

إيريك ووري



انطلق للاحتراف

7 خطوات لتصبح

محترفاً في

البيع المباشر

قو برو

7 خطوات

لتصبح محترفاً في البيع المباشر

إيريك ووري

هذا الكتاب مخصص لموزع البيع المباشر
شكراً لك على امتلاك الشجاعة لتابعة أحلامك
ما دفعني لترجمة هذا الكتاب العالمي هو أن أخلق
الحرية لِنفسي ولعائلي، أيضاً لعلّي أستطيع مساعدة
آلاف الأشخاص الآخرين على القيام بنفس الشيء،
وإعطاء الأمل لليائسين، وتشجيعهم على تحقيق
أحلامهم.

ترجمة وتنسيق

د/رشاد العامري

الفهرس

04	المقدمة
08	الفصل الأول: البيع المباشر ليس مثالياً ،، لكنه الأفضل
24	الفصل الثاني: قرر أن تكون محترفاً
29	الفصل الثالث: مثل أي مهنة، ستحتاج إلى تعلم بعض المهارات.....
31	الفصل الرابع: المهارة (1) التنقيب على الشركاء المحتملين.....
37	الفصل الخامس: المهارة (2) الدعوة ولفت الإنتباه
60	الفصل السادس: المهارة (3) عرض المنتج أو الفرصة.....
67	الفصل السابع: المهارة (4) متابعة العملاء المحتملين
80	الفصل الثامن: المهارة (5) مساعدة العملاء ليصبحوا موزعين.....
86	الفصل التاسع: المهارة (6) مساعدة الموزع للبدء بشكل صحيح
92	الفصل العاشر: المهارة (7) الترويج للفعاليات
99	الفصل الحادي عشر: أي شيء مفيد يستغرق وقتاً
112	الفصل الثاني عشر: إن الأمر يستحق كل هذا العناء
120	نبذة عن المؤلف
122	الخاتمة

مقدمة

أتذكر اليوم الذي تعرفت فيه على البيع المباشر لأول مرة كان ذلك في يناير 1988، كنت في الثالثة والعشرين من عمري وأبيع العقارات لشركة صغيرة يملكها والدي وصديقه جون جويس، كنت متزوجاً حديثاً ولدي طفل صغير، كنت متأخراً بالفعل في سداد فواتيري، وكنت خائفاً، في العام السابق ربحت حوالي 45000 دولار في عمولات العقارات وهو أمر جيد، كانت المشكلة أنني أنفقت حوالي 60000 دولار، ولم أدخر أي أموال لدفع ضرائبي والتي ستستحق في غضون أشهر قليلة فقط.

عندما جاء جون جويس إلى مكتبي في ذلك اليوم وقال: "إيريك ..أعتقد أن لدي طريقة لكسب بعض المال الإضافي"، قلت: "أخبرني المزيد!" ثم تابع قائلاً: إن أحد أصدقائه الجيدين لديه شيئاً ليعرضه علينا ودعانا إلى منزله. لذا .. ركبت السيارة مع جون ووالدي وذهبنا إلى هناك للتحقق من الأمر.

وعندما وصلنا أخذنا إلى غرفة المعيشة الخاصة به، وأدخل شريطاً في مسجل الفيديو الخاص به وضغط على زر التشغيل، جلست وشاهدت هذا الفيديو المجنون، كان مليئاً بالقصور والسيارات الفاخرة وشهادات الأشخاص الذين حققوا ثروات بين عشية وضحاها، كان الأمر مبالغاً فيه لدرجة أنني لم أستطع تصديق أنه حقيقي، لذا شرعت في إخبار الجميع بأنني أعتقد أنها فكرة سيئة ولم أكن مهتماً، لم تستطع تخيلاتي العقلية الطبيعية أن تسمح بذلك، ثم حدث شيء مثير للاهتمام، قال جون ووالدي: "حسناً..! هذا أمر مؤسف، سنفعل ذلك على أي حال".

كان لهذا تأثير كبير عليّ لأن الشيء الوحيد الأسوأ من الإفلاس والوقوع في الديون هو فكرة رؤية هذين الشخصين يحققان أموالاً طائلة بدوني!

لذا غيرت موقفي، وأخذت والدي جانباً وسألته عما إذا كان سيقرضني بعض المال للتسجيل، الحمد لله أنه قال نعم، لأن قراري بأن أصبح موزعاً للبيع المباشر غير حياتي تماماً.

عندما بدأت تعاملت مع عملي كما يفعل معظم الناس أي أنني لم أتعامل معه كعمل تجاري على الإطلاق، دخلت وأجريت بعض المكالمات الهاتفية، وأملت أن يكون **توقيتتي وتمركزي** كافيين لأحظى **بالحظ** وأربح بضعة دولارات، وفي البداية نجح الأمر! لقد ربحت بعض المال، وكان الأمر مثيراً للغاية، على الرغم من أنني يجب أن أفصح عن شيء لك، في تلك الأشهر القليلة الأولى كانت استراتيجيتي بالكامل هي الاتصال بسرعة بجميع جهات اتصال والدي قبل أن يتسنى له الوقت للوصول إليهم، اعتقدت أنه إذا اتصلت بهم وأخبرتهم أن والدي وجون جويس متورطان، وأقنعتهم بحضور اجتماع أو مشاهدة مقطع فيديو، فلن يتشاجر والدي حول من سيحصل على الفضل، لأنني كنت في مؤسسته، لقد حققت نجاحاً محدوداً في هذا، ولكن كما يمكنك أن تتخيل لم يستمر طويلاً.

لذا بعد ثلاثة أشهر من بدء عملي، **توقف** دخلي من البيع المباشر، وعندما حدث ذلك، اختفى موقفي الإيجابي تماماً، بدأت ألوم كل شيء وكل شخص على افتقاري للنجاح، لم يقدم لي رؤسائي المساعدة الكافية، لم تقدم الشركة التدريب المناسب، لم أكن أعرف عدداً كافياً من الأشخاص، لم يحترمني أحد لأنني كنت صغيراً جداً، ألقيت اللوم على المنتج، ألقيت اللوم على الشركة، ألقيت اللوم على الاقتصاد، **ألقيت اللوم على الجميع إلا نفسي**.

لكنني واجهت مشكلة كبيرة، لم يساعدني إلقاء اللوم على العالم في سداد فواتيري، وقد ابتعدت عن العقارات بعد شيك العمولة الأول، كان الأمر سيستغرق وقتاً طويلاً للحصول على عمولة عقارية ولم أكن حاصلًا على

شهادة جامعية، لذا كان الحصول على وظيفة بأجر لائق أمراً غير وارد، كان المكان الوحيد الذي يمكنني الذهاب إليه لإنشاء بعض التدفق النقدي هو العودة إلى البيع المباشر، لذا وضعت رأسي على الأرض وذهبت للعمل.

في البداية لم يكن الأمر سهلاً في الواقع، في السنوات الثلاث الأولى من حياتي قمت بإعادة بناء مؤسستي سبع مرات! كنت أبنيتها ثم تنهار، ثم أبنيتها مرة أخرى ثم تنهار مراراً وتكراراً.

بعد تلك السنوات الثلاث كنت أكثر من محبط، لقد فقدت الأمل تقريباً، ثم حدث شيء غير حياتي، في الواقع كان مزيجاً من أمرين، كان ذلك في الليلة التي تسبق مؤتمر الشركة وكنت أشاهد برنامجاً إخبارياً على التلفزيون، كان لديهم ضيف خبير في موضوع لا أتذكره الآن .. ما دار في ذهني هو:

"كيف يصبح الشخص خبيراً في هذا الموضوع؟" الشيء الوحيد الذي يمكنني التفكير فيه هو أنه يجب أن يكون قد قرر أن يكتسب الخبرة، ويتعلم كل ما يمكنه، ويقرأ كل كتاب، ويتحدث إلى كل شخص آخر، ويتعلمه تماماً حتى يصبح خبيراً، في اليوم التالي ذهبت إلى مؤتمر الشركة وشاهدت نجماً تلو الآخر يمشي على المسرح، ثم كان الأمر أشبه بضربة صاعقة .. أخيراً أدركت ذلك.

لقد أدركت أنني إذا قررت حقاً أن أفعل ذلك فيمكنني أن أصبح خبيراً في البيع المباشر، يمكنني التركيز على المهارات، يمكنني أن أتدرب حتى أصبح خبيراً، ولا يمكن لأحد أن يوقفني، حتى تلك اللحظة كنت أبحث دائماً عن زاوية، كنت آمل أن أكون محظوظاً، كنت آمل أن أرى ذلك النجم الخارق الذي سيغير كل شيء، وكنت خائفاً من أن أفقد فرصتي إذا لم يحدث ذلك قريباً.

في لحظة .. تغير كل شيء، أدركت أنني لست مضطراً إلى القلق بشأن الحظ، كان التوقيت والتمركز لطيفين، ولكن ليس ضرورياً لنجاحي على المدى الطويل، لم يكن عليّ أن أقلق بشأن أبلائني، أو معرفة الأشخاص المناسبين، أو أي شيء آخر، كل ما كان عليّ فعله هو أن أصبح خبيراً.

لذلك قررت في ذلك اليوم تغيير تركيزي وتطوير المهارات اللازمة لأصبح محترفاً في البيع المباشر، كان يوماً غير حياتي، ومنذ ذلك الحين كانت حياتي مغامرة مذهلة أصبح البيع المباشر مهنة بالنسبة لي، لقد أستمتعت بحرية كاملة في الوقت، لقد قابلت أشخاصاً رائعين حول العالم، لقد تمكنت من لمس حياة مئات الآلاف من الأشخاص والتأثر بهم، والسفر في جميع أنحاء العالم، والمساهمة في القضايا المهمة بالنسبة لي والأهم من ذلك أن أصبح شخصاً أفضل في هذه العملية، لقد حدث كل هذا بالنسبة لي ويمكن أن يحدث لك أيضاً.

في هذا الكتاب، سأقدم لك المبادئ الأساسية التي يمكن أن تواجهك لتصبح محترفاً في البيع المباشر، لقد خدمتني هذه المبادئ جيداً على مدار العقود القليلة الماضية وأنا أعلم أنها ستخدمك أيضاً.

مرحباً بك في مغامرة جديدة ومثيرة

الفصل الأول

البيع المباشر ليس مثالياً .. لكنه الأفضل

هل تشعر بالقلق؟ هل تشعر بعدم الرضا؟ هل تشعر أنه يجب أن تكون هناك طريقة أفضل عندما يتعلق الأمر بعملك وطريقة كسب عيشك؟

الخبر السار: هناك طريقة أفضل، لكنها مختلفة عما تعلمته في المدرسة، دعني أوضح لك الأمر.

أثناء سفري وإلقاء محاضرات حول العالم، أحب أن أعب لعبة مشاركة الجمهور، أطلب من الناس مساعدتي في إنشاء العمل التجاري المثالي وإخباري بأشياء محددة يرغبون في امتلاكها في هذا العمل والأشياء التي يرغبون في تجنبها، هذا دائماً ما يؤدي إلى قائمة مثيرة للاهتمام للغاية، إذا كنا وجهاً لوجه فسأفعل نفس الشيء معك الآن، ولكن نظراً لأننا لسنا وجهاً لوجه دعني أخص لك ما قاله لي أشخاص من أكثر من 30 دولة أثناء إنشاء ما أحب أن أسميه "مواصفات الوظائف المثالية" ولخصتها في الآتي:

- حرية الزمان والمكان
- أن تكون مدير نفسك
- أن يكون الدخل مفتوح

الآن، قد تضيف بعض السمات الخاصة بك، ولكن ألا توافق على أن هذه بداية جيدة جداً؟ تخيل أن تكون قادراً على الاستمتاع بمهنة بكل هذه السمات!

كل "الوظائف" التي أعرفها تندرج ضمن واحدة من الخمس الفئات:

- 1) المهن اليدوية (الياقات الزرقاء)
- 2) الوظائف المكتبية (الياقات البيضاء)
- 3) أعمال المبيعات
- 4) ملكية المشاريع التقليدية
- 5) أعمال الاستثمارات

والآن سأوضح لكم كل واحدة من هذه الوظائف بالتفصيل كالتالي:

1) الياقات الزرقاء (المهن اليدوية):

هو شخص يعمل جاهداً لإصلاح شيء ما، أو صنع شيء ما، أو تنظيف شيء ما، أو بناء شيء ما، أو خدمة شيء ما (أو شخص ما).

في حياتي، عملت في العديد من المهن اليدوية، وبالنسبة لأي شخص انخرط في هذا النوع من العمل، فهناك قدر معين من الرضا في العمل المنجز بشكل جيد.

ولكن إليك السؤال الكبير: هل يمكن للمهن اليدوية أن تحقق مواصفات الوظائف المثالية؟ الإجابة الواضحة هي لا - بالتأكيد، يمكنها أن تحقق بعض الصفات، قد يكون لديه منتج رائع وتكلفة بدء تشغيل منخفضة أو أي عدد من العناصر الفردية الأخرى في القائمة، ولكن إذا نظرت إليها حقاً، فإن العمال ذوي الياقات الزرقاء لا يمكنهم الوصول إلى المكان الذي يريد أن يكون فيه، إذا "ليست المهنة المثالية".

(2) الياقات البيضاء (الوظائف المكتبية):

هو الشخص الذي يتم توظيفه من قبل شخص آخر للقيام بعمل آخر غير المهن اليدوية أو المبيعات.

يختار العديد من الأشخاص مهنة ذوي الياقات البيضاء، لأنها واحدة من أكثر الخيارات المتاحة قبولاً اجتماعياً، طالما كان يُنظر إليها على أنها الخيار الآمن والمأمون، لقد تغير ذلك مؤخراً، لقد ولى منذ زمن طويل العقد الضمني الذي ينص على أنه إذا كنت مخلصاً للشركة، فإن الشركة ستكون مخلصاً لك.

لقد عملت أيضاً كموظف ذي ياقة بيضاء في حياتي المهنية، وفي تجربتي هناك نوعان من الأشخاص الذين يقومون بهذا النوع من العمل هم : **المنجزون والمختبئون.**

المنجزون: هم الأشخاص الذين يقومون بأعلى مستوى من الأداء، وهم في حماس وحيوية ولديهم أفكار، ولكن هناك جانب سلبي (**الحسد**) من قبل مرؤوسيه أو أقرانه، ولذلك يجب عليه أن يكون متملقاً حتى يستمر.

في اللحظة التي يقرر فيها الشخص أن يكون ناجحاً، فإنه يصبح هدفاً، يرى رئيسه أنه يشكل تهديداً لوظيفته، لذلك يبدأ في إحباطه أو إطلاق النار على سمعته، ويرى أقرانه أنه شخص إما سيحرجه أو يمنعه من الحصول على ترقية، لذلك يبدأ في فعل ما في وسعه لتقويض إنجازاته.

لذا .. لكي يظل المرء من أصحاب الإنجازات ويتمكن من البقاء في هذه البيئة المعادية، يتعين عليه أن يصبح بارعاً في أمر واحد لا علاقة له بإنتاجيته – وهو **التملق**، ويتعين عليه أن يتعلم كيفية التعامل مع العالم المتملق من خلال تقليص أعدائه وتعزيز علاقته بالآخرين.

إن هؤلاء الأشخاص هم أشخاص أقوياء، والواقع أن أكثر الناس نجاحاً في عالم الشركات ليسوا من أصحاب الإنجازات على الإطلاق، إنهم متملقون بحتون، لذا فإذا قررت العمل في بيئة الشركات وأن تكون من أصحاب الإنجازات، فیتعين عليك أن تقبل حقيقة مفادها أنه يتعين عليك أن تصبح متملقاً جيداً أيضاً، والآن دعونا نتحدث عن الصنف الآخر.

المختبئون: هؤلاء هم الأشخاص الذين يكرهون السياسة، ولكنهم ما زالوا بحاجة إلى وظيفة، إنهم يتعلمون ألا يكونوا كالمنجزين، إنهم لا يبرزون، ولا يتحدثون في الاجتماعات، ولا يطرحون أفكاراً جديدة، إنهم يختبئون، إنهم ينكمشون ويفعلون ما يُؤمرون به، إنهم يفعلون ما يكفي فقط حتى لا يتحدث عنهم أحد سلباً، إنهم يبقون على قيد الحياة.

وقد نجح هذا على مدى عقود من الزمان، ولكن في الاقتصاد الجديد أصبح الاختباء أكثر صعوبة، والناس ينفذ وقتهم، لذا.. فلنعد إلى قائمة المهن المثالية: هل يمكن لوظيفة مكتبية أن تفي بالقائمة؟ مرة أخرى الإجابة الواضحة هي لا - بالتأكيد ليس في العديد من المجالات.

3) أعمال المبيعات:

يختار بعض الأشخاص الابتعاد عن كونهم "موظفين" والانخراط في مهنة المبيعات، هذا بالتأكيد أكثر مغامرة لأن مندوبي المبيعات عادةً ما يتقاضون أجورهم على إنتاجهم بدلاً من الأجر بالساعة، لقد عرفت الآلاف من مندوبي المبيعات، هناك موضوع مشترك لاحظته على مدار مسيرتي المهنية، سيكون لدى مندوب المبيعات النموذجي فترة زمنية حيث تسير الأمور معهم على ما يرام، كل ما يلزمه يتحول إلى ذهب ويكسب أموالاً جيدة حقاً، وبمجرد حدوث ذلك فإنهم دائماً ما يضبطون نمط حياتهم على هذا المستوى من الدخل العالي، يشترون منزلاً جديداً، ويحصلون على سيارات جديدة،

ويرسلون أطفالهم إلى مدارس أفضل، ويشترون منزلاً لقضاء العطلات، كل شيء يعمل، كل شيء رائع لفترة من الوقت، ثم يتغير شيء ما، تغير الشركة خطة التعويض، ويتم تقليص أراضيتها، ويظهر منافس، وتفقد أفضل عملائها، ويدخل الاقتصاد في حالة ركود، أو تجعل التكنولوجيا الجديدة عرضها أقل قيمة، أو تغير اللوائح الحكومية صناعتها، هذه مجرد أمثلة قليلة، هناك مئات الأسباب الأخرى التي قد تجعل عالم مندوبي المبيعات أكثر تعقيداً (وربما سيفعلون ذلك).

وعندما يحدث ذلك مع نمط الحياة الكبير الذي طوروه فإن 40 ساعة في الأسبوع لا تكفي لدفع الفواتير، لذا فإنهم ينتقلون إلى 50 ساعة في الأسبوع، ثم 60، ثم 70، ثم تصبح حياتهم صغيرة جداً، نعم .. لديهم الأشياء ولكن ليس لديهم الوقت للاستمتاع بها.

والتحدي الآخر الذي تواجه مهنة المبيعات هو أنه بغض النظر عن كيفية أداء الشخص، فإنه لا يزال يبدأ من الصفر في اليوم التالي، قد يكون من المرهق أن تعيش تحت هذا النوع من الضغط لفترة طويلة من الزمن.

هل يمكن لمهنة المبيعات أن تدفع الفواتير؟ بالتأكيد نعم، ولكن هل يمكنها تحقيق المهنة المثالية التي وصفناها سابقاً؟ مرة أخرى الإجابة هي لا.

4) ملكية المشاريع التقليدية:

يختار بعض الأشخاص اللحم الكبير - بناء أعمالهم الخاصة حيث يكونون هم الرؤساء ويديرون الأمور، إنها فكرة مثيرة أليس كذلك؟ إليكم الواقع بالنسبة لمعظم الناس:

الخطوة الأولى: يستخدمون مدخراتهم طوال حياتهم، ويتحملون ديوناً جديدة، وفي كثير من الأحيان يقترضون المال من الأصدقاء والعائلة للبدء.

الخطوة الثانية: يتحملون المزيد من الديون في شكل عقود إيجار وضمانات شخصية في كل اتجاه تقريباً.

الخطوة الثالثة: الآن بدلاً من التركيز على ما يجيدونه (لنفترض أنهم كانوا راعين في المبيعات وقرروا بدء أعمالهم الخاصة)، يجب أن يكونوا كل شيء للجميع، فهم يعملون كمحاميين للمسائل القانونية، ومحاسبين للمسائل المالية، ومربين أطفال للمسائل المتعلقة بالموظفين، ومفاوضين للمسائل المتعلقة بالمشتريات، ووكالة تحصيل للمسائل المتعلقة بالحسابات المستحقة، حتى أنهم يقومون بإخراج القمامة، إنهم يقومون بكل شيء باستثناء البيع، وهو ما كانوا جيدين فيه في المقام الأول.

الخطوة الرابعة: إنهم يكافحون، فبدلاً من امتلاك العمل فإن العمل يمتلكهم، إنهم أول شخص يعمل وآخر شخص يغادر، وبعد أن يحصل الجميع على أجورهم قد يتمكنون من أخذ ما يكفي من المال إلى المنزل لدفع فواتيرهم الخاصة، ناهيك عن تقليل الديون التي تكبدوها لبدء العمل في المقام الأول.

الخطوة الخامسة: ينجحون أو يفشلون، إما أن يصلوا إلى نقطة في الطريق حيث يكون العمل ناجحاً أو يفشلون، وفي كثير من الأحيان يقدمون طلباً

للإفلاس ويعودون إلى وظيفة في شركة أو مبيعات، وحتى إذا نجحوا فهذا يعني عادةً عمراً من ساعات العمل الطويلة والتوتر.

يبدو الأمر رومانسياً.. أليس كذلك؟ إذا لم تبدأ عملك الخاص من قبل فاسأل الأصدقاء الذين فعلوا ذلك إذا كان هذا الوصف غير دقيق، معظم الأشخاص الذين يبدأون أعمالهم التقليدية الخاصة لا يقلقون بشأن الحصول على عائد على استثماراتهم، إنهم يريدون فقط عائداً على استثماراتهم، ومن الواضح أن ملكية المشاريع التقليدية لا يمكنها توفير المهنة المثالية كما وصفناها.

5) أعمال الاستثمارات:

الفئة الأخيرة من طرق كسب لقمة العيش في العالم اليوم هو أن تكون مستثمراً، وما الذي تحتاجه لتصبح مستثمراً؟ المال، أليس كذلك؟ إذا لم يكن لديك الكثير من المال، فسيكون من الصعب جداً كسب لقمة العيش من العائد على استثمارتك، خاصة إذا حاولت أن تكون متحفظاً لتقليل مخاطر الخسارة.

ولكن دعنا نقول أنك تمتلك المال، ما هو الشيء التالي الذي تحتاجه لكي تكون مستثمراً ناجحاً؟ تحتاج إلى أن تكون على درجة عالية جداً من المعرفة والمهارة، أعرف عدداً أكبر من الأشخاص الذين كانوا مستثمرين ماهرين في العقارات على مر السنين، ولكن عندما تغيرت الأمور بشكل جذري في سوق العقارات لم تساعدهم مهاراتهم، لقد خسروا كثيراً.

هل ترغب في الاستثمار في شركة صغيرة تقليدية لشخص ما؟ حظاً سعيداً، في معظم الحالات لن تكون مستثمراً، بل من المرجح أن تكون فاعل خير.

ماذا عن سوق الأوراق المالية؟ الناس ينجحون هناك.. أليس كذلك؟ القليل منهم يفعلون ذلك على الأقل من وقت لآخر، ولكنني أعرف عدداً أكبر من الأشخاص الذين خسروا أكثر من الذين ربحوا وخاصة في العقد الماضي،

ومن الصعب جداً الحصول على عائدات مضمونة عندما لا تكون مسيطراً، وصدقني بصفقتك مستثمراً فأنت لا تتحكم في الأمور، يمكن أن يحدث أي شيء، ويمكن أن يحدث بين عشية وضحاها.

اسمحوا لي أن أروي لكم قصة لتوضيح هذه النقطة، في أواخر عام 2001 كنت أعيش حياة مترفة، فقد بعث شركة شاركت في تأسيسها وكنت أعمل كمستشار بأجر مرتفع للغاية، وفي مقابل نصيبي من البيع تلقيت ما يقرب من 170 ألف سهم من أسهم الشركة الجديدة، وتم تداولها علناً في بورصة نيويورك للأوراق المالية وبيعت بحوالي 44 دولاراً للسهم، مما يعني أن قيمة أسهمي كانت حوالي 7،5 مليون دولار، كان لدي دخل كبير ومحفظة رائعة، كانت الحياة جيدة، لقد استخدمت جزءاً من الأسهم لتأمين قرض بناء منزل بقيمة حوالي 2 مليون دولار لمنزل أحلامي الذي كنت أبنيه، أما بالنسبة لبقية الأسهم فلم أقم بتنويع استثماراتي لأنني كنت أعلم أن الشركة في حالة رائعة ولديها منتج جيد وقوة مبيعات مذهلة.

ثم حدث شيء خارج عن سيطرتي، فبين عشية وضحاها انخفض سعر السهم إلى 37 دولاراً للسهم لأن مجموعة من المستثمرين استهدفوا الشركة وقاموا ببيع السهم على المكشوف، بعبارة أخرى "كلما انخفض سعر السهم، كلما زاد المال الذي سيجنونه" اعتقدت أن الأمر سخيّف لأن الشركة كانت تعمل بشكل رائع، لذلك اشترت المزيد من الأسهم بسعر 37 دولاراً باستخدام أسهمي الحالية كضمان، مع العلم أن السعر سيرتفع مرة أخرى، انخفض السعر إلى 33 دولاراً، اشترت المزيد من الأسهم، انخفض السعر إلى 27 دولاراً، بدأت في تلقي نداءات الهامش، مما يعني أنه إذا لم أرسل لهم المال فسيبدأون في بيع أسهمي لتغطية الخسائر، لم يكن لدي المال لإرساله، واصل السهم الانخفاض، وصل إلى 10 دولارات للسهم واختفى مبلغ 7،5 مليون دولار، بوف! كل ذلك في أقل من 90 يوماً.

والآن .. عاد السهم في النهاية وتم تحويل الشركة إلى شركة خاصة مقابل 65 دولاراً للسهم، لكنني لم أكن هناك للاستفادة من ذلك، لقد تم القضاء عليّ. هل كان بإمكانني أن أكون أكثر ذكاءً؟ بالتأكيد، هل ارتكبت أخطاءً؟ بالتأكيد، **ولكن إليك الدرس:** إذا كنت ستصبح مستثمراً، فعليك أن تقبل أن الأمور ستخرج عن سيطرتك من وقت لآخر، وعندما يحدث ذلك فقد يكون ذلك مكلفاً للغاية، لذا.. نعود إلى قائمة المهن المثالية لدينا، هل يمكن أن يكون **كونك مستثمراً ملائماً لهذه القائمة؟ لا أعتقد ذلك.**

لقد تحدثنا عن المهن اليدوية، والوظائف المكتبية، والمبيعات، والمشاريع التقليدية، والاستثمار، ولا يمكن لأي منها أن يكون ملائماً لقائمة المهن المثالية لدينا، **فهل المهنة المثالية ممكنة؟** الإجابة هي نعم، ولكن للوصول إلى هناك، عليك أن تفهم أن كل شيء يتغير، لقد ماتت النماذج القديمة لكسب لقمة العيش أو على وشك الزوال، ونحن نمر بأكبر تحول اقتصادي في حياتنا.

الاقتصاد الجديد

لقد تغير العالم كما تعرفه، وبالنسبة للأشخاص الذين لا يدركون هذه الحقيقة، فسوف يعيشون أسوأ الأوقات، وبالنسبة للأشخاص الذين يدركونها فسوف يعيشون أفضل الأوقات.

خلال المائة عام الماضية حدثت ظاهرة مثيرة للاهتمام، فقد أصبح صعود الشركات هو المعيار في المجتمع، وكان المكان الآمن والمحترم للأشخاص للوجود في مكان العمل هو العمل كموظف وكانت دورة حياة الناس كالتالي:

- الخطوة الأولى: اذهب إلى المدرسة لتتعلم كيف تكون موظفاً.

- الخطوة الثانية: ابحث عن شركة توظفك.

- الخطوة الثالثة: اعمل في هذه الشركة لمدة 40 عاماً.

- الخطوة الرابعة: تقاعد.

ولكن الناس أدركوا أن الشركة لن تبادلهم الولاء الذي قدموه لها، ولذا تغيرت دورة الحياة لتصبح كالتالي:

- الخطوة الأولى: اذهب إلى المدرسة لتتعلم كيف تكون موظفاً.

- الخطوة الثانية: ابحث عن شركة توظفك.

- الخطوة الثالثة: قم بتغيير الشركات لأسباب متملقة واقتصادية مختلفة كل ثلاث إلى خمس سنوات على مدار حياتك المهنية.

