**قوانین بازاریابی شبکه ای**

**نوشته ی مایکل گاس (Michael Goss)**

**(این مقاله در اصل در خبرنامه ی فورمور-ForMor در سال 1998 به چاپ رسیده است)**

**فهم قوانینی که بر موفقیت حکومت می کند زمانی که قصد شروع یک تجارت را داریم بسیار اهمیت دارد.بازاریابی شبکه ای به عنوان یک صنعت در حدود یک قرن است که پا به عرصه ی وجود نهاده است.اما بسیاری از مردم هنوز درک کافی از اصول پایه ای که این صنعت بر مبنای آن نهاده شده است را ندارند.**

**در اینجا اصول پایه ای بازاریابی شبکه ای را بیان می داریم:**

1. **چرخه ی تاثیر و نفوذ (circles of influence)**
2. **درآمد مازاد**
3. **سیستم اهرمی (leverage)**
4. **تکثیر(Duplication)**
5. **تصاعد هندسی (Geometric Progression)**
6. **حفظ و ظبط (Retention)**

**دایره ی تاثیر و نفوذ (circles of influence)**

**خبرنامه ی فورمور (ForMor) اصلاً بر مبنای این عقیده شکل گرفت که همه ی ما چرخه ی نفوذ یا شبکه های موجود مردمی را دارا می باشیم.در بازاریابی سنتی شرکت و فروشندگان می بایست سیستم سازگار با مشتری مداری را پیشرفت می دادند و توسعه ی این ارتباط مستلزم صرف وقت و هزینه بود.بدست آوردن سود حاصل از این مشارکت در سیستم سنتی شاید ماهها و سالها وقت می برد.**

**در تجارت ما، شرکت به دنبال بهره برداری از ارتباطی است که به طور واقعی بین شما و دایره ی تحت نفوذ شما وجود دارد.به خاطر سطح اعتمادی که محدوده ی تحت نفوذ شما به شما دارد تبلیغات بیان لسانی دیگر پا به عرصه می گذارد.مردمی که شما با آنان ارتباط دارید باور دارند که شما آنها را فقط به مشارکت های خوب و مثبت سوق می دهید.با بهره برداری از شبکه ی موجود خانواده ی خود، دوستان، همکاران تجاری، همکلاسی ها ، همسایه ها و غیره شما به اولین قانون بازاریابی شبکه ای عمل کرده اید.**

**چه اتفاقی می افتد وقتی من محدوده ی تاثیر خود را از بین می برم؟ بیشتر متخصصان معتقدند که شما احتمالا هرگز دایره ی تاثیر خود را از دست نخواهید داد.در حقیقت بسیاری از متخصصان بیان می دارند که متوسط افراد دست کم 2000 نفر را می شناسند .به هر حال دایره ی تاثیر شما همواره در حال گسترش هم می باشد.**

**در واقع غیر ممکن است که بتوانیم کسی را که در حیطه ی نفوذ ما نیست تحت تاثیر قرار دهیم و به طور موثر به او ضمانت دهیم.بنابر این قبل از آنکه بتوانیم دید مردم را از بازار خنثی(Cold market) با ضمانت خود برگردانیم می بایست در ابتدا با ایشان ارتباطی صحیح برقرار نماییم و آنها را وارد حیطه ی نفوذ خود کنیم.بازار سرد به مردمی گفته می شود که شما با ایشان ارتباطی جاری و ساری ندارید.**

***قبل از اینکه مردم با من وارد تجارت شوند باید مرا بشناسند ، مرا دوست بدارند و به من اعتماد نمایند.( برگزیده ی الماس پلاتینیوم، تاد بِیتس-Todde Bates)***

**افزایش ارتباط با یک فرد جدید فرآیندی است که زمان می برد و به سرعت قابل حصول نیست.در موقعیت های ویژه شما می توانید فرایند جذب را در زمانی که فرد مقابل به شدت انگیزه دارد را افزایش دهید.اما تعجب نکنید اگر این فرآیند چند هفته، یا چند ماه و یا حتی یکسال یا بیشتر طول بکشد.**

