

به کمک داستان‌ها

روش جست‌وجوی نیروهای بالقوه، فروش و ساخت کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای

تام «بیگ‌ال» شرایتر
ترجمه‌ی امیر انصاری



تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۱۰۰۰۰
ISBN: 978-600-8373-30-3

این کتاب به روشی نوین و کاربردی به شما می‌آموزد که چگونه می‌توانید با استفاده از روش جست‌وجوی نیروهای بالقوه، فروش و ساخت کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای را به موفقیت برسانید. این کتاب به شما می‌آموزد که چگونه می‌توانید با استفاده از روش جست‌وجوی نیروهای بالقوه، فروش و ساخت کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای را به موفقیت برسانید. این کتاب به شما می‌آموزد که چگونه می‌توانید با استفاده از روش جست‌وجوی نیروهای بالقوه، فروش و ساخت کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای را به موفقیت برسانید.

... فهرست مطالب ...

- پیشگفتار مترجم ۹
- درباره‌ی نویسنده ۱۱
- پیشگفتار نویسنده ۱۳
- فصل اول: چیزی که می‌گوییم اهمیت ندارد، چیزی که مردم می‌شنوند مهم است ۱۵
- فصل دوم: داستان‌ها ممکن است واقعاً کوتاه باشند ۲۱
- فصل سوم: نیروهای بالقوه هراسان‌اند ۲۵
- فصل چهارم: ایجاد انگیزه در مردم به چک درشت نیازی ندارد ۳۵
- فصل پنجم: بیشتر مردم هر روز به کار بازاریابی شبکه‌ای می‌پردازند، فقط برایش پولی نمی‌گیرند ۳۹
- فصل ششم: آیا ستاره‌ی راک اند رول هستید؟ ۴۷
- فصل هفتم: نمی‌توانم هیچ نیروی بالقوه‌ی خوبی پیدا کنم! ۵۱
- فصل هشتم: اعتبار اعتماد می‌آورد ۵۵
- فصل نهم: مانند تاجرها فکر کنید، نه مانند کارمندان ۶۱
- فصل دهم: اصل آگاه‌سازی ۷۳
- فصل یازدهم: اصل واکنش ۸۹
- فصل دوازدهم: داستانی برای طرح‌های پانزی، هرمی و ثروتمند شدن سریع ۹۵
- فصل سیزدهم: چرا توزیع‌کنندگان باید به نصایح حامیان‌شان گوش فرا دهند؟ ۹۹
- فصل چهاردهم: مهارت بدون انگیزه ۱۰۱
- فصل پانزدهم: شاید امروز روز‌شان نباشد ۱۰۵
- فصل شانزدهم: اتخاذ عمل ۱۰۷

این نسخه تنها صادر و درباره‌ی روش‌های داستان‌نویسی چیزی نمی‌گوید و تنها به بیان داستان‌ها می‌پردازد. او را شما می‌خوانید یا استفاده از داستان‌های این کتاب را در داستان‌هایی که خودتان در جگه دارید به جلب افراد به‌فکر سرگرم‌کننده می‌کنید.

پیشگفتار مترجم

داستان‌ها اعتیادآورند.

ذهن انسان به‌گونه‌ای ساخته شده است که قصه‌ها را مجسم کند و به خاطر آورد. بنابراین اگر مایل به برقراری روابط مؤثر هستید، برای انتقال پیام خود از قصه و داستان استفاده کنید. استفاده از قصه و داستان کمک می‌کند پیام شما بهتر، سریع‌تر و راحت‌تر به مخاطبان هدف منتقل شود.

افراد از معرفی و ارائه متفردند، ولی علاقه‌ی زیادی به داستان‌ها و قصه‌های شما دارند. آن‌ها معرفی‌ها و ارائه‌های بسیاری را در گذشته شنیده‌اند و دیگر از آن‌ها خسته شده‌اند. اما شنیدن یک داستان همیشه فرق می‌کند. در این باره فکر کنید: وقتی در کنار کسی که داستانی را تعریف می‌کند قرار دارید، آیا ضمیر ناخودآگاه شما فرمان نمی‌دهد که توقف کنید و به آن داستان گوش فرا دهید؟ حتماً علاقه دارید تا انتهای داستان را بشنوید، چون ضمیر ناخودآگاه از قصه‌ی ناتمام خوشش نمی‌آید. وقتی داستانی را تعریف می‌کنید، افراد در داستان شما شریک می‌شوند و آنچه را شما می‌بینید، به سرعت می‌بینند. مگر چیزی غیر از این می‌خواهید؟

از داستان‌ها می‌توان برای جلب توجه افراد، پاسخ به انتقادات، تحریک و ترغیب مشتریان آتی، و آموزش توزیع‌کنندگان پیرامون اصول مهم کسب‌وکار به‌شکلی لذت‌بخش و غیرتهدیدآمیز استفاده کرد. سعی کنید کسب‌وکار خود را از هرگونه نگرانی و تنش دور کنید و در آن طراوت و نشاط به‌وجود آورید. صاحبان درآمدهای بالا در بازاریابی شبکه‌ای، قصه‌گویان و داستان‌سرایان زبردستی هستند. آیا فکر نمی‌کنید بهتر است برای انتقال پیام به مخاطبان هدف، داستان‌پردازی و داستان‌سرایی خود را آغاز کنید؟

تام شرایتر ملقب به «بیگ آل»، با بیش از ۴۰ سال تجربه در بازاریابی شبکه‌ای، در کتاب پیش رو داستان‌های مختلفی را مطرح می‌کند تا شما را با شیوه‌ی داستان‌سرایی و بیان قصه‌ها آشنا سازد. او درباره‌ی روش‌های داستان‌سرایی چیزی نمی‌گوید و تنها به بیان داستان‌ها می‌پردازد. او از شما می‌خواهد با استفاده از داستان‌های این کتاب و یا داستان‌هایی که خودتان در چنته دارید، به جذب افراد به‌شکلی سرگرم‌کننده بپردازید. مهم