

دایره‌ی اول

اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای

زندگی گنج

ترجمی

علی معتمدی



موسسه انتشارات

■ سرشناسه: گیج، رندی Gage, Randy ■ عنوان و نام
 پدیدآور: دایره‌ی اول: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای /
 مؤلف: رندی گیج؛ ترجمه‌ی علی معتمدی. ■ مشخصات نشر:
 مهریز: رخداد کویر، ۱۳۹۶. ■ شابک: ۹-۸-۹۵۵۷۹-۶۰۰-۹۷۸
 ■ وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا ■ یادداشت: عنوان
 اصلی: Making the first circle work : the foundation
 for duplication in network marketing, 2011. ■ عنوان
 نشر: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای. ■ موضوع:
 بازاریابی چندسطحی ■ شناسه افزوده: معتمدی، علی، ۱۳۶۱-
 ترجمه: ■ مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص: ۱۲×۱۷ س.م. ■ رده بندی
 ک. گ. الف ۶۱۰/۹۵۲/۱۲۶/۵۴۱۵ HF ■ رده‌بندی دیویی:
 ۸۷۲/۱۰۰۰ ■ شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۰۶۰۶۳.

♦
 دایره‌ی اول: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای

Making the first circle work : the foundation for
 duplication in network marketing

■ مؤلف: رندی گیج ■ مترجم: علی معتمدی ■ صفحه آرایشی:
 مؤسسه آواز قلم سدید یزد ■ آماده‌سازی: غلامحسین به شارق
 ■ شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه ■ نوبت چاپ: اول ■ سال چاپ: بهار
 ۱۳۹۶ ■ قیمت: ۵۰۰۰ تومان ■ تلفن: ۰۱۸۰۰۸۴۳۴.

همه‌ی حقوق برای انتشارات رخداد کویر محفوظ است.



انتشارات رخداد کویر

Rokhdadkavir.ir

فهرست مطالب

مقدمه.....	۵
فصل اول: همانند سازی کجاست؟.....	۹
فصل دوم: قدرت ذهن.....	۱۵
فصل سوم: انجام کار درست.....	۲۷
فصل چهارم: چشم مصرف.....	۳۳
فصل پنجم: ارزش باران.....	۴۵
فصل ششم: آب دهن به ریشه‌ی اصلی.....	۵۱
فصل هفتم: فروش بلیط.....	۵۷
فصل هشتم: تشویق کننده، نه اعلام کننده.....	۶۹
فصل نهم: پیشگیری از ورود به بن‌بست.....	۸۱
فصل دهم: رهبری قبیله.....	۹۳
پیوست: سوپرستارهای بازاریابی شبکه‌ای.....	۱۰۹

مقدمه

برای برگزاری چند همایش و سخنرانی در آمریکای
جنوبی بود. من و خوزه لوپز سوار هواپیما بودیم و مشغول
برف کردن هواپیما بودیم. خوزه به سخنرانی من در شب قبل اشاره کرد.
او گفت: «سخنرانی دیشبت درباره‌ی دایره‌ی اول رو
می‌تونی کتاب کنی. این کتابو حتماً باید بنویسی.» من
گفتم که کتاب‌های دیگری در برنامه‌ام دارم که بنویسم. او
گفت: «باشه، ولی به نظر من این ایده‌ی خیلی خوبیه و
نتورک‌ها واقعاً به این کتاب نیاز دارن. همانندسازی در
نتورک خیلی مهمه.»

خب، هرچه بیشتر به حرف خوزه فکر می‌کردم، به
اهمیت آن بیشتری می‌بردم. حرفش منطقی بود.
خیلی‌ها همانندسازی را اشتباه متوجه شدند. آن‌ها
نمی‌دانند که این جور چیزی اصلاً وجود دارد. آن‌ها
به اشتباه تقصیر نتایج نسبتاً خوب یا ضعیف خود را
گرددن بالا شاخه‌ای یا زیرشاخه‌های خود می‌اندازند. اما
این رویکرد اصل مسئله را نادیده می‌گیرد: فرهنگ

مجموعه یا سازمان را ما می‌سازیم و زیرشاخه از رفتار ما الگو می‌گیرد.

متأسفانه به خاطر نوع سرشت انسان، ظاهراً ۹۰ درصد کارهای بد و منفی همانندسازی می‌شوند و تنها ۴۰ یا ۵۰ درصد کارهای خوب و مثبت همانندسازی می‌شوند. پس کارهای بد ما در رأس مجموعه یا سازمان انجام می‌دهیم تأثیر بسیاری می‌رفتار و کردار تک‌تک زیرشاخه‌های ما تا پایین‌ترین سطح می‌گذارد.

ما فرهنگ سازمان را تعیین می‌کنیم و این فرهنگ خودش را به صورت مثبت یا به صورت منفی نشان می‌دهد. اما در صورت خودش را نشان می‌دهد.

کتابی که در دست دارید درباره‌ی همین موضوع است. این کتاب شامل ایده‌هایی است که با آنها می‌توانید میزان فروش‌تان، سرعت رشد مجموعه‌تان، میزان انسجام تیم‌تان، اصول مجموعه‌تان، و پایین‌ترین زیرشاخه‌ها تا پایین‌ترین سطح به این اصول را تعیین و مشخص کنید.

همانندسازی سازه‌ی اصلی بازاریابی شبکه‌ای است؛

همانندسازی جوهره‌ی رهبری است. و درست همان‌طور که در رفتار تمام رهبران واقعی می‌بینیم، رهبری این نیست که به دیگران روش انجام کار را دستور دهیم، رهبری یعنی رفتاری را که می‌خواهیم پیروان انجام دهند خودمان در آن رفتار الگو و سرمشق باشیم. اولین کسی را که باید رهبری کرد خودمان هستیم.

ایده‌ی ما به این نتیجه برسد که مسئولیت کسب کار، ان را خودتان بر عهده بگیرید و موفقیت کسب و کارتان را در بازو دیگر و آدم‌های دیگر جستجو نکنید. اگر عزت‌کنند که دایره‌ی اول را راه بیندازید، دایره‌های زیر شما هم راه می‌افتند و، به این ترتیب، موفقیت را شما رقم می‌زنید.

ندی گیج

فلوریدا، ساحل میامی

ژانویه ۲۰۱۱