
۴ دلیل اصلی نه گفتن افراد به بازاریابی شبکه ای

دلایل اصلی نه گفتن افراد به بازاریابی شبکه ای چیست؟

در **بازاریابی شبکه ای** نه شنیدن عادی است و بسیاری از افرادی که به کار دعوت میکنیم نهایتاً جواب منفی میدهند اما گاهی اوقات درک این موضوع که چرا بعضی ها حاضر نمی شوند وارد کار شوند یا حتی ببیند کار چیست، **برای** ما سخت است.

در این مقاله درمورد دلایل نه گفتن افراد به بازاریابی شبکه ای صحبت میکنیم که میتونه تا حد زیادی به شما کمک کنه که در آینده کمتر نه بشنوید.

۱. پول پول پول

رابرت کیوساکی در یکی از مقاله های خودش توضیح میدهد که افرادی که ذهنیت **کارمندی** دارند بر روی **سرمایه** تمرکز میکنند، در مقابل افرادی که ذهنیت **کار آفرین** دارند بر روی **فرصت**. به عبارت دیگر ذهنیت کارمندی به این فکر میکند که کار ممکن است خراب شود، در حالی که ذهنیت کارآفرین در فکر این است که کار ممکن است نتیجه دهد.

بازاریابی شبکه ای بر خلاف کسب و کارهای دیگر نیاز به سرمایه اولیه خاصی ندارد. ولی کسی که ذهنیت کارمندی داشته باشد و نتواند فرصت را ببیند، باز هم دلیلی برای انجام این کار و خرج کردن پول، حتی برای خرید محصول نمیبیند.

یک اتفاق جالبی که زیاد آن را میبینیم این است که **افرادی که از همه بیشتر به یک فرصت احتیاج دارند، همان هایی هستند که از همه کمتر آن را میبینند**. برای هیچ کس معطل نشوید، افراد جدید را پراسپکت کنید.

۲. تجربه قبلی افراد

خیلی از افراد قبلاً توسط یک یا چند نتورکر **بی تجربه** و آموزش ندیده، با **فریب** یا خواهش و التماس یا بد رفتاری! به صنعت **بازاریابی شبکه ای** دعوت شده اند و فکر میکنند تمام بازاریابی شبکه ای همین است

یا قبلاً مدتی در شرکت یا تیم ضعیفی کار کرده اند و از آنجا تجربه ای منفی در ذهنشان ثبت شده است. شما باید با داشتن رفتار مناسب و استفاده از آموزش های صحیح افراد را به کار خود دعوت کنید و نشان دهید روش درست کار کردن چیست، روش های دعوت بسیار کارآمدی وجود دارند. آنها را یاد بگیرید و به اعضای تیمتان هم یاد بدهید.

۳. محصولات شرکت

محصولی که شرکت شما دارد نهایتاً اهمیت پیدا میکند، درست است که در درجه ی اول مردم به خاطر شما وارد کار میشوند ولی در دراز مدت وجود محصولی که یک نیاز را برطرف کند و تقاضای واقعی داشته باشد لازم است. به همین دلیل باید در انتخاب شرکت دقت کنید و با چشمان باز وارد عمل شوید و ببینید آیا محصول شرکت از جهات مختلف نمره قبولی دریافت میکند یا خیر؟

۴. خود خود شما!

یک بار از بیرون به خودتان نگاه کنید و ببینید برخوردتان با دیگران چگونه است، آیا اگر کسی مانند شما خودتان را به کار دعوت کند، قبول میکنید؟ اگر جواب مثبت نیست، باید روی خودتان کار کنید، به دنبال یادگیری باشید و خودتان را تقویت کنید.

از جهت دیگر در بازاریابی شبکه ای تنها چیزی که برای یک فعالیت مهم است، میزان تکثیرپذیری آن است. آیا آن طوری که شما ورودی میگیرید، توسط دیگران هم قابل اجرا است؟ برای مثال بعضی از نتورکرها خودشان ورودی هایشان را به کار معرفی میکنند (پرزنت میکنند)، دو ساعت می نشینند و با طرف مقابل در مورد کار حرف میزنند و در آخر هم به هر روشی شده او را متقاعد میکنند اما آیا همه افراد دوست دارند این کار را انجام دهند؟ اصلاً دوست داشتن هم مهم نیست، آیا همه میتوانند این کار را انجام دهند؟ همین نکته باعث دلسرد شدن پراسپکت ها میشود. به همین دلیل است که باید همیشه از یک سوم، شخص یا ابزار کمک بگیرید و خودتان پراسپکت هایتان را پرزنت نکنید.

به علاوه باید به کاری که انجام میدهید باور داشته باشید. اگر شما به کارتان باور ندارید، چرا دیگران باید نسبت به آن باور پیدا کنند؟