- الخطوة الرابعة: اكتشف أنك لا تستطيع التقاعد بشكل مريح بعد 40 عاماً، لذا استمر في العمل.

والآن نمر بأكبر تحول في كل المجالات، لقد تغيرت حياتنا، على مدى قرن من الزمان كانت الشركات تدفع للناس بالساعة، أو بالأسبوع، أو بالسنة، وهذا يتغير على المستوى العالمي، يتجه العالم نحو اقتصاد الأداء، وهذا يحدث بالفعل، وإليك ما يعنيه ذلك في المستقبل، لن يتم الدفع لك إلا مقابل الأداء،

ولن يتم الدفع لك مقابل وقتك بعد الآن، وهذا ما تم تطبيقه بالفعل في أمريكا وأوروبا في مجال الصناعات الغذائية في هذا النموذج، فهم يحصلون على أجر بالساعة منخفض للغاية بحسب قانون العمل ويكسبون عيشهم من خلال الإكراميات، بناءً على أدائهم.

إذا كنت تستطيع أن تتخيل نفس النموذج مطبقاً على كل وظيفة تقريباً في العالم، فسترى ما هو آت، لن يتم دفع أجره الشخص الذي ينظف الغرف في الفندق بالساعة بعد الآن، بل سيتم دفع أجره لكل غرفة.

بالنسبة للعاملين في المكاتب إليك مثال: يبلغ راتب الشخص السنوي 60,000 دولار.

الخطوة الأولى: ستخفض الشركة هذا الراتب إلى ما يقرب من 50 ألف دولار لأن سوق العمل اليوم أصبح يضم أشخاصاً آخرين يمكنهم قبول الوظيفة مقابل مبلغ أقل.

الخطوة الثانية: ستخفض الشركة راتبها "الأساسي" إلى ما يقرب من 20 ألف دولار سنوياً.

الخطوة الثالثة: ستخبر الشركة ذلك الشخص أنه يمكنه الحصول على 30 ألف دولار إضافية على مدار العام إذا حقق معايير أداء معينة على أساس شهري، بعبارة أخرى "إذا حقق أرقامه، فيمكنه كسب 2500 دولار إضافية شهرياً، والآن أصبح الضغط قائماً، والشركة تحب ذلك، إذا لم تحقق أرقامك، فيمكنها توفير المزيد من المال، وإذا حققت أرقامك، فما الذي ينتظرك في المستقبل؟ سترفع الشركة متطلباتك".

ما لم تكن متخصصاً للغاية فسيحدث لك هذا إن لم يكن قد حدث بالفعل، اعتمد على ذلك، وسيحدث هذا في كل مهنة على مستوى العالم، لقد بدأ التطور.

لماذا يحدث هذا؟

✓ أولاً: إنه نموذج أفضل للشركة، سوف تحصل على نتائج أفضل بتكاليف أقل.

✓ ثانياً: يحتاج الاقتصاد الجديد إلى عدد أقل من الأشخاص، لذا فإن الشركة لديها المزيد من الأشخاص الذين يتنافسون على عدد أقل وأقل من الوظائف.

دعني أشرح لك لماذا يحتاج الاقتصاد الجديد إلى عدد أقل من الأشخاص

لقد غير الارتفاع الهائل للتكنولوجيا كل شيء، منذ أكثر من 100 عام كان 90% من السكان يعملون في الزراعة، اليوم بسبب الكفاءات المذهلة تقل النسبة عن 1%، واختفت وظائف الزراعة.

هل تتذكر مراكز خدمة العملاء حيث كنت تتحدث إلى الناس؟ اليوم تتحدث إلى آلة وتختفي تلك الوظائف، هل تتذكر عندما كانت الشركات لديها عدد هائل من مندوبي المبيعات؟ الآن يطلب الناس عبر الإنترنت وتختفي وظائف المبيعات، هل تتذكر شركة Blockbuster Video وجميع موظفيها؟ الآن يشاهد الناس الأفلام على أجهزتهم المحمولة أو اللوحية، وتختفي تلك الوظائف، أنا أحب الكتب، ولكن اذهب إلى المكتبة المحلية الخاصة بك بينما يمكنك ذلك، سوف تصبح هذه المتاجر جزءاً من التاريخ قريباً، وكذلك الوظائف التي توفرها هذه المتاجر، أستطيع أن أستمع في الحديث عن كل فئة عمل تقريباً في العالم.

تعمل التكنولوجيا والكفاءة في القضاء على الوظائف كل يوم، ولا يوجد شيء يمكننا القيام به لوقف ذلك، في الواقع سوف تتسارع الأمور، إذا كنت جالساً هناك تنتظر انتعاش الاقتصاد وعودة الوظائف، فلا تنتظر، لن تعود الوظائف.

تماماً كما رأى أطفال المزارعين الكتابة على الحائط وتركوا الزراعة من أجل مهن جديدة، فإن نفس الشيء يحدث للأشخاص الذين يعملون في وظائف الاقتصاد القديم، **للبقاء على قيد الحياة**، سيحتاجون إلى فتح أعينهم على هذا الواقع وإيجاد شيء جديد.

البيع المباشر أفضل

أفضل طريقة أعرفها ليس فقط للبقاء، ولكن للازدهار في الاقتصاد الجديد هي **البيع المباشر**، هناك منتجات وخدمات مهمة في العالم اليوم تحتاج إلى الترويج لها للأشخاص الذين يحتاجون إليها، لا يزال المستهلكون بحاجة إلى التثقيف.

الشركات لديها خيارات، يمكنهم الغوص في عالم الإعلان المجزأ باستمرار للتعريف بمنتجاتهم، أو أنها توظف طاقم مبيعات كبير ومكلف لبيع منتجاتها أو خدماتها، أو يمكنها الاستفادة من البيع المباشر لسرد قصتها للعالم.

ستختار المزيد والمزيد من الشركات استخدام البيع المباشر لأنه يناسب الاقتصاد الجديد، حيث يمكنها تقديم كل الدعم للشركات ودفع أجور الموزعين على أساس الأداء فقط للترويج لمنتجاتها، إنه فعال للغاية لأنه في الاقتصاد الجديد لا يزال الإعلان الشفهي يعمل بشكل أفضل من أي شكل

آخر من أشكال الترويج، يمكن للشركة أن تأخذ الأموال التي كانت ستنفقها على الإعلان والترويج وتدفعها إلى موزعيها للترويج لمنتجاتها وخدماتها.

ما يعنيه هذا بالنسبة لك كرائد أعمال هو أنه يمكنك الحصول على جميع فوائد ملكية المشاريع التقليدية بدون أي مخاطرة، ولن يكون هناك حد أقصى لدخلك، لأن شركات البيع المباشر تريد منك أن تكسب أكبر قدر ممكن، إذا كنت ستحصل على أجر مقابل الأداء على أي حال، فلماذا تعيش داخل حدود ربحية معينة؟

"الخدعة" في البيع المباشر

كل هذا يبدو رائعاً وهو كذلك، ولكن هناك مشكلة لن يخبرك بها معظم الناس، وهي:

يجب أن تقبل الخسارة المؤقتة لمكانتك الاجتماعية من قبل الأشخاص الجهلاء، وهذا يعني أنه لفترة من الوقت، سيقبل تقديرك للأشخاص الذين ما زالوا يعيشون في النظام القديم ويحاولون العمل فيه، ولن يفهموا. وسيعتقدون أنك مجنون لأنك منخرط في البيع المباشر، وفي الواقع، فإن كلمة "قبول" ليست دقيقة تماماً.

عليك أن تفعل أكثر من ذلك، عليك أن تتقبل الخسارة المؤقتة لمكانتك الاجتماعية من قبل الأشخاص الجهلاء، أنت ترى المستقبل قبل أن يصبح واضحاً للجميع، أنت الشخص الذكي، أنت الشخص الذي يتخذ الإجراءات اللازمة لعيش حياة أفضل.

هناك سبب يجعل الناس يقللون من تقديرك الاجتماعي، وليس فقط لأنهم عالقون في النظام القديم فحسب، دعني أرى ما إذا كان بإمكانني مساعدتك

على فهم هذا بشكل أفضل، لأنه إذا قررت أن تجعل البيع المباشر **مهنتك** فمن المهم أن تعرف السبب الحقيقي لذلك.

لقد انضم معظم الأشخاص إلى شركة بيع مباشر أو يعرفون شخصاً انضم إليها، هذا ما يخطر ببال كل شخص تقريباً يقرر المشاركة في هذا المجال، "حسناً، يمكنني أن أفكر في خمسة أو ستة أشخاص قد يفعلون ذلك أيضاً! ستكون أختي رائعة! يحب صديقي هذا النوع من الأشياء، أعرف شخصاً آخر قد يكون رائعاً! حسناً.. سأنضم"

بعبارة أخرى إنهم لا ينضمون إلى مهنة، إنهم يأملون فقط في أن يحالفهم الحظ، فيقومون بتسجيل عدد قليل من الأشخاص لتغطية تكاليف بدء التشغيل الخاصة بهم، والجلوس وانتظار تدفق الأموال، إن إغراء الحصول على أجر مقابل جهود شخص آخر قوي، ولكن غالباً ما يُساء فهمه بشكل سيء.

لم يبدأوا عملاً حقيقياً، لقد اشتروا للتو تذكرة يانصيب مجيدة، تخيل تذكرة يانصيب بها ستة أماكن يمكن كشطها، تمثل هذه الأماكن كل شخص يعتقد الشخص الجديد أنه سينضم بالتأكيد، يقتربون من هؤلاء الأشخاص ويحاولون إقناعهم بالانضمام، وبسبب افتقارهم إلى المهارة، ينتهي الأمر بمعظمهم بلا شيء - تماماً مثل تذكرة اليانصيب، يصبح هذا مجرد فرصة ضائعة أخرى، ولأنهم تصرفوا بجهل غير ماهر، فقد يكونون قد أضروا ببعض الصداقات أيضاً.

لذا فإنهم يمزقون التذكرة، وبدلاً من تحمل المسؤولية عن عدم بدء أعمالهم حقاً بالشكل الصحيح، فإنهم يلقون باللوم على البيع المباشر ويتأكدون من إخبار العالم، "انظر، لقد كنت هناك، لقد فعلتها، تحدثت إلى كل شخص أعرفه، والبيع المباشر لا يعمل، وفر أموالك"

فإذا كان لديك القدرة على تقبل واحتضان هذا الوضع بسرور فالعالم كله سيكون بين يديك، وإذا كان من الصعب عليك أن تتعامل معهم فالبيع المباشر ليس مناسباً لك.

الأشخاص الذين يتبنون هذا يحصلون على أموال طائلة، ستدفع الشركات مبالغ غير محدودة للأشخاص الذين يمكنهم مساعدة المكفوفين على الرؤية، والذين يمكنهم تثقيف الجهلاء، والذين يمكنهم بناء مجتمع من الأشخاص ذوي التفكير المماثل.

يحب بعض الناس المقولة "الإدراك هو الواقع"، أنا أكره هذا القول، لقد تجاهله جميع القادة العظماء في العالم لقرون، ماذا لو قال نيلسون مانديلا إن الإدراك هو الواقع؟ ماذا لو قال مارتن لوثر كينج الابن إن الإدراك هو الواقع؟ ماذا لو قال ستيف جوبز إن الإدراك هو الواقع؟ قال القادة العظماء في العالم: "الواقع هو الواقع" وسأفعل كل ما هو ممكن لمساعدة الناس على فهم هذه الحقيقة، الحقيقة هي أن البيع المباشر ليس مثالياً، إنه أفضل فقط، وهذا هو الواقع!

الفصل الثاني

إذا قررت المشاركة في البيع المباشر

قرر أن تكون محترفاً - قرر أن تسلك طريق المحترفين

هناك ثلاث فئات من الأشخاص في البيع المباشر، لقد رأيتهم جميعاً وكنت واحداً منهم وهم: المراهنون، والهواة، والمحترفون.

(1) المراهنون:

يتعامل المراهنون مع هذه المهنة وكأنها تذكرة يانصيب، فهم يأملون تحقيق أكبر النتائج بأقل جهد ممكن، عندما بدأت لأول مرة كنت مراهناً، آملاً في الاستفادة من خبرات والدي وشريكه، ولحسن حظي حصلت على بعض النتائج التي ساعدتني على الاستمرار على الأقل في الأمد القريب، ولكن أعتقد أنك تتفق معي على أن البقاء في فئة المراهن فكرة سيئة، ففي غضون حوالي 90 يوماً انتقلت من هذه الفئة وأصبحت هاوياً.

(2) الهواة:

يركز الهواة على أشياء مختلفة منها:

✓ كان **الحظ** أحد الأشياء التي واصلت التركيز عليها كهاوٍ، كنت آمل حقاً أن أكون محظوظاً وأن أوقع مع ذلك الموزع العملاق الذي سيجعلني ثرياً، لقد سمعنا جميعاً قصصاً عن بعض الأشخاص الذين تغيرت حياتهم تماماً بسبب تسجيل واحد، في الواقع حتى لو كانت بعض هذه القصص صحيحة إلا أنها لا تخدم مهنتنا جيداً، لأنها تجعل الناس يقضون وقتهم على أمل تحقيق تلك الضربة الكبيرة.

✓ **الشيء الثاني** الذي ركزت عليه كهاوٍ هو **التوقيت**، كنت دائماً قلقاً بشأن التوقيت، هل التحقت مبكراً بما يكفي؟ هل يمكن أن أكون أصغر شخص في المستوى الأعلى في الشركة؟ كم عدد القادة الآخرين الذين كانوا بالفعل في سوقي المحلي؟ هل كان هناك الكثير جداً للتنافس ضدهم؟ هل كان هناك ما يكفي لإحداث الزخم الحقيقي؟ كيف كانت الشركة؟ هل كانت كبيرة جداً؟ هل فاتني منحنى النمو؟ هل كانت صغيرة جداً؟ كنت مهووساً بفكرة التوقيت.

✓ **الشيء الثالث** الذي ركزت عليه كهاوٍ هو **إتخاذ القرار**، هل كنت في المنظمة الصحيحة؟ هل كان لدى الآخرين موقف أفضل مني؟ ربما لم يكن لدي الأبلين الصحيح! هل كنت سأحقق نتائج أفضل في مكان آخر؟

✓ **والشيء الرابع** الذي ركزت عليه كهاوٍ هو **الاختصارات**، كنت أبحث دائماً عن وسيلة لاختصار الطريق، إعلانات الصحف؟ حسناً.. لافتات مساعدة على جانب الطريق؟ لنذهب ونفعل ذلك، توزيع المنشورات في المركز التجاري؟ أنا في الداخل، الذهاب من باب إلى باب؟ دعنا نحاول ذلك، لم يكن الإنترنت موجوداً عندما كنت هاوياً، تخيل فقط مدى جنوني بكل التكتيكات التي كنت لأستخدمها على الإنترنت لتشتيت انتباهي، ما يعنيه ذلك هو أنه في كل مرة أسمع فيها عن أي نهج جديد لامع يتدرب عليه أي شخص في العالم، كنت أبحث فيه لمحاولة العثور على الاختصار، وأخيراً اتخذت القرار بالمضي في طريق الاحترافية، وأن أصبح محترفاً.

(3) المحترفون:

المحترف في البيع المباشر هو "الشخص الخبير في المهارات المطلوبة لبناء شبكة بيع مباشرة كبيرة وناجحة".

هناك عبارة تضر في مهنتنا أكثر مما تنفع، وهي "الجهل بالنار أفضل من العلم بالثلج"، ومعنى هذه العبارة هو أن تكون متحمس وجاهل أفضل من أن تكون ذكي ولكن غير مبالي، وأنا أقول: "الحماس شيء عظيم، ولكن يجب أن تدعم ذلك الحماس بالمهارات."

اسمحوا لي أن أعطيكم مثالاً، لنفترض أنك كنت بحاجة إلى عملية جراحية، في المستشفى تقابل طبيبك، يأتي ويقول: "أنا متحمس جداً لإجراء عمليتك، أنا متحمس جداً لها لدرجة أنني بالكاد أستطيع النوم، لا أحد على وجه الأرض يريد مساعدتك أكثر مني"، تقول: "واو.. شكراً لك يا دكتور، منذ متى وأنت تقوم بهذا النوع من العمليات؟ يقول: "حسناً.. ولكني لم أتلق أي تدريب على هذه العملية بالذات، ولم أمارسها ولم أقم بها قط، لكن هذا لا يهم لأنني شغوف جداً..!" كيف ستشعر؟ الحماس أمر رائع، ولكن في النهاية تحتاج إلى الجمع بين هذا الشغف والمهارة.

سيكرس الرياضيون المحترفون ساعات لا حصر لها للتحضير للمنافسة ولكن عندما ينضمون إلى البيع المباشر فلن يبذلوا جهداً يعادل يوماً واحداً لتعلم مهاراتهم، سيكرس الأطباء عقداً من حياتهم بتكلفة مالية ضخمة ليصبحوا أطباء، ولكن عندما ينضمون إلى البيع المباشر فلن يبذلوا شهراً واحداً من الدراسة والممارسة ليصبحوا محترفين في البيع المباشر.

في كتاب القيم المخالفة أظهر بحث مالكولم جلادويل أن الأمر يستغرق حوالي 10,000 ساعة من الممارسة للوصول إلى مستوى الإحتراف في أي شيء، مع أربع ساعات يومياً من التدريب، فإن ذلك يعادل حوالي سبع سنوات، وتنطبق هذه الصيغة على البيع المباشر أيضاً، سيستغرق الأمر حوالي سبع سنوات حتى تصبح خبيراً عالمياً.

والخبر السار هو أن البيع المباشر متسامح جداً، فيمكنك جني الأرباح وأنت في طريقك لتصبح خبيراً محترفاً، ولكن **الفخ** هو أن تشعر بعدم الرضا عن نفسك أبداً فلا تتوقف عن التعلم بينما تجني المال.

عندما اتخذت القرار بأن أصبح محترفاً **تغير كل شيء داخلي**، توقفت عن التركيز على الحظ والتوقيت والتمركز والطرق المختصرة، حتى أنني توقفت عن التركيز على المال، بدأت أفكر في **تطوير مهاراتي** والالتزام بالتدريب والممارسة، حتى أصبحت معلماً للآخرين.

حدث شيء آخر عندما قررت الاحتراف، فجأة بدأت شبكتي في النمو، كان الأمر وكأن الناس يمكنهم أن يشعروا بتغيير تركيزي والتزامي بالتميز وأرادوا أن يكونوا جزءاً منه، لو فكرت في حياتك عندما كنت مع شخص ملتزم بالتميز ربما كان مدرساً أو مدرباً أو رئيساً أو صديقاً، كيف شعرت؟ لقد كان ملهماً، أليس كذلك؟ ستجد أنك ستكون مصدر إلهام للآخرين عندما تقوم بهذا التحول المهم.

الخلاصة: إذا كنت ستشارك في هذه المهنة الرائعة فقرر القيام بها بشكل صحيح وتعامل معها **كمهنة** وأن تتعامل معها بشكل احترافي، فإذا قررت أن تمضي في طريق الاحترافية فاعلم أن هذه المهنة عظيمة حقاً، وإذا أصرت على أن تكون مراهناً أو هاوٍ فستكون حياتك بائسة، وحتى الآن لاحظت أنني أستخدم كلمة **مهنة** كثيراً .. أليس كذلك؟

البيع المباشر ليس مجرد مشروع، وليس صناعة أيضاً، إنه **مهنة**، يمكن أن ينقلك من العمل في وظيفة لا تجعلك سعيداً إلى مكان من الحرية التامة.

لهذا السبب أطلقت على موقعي إسم NetworkMarketingPro

وهذا ما أقوله للناس كل يوم: "سيداتي وسادتي .. أمنيتي لكم أن تقرروا أن تصبحوا محترفين في البيع المباشر، وأن تقرروا أن تصبحوا محترفين، لأن الحقيقة الثابتة هي أننا نمتلك طريقة أفضل، والآن دعونا نخبر العالم بذلك"

عندما تم إطلاق الموقع في الحادي عشر من مارس 2009 لم يكن هناك سوى عدد قليل جداً من الأشخاص الذين أطلقوا على أنفسهم لقب محترفي البيع المباشر، لم يعد الأمر كذلك .. فقد غير الملايين من الناس الطريقة التي يفكرون بها في أعمالنا، وأنا فخور بهذه الحقيقة، أتطلع إلى اليوم الذي يصبح فيه من الشائع أن يسمع الناس:

- ✓ أنا طبيب .. ولكنني أيضاً محترف في البيع المباشر.
- ✓ أنا معلم .. ولكنني أيضاً محترف في البيع المباشر.
- ✓ أنا موظف .. ولكنني أيضاً محترف في البيع المباشر.
- ✓ أنا أعمل في مجال البناء .. ولكنني أيضاً محترف في البيع المباشر.
- ✓ أنا رياضي .. ولكنني أيضاً محترف في البيع المباشر.

كلما سمع الناس المزيد من هذه الكلمات، كلما أصبح العالم أكثر استعداداً للبيع المباشر.

الفصل الثالث

مثل أي مهنة .. ستحتاج إلى تعلم بعض المهارات

أمل أن أكون قد نجحت حتى الآن في إقناعك بأن البيع المباشر هو وسيلة أفضل، وآمل أيضاً أن أكون قد أوضحت لك أنه إذا كنت ستشارك، فمن الأفضل أن تصبح محترفاً، والخطوة التالية هي إدراك أنك ستحتاج إلى تعلم بعض المهارات، ولكن قبل أن نصل إلى تلك المهارات دعني أقدم لك بعض الأخبار الجيدة.

بخلاف معظم المهن لن تحتاج لإنفاق الكثير من المال لتتعلم، بل ستجني المال وأنت تتعلم، بالإضافة إلى أن هذه المهنة ليست متحيزة، فهي أكثر المهن على وجه الأرض تمنح الفرصة بالتساوي، لن تكون خلفيتك أو خبرتك أو جهات اتصالك أو عمرك أو عرقك أو جنسك عوامل في قدرتك على تعلم المهارات اللازمة لتصبح محترفاً.

وأخيراً .. هي ليست معقدة، فالمهارات التي تحتاجها للنجاح سهلة التعلم للغاية، وسيكون لديك عدد مذهل من الأشخاص الذين لديهم دوافع مالية لمساعدتك، هناك ثلاثة عناصر أساسية تحتاجها لعملك في البيع المباشر:

أولاً: منتجات الشركة إذا نجح بعض الأشخاص في تسويق تلك المنتجات ولم تنجح أنت، فهذا ليس خطأ المنتج، بعبارة أخرى "لدى الجميع في شركتك نفس المنتجات لتقديمها للجمهور."

ثانياً: نظام الحوافز الخاص بالشركة إذا كان بعض الأشخاص يكسبون الكثير من المال ولم تنجح أنت، فهذا ليس خطأ في نظام الحوافز، لا توجد خطة واحدة للرجال وأخرى للنساء، لا توجد خطة واحدة لفئات عمرية محددة، أو لون بشرتك، فالخطة التسويقية هي نفسها للجميع.

ثالثاً: وهو الأكثر أهمية، وهذا العنصر هو أنت أنت بالفعل المتغير الوحيد من بين جميع العناصر، الجميع لديه نفس المنتج ونفس الخطة التسويقية، ولكنك ستكون الفارق بين النجاح والفشل، وهذا يعني أنه في الوقت الحالي، عليك أن تتحمل المسؤولية الكاملة عن عملك في البيع المباشر، قرر اليوم ألا تلوم أي شخص أو أي شيء آخر على ضعف النتائج.

في الواقع يوجد شيء يحدث في البيع المباشر مثل الوباء وهو أن الناس يحبون أن يلقوا اللوم على الابلاين (الراعي) في كل مشاكلهم، إذا كنت ملتزماً ببناء شبكة كبيرة ومنظمة، فأود أن أشجعك لتفعل شيئاً مهماً، وهو أن تقول للأبلاين مع السلامة، اتصل به لتشكره على إتاحة الفرصة لك:

"أريد أن أشكرك على هذه الفرصة، أنا أقدر ذلك، كان دخولي إلى العمل بنفسني أمراً مهماً وأنا أقدر أنك قدممتني إلى شركة تؤمن بها والتي أوّمن بها الآن أيضاً، ولكن من الآن فصاعداً عندما يتعلق الأمر ببناء عملي سأستخدمك كمستشار ولكن ليس كعذر أبداً، قد أطلب منك المساعدة من وقت لآخر، إذا كنت متاحاً فهذا رائع، وإذا لم تكن متاحاً فلا بأس بذلك أيضاً. سأبني عملي وأدرك شيئاً واحداً إنه يبدأ وينتهي بي"

كل شيء يتغير عندما تتحمل المسؤولية الكاملة عن حياتك المهنية في البيع المباشر. ستندهش إذا علمت أن هناك سبع مهارات أساسية فقط ضرورية لبناء عمل ضخم في البيع المباشر، سبع وليس 70، كل واحدة منها أساسية، ولكن ما يذهلني دائماً هو مدى قلة الجهد الذي يبذله الناس في تعلمها، فلو أن هناك كلية تدرس البيع المباشر فسوف تكون من أسهل الكليات، وسوف تكون سعيداً إذا علمت أنها من أغلى العلوم التي يدفع لها في العالم، إنها ليست صعبة للغاية ولكنك ستكون سعيداً بمعرفة أنها واحدة من أعلى المهارات أجراً في العالم، دعنا نستكشف كلاً منها معاً.

الفصل الرابع

المهارة رقم 1

التنقيب على الشركاء المحتملين

عندما ينظر الناس إلى البيع المباشر، فإن أحد أكبر أسئلتهم هو "هل أعرف أي شخص؟ إنهم يعتقدون أنه إذا عرفوا الكثير من الناس، فيمكنهم تحقيق الكثير من النجاح، وإذا لم يعرفوا الكثير من الناس، فلن تكون لديهم فرصة، يبدو الأمر منطقيًا، لكنه ليس صحيحًا.

كما ذكرت في الفصل الثاني، هناك ثلاثة أنواع من الناس في البيع المباشر: المراهنون والهواة والمحترفون، عندما يتعلق الأمر بالعثور على العملاء المحتملين فإن المراهنون يضعون قائمة ذهنية بثلاثة أو أربعة أو خمسة أشخاص يأملون أن ينضموا إلى أعمالهم، ويعتمد مستقبلهم بالكامل على استجابة هؤلاء الأشخاص القلائل، إذا كانوا محظوظين بما يكفي للحصول على واحد منهم، فيمكنهم تمديد عمر حياتهم المهنية لفترة قصيرة، قد يقومون حتى بعمل قائمة ذهنية أخرى بثلاثة أو أربعة أشخاص، نأمل أن يقرروا في النهاية التوقف عن المراهنة والارتقاء إلى صفوف الهواة.

ولو قلت لك إن 80% من المنضمين للبيع المباشر يقومون بعملية البحث عن أعضاء لبناء شبكتهم بطريقة المراهنون، هذا هو الواقع، يضعون قائمة ذهنية من أفراد ثم يترقبون ما سيحدث، إنهم لا يحاولون تنمية مهاراتهم.

مهمتك الأساسية أن تتأكد أنك لست واحداً من هؤلاء، ثم تساعد فريقك على أن يفعلوا نفس الشيء، علمهم على فهم قوة البيع المباشر، إذا تعاملوا معه

باحترام، بالنسبة للمراهنين، فإن فرصتهم الحقيقية الوحيدة هي **الحظ**، ويجب أن يحدث هذا الحظ بسرعة.

المجموعة الثانية هي **الهواة**، بدلاً من قائمة ذهنية صغيرة يقوم هؤلاء الأشخاص بعمل قائمة مكتوبة وهي خطوة في الاتجاه الصحيح، لنفترض أنهم قاموا بعمل قائمة بـ 100 مرشح محتمل، ويبدأون بحماس، ولكن ليس لديهم الكثير من المهارات، يبدأون في البحث عن العملاء المحتملين، وتبدأ قائمتهم في التضائل، ومع تقلص القائمة أكثر فأكثر يرتفع مستوى القلق لديهم أكثر فأكثر، ويتلخص أكبر مخاوفهم في نفاذ الأشخاص الذين يمكنهم التحدث إليهم، وأعلم أن هذا كان أكبر مخاوفي.

في أوائل العشرينيات من عمري، لم تكن قائمتي شيئاً يمكن التباهي به، وكما ذكرت من قبل، حاولت استخدام جهات اتصال والدي في البداية، ولم يستغرق الأمر وقتاً طويلاً حتى نفذت الأسماء، سرعان ما عرف الجميع في عالمي ما كنت أفعله وقالوا نعم أو لا، كان الأمر مخيفاً، شعرت أنه إذا لم أجد بعض الأشخاص الرائعين من قائمتي وأجدهم قريباً فسأفشل في هذا العمل.

