

کلمات جادویی در معرفی کار (تام شرایتر)

موفقیت شما در بازاریابی شبکه ای وابسته به چیزهایی که شما می گویند نیست بلکه وابسته به جادوی کلماتی است که بر زبان می آورید. شما باید روال صحیح استفاده از کلمات هنگام صحبت کردن با پراسپکت یا مشتری احتمالی را بدانید. طبق گفته تام شرایتر جادوی کلمات نوعی مهارت است که باید این مهارت را کسب کنید. مربی مشهور و جهانی بازاریابی شبکه ای، تام شرایتر در یک وبینار زنده ای با این موضوع را به اشتراک گذاشت "مطالعه ای بر روی چگونگی تصمیم گیری در افراد مختلف"، و مقاله ای که مطالعه می کنید نکات ذکر شده در این وبینار است.

محققان دریافته اند که تمام تصمیمات انسان توسط ذهن ناخودآگاه گرفته می شود و ذهن ناخودآگاه طی **هفت ثانیه** این کار را انجام می دهد. ذهن ناخودآگاه با تمام هوش و ذکاوتش مانند یک آجر خنگ است. اما از طرف دیگر **قدرت ذهن ناخودآگاه بسیار فراتر از حد تصور است**. تمام افکار ما در ذهن ناخودآگاه ذخیره می شود. فرقی نمی کند از کجا شروع کرده اید. تمام خاطرات و درس های دوران کودکی در آنجا ذخیره میشود. تمام درس هایی که در طول زندگی آموخته ایم در ذهن ناخودآگاه ذخیره شده. این بخشی از مغز ماست که **همه تصمیمات زندگی** را برای ما می گیرد. در این مقاله یاد می گیرید با کلماتتان پراسپکت را طوری جادو کنید که التماس کند که کار را به او معرفی کنید.

تکنیک اول "آیا شما علاقه دارید ... " را با این جمله جایگزین کنید "اگر اشکالی ندارد..."

وقتی ذهن ناخودآگاه این ترتیب کلمات را می شنود، تمایل پیدا میکند که آنچه شما در جمله بعدی می گویند را **بلافاصله** انجام دهد، **حتی اگر در آن لحظه جمله شما به نظرش زیاد منطقی نباشد**. حتی اگر جمله بعدی شما ناخوشایند یا غیر قانونی یا برای دیگران مضر باشد، شما در حال کسب اجازه هستید و در حال ارائه گزینه ای هستید که فرد را تحت هیچ گونه فشاری قرار نمی دهد. اما یک قانون وجود دارد: به یاد داشته باشید هرچه جمله کوتاه تر باشد بهتر است زیرا **ذهن ناخودآگاه فقط در ۷ ثانیه تصمیم خود را میگیرد**.

در اینجا چند نمونه از جملات جادویی تام شرایتر آورده شده است. اگر اشکالی ندارد...

"... من به شما نشان دهم که چطور هر ماه می توانید اقساط خودروی خود را به راحتی بپردازید"
"... به شما بگویم چطور می توانید با خوردن کلوچه های شکلاتی خوشمزه وزنانتان را کم کنید"
"... به شما نشان دهم که چطور می توانید در قبض های ماهانه خود صرفه جویی کنید"
"... به شما نشان دهم که چطور مانند ده سال پیش جوان تر و شاداب تر شوید"
"... به شما نشان دهم که چطور می توانید در ماه ۱۰۰۰ دلار درآمد بیشتر کسب کنید"
"... به شما برای شانس برنده شدن سفر ۵ روزه دریای کارائیب کمک کنم"

برای دستیابی به موفقیت در بازاریابی شبکه ای ... کلمات شما مهم نیست بلکه دنباله های جادویی کلمات شما مهم است. پس دنباله های صحیح برای صحبت کردن با مشتری احتمالی را بشناسید.

تکنیک دوم: تصمیم بر اساس تصمیم دیگران

ناخود آگاه نه چندان هوشمند ما بر اساس شواهد و اطلاعات ارائه شده تصمیم نمی گیرد بلکه بر اساس اثبات اجتماعی یا تصمیمات عموم مردم تصمیم می گیرد.

تام شرایتر در این کارگاه مثال زد: فرض کنید شما در شهری جدید هستید و گرسنه می شوید. مطمئن نیستید که کجا می توانید غذا بخورید. شما دو رستوران را درست در یک خیابان می بینید و تصمیم می گیرید آنها را چک کنید. از پنجره رستوران اول به داخل آن نگاه می کنید و می بینید که خالی است. از پنجره رستوران دوم نگاه می کنید و می بینید که پر از افرادی ست که در حال غذا خوردن یا نوشیدن نوشیدنی هستند و یا غذای خود را خورده اند و در حال صحبت کردن هستند. حالا شما تصمیم می گیرید که در کدام رستوران غذا بخورید؟ بله البته که رستوران شلوغ تر را انتخاب میکنید! چرا؟ زیرا ذهن ناخودآگاه به شما می گوید همه مردم اینجا غذا می خورند پس باید مکان بهتری برای غذا خوردن باشد.

