
جذب افراد در بازاریابی شبکه ای

مردم وقتی برای اولین بار با شما ملاقات می کنند واقعاً چه چیزی می خواهند؟
چه چیزی باعث می شود محصول شما را نسبت به دیگر محصولات انتخاب کنند؟
چگونه مردم را برای خرید یا ارائه فرصت کسب و کارتان آماده می کنید؟

پاسخ های خاص از جانب مصرف کنندگان راضی و اعضای تیم شما به این سوالات می تواند برایتان **بسیار کارآمد باشد**. قطعاً شما هم می دانید که بازار با محصولات و خدمات فوق العاده و بسته بندی های شگفت انگیز اشباع شده است. با این حال من می توانم با پاسخ های کلی به شما کمک کنم تا در وهله اول **حجم زیادی از مشتریان راضی به سمت شما سرازیر شوند** و سپس **آن افراد به توسعه کسب و کار بازاریابی شبکه ای شما کمک فراوانی کنند**.

همه ما دوست داریم که همیشه کارهای یکسانی را انجام دهیم و با سرمایه گذاری کم خدمات با کیفیت و خوبی ارائه کنیم. اما این یک ضربه محکم به خودمان است چرا که به مانند این است که به پشت بام خانه تان بروید و درمورد محصولات و فرصت کسب و کار خود فریاد بزنید تا با هزینه کم و به سادگی به گوش تمام اطرافیان برسد. با این حال، تعداد کمی از شرکت ها پاسخ سوالاتی را که در ابتدا پرسیدیم در اختیار شما قرار می دهند. **اما لازم است که شما پاسخ این سوالات را بدانید**.

اگر خدمات با کیفیت را با کمترین هزینه ارائه می دهید، **می توان گفت که محصولات و خدمات شما استثنائی هستند**. زیرا همه انسان ها ارزش استفاده از محصولات عالی را می دانند و اگر ارزش خدمات و محصولات شما را درک کنند بسیار عالی خواهد بود **زیرا از آن پس دیگر به هزینه ها فکر نمی کنند و حاضر می شوند کمی بیشتر برای محصولاتتان هزینه کنند**.

پس بیاموزید که چگونه کیفیت ارائه خدمات به مشتریان را بالا تر ببرید. این اولین تصویری است که شما از محصولات و خدمات خود در ذهن مشتری تان می سازید پس همه چیز باید در درجه ای عالی باشد، **شما می خواهید محصول خود را به خوبی نشان دهید تا در این جهت اعتبار کسب کنید**. پس برای به دست آوردن اعتماد لازم است که برای کمپانی تان نماینده خوبی باشید.

با توجه به کالایی که می فروشید یا خدمتی که در حال ارائه آن هستید **لباس مناسب بپوشید و به تمام افراد تیمتان نیز بگویید همین کار را انجام دهند** و با این روش صدای تجارتتان را به گوش تمام انسان ها برسانید. نحوه ی ارائه خدمات یا محصولاتتان نیز بسیار مهم است. تصاویر در ارائه محصولات و خدمات شما بسیار تاثیر گذار هستند. **اگر مشتری نتواند آن چیزهایی را که برایش مهم است به راحتی ببیند و یا اگر جواب سوالاتش را به راحتی دریافت نکند، هرگز تصمیم به خرید از شما نمی گیرد.**

نکته اصلی در هنگام ارائه خدمات **درک واقعی معنی آن "خدمت" است**. لازم است که شما خود را به یک خدمتگزار فروتن تبدیل کنید تا بتوانید به دیگران اهمیت دهید. هنگامی که آنها احساس مهم بودن می کنند، به توضیحات و پیشنهاداتتان برای ارائه محصولات به خوبی گوش می دهند. وقتی آنها در کنار شما احساس اهمیت می کنند، ناخودآگاه دوست دارند که بیشتر اوقات در کنار شما باشند، مانند همین اتفاق، هنگام پیوستن افراد به سازمان شما نیز رخ می دهد و آنها بخشی از سازمان شما می شوند.

اما چگونه می توانید احساس مهم بودن را در دیگران به وجود آورید؟ به سادگی با تماس چشمی، با لبخند، استقبال، با استفاده از نام آنها، با آشنایی با آنها و سؤال پرسیدن در مورد فرزندانشان، سفرهایشان و هر چیز دیگری که **برایشان مهم است**.

اگر با مشتری های بالقوه یا استخدام شده از طریق تلفن ملاقات می کنید، حتما یادتان باشد که **لبخند بزنید و از صدای صاف گرم و دوستانه تان استفاده کنید**. باور کنید یا نکنید، مردم می توانند خوشحالی، بی حوصلگی، رضایت یا عدم رضایت را در چهره شما ببینند. آنها حتی می توانند به سادگی با صدای شما از پشت تلفن، **حرکات صورتتان را مانند آینه ای بر روی میز کارتان تقلید کنند**. من قبلاً روی میز کارم یک آینه کوچک داشتم، به خودم یاد داده بودم تا به آن آینه نگاه کنم و با افراد تماس بگیرم. **زمان هایی که لبخند می زدم بهترین نتایج را می گرفتم**. ممکن است احمقانه به نظر برسد، اما برای من نتایج فوق العاده ای داشت و در طول سالهای متمادی برای بسیاری از کسانی که این کار را به آنها آموزش دادم نتیجه بخش بوده.

