که قدم بعدی ایشان به سمت درب خروجی خواهد بود. با تکان دادن سر و کمی خم شدن به سمت وی، به طور فیزیکی نشان دهید که به صحبت های او توجه دارید و آنچه را گفته میشود، به طور کامل می فهمید.

2 - مشخص نمودن اصل سوال :

سوال کنید! "میخواستم بدونم / درست متوجه شدم؟ منظورت اینه که ... "پس از گوش دادن، از پراسپکت پرسش های مناسبی بپرسید و باز هم با دقت به پاسخهایش گوش دهید. پرسیدن، نه تنها نشاندهنده توجه شماست؛ بلکه اطلاعات بیشتری هم به دست میآورید و همان طور که گفته شد؛ به برطرف شدن پرسشها کمک میکند.

3- انتخاب روش پاسخگویی :

پیش از پاسخگویی به سوال، فکر کنید کدام روش درباره پراسپکت بهترین روش است. هم حسی یا...؟

4 - گرفتن تأیید جواب :

در پایان، مرور ی داشته باشید تا نکاتی را پیدا کنید که موجب موفقیت شما شد. از خودتان بپرسید که آیا به پرسش هایش پاسخ دادید؟ آیا هنوز سوال های دیگری بی پاسخ مانده است؟ و در صورت ضرورت به آنها نیز پاسخ دهید. از وی بپرسید: تونستم جواب سوالت رو بدم؟ پراسپکت ها درباره مسائل و موضوعات مختلف

دیدگاه های مشابهی دارند. به وی نشان دهید که افکار و ایده های شما با او سازگار است. باید خودتان را جای پراسپکت بگذارید، نگرانی های او را بفهمید و نسبت به احساساتش همدردی نشان دهید.

چند روش بسیار پر کاربرد در پاسخ به سوالات و ابهامات :

پیگیری، ستون پایانی و طلایی ترین ستون ریفرال مارکتینگ است؛ پاسخگویی به سوالات، روشهای بسیاری دارد که برخی از آنها را برای شما میگویم:

1- روش هم حسی :

زیگ زیگلر از مریبان مشهور در این تجارت معتقد است: زمانی که ابهام یا سوالی وجود دارد روش "هم حسی" (Feel, Felt, Found) به کار ببرید. این کار یک ابزار ضربه گیر عالی در اختیارتان می گذارد و این فرصت را به پراسپکت می دهد تا خود را با دیگران یکی کند. مثال: "من احساس شما را می دانم؛ دیگران هم چنین حسی داشته اند تا اینکه فهمیدند..." "سپس یک مثال مناسب به کار ببرید. این روش پاسخگویی، در ابتدا هر ایرادی را نرم و ملایم می کند؛ زیرا پراسپکت حس می کند که شما او را درک کرده اید. پرکاربرد ترین روش برطرف کردن سوالات و ابهامات هم حسی است.

چگونگی عملکرد روش هم حسی:

با القای این موضوع که شما احساس پراسپکت را درک میکنید (هم حسی) بین خود و او یک هماهنگی مناسب برای رسیدن به نوعی تفاهم ایجاد میکنید Feel زمانی که درباره اشخاص دیگری که همان احساس را داشته اند، صحبت میکنید. شما کانون و مرکز توجه او را به نقطه بی طرفی معطوف میکنید که باورکردنی تر و قابل اعتمادتر است. همچنین، او ناخواسته خود را عضو گروهی از افراد هم عقیده میبندد و احساس تنهایی نمیکند. زمانی که او در ضمیر ناخودآگاهش به آن گروه پیوست، کار شما نیز راحتتر خواهد شد؛ زیرا با Felt بیان چگونگی تغییر عقیده آن گروه، طرف مقابل نیز که اکنون عضو آن گروه شده است؛ همزمان باید

تغییر عقیده بدهد Found

2- سوال با سوال :

شاید دوست شما سوالات غیرمنطقی یا حتی خنده دار از نظر شما بپرسد، به عنوان مثال از شما بپرسد:

اگر کسی را نتوانستم معرفی کنم چی؟ اگر پولم رو بردن چی؟

در مواجهه با این سوالات با حفظ خونسردی خود، سوال را به خود فرد بازگردانید و تا جایی که اصل سوال مشخص شود ادامه دهید، به عنوان مثال پرسید: چرا فکر میکنی کسی رو نتونی معرفی کنی؟ میشه دقیق تر بگی بهم پولتو ببرن یعنی چی؟ میشه به من توضیح بدی و دلالت رو بیان کنی؟

در این مواقع با پرسیدن سوال شما به اصل مطلب پی می برید و باید با اطلاعات خود ابهامات فرد را بر طرف کنید

3 - روش زاویه تند :

