
به نام هستی بخش

امپراتوری یک نتورکر

از یوزر بودن تا تاپ ایرنر شدن در بازاریابی شبکه‌ای

یزدان حسن‌زاده سورشجانی



فهرست

۱۲	مقدمه
۲۴	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۲۶	مقدمه
۲۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۲۸	مقدمه
۲۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۳۰	مقدمه
۳۱	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۳۲	مقدمه
۳۳	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۳۴	مقدمه
۳۵	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۳۶	مقدمه
۳۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۳۸	مقدمه
۳۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۴۰	مقدمه
۴۱	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۴۲	مقدمه
۴۳	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۴۴	مقدمه
۴۵	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۴۶	مقدمه
۴۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۴۸	مقدمه
۴۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۵۰	مقدمه
۵۱	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۵۲	مقدمه
۵۳	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۵۴	مقدمه
۵۵	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۵۶	مقدمه
۵۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۵۸	مقدمه
۵۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۶۰	مقدمه
۶۱	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۶۲	مقدمه
۶۳	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۶۴	مقدمه
۶۵	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۶۶	مقدمه
۶۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۶۸	مقدمه
۶۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۷۰	مقدمه
۷۱	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۷۲	مقدمه
۷۳	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۷۴	مقدمه
۷۵	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۷۶	مقدمه
۷۷	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۷۸	مقدمه
۷۹	مخاطبین این کتاب چه کسانی هستند؟
۸۰	مقدمه

- ۲۵۳ چگونه می‌توان زمان موجود خود را رشد و گسترش دهیم؟
 ۲۶۱ چند قانون مهم و تأثیرگذار در بازاریابی شبکه‌ای
 ۲۶۸ لطفاً رندی گیج نشو!
 ۲۷۱ دوراز اعجاز انگیز در بازاریابی شبکه‌ای

فصل ششم: پس از خواباندن، قلمه زدن و کاشتن، دوباره

- ۲۷۵ **درختانت را توسعه بده**
 ۲۷۷ چرا و چگونه لیدر شوم؟
 ۲۷۹ لیدر کیست؟
 ۲۸۴ ترتیب مراحل در بازاریابی شبکه‌ای
 ۲۸۸ آشنایی با جلسات
 ۲۹۹ ویژگی‌های یک لیدر تأثیرگذار

فصل هفتم: اگر می‌خواهی همیشه از سایه و میوه درختان

- ۳۱۱ **لذت ببری، از باغت مواظبت کن**
 ۳۱۷ یک سکانس از دوران نتورک من

فصل سوم: نهال مورد نظرت را انتخاب کن

- ۹۱ چگونه یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای انتخاب کنیم؟
 ۹۳ چگونه یک تیم حامی خوب انتخاب کنم؟
 ۹۹ پدیده‌ای ناهنجار به نام «شیفت زدن»
 ۱۰۳ اخلاق، حلقه گمشده تجارت شبکه‌ای
 ۱۱۰ اسطوره‌های تقلبی راحت طلب
 ۱۱۷

فصل چهارم: نهالت را بکار و شیوه‌های پرورش درخت

- ۱۲۱ **را بیاموز و به کار ببند**
 ۱۲۳ چگونه سازمان فروش خود را بسازیم؟
 ۱۲۴ خرده فروشی
 ۱۲۹ چگونه می‌توان به یک خرده‌فروش موفق تبدیل شد؟
 ۱۴۹ شبکه‌سازی اعجازی برای کسب درآمد
 ۱۵۳ مراحل شبکه‌سازی
 ۲۰۳ در مراحل پیگیری، موارد زیر را رعایت کنید
 ۲۳۸ نتورکر کیست؟

فصل پنجم: در هنگام رشد، شاخه‌های زائد را هرس کن،

- ۲۴۱ **آبیاری کن و خاک را تقویت کن**
 ۲۴۳ نتورکر، تعادلت را حفظ کن!
 ۲۴۶ برای سازمان لیدر خوب و برای خود مدیر خوبی باش

روزنامه‌ها و مجله‌ها را در مورد فعالیت‌های من در زمینه حقوق بشر و حقوق زنان در ایران و جهان در اختیار شما قرار دادم. امید است که این مطالب برای شما مفید باشد. به امید دیدار مجدد در تهران یا در خارج از کشور.

مقدمه:

خوانندگان عزیز؛ زمانی که در حال نوشتن این کتاب بودم، متأسفانه در زندان به سر می‌بردم که نتیجه فعالیت‌های شرکت‌های شبه‌بازاریابی شبکه‌ای و هرمی در دوران غیرقانونی بود و تاوان یک انتخاب اشتباه براساس خودباوری کاذب و اعتماد کورکورانه و مسؤولیت‌پذیری بیش از اندازه را می‌پرداختم. در سال ۱۳۸۴ در آخرین ماه‌های خدمت مقدس سربازی، درست زمانی که خود را برای آزمون کارشناسی ارشد در رشته زبان انگلیسی آماده کرده بودم، ۴۷ روز مانده به آزمون، یکی از دوستان بسیار صمیمی‌ام بدون اطلاع قبلی، مرا به جلسه‌ای دعوت کرد و در آن جلسه (پرزنت) برای اولین بار با واژه‌ای به نام نت‌ورک مارکتینگ یا بازاریابی شبکه‌ای آشنا شدم که هرگز در باور من امکان‌پذیر نبود و به اصرار دوستان قدم در راهی بسیار جذاب گذاشتم که متأسفانه به بیراهه می‌رفت.