لم يخطر ببالي أبداً أن العثور على أشخاص جيدين للبحث عنهم هي مهارة يجب عليّ اكتسابها، حتى هذه النقطة في حياتي المهنية الجديدة كنت دائماً أنظر إلى "القائمة" باعتبارها تذكرة للثروة، إذا كانت لديك قائمة جيدة، فستنجح، وإذا كانت سيئة فإما أن تكون محظوظاً أو تفشل.

عندما وصلت إلى لحظتي الحاسمة وقررت أن أصبح محترفاً، بدأت في دراسة الأشخاص الذين نجحوا في بناء شبكات قوية وكبيرة وناجحة، فوجدت أن **المحترفين** ينظرون إلى عملية العثور على أعضاء جدد والتحدث إليهم كمهارة أساسية، يجب التدريب عليها واكتسابها، إنه جزء من عملهم العثور على أشخاص لا يهتمون بالحظ، ولا يهتمون بنفاذ الأسماء، إنهم يركزون على

تطوير مهاراتهم حتى لا يحدث ذلك، المحترفون يبدأون بكتابة قائمة، ولكن لا يتوقفون عن إضافة أسماء جديدة إليها، لقد ابتكروا شيئاً يسمى (قائمة المرشحين النشيطين)، وسأوضح لك كيفية القيام بنفس الشيء.

كان أحد الأشخاص الذين علموني كيفية القيام بذلك بشكل جيد هو هارفي ماكاي مؤلف الكتاب الأكثر مبيعاً "كيفية السباحة مع أسماك القرش دون أن تُفترس حياً" هارفي صديق جيد وهو أيضاً أحد أفضل الأشخاص في مجال بناء الشبكات في العالم، سألته ذات مرة كيف بناء مثل هذه الشبكة الضخمة، لقد أخبرني أنه عندما كان في الثامنة عشرة من عمره، جلس والده وقال له: "هارفي .. بدءاً من اليوم وبقيّة حياتك، أريدك أن تأخذ كل شخص تقابله، سجل بياناته واحرص دائماً على التواصل معه، وأوجد طريقة إبداعية للبقاء على اتصال"، لقد فعل ذلك لأكثر من 60 عاماً، واليوم يبلغ إجمالي قائمة أصدقائه أكثر من 12000 شخص، وهؤلاء ليسوا مجرد أصدقاء على وسائل التواصل الاجتماعي، إنهم أصدقاء حقيقيون، وأعتبر نفسي محظوظاً لكوني واحداً منهم.

4 خطوات لإتقان مهارة التنقيب على الشركاء المحتملين

الخطوة الأولى: اجعل قائمتك شاملة قدر الإمكان قم بتضمين كل شخص يمكنك التفكير فيه كل شخص، لا يهم إذا كنت تعتقد أنه عميل محتمل أم لا، ستكون قاعدة البيانات الخاصة بك واحدة من أهم أصولك، الجميع يُدرجون في القائمة، إذا كانوا سلبيين ضعمهم في قائمتك، إذا كنت تكرههم ضعمهم في قائمتك، إذا كانوا أفضل أصدقائك ضعمهم في قائمتك، إذا قالوا "لن أشارك أبداً في البيع المباشر" ضعمهم في قائمتك، إذا كانوا في سن 98 عاماً ضعمهم في قائمتك، إذا كانوا في سن 18 عاماً ضعمهم في قائمتك.

من المهم القيام بذلك، لأنه عندما تفرغ عقلك من كل شيء على الورق، فسيوفر ذلك مساحة أكبر لجهات اتصال جديدة لتجد مكاناً هناك، عندما تكتب عن ابن أخيك ستبدأ في التفكير في دائرة الأشخاص المحيطين بابن أخيك.

ستصبح كل هذه العلاقات واضحة لك مع قيامك بجعل قائمتك أكثر شمولاً. فكّر في كل شيء - كل شركة كنت منخرطاً فيها على الإطلاق، وكل مجموعة كنت جزءاً منها على الإطلاق، وكل ما قمت به على الإطلاق، إذا قمت بذلك بشكل صحيح فسينتهي الأمر بمئات ومئات وربما حتى آلاف الأشخاص.

لا يُطلب منك البحث عن كل من في قائمتك هذا الأمر متروك لك، ولكن من المهم للغاية القيام بالعمل اللازم لكتابة شبكتك على الورق حقاً.

الخطوة الثانية: قم بالنظر إلى قائمتك والتفكير في الأشخاص الذين يعرفونهم - الدرجة الثانية، من المحتمل أن تعرف معظمهم أيضاً.

فكر في أفراد عائلتك، من يعرفون؟ أضفهم إلى قائمتك.

فكر في أصدقائك، من يعرفون؟ أضفهم إلى قائمتك.

فكر في جميع العلاقات في حياتك، من يعرفون؟ أضفهم إلى قائمتك.

لا تقلق بشأن ما ستفعله بهذه القائمة بعد، سنتحدث عن ذلك بعد قليل، فقط استمر في بنائها.

الخطوة الثالثة: قم بتوسيع قائمتك باستمرار هذا هو السبب وراء تسمية المحترفين لهذه القائمة بـ "قائمة المرشحين النشطين"، فهي لا تتوقف عن النمو أبداً، ويهدف المحترفون إلى إضافة شخصين على الأقل إلى قائمتهم كل يوم. قد لا يبحثون عنهم، ولكن كما قال والد هارفي ماكاي فإنهم ينضمون إلى القائمة وعليك إيجاد طريقة إبداعية للبقاء على اتصال معهم.

يتناول كتاب هارفي "احفر بئرك قبل أن تشعر بالعطش" هذا المفهوم إذا فكرت فيه باعتباره مهارة أساسية، فستدرك أنه ليس صعباً للغاية، تواصل مع الناس كل يوم، ما عليك سوى إضافتهم إلى قائمتك، تلتقي بالأشخاص من خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت أضفهم إلى قائمتك، تتعامل مع أشخاص جدد أضفهم إلى قائمتك.

صديقي جوردان أدلر هو مؤلف كتاب Beach Money®، وهو أيضاً من أصحاب الدخل المرتفع سنوياً في مجال البيع المباشر، وهو بارع في الخطوة الثالثة، إنه يعيش حياته فقط ويكوّن دائماً أصدقاء جدد، وإذا نظرت إلى أعماله، فستجد أن كل الأشخاص الذين جندهم في مؤسسته الضخمة هم أشخاص لم يكن يعرفهم قبل أن يبدأ أعماله في البيع المباشر، إنه محترف.

يطور المحترفون مستوى أعلى من الوعي، انتبه إلى العالم، فهم يعرفون أنهم سيتعرفون على أشخاص جدد طوال الوقت، ولا يلاحظ المراهنون والهواة ذلك، فهم يمرون بيومهم ويقولون "أي أشخاص؟ أنا لا أرى أي أشخاص".

ما مدى صعوبة زيادة وعيك وإضافة شخصين جديدين يومياً إلى قائمتك؟ فكر في الأمر، إذا فعلت ذلك ستة أيام في الأسبوع، فهذا يعني أكثر من 600 شخص جديد سنوياً، وإذا فعلت ذلك لمدة خمس سنوات، فإن العدد يزيد عن

3000 شخص، هل ترى لماذا لا يقلق المحترفون بشأن نفاذ الأشخاص الذين يمكنهم التحدث إليهم؟

يرجى أن تفهم أنني لا أقول إنه يجب عليك مهاجمة هؤلاء الأشخاص بخطابك في اللحظة التي يتم فيها تقديمك، يرتكب بعض الأشخاص في البيع المباشر هذا الخطأ وهو ليس جيداً، ما عليك سوى إضافتهم إلى قائمتك، وتكوين صداقات، وتطوير اتصال، وعندما يحين الوقت المناسب، يمكنك مساعدتهم على فهم ما لديك لتقدمه.

الخطوة الرابعة: التواصل عن قصد يتواصل المحترفون عن قصد، من الصعب مقابلة أشخاص جدد إذا كنت مختبئاً من العالم، اخرج واستمتع، انضم إلى صالة ألعاب رياضية جديدة، استمتع بهواية جديدة، تطوع لقضية مهمة.

الفصل الخامس

المهارة رقم 2

دعوة المرشحين المحتملين إلى فهم المنتج أو الفرصة

(مهارة لفت الانتباه أو الدعوة والتشويق)

بمجرد تحديد المرشحين المحتملين فإن المهارة التالية هي تعلم كيفية دعوتهم بشكل صحيح لمعرفة المزيد عن منتجك أو فرصتك، هذه هي المهارة الأكثر أهمية التي يجب تطويرها، أسميتها مهارة "بوابة العبور إلى البيع المباشر". إذا لم تنجح في لفت انتباه أي شخص ليلقي نظرة .. فيمكننا تخمين شكل مستقبلك في البيع المباشر.

يعتقد معظم الناس أنه يجب أن تبدأ بسمعة طيبة وأن يكون لديك التأثير على الآخرين حتى يلتفتوا لفرصتك .. هذا ليس صحيحاً، عندما بدأت لأول مرة في عام 1988، لم يكن لدي سمعة ولا تأثير، بالكاد هربت من المدرسة الثانوية، وحضرت فصلاً دراسياً واحداً في كلية المجتمع قبل ترك الدراسة، وعملت في 18 وظيفة إجمالاً - كل ذلك قبل سن 23 عاماً، هل تعتقد أنني كنت أحظى باحترام كبير في المجتمع؟ لم يكن لدي أي دخل، وبما أنني كنت أعمل مقابل 5 إلى 10 دولارات في الساعة، كان جميع أصدقائي متشابهين، لذا لم يكونوا يساعدونني كثيراً، كان معظمهم لا يزالون يعيشون مع والديهم.

لكنني كنت يائساً ومكافحاً، في البداية كنت أعتمد على الاتصال لأعوض ما افتقرت إليه من مهارات، اتصلت بكل من أعرفهم وقدمت لهم عرضي، انضم القليل منهم لم ينضم معظمهم، نشرت إعلانات في الصحيفة المحلية، قدمت

عرضي لكل الأشخاص الذين استجابوا، من كل هذا النشاط انضم القليل منهم لم ينضم معظمهم.

لقد جربت كل شيء، كنت مثل الصياد الذي يهدف إلى اصطياد فيل، كنت أتجول بمسدس/فرصة في يدي وأطلق النار على كل شيء يتحرك، لم أكن أهتم حقاً بالعلاقات، كل ما كنت أهتم به هو الحصول على هذا المرشح الجديد، كان موقفي هو "بعضهم سيفعلون، والبعض الآخر لن يفعل، ماذا إذن؟ .. التالي!"

لكن لأنني كنت صياداً، شعر كل من حولي بأنهم مطاردون، وبدأوا يتجنبونني، ولم يكن الأمر ممتعاً، والأسوأ من ذلك أن الأشخاص الذين انضموا إلى عملي حاولوا القيام بنفس الشيء الذي كنت أفعله، وفشلوا ثم تركوا العمل.

بعد ثلاث أو أربع سنوات من الإحباط، وصلت إلى لحظتي الحاسمة، وبدأت في دراسة الأشخاص الناجحين في مجال التسويق متعدد المستويات لمعرفة ما يفعلونه، وما وجدته فاجأني، لم يكونوا صيادين، بل كانوا أشبه بالمزارعين، لقد بنوا علاقات، وبنوا صداقات، لقد تعلموا كيفية بناء الثقة مع الأشخاص الذين التقوا بهم وكانوا قادرين على نقل الاعتقاد الذي لديهم بشأن منتجاتهم وفرصهم بمهارة، لم يكن هدفهم تجنيد العملاء المحتملين على الفور، كان هدفهم الأولي **تثقيف العملاء المحتملين** بشأن ما لديهم لتقديمه ثم السماح لهؤلاء العملاء المحتملين بتحديد ما إذا كان هذا شيئاً يريدون القيام به.

كان هذا تحولاً كبيراً في الاستراتيجية بالنسبة لي وبدأت أنظر إلى الأشياء بشكل مختلف، لقد وضعت نفسي في مكان العميل المحتمل وفكرت فيما قد يكون جذاباً بالنسبة لي، أو ما قد يدفعني إلى الدفاع عن نفسي، وأدركت لماذا حقق المحترفون نتائج رائعة، فبدلاً من التصرف كأسمك القرش، كانوا أشبه

بالمدرسين أو المستشارين، لقد بنوا علاقات ثم قدموا حلولاً منطقية لمشاكل الناس، من الذي لا يحب ذلك؟

الشيء الآخر الذي لاحظته مع المحترفين هو أنهم لم "يقدموا" منتجهم أو فرصتهم، وبدلاً من ذلك عندما يكون التوقيت مناسباً دعوا الأشخاص للقيام بأحد أمرين بناءً على موقف العميل المحتمل الفردي:

أول شيء فعلوه هو دعوة الأشخاص لحضور فعالية معينة، مثل اجتماع فردي أو ثنائي مع عضو آخر من فريقهم، أو محادثة هاتفية ثلاثية الأطراف، أو عرض تقديمي لمجموعة صغيرة في منزلهم، أو ندوة عبر الإنترنت -لقاء أونلاين- أو لقاء في مكتب الشركة، أو حدث أو مؤتمر لشركة أكبر. يدرك المحترفون أن التفاعل الشخصي هو عنصر أساسي عندما يتعلق الأمر ببناء الثقة وتعزيز القناعة، لذا فهم يحاولون التواصل مع الناس بقدر الإمكان.

والشيء الثاني الذي فعلوه هو دعوة الناس لمراجعة نوع ما من الأدوات، أنا مؤمن بشدة باستخدام الأدوات للمساعدة في تثقيف العملاء المحتملين، تأخذ الأدوات أشكالاً عديدة، فهناك الفيديوهات والصوتيات والكتيبات ومواقع الويب واللقاءات عبر الأونلاين، وفي بعض الشركات، يمكنك حتى السماح للناس بتجربة المنتج ومعاملته كأداة.

مع أنه لا يوجد شك أن التكنولوجيا تتطور بشكل مستمر، وتمنحنا طرقاً أكثر سهولة وسرعة لتوعية الناس، ولكن لا شيء يماثل الوسائل المادية، ففي عالم البيع المباشر بناء الثقة من أساسيات النجاح، فإن الوسائل المادية تدعم الثقة وتقرب الناس من الواقع أكثر، وذلك لأسباب منها التفاعل الجسدي المباشر في الاجتماع مع الآخرين، ومنها عنصر الدليل الاجتماعي،

حيث من المهم أن يرى الشخص المحتمل أنه هناك أشخاصاً آخرين نشيطين في هذا المجال فيتواصل معهم، ومن المهم أن يرى المرشح حجم المساعدة والدعم التي تقدم له، وأن يدرك أنه ليس عليه أن يقوم بالعمل كله بمفرده، هذه بعض الفوائد.

الجانب السلبي الوحيد للفعاليات هو أنه قد يكون من الصعب جدولتها وتأكيدھا، خاصة بالنسبة لشخص جديد تماماً، إذا لم تكن لديك المهارات فمن الشائع إلى حد ما دعوة عشرين شخصاً ولا يحضر سوى واحد أو اثنان، يمكن أن يكون هذا محبطاً، لبناء شبكة كبيرة ومكررة وجدت أن الأداة هي خطوة أولى أفضل، تذكر أن هدفنا هو **التعليم والفهم**، نريد أن يعرف الناس ما لدينا ويفهموا كيف يمكن أن يفيدهم ذلك في حياتهم، تعتبر الأداة وسيلة رائعة لتثقيف الناس (ونأمل أن يكونوا متحمسين) في منتصف حياتهم المزدهمة قد لا يكون لديهم الوقت الكافي للقيادة عبر المدينة لمقابلتك، ولكن يمكنهم الاستماع إلى تسجيل صوتي في سيارتهم، أو مشاهدة فيديو قصير، أو قراءة مجلة، أو مشاهدة عرض تقديمي عبر الإنترنت.

إذا نظرت إلى حياتي المهنية، فسترى أن الأدوات غيرت كل شيء بالنسبة لي، في عام 1990 طرحت شركتي فيديو ديناميكياً ومثيراً، على الرغم من أنه كان باهظ الثمن بشكل كبير حيث بلغ سعره 15 دولاراً لكل مقطع، إلا أنه كان يستحق ذلك في ذلك الوقت، لأنك حين تدعو الناس لمشاهدة هذا الفيديو النتائج تكون مبهرة.

أصبح الجميع في الشركة يركزون على طريقة عمل يومية تتمحور حول دعوة الناس لمشاهدة الفيديو الخاص بنا، لم نسمح بأي تشتيت، دارت ثقافتنا

بأكملها حول هذه الإستراتيجية وبلغ نمونا ذروته، كانت الفعاليات لا تزال مهمة للغاية، ولكنها كانت بمثابة خطوة ثانية بعد أن شاهد شخص ما مقطع الفيديو الخاص بنا.

وبتبني هذا النهج الجديد، نجحت مؤسستي أخيراً في الانطلاق، وتمكنت من الاستمتاع بتجربة وجود مجموعة تنمو معي أو بدوني.

كان الأمر أكثر متعة مما يمكنني وصفه، نمت شبكتي من بضع عشرات إلى بضع مئات ثم إلى بضعة آلاف، كل ما فعلته هو تعلم كيفية دعوة الأشخاص بنجاح لمشاهدة مقطع فيديو، ومتابعته بدعوة إلى حدث معين، وتعليم الجميع القيام بنفس الشيء.

كانت الوسيلة المهنية الثانية في شكل مقطع صوتي .. نعم قلت شريط كاسيت، كان ذلك في عام 1992 وكان هذا كل ما لدينا، كانت الشركة تطلق شيئاً جديداً ومثيراً، وهذه المرة قمت شخصياً بتسجيل ملف صوتي يشرح الفرصة بالتفصيل، بعناه مقابل 50 سنتاً للقطعة، مما غطى تكاليفنا، وفي أقل من عام بيعت تلك الأشرطة الصوتية الصغيرة أكثر من مليون نسخة، لقد علمنا الناس كيفية دعوة العملاء المحتملين إلى أخذ هذا الشريط ووضعه في سيارتهم والاستماع إليه على الفور، وكانت النتائج مذهلة.

لقد قمنا بتدريب الأشخاص الحصول على 100 شريط في البداية، وتوزيعها على كل من يعرفونهم، ثم جعلناهم يركزون على توزيعها مرتين يومياً بعد ذلك باستخدام هذا النظام البسيط، ارتفع دخلي إلى ما يقرب من مليون دولار سنوياً.

تستخدم الشركات المختلفة أدوات واستراتيجيات مختلفة للفعاليات لتنمية أعمالها، يستخدم البعض اللقاءات المنزلية، ويستخدم البعض الآخر العروض التقديمية عبر الإنترنت، ويستخدم البعض الآخر جلسات فردية.

ابحث عن ما هو الأفضل في شركتك الخاصة، وقم بتطوير أسلوبك اليومي للعمل، ثم قم بتدريب شركائك على كيفية القيام بنفس الشيء بشكل فعال ودعوة عملائهم المحتملين للمشاركة.

بصفتك محترفاً إليك ما لا يجب عليك فعله، لا تحاول التصرف بحكمة تعتقدها في نفسك، وتبدأ مباشرة بالترويج لمنتجك، ربما هذا النهج يرضي غرورك ولكنه يسرق من حسابك البنكي.

دعني أعطيك المعادلة الخاصة بي للحرية المالية في البيع المباشر (قدرتك في الحصول على شبكة كبيرة من الناس، متوقف على استمرار قيامك بأشياء بسيطة لفترات طويلة) هذه المعادلة هي التي ساعدتني على تخطي مرحلة الشبكة المتوسطة، إلى الشبكة الكبيرة والمزدوجة، وسوف تساعدك أنت أيضاً على فعل نفس الشيء.

لسنوات كنت أركز واستخدم قدرتي على إقناع الناس للانضمام لفريقي، ثم وجدت القليل من القادة الذين ممكن أن أدربهم لفعل نفس ما كنت أفعله، وأخيراً تعلمت من هذه المعادلة التي أعطيتك الآن، وبدأت أركز على حث الناس على فعل أشياء بسيطة باستمرار، وعندما حدث ذلك كل شيء تغير للأفضل، وتلك هي الأساسيات.

4 قواعد أساسية للحديث عن مشاعر الدعوة:

القاعدة الأولى: يجب أن تنفصل عاطفياً عن النتيجة هذا مهم للغاية تذكر أن هدفنا الأولي هو **التعليم والفهم**، إنه ليس الحصول على عميل جديد أو التعاقد مع موزع جديد بعبارة أخرى "إذا فصلت مشاعرك عن هذه النتيجة وركزت فقط على التعليم والفهم، فإن كل شيء يصبح بسيطاً للغاية."

يبدو هذا سهلاً ولكنه صعب التنفيذ، ندخل جميعاً إلى هذا العمل على أمل تجنيد بعض الأشخاص الرائعين، من الصعب الانفصال عن هذه التوقعات ولكن عليك أن تتذكر أننا لسنا صيادين، لسنا أسماك قرش، وظيفتنا هي تثقيف الناس ومساعدتهم على فهم ما لدينا لنقدمه، نحن نعمل كمستشارين نقدم اقتراحات حول كيفية عيش الناس حياة أفضل.

إذا ركزت في الحصول على عميل أو موزع جديد، فسوف تشعر بخيبة أمل باستمرار وستجد أن العملاء المحتملين يبتعدون عنك، وإذا ركزت على التعليم والفهم، فستستمتع ويستمتع العملاء المحتملون بالتجربة أيضاً.

القاعدة الثانية: كن نفسك يصبح الكثير من الناس أشخاصاً مختلفين عندما يبدأون في الدعوة، وهذا يجعل الجميع غير مرتاحين، كن نفسك، فقط ركز على أن تكون أفضل نسخة من نفسك.

القاعدة الثالثة: تعامل بشغف وحماس فالحماس معدٍ لا بأس من أن تتحمس قليلاً .. ركز، استجب بعض النشاط، ابتسم عندما تكون على الهاتف، وأكد لك أن عاطفتك الإيجابية ستترجم إلى نتائج أفضل.

القاعدة الرابعة: كن قوياً في طرحك وواثقاً من نفسك كان هذا أمراً مهماً بالنسبة لي، في البداية كنت أشعر بعدم الأمان، لم أكن أعتقد أن أحداً

سيأخذني على محمل الجد، ولكن عندما شاهدت المحترفين، لاحظت وضعيتهم كانوا جريئين، كانوا واثقين من أنفسهم، كانوا أقوياء.

لذلك قررت أن أكون جريئاً أيضاً، توقفت عن الاعتذار طوال الوقت، بدلاً من قول "نعم .. أعلم أنني عملت في الكثير من الوظائف حتى الآن في حياتي، لكنني أمل أن يكون هذا هو التغيير الذي كنت أبحث عنه" بدأت أقول: "ماذا حدث؟ لقد سئمت من الحياة التي عشتها حتى هذه النقطة وقررت أن أتولى المسؤولية، لن أراهن ضد نفسي لأنني جاد."

هل تشعر بالفرق؟

كن نفسك ولكن كن أكثر جرأة، كن نفسك ولكن كن أكثر قوة، كن نفسك ولكن كن أكثر ثقة - على الأقل عندما تدعو، لقد وجدت أنه بإمكانني القيام بذلك لفترات قصيرة من الوقت في البداية، ومثل بناء عضلة جديدة، يمكنني في النهاية القيام بذلك لفترة أطول وأطول حتى تصبح جزءاً مني.

لذا .. الآن بعد أن هيأنا الأجواء دعنا نستعرض صيغة الدعوة، تم تصميم هذه الصيغة لاستخدامها عبر الهاتف أو وجهاً لوجه، لا ينبغي استخدامها مع الرسائل النصية أو البريد الإلكتروني أو أي أداة اتصال أخرى - فقط عبر الهاتف أو وجهاً لوجه، يمكن أن ينجح هذا مع عميلك المحتمل في السوق (شخص تعرفه) أو عميلك المحتمل في السوق الباردة (شخص تقابله أثناء حياتك)، سأقدم لك أمثلة لكليهما.

8 خطوات للدعوة المهنية الإحترافية:

الخطوة الأولى: كُن سريعاً

هذه مشكلة نفسية، يجذب الناس دائماً إلى الشخص الذي لديه أشياء كثيرة، إذا بدأت وكانت كل مكالمة أو محادثة وجهاً لوجه تعطي انطباعاً بأنك في عجلة من أمرك، فستجد أن دعواتك ستكون أقصر، وسيكون هناك عدد أقل من الأسئلة، ومقاومة أقل، وسيصبح الناس أكثر احتراماً لك ولوقتك.

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الدافئة:

✓ "ليس لدي الكثير من الوقت للتحدث، لكن كان من المهم حقاً أن أتواصل معك"

✓ "لدي مشاغل كثيرة، لكنني سعيد لأنني تمكنت من الوصول إليك".

✓ "الوقت ضيق جداً، ولكن كنت بحاجة للتحدث معك على وجه السرعة".

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الباردة:

✓ "الآن ليس الوقت المناسب للخوض في هذا الأمر ويجب أن أذهب، ولكن..."

✓ "يجب أن أسرع الآن، ولكن..."

أما بالنسبة للأمثلة التي أشاركها معك، فلا تقلق كثيراً بشأن الكلمات الدقيقة، فقط ركز على المفهوم واستخدم كلماتك الخاصة، أخبر الناس أنك مشغول، ولديك الكثير من المهام ووقتك قصير، ولكن كان من المهم بالنسبة لك أن تتحدث معهم بسرعة، وافعل ذلك بحماس وثقة في صوتك.

الخطوة الثانية: أثن على العميل المحتمل

هذا أمر بالغ الأهمية، فالإطراء الصادق يفتح الباب للتواصل الحقيقي وسيجعل العميل المحتمل أكثر قبولاً لسماع ما لديك لتقوله.

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الدافئة:

- ✓ "لقد كنت ناجحاً للغاية وكنت احترم دائماً بممارسة أعمالك."
- ✓ "لقد كنت دائماً داعماً لي وأنا أقدر ذلك كثيراً"، (رائع للاستخدام مع العائلة والأصدقاء المقربين).
- ✓ "لديك عقلية تجارية ويمكنك رؤية أشياء لا يراها الآخرون."
- ✓ "منذ أن عرفتك أرى أنك الأفضل في مجالك".

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الباردة:

- ✓ "لقد قُدمت لي خدمة من أفضل الخدمات التي تلقيتها على الإطلاق".
- ✓ "أنت ذكي جداً، هل يمكنكني أن أسألك عن عملك؟"
- ✓ "لقد جعلت هذه تجربة رائعة".

مفتاح المجاملة هو أن تكون صادقة، ابحث عن شيء يمكنك استخدامه بصدق لمجاملة عميلك المحتمل واستخدمه، ستضاعف هذه الخطوة البسيطة نتائج دعوتك حرفياً، عندما تبدأ بالإلحاح والمجاملة، يصبح من الصعب جداً على الشخص أن يتفاعل سلباً مع دعوتك، لا يسمع الناس المجاملات كثيراً، إنه شعور جيد، ستجد أن عملاءك المحتملين أصبحوا متقبلين للغاية.

إذا قمت بدراسة خطوات المحترفين فستجد أنهم يضعون الناس باستمرار في مزاج جيد من خلال مجاملاتهم الصادقة والمخلصة، يساعد ذلك في بناء التفاهم، ويساعد في فتح عقول الناس، والأهم من ذلك يساعد في تحقيق هدفنا المتمثل في التعليم والفهم.

الخطوة الثالثة: قدم له الدعوة

لا يوجد أسلوب واحد للدعوة يناسب الجميع، يوجد ثلاث أنواع لتوجيه الدعوة في البيع المباشر للمحترفين:

النوع الأول النهج المباشر: يستخدم هذا الأسلوب عندما تدعو الأشخاص لمعرفة المزيد عن فرصة متاحة لهم، يستخدم معظم الأشخاص النهج المباشر مع جميع العملاء المحتملين، وعادةً ما يكون الأمر على هذا النحو: "لقد وَجَدت طريقة لكي تصبح ثرياً! دعني أخبرك بكل شيء عنها، إلخ، إلخ، إلخ،" أنا أفهم هذا الشغف، ولكن حقاً، من الذي سيتحمس لذلك، ما لم يتلق مكاملة من مليونير؟

هذا لا يعني أن النهج المباشر لا يعمل إنه يعمل، وله مكانة مهمة في عملية دعوتك، ولكن يجب أن يكون مخصصاً للأشخاص الذين يعرفونك ويحترمونك أو للأشخاص الذين تعرف أنهم يبحثون عن شيء أفضل.