**ضمانت کردن فرآیندی است طبقه بندی شده چراکه ما تنها افرادی را قصد داریم ضمانت کنیم که متناسب با هدف و زمینه ی کاری ما هستند. آنها باید تمایل به درآمد زایی و کار کردن برای آن داشته باشند.آنها پول کافی برای شروع تجارت نیاز دارند و همچنین باید برای موفق شدن زمان کافی را اختصاص دهند.**

**قوانین بازاریابی شبکه ای بر مبنای حیطه ی نفوذ بنا شده است .موفقیت طولانی مدت به کار در این حیطه و توسعه ی مستمر آن بستگی دارد. ما به دنبال افرادی هستیم که حداقل 10 تا 15 ساعت در هفته را به این کار اختصاص دهند. ما نمی توانیم از کسی که برای بار اول او را می بینیم انتظار چنین تعهدی را داشته باشیم.**

**درآمد مازاد:**

**قانون دوم بازاریابی شبکه ای همان انگیزه ای است که بیشتر بازاریابان به دنبال آن هستند؛ یعنی همان پول. حقیقت این است که بیشتر مردم به درآمد بیشتر و ایده آل خود فکر می کنند. برای بسیاری افراد همین مسئله ی پول کافی است که آنها را به تجارت بزرگ خود جذب نمائیم. این صنعت به منظور قادر سازی افراد برای داشتن یک درآمد مازاد حاصل از کار پاره وقت طراحی شده است.**

**افرادی که در این تجارت کار می کنند 90 تا 95 درصد به صورت پاره وقت کار می کنند. بسیاری مردم برای بدست آوردن درآمدی مازاد بر درآمد خویش پا به این عرصه می گذارند.با این اوصاف نیاز به ایجاد طرحی که بتواند توانایی افراد را به صورت پاره وقت برای درآمدی بین 300 تا 1000 دلار در ماه تامین کند ایجاد می شود.**

**به منظور این که بتوانیم این درآمد را مازاد بر درآمد شخص در نظر بگیریم باید این درآمد به صورت ماهیانه و سالیانه مستمراً وجود داشته باشد. تنها راه حصول این موهم فقط برای اکثریت بالایی از توزیع کنندگان پاره وقت امکان پذیر است که در یک سیستم گردش مالی مثبت به صورت ماهیانه قرار بگیرند.**

**طرح مالی فورمور(ForMor) به منظور عملکرد هماهنگ با این قانون طراحی شده است.یک نفر می تواند با داشتن تنها 20 نفر در مجموعه ی خودش درآمدی 780 دلاری داشته باشد. این موضوع به این دلیل از اهمیت برخوردار است که این میزان درآمد به توزیع کننده ی پاره وقت اجازه می دهد که یک گردش مالی مثبتی را برای خود حفظ کند. تا آنجا که مردم ماهیانه نسبت به پولی که خرج می کنند پول بیشتری درمی آورند آنها خرید کالا را ادامه می دهند و وقتی مردم ماهیانه کالای بیشتری بخرند این موضوع باعث ایجاد درآمد مازاد خواهد شد.**

**سیستم اهرمی(leverage):**

***"من ترجیح می دهم که یک درصد تلاش 100 نفر را داشته باشم تا 100 درصد تلاش خودم را"***

**جی.پال گِتی (J.Paul Getty)**

**ثروتی که پایه های سیستم اهرمی را می سازد یکی از قوانین بازاریابی شبکه ای است.ثروتمندان و قدرت مندان این جهان قرن هاست که متذکر این اصل شده اند.این مفهوم بسیار ساده است.سیستم اهرمی به ما این اجازه را می دهد که سهم بیشتری را در ارتباط با ورودیمان کنترل کنیم و از آن بهره برداری نمائیم.**

**در بازارهای کالا شما می توانید کالاهایی را با تخفیف بخرید.شما می توانید یک کالا را با تنها درصدی کوچکی از پول که کل قرارداد نشان می دهد در اختیار داشته باشید.بنابراین شما می توانید با پول اندک میزان بیشتری را در اختیار داشته باشید.**