تا سال ۱۳۹۰ مدام وقت و انرژی خود را در این مسیر صرف کردم که پس از دست‌یابی به برخی آموزش‌ها و تجربیات مثبت، به وضعیت کنونی من در زندان منجر شد. با وجود این، از سال ۱۳۹۱ تا اواسط ۱۳۹۴ در بازاریابی شبکه‌ای قانونی به فعالیت

پرداختم و یکی از مجهزترین نمایندگی‌های ایران با سازمانی روبه‌رشد را به وجود آوردیم. حاصل این فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای قانونی، با وجود کسب تجربه‌ای بسیار ارزشمند، متأسفانه خوشایند نبود، زیرا به‌رغم روند روبه‌رشد سازمان به دلایلی که بعداً ذکر خواهد شد، شرکت به مشکلاتی دچار شد و از ادامه فعالیت بازماند و به ناچار تمام اعضای سازمان مجبور به ترک فعالیت در آن شرکت شد.

با خود عهد کردم تا از گذراندن محکومیت خود در زندان، فرصتی طلایی جهت ادای دین خود به بازاریابی شبکه‌ای به‌وجود بیاورم و تمام تجربیاتم را در قالبی مؤثر و کاربردی در اختیار هم‌وطنان عزیزم قرار دهم تا شاید از این تجربیات تلخ و شیرین که حاصل سال‌ها فعالیت در فضای بازاریابی شبکه‌ای قانونی و شبه‌نت‌ورک است، اطلاعات کسب کرده و بتوانند راه درست را از نادرست تشخیص دهند و از انتخاب اشتباه در تجارت جهانی بازاریابی شبکه‌ای بپرهیزند که امروزه به لطف خدای متعال و هم‌چنین با تلاش و آینده‌نگری نهادهای قانون‌گذاری و نظارتی کشور زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت (امور اصناف و بازرگانان) به یک صنف نوپا ولی آینده‌دار تبدیل شده است.

امروزه کتاب‌های بسیاری در مورد بازاریابی شبکه‌ای در کشور ما وجود دارد که بیشتر آن‌ها ترجمه کتاب‌های خارجی و حاصل تجربیات نت‌ورک‌های خارجی بوده و به‌طور عمده با ساختار اجتماعی، عقیدتی و روانی جامعه ما سازگار نبوده و بومی‌سازی نشده است؛ ولی برخی از آن‌ها بسیار آموزنده و تأثیرگذار است. البته کتاب‌هایی هم وجود دارد که به اهتمام

عزیزانی در کشور براساس تحقیق و مصاحبه و تجربه در خارج از کشور به چاپ رسیده است که ناگفته نماند تعدادی از آن‌ها مانند میلیونرهای دات‌نت بسیار تأثیرگذار است. اما من در این کتاب، تمام تلاش خود را به‌کار بسته‌ام تا صادقانه و دور از هرگونه تعصب، تجربیات خود را که در دنیای واقعی بازاریابی شبکه‌ای ایران اتفاق افتاده است، برای دوستان شرح دهم. امیدوارم پس از مطالعه کتاب، بومی‌شدن نت‌ورک را احساس کنید.

تمام مطالب این کتاب براساس تجربیات شخصی و مطالعات قبلی‌ام گردآوری شده است. البته به‌خاطر در اختیار نداشتن منابع تحقیقاتی و کتب مربوطه در زندان، شاید نتوانسته باشم حق مطلب را ادا کنم که امیدوارم این کوتاهی را به بزرگی خودتان ببخشید؛ اما همین امر باعث شده مطالب کتاب تا حد زیادی به واقعیت نزدیک شود.

طبق آمارها، درصد بازاریابان غیرفعال در فضای بازاریابی شبکه‌ای در مقایسه با افراد فعال بسیار بالاست و به‌نظر من، دلایل آن را می‌توان ناتوانی در ایجاد نگرش شغلی در بازاریابان جدید و ناتوانی در ایجاد لیدرهای مستقل توانمند برشمرد که برای رفع این موارد، راهکارها و آموزش‌هایی کاربردی در بخش‌های این کتاب گنجانده شده است.

نداشتن بینش شغلی، عامل اصلی رها شدن بازاریابی شبکه‌ای طی روزهای آغاز ثبت‌نام و ماه‌های اول و دوم فعالیت افراد تازه‌کار یا جدیدالورود است؛ به‌شکلی که بسیاری، قبل از این‌که کاری انجام دهند به‌اشتباه این تجارت بزرگ را ترک می‌کنند. در حقیقت هدف من از نوشتن این کتاب، این است