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الدافئة:

✓ "عندما أخبرتني أنك (تكره وظيفتك، أو تحتاج إلى المزيد من المال، أو تريد العثور على منزل جديد، وما إلى ذلك) هل كنت جاداً أم كنت تمزح فقط؟ (سيخبرونك دائماً تقريباً أنهم كانوا جادين) رائع! أعتقد أنني وجدت طريقة لك (لحل المشكلة/ جعل ذلك يحدث)" هذا في المواقف التي تعرف فيها مجال عدم رضاهم أو احتياجاتهم أو رغبتهم.

✓ "أعتقد أنني وجدت طريقة لنا لتعزيز تدفقاتنا النقدية حقاً"

✓ "عندما فكرت في الأشخاص الذين يمكنهم تحقيق ثروة مطلقة من خلال عمل وجدته، فكرت فيك أنت"

- ✓ "هل ما زلت تبحث عن وظيفة (أو وظيفة مختلفة)؟ لقد وجدت طريقة لكلينا لبدء عمل رائع دون كل هذه المخاطر"
- ✓ "اسمح لي أن أسألك سؤالاً خارج نطاق التسجيل إذا كان هناك عمل يمكنك البدء فيه بدوام جزئي من منزلك ويمكنك أن يحل محل دخلك بدوام كامل، فهل يثير اهتمامك ذلك؟"

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الباردة:

- ✓ "هل فكرت يوماً في تنويع مصادر دخلك؟"
- ✓ "هل فكرت من قبل في إضافة بعض التغيير على حياتك المهنية؟"
- ✓ "هل تخطط لأن تستمر في نفس مجال عملك لبقية حياتك؟"
- يمكنك اتباع نصوص السوق الباردة هذه أو أي اختلاف آخر بالآتي:
- ✓ "لدي شيء قد يثير اهتمامك."
- ✓ "الآن ليس الوقت المناسب للخوض في الأمر ولكن..."

النوع الثاني النهج غير المباشر: هذه أداة أخرى قوية لمساعدة الأشخاص على تجاوز مقاومتهم الأولية وتثقيفهم بشأن ما يمكنك تقديمه، النهج غير المباشر يتعلق بطلب المساعدة أو المدخلات أو التوجيه من العميل المحتمل، لقد استخدمت هذا النهج على نطاق واسع وحققت نجاحاً كبيراً عندما بدأت لأول مرة، ونظراً لافتقاري إلى المصداقية في سن 23 عاماً، لم أتمكن من تحقيق نجاح كبير باستخدام النهج المباشر، لذلك تعلمت التقليل من شأنني واللعب على غرور العميل المحتمل، لقد نجح الأمر بشكل لا يصدق ولا يزال يعمل حتى اليوم.

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الدافئة:

✓ " لقد بدأت للتو في عمل جديد، وأشعر بتوتر، فهل يمكن أن أتدرب معك، قبل أن أبدأ العمل الحقيقي؟" (هذا نهج رائع للعائلة والأصدقاء المقربين)

✓ "لقد وجدت عملاً تجارياً متحمساً له حقاً، ولكن ماذا أعرف؟ لديك الكثير من الخبرة، هل ستتنظر إليه من أجلي إذا سهلت الأمر عليك وأخبرتني إذا كنت تعتقد أنني أتخذ الخطوة الصحيحة؟"

✓ "أخبرني أحد الأصدقاء أن أفضل شيء يمكنني فعله عند بدء عمل تجاري هو أن أطلب من الأشخاص الذين أحترمهم إلقاء نظرة عليه وتقديم بعض التوجيهات لي، هل تكون على استعداد للقيام بذلك من أجلي إذا جعلت الأمر بسيطاً؟"

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الباردة:

عندما تقابل شخصاً من مدينة أو ولاية أو بلد آخر، وإذا كانت شركتك تعمل هناك، فيمكنك أن تقول:

✓ "تتوسع شركتي في منطقتك، هل يمكنك أن تقدم لي خدمة وتلقي نظرة عليها وتخبرني إذا كنت تعتقد أنها ستنجح في مدينتك؟"

✓ " وفي الكلام عن المنتج : لقد بدأت للتو العمل في تسويق منتج، وأعتقد أنه منتج جيد جداً، فهل يمكن أن تلقي نظرة وتجربة، لتعطيني رأيك؟"

النوع الثالث النهج غير المباشر السوبر: هذا النهج قوي بشكل لا يصدق

لأنه يعمل على عدد من المستويات النفسية، في هذا النهج، تخبر العميل

المحتمل أنه ليس عميلاً محتملاً وأنت مهتم فقط بمعرفة ما إذا كان يعرف شخصاً آخر قد يستفيد من عملك، إنه فعال للغاية.

أمثلة للعملاء المحتملين في السوق الدافئة:

✓ "من الواضح أن العمل الذي أعمل به لا يناسبك، ولكن هل تعرف شخصاً لديه الرغبة والطموح، ويمكن أن يتحمس لفكرة جني الكثير من الأرباح؟ "

✓ "هل تعرف شخص يبحث عن عمل قوي يمكنه إدارته من منزله؟"

✓ "هل تعرف أشخاصاً لديهم الرغبة في تنويع مصادر دخلهم؟ "

✓ "أعمل في شركة تريد أن تتوسع في منطقتك، وأبحث عن أشخاص لديهم الرغبة في زيادة دخلهم بطريقة مبتكرة، فهل تعرف بعض الأشخاص الذين تنطبق عليهم هذه الأوصاف؟"

في معظم الحالات سيطلبون منك المزيد من المعلومات قبل أن يقدموا لك أي أسماء (وراء هذا الطلب سيكون هناك فضول وفضول، معتقدين أن هذا قد يكون مناسباً لهم، ولكنهم لن يعترفوا لك بعد).

عندما يطلبون المزيد من المعلومات يمكنك الرد بـ:

"هذا منطقي، ستحتاج إلى معرفة المزيد عنه قبل إحالة بعض جهات الاتصال الخاصة بك " بعد ذلك يمكنك الانتقال إلى الخطوة الرابعة.

بالنسبة لأمثلة العملاء المحتملين في السوق الباردة: السوق الباردة هي نفس السوق الدافئة تماماً بالنسبة للنهج غير المباشر السوبر، ما عليك سوى استخدام نصوص السوق الدافئة أو أي تنويع مريح لك.

الخطوة الرابعة: إذا دعوتك .. هل ستفعل؟

كان هذا السؤال سلاحى السري لفترة طويلة جداً، إنه أقوى عبارة صادفتها على الإطلاق في بناء عمل بيع مباشر كبير وناجح.

✓ "إذا أعطيتك فيديو هل ستشاهده؟"

✓ "إذا أعطيتك مقطع صوتي هل ستستمع إليه؟"

✓ "إذا أعطيتك مجلة (أو أي مادة مطبوعة أخرى) هل ستقرأها؟"

✓ "إذا أعطيتك رابطاً لموقع ويب يحتوي على عرض تقديمي كامل، هل ستتحقق منه؟"

✓ "إذا دعوتك إلى لقاء مباشر عبر الإنترنت فهل ستحضرها؟"

✓ "إذا وجهت لك دعوة لحضور محاضرة ميدانية هل ستحضر؟"

هذه الأسئلة قوية وفعالة جداً وذلك لعدة أسباب:

أولاً: إنه أمر متبادل فأنت تقول إنك ستفعل شيئاً ما إذا فعلوا شيئاً ما، وبصفتنا بشراً، فإننا مبرمجون على الاستجابة بشكل إيجابي لمثل هذه المواقف.

ثانياً: يضعك في مكانة القوة فأنت تتحكم، أنت لا تتوسل، أنت لا تطلب خدمات، أنت ببساطة تقدم قيمة متبادلة.

ثالثاً: إنه يعني أن لديك شيئاً ذا قيمة لتقدمه أنت تقول إنك ستفعل شيئاً ما، ولكن ليس ما لم يفعل الشخص الآخر شيئاً في المقابل، عندما تقدر ما لديك، سيحترمك الناس.

عندما بدأت لأول مرة، لم أكن أعرف شيئاً عن هذا السؤال السحري، لقد قلت أشياء مثل: "أريد حقاً، حقاً، حقاً، أن تشاهد مقطع الفيديو الخاص بي، وتجرب منتجي، وتستمع إلى هذا المقطع الصوتي، وما إلى ذلك".

يمكنك أن تتخيل النتائج، إن علم النفس بأكمله ضعيف، إذا استخدمت عبارة "إذا كنت، هل تريد ذلك؟" فأنت تجري محادثة عمل، وإذا استخدمت عبارة "أريدك حقاً، حقاً، حقاً، حقاً" فإنك تبدو الآن يائساً، والموزع اليائس ليس جذاباً، إذا كنت قد استخدمت هذا النهج، فأنت تعلم بالفعل ما أتحدث عنه.

"إذا كنت، هل تريد ذلك؟" تحقق نتائج، إنها تجعل الناس يقولون "نعم"، إنها تساعد العملاء المحتملين على رؤية ما لدينا في ضوء مختلف.

تذكر أن هدفنا هو التعليم والفهم، "إذا كنت، هل تريد ذلك؟"، تساعدنا في تحقيق هذا الهدف.

إذا بدأت المكالمات على وجه السرعة، وأثنت على العميل المحتمل، وقدمت الدعوة وسألته "إذا فعلت، هل ستفعل ذلك؟"، فستكون إجابته "نعم" في 100% من الوقت تقريباً، ويمكنك الانتقال إلى الخطوة الخامسة.

إذا طلبوا مزيداً من المعلومات أولاً، فما عليك سوى الرد بـ:

✓ "أتفهم أنك تريد مزيداً من المعلومات، ولكن كل ما تبحث عنه موجود على (الفيديو المرسل، أو المقطع الصوتي، أو الرابط، إلخ)
✓ إن أسرع طريقة لفهم ما أتحدث عنه حقاً هي أن تراجع هذه المادة، لذا..
إذا أعطيتها لك، فهل ستراجعها؟"

إذا قالوا لا، فاشكرهم على وقتهم وانهي المكالمات.

راجع الخطوات من 1 إلى 3 لترى ما الذي كان بإمكانك فعله بشكل أفضل، ولكن لا تقدم لهم مادتك.

إذا اتبعت الخطوات الأربع الأولى وأجاب الشخص "نعم"! فهذا هو النجاح! لقد وافق على مراجعة مادتك! هل يعني ذلك أنه سيتابع الأمر؟ لا.

في الواقع لن يفعل سوى 5% من العملاء المحتملين ما قالوا إنهم سيفعلونه إذا استخدمت الخطوات الأربع الأولى فقط - و5% ليست رقماً جيداً، وللوصول إلى نسبة 80%، تحتاج إلى إكمال عملية الدعوة بشكل احترافي.

الخطوة الخامسة: التأكيد رقم #1 - الحصول على التزام بالوقت

لقد سألت "إذا فعلت هل ستفعل" وأجابوا بنعم، الخطوة التالية هي الحصول على التزام بالوقت:

✓ "متى تعتقد أنه يمكنك مشاهدة الفيديو بالتأكيد؟"

✓ "متى تعتقد أنه يمكنك الاستماع إلى البصمة الصوتية بالتأكيد؟"

✓ "متى ستتمكن من قراءة الكتاب أو الاطلاع على الرابط بالتأكيد؟"

✓ "متى تعتقد أنه يمكنك مشاهدة الرابط بالتأكيد؟"

لا تقترح عليهم وقتاً (هذا خطأ آخر ارتكبته في وقت مبكر من حياتي المهنية)، فقط اطرح السؤال وانتظر.

"إن هذا السؤال يجعلهم يفكرون في جدولهم الزمني والتزاماتهم، ويجدون مكاناً لمراجعة أدواتك، ويخبرونك بذلك، بعبارة أخرى يجعلهم ذلك يفكرون في الأمر.

عندما تسألهم لأول مرة "إذا كنت .. سأفعل ذلك" ويجيبون بنعم، سيكون ذلك يوماً ما، وعندما تحصل على التزام زمني، يبدأ الأمر في أن يصبح حقيقياً.

الشيء الوحيد الذي يهم هو أن يعطوك وقتاً، لا يهم ما هو ذلك الوقت، دعهم يفكرون في جدولهم الزمني ويخبرونك متى سينتهون من مراجعة المواد بالتأكيد، تقريباً 90% من الوقت سيعطونك إجابة، في 10% من الوقت سيكونون غامضين، ويقولون شيئاً مثل: "سأحاول القيام بذلك في وقت ما" إذا فعلوا ذلك فأخبرهم "لا أريد أن أضيع وقتك أو وقتي، لماذا لا نحدد وقتاً

تكون قد رأيت فيه بالتأكيد؟" تذكر أنهم قالوا بالفعل إنهم سيراجعونه في الخطوة الرابعة، هذا مجرد تأكيد للوقت.

المفتاح لكل هذا هو أنهم قالوا نعم مرتين الآن - المرة الأولى عندما أجابوا "إذا فعلت .. هل ستفعل ذلك؟" والمرة الثانية عندما تلقيت منهم التزاماً بالوقت. لذا، يمكنك الآن منحهم المادة .. أليس كذلك؟ الإجابة: خطأ. لم تنته بعد، يستغرق المحترفون بضع ثوانٍ أخرى لإكمال خطوتين إضافيتين قبل الانتهاء.

الخطوة السادسة: التأكيد رقم #2 - تأكيد الالتزام بالوقت

إذا أخبروك أنهم سيشاهدون الفيديو بحلول ليلة الثلاثاء، فإن ردك يجب أن يكون شيئاً مثل: "لذا .. إذا اتصلت بك صباح الأربعاء، فستكون قد شاهدته بالتأكيد، أليس كذلك؟" إذا قالوا إنهم سيستمعون إلى الفيديو بحلول صباح الخميس، فإن ردك يجب أن يكون، "لذا، إذا اتصلت بك في وقت لاحق من يوم الخميس، فستكون قد استمعت إليه بالتأكيد، أليس كذلك؟" إذا قالوا إنهم سيشاهدون الرابط بحلول الأول من يوليو، فيجب أن تكون إجابتك "لذا، إذا اتصلت بك في الثاني من يوليو، فستكون قد اطلعت عليه بالتأكيد، أليس كذلك؟"

سيقولون نعم بشكل طبيعي، أو سيعدلون الوقت قليلاً، على أي حال فإن أهمية الخطوة السادسة هي أنهم أكدوا الآن ثلاث مرات وأصبحوا الآن أكثر احتمالية للالتزام - والمفتاح هو أن هذا ليس موعداً حددته، إنه موعد حدوده، قالوا إنهم سيراجعون المادة، وسيفعلون ذلك في وقت محدد، وإذا اتصلت بهم بعد ذلك، فسيكونون قد راجعوا المادة، لقد طرحنا الأسئلة، إجاباتهم حددت الموعد.

الخطوة السابعة: التأكيد رقم #3 - جدولة اللقاء التالي

هذه الخطوة بسيطة، فقط اسأل "ما هي أفضل وسيلة ووقت للاتصال؟" سيعطونك ما هو الأفضل بالنسبة لهم، والآن لديك موعد حقيقي، كل ما عليك فعله هو التأكد من تذكر الاتصال عندما قلت أنك ستتصل.

لقد قالوا نعم أربع مرات، استغرقت الدعوة بأكملها بضع دقائق، وزادت فرصك في تحقيق هدفك المتمثل في التثقيف والفهم من حوالي 5% إلى حوالي 80%.

الخطوة الثامنة: انهي المكالمة

تذكر أنك في عجلة من أمرك .. أليس كذلك؟ بمجرد تأكيد الموعد، فإن أفضل شيء تقوله لشخص ما مثل "رائع، سنتحدث إذن، يجب أن نسرع!" يقوم الكثير من الأشخاص بتحديد الموعد ثم يستمرون بالحديث والتحدث والتحدث، تذكر أن هدفنا هو التثقيف والفهم وسنسمح لأداة الطرف الثالث وهي المواد التوضيحية بإنجاز معظم العمل.

إليك بعض الأمثلة على الخطوات الثمان السابقة الذكر

• شخص تعرفه يكره وظيفته - النهج المباشر

"مرحباً .. ليس لدي الكثير من الوقت للتحدث، لكن كان من المهم حقاً أن أتواصل معك، اسمع، أنت أحد أكثر الأشخاص ذكاءً مالياً الذين أعرفهم، ولقد احترمت ذلك دائماً، عندما أخبرتني أنك لا تحب وظيفتك حقاً، هل كنت جاداً أم كنت تمزح فقط؟" (يقولون إنهم جادون)

"رائع .. أعتقد أنني وجدت طريقة لك لإنشاء مشروعك، لدي فيديو يصف ما أتحدث عنه أفضل مما أصفه، إذا أعطيتك هذا الفيديو فهل ستستمع إليه؟ (يقولون نعم)

"متى تعتقد أنك تستطيع الاستماع إليه بالتأكيد؟" (يقولون يوم الثلاثاء)
 "لذا إذا اتصلت بك صباح الأربعاء، فستكون قد راجعته بالتأكيد أليس كذلك؟" (يقولون نعم)

"حسناً .. سأتحقق معك بعد ذلك، ما هي أفضل وسيلة ووقت يمكنني الاتصال بك؟" (يقولون نعم)

"حسناً، سنتحدث إذن، يجب أن أسرع وأشكرك!"

• صديق جيد - نهج غير مباشر

"مرحباً .. سأخرج من الباب، لكنني كنت بحاجة إلى التحدث إليك بسرعة، هل لديك قليل من الوقت؟"

رائع، اسمع لقد كنت دائماً داعماً لي وأنا أقدر ذلك كثيراً.

"لقد بدأت للتو عملاً تجارياً جديداً وأنا متوتر حقاً قبل أن أبدأ وأحتاج إلى التدريب مع شخص ودود، هل تمانع لو تدربت معك؟" (يقولون نعم)

"رائع! إذا أعطيتك فيديو قصير يوضح المعلومات بطريقة احترافية، هل ستشاهده؟" (يقولون نعم)

"يبلغ طوله حوالي 15 دقيقة، متى تعتقد أنك ستتمكن من مشاهدته بالتأكيد؟" (يقولون الخميس)

"لذا إذا اتصلت بك صباح الجمعة، فستراجعته بالتأكيد، أليس كذلك؟ رائع، ما هي أفضل طريقة ووقت لأتصل بك؟" (يقدمون المعلومات) "رائع، سنتحدث إذن، يجب أن أركض وأشكرك!"

• شخص ناجح للغاية - نهج غير مباشر للغاية

"أعلم أنك مشغول ولدي مليون شيء يحدث أيضاً، لكنني سعيد لأنني تمكنت من مقابلتك، لقد حققت نجاحاً كبيراً ولطالما احترمت الطريقة التي تدير بها أعمالك.

"لقد بدأت مؤخراً شيئاً جديداً وأبحث عن بعض الأشخاص الأذكياء، من الواضح أنه ليس لك، ولكن أردت أن أسأل من تعرف من الطموحين الذين لديهم دوافع مادية والذين قد يكونون متحمسين لفكرة إضافة قدر كبير من التدفق النقدي إلى حياتهم؟ (يقولون إنهم يعرفون بعض الأشخاص)

"أتفهم أنك تريد معرفة المزيد عن الأمر قبل أن توصي بأشخاص، لدي فيديو قصير يشرح بالضبط ما أفعله ونوع الأشخاص الذين أبحث عنهم، إنه موجز.

"إذا أرسلت لك الفيديو هل ستراجعته؟ (يقولون إنهم سيفعلون) "شكراً. متى تعتقد أنه يمكنك مشاهدته بالتأكيد؟" (يقولون يوم الإثنين القادم)

"حسناً، إذا اتصلت بك يوم الثلاثاء القادم، فستراجعته بالتأكيد .. أليس كذلك؟"

"حسناً .. سأتواصل معك مرة أخرى، ما هي أفضل وسيلة ووقت يمكنني الاتصال بك؟" (يقدمون المعلومات)

"حسناً، رائع شكراً مرة أخرى أقدر ذلك كثيراً، سأتحدث إليك يوم الثلاثاء القادم"

• عميل محتمل في السوق الباردة قام بعمل جيد في بيعك شيئاً ما - النهج المباشر

"الآن ليس الوقت المناسب للدخول في هذا الأمر ويجب أن أرحل، ولكنك ذكي للغاية وأنا أبحث عن بعض الأشخاص الأذكياء، هل تخطط للقيام بما تفعله الآن لبقية حياتك المهنية؟" (يقولون لا)

"حسناً، لدي شيء قد يثير اهتمامك، الآن ليس الوقت المناسب للدخول فيه، ولكن لدي فيديو يشرح كل شيء بتفصيل كبير، إذا أعطيته لك، هل ستشاهده؟" (يقولون نعم)

"متى تعتقد أنه يمكنك مشاهدته بالتأكيد؟" (يقولون الأحد)

"لذا إذا اتصلت بك يوم الاثنين، فستراجعته بالتأكيد، أليس كذلك؟"

(يقولون نعم)

"حسناً، سأتواصل معك إذن، ما هي أفضل طريقة ووقت للاتصال بك؟" (يعطونك معلوماتهم)

"حسناً.. شكراً مرة أخرى على الخدمة الممتازة وسأتحدث إليك قريباً."

هل تشعر بتدفق كيفية عمل هذا؟

من الواضح أن هناك العديد من الاختلافات المحتملة لأنواع مختلفة من العملاء المحتملين، لكنني أمل أن تساعدك هذه الأمثلة في فهم كيفية تجميع كل شيء معاً.

من حيث النصوص، من الأفضل أن تتقن المفاهيم الأساسية ولا تركز كثيراً على النص بالضبط، لا تعمل الحياة بهذه الطريقة، ولكن إذا تعلمت أن تخبر عميلك المحتمل أنك في عجلة من أمرك، ثم تثني عليه، ثم تدعوه، ثم تمرر له

أداة مثل "إذا فعلت، هل ستفعل"، ثم تؤكد استخدام العملية التي وصفتها، وأخيراً قم بإنهاء المكالمة الهاتفية أو إكمال الدعوة، فسوف تنجح تماماً.

تذكر في التوظيف لا توجد تجارب جيدة أو سيئة - فقط تجارب تعليمية. في رحلتك لتصبح محترفاً في البيع المباشر، فإن أفضل ما يمكن أن يحدث هو **تطوير المهارات اللازمة للتجنيد عند الطلب في أي موقف، عندها لن تقلق أبداً بشأن أن تكون محظوظاً، لذا تدرب .. تدرب .. تدرب.**

الفصل السادس

المهارة رقم 3

عرض المنتج أو الفرصة للعميل المحتمل

لقد تحدثنا عن مهارتين الأوليين المتمثلتين في تحديد العملاء المحتملين ودعوتهم لمعرفة المزيد عن منتجك أو فرصتك، وكما تعلمت ستدعوهم لمراجعة مادة أو حضور نوع ما من الفعاليات، إذا كانوا يراجعون المادة بأنفسهم ولم تكن موجوداً، فلا يوجد ما عليك فعله، ما عليك سوى المتابعة عندما تقول إنك ستفعل، إذا كنت معهم شخصياً فهناك بعض الأشياء التي تحتاج إلى فهمها، وأحد أكبر هذه الأشياء هو أنك لست المشكلة!

كان من الصعب عليّ قبول هذا الأمر، عندما بدأت لأول مرة قرأت كل ما أستطيع، واستمعت إلى كل ما أستطيع، وحضرت جميع جلسات التدريب التي استطعت، اعتقدت أن أهم شيء يمكنني القيام به هو أن أصبح خبيراً في جميع الحقائق المرتبطة بشركتي، لذا إذا سألني أي شخص أي أسئلة، فسأكون هناك مع الإجابات، يبدو الأمر منطقياً .. أليس كذلك؟

كنت أجلس مع شخص ما وأقول له "دعني أخبرك بكل شيء عن منتجاتنا، دعني أخبرك بكل شيء عن شركتنا، دعني أخبرك بكل شيء عن خطة التسويق الخاصة بنا، دعني أخبرك بكل شيء عن نظام الحوافز لدينا"، هناك مشاكل كبيرة في هذا النهج إذا كنت تريد بناء شبكة كبيرة وناجحة، بالنسبة لي كانت لدي عدة مشاكل منها:

- **المشكلة الأولى:** أنه مهما تعلمت فستبقى بعض الأسئلة التي تحيرني، ولا يمكنني الإجابة عليها، وعندما يحيرني سؤال ما فإني أنظر إليه على أن الفرصة كلها متوقفة عليه!

- **المشكلة الثانية:** هي أن معظم العملاء المحتملين كانوا يعرفون أنني لست خبيراً، لذلك عندما أتيت إليهم وقدمت نفسي كشخصية ذات سلطة عرفوا أن هذا غير صحيح، لقد جعلهم ذلك أكثر تشككاً.

- **المشكلة الثالثة:** حتى وإن أصبحت خبيراً فهذا لا يعني أن باقي الموزعين في شبكتي لديهم نفس الرغبة والإرادة للتعلم ونتيجة لذلك كنت مضطراً للقيام بنفسي بكل عرض تقديمي، ووفقاً لذلك لا توجد طريقة لبناء شبكة قائمة على التكرار والتفرع، وبغير ذلك فإن البيع المباشر سيصبح مجرد وظيفة.

في الأيام الأولى كان البيع المباشر بالنسبة لي وظيفة، لم يكن لدي أي تكرار لأنني جعلت من نفسي المشكلة، لكنني كنت مصمماً وبدأت في مراقبة وتدوين ملاحظات دقيقة حول كيفية قيام المسوقين المحترفين بتقديم عروضهم التقديمية.

لم يجعل المحترفون أنفسهم أبداً قضية، أكثر من ذلك لم يقدموا أنفسهم أبداً كخبراء، لقد تصرفوا كمستشارين يربطون العميل المحتمل بالأدوات أو الفعاليات أو الموزعين الآخرين لمساعدتهم على التعلم، إذا طرح العميل المحتمل سؤالاً فسيوجهونه إلى الإجابة، لكنهم لن يعطوه الإجابة بشكل مباشر.

لقد حيرني هذا حتى بدأت أفهم التكرار، كان المحترفون يعرفون أنهم يستطيعون تسجيل الشخص من خلال إبهاره بمعرفتهم وخبرتهم، لكنهم كانوا يعرفون أيضاً أن الأمر سيستغرق وقتاً طويلاً حتى يقوم الموزع الجديد بنفس الشيء، لذلك توصلوا إلى نهج أبسط، في هذا الوقت تقريباً سمعت مفهوماً ظل عالقاً في ذهني منذ ذلك الحين:

" في البيع المباشر لا يهم ما تحقق من نتائج .. المهم فقط هو أن تتكرر النتائج " يجب أن يكون هذا مبدأ توجيهياً لكل محترف في البيع المباشر.

يستخدم المحترفون الأدوات بدلاً من حكمتهم الخاصة.

يستخدم المحترفون الفعاليات المباشرة بدلاً من عروضهم التقديمية الخاصة.

يستخدم المحترفون الموزعين الآخرين لتقديم الحقائق بدلاً من تقديمها لهم.

لا يقدم المحترفون أنفسهم كخبراء، إنهم يدعون الأشخاص فقط لمعرفة المزيد عن المنتج أو الفرصة ويسمحون للمورد الخارجي بتقديم المعلومات.

يجلب المحترفون الشغف والحماس والإثارة والإيمان، إذا شاهدت يوماً محترفاً في العمل، فسترى فيه ناراً معدية، اجعل الشغف والحماس والإثارة والإيمان من أولوياتك، ثم ادعه بشكل احترافي ودع مورد الطرف الثالث يقوم بالباقي.

بالإضافة إلى تعلم كيفية تقديم منتجك أو فرصتك بفعالية أثناء جهود التوظيف الشخصية، من المهم أيضاً تعلم كيفية تقديم فرصتك لمجموعات من الأشخاص.

لقد سمعت (وأعتقد أنه صحيح) "الشخص الذي يحمل العلامة هو الذي يكسب المال"، بعبارة أخرى "فإن الشخص الذي يملك القدرة على إلقاء محاضرة هو الشخص الذي لديه دخل أعلى من المتوسط".

عندما بدأت لأول مرة كنت خائفاً للغاية من التحدث أمام الناس، لكنني كنت طموحاً، وبما أن الجميع قالوا إن هذه مهارة مهمة فقد كنت عازماً على إتقانها.

بدأت بتعلم كيفية تقديم شهادة قصيرة وفعالة، كان تعلم سرد قصتي قيماً للغاية في بناء عملي وما زال كذلك حتى يومنا هذا، لا يهتم الناس بمدى معرفتك لكنهم مهتمون بقصتك طالما أنك لا تملهم بها، لقد عملت على قصتي لفترة، وبعد إجراء بعض التعديلات عليها مرة أو مرتين، إليكم ما توصلت إليه.

