

دست‌رسی به پراسپکت نامحدود از طریق بازار گرم

بازار گرم‌تان را شناسایی کنید

شناسایی بازار گرم‌تان یکی از نخستین گام‌های این مرحله از کار است

توصیه ما این است که یک برگ کاغذ دست‌تان بگیرید و بنشینید و دفترچه آدرس یا تلفن‌تان را باز کنید و اسامی همه کسانی را که می‌شناسید، بنویسید. هدف نهایی تهیه فهرست اسامی 100 نفر است.

ممکن است در وهله اول این درخواست شما را کمی بترساند؛ بخصوص اگر قرار باشد لیست خود را ظرف یک روز یا یک آخر هفته تکمیل کنید. اما می‌توانید این فهرست را ظرف مدت زمان بیشتری، مثلاً یک هفته یا یک ماه، کامل کنید. در هر حال، برای شروع تجارت‌تان کار شما با ۱۰ یا ۱۲ نفر هم راه می‌افتد. اگر امروز که هیجان بسیار زیادی دارید، تجارت‌تان را با یک لیست ۱۲، ۱۰ نفره شروع کنید، بی‌نهایت بهتر است از اینکه ماه بعد کارت‌تان را با یک لیست ۱۰۰ نفره شروع کنید. به قول لو هولتز، سر مربی بیس بال در دانشگاه ساوت کارولینا، از فرمول مهم پیروزی پیروی کنید: «مهمترین کار آلت‌م چیست؟»

هشدار: پیش‌داوری کردن درباره هر یک از اعضای بازار گرم‌تان قطعاً یک اشتباه جبران‌ناپذیر خواهد بود.

گفتن اینکه: «بعید می‌دانم اول از این کار خوش‌تان بیاید» یا «نه، اون خودش آدم موفقیه و یک عالمه پول داره» و ... نمونه‌هایی از این اشتباهات هستند. اسم همه را یادداشت کنید و با همه تماس بگیرید. شگفت‌زده خواهید شد از دیدن اینکه چه کسانی به این تجارت علاقه نشان خواهند داد. تازه اگر هم علاقه نشان ندهند، ممکن است کسی یا کسانی را بشناسند که بتوانید با آنها تماس بگیرید.

از آنها بخواهید افرادی را به شما معرفی کنند

به قول ری گبوتر: «یکی از هیجان‌انگیزترین چیزهای بازاریابی شبکه‌ای این است که شما الزام همه کسانی را نمی‌شناسید که اعضای خانواده و دوستان‌تان می‌شناسند. بنابراین ممکن است آنها کسانی را به شما معرفی کنند که وارد تجارت‌تان شود و کلی در درآمدها مؤثر باشند.» فرض کنید کار را به عمو هری معرفی کرده‌اید و او بعد از آنکه خوب به حرفه‌ایتان گوش کرد، می‌گوید که به این کار علاقه‌ای ندارد.

حالا شما دو گزینه بیشتر ندارید:

از عمو هری تشکر کنید و موضوع را عوض کنید، یا از عمو هری تشکر کنید و از او بخواهید افراد دیگری را به شما معرفی کند. **از آنجایی که عمو هری واقعا قصدش کمک کردن به شماست**، پس به «دایره نفوذش» فکر می‌کند؛ یعنی دوستان، همسایگان و همکارانش و احتمالاً یکی، دو اسم به شما تحویل می‌دهد.

ارجاع و معرفی افراد از سوی بازار گرم شما به نوعی فهرست افراد درجه یک تان را افزایش می‌دهد وقتی شما با دوست عمو هری تماس می‌گیرید، **شما دو نفر باهم غریبه نیستید زیرا هر دوی شما عمو هری را می‌شناسید**. همین آشنایی کافی است که به شما اجازه دهد محصولات خدمات و فرصت تجارتتان را به آن فرد هم معرفی کنید. هیچ بعید نیست که دوست عمو هری «بله» بگوید.

