

۴۱۱
فصل
رمز شکنی

اسرار مغز

درس‌های ساده‌ای برای حرفه بازاریابی شبکه‌ای شما

نوشته: کیث شرایتر

تام «بیگ آل» شرایتر

ترجمه: نیما عربشاهی

سرشناسه: شرایتر، کیث Schreiter, Keith

عنوان و نام پدیدآور: رمزشکنی اسرار مغز: درس‌های ساده‌ای برای حرفه بازاریابی شبکه‌ای شما/نوشته کیث شرایتر، تام «بیگ ال» شرایتر؛ ترجمه نیما عربشاهی؛ ویراستار علی‌اصغر عربشاهی

مشخصات نشر: قم: بیان روشن، ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۰۶۰-۳-۳

عنوان اصلی: Breaking The Brain Code: Easy Lessons for Your Network Marketing Career, 2021

موضوع: بازاریابی چندسطحی، بازاریابی اینترنتی، موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده: شرایتر، تام Schreiter, Tom

رده‌بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۲۶

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۸۵۸۸۵

طراح جلد: امیر توکلی

ویراستار: علی اصغر عربشاهی

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول تاریخ چاپ: پاییز ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۰۶۰-۳-۳

ناشر: بیان روشن

Instagram ID: uplines.ir

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

کانال تلگرام مترجم: me/uplines

توزیع: ۵۰ ۳۳ ۱۱۷ ۹۱۲ (علی اصغر عربشاهی)

توجه: کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مترجم بوده و هرگونه چاپ و تکثیر به هر شکل از ممتویات این کتاب بدون اجازه کتبی از مترجم شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پی‌گیری قضایی است.

فهرست

۵	درباره نویسندگان
۶	پیش گفتار
۹	دو مرد جوان
۱۱	آیا گوش‌های مشتری احتمالی واقعاً سالم هستند؟
۲۰	مغز ما هر روز چه می‌کند؟
۲۴	مهارت‌های پیش‌بینی
۲۹	چگونه تخیل خودمان را بیدار کنیم؟
۳۲	قرار دادن اطلاعات جدید در مغز مشتریان احتمالی
۳۶	آیا رئیس ما بچه خرگوش‌ها را در خانه کشته است؟
۴۰	چگونه بر کمبود بلندپروازی غلبه کنیم
۴۲	چگونه ریسک کنیم
۴۴	بهترین راه یادگیری یا حل مشکل؟
۴۶	ترس از باخت، بزرگ‌تر از اشتیاق به بُرد است
۴۸	تو به کار معتادی! تعادل زندگی نداری
۵۱	پول نقد، واقعی است، «اکنون» واقعی است
۵۶	چگونه ذهن مشتریان احتمالی را تغییر دهیم؟
۶۳	سوال درست برسید
۶۷	آشنایی، موجب حس مثبت می‌شود
۶۹	سوگیری قالب‌بندی و لنگرگیری ما
۷۴	از این بیزارم، ولی به درد می‌خورد
۷۷	چگونه مغزمان را گول بزنیم که احساس خوبی داشته باشد
۸۰	«اجبار» در مقایسه با «فرصت»

پیشگفتار

«بله! می‌خواهم موفق بشوم! با تمام وجود به‌سوی اوج می‌شتابم!»
مغز ما به سخنرانی انگیزشی ما گوش می‌دهد و سپس آنرا نشنیده می‌گیرد! چه شد؟!

«این‌دفعه فرق می‌کند. هر روز روی هدف سال جدیدم کار می‌کنم تا به آن برسم.»

مغز ما گوش داده، از قصد خوبمان تشکر کرده و می‌خندد. سپس کمی ذرت بو داده و نوشیدنی سفارش می‌دهد، لم داده و به تماشای خیال‌بافی‌های ما ادامه می‌دهد.

«من برنده‌ام! اراده‌ای در درونم دارم! من موفق خواهم شد!»
مغز ما گوش داده و می‌اندیشد: «شبهه یاوه‌گویی‌های این فرقه‌های انگیزشی است!» و سپس به شغل تمام‌وقتش در جهت نابودی موفقیت ما برمی‌گردد. ماجرا چیست؟

مغز ما... بهم ریخته است!

مغز مشتری/همکار احتمالی ما نیز بهم ریخته است!

ما برنامه‌هایی در ذهن ناهشیار خود داریم که به مغز ما می‌گویند چه بکند.
مغز ما عضوی است که برای بقاء و زنده نگه داشتن ما طراحی شده است. اگر الان داریم این کتاب را می‌خوانیم نشان می‌دهد که تا کنون کارش را خوب انجام داده است.

خوب به آن فکر کنید. مأموریت شماره یک مغز ما، زنده نگه داشتن ما است. این عضو به‌خوبی و برای هدف فرار از خطر و شکارچی‌ها و بقاء طراحی شده

است.

مغز ما برای بازاریابی شبکه‌ای طراحی نشده است. مغز مشتری احتمالی ما نیز درگیر همین نقصان است.

این یعنی چه؟ چون مغز ما مأموریت متفاوتی دارد، از تصمیم‌های ما و فعالیت‌های روزانه بازاریابی شبکه‌ای ما پشتیبانی نمی‌کند؛ و بدتر هم می‌شود! مغز ما بیشتر وقت‌ها علیه ما دست بکار می‌شود. در نتیجه؟ نتایج ضعیف و استیصال حاصل می‌شود.

چه می‌توانیم بکنیم؟

مغزمان را گول بزنیم. بله، باید روی محدودیت‌های مغزمان کار کنیم تا به نتایج مطلوبمان در بازاریابی شبکه‌ای دست یابیم.

مغز مشتریان احتمالی چگونه؟ آیا ذهنشان بسته است؟ آیا مانع از ورود اطلاعات نو و مفید و گزینه‌های دیگر می‌شوند؟ بله.

آیا ذهن مشتریان احتمالی از انتخاب عرض‌ورزانه، ترس از تغییر و خطای محاسباتی رنج می‌برد؟

بله. ذهن ما از تمامی این موارد رنج می‌برد ولی قرار نیست آنرا بپذیریم.

ما می‌توانیم با درک قوانین پایه‌ای مغز، به مشتریان احتمالی کمک کنیم که بر محدودیت‌های ذهنشان غلبه کنند.

قوانین مغز را چنین تصور کنید. فرض کنید بینایی ضعیفی داریم و نمی‌توانیم واضح ببینیم.

قوانین مغز یعنی استفاده از عینک اصلاح‌کننده دید. این عینک ما را قادر می‌کند که چیزهایی را ببینیم که قبلاً نمی‌توانستیم. قوانین مغز شاید نتوانند طرز کار مغزمان را عوض کنند ولی به ما اجازه می‌دهند که بر نارسایی بینایی غیر دقیق خود فائق آییم.