**در تجارت بزرگ ما، شما می توانید زمان، تلاش و پول را اهرم نمائید.این بدان معناست که شما می توانید از زمان و تلاش مردمی که در تجارت شما شریک هستند بهره ی اقتصادی ببرید.وقتی شما کسی را داخل این تجارت می کنید و او هم کسی دیگر را وارد آن می کند.شما در حالی که خودتان تمام کار را انجام نداده اید بهره ی مادی آن را می برید.**

**اهرم کردن بسیار قدرتمند است زیرا ما در توانایی های خود محدود هستیم.در هر روز تنها 24 ساعت وجود دارد.ما تنها برای این وقت داریم که تنها بتوانیم افرادی را به این طرح جذب نمائیم.زمان تورا برای تعویض کردن سی دی های یک دستگاه سی دی محدود می کند.اهرم کردن، میزان ساعاتی را که شما تلاشتان را چند برابر می کنید برای شما چند برابر می کند.**

**قدرت اهرمی تجارت ما ،شما را قادر می سازد که از تلاش بسیاری از افرادی که با شما کار می کنند بهره مند شوید. این قدرت به شما امکان می دهد که از مجموع کمک های اندک افراد زیادی بهره مند شوید.**

**برای مثال فرض کنید که در هفته برای کار تنها 10 ساعت می توانید وقت بگذارید و این تمام وقتی است که شما می توانید صرف کنید.حال اگر شما 4 نفر مثل خوتان که می توانند 10 ساعت در هفته کار کنند را به کار بگیرید می توانید در هفته 50 ساعت کاری داشته باشید و این در حالی است که شما همان 10 ساعت را وقت می گذارید و اگر هر کدام از آن 4 نفر، 4 نفر دیگر را بیاورند 16 نفر دیگر اضافه می شوند و شما از 200 ساعت فعالیت بهره مند می شوید در حالی که هنوز 10 ساعت وقت می گذارید.**

**همین طور که سازمان شما رشد می کند، توانایی اهرمی شما هم قوی تر خواهد شد. تجارت ما یکی از معدود تجارت هایی است که مردم عادی را قادر می سازد که وارد تجارتی اهرمی آن هم با اندک وقت و سرمایه شوند.**

**تکثیر(Duplication)**

**تکثیر یکی از اصول اصلی بازاریابی شبکه ای است.تکثیر به معنای تولید، تقلید یا کپی کردن است.یافتن کسانی که موفقیت ما را تکثیر کنند و خود نیز تمایل به انجام تجارت ما را دارند از ضرورت های تجارت ماست. ما قبل از یافتن کسانی که بتوانند موفقیت ما را تکثیر کنند خود باید موفقیت افراد بالا دست خود را تکثیر کنیم.**

**ما زمانی می توانیم دانه های تکثیر را کشت کنیم که خود تکثیرگر باشیم. نیازی به شکستن شاخ غول نیست! کافی است سیستم خود را بسازیم و به دیگران یاد بدهیم و بر اهمیت اصول و تکنیک های ثابت شده تاکید کنیم.**

**مطمئن باشید که شما تلاش کسی را تکثیر کنید که به سطحی از موفقیت مورد نظر شما رسیده باشد.موفقیت از خود رد پا به جای می گذارد. این تجارت به دلیل تکثیر آسان نتیجه بخش خواهد بود.وقتی ما فعالیت های موفق را به طریقی موفقیت آمیز تکثیر می کنیم می توانیم انتظار موفقیت خود را داشته باشیم.**

***اگر هرکسی در سازمان من آنچه را که من امروز انجام دادم انجام می داد آیا تجارت من رشد نمی کرد؟***

**از آنجایی که تکثیر اصلی است که بر تجارت ما حکم رانی می کند ما سود بالای 45 درصد را پاداش تکثیر سطح دوم قرار داده ایم. طرح اقتصادی فورمور در تطابق با قوانین بازاریابی شبکه ای طراحی شده است.**

**تصاعد هندسی (Geometric Progression)**

**مادامی که تکثیر در طول زمان ادامه پیدا کند، یک تبدیل به دو و دو تبدیل به چهار ، چهار شانزده و شانزده هم شصت و چهار ... می شود. تصاعد هندسی روند رشد یک سازمان را نشان می دهد.تصاعد هندسی مفهومی ریاضیاتی می باشد که شامل قوانین تکثیر، دو برابر سازی، رشد بسیار سریع و ترکیب می باشد.**