"مرحباً! اسمي إيريك ووري وأنا شخص متقاعد لم أحقق النجاح المطلوب، عملت في 18 وظيفة في سن 23 عاماً وبدأت أعتقد أن مستقبلي لا يبدو جيداً، لقد شعرت بالحرَج من افتقاري إلى النتائج وكنت أبحث بشكل يائس عن طريقة لتحقيق شيء ما في حياتي، في يناير 1988 تعرفت على البيع المباشر وقد غير ذلك حياتي، فبدلاً من الخوف من المستقبل أصبحت الآن متحمساً له"

(وبعد ذلك كنت أدرج أي شيء مناسب بناءً على مستويات نجاحي الحالية).

كان موضوع قصتي هو أنه إذا كان بإمكانني القيام بذلك، فيمكن لأي شخص القيام بذلك، وقد نجح الأمر، لقد استخدمته طوال الوقت في اجتماعات الفنادق وفي الاجتماعات المنزلية وفي المكالمات الهاتفية ثلاثية الأطراف وفي المكالمات الجماعية - أي شيء آخر.

بغض النظر عن خلفيتك يمكنك صياغة قصة شخصية مقنعة، لقد وجدت أن كل قصة جيدة تحتوي على أربعة عناصر:

- 1- خلفيتك (وضعك السابق).
- 2- الأشياء التي لم تعجبك في خلفيتك.
- 3- كيف أنقذك البيع المباشر أو شركتك.
- 4- نتائجك أو كيف تشعر تجاه مستقبلك.

خذ بعض الوقت لإنشاء قصتك وابدأ في سردها كلما سنحت لك الفرصة، بعد ذلك قررت إتقان عرض الفرصة لشركتي، مرة أخرى دخل مفهوم نمذجة الأشخاص الناجحين حيز التنفيذ، كان صاحب أعلى دخل في شركتي قوياً وفعالاً للغاية، بالإضافة إلى ذلك قام بنفس العرض التقديمي بالضبط في كل مرة كلمة بكلمة تقريباً، لذلك قمت بتسجيل عرضه التقديمي ونسخته يدوياً على مفكرتي، عندما أكملت هذه الخطوة قمت بتسجيل صوتي أثناء تقديم هذا العرض التقديمي، لقد قمت بذلك حرفياً، نفس القصص نفس النكات - كل شيء كان عرضه بالضبط.

بعد أن انتهيت قمت بتشغيله مرة أخرى وكان فظيماً! لم يكن صوتي يحتوي على أي طاقة كنت مملاً كرهت ذلك، لذلك قمت بتسجيله مراراً وتكراراً حتى أصبح مقبولاً، في النهاية كان لدي شريط صوتي به عرضي التقديمي واستمعت إليه مراراً وتكراراً في سيارتي، أراهن أنني استمعت إلى ذلك العرض التقديمي 500 مرة، وبحلول ذلك الوقت كنت قد حفظته عن ظهر قلب، كنت أعرفه من البداية إلى النهاية، يمكنني أن أبدأ من أي جزء من العرض التقديمي وأتابعه من هناك.

لن تصدق الثقة التي منحني إياها هذه الطريقة، انتقلت من الخوف من تقديم العرض التقديمي إلى البحث بنشاط عن فرص لتقديمه! لقد قدمت العرض التقديمي في مؤتمرات وفي اجتماعات منزلية وفي مكالمات ثلاثية وفي أي مكان آخر.

لقد تمكنت من العثور على ذلك، لقد أصبحت مقدماً منتظماً في اجتماعاتنا المحلية وواصلت الانتقال إلى أماكن أكبر وأفضل، حتى انه طلب مني التحدث في مؤتمرات الشركة.

بالنسبة لي مر تطور أن أصبح مقدماً بعدة مراحل:

- 1- تعلم قصتي.
- 2- تعلم عرض الفرصة القياسي.
- 3- تعلم عروض التدريب المختلفة.

كانت إحدى اللحظات الحاسمة الكبرى كمقدم في عام 1993، كنت في التاسعة والعشرين من عمري وبدأت في صنع اسم لنفسي في البيع المباشر، كنت أجري محادثة مع الرئيس التنفيذي للشركة والموزع رقم واحد في ذلك الوقت. لا أتذكر بالضبط كيف ظهر الموضوع لكنني أتذكر أنني قلت شيئاً للرئيس التنفيذي مثل "حسناً قد يكون (الموزع الأول) أفضل مني في التواصل الشبكي الآن لكن يمكنني التفوق عليه في الحديث في أي وقت" كان المقصود من ذلك مزحة لكن الرئيس التنفيذي رفع حاجبيه وقال: "حسناً يا بُني .. سأخبرك بشيء لدينا مؤتمراً الكبير القادم سيحضره أكثر من 14000 شخص، سأعطيكما نفس القدر من الوقت وسنجري مسابقة خاصة، سأختار عدداً قليلاً من الحكام وسيصوتون على من قام بعمل أفضل".

يا إلهي! الآن كنت حقاً في مأزق! لم أكن قائداً كبيراً، لم يكن لدي منظمة أو سمعة كبيرة في ذلك الوقت مثل صاحب أعلى دخل، لذلك فعلت الشيء الوحيد الذي يمكنني التحكم فيه، بدأت في الاستعداد وكأن حياتي معلقة في الميزان. اخترت موضوعاً، كتبت محاضرتي وأعدت كتابتها مراراً وتكراراً، أجريت بحثاً تدرجت .. سجلت نفسي أثناء إلقاءي للكلمة، فعلت كل ما بوسعي فعله، وعندما جاء اليوم لم أشعر أبداً بهذا القدر من التوتر في حياتي كلها، إن التحدث إلى 14000 شخص يشبه التحدث إلى المحيط، لكن استعدادي خدمني جيداً، لقد هدأت من روعي عندما بلغت التاسعة والعشرين من العمر، ونجحت في تقديم عرضي.

لقد كانت الاستجابة هائلة! لقد جن جنون الجمهور بالمعنى الحرفي للكلمة، لقد شعرت ببعض الخدر عندما غادرت المسرح بينما كانوا لا يزالون يهتفون، وجلست هناك بينما كان صاحب أعلى دخل يلقي خطابه، لقد قام بعمل جيد ولكن يجب أن أعترف لك، لقد شعرت بشعور رائع عندما جاء الرئيس التنفيذي وهنأني على الفوز في مسابقتنا الصغيرة الخاصة، لقد كانت بالتأكيد لحظة حاسمة، يبدو صوتي أصغر سناً بعض الشيء، لكنه لا يزال صوتي، ولتلخيص هذه المجموعة من المهارات تذكر بعض الأشياء المهمة:

- 1- عندما تبحث عن عملاء محتملين فأنت الرسول - وليس الرسالة، ابتعد عن الطريق واستخدم أداة خارجية.
- 2- تعلم كيف تروي قصتك بطريقة تجعل العملاء المحتملين فضوليين لسماع المزيد.
- 3- عندما يتعلق الأمر بالتقديم أمام مجموعة من الأشخاص فإن التحضير هو المفتاح، عندما تكون مستعداً يكون الأمر ممتعاً.

الفصل السابع

المهارة رقم 4

متابعة العملاء المحتملين

في مجال البيع المباشر (التسويق متعدد المستويات) يقولون إن الثروة تكمن في المتابعة، أعتقد أن هذا صحيح لأن معظم الأشخاص في مجال التسويق متعدد المستويات لا يتابعون العملاء المحتملين على الإطلاق، على الأقل ليس كمحترفين، تحتاج إلى فهم بعض المفاهيم المهمة إذا كنت تريد إتقان هذه المهارة:

المفهوم رقم 1 : المتابعة هي القيام بما قلت أنك ستفعله

إذا قلت إنك ستتصل في وقت محدد فافعل ذلك، تمتلئ مهنة البيع المباشر بالأشخاص الذين ينفعلون في دقيقة واحدة ثم يختفون فجأة، أدر عملك من خلال مفكرة يدوية أو الكترونية، كُن الشخص الذي يفعل ما يقول إنه سيفعله.

سيحترم الناس ذلك .. لقد بعث العقارات في العام السابق لانخراطي في البيع المباشر، كان والدي وشريكه يمتلكان الشركة ذات يوم كنت في المكتب وظهر رجل يُدعى تشاك آيكوك لاجتماع مع والدي في الساعة العاشرة صباحاً كانت الساعة 9:55 صباحاً ولم يكن والدي في المكتب بعد، حييت تشاك وأخبرته أنني متأكد من وصول والدي قريباً، وفي الساعة 10 صباحاً بالضبط نهض تشاك وقال "إنها الساعة العاشرة والدك ليس هنا، اطلب منه الاتصال بي إذا كان يريد إعادة جدولة الاجتماع".

لم أصدق ذلك لقد جاء طوال الطريق إلى المكتب فقط ليغادر بعد 30 ثانية من الموعد؟ قلت له "السيد أيكوك أنا متأكد من أنه سيكون هنا في أي دقيقة، ليست هناك حاجة للمغادرة" ثم أخبرني بشيء لم أنساه أبداً .

قال: "يا بني إما أن تكون مبكراً أو متأخراً، إنه متأخر ووقتي ثمين، اتصل بي إذا كان يرغب في إعادة تحديد الموعد" وغادر!

لقد حضر والدي في الساعة 10:10 صباحاً متوقفاً لمقابلة تشاك، لقد أخبرته بما حدث وكان مذهولاً مثلي، لم يكن والدي يتأخر عادةً أو أي شيء من هذا القبيل، في ذلك الصباح بالذات كان غير مبالي بوقته، لقد أعاد تحديد الموعد ولاحظت على مر السنين أن والدي كان دائماً مبكراً لمواعيده مع السيد أيكوك. **ما الدرس المستفاد من هذه القصة؟** بالنسبة لي كان الدرس هو أن الناس يحترمون الشخص الذي يفعل ما يقول إنه سيفعله، كما يحترمون الشخص الذي يقدر وقته.

إذا قلت إنك ستتابع في وقت محدد أو بطريقة محددة، فإما أن تفعل ذلك أو تعيد تحديد الموعد قبل وقت طويل من موعدك.

المفهوم رقم 2: السبب الوحيد للإستمرار المتواصل مع الشخص

المحتمل هو الإعداد لموعد اللقاء التالي

عندما بدأت كنت أنهي كل عرض بقول "مارأيك؟" لم يخبرني أحد أن هذا كان من أسوأ الأشياء التي يمكن القيام بها، بدأ الأمر وكأنه شيء طبيعي أن أقوله لكن نتائجي كانت مروعة، طلبت المساعدة من أحد مرشدي الأوائل وقال: "إيريك .. السبب الوحيد لوجود عرض هو إعداد العرض التالي"

لقد أذهلني ذلك اعتقدت أن السبب وراء وجود العرض هو جعل الشخص يسجل! ثم استمر في شرح أنه إذا أنهيت كل عرض بإعداد العرض التالي

فسيصبح العميل المحتمل في النهاية على دراية بالفرصة ويتخذ قراراً مستنيراً، لقد تغير الهدف في ذهني من "الحصول" على العميل المحتمل في العرض الأول إلى مجرد إبقاء العملية حية من خلال إعداد العرض التالي، ثم التالي ثم التالي حتى يتخذوا قراراً، عندما أجريت هذا التحسين البسيط تحسنت نتائجي بشكل كبير.

لقد تحدثنا سابقاً عن كيفية دعوة العميل المحتمل بشكل احترافي لإلقاء نظرة على ما لديك لتقدمه، في نهاية هذه العملية مررنا بعدة خطوات لإعداد العرض التالي أي مكالمة المتابعة، كان هذا هو موعدك التالي (موعد العرض).

عندما تجري هذه المكالمة ستسألهم عما إذا كانوا قد راجعوا المواد سيقولون "لا، لم أفعل" أو سيقولون "نعم لقد فعلت"، دعنا نتحدث عن كيفية إعداد العرض التالي في كلتا الحالتين:

الحالة الأولى: إذا قالوا "لا" لم تتح لهم الفرصة لمراجعة المواد فمن المهم ألا تظهر استياءك من عدم متابعتهم، يبدو الأمر مضحكاً لكن الكثير من يقفز الناس على العملاء المحتملين قائلين لهم: "اعتقدت أنك قلت إنك ستتمكن من رؤية ذلك بالتأكيد!" من الواضح أن هذا لن يساعد في بناء تلك العلاقة الجيدة التي تعمل عليها.

أفضل طريقة للرد هي: "لا بأس، أتفهم أن الحياة تصبح مزدحمة أحياناً، متى تعتقد أنك ستتمكن من القيام بذلك بالتأكيد .. بالتأكيد؟" الآن قد تقول "بالتأكيد .. بالتأكيد"

إنها مبالغة بعض الشيء لكنني استخدمت ذلك لعقود من الزمان في موقف المتابعة هذا وأنا أفعل ذلك لأنه يعمل في كل الأحوال، استخدم أي لغة ترغب في استخدامها لتحديد الموعد التالي واتبع نفس الخطوات للحصول على

الالتزام، بمجرد أن تحصل عليه بما في ذلك تاريخ ووقت المكالمات التالية (العرض التالي) أغلق السماعة واتصل بهم عندما قلت إنك ستفعل.

الحالة الثانية: إذا اتصلت بهم في الوقت المحدد ولم يراجعوا المواد بعد فما عليك سوى تكرار العملية حتى يفعلوا ذلك.

تذكر أنهم يحددون الموعد وأنت تكون محترفاً من خلال المتابعة كما قلت، إذا اتصلت بعميلك المحتمل وقال نعم لقد راجع المواد فسوف تطرح عليه بعض الأسئلة الذكية أولاً، لن تسأل "ماذا تعتقد؟" فهذا يدعو الجزء الحاسم من عقل العميل المحتمل إلى طرح اعتراضات لمحاولة أن تبدو ذكياً.

أفضل سؤال متابعة استخدمته على الإطلاق هو "ما الذي أعجبك أكثر؟" سيأخذك هذا السؤال في اتجاه إيجابي للغاية وسيمنحك أدلة حول مستوى اهتمامهم، إذا قال "المنتج" فمن المحتمل أن يكون عرضك التالي مرتبطاً بالمنتج، إذا قال "الحرية المالية" فإن عرضك التالي سيكون مرتبطاً بالفرصة.

سؤال رائع آخر يمكنك طرحه هو "على مقياس من 1 إلى 10 حيث 1 يعني عدم الاهتمام و10 يعني الاستعداد للبدء على الفور أين تقييمك الآن؟" مع هذا السؤال أي شيء أعلى من واحد هو جيد، يُقال إنهم مهتمون إلى حد ما، في أغلب الأحيان ستحصل على شيء مثل خمسة أو ستة بغض النظر عن الرقم الذي سيعطونك إياه، كل ما ستفعله هو سؤالهم عن كيفية مساعدتهم في الوصول إلى رقم أعلى.

عادةً ما تكون الإجابة على غرار إجاباتهم "ما الذي أعجبك أكثر؟"

إذا كانت الإجابة إيجابية للغاية وكان الرقم مرتفعاً إلى حد ما، يمكنك الانتقال مباشرةً إلى عملية الإغلاق (سنتناول ذلك في القسم التالي)، إذا لم يكن الضوء الأخضر واضحاً فستقوم فقط بجدولة العرض التالي.

قد يرغبون في تجربة المنتج لذا تساعدهم في القيام بذلك وتحدد موعداً للمتابعة وقت للاتصال بهم والتحقق من التجربة (العرض التالي).

قد يرغبون في فهم خطة الحوافز والعمولات لذا تحدد وقتاً للقاء معاً ومراجعتها (العرض التالي).

قد يرغبون في التحدث مع زوجاتهم لذا ترسلهم إلى المنزل مع المواد التي يمكنهم مشاركتها مع زوجاتهم وتحدد تاريخاً ووقتاً للمتابعة (العرض التالي).

أيا كان الأمر فلا تنهي عرضاً واحداً دون إعداد العرض التالي أبداً! إذا فعلت ذلك فقد انتهى الأمر، هذا ما كان يحدث لي في البداية كنت أطلب من شخص ما أن ينظر إلى الفرصة، وعندما يفعلون ذلك كنت أقول: "إذن .. ما رأيك؟" وعادة ما يتمتمون بشيء مثل "سأخبرك" أو "سأعود إليك" أو "أحتاج إلى التفكير أكثر في الأمر" أو شيء مماثل، وفجأة يرحلون ثم عندما حاولت الاتصال بهم مرة أخرى كنت أزعجهم فقط، كان الأمر برمته غير مريح، بمجرد أن غيرت إلى عدم إنهاء عرض واحد قبل إعداد العرض التالي تغير كل شيء للأفضل، كنت محترفاً، كنت مسيطراً، كان لدى العميل المحتمل احترام أكبر لي وللفرصة، كل هذا حدث من هذا التغيير الصغير في طريقة التفكير.

المفهوم رقم 3: يتطلب الأمر في المتوسط من 4 إلى 6 متابعات لكي ينضم الشخص العادي

عندما لا يفهم الناس أن السبب الوحيد وراء العرض هو إعداد العرض التالي، فإنهم يضعون قدراً كبيراً من الضغط على عملائهم المحتملين وعلى أنفسهم.

في ثقافة التسويق متعدد المستويات "البعض سينضم والبعض الآخر لن ينضم، فماذا بعد ذلك"، يضغط الناس على الشخص مرة واحدة، وإذا لم

ينضم على الفور فإنهم ينتقلون ولا يتابعون أبداً، في كثير من الحالات يذهبون إلى أبعد من ذلك من خلال الإضرار بالعلاقة مع العميل المحتمل بموقفهم.

يدرك المحترفون أن الأمر يتطلب في المتوسط من 4 إلى 6 متابعات لكي ينخرط العميل المحتمل، هدفهم هو **التعليم والفهم**، من الصعب تثقيف شخص ما في عرض واحد، لذلك يأخذونه من عرض إلى عرض إلى عرض، مع العلم أنه سيستوعبه في النهاية، ومن خلال هذه العملية يبنون أيضاً علاقة أقوى مع العميل المحتمل ويعززون الصداقة، يساعد ذلك في بناء الثقة ويستمتع الناس بالعمل مع الأشخاص الذين يحبونهم.

يعد متوسط عدد مرات العرض من 4 إلى 6 مرات، مما يعني أنه لكل شخص ينضم في المرة الأولى سيكون هناك شخص يحتاج إلى أكثر من 10 مرات عرض للانضمام، لا يمكنك أن تعرف أبداً، لقد تم البحث عن بعض أفضل الأشخاص في البيع المباشر لسنوات قبل أن يتخذوا أخيراً قرار المشاركة في الفرصة، حافظ على إلهامك - ولكن تحلى بالصبر.

المفهوم رقم 4: قم بتكثيف العروض للحصول على نتائج أفضل.

يقوم المراهنون بالبحث عن شخص ما مرة واحدة ثم ينتقلون إلى شيء آخر. يقوم الهواة بالبحث عن شخص ما من خلال عدة مرات عرض بمرور الوقت. يقوم المحترفون بتكثيف عدد مرات العرض في أقصر وقت ممكن.

الناس عادة لديهم الكثير من المشاغل باستمرار، فمن المهم عندما تريد أن تجعلهم يلقوا نظرة على شيء جديد، أن تحافظ على إثارة اهتمامهم، وأفضل طريقة للقيام بذلك، هي تكثيف العروض وجعلها خلال فترات زمنية متقاربة قدر الإمكان.

إذا كنت تتباطأ فقد تبدأ بجعلهم يشاهدون مقطع فيديو ثم بعد بضعة أسابيع اجعلهم يستمعون إلى مؤتمر عبر الهاتف، ثم بعد شهر اجعلهم يحضرون ندوة عبر الإنترنت، ثم بعد شهر آخر ادعهم إلى مكالمات هاتفية ثلاثية معك وموزع آخر، هذه العملية البطيئة صعبة لأنه بين كل لقاء يميلون إلى الانشغال بالحياة، يمكن أن يكون الأمر أشبه بالبداية من جديد في كل مرة. من ناحية أخرى، إذا جعلتهم يشاهدون مقطع فيديو ثم ينضمون إلى مؤتمر عبر الهاتف ثم يجربون المنتج ثم يشاركون في لقاء أونلاين عبر الإنترنت ثم يشاركون في مكالمات ثلاثية ثم يأتون إلى اجتماع مباشر (أو أي مجموعة من اللقاءات التي تستخدمها في شركتك)، وتفعل كل ذلك في أسبوع واحد، فأنت تمنحهم الفرصة للتفكير حقاً في كيفية تغيير ذلك لحياتهم.

الأسئلة والاعتراضات

في كل خطوة من خطوات عملية العرض ستواجه أسئلة واعتراضات وهذا أمر طبيعي، في كثير من الأحيان يقوم العميل بإثارة تلك التساؤلات فقط ليبدو ذكياً، فهو لا يريد أن يبدو سهلاً، كيفية استجابتك لتلك الاعتراضات أمر في غاية الأهمية، إذا تصرفت بطريقة دفاعية فستزرع بذرة الشك، وإذا تصرفت بطريقة هجومية فسوف تفقدهم، تذكر أن هدفنا هو **توعية وتثقيف** العميل، فالأمر ليس أن تفوز في الجدل، مهمتنا هي مساعدة من لا يرون على الرؤية.

عندما يطرح شخص ما سؤالاً سلبياً أو إذا قدم لك اعتراضاً فإن كل ما يفعله حقاً هو مساعدتك على تحديد إحدى نقاط ضعفه، ومن المفيد معرفة ما هي هذه النقاط حتى تتمكن من مساعدة العملاء المحتملين في التخلص منها.

سأقدم لك بعض التكتيكات المحددة للمساعدة في التغلب على الاعتراضات، ولكن الشيء الذي أريدك أن تتذكره وتقضي المزيد من الوقت في التركيز عليه هو المفاهيم التكتيكية تأتي وتذهب والمفاهيم خالدة.

لقد وجدت أن الاعتراضات تنقسم إلى فئتين:

الأولى: هي اعتقاد العملاء المحتملين المحدود بقدراتهم، فهم غير واثقين من قدرتهم على النجاح.

الثاني: هو الاعتقاد المحدود بالبيع المباشر، فهم غير واثقين من أن البيع المباشر سيساعدهم على تحقيق أهدافهم في الحياة.

بالنسبة لكلا الفئتين، فإن أحد أفضل المفاهيم هو **التعاطف** - كيف تتعامل مع الناس، وأفضل طريقة أعرفها للتعامل مع الناس هي أن تخبرهم بأنك كنت مثلهم تماماً، لقد كانت لديك نفس الشكوك، ونفس الأسئلة، ونفس المخاوف، وتغلبت عليها، صدق أو لا تصدق، فإن قصتك (وقصص الآخرين) ستساعدك في التغلب على الاعتراضات أكثر من أي شيء آخر،

هناك تكتيك قديم يسمى "**الشعور/الاكتشاف**"، وهو يعمل مع مفهوم التعاطف، عندما يقدم العميل المحتمل اعتراضاً، ترد بـ "أنا أعرف كيف تشعر، لقد شعرت بنفس الشعور، ولكن إليك ما وجدته"، يمكنك استخدام ذلك حرفياً وبنجاح كبير، يمكنك أيضاً تعديله بناءً على قصتك وعميلك المحتمل، عندما يكون لدى العملاء المحتملين اعتقاد محدود في قدراتهم

الاعتراضات الشائعة في هذه الفئة هي:

- ✓ "ليس لدي المال".
- ✓ "ليس لدي الوقت".
- ✓ "هذا ليس من شأني".
- ✓ "لست بائعاً".

✓ "لا أعرف أحداً".

✓ "أنا كبير السن / صغير السن / ليس لدي خبرة".

يعلم بعض الأشخاص أساليب خيالية حيث تجعل نفسك تبدو ذكياً والعميل المحتمل يبدو غيباً.

"ليس لديك المال؟ هل لديك هاتف محمول؟ هل تخرج لتناول العشاء في الخارج؟ لديك الكثير من المال، هيا، استيقظ!"

"ليس لديك الوقت؟ إلى متى تريد أن تعيش هذا الواقع في حياتك؟ عليك أن تتغير إذا كنت تريد أن تتغير حياتك!"

كيف تشعر عندما تقرأ هذا؟ كيف ستشعر إذا قال لك شخص ما ذلك؟ إنه شعور سيئ للغاية أليس كذلك؟ إن أفضل طريقة للتعامل مع هذا الشخص هي أن تتواصل معه وتحكي له قصتك.

عندما يخبرني شخص ما "ليس لدي المال الآن" أرد عليه "لقد واجهت نفس التحدي بالضبط، لم يكن لدي ما يكفي من المال لدفع فواتيري، ناهيك عن بدء عمل تجاري جديد.

ولكن عندما فكرت في الأمر أدركت أنه إذا لم يكن لدي ما يكفي من المال لدفع فواتيري الآن فكيف سأغير ذلك في المستقبل؟ لقد سئمت من التأخر، لقد سئمت من التعثر دائماً، أردت المزيد من الحياة، لذا هل تعلم ماذا فعلت؟ لقد وجدت طريقة وكان ذلك أفضل قرار اتخذته على الإطلاق.

اسمح لي أن أسألك شيئاً .. إذا كنت تشعر حقاً أن هذه فرصة لك للسيطرة على مستقبلك المالي فهل تعتقد أنك قد تجد طريقة لتحقيق ذلك؟"

في 9 مرات من أصل 10 سيوافقون على أنهم يستطيعون إيجاد طريقة مرة أخرى، انسى الكلمات الدقيقة وركز على المفهوم، لقد أخبرتهم أنني مثلهم

تماماً وأن لدي نفس الاعتراض، لقد أخبرتهم عن آلامي وأخبرتهم أنني وجدت طريقة لحلها، ونتيجة لذلك ارتبطنا ببعضنا البعض، لقد كنا في نفس القارب مع نفس الآمال والأحلام.

وإذا لم يكن لدي قصة شخصية يمكن مقارنتها بقصصهم فسأحكي قصة شخص آخر، هناك الكثير من القصص داخل شركتك والتي يمكن أن تتعلق بكل موقف تقريباً، لذا عندما يخبرك أحد العملاء المحتملين باعتراضه يمكنك أن تقول: "أعرف ما تقصده، لدي صديق لديه نفس المشكلة بالضبط ودعني أحكي لك قصته".

هل ترى كيف يمكن أن ينجح هذا النهج مع كل الاعتراضات القائمة على معتقدات الشخص المحدودة عن نفسه وحياته؟ المفهوم بسيط، وقد ثبتت فعاليته والنتائج مذهلة، عندما يكون لدى الناس معتقدات محدودة بشأن البيع المباشر تتضمن هذه الفئة:

✓ "هل هذا التسويق متعدد المستويات؟"

✓ "هل هذا التسويق هرمي؟"

✓ "أنا لست مهتماً بالتسويق متعدد المستويات".

✓ "لا أريد أن أزعج أصدقائي".

✓ "كم تربح من هذا التسويق؟"

لنبدأ بالسؤال الذي يثير الخوف في قلوب أغلب الأشخاص في مهنتنا - "هل هذا التسويق متعدد المستويات؟" أو "هل هذا مخطط هرمي؟" أو "أنا لست مهتماً بالتسويق متعدد المستويات" وهكذا.

يصاب بعض الأشخاص بالجنون قليلاً عندما يسمعون هذا السؤال ويقولون: "تسويق هرمي؟ مثل كل الشركات في العالم؟ مثل الحكومة؟ تقصد مثل هذا؟!"

بدلاً من الجنون بشأن عملائك المحتملين، من المهم أن تفهم من أين يأتي هذا السؤال، لقد أظهرت لي تجربتي أنهم عادة ما يعرفون شخصاً انضم إلى الشركة دون نجاح أو أنهم فعلوا ذلك بأنفسهم (عادةً ما يكونون قد اشتروا تذكرة يانصيب افتراضية كما وصفتها سابقاً ولم تسفر عن أي فائدة)، يمثل هذا السيناريو ما يزيد عن 90% من الأشخاص الذين يطرحون هذا النوع من الأسئلة، أما البقية فقد سمعوا عن فرص مثل هذه وهم متشككون بحق في وعد الثراء السريع.

إذا طرحوا هذا النوع من الأسئلة بأي نوع من المشاعر، فأنا أعلم أنهم شاركوا في مرحلة ما، لذلك أقول: "انتظر دقيقة لديك قصة .. ماذا حدث؟" ثم دعهم يخبرونك بقصتهم، فهذا يفتح لهم المجال ويخفض من دفاعاتهم ويسمح لك بطرح بعض الأسئلة حول تجربتهم.