حالا فرض کنید بنا به هر دلیلی دوست عمو هری «نه» بگوید. در این صورت چه می‌کنید؟ خب معلوم است: تشکر کنید و از او بخواهید شما را به کس دیگری معرفی کند. هر دفعه که این کار را انجام می‌دهید، در حقیقت تلنگری به دایره نفوذ آن فرد زده‌اید. اگر در طول یک هفته ۵ نفر به شما جواب منفی بدهند اما هر کدام یک فرد دیگر را به شما معرفی کند، **در هفته بعد ۵ نفر برای معرفی کردن دارید. و تا حالا هم هیچ هزینه‌ای نکرده‌اید!** همین طور ادامه بدهید. مطمئن باشید از همین افراد کسانی حاضر خواهند شد هم از شما محصول یا خدمات بخرند و هم در تجارتتان به شما ملحق شوند.

وقتی کسی به شما معرفی می‌شود، در اسرع وقت با او تماس بگیرید؛ به این دلیل که نظر شما با گذر زمان ممکن است تغییر کند. اگر شما ۱۰ یا ۲۰ اسم داشته باشید و همه‌اش دست دست کنید که اول به چه کسی زنگ بزنید، **سردرگم خواهید شد و اتفاق جالبی خواهد افتاد: همین طور که مشغول بر زدن اسامی هستید، برای زنگ نزدن به هر کدام دلیلی متفاوت می‌آورید**.

اگر عمو هری **همین امروز کسی را به شما معرفی کرده**، پس همین امروز با او تماس بگیرید و **یا ملاقاتش کنید**. هیجان و رضایت خاطر عمو هری برای در میان گذاشتن نام دوستش با شما هیجان مشابهی نیز در شما ایجاد خواهد کرد. حالا هر چه زودتر با آن مشتری احتمالی تماس بگیرید و همین هیجان را به او انتقال دهید، نتیجه بهتری خواهید گرفت. این شیوه را در سراسر کارتان به کار ببندید. به شما قول میدهم نتایجی به مراتب بهتر نصیبتان خواهد شد تا وقتی که نام مشتری‌های احتمالی را به این امید که بعداً با آنها تماس بگیرید روی هم تلنبار کنید.

«برای شروع کردن لازم نیست بزرگ باشید؛ اما برای رسیدن به بزرگی حتما باید شروع کنید.» هر چه زودتر شروع کنید، زودتر مشکلات را پشت سر می گذارید و احتمال اینکه زودتر به بزرگی برسید بیشتر است!

با مشتری های احتمالی تماس بگیرید

شما و مشتری احتمالی تان باید به طریقی همدیگر را ببینید تا کار، محصولات و خدمات را به او معرفی کنید. همچنین لازم است مشتری احتمالی تان بفهمد شما فروشنده چه چیزی هستید، سؤالاتش را بپرسد، **بین شما و او رابطه دوستانه ایجاد شود و بعد تصمیم بگیرد آیا می خواهد وارد کار شود یا خیر.** بهترین روش ملاقات حضوری است که البته همیشه میسر نخواهد شد. قلمرو فعالیت شما به عنوان یک بازاریابی شبکه ای هیچ حد و مرزی ندارد. اگر شما ساکن کالیفرنیا باشید و مشتری احتمالی شما در پنسیلوانیا زندگی کند، ممکن است هیچ وقت (لااقل قبل از اینکه به شکل دیگری با هم تماس بگیرید) همدیگر را شخصا ملاقات نکنید. این هم دلیل دیگری است برای اینکه اول از همه کار را به بازار گرم (افراد درجه یک) خود معرفی کنید .

خوبی افراد درجه یک این است که حتی اگر شرایط مکانی یا دیگر محدودیت ها مانع از آن شود که همدیگر را ببینید، حداقل از قبل همدیگر را می شناسید. **یعنی رابطه نزدیک و صمیمی پیشاپیش بین شما موجود است و این خود یک مزیت بزرگ است** اما حتی وقتی شما و مشتری احتمالی تان ساکن یک شهر هستید، ممکن است اولین بار به شیوه های غیر از ملاقات حضوری با هم تماس برقرار کنید.