**تصاعد هندسی اصلی قدرتمند برای کسانی است که قادر به ساختن گروههای بزرگ هستند و این در حالی است که افراد اندکی قادر به ساختن چنین گروههای بزرگی برای ورود به عرصه ی تصاعد هندسی هستند. در تجارت ما تصاعد هندسی زمانی رخ می دهد که افراد زیادی را داریم که کار اندکی برای ما انجام دهند؛ کار اندکی که کلید موفقیت ماست.**

**وقتی تصاعد هندسی قوی شود رشد سازمان بر حیات خود ساخته، انرژی خودجوش و حرکت پویای رو به جلو شکل می گیرد و گسترش می یابد.سازمان بدون کمک زیاد شروع به رشد می کند حتی شما وقت برای استراحت هم می یابید.**

**طرح اقتصادی باید این رکن از قوانین بازاریابی شبکه ای را تامین کند.در شرکت فورمور حق الامتیاز مادام العمر و حق الامتیاز لیدرشیپ (رهبری) زایا را برای قدرتمند کردن سرشاخه ها طراحی کرده ایم تا بتوانند از مزایای تصاعد هندسی استفاده کنند.این دو رکن طرح اقتصادی ما به افراد اجازه می دهد که تا از اعماق فعالیت های سازمان خود منفعت داشته باشید .شما می توانید از عملکرد اندک افراد بسیار زیادی استفاده کنید.**

**حفظ و ظبط (Retention)**

**حفظ و ظبط آخرین قانونی است که بر تجارت ما حکم رانی می کند.حفظ تعداد یا درصد افرادی است که هر ماهه به خرید محصول ادامه می دهند. نوعاً در بازاریابی نرخ حفظ بین 10 تا 15 درصد است که به این معناست که تنها 10 تا 15 نفر از 100 نفری که به کار فروشندگی می پردازند به کار خود ادامه می دهند.**

**این تعداد تقریباً در تمام تلاش های برای فروش باقی می مانند .در بازاریابی شبکه ای این تعداد به دلیل پاره وقت بودن توزیع کنندگان عموماً کمتر است.فهم علت ماندن افراد در سیستم و کارکردن آنها کلیدی است برای موفقیت.**

**عوامل متعددی افراد را درگیر کار نگه می دارد. یا محصولات را دوست دارند، یا افراد را دوست دارند و یا دوست دارند پول در بیاورند.عموماً قاعده ی حفظ به این سه مولفه ختم می شود.**

**بسیاری در ابتدا به خاطر محصولات با کیفیت ما جذب می شوند.پس از مدتی این افراد شروع به تجارت می کنند و به محض شروع تجارت انگیزه های آنها عوض خواهد شد و در آن زمان پول در آوردن بر همه ی چیزها ارجحیت پیدا می کند.**

**مدل تجارتی فورمور هر سه ی این ارکان را تامین می کند .ما محصولات عالی و تاثیر گذار در زندگی را تجارت می کنیم که نتیجه بخش است.ما طرح اقتصادی ای داریم که افراد را تنها با 6 نفر از سود بهره مند می کند.و ما افراد بزرگی را داریم که می خواهند دیگران هم موفق شوند.**

**از آنجایی که مردم پول بیشتری در ازای زمان کمتری با شرکت ما درمی آورند آنها به خرید محصولات ما ادامه می دهند. بسیاری از کسانی که شرکت ما را رها می کنند به این دلیل است که آنها قادر به درآوردن پولی که می خواهند نیستند.**

**و این همان دلیلی است که ما طرح اقتصادی فورمور را در تطابق با قوانین بازاریابی شبکه ای تنظیم کرده ایم. شما زمانی از تجارت خود احساس اطمینان می کنید که بدانید مطابق قانون است و نه ضد آن. قوانین طبیعی با تسامح و سهل انگاری نمی توانند شکسته شوند. این ماییم که باید خود را در مقابل قانون متواضع و تسلیم کنیم.**

**پایان ترجمه در تاریخ 30/9/1390**

**ساعت 1:53 صبح**