دعني أعطيك مثلاً نموذجياً أنا أمر بعملية الدعوة الخاصة بي عندما يقول العميل المحتمل: "انتظر دقيقة، هل هذه شركة تسويق متعدد المستويات؟" ويقولها بعاطفة فأرد: "أوه .. لديك قصة، هل جربتها في وقت ما؟ ماذا حدث؟" فيقولون، "نعم .. انضمت إلى شركة منذ بضع سنوات.

"لقد اشتريت بعض المنتجات وخسرت أموالي" فأرد: "ما السبب الذي جعلك لا تنجح؟" فيقولون: "حسناً .. أقنعني صديقي بذلك، لم يكن لدي الكثير من الوقت واعتقدت أن المزيد من الأشخاص سينضمون على الفور، لكنهم لم يفعلوا، أعتقد أنني فقدت الاهتمام فقط" فأرد: "هل تعتقد أنك بذلت جهداً عادلاً حقاً؟" فيقولون: "لا .. ليس حقاً" فأرد: "هل تعتقد أن البيع المباشر كان المشكلة؟ أم تعتقد أن توقيتك لم يكن مناسباً؟" فيقولون: "ربما كان التوقيت هو السبب"

هل ترى الديناميكية؟ لقد أجريت آلافاً من هذه المحادثات، وكلها مختلفة قليلاً، ولكن إذا طرحت بعض الأسئلة وكنت ودوداً طوال العملية، فستكون لديك فرصة قوية لمساعدتهم على التخلص من نقاط ضعفهم وإلقاء نظرة على ما لديك لتقدمه.

بالإضافة إلى ذلك يمكنك أن تتواصل معهم من خلال إخبارهم بأنك كانت لديك نفس الاعتراض في البداية وإخبارهم كيف تغلبت عليه.

إذا استخدم شخص ما كلمة "هرم" معي فأنا دائماً أقول: "أوووه لا .. التسويق الهرمي غير قانوني، ولن أشارك أبداً في شيء غير قانوني" بالنسبة للأشخاص الذين يسألون دون عاطفة فأنا عادةً أرد: "نعم .. هذا هو البيع المباشر، هل تعرف أي شيء عنه؟" مرة أخرى أنا أطرح أسئلة وأنتظر الإجابات، ومن هذه الإجابات أطرح المزيد من الأسئلة ومن خلال هذه العملية، يمكنني تحقيق هدي المتمثل في **التعليم والفهم**.

"لا أريد أن أزعج أصدقائي" مختلفة قليلاً مرة أخرى، أتواصل معهم من خلال سرد قصتي أو قصة شخص آخر، ثم أطرح أسئلة مثل: "ما الذي يجعلك تعتقد أنك ستزعج أصدقاءك؟" أو "إذا كنت تؤمن حقاً بالمنتج، فهل ستخبر أصدقاءك عنه؟" و "إذا كان بإمكانك أن أريك كيف نشارك هذا المنتج مع الآخرين دون أن يبدو وكأنه عرض مبيعات، فهل سيساعدك ذلك؟"

"كم تربح أنت؟" إذا كنت تربح المال بالفعل فهذا سؤال رائع، وإذا لم تكن كذلك فإن إجابتك تعتمد على المدة التي عملت فيها، إذا كنت جديداً فيمكنك إخبارهم بأنك بدأت للتو، وإذا كنت موجوداً منذ فترة ولم تربح الكثير من المال بعد فيمكنك إخبارهم بأنك تعمل بدوام جزئي وأنت متحمس حقاً لمستقبلك، يمكنك أيضاً أن تقول إنك متحمس لمستقبلك مع هذه الشركة لأنك كنت تعلم أن الأمور لن تتغير إذا لم تفعل شيئاً لتغييرها.

الطريقة الأخرى للإجابة على هذا السؤال هي أن تحكي قصتك ثم تحكي قصص الأشخاص الذين تعرفهم والذين يربحون أموالاً جيدة.

يمكنك حتى اقتراح إجراء محادثة هاتفية مع هؤلاء الأشخاص حتى يشعروا براحة أكبر بشأن الفرصة.

كل هذا يتطلب التدريب ولكن إذا تمكنت من فهم المفاهيم فستجد أنه أصبح سهلاً، والشيء الآخر الذي ينبغي أن يشجعك هو أنك لن تواجه سوى هذه المجموعة القليلة من الاعتراضات نفسها لبقية حياتك المهنية، لا يوجد شيء جديد هنا ما أدرجته في هذا القسم هو كل ما هو موجود.

الفصل الثامن

المهارة رقم 5

مساعدة العملاء المحتملين على أن يصبحوا موزعين

هذه المهارة هي نتيجة طبيعية للمتابعة الاحترافية، فمع مرور الوقت سيتحقق هدفنا المتمثل في **التعليم والفهم**، ولكن هذا لا يعني أن العميل المحتمل سيطلب منك الإشتراك، فمن واجبك أن توجهه إلى اتخاذ القرار.

إن مفتاح النجاح في هذا المجال هو مزيج من الوقوف بشكل جيد وطرح أسئلة جيدة والوقوف الجيد يعني الطريقة التي تحمل بها نفسك، ستساعد كلماتك وأفعالك العميل المحتمل على الشعور بمزيد من الثقة بشأن الانضمام إلى فرصتك أو أنه سيزرع بذور الشك.

في سنواتي الأولى كانت وضعيتي سيئة كنت أحاول "الحصول" على الناس بدلاً من السعي إلى الهدف النبيل المتمثل في **التعليم والفهم**، وكان العملاء المحتملون يشعرون بنواياي.

كنت مرتبطاً عاطفياً بالنتيجة، يمكنك حتى أن تقول إنني كنت محتاجاً، في كل مرة وصلت فيها إلى هذا الجزء من العملية، كنت أرغب فيه حقاً.. حقاً.. مرة أخرى، كان العميل المحتمل يشعر بارتباطي العاطفي وهذا عادة ما يخيفه ويبعده، ومن خلال الافتقار إلى النتائج وبدون أن أدرك ذلك، بدأت أفترض أن الناس لن يهتموا، وبدأ هذا الافتراض يتسرب إلى كل شيء، مما أدى إلى النتيجة المتوقعة المتمثلة في عدم انضمام العميل المحتمل.

في معظم الأحيان لم أكن مستعداً بشكل صحيح، لم يكن لدي طلبات أو محتوى لبدء العرض أو أي شيء آخر كان ضرورياً، فكر في التأثير اللاواعي

الذي كان لهذا على عملائي المحتملين، بدا الأمر وكأن كل ما فعلته تقريباً يعكس افتقاراً إلى الإيمان والافتقار إلى الاحتراف.

بدلاً من طرح الأسئلة والاستماع باهتمام إلى الإجابات كنت أتحدث وأتحدث، كنت أكثر تركيزاً على أن أكون مثيراً للاهتمام من أن أكون مهتماً، لا يحب العملاء المحتملون ذلك، لا أحد يحب ذلك.

لذا.. اتبعت مرة أخرى نمطي في تقليد المحترفين، لقد شاهدت ما فعله أفضل الأشخاص الذين أغلقوا الدائرة وبدأت في تقليدهم، لقد أجريت مقابلات مع أفضل الأشخاص أداءً لمعرفة ما الذي فعلوه بشكل مختلف، وبيبطاء بدأت أرى العيوب في نهجي وأستفدت عدة فوائد منها:

أولاً: تعلمت أن المحترفين منفصلون عاطفياً عن النتيجة، بعبارة أخرى هدفهم هو **التعليم والفهم** أثناء مساعدة العميل المحتمل على اتخاذ قرار من شأنه أن يؤثر بشكل إيجابي على حياته، إنهم عكس المحتاجين، إنهم لا يحاولون "الحصول" على أي شخص، إنهم بصراحة يحاولون فقط المساعدة بصدق.

ثانياً: المحترفون يفترضون الكثير في نهجهم، إنهم يتوقعون من الشخص الانضمام لأن اعتقادهم بأن الفرصة ستفيد العميل المحتمل قوي جداً إنهم صلبون، يشعر الكثير منهم بصدمة حقيقية عندما يقرر الشخص عدم المشاركة.

ثالثاً: كان من المثير للاهتمام معرفة أنهم يروجون لأنفسهم بقدر ما يروجون للمنتج أو الفرصة، ما أعنيه بذلك هو أنهم يساعدون العميل المحتمل على اتخاذ القرار من خلال قولهم، "أنت تفهمني!" عندما يروجون لأنفسهم، فإن الأمر لا يكون مثل: "سأفعل كل شيء من أجلك"، بل يكون الأمر أشبه بـ "لدينا منتج رائع وفرصة رائعة، لكنني سأرفع هذا الشيء إلى

القمة ويمكننا القيام بذلك معاً"، هذا يمنح الناس راحة كبيرة في معرفة أنهم ليسوا مضطرين إلى تعلم كل شيء بأنفسهم.

رابعاً: المحترفون دائماً مستعدون، دائماً لديهم كل ما يحتاجون إليه لبدء شخص ما على الفور.

خامساً: المحترفون يطرحون سؤالاً تلو الآخر تلو الآخر ويكونون مستمعين جيدين، إنهم يتصرفون مثل المستشار الذي يساعد شخصاً ما في مشكلة، يجب على أفضل المستشارين في العالم طرح مجموعة من الأسئلة قبل أن يتمكنوا من تقديم حل، يستخدم محترفو البيع المباشر الأسئلة كأداة أقوى.

كما يمكنك أن تتخيل استغرق الأمر مني بعض الوقت لمعرفة كل هذا ولم يكن ذلك سوى نصف المعركة، إن الحصول على المعلومات أمر مختلف تماماً عن تطبيقها، لم أكن موهوباً مثل المحترفين، لكنني كنت قادراً على تقليد ما فعلوه، لذا بدأت أتصرف كما يتصرفون.

تصرفت بشكل منفصل عاطفياً (لم أكن كذلك حقاً في البداية)؛ بدأت أتصرف بشكل مفترض للغاية بأن الناس سينضمون (لم أكن كذلك حقاً في البداية) بدأت أخبر الناس "وأنت تفهمني!" (على الرغم من أنني لم أكن أعتقد أن هذا كان بمثابة فائدة كبيرة في البداية)؛ كنت دائماً مستعداً، بدأت أطرح الكثير من الأسئلة مع التركيز أكثر على الاهتمام بدلاً من إثارة الاهتمام، ومع مرور الوقت أصبحت أتصرف بشكل أقل وأقل، واعتقدت أكثر فأكثر، نفس الشيء يمكن أن يحدث لك.

دعنا نتحدث عن الأسئلة إذا كنت مستشاراً وكانت وظيفتك هي معرفة ما إذا كانت الفرصة مناسبة لعميلك فماذا ستفعل؟ ستطرح أسئلة.. أليس كذلك؟

في العمل على مساعدة عميل محتمل في اتخاذ قرار إيجابي بشأن فرصتك ستفعل الشيء نفسه، ولكن بدلاً من السؤال "ما رأيك؟" - والذي لا يؤدي إلى أي شيء - تعلم طرح الأسئلة التي تقود في اتجاه إيجابي بهذا الشكل:

✓ "هل كان الأمر منطقيًا بالنسبة لك؟"

✓ "ما الذي أعجبك أكثر فيما رأيته للتو؟"

✓ "مثير للغاية .. أليس كذلك؟"

✓ "هل يمكنك أن ترى كيف يمكن أن تكون هذه فرصة لك؟"

من بين هذه الأمثلة، فإن المثال الذي أستخدمه كثيراً هو، "ما الذي أعجبك أكثر؟" الإجابة على هذا السؤال دائماً ما تكون إيجابية وتمنحك أدلة حول المجال الذي يهتمون به أكثر.

ثم أود أن أقول "اسمح لي أن أسألك سؤالاً، على مقياس من 1 إلى 10 حيث يعني 1 أنك لا تهتم على الإطلاق و10 تعني أنك مستعد للبدء الآن فأين أنت الآن؟" سيعطونك رقماً وعادةً ما يكون واضحاً من رقمهم أنهم إما يحتاجون إلى مزيد من المعلومات قبل اتخاذ القرار أو أنهم يميلون إلى البدء الآن.

إذا شعرت أنهم بحاجة إلى مزيد من المعلومات، فما عليك سوى توجيههم إلى العرض التالي الذي سيساعدهم أكثر، ولكن إذا شعرت أنهم مستعدون للبدء فاطرح عليهم سلسلة من أربعة أسئلة، لقد أنتجت هذه "الإجابة على الأسئلة الأربعة" نتائج قوية ومتسقة على مدار مسيرتي المهنية، إذا تعلمتها واستخدمتها فسوف تدهش من عدد الأشخاص الذين يمكنك مساعدتهم.

السؤال رقم 1: "بناءً على ما رأيته للتو، إذا بدأت العمل مع هذه الشركة بدوام جزئي، فما المبلغ التقريبي الذي ستحتاج إلى كسبه شهرياً حتى يستحق هذا الأمر وقتك؟"

بدلاً من طرح هذا السؤال، يقول معظم الموزعين أشياء مثل، "كيف ترغب في جني 10000 دولار شهرياً؟" لاتفعل ذلك، بدلاً من وصف ما تعتقد أنهم يريدونه، اسألهم فقط عما سيستغرقه الأمر لجعل الأمر يستحق وقتهم وانتظر إجاباتهم.

السؤال رقم 2: "كم عدد الساعات تقريباً التي يمكنك تخصيصها كل أسبوع لتطوير هذا النوع من الدخل؟"

الآن عليهم أن يدخلوا إلى عقولهم ويتحققوا من تقويمهم العقلي لمعرفة مقدار الوقت الذي سيستثمرونه للحصول على هذا النوع من المال.

السؤال رقم 3: "كم عدد الأشهر التي تستطيع أن تمنحها من أجل تطوير هذا النوع من الدخل؟"

هذا السؤال يجعلهم يفكرون في مستوى التزامهم إذا كانوا يريدون الدخل من السؤال رقم 1.

السؤال رقم 4: "إذا كان بإمكانني أن أرشدك إلى كيفية الحصول على الدخل السابق شهرياً، بالعمل أسبوعياً لعدد الساعات السابقة، على مدار الأشهر المذكورة، هل ستكون جاهزاً للبدء؟"

في معظم الأحيان، ستحصل على إجابة إيجابية على هذا السؤال وعندما يقول الناس "بالتأكيد أرني كيف" يمكنك الآن عرض نظام الحوافز الخاص بالشركة والشروع في رسم خطة عمل معقولة يمكن من خلالها تحقيق أهدافهم.

"هناك حالات نادرة يعطيك الناس فيها أرقاماً غير واقعية يقول إنه يريد تحقيق دخل 10,000 دولار شهرياً وبعمل ساعتين في الأسبوع لمدة شهر واحد، إذا واجهت هذا الموقف فتصرف كمستشار وقل أنا آسف لكن توقعاتك

عالية جداً، يمكنك بالفعل الحصول على \$10,000 شهرياً، ولكن هذا يستغرق ساعات وشهور أكثر مما ترغب في الإلتزام به، فإذا كنت على استعداد لتغيير توقعاتك فيمكننا التحدث".

إذا لم تحصل على إجابة إيجابية على الأسئلة الأربعة فلا بأس بذلك، هذا يعني فقط أن العميل المحتمل سيحتاج إلى المزيد من العروض ليصبح مستعداً، حدد موعداً للسؤال التالي وكرر هذه العملية عندما تنتهي، هذه المهارة تتطلب منك الممارسة لكنها مهارة ستخدمك لبقية حياتك المهنية.

الفصل التاسع

المهارة رقم 6

مساعدة الموزع الجديد للبدء بشكل صحيح

في البيع المباشر يبذل الناس جهداً هائلاً ووقتاً وأموالاً في إقناع الناس بالتسجيل ثم يبددون هذا الاستثمار بترك موزعيهم الجدد ليكتشفوا كل شيء بأنفسهم، لا يفعل المحترفون ذلك إنهم يضعون توقعات مناسبة ويساعدونهم في الحصول على بعض النتائج السريعة ثم يستمرون في توجيه الموزع الجديد عبر العديد من الوسائل الخاصة.

لقد كنت محظوظاً بما يكفي لأن يكون لدي مرشد مبكر، مايكل نيلسون الذي كان ماهراً جداً في توجيه الموزعين الجدد، لم يكن مايكل الأبلين الخاص بي لكنه كان بوضوح القائد في مدينتي، بالإضافة إلى ذلك كان لديه الكثير من الخبرة في مهنتنا، لذلك استمعت إلى ما قاله وشاهدت ما فعله وطرحت عليه الكثير من الأسئلة.

في تلك الأيام كان لديه مكتب صغير بالقرب من منزلي وكنت دائماً أتجول محاولاً تعلم شيء ما، كان مايكل مُجنِداً ناجحاً للغاية، كان دائماً يضم أشخاص جدد، وفي أغلب الأحيان كان أفراد مايكل ينجحون في العمل، لكن هذا لم يحدث معي، والأشخاص القلائل الذين ضميتهم لشبكتي لم يفعلوا شيئاً.

وعندما كنت أراقب مايكل، لاحظت أنه في كل مرة يضم موزع جديد كان يحدد موعداً لما أسماه "مقابلة خطة اللعبة" وقررت أن أحذو حذوه في ما يفعله، لذا في المرة التالية التي يلتقي فيها بموزع جديد جلست خلفه قريباً بما يكفي لتدوين ملاحظات حول محادثتهما، لقد فعلت ذلك عدة مرات

وفوجئت عندما علمت أنه خضع لنفس المقابلة بالضبط في كل مرة، اعتقدت أنه إذا تمكنت من تعلم عملية المقابلة هذه فسأحظى بفرصة الحصول على نتائجه.

مقابلة خطة اللعبة - الجزء الأول

لقد هناهم على قرارهم بأن يصبحوا موزعين وقال أشياء مثل: "تهانينا على اتخاذ القرار، أنا فخور بك لأنك توليت مسؤولية حياتك، من الآن فصاعداً ستكون الأمور مختلفة بالنسبة لك ولأسرتك"، كان الأمر يستغرق دائماً أقل من خمس دقائق، ولكن بحلول نهاية مناقشتهم اختفى أي شك قد يكون لديهم بشأن أن يصبحوا موزعين، لقد شعروا بشعور رائع.

مقابلة خطة اللعبة - الجزء الثاني

كان يقوم بمساعدتهم على وضع توقعات واقعية، كان يعلم أن معظم الناس دخلوا مجال عملنا مع توقعات غير واقعية، لذلك كان دائماً يقول ويكرر نفس الأشياء الثلاثة وهي:

(1) "إذا نجحت في هذا العمل فستكون أنت من يخلق هذا النجاح، وليس أنا وإذا فشلت في هذا العمل فستكون أنت من يخلق هذا الفشل وليس أنا. ستكون أنت الفارق بين النجاح والفشل، أنا هنا لإرشادك في كل خطوة على الطريق، لكن لا يمكنني القيام بذلك نيابة عنك، أنا هنا للعمل معك ولكن ليس من أجلك" واو.. كان هذا مفهوماً جذرياً ومختلفاً تماماً عن المحادثات التي أجريتها عندما بدأت شخصاً ما! قلت أشياء مثل: "أحصل على أجر مقابل ما تنتجه، لذا فأنا أعمل في الأساس من أجلك!"

حسناً، ما نوع التوقعات التي تعتقد أنها رسخت في ذهن الموزع الجديد؟ كنت لأقول أيضاً: "سنبني عملاً تجارياً معاً"، عندما لم يكن ذلك صحيحاً

حقاً، كانوا بحاجة إلى بناء عمل تجاري، كان بإمكانني أن أكون مورداً، لكنني لم أستطع القيام بذلك نيابةً عنهم.

(2) الذي قاله مايكل: "وظيفتي هي مساعدتك على أن تصبح مستقلاً عني في أسرع وقت ممكن، هل توافق على أن هذا هدف جيد؟"

مرة أخرى كان هذا جذرياً لكنه كان منطقياً، حتى تلك النقطة كانت لدي مجموعة تعتمد عليّ بشكل كبير، كانوا يفعلون شيئاً فقط عندما أضغط عليهم، لكن كان لدى مايكل مجموعة تنتج بمفردها دون مساعدته المستمرة، كان لديه التكرار والحرية، لم يكن لدي هذا مهد العلاقة حتى يكون مايكل مدرساً لمجموعته وليس عبداً، يمكنه أن يُظهر لهم المهارات ومن ثم يمكنهم البناء بشكل مستقل من تلك النقطة فصاعداً.

(3) كان مايكل يقول لهم أيضاً: "من المؤكد أنه ستكون هناك صعود وهبوط أثناء بناء عملك، ستكون هناك أشياء جيدة، أوقات وأوقات سيئة، سأعرف أنك تمر بأوقات سيئة عندما لا تتصل بي، ولا تحضر الاجتماعات، ولا تشارك في المكالمات، إذا بدأت في سماع الأعذار عندما يحدث ذلك معك، ويحدث مع الجميع، كيف تريدني أن أتعامل معك في ذلك؟ هل تريدني أن أتركك وشأنك أم تريدني أن أكون مثابراً وأذكرك لماذا اتخذت هذا القرار في المقام الأول؟"

كان هذا رائعاً، لأن الحقيقة أن الجميع ستمر عليهم أوقات يشكون فيها في قدراتهم، وهو ما يحاول مايكل إرشادهم إلى أنه أمر طبيعي، وفي نفس الوقت يقوم بضبط العلاقة معهم، لكي يكون في وضع يمكنه من استرجاعه مرة أخرى.

ما أنجزه مايكل بهذه المفاهيم الثلاثة، كان مختلفاً تماماً عن إعطاء الناس وعوداً كثيرة، كما كنت أفعل، فقد كان الموزع في مجموعتي يجلس وينتظر مني أن أقوم أنا بالعمل كله، وإذا انشغلت ولم أستطع مساعدته لسبب ما، فقد أصبحت العذر السهل لعدم نجاح الأمور، لكن بالمنهج الذي يطبقه مايكل أصبح فريقه مستقل بشكل سريع، كان يدرّبهم من وقت لآخر، لكنه لم يسمح لهم بأن يستخدموه كعذر لعدم تحقيقهم نتائج جيدة، وبينما كان فريقتي يعانون، كان فريقه يزدهرون.

مقابلة خطة اللعبة - الجزء الثالث

لقد مر مايكل بقائمة مراجعة للبدء بمساعدة الشخص الجديد على الحصول على أفضل فرصة للنجاح، ستكون الخطة الدقيقة مختلفة لكل شركة، لكن المفهوم كان أن تفعل كل ما هو ممكن للحصول على نتائج سريعة.

إليك بعض الأمثلة لما يمكنك تضمينه في قائمة مراجعة البدء الخاصة بك:

1- تأكد من أن موزعك الجديد مجهز بمنتجات مناسبة، تمتلك كل شركة تقريباً منتجات يمكن للموزع استخدامها شخصياً، لذا تأكد من أن الشخص الجديد يقوم بذلك، اعتماداً على شركتك قد يتضمن ذلك التزاماً شهرياً، من المهم جداً أن يطور الأشخاص ارتباطاً عاطفياً بالمنتجات، ولا يمكن أن يحدث ذلك إلا إذا كانوا يستخدمونها ويستمتعون بفوائدها، بالإضافة إلى ذلك تمتلك العديد من الشركات منتجات يمكن تجربتها أو استخدامها في العروض التوضيحية، في هذه الحالة يجب أن يكون لدى الموزعين الجدد إمدادات مناسبة حتى يتم إعدادهم بشكل صحيح.

2- تأكد من تجهيز موزعك الجديد بالأدوات المناسبة، لقد تحدثنا عن أهمية أدوات الطرف الثالث في بناء أعمال بيع مباشر كبيرة وناجحة،

يجب أن يكون موزعك الجديد مستعداً لمساعدة عملائه المحتملين بالأدوات التي ستقودهم بشكل احترافي خلال عملية العرض.

3- تأكد من أن الموزع الجديد دائماً على تواصل ودراية بالفعاليات التي تجري في الشركة، وتذكر أن هدفنا هو مساعدتهم على أن يصبحوا مستقلين في أسرع وقت ممكن، وهذه خطوات مهمة لجعل هذا الهدف حقيقة واقعة.

4- تأكد من أن الموزع الجديد لديه استيعاب مبدئي لنظام الحوافز، لا يحتاجون لمعرفة بالتفصيل في البداية، ولكن على الأقل فهم النقاط الرئيسية، وماهي التغيرات المالية التي ستحدث أثناء انتقالهم عبر المستويات الأولى.

5- تأكد من أن الموزع الجديد لديه فهم أساسي عن الطريقة الصحيحة لدعوة العملاء المحتملين، للتعرف على المنتج وفهم فوائده، بذلك ستقللهم من بذل الجهد بطريقة خاطئة بدون تحقيق نتائج إيجابية، فقط بتعليمهم كيف يقوم المحترفون بإتمام عملية الدعوة بشكل احترافي.

مقابلة خطة اللعبة - الجزء الرابع

ينهي مايكل دائماً محادثاته بإعطاء بعض المهام المحددة، وأحد الأشياء التي تعلمتها هو أن الموزعين الجدد يتوقون إلى التوجيه، ويستجيبون جيداً بشكل لا يصدق للمهام البسيطة، مع تحديد موعد محدد لإنجازها، كأن يقول لموزعه الجديد أن يرجع إليه في تاريخ محدد.

الغرض من كل هذا هو مساعدة الموزع الجديد على أن يتخطى الخط، فعندما

يبدأ الشخص الجديد في العمل، يوجد دائماً خط فاصل بين النجاح والفشل في أحد جانبي الخط يكون من الأسهل الانسحاب، بدلاً من الاستمرار، أما في الجانب الآخر يكون من الأسهل الاستمرار، أكثر من الانسحاب.

فكّر في الإجراءات البسيطة التي يمكنك تشجيع الأشخاص على اتخاذها خلال أسبوعهم الأول للحصول على أفضل النتائج الممكنة.

الغرض من كل هذا هو مساعدة الموزع الجديد على "تجاوز الخط"، عندما يبدأ شخص ما يكون هناك دائماً خط فاصل بين النجاح والفشل، على أحد جانبي الخط يكون من الأسهل الاستسلام بدلاً من الاستمرار، وعلى الجانب الآخر يكون من الأسهل الاستمرار بدلاً من الاستسلام.

ما الذي يمكن أن يساعد الشخص على تجاوز الخط؟

- ✓ كيف يمكنه تسجيل أول عميل له؟
- ✓ كيف يمكنه تسجيل أول موزع له؟
- ✓ كيف يمكنه الحصول على أول شيك عمولة؟
- ✓ ساعده في حضور فعالية كبيرة للشركة.
- ✓ ساعده في كيفية الصعود إلى رتبة جديدة داخل الشركة.
- ✓ إغرس في رأسه فكرة أن يكون متميز دائماً في الإنجازات.

هناك مئات الأشياء الأخرى التي يمكن أن تساهم في تمكن الشخص من تجاوز الخط، بصفتك راعياً تتمثل وظيفتك في مساعدتهم على تجاوز الخط والبقاء على هذا الخط والخط لا يختفي حقاً أبداً، إنه موجود دائماً. وأنت كقائد تحتاج إلى أن تكون على دراية مستمرة بالموقف العاطفي لأفرادك، بهذه الطريقة يمكنك الاستمرار في تشجيعهم على عدم التخلي عن أحلامهم أبداً.

الفصل العاشر

المهارة رقم 7

الترويج للملتقيات (الفعاليات)

في البيع المباشر الملتقيات تجلب المال، الأمر بهذه البساطة نعم، يمكن للتكنولوجيا أن تساعدنا في التواصل مع الناس بطرق أصبحت أكثر كفاءة، ولكن لا شيء يحل محل التفاعل وجهاً لوجه.

إن مقابلة الناس وجهاً لوجه أو في مجموعات صغيرة أو في ملتقيات محلية أو أكبر سيكون له تأثير كبير على النجاح الطويل الأجل لأي منظمة بيع مباشر، ولكن هناك نوع واحد معين من الملتقيات هو الأقوى، وهو ملتقى "الوجهة" ويقصد بها الرحلات أو الانتقال لمكان آخر، وتكون إما برعاية الشركة أو قائد المجموعة، في ملتقيات الوجهة يسافر أغلب المشاركين إلى وجهة معينة (بلد مختلف) وقيمون في فندق ما، ويشاركون في مؤتمر أو اجتماع، يجادل البعض أن ملتقيات الوجهة ماتت في عالم التكنولوجيا الجديدة، وأن الناس لن تسافر لمثل هذه الأمور.