وقتی سوال پراسپکت به انتها رسید، می توانید از این روش استفاده کنید. برای نمونه، پراسپکت میگوید: وقت انجام آن را ندارم، شما در پاسخ می گوئید: یعنی اگه وقتشو داشتی، حتما انجامش میدادی؟ فقط مسئله وقت رو داری و اگه مسئله وقت رو برات حل کنم، هیچ مسئله دیگه ای نداری؟

4- روش جا عوض کردن (تعویض نقش) :

روش بسیار موثر دیگری که می توانید برای قطعی کردن از آن استفاده کنید، روش جا عوض کردن است؛ به ویژه اگر پراسپکت به شما جواب قطعی ندهد، می توانید از این روش استفاده کنید. در این روش شما می گوئید: اجازه بدهید من و شما لحظاتی جایمان را با هم عوض کنیم. شما خودتان را به جای من بگذارید و تصور کنید که من هستم! تصور کنید با کسی حرف می زنید که برایش احترام زیاد قائلید. شما به او یک فرصت عالی معرفی کرده اید. با این وجود دوست شما تصمیم نمی گیرد و دلیل تصمیم نگرفتنش را هم برایتان بازگو نمی کند. اگر جای من بودید، به او چه می گفتید؟ در اغلب مواقع، پراسپکت با شما علت اصلی تردید و دودلی خود را در میان می گذارد.

5 - روش کلام معکوس :

وقتی پراسپکت می گوید: از عهده خرید اولیه بر نمی آیم، شما در جوابش می گوئید: دقیقا به همین دلیل است که باید این کار رو شروع کنی! او در این زمان از شما می پرسد: "چی؟ منظورتان چیست؟" به یک جواب خوب فکر کنید. باید چند ثانیه ای فکر کنید و به این سوال جواب خوبی بدهید.



قوانین و مقررات در U_Team :

- 1- تمامی افراد می بایست یک آموزشی خود را فارغ از رزومه و سابقه قبلی، سن، موقعیت اجتماعی و... دریافت نمایند.
- 2- تمامی افراد با هر رزومه و سابقه قبلی، سن، موقعیت اجتماعی و... می بایست در جلسات آموزشی رتبه کارآموز حضور بعمل رسانند
- 3- تمامی جلسات مشاوره پس از اعتبار بندی لیست اسامی توسط رتبه مربی براساس لیست طلایی صورت گرفته و برگزاری جلسات مشاوره بدون رزومه ، دانش قبلی ، بدون اعتبار بندی از درجه اعتبار ساقط است.
- 4- جلسات آموزش رتبه کارآموز برای افرادی که اقدام به ثبت یک شخصی تجارت نکرده باشند، برگزار نمی شود.
- 5- حضور در تمامی جلسات و نشست هایی که در ارتباط با تجارت ریفارال مارکتینگ باشد براساس پوشش عرف و حرفه ای و مورد تایید اداره محترم اماکن صورت می گیرد.
- 6 - تشکیل و توسعه تیم فروش در شهری دیگر در صورتی امکان پذیر است که فرد شرایط زیر را دارا باشد:
 - دستیابی به رتبه مربی بر اساس چارت آموزشی.
 - داشتن حداقل دو نفر مستقیم فعال.
 - داشتن یک نفر مربی و یک نفر مشاور در تیم فرد.
 - توانایی مالی جهت تامین هزینه ها وجود داشته باشد.
 - شرایط رفت و آمد و اسکان در شهر مقصد فراهم باشد.
 - نفرت سطح سه ، دو و یک، شهر مقصد امکان حضور در جلسات شهر مبدا را داشته باشند.
- 7- تمامی جلسات و کارگاه های آموزشی و تیمی می بایست دقیقاً راس ساعت برگزار گردد.
- 8 - زمان تمامی جلسات مشاوره، پیگیری، آموزش و.. می بایست تا ساعت 24 روز قبل با حامیان هماهنگ شود در غیراینصورت جلسات مذکور برگزار نمی گردد.

- 9 - در صورت تاخیر بیش از 15 دقیقه ای جلسه مشاوره، مشاور می بایست از برگزاری مشاوره بعد از هماهنگی با حامی معرف، خودداری نماید.
- 10- تحت هیچ شرایطی نباید افراد فعال در دیگر شرکت های همکار مشاوره و یا پیگیری شوند.
- 11 - در صورت برگزاری جلسه مشاوره برای افراد فعال در دیگر شرکت ها، امتیاز مشاوره از مشاور سلب می گردد.
- 13 - در صورت برقراری رابطه مالی بین اعضای تیم تحت هر شرایطی، امتیاز حضور در جلسات از طرفین به مدت حداقل یک ماه سلب می گردد.
- 14- در صورت برقراری هرگونه روابط غیر کاری میان اعضا در هر موضوع و زمینه ای غیر از تجارت ریفرال واحد، امتیاز فعالیت در U_Team از طرفین به صورت کلی سلب می گردد.
- 15- تمامی قوانین ریفرال مارکتینگ شرکت هزارخدمات (مندرج در سایت شرکت) برای تمامی اعضای U_Team با هر رتبه تیمی لازم الاجرا می باشد.