خودتان را معرفی کنید و به آنها بگویید که "من به خاطر شما اینجا هستم". **حسن نیت و صبر و حوصله می توانند به شما در مسیر های طولانی کمک های شگفت انگیزی کنند**. حتی اگر شما بزرگترین لیدر کمپانی خودتان هستید، زمانی که با مردم ملاقات می کنید اگر آنها خودشان را با نام و نام خانوادگی معرفی کردند، با نام و نام خانوادگی شان آنها را خطاب کنید. **اگر خیلی زود از نام کوچکشان استفاده کنید یا خیلی زود**

صمیمی شوید یا رابطه دوستانه برقرار کنید بسیاری از آنها به طور غریزی عقب نشینی می کنند و بعداً به سختی می توانید دوباره با آنها ارتباط برقرار کنید.

عادت کنید که ابتدا افراد را با نام و نام خانوادگی شان خطاب کنید، اما می توانید در ادامه بگویید " از دیدار شما خیلی خوشحالم آقای (نام خانوادگی)، ممکن است که اجازه بگیرم که شما را با (نام کوچک) خطاب کنم" یا "اجازه دارم نام شما را در تلفن همراهم (نام و نام خانوادگی) ذخیره کنم؟"

البته برخی مواقع دوستان آنها از مخفف نامشان استفاده می کنند و اگر آنها با شما احساس راحتی می کنند، به شما هم پیشنهاد می کنند همین کار را انجام دهید.

این یک استراتژی بسیار ساده است اما می تواند به شما کمک کند تا با افراد جدید صمیمی شوید و یا حتی با آنها به پیاده روی بروید. البته، اگر آنها فقط نام کوچک خود را به شما گفتند، **حتماً از نامشان استفاده کنید و آن را به خاطر بسپارید**، اگر نامشان را فراموش کنید قطعاً آنها فکر می کنند که شما دچار اختلال حافظه هستید و این موضوع اصلاً جالب نیست.

بسیاری از بازاریاب های شبکه ای با خدمات، محصولات یا فرصت کسب و کار خود به مردم حمله می کنند، بهتر است ما به جای این کار، با آنها صحبت کنیم یا از آنها بپرسیم که چه چیزی باعث شده که امروز در این جلسه یا رویداد شرکت کنید؟ یا چه چیزی باعث شده که امروز در جمع ما حضور داشته باشید؟ چه چیزی باعث شد که تماس امروزان شما را بر انگیزد؟

به خاطر داشته باشید که **شما می خواهید ورد مغز آنها شوید تا بدانید که واقعاً چه چیزی می خواهند**، قبل از این که چیزی به آنها بفروشید یا درمورد فرصت کسب و کارتان با آنها صحبت کنید **لازم است که بدانید آنها واقعاً به چه چیزی احتیاج دارند.**

هنگامی که مسیر کلی نیازهای آنها را می دانید، می توانید از آنها سؤالات دیگری **در مورد علایقتان بپرسید تا بتوانید، تمرکز خود را بر روی خدمات محصولات و یا مزایای مورد نظر آنها قرار دهید**، و محصول و خدماتتان را متناسب با نیازهای آنها ارائه دهید. اگر آنها به دنبال یک فرصت شغلی هستند، این همان مسیری است که شما می توانید با مکالمه وارد آن شوید. اگر مزایای محصولاتتان جذاب ترین جنبه کسب و کار شماست، پس از همانجا شروع کنید.

هدف اساسی شما از برقراری هر ارتباط باید کمک کردن به افراد دیگر در یافتن محصولات یا خدمات مورد نظر خودشان باشد. و به مردم برای تصمیم گیری هایی که واقعاً برای آنها مفید است کمک کنید، این موضوع پایه و اساس موفقیت واقعی در تمام تجارت هاست.

بعضی اوقات احساس می کنیم که دیگر هیچ کس را نداریم که کار را به او معرفی کنیم یا محصولی را بفروشیم، این مسئله هرگز به معنی تمام شدن انسان ها نیست، زیرا همه ما دیده ایم که افرادی در تجارت بازاریابی شبکه ای و در همان کمپانی که خودمان مشغول به کار هستیم هر روز در حال معرفی کار به افراد جدید هستند. پس می توان گفت که این ضعف در عملکرد از عدم آشنایی ما با تکنیک های پراسپکتینگ و ارتباط سازی خودمان سرچشمه می گیرد.