وكل ما يمكنني قوله هو أن هؤلاء الناس ليسوا من أصحاب الدخل المرتفع في مهنتنا، إذا كنت تدرس ما يفعله الناجحون لبناء شبكات البيع المباشر ستجد أن كل واحد منهم تقريباً يستخدم ملتقيات الوجهة، كحجر الأساس لبناء نشاطهم التجاري.

هناك شيء سحري في الابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية، والتركيز الكامل على أحلامك، والانفصال التام حتى لو كان لقضاء عطلة نهاية الأسبوع.

يمكنك عمل ذلك لإعادة تركيزك وإعادة نشاطك والتزامك بمستقبلك، باستجماع القوة اللازمة، للعودة إلى المنزل والقيام بما هو مطلوب منك، لدفع مشروعك التجاري إلى الأمام.

أيضاً تكتسب القوة من العروض التقديمية التي تسمعها أثناء الملتقيات، في بعض الأحيان يقول شخص ما شيئاً في الوقت المناسب تماماً في حياتك، ويغيرك إلى الأبد.

منذ أكثر من 20 عاماً كنت في مؤتمر عندما قال رجل يدعى جوني دانيال: "يمكنك معرفة حجم الرجل من خلال حجم المشكلة التي تزعجه"، لقد دخلت هذه العبارة إلى قلبي وساعدتني منذ ذلك الحين، إذا شعرت بالحزن أو الاكتئاب يقول لي شيء بداخلي: "هل هذا بحجم إريك؟"

أجيب، "لا"، وأجمع نفسي وأبدأ في التحرك مرة أخرى، لقد مررت بمئات من هذه اللحظات على مر السنين في الملتقيات التي تقام في أماكن معينة، لقد تخلت عن إلقاء اللوم، بسبب شيء تعلمته أثناء حضور ملتقى، قررت أن أصبح محترفاً خلال ملتقى، أدركت أنه لا يمكن لأحد أن يوقفني عن تحقيق حلمي خلال ملتقى، قررت أن أصعد إلى القمة خلال ملتقى، في الحقيقة عندما أفكر في الماضي، لا يمكن تذكر حدث واحد مهم في مهنتي في البيع المباشر لم يحدث أثناء ملتقى! هذه الملتقيات بهذه القوة.

بالإضافة إلى اكتساب القوة من المتحدثين في الملتقيات، تتلقى تصديقاً على صحة قرارك بالمشاركة، وهذا ما يسمى بمفهوم الإثبات المجتمعي، وهو مهم جداً، فنحن كبشر مפתورون على البحث عن إثبات على صحة قراراتنا من مصادر خارج نطاق أفكارنا وخبراتنا، في ملتقيات الواجهة ترى الكثير من الأشخاص الآخرين الذين اتخذوا نفس القرار الذي اتخذته أنت.

سترى كيف تغلب البعض على مخاوفه، وتمكن من تبوأ أعلى المستويات في شركتك، وقتها تبدأ في التفكير "إذا هم تمكنوا من أن يحققوا ذلك، ربما يمكنني ذلك أيضاً".

هناك أيضاً بعض الضغوط الإيجابية من الأقران، تتضمن معظم الملتقيات التي تقام في أماكن معينة برامج تقدير - من فاز بالمسابقة، أو انتقل إلى الرتبة التالية، أو حصل على أعلى دخل، أو تحدث من على المسرح.

عندما ذهبت إلى أول مؤتمر لي ورأيت جميع الأشخاص يمشون عبر المسرح، كانت لدي فكرة واحدة: "في المرة القادمة، سأمشي عبر تلك المسرح"، كان من الملهم أن العديد من الأشخاص قد حققوا ما لم أفعله بعد، جعلني أفكر في أنني أستطيع القيام بذلك وجعلني أعمل على خطة لتحقيق ذلك، بالإضافة إلى الإلهام لم أرغب أيضاً، لقد ساعدني هذا الضغط الإيجابي من الأقران على مواجهة مخاوفي وتحقيق ذلك.

بشكل عام فإن الشعور بالانتماء إلى المجتمع في ملتقى وجهة ما أمر مريح، فنحن جميعاً نعيش في عالم مليء بالأشخاص الجهلة وغير المهتمين عندما يتعلق الأمر بالبيع المباشر، وقد يكون هذا الأمر محبطاً في بعض الأحيان، ولكن عندما نذهب إلى ملتقى كبير، فجأة نجد أنفسنا محاطين بأشخاص يفكرون كما نفكر، لديهم معتقدات وآمال وأحلام وطموحات ومواقف إيجابية مماثلة، إن قضاء الوقت مع هذه المجموعة الرائعة من الأشخاص يمكن أن يملأنا حرفياً مرة أخرى حتى نكتسب القوة للدفعة التالية.

بمجرد أن تفهم مدى أهمية الملتقيات التي تقام في وجهة ما لنجاح عملك، فأنت بحاجة إلى تعلم كيفية الترويج لها بشكل فعال لشبكتك، الأمر بسيط للغاية حقاً: فكلما زاد عدد الأشخاص من مجموعتك الذين يحضرون الملتقيات، كلما زادت الأموال التي ستجنيها في مهنتنا، يعرف القادة الكبار

بالضبط عدد الأشخاص الذين يحضرون ويحرصون على زيادة هذا العدد في كل ملتقى جديد.

فكر في الأمر، خذ موزعين اثنين لكل منهما مجموعة من 100 شخص، يجعل الموزع (أ) الأمر أولوية ويجعل الجميع يحضرون كل فعالية كبيرة في وجهة معينة، لا يجعل الموزع (ب) الأمر أولوية، لذا يحضر عدد قليل فقط، أي المجموعتين ستكون أكثر نجاحاً؟ إنها ليست حتى مسابقة.

تتمثل الخطوة الأولى لتطوير وتعزيز ثقافة حضور ملتقيات الوجهة أن تكون أنت شخصياً أكثر التزاماً بالحضور من أي شخص آخر، ومساعدة الآخرين على اتخاذ نفس القرار، فكن قدوة يحتذى بها، ولا تفوت أي فعالية.

عندما بدأت هذه المهنة لأول مرة، لم أكن أعرف كيف سأفعل ذلك، لم يكن لدي المال ولم أستطع تحمل الوقت؛ واجهت نفس العقبات التي واجهت أي شخص آخر، ولكن حدث لي شيء في أول حدث لي غير كل شيء، لقد جمعت ما يكفي من المال للوصول إلى هناك وكانت تجربة مذهلة: المسرح، والأضواء، والأشخاص، والقصص - كانت رائعة.

خلال إحدى الجلسات خرجت للذهاب إلى الحمام وعندما عدت إلى مدخل قاعة المؤتمرات الكبيرة، وجدت نفسي واقفاً بجوار أحد أصحاب أعلى الدخل في الشركة بأكملها! كان الأمر أشبه بالوقوف بجوار أحد المشاهير، لقد حقق ما أردت تحقيقه، وأكثر من ذلك، وقفت هناك محاولاً التفكير في شيء ذكي لأقوله، أخيراً.. قدمت نفسي ببساطة وسألت "ما هو السر؟"

اليوم أعلم أنه لا يوجد سر وكان بإمكانه أن يقول لي نفس الشيء، ولكن بدلاً من ذلك كان لديه القليل من التعاطف وأعطاني درساً مهماً يخدمني حتى يومنا هذا قال: "إيريك.. هل ترى هذه القاعة؟ إنها تتسع لـ 2000 شخص

نقيم هذا الملتقى ثلاث مرات في السنة، هذا هو السر، في الملتقى التالي، لن يعود نصف هؤلاء الأشخاص، لكن النصف الآخر الذي يعود سيكسب ضعف متوسط دخل كل شخص آخر في القاعة، مهمتك هي أن تكون من بين 1000 شخص يعودون، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، في الملتقى التالي لن يعود نصف هؤلاء الألف، لكن 500 الذين يعودون سيكسبون أربعة أضعاف متوسط دخل من في القاعة، يستمر هذا من ملتقى إلى آخر، إذا واصلت العودة، فستصبح من بين الأشخاص الأعلى أجراً في القاعة، وفي النهاية ستجد نفسك تقدم عرضاً على المسرح.

قلت: "هذا كل شيء؟" فأجاب: "إيريك .. من الواضح أنك ستضطر إلى الاستمرار في العمل على مهاراتك بين كل ملتقى وآخر، لكن تجربتي أظهرت لي أنه إذا تفوقت على الأشخاص في ملتقياتنا الكبرى فستصل إلى القمة"، كان هذا هو الحال، كان الأمر بسيطاً جداً بالنسبة لي لفهمه، شكرته واتخذت قراراً على الفور بعدم تفويت أي ملتقى كبير للشركة.

لم يكن الأمر سهلاً، في بعض الأحيان كانت تذاكر الملتقيات وحدها تشكل مشكلة، جعلت الأمر أولوية ووجدت طريقة لشرائها، في بعض الأحيان كانت رعاية الأطفال مشكلة، بحثت بلا هوادة عن حضانات أطفال حتى وجدنا شخصاً يمكننا الوثوق به، في بعض الأحيان كنت أعاني من كيفية الوصول إلى الملتقى، فبدلاً من ركوب رحلة طيران مباشرة لطيفة ومريحة، كان علي أحياناً حجز رحلة مع طائرتين أو ثلاث رحلات متصلة، وبدلاً من الطيران، كان علي أحياناً القيادة، بل وحتى التكدس في مركبة واحدة مع مجموعة من الأشخاص للوصول إلى هناك، كانت هناك أيضاً أوقات حجزت فيها حافلة ووجدت أشخاصاً في منطقتي لمشاركة الرحلة.

النقطة هي أنني جعلت الأمر أولوية وحضرت الملتقيات - مهما كان الأمر، أما بالنسبة للإقامة، فأنا اليوم أقيم في جناح، لكن لم يكن الأمر دائماً على هذا النحو، في البداية كنت أشارك الغرفة غالباً مع أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وبدلاً من الاستفادة من خدمة الغرف كنا نذهب إلى متجر البقالة المحلي ونحصل على طعام مقابل وجبات غير مكلفة.

الخلاصة أن النصيحة التي تلقيتها منذ سنوات عديدة نجحت، ولأنني كنت طموحاً وجائعاً للنجاح، فقد توصلت إلى طريقة للبقاء أطول من الأشخاص الأقل التزاماً، ومثلما أخبرني صاحب الدخل الأعلى، استمر دخلي في النمو مع كل ملتقى.

وعلاوة على ذلك، حدث شيء غريب آخر، بدأت أشعر بأنني مختلف عن أي شخص آخر، بدأت أشعر وكأنني "**الرجل الحديدي**"، بدأت أشعر بالفخر بحقيقة أنني ما زلت واقفاً عندما فقد الآخرون إيمانهم، لذا .. إذا كنت أكثر التزاماً من أي شخص آخر بحضور الملتقيات التي تقام في الوجهة، فإن هذا الالتزام المهم للغاية سوف يخدمك جيداً.

بمجرد التزامك الكامل، فإن الخطوة التالية هي زيادة عدد الأشخاص في فريقك الذين يحضرون معك، يعلن معظم الأشخاص عن الملتقيات الكبيرة التالية لمجموعتهم ويجلسون ويأملون في أن يسجل الناس، إن **المحترفين** يدركون أن هناك فرقاً كبيراً بين أن تكون "مذيعاً" وأن تكون "مروجاً".

إن المروجون يجعلون الملتقيات أولوية في مجموعتهم، فهم لا يلينون في رسالتهم، وهم يروون قصصاً تلهم الناس للعمل، ولا يأخذون أي شيء على محمل الجد ولا يرتاحون حتى يسجل الناس، إنهم يرسمون صورة في أذهان الناس عن مدى روعة الملتقيات وفوائد الحضور، أحد الأشياء التي تعلمتها منذ فترة طويلة هي عدم شراء عذر شخص ما على الأقل في البداية.

لا أستطيع أن أخبركم من الناس بدأوا بإخباري بأسباب عدم تمكنهم من حضور الملتقيات التالية، فقط ليكتشفوا أن سببهم كان مجرد عذر، ولم يكن حقيقياً حقاً.

المشكلة مع الهواة هي أنهم يصدقون تلك القصة الأولى وهذه هي النهاية، يقول الشخص، "لا أستطيع الخروج من العمل"، أو "لا أستطيع تحمل تكاليف ذلك" أو "لا أستطيع ترتيب رعاية الأطفال" أو "هناك حفلة عيد ميلاد في نهاية هذا الأسبوع" ويقول الهواة: "حسناً، هذا هو الأمر، أمل أن تتمكن من الحضور إلى الملتقيات التالية".

يتمتع المحترفون بعقلية مختلفة تماماً، عندما يسمعون اعتراضاً لا يصدقون هذه القصة لأنهم يعرفون أنها ربما ليست حقيقية، بدلاً من ذلك يعملون مع هذا الشخص لمساعدته على فهم معنى وأهمية حضور الملتقيات، ثم يتبادلون الأفكار معه للتوصل إلى طريقة للتغلب على مشكلته الأولية، لا أستطيع أن أخبركم بعدد الأشخاص الذين تحدثت إليهم والذين قرروا بالفعل عدم حضور الملتقيات التالية، وفي غضون خمس دقائق، غيروا رأيهم وسجلوا **الدرس هنا** هو أن تحكي قصتك لا تشتري منتجاتهم، فكر في هذه المهارة كما لو كنت شركة عامة مدرجة في البورصة وترتبط قيمة أسهمك بشكل مباشر بعدد الأشخاص الذين تتعامل معهم.

يجب أن يكون لديك عدد أكبر من الأشخاص في كل ملتقى، إذا كان الأمر كذلك فستجعل من أولوياتك دائماً أن يكون لديك عدد أكبر من الأشخاص في الملتقيات التالية .. أليس كذلك؟ قد تبدأ بنفسك فقط في الملتقى الأول ولكن بعد ذلك يجب أن يكون الهدف هو إحضار بعض الأشخاص معك إلى الملتقيات التالية، وزيادة هذا العدد في الملتقيات التالية والتالية.

الفصل الحادي عشر

أي شيء مفيد يستغرق وقتاً

عندما يبدأ شخص نشاطاً تجارياً تقليدياً، فإنه يتوقع أن يغطي دخل المشروع التكاليف، أي لا مكسب ولا خسارة في سنوات المشروع القليلة الأولى، وربما أن يسترد رأس المال المستثمر خلال السنوات الخمس الأولى، ولكن عندما يبدأ شخص ما عملاً تجارياً في البيع المباشر، فإنه يتوقع استرداد أمواله في الشهر الأول، وتحقيق ربح في الشهر الثاني، والثراء بحلول الشهر الثالث، وعندما لا يحدث ذلك فإنهم يلقون باللوم على البيع المباشر!

الأمر أشبه بعدم رغبة الناس في تطبيق قوانين عالم الأعمال على البيع المباشر، لدينا طريقة أفضل، ولكننا لا نبيع حبوباً سحرية هنا، أي شيء ذي قيمة يستغرق وقتاً حتى يتطور.

لقد تعلمت درساً رائعاً في وقت مبكر من حياتي المهنية في البيع المباشر من وقت لآخر في حياتك، قد يقفز دخلك بمحظوظ، قد تكون في المكان المناسب .. في الوقت المناسب، ولكن إذا لم تنمو بسرعة كشخص إلى ذلك المستوى الأعلى الجديد، فإن دخلك سيعود إلى مستوى منخفض حقاً، في النهاية لن تحصل إلا على ما أنت عليه.

كم عدد الأشخاص الذين تعرفهم حققوا نجاحاً كبيراً ثم خسروا كل شيء؟

لقد تعلمت هذا الدرس بالطريقة الصعبة في الأشهر القليلة الأولى من عملي في التسويق متعدد المستويات، في عام 1988 انضمت إلى شركة كانت لديها حزمة مقدمة بقيمة 5000 دولار، والتي كانت تدفع للراعي ما بين 1200 دولار و2400 دولار، اعتماداً على مستواهم.

وعلى الرغم من أنني سعيد لأن معظم تلك الحزم المالية الكبيرة قد تركت مهنتنا، إلا أنه في ذلك الوقت كان بإمكان الشخص أن يكسب أموالاً طائلة بسرعة.

في أول شهر لي مع تلك الشركة ربحت ما يقرب من 7400 دولار! إذا كنت تتذكر، كانت استراتيجيتي هي الاتصال بسرعة بأصدقاء والدي قبل أن يتمكن من الوصول إليهم، كنت في غاية السعادة! في الشهر الثاني ربحت حوالي 12,200 دولار.. لا يصدق! ولكن بعد ذلك أدركت الحقيقة لم أكن من الأشخاص الذين يتقاضون 12000 دولار شهرياً، ولم أعمل على تطوير مهاراتي ولم أكن أطور نفسي، كنت فقط أركب الموجة، وكان شيك الشهر الثالث 1098,60 دولاراً، وكان النظر إلى هذا الشيك أشبه بالنظر إلى نفسي في المرآة، فقد أظهر لي من أنا، كان شعوراً سيئاً للغاية.

كان رد فعلي الأول هو الاستقالة وإلقاء اللوم على الجميع وكل شيء بسبب شيكي السيء، ولكن في النهاية أدركت أنه لكي أكسب المزيد كنت بحاجة إلى أن أصبح أكثر وأفضل مما أنا عليه الآن، كنت بحاجة إلى العمل على مهاراتي حتى لا أضطر إلى الاعتماد على الحظ أو التوقيت أو التمرکز.

ربما سمعت عبارة "يمكنك الثراء السريع"، أو "لا يتطلب الأمر أي عمل"، أو "المنتج يبيع نفسه"، أو أي عدد من العبارات الملفقة، ولكن يجب أن تتعلم التخلي عن هذه التوقعات الزائفة وغير الواقعية والبدء في العمل على نفسك.

معادلة 7/5/3/1

هناك معادلة رأيتها تعمل في مهنتنا، أسمها معادلة 7/5/3/1، كقاعدة عامة:

- سيستغرق منك الأمر حوالي عام 1 لتصبح كفوفاً ومربحاً في البيع المباشر، ستعرف الأساسيات، وستغطي النفقات، وستتعلم.
 - سيستغرق منك الأمر حوالي 3 سنوات من الجهد المستمر بدوام جزئي حتى تصبح بدوام كامل.
 - سيستغرق منك الأمر حوالي 5 سنوات من الجهد المستمر لتصبح من أصحاب الدخل المكون من ستة أرقام أو أكثر.
 - وسيستغرق منك الأمر حوالي 7 سنوات من الجهد المستمر حتى تصبح خبيراً، هذا لا يعني أنه لا يمكنك كسب أكثر من ذلك في الأجل القصير.
- كثير من الناس يفعلون ذلك، هذا يعني فقط أنه إذا كنت تريد الاستمرار في كسب هذا النوع من المال، فأنت بحاجة إلى أن تصبح خبيراً في نهاية المطاف، عندما تفكر في الأمر، فإن سبع سنوات ليست سيئة للغاية، خاصة عندما يكون جزء كبير منها بدوام جزئي، ستكون أكبر سنأً بسبع سنوات على أي حال، قد يكون من الأفضل أن تصبح خبيراً خلال تلك الفترة الزمنية بدلاً من مجرد القيام بالحركات الروتينية.

كيف تتعلم ..؟

بمجرد أن تتخذ قراراً بالتركيز على مهاراتك، فإن الشيء التالي الذي يتعين عليك القيام به هو معرفة أفضل الطرق للتعلم.

أحد أفضل الأشياء التي حدثت لي على الإطلاق هو إدراك أنه لا توجد تجارب سيئة ولا تجارب جيدة، بل تجارب تعلم فقط، كان هذا إنجازاً كبيراً، بعبارة أخرى، **تخلّ عن النتيجة وركز على ما يمكنك تعلمه من كل تجربة.**

لقد خفف هذا الكثير من الضغط عني، وبدلاً من البحث دائماً عن تجارب رائعة، بدأت في التركيز على عدد التجارب التي يمكنني خوضها، لأنه كلما زادت التجارب التي اكتسبتها، كلما تعلمت المزيد.

ومن السمات الأخرى التي يتسم بها أصحاب الدخل المرتفع في مجال التسويق متعدد المستويات أنهم ما أحب أن أسميه "طالب نشط"، وبصفتهم محترفين، فهم دائماً يتعلمون، وينموون، ويحاولون دائماً أن يصبحوا أفضل.

قال لو هولتز أفضل ما يمكن قوله: **"في هذا العالم إما أن تنمو أو تموت، لذا تحرك وانمو"**، أعتقد أن هذا صحيح، لا تتوقف أبداً عن التعلم.

كُن قدوة في السلوك الناجح

حاول أن تتجنب إعادة اختراع العجلة عندما تنخرط في هذه المهنة، فالعمل الشاق قد تم بالفعل، وبغض النظر عن الشركة التي تعمل بها، فمن السهل أن تجد شخصاً ناجحاً للغاية، ولا يهم إن كان الأمر يتعلق بالحصول على عملاء، أو العثور على عملاء محتملين، أو الدعوة، أو العرض، أو المتابعة، أو

الإغلاق، أو مساعدة الأشخاص على البدء، أو البناء للملتقيات، أو أي مهارة أخرى، فهناك أشخاص في شركتك الآن يتقنون هذه المهارات، وعلى عكس المهن الأخرى، فإن الأشخاص الناجحين في شركتك **حريصون** على مشاركة أسرارهم! كل ما عليك فعله هو أن تكون قدوة في سلوكهم ويمكنك أن تبدأ في التمتع بنتائجهم.

لا تتوقف عن الدراسة

لقد ساعدتني البرامج الصوتية في البدء، ففي عام 1988 أعطاني شخص ما نسخة غير قانونية من محاضرة ألقاها جيم رون لشركة شاكلي، وكان عنوانها "**البذرة والزارع**" وقد هزت عالمي، أراهن أنني استمعت إلى ذلك الشريط الصوتي في سيارتي 500 مرة، ومن هناك قمت ببعض الواجبات المنزلية حول جيم رون واشترت برنامج الصوتي "تحدي النجاح"، لقد منحني السيد رون الأمل، ولكن أكثر من ذلك فقد أعطاني التوجيه في تطويري الشخصي المستمر، لقد أطلق ذلك البرنامج الصوتي رحلة تطويري الشخصي.

على مر السنين واصلت الاستماع إلى العشرات من البرامج الصوتية المختلفة وكلها مفيدة بشكل لا يصدق في الحفاظ على عقلي سليماً، هناك شيء سحري في الصوت، فهو يهمس في أذنك ويذكرك بأحلامك وإمكاناتك وكيفية الوصول إليها، بالإضافة إلى ذلك فهو متكرر ربما لن تقرأ كتاباً مراراً وتكراراً، ولكنك ستستمع إلى برنامج صوتي مراراً وتكراراً، خاصة إذا كان مسلياً، ويبدو أن كل مرة يكون الأمر مختلفاً - وهذا صحيح لأنك أنت مختلف.

كما علمني جيم رون أن أكون قارئاً بغض النظر عن ما تحاول تعلمه، فهناك شخص كرس حياته بالكامل لهذا الموضوع ويعرضه عليك مقابل بنسات.

في مجتمعنا الذي يركز على الإلكترونيات ويعاني من قلة الانتباه، يبدو أن عدد الأشخاص الذين يقرؤون الكتب أقل، وهذا لا ينطبق على القادة، اسأل الموزعين الأعلى دخلاً عما إذا كانوا قراء، والأهم من ذلك اسألهم عما يقرؤون، لم أكن قارئاً كثيراً قبل أن أصبح محترفاً في البيع المباشر، ولكن منذ عام 1988 قرأت في المتوسط حوالي أربعة كتب شهرياً، لقد شكلت هذه الكتب حياتي ومهنتي للأفضل، التزم بقراءة 10 صفحات فقط يومياً ويمكنك قراءة كتاب مكون من 300 صفحة في شهر، هذه بداية رائعة.

الفيديو

يعد الفيديو مصدراً آخر للتعلم الرائع، في بعض الأحيان أحب مشاهدة برنامج تدريبي بدلاً من مجرد الاستماع، وهذا جزء من السبب الذي جعلني أقرر استخدام الفيديو كتركيز رئيسي لي في لقد وجدت أنه إذا قمت بإنشاء مقطع فيديو قصير مع المعلومات الشيقة التي تتوافر كل يوم، يتلقى الناس قيمة هائلة، وإذا كنت ترغب في الاطلاع على مئات مقاطع الفيديو، يمكنك الانتقال إلى <http://networkmarketingpro.com> إنها مجانية.

عبر الإنترنت

لقد غير الإنترنت الطريقة التي نتعلم بها ونجمع بها المعلومات، يمكنك الاستفادة من الدروس التعليمية عبر الإنترنت، ومشاهدة مقاطع الفيديو عبر

الإنترنت، وحضور لقاءات مباشرة عبر الإنترنت، أو حتى مشاهدة الملتقيات "مباشرة" باستخدام تقنية البث المباشر.

الفعاليات

أفضل طريقة أعرفها لاستيعاب المعلومات التي تغير الحياة حقاً هي حضور الملتقيات المباشرة، وكما أخبرتك بالفعل فإن معظم لحظاتي الحاسمة جاءت من الملتقيات، من ناحية هناك دائماً معلومات جيدة للشخص الذي يستمع، ومن ناحية أخرى عندما تتخلص من جميع المشتتات الأخرى في الحياة وتركز فقط، كما تفعل في ملتقى ما، تتاح لك فرصة الاستماع حقاً، كلا الجانبين جيدان.

إحذر المشتتات

مع كل الخيارات المتاحة لك فيما يتعلق بدراسة حرفتك، يجب عليك الآن أكثر من أي وقت مضى أن تكون حذراً بشأن ما تسمح له بالدخول إلى عقلك، سيحاول الأشخاص في كل مكان تشتيت انتباهك بأحدث وأعظم إنجازاتهم وقد يكون من المغري جداً أن تنتهز كل هذه الفرص، يجب أن تركز على نطاق ضيق جداً من المهارات، العثور على العملاء المحتملين، والدعوة، والتقديم، والمتابعة، والإغلاق، وتشجيع الأشخاص على البدء بشكل صحيح، والترويج للملتقيات، تأكد من إتقان هذه المهارات أولاً قبل إضافة أي شيء آخر إلى قائمة "المهام التي يجب عليك القيام بها".

إتخاذ الإجراء

يتعلق معظم التعلم في التسويق متعدد المستويات بالعمل، إذا كنت تريد أن تتعلم كيفية التحدث إلى الأشخاص على الهاتف فتحدث إلى المزيد من الأشخاص على الهاتف، إذا كنت تريد أن تتعلم كيفية تقديم عرض تقديمي في المنزل فقم بإجراء المزيد من العروض التقديمية في المنزل، سوف تكتشف ذلك بالتأكيد، لا يعني هذا أنه لا ينبغي لك الاستمرار في البحث عن المعرفة حول مجموعات المهارات اللازمة للنجاح في البيع المباشر، ولكنه يعني أنه لا ينبغي لك الانتظار للحصول على المعرفة الكاملة قبل اتخاذ الإجراء.

جزء من السبب الذي يجعل الناس يتجنبون اتخاذ الإجراء هو أنهم يخشون أن يشعروا بالحرَج، إذا كنت تريد أن تنجح في البيع المباشر فيجب أن تتعلم أن تضع هذا الخوف جانباً.

إليك السبب: من الصعب جداً أن تبدو جيداً وتتحسن في نفس الوقت، بدلاً من الخوف من مظهرك أثناء التعلم والنمو كن خائفاً من عدم اتخاذ الإجراء وعيش حياة بجزء بسيط من إمكانياتك.

اسمحوا لي أن أقدم لكم مفهوماً **خدمني** لأكثر من 20 عاماً في مجال تطوير مهاراتي، في أوائل التسعينيات كنت أنا وصديق نبحت عن منتج رائع للبيع المباشر، سافرنا في جميع أنحاء البلاد والتقينا بالعديد من الأشخاص المثيرين للاهتمام، قادتنا رحلتنا إلى منظمة في ميشيغان تسمى مؤسسة الأبحاث التعليمية عالية النطاق، كان لديهم طريقة متقدمة ومثبتة لتعليم الأطفال كيفية التعلم بشكل أكثر فعالية، يحتوي النطاق الواسع على العديد من المكونات، ولكن المكون الذي أذهلني حينها هو المكون الذي استخدمه حتى يومنا هذا، والذي يُسمى "**خطة - تنفيذ - مراجعة**".

إليك كيف تشرح الشركة العملية: " في عملية مراجعة الخطة والتنفيذ يضع الأطفال الخطط وينفذونها ويتأملون ما فعلوه، وبذلك يتعلم الأطفال اتخاذ المبادرة وحل المشكلات والعمل مع الآخرين وتحقيق أهدافهم - يصبح لعبهم أكثر هدفاً وتركيزاً، من خلال جعل مراجعة الخطة والتنفيذ جزءاً ناجحاً ومتكاملاً من الروتين اليومي لفصلك الدراسي.