فرهنگ واژگان در ریفرال مارکتینگ

واژگان زیر در ریفرال مارکتینگ ایران به صورت زیر ترجمه شده و کاربرد پیدا کرده اند. لازم به ذکر است که ممکن است برخی از واژگان به عنوان اشتباه مصطلح کاربرد پیدا کرده باشند و در واقع معنای اصی آنها چیز دیگری باشد.

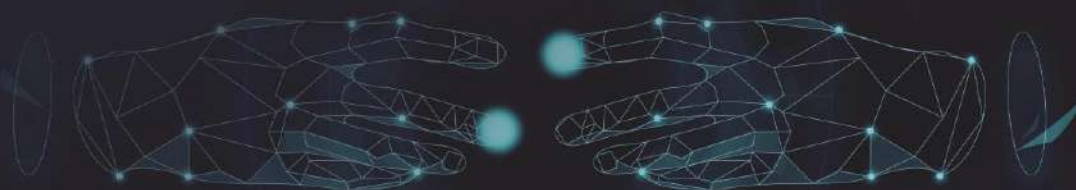
Adviser	مشاور ماهر، کارشناس
Attitude	نگرش، طرز فکر
Award – Promotion	جایزه
Beginner - User – Starter	کارآموز، تازه کار، تازه وارد
Binary	پلنی که بر مبنای رشد دونفره باشد. 2، 4، 8، 16 و...
Business	تجارت، کسب و کار
Caddy	همراهی و حمایت کردن
Circle of Influence	دایره اعتباری، دایره نفوذ، بازار گرم
Commission	پورسانت، درآمدی که از فعالیت شخصی به دست می آید
Company	شرکت
Cross Line	به افرادی که در تیم فروش دیگری کار میکنند
Customer	مشتری
Direct	به شخصی که در سطح یک شما ثبت نام کرده است
Direct Selling	فروش مستقیم، فروش بی واسطه
Downline	زیر مجموعه
Dream	رویا، آرزو
Dream Board	تابلوی که تصویر اهداف بر روی آن قرار میگیرد
Dream Stealer	دزد رویا، منفی باف
Duplicate	تکرار کردن، تکثیر کردن، همانند سازی
Fun	تفریح

E-commerce	تجارت الکترونیک
Edify	ارزشگذاری ، احترام گذاشتن
Failed	کناره گیری کردن از کار
Feel – Felt – Found	همزاد پنداری هم حس
Follow up – Follow	پیگیری ، پیگیری کردن
Full Time	تمام وقت
Genealogy – Schematic diagram	نمودار شمایک ، نمودار چیدمان افراد
Goal – Target	هدف
Income	درآمد
Investment System	سیستم های هرمی مبتنی بر جذب سرمایه
Invite	دعوت کردن ، قرار گذاشتن
Leader	راهبر ، رهبر
Level	سطح
Level By Level	پله پله ، سطح به سطح
Market	بازار
Marketing	بازاریابی
Negative	منفی
Network	شبکه
Network Marketing	بازاریابی شبکه ای
Networker	بازاریاب شبکه ای ، شبکه ساز
Objection	ابهام ، ایراد ، بهانه
Paradigm Shift	تغییر طرز فکر ، تغییر نگرش
Part Time	نیمه وقت
Positive	مثبت
Potluck	دورهمی
Present	مشاوره دادن ، معرفی کردن

Presenter	معرفی کننده ، مشاور
Prestige	حفظ شخصیت و اعتبار
Product	محصول ، کالا
Prospect	مشتری احتمالی ، نفر مقابل شما
Pyramid	هرمی
Question	سوال
Rejection	شکم سیری
Reward – Bonus	پاداش ، درآمدی که از تیم فروش به دست می آید
Simple	ساده
Stage	جذب حد اقل 2 نفر در سطح یک
Support	حمایت کردن ، پشتیبانی کردن
Supporter	حامی ، پشتیبان
Switch off	متوقف شدن ، کار نکردن برای مدتی
Team work	کار تیمی
Time	زمان
Time Bound	زمان بندی کردن
Top Leader	راهبر ارشد
Train	تمرین کردن
Trainer	تربیت کننده ، پرورش دهنده
UniLevel	پاداش چند سطحی
Upline	بالاسری ، افراد بالاسر شما در خط لیدر شیپ
Vision	بینش ، تصور
Win – Win	برد – برد ، برنده – برنده
Work shop	کارگاه آموزش و تمرین
Referral Marketing	بازاریابی ارجاعی



Unity Dreams



دپارتمان آموزشی وحدت رویاها

اردیبهشت ۹۹