"كيف يمكنك تعزيز التعلم والبناء على اهتمامات الأطفال ودوافعهم الجوهرية"

بينما سمعت ما كانوا يقولونه حول كيفية استخدامه كأداة تعليمية للأطفال، كان الشيء الوحيد الذي كان يدور في ذهني هو كيف يمكنني استخدامه لِنفسي وللأشخاص في مؤسستي، في حين لم تنجح الأمور في تحويل منتج النطاق الواسع إلى منتج بيع مباشر ، فسأظل ممتناً إلى الأبد لمنظمتهم ساعدني ومئات الآلاف من الأشخاص في جميع أنحاء العالم على استخدام هذا المفهوم لبناء عمل أفضل.

إليك كيف استخدمت هذا المفهوم ودرّسته لأكثر من 20 عاماً حتى الآن:

اختر مهارة تريد تطويرها ثم قم بالتالي:

1. ضع خطة.
2. نفذ خطتك.
3. راجع نتائجك، سواء كانت جيدة أو سيئة، لترى كيف يمكنك أن تكون أفضل في المرة القادمة.
4. ضع خطة أفضل.
5. نفذ هذه الخطة الأفضل.

6. راجع هذه النتائج، سواء كانت جيدة أو سيئة، لترى كيف يمكنك أن تكون أفضل في المرة القادمة.

7. لا تتوقف أبداً عن تطبيق مبدأ التخطيط والتنفيذ والمراجعة، وستصبح في النهاية خبيراً من خلال التجربة والخطأ.

معظم الناس لا يضعون خطة، بل ينفذون مباشرة، والكثير منهم لا يراجع نتائجه أبداً لرؤية كيف يمكنهم تحسين الأمر في المرة القادمة.

هذا "السر" الصغير للتعلم في التسويق متعدد المستويات هو أحد أقوى الأسرار التي شاركتها، لقد أصبح جزءاً من حمضي النووي، أتمنى أن يحدث نفس الشيء لك.

التدريس أفضل طرق التعلم

هل ستفاجأ بمعرفة أن التدريس هو أحد أفضل طرق التعلم؟ هذا صحيح، إذا كنت تريد حقاً إتقان شيء ما فقم بتعليمه للآخرين، التدريس يحفر أخدوداً في عقلك لا يمكن لأي شيء آخر أن يفعله.

من تعتقد أنه يحصل على أكبر فائدة من عروض الفيديو اليومية على موقعي الإلكتروني؟ أنا! يجب أن أفكر في الأمر وأعد الرسالة وأقدمها كل يوم، حتى تساعدني على البقاء متيقظاً ومتفوقاً، يجب أن يكون الدرس لكل منكم هو العثور على شخص لتعليمه، حتى لو كان لديك شخص واحد فقط في مجموعتك، ابدأ من هناك ومع نمو مجموعتك ابحث عن المزيد والمزيد من الفرص للتدريس ستحصل على أكبر فائدة.

علاقاتك الاجتماعية

هذا درس مهم آخر من جيم رون، لقد علمني قانون العلاقات الاجتماعية الذي يقول إنك ستصبح متوسط الخمسة أشخاص الذين تقضي معهم معظم وقتك، ستفكر كما يفكرون، وتتصرف كما يتصرفون، وتتحدث كما يتحدثون، وتكسب كما يكسبون، دعني أخبرك بشيء، هذا القانون حقيقي لا يمكنك محاربتة.

لقد فعلت ثلاثة أشياء على مدار حياتي المهنية عندما يتعلق الأمر بعلاقاتي الاجتماعية:

أولاً: انفصلت عن الأشخاص الذين كانوا سامين لحياتي، هذا ليس قراراً سهلاً، لكنه قرار مهم، سيجعلك بعض الأشخاص محبباً إلى الأبد.

ثانياً: حددت من ارتباطاتي بالأشخاص السلبيين أو الأشخاص الذين لم يساعدوني في النمو في اتجاه أحلامي، لقد تعلمت للتو أن أقضي وقتاً أقل مع هؤلاء الأشخاص ووقتاً أطول في التأثيرات الإيجابية.

ثالثاً: عملت على توسيع ارتباطاتي بأشخاص يمكنهم مساعدتي في أن أصبح شخصاً أفضل ومحترفاً أفضل، إذا كنت تحاول أن تتعلم كيف تصبح خبيراً في مهنة البيع المباشر، ألا يكون من المنطقي أن تجد طريقة لقضاء المزيد من الوقت مع الأشخاص الذين لديهم المهارات التي تبحث عنها؟

إذا كان هذا الأمر مرهقاً بعض الشيء عندما تفكر في الأشخاص الخمسة الذين تقضي وقتك معهم الآن، **فإليك نصيحة صغيرة:** كل ستة أشهر تقريباً سيتغير أحد الأشخاص الخمسة، سينتقلون أو يحصلون على وظيفة جديدة، أو يبدأون علاقة، أو ينهون علاقة - سيحدث شيء ما، والسر هو أنه عندما يحدث ذلك اختر بحكمة شديدة عندما تفكر في من سيحل محلهم.

لا يفكر معظم الناس في هذا على الإطلاق، إنهم يسمحون للشخص التالي بالوقوع في هذا المكان وهذا خطأ كبير، ابحث عن شخص يدفعك للأمام، ابحث عن شخص يلهمك، أتمنى أن تكون هذه الاقتراحات مفيدة لعملية التعلم.

لقد كان التحول إلى محترف مفيداً لك، لا بأس من أن تحلم أحلاماً كبيرة، ولكن عليك أيضاً أن تتحلى بالصبر، **أي شيء ذي قيمة يستغرق وقتاً**، استمر في تطوير مهاراتك، كن طالباً دائماً، ستوفر لك هذه المهارات مكاناً لبقية حياتك.

هناك مفهوم آخر تحتاج إلى فهمه، لقد قمت بتحليل أصحاب أعلى المكاسب في البيع المباشر، لقد أجريت مقابلات معهم وأصبحنا أصدقاء، هل تعلم ما

هو القاسم المشترك بينهم جميعاً؟ **إنهم يعملون بجد**، لا تفهمني خطأً، فهم يتمتعون بأسلوب حياة رائع ويحبون ما يفعلونه، لكنهم يعملون بجد، إذا كنت تريد نجاحاً كبيراً في البيع المباشر، فسيتعين عليك القيام بنفس الشيء. البيع المباشر لا يتعلق بالحظ أو التوقيت أو التمرکز أو التعاقد مع ذلك الشخص السحري الذي سيجعلك ثرياً، الحرية ممكنة، لكنها ليست مجانية. سيتطلب الأمر عملاً شاقاً للبقاء مستمراً عندما يحاول العالم تشتيت انتباهك، سيتطلب الأمر عملاً شاقاً لتعلم المهارات المطلوبة للنجاح على المدى الطويل، سيتطلب الأمر عملاً شاقاً لتصبح القائد الذي كنت من المفترض أن تكونه.

يشعر بعض الأشخاص في البيع المباشر بعدم السعادة عندما يدركون أن العمل متضمن، ينضم معظمهم للحصول على نوع من الركوب المجاني، عندما يواجهون آلام النمو، يركضون إلى التلال.

كُن مختلفاً، قد يكون عملاً شاقاً ولكنه عمل جيد وهي أفضل طريقة أعرفها للشخص العادي للاستمتاع بالحرية الحقيقية.

الفصل الثاني عشر

إن الأمر يستحق كل هذا العناء

قد يكون البيع المباشر تحدياً، فهو تجربة عاطفية، وقد تكون الصعود والهبوط دراماتيكية، ولكن في النهاية ولأسباب عديدة، فإن الأمر يستحق كل هذا العناء.

المهنة التي ستصنعها

إذا قررت أن تصبح محترفاً في البيع المباشر، فلن تخلق دخلاً لنفسك فحسب، بل ستنشئ أيضاً مهنة، أفكر في هذا كثيراً، فكر في المهارات المطلوبة لكي تكون طبيباً أو محامياً أو مديراً تنفيذياً لشركة كبيرة أو حتى موسيقياً من الطراز العالمي، أنت تتحدث عن مستوى عالٍ من المهارة ومستوى عالٍ من الدخل.

الآن فكر في المهارات اللازمة لكي تصبح محترفاً في البيع المباشر، إنها مهارات ضئيلة بالمقارنة! ومع ذلك يتمتع العديد من محترفي البيع المباشر بمستوى أعلى من الدخل ودرجة أعلى من الحرية بالتأكيد.

إذا نظرت إلى أي مهنة، ستجد أن هناك حاجز دخول (مدى صعوبة الدخول) وفائدة طويلة الأجل (ما تحصل عليه إذا تم قبورك) على سبيل المثال: قد يكون الطبيب قد أمضى 12 عاماً في الدراسة بالإضافة إلى فترة تدريب، وهذا يتطلب ذكاءً لا يملكه بعضنا، أو أموالاً لا يملكها بعضنا، أو ربما حتى اتصالات لا يملكها بعضنا، في النهاية يحصلون على فرصة الاستمتاع بفائدة طويلة الأجل (على الرغم من أن العديد منهم سيقولون إن الفائدة لا تستحق الاستثمار).

هناك دائماً نسبة بين حاجز الدخل والفائدة طويلة الأجل، لا شك في ذهني أن مهنة البيع المباشر من بين جميع المهن في العالم تتمتع بأفضل نسبة عندما تقارن حاجز الدخل المنخفض بالعائد المرتفع على المدى الطويل.

كان أحد أفضل القرارات التي اتخذتها في حياتي هو جعل البيع المباشر مهنة بدلاً من مجرد العبث، لقد أحدث التحول إلى مهنة الفارق، والآن أصبح من الممتع للغاية أن أقضي جزءاً كبيراً من وقتي في مساعدة الآخرين على القيام بنفس الشيء.

الحرية التي ستستمتع بها

الحرية كلمة مثيرة للاهتمام، عندما يتعلق الأمر بالعمل، أعتقد أننا نفهم المفهوم، ولكن ليس المعنى الكامل، بالنسبة لي تعني الحرية وجود خيارات، إنها تعني أن أعيش الحياة التي أريد أن أعيشها بدلاً من الحياة التي يريدني الآخرون أن أعيشها، هل تتذكر الخيال الذي كان لديك عندما كنت طفلاً؟

✓ تخيل حياتك بلا حدود.

✓ تستيقظ عندما تنتهي من النوم.

✓ أنت تقوم بعمل مُرضٍ ويجعلك سعيداً.

✓ تتمكن من العمل مع أشخاص تستمتع معهم.

✓ لا يتعين عليك التنازل طوال الوقت.

✓ أنت تعمل عندما تشعر بالرغبة في العمل ولكنك أيضاً تلعب عندما

تشعر بالرغبة في اللعب.

✓ تتمكن من قضاء الكثير من الوقت مع الأشخاص المهمين بالنسبة لك.

أنت تعيش حياة رائعة ولا تضعها في صندوق، عندما تحصل على صورة واضحة لما تعنيه الحرية، ستجد أن الثمن الذي ستحتاج إلى دفعه لتحقيقها

في البيع المباشر **منخفض** للغاية، إن مواجهة مخاوفك وعيش حياة حرة أمر سهل، لكن قضاء بقية أيامك في عيش نصف حياة أمر صعب.

الحياة التي ستلمسها

إن خلق الحرية لنفسك وعائلتك أمر مختلف تماماً عن مساعدة شخص آخر على القيام بنفس الشيء، هناك الكثير من الناس يكافحون في هذا العالم. لديك القدرة على مساعدة الناس على رؤية صورة أكبر لأنفسهم، يمكنك إعطاء الأمل لليائسين، يمكنك تشجيع أحلامهم، يمكنك تزويدهم بالإلهام اللازم لمواجهة مخاوفهم والتغلب عليها.

إن أحد أعظم أفراحي هو الظهور في شهادة شخص آخر، إنه لأمر رائع أن تسمع أن شخصاً ما قد ضل طريقه، وبطريقة بسيطة تمكنت من مساعدته في العثور على طريقه، يتيح لك البيع المباشر القيام بذلك على نطاق واسع جداً، لا يمكنك مساعدة شخص واحد فقط، بل يمكنك مساعدة مئات أو حتى آلاف الأشخاص ليعيشوا حياة أفضل، والأمر المثير هو أن هذه ليست سوى البداية، إنها مثل رمي حجر في بركة، فعندما يصطدم الحجر بالمياه، ترى التموجات تكبر أكثر فأكثر حتى تتشكل.

"أضرب كل حافة من البركة، في البيع المباشر، أحياناً لا ترى كل التموجات، قد تكون مدركاً للتأثير الذي أحدثته في حياة شخص واحد وربما تموجاً أو اثنين آخرين، لكنها تستمر في النمو سواء رأيتها أم لا.

لهذا السبب أفعل ما أفعله، لهذا السبب كتبت هذا الكتاب، أعلم أن الناس سيتأثرون بشكل إيجابي وهذا أشبه بحجر يُلقى في الماء، ولكن بعد ذلك سيتركون تأثيراً إيجابياً على الآخرين وتبدأ التموجات، وسيفعل هؤلاء

الأشخاص الشيء نفسه، مراراً وتكراراً، مع البيع المباشر، يمكنك حقاً إحداث فرق.

الأشخاص الذين ستقابلهم

لقد قدم لي البيع المباشر أكثر الأشخاص روعة، تمنحك هذه المهنة فرصة ليس فقط لتوسيع مجموعة أصدقائك، ولكن أيضاً لتتمكن من قضاء المزيد من الوقت معهم، لن تجد أبداً مجموعة أكثر شغفاً من رواد الأعمال في أي مهنة أخرى، هؤلاء الأشخاص يحبون الحياة ويقضون وقتهم في دعم بعضهم البعض، "إليك مثلاً لما يعنيه ذلك بالنسبة لي وما قد يعنيه بالنسبة لك، يمكنك أن تذكر أي ولاية تقريباً في الولايات المتحدة أو أي دولة أخرى في العالم، ويخطر ببالي صديق على الفور.

كما عرّفني البيع المباشر على العديد من أبطال، لقد كنت محظوظاً بما يكفي لمشاركة المسرح وأصبحت صديقاً لأشخاص عظماء، بما في ذلك أنتوني روبنز، وبريان تريسي، ودينيس ويتلي، وستيفن كوفي الراحل، وتوم بيترز، وليز براون، وأوج ماندينو الراحل، وديفيد باخ، وروبرت كيوساكي، وهارفي ماكاي، وأرت ويليامز، وكين بلانشارد، وتوم راث، ودانييل بينك، ومارك فيكتور هانسن، وجاك كانفيلد، وجيفري جيتومر، وجاري فاينرتشوك، وتوم هوبكنز، والعديد العديد من الآخرين، وفوق كل ذلك تمكنت من التعلم من المزيد من أصحاب الملايين من الدولارات في البيع المباشر أكثر مما يمكنني إحصاؤه، وكان لجميعهم تأثير إيجابي على حياتي ومسيرتي المهنية.

لقد ساعدتني هذه المهنة أيضاً في التعرف على زوجتي الرائعة مارينا، كنت في موسكو لحضور ملتقى تدريبي كبير في مجال البيع المباشر وكانت تحضر هذا الملتقى مع عائلتها، ولأنها كانت تستطيع التحدث بعدة لغات، فقد ساعدتني في الترجمة خلف الكواليس، لقد وقعت في حبها، كان موعدنا الأول

في الساحة الحمراء في منتصف الليل بعد الملتقى، بينما كان الثلج يتساقط بهدوء حولنا، لن أنسى ذلك أبداً، لقد كنا معاً منذ ذلك الحين، أنا لا أقول إنك ستجد حب حياتك في البيع المباشر، لكنني أقول إنك ستجد صداقات تدوم مدى الحياة.

الأماكن التي سوف تراها

إذا قمت ببناء عمل تجاري ناجح في مجال البيع المباشر فسوف يحدث بعض الأشياء، أولاً ستفوز ببعض الرحلات التي ستكون رحلات العمر، ثانياً، ستحتاج إلى دعم شبكتك أثناء توسعها في كل منطقة أو دولة تعمل فيها شركتك، وثالثاً، ستكون لديك أموال ووقت كافيان للذهاب إلى أي مكان ترغب فيه، لقد قيل إن حياتك يمكن قياسها بعدد وكثافة تجاربك، وإذا كان هذا صحيحاً، فقد عشت بالفعل حياة طويلة جداً، لقد زرت كل ولاية في الولايات المتحدة باستثناء ألاسكا، وسأقوم بإصلاح ذلك قريباً.

كما زرت حوالي 40 دولة حول العالم، لقد ذهبت للغوص في الحاجز المرجاني العظيم في أستراليا، وقمت بجولة في آيا صوفيا في إسطنبول، وزرت البرجين التوأمين في ماليزيا، وتجولت بالقرب حول جزيرة جيمس بوند قبالة سواحل تايلاند، وزرت مدن الخيام في نيجيريا، وركبت عجلة فيريس الضخمة في ميناء سنغافورة، وقمت بجولة خاصة في البيت الأبيض، واستمتعت بوجبة مكونة من 30 طبقاً في مطعم إل بولي الشهير عالمياً في إسبانيا، وقمت بجولة عبر قنوات أمستردام، وركبت منطاد الهواء الساخن فوق جبال روكي، واستأجرت سفينة سياحية كاملة لـ 2000 من أصدقائي للإبحار إلى جزر الباهاما، وتناولت العشاء تحت النجوم على قمة فندق دي باريس في موناكو، وزرت تراثي في النرويج، وأبحرت في البحر الأسود قبالة سواحل أوكرانيا، ولعبت الجولف في سانت أندروز في اسكتلندا، وشاهدت مباراة كأس العالم

في أيرلندا، كل هذا وأكثر من ذلك بكثير أصبح ممكناً لأنني اعتنقت مهنة البيع المباشر الرائعة، يمكن أن يحدث نفس الشيء بالنسبة لك.

القضايا التي يمكنك المساهمة فيها

هناك الكثير من القضايا الجديرة بالاهتمام، قد ترغب في التبرع لوالديك أو شخص آخر في عائلتك، أو لمنظمة تعني شيئاً لك، في عام 2011، سألت هارفي ماكاي، مؤلف الكتب الأكثر مبيعاً بالإضافة إلى رجل أعمال ناجح للغاية وناشط مجتمعي، عن سر نجاحه، أخبرني بهذه القصة.

"إيريك .. جلس والدي معي بعد تخرجي من جامعة مينيسوتا في سن 21 عاماً، كنت مغروراً بعض الشيء، وكنت أخطط لتحدي العالم والبدء من القمة ثم الصعود وقال لي: "هارفي 25% ربع حياتك بدءاً من الآن، ستكون مخصصة للعمل التطوعي" لم أكن أعرف ما يعنيه ذلك، بخلاف أنني بدأت التطوع في كل شيء، أمراض القلب، والسرطان، ومنظمة United Way، والكشافة، ومنظمة March of Dimes، وكل شيء.

دعني أخبرك بما فعلته هذه التجربة بي طوال حياتي، من خلال التواجد في كل هذه المجالس والمشاركة في كل هذه الجمعيات الخيرية، أصبحت أفضل في التواصل، أصبحت قائداً أفضل، أصبحت مندوب مبيعات أفضل، لأن كل ما كنت أفعله هو جمع الأموال لأكثر من 20 مجلساً كنت عضواً فيها، أصبحت مدير مبيعات أفضل "وهل يمكنك أن تتخيل عدد الأشخاص الجدد الذين التقيت بهم بمجرد كوني متطوعاً؟ لقد نمت شبكتي بشكل هائل.

"لكن أكبر شيء حدث هو شعوري بأنني مواطن عالمي، أن أعرف أنك ساعدت إنساناً آخر وأن أكون قادراً على رؤية النتائج - إنه شعور لا يصدق، أنا ممتن جداً لوالدي لأن نصيحته غيرت حياتي"

لقد غيرت هذه المقابلة حياتي لأنها أثرت على تفكيري بشأن المساهمة، لطالما اعتقدت أن هناك حقاً طريقة واحدة فقط لمساعدة قضية تستحق ذلك وهي بأموالك، ولكن بعد محادثتي مع هارفي، أدركت أن هناك ثلاث طرق للمساعدة:

الأولى بأموالك بالطبع يمكنك كتابة شيك وهذا رائع، يمكن أن يسمح لك البيع المباشر بكتابة شيكات أكبر مما كنت تتخيله من قبل.

الثانية بوقتك كما قال هارفي: يمكنك تخصيص جزء من حياتك للقضايا المهمة بالنسبة لك، لقد اختار 25%، يمكنك اختيار ما تريد، ولكنني أشجعك على الاختيار وبالوقت لا أعني فقط التطوع لبضع ساعات هنا وهناك في الملجأ أو أي شيء آخر، أعني إعطاء وقتك للتفكير الإبداعي، ورفع الوعي، وجمع الأموال.

والثالث هو الأكثر أهمية على الأرجح، وهو التأثير خذ الوقت الذي ستقضيه في قضيتك وضع كل تأثيرك وراءها، ألهم منظمتك للقيام بشيء عظيم معك، شجع شركتك على المشاركة، استغل شبكتك للقيام بأشياء عظيمة، أنت قوي وأكثر من ذلك بسبب مشاركتك في البيع المباشر، استخدم هذا التأثير من أجل الخير، سيغير حياتك للأفضل.

الشخص الذي ستصبح عليه من خلال البيع المباشر

لقد غير البيع المباشر حياتي للأفضل لأنه أجبرني على أن أصبح شخصاً أفضل، كمهنة ننقل المنتجات والخدمات إلى العملاء الذين يريدونها، ولكن هدفنا الحقيقي أعمق بكثير في جوهرها، هذه المهنة هي حاضنة للنمو الشخصي.

- ✓ ستتعلم كيف تواجه مخاوفك.
- ✓ ستتعلم كيف تحل المشاكل.
- ✓ ستتعلم كيف تغذي عقلك بالإيجابيات وتحمي عقلك من السلبيات.
- ✓ ستتعلم كيف تصبح أقوى.
- ✓ ستتعلم كيف تقود.

عندما بدأت هذه المهنة لأول مرة فعلت كل شيء تقريباً بدافع الخوف، كنت خائفاً من عدم النجاح، كنت خائفاً من نفاذ العملاء المحتملين، كنت خائفاً من تفويت الفرصة، ولكن بمرور الوقت اختفى هذا الخوف، قررت التركيز على نفسي ومهاراتي بدلاً من كل الأشياء التي لا أستطيع التحكم فيها، ثم أصبح كل شيء واضحاً، تعلمت السر الحقيقي للبيع المباشر.

إن أعظم فائدة ليست الحصول على ما تريد، إن أعظم فائدة هي ما ستحتاج إلى أن تصبح عليه من أجل الحصول على ما تريد، لقد تعلمت ما كان موجوداً دائماً وما تم تناقله منذ عصور، الرحلة هي كل شيء.

نبذة عن المؤلف



كان إيريك ووري قائداً في مهنة البيع المباشر لأكثر من 25 عاماً، وخلال مسيرته المهنية المرموقة كأحد أفضل المتخصصين في البيع المباشر، حقق ما يلي:

- ✓ حقق أرباحاً تزيد عن 15 مليون دولار سنوياً.
- ✓ أسس منظمات مبيعات تضم ما يزيد عن 500,000 موزع في أكثر من 60 دولة.
- ✓ عمل رئيساً لشركة بيع مباشر بقيمة 200 مليون دولار.
- ✓ شارك في تأسيس شركته الخاصة، TPN—The Peoples Network وعمل رئيساً لها.
- ✓ عمل كمستشار تسويقي يكسب سبعة أرقام سنوياً لصناعة البيع المباشر.
- ✓ وعلى طول الطريق أصبح إيريك مدرباً ماهراً عمداً، وأجرى ملتقيات حية مع أكثر من 250000 شخص حول العالم، وعلمهم كيف يصبحون أيضاً محترفين في البيع المباشر.
- ✓ لقد شارك المسرح مع أنتوني روبنز، والراحل جيم رون، وبريان ترايسي، ودينيس ويتلي، والراحل ستيفن كوفي، وتوم بيترز، وليم براون، والراحل أوج ماندينو، وديفيد باخ، وروبرت كيوساكي، وهارفي

ماكاي، وآرت ويليامز، وكين بلانشارد، وتوم راث، ودانييل بينك،
ومارك فيكتور هانسن، وجاك كانفيلد، وجيفري جيتومر، وتوم
هوبكنز، والعديد من الآخرين.

✓ في عام 2009 أسس إيريك موقع <http://networkmarketingpro.com>

✓ الموقع التدريبي الأكثر مشاهدة في مهنة البيع المباشر، مع جمهور في
137 دولة حول العالم، ومنذ إنشائه قدم هذا الموقع مئات مقاطع
الفيديو التدريبية المجانية التي تضم عشرات المقابلات مع أشهر
الموزعين وأكثرهم نجاحاً في العالم، وأقوى ملتقيات التدريب في مهنة
البيع المباشر.

✓ ينهي كل مقطع فيديو له بتصريحه المميز:

"سيداتي وسادتي، أمنيّتي لكم أن تقرروا أن تصبحوا محترفين في
البيع المباشر - أن تقرروا أن تصبحوا محترفين - لأن الحقيقة الثابتة
هي أن لدينا طريقة أفضل .. الآن دعنا نخبر العالم"

وهذه روابط منصات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بالمؤلف:

www.networkmarketingpro.com

www.facebook.com/NMPRO

www.twitter.com/EricWorre

ختاماً

نصيحة من مُحبكم د/رشاد العامري فهذا الكتاب أفادني ووسع مداركي وعمّق لديّ الفكرة بأهمية العمل بطريقة المحترفين واختصار زمن النجاح. أتمنى من القلب استفادتكم واعدروني إن وُجِدَت بعض الأخطاء اللغوية فهذا العمل كان بجهد شخصي لغرض أن تعم الفائدة للجميع. وشكراً للسفير لؤي محمد الذي وصانا بحرص على قراءة هذا الكتاب كنهج سفير بخطوات خبير.

وإليكم بعض الروابط التي قد تستفيدوا منها في شرح تفاصيل الكتاب:

- 1- سلسلة شرح كتاب قو برو Go Pro - قناة رواد البيع المباشر [من هنا](#) 🖱
- 2- سلسلة سبع مهارات لاحتراف البيع المباشر - م/لؤي محمد [من هنا](#) 🖱
- 3- سلسلة قراءة في كتاب Go Pro - قناة المدرب / حسام علي [من هنا](#) 🖱

لتحميل الكتاب بصيغة PDF عبر القناة الرسمية لفريق رواد البيع المباشر تيليجرام عبر الرابط t.me/dsleaders2020 🖱

شكراً لك على امتلاك الشجاعة لمتابعة أحلامك

إيريك ووري

7 خطوات لتصبح محترفاً في البيع المباشر

إنطلق للاحتراف

قبل أكثر من عشرون عاماً في مؤتمر للشركة، كانت لدى إيريك ووري لحظة "آها" غيرت حياته إلى الأبد. في ذلك الحدث، اتخذ قراراً بالتحول إلى محترف البيع المباشر، ومنذ ذلك الوقت ركز على تطوير المهارات اللازمة للقيام بذلك. وبذلك لمس إيريك وتأثر بمئات الآلاف من الأشخاص حول العالم. والآن يشاركنا حكمته في دليل من شأنه أن يشعل شغفك بهذه المهنة ويساعدك على اتخاذ قرار التحول إلى محترف وخلق حياة أحلامك. أمنية إيريك هي أن تتخذ قراراً بأن تصبح محترفاً في البيع المباشر - أن تصبح محترفاً حقاً. لأنه من الحقائق الثابتة أن البيع المباشر هو وسيلة أفضل .. الآن دعنا نخبر العالم.

في هذا الدليل الشامل ستتعلم:

- التنقيب على العملاء المحتملين
- دعوتهم إلى منتجك أو فرصتك
- عرض المنتج أو الفرصة
- متابعة العملاء المحتملين
- مساعدة العملاء على أن يصبحوا موزعين
- مساعدة الموزعين على البدء بشكل صحيح
- تنمية فريقك من خلال الترويج للمنتديات والفعاليات وأكثر من ذلك بكثير

رغبة إيريك هي أن تتخذ قراراً بأن تصبح محترفاً للبيع المباشر المهنية بالنسبة لك للذهاب حقاً للاحتراف لأنها الحقيقة الثابتة أن البيع المباشر الآن هو الأفضل .. دعونا نذهب ونقول للعالم.



Network Marketing ProTM

www.networkmarketingpro.com