هرچند مطمئنا شما نمی دانید مواد غذایی کدام رستوران بهتر است یا غذای کدام رستوران ارزان تر است. شاید رستوران اول کمی دیرتر از رستوران دوم باز شده باشد یا برعکس رستوران دوم جدید تر است و مردم فقط به خاطر جدیدتر بودنش آن را انتخاب کرده اند. به هر حال شما هیچ چیزی را نمیدانید، فقط می بینید که مردم غذای رستوران دوم را برای خودشان و همسر و فرزندان شان انتخاب کرده اند. ذهن ناخودآگاه شما فقط بر اساس ذهنیت عمومی مردم تصمیم می گیرد که رستوران دوم بهتر از رستوران اول است.

این تصمیم فقط بر اساس یک فرض اثبات نشده از واقعیت ها صورت گرفته. همانطور که قبلا گفتیم ذهن ناخود آگاه همیشه تصمیم گیرنده نهایی است و دوست دارد آنچه دیگران انجام می دهند یا می گویند را انجام دهد. پس شاید این ایده خوبی باشد و بتوان از آن در دنباله های جادویی استفاده کرد.

یا این امر در بازاریابی شبکه ای با استفاده از این دنباله از کلمات ... "بیشتر مردم" یا "همه می گویند" یا حتی "همه می دانند" کاربرد دارد؟

بیا ببینیم چند نمونه از این دنباله های جادویی را با هم بررسی کنیم:

"بیشتر افراد... پس از دیدن مزایای بازاریابی شبکه ای با هیجان به این کار می پیوندند"
"بیشتر افراد... وقتی صحبت از بازاریابی شبکه ای می شود دوست دارند اطلاعات بیشتری در مورد این کار کسب کنند"

"همه میگویند... داشتن یک شغل خانگی مانند بازاریابی شبکه ای بهترین راه پس انداز کردن پول است"

"همه میدانند... سریع ترین راه برای آزادی مالی داشتن یک شغل خانگی مانند بازاریابی شبکه ای است"

"همه میدانند... تیم ... به افرادی مثل شما کمک می کند که ضمن داشتن تفریحات زیاد به موفقیت های مالی دست یابند"

حال که شما نیاز های ناخود آگاه را میدانید اگر این کار نتیجه نداد می توانید به این شیوه عمل کنید: باید دلیل بیاورید که چرا آنها باید این کار را انجام دهند. با استفاده از این جمله دنباله دار "اگر شما... (آنچه میخواهید انجام دهند)... "سپس" ... (پاسخ به مشکل)، معمولا با این کار فرد را به عمل فرا می خوانید.

وقتی به انسان ها آموزش دهید که در مرحله بعد چه کاری باید انجام دهند آنها خوب عمل خواهند کرد . اگر از این جملات دنباله دار در تجارت خود استفاده کنید معمولا با چهره های شگفت زده روبرو خواهید شد.

نمونه ای از این جملات دنباله دار عبارت است از:

"اگر ... شما الگوی موفقیت در ده قدم را دنبال کنید پس موفقیت شما سریع تر اتفاق می افتد!"
"اگر ... شما در ماه اول کار را به ده نفر معرفی کنید، ما به عنوان یک تیم جدید از شما حمایت میکنیم!"
"اگر ... شما از این محصول استفاده کنید سلامتی شما بهبود می یابد!"
"اگر ... شما از این جملات دنباله دار استفاده کنید از رشد انفجاری تجارت و درآمد خود لذت خواهید برد!"

این یک واقعیت است که معرفی کار یا محصول برای اکثر نتورکرها بسیار سخت است. برای پراسپکت نیز به همان اندازه ناراحت کننده خواهد بود. در این مرحله لازم است خاطر نشان کنم **این وظیفه ی ما نیست که بازاریابی شبکه ای را به هر کسی معرفی کنیم یا محصولات را به همه انسان ها بفروشیم**. وظیفه ما این است که به مشتریان و پراسپکت هایمان اجازه دهیم تصمیمات خود را بر اساس اطلاعاتی که در اختیارشان قرار داده ایم بگیرند. **لازم نیست که مواد مذاب را بالای سر آنها بچرخانیم و آنها را وادار کنیم که محصول ما را بخرند**. لازم است که با استفاده از کلمات مناسب کاری کنیم که آنها خودشان تصمیم بگیرند که چه کاری درست است. بنابراین پیاموید از عباراتی استفاده کنید که به آنها اجازه می دهد که خودشان با خیال راحت از شما درخواست اطلاعات بیشتر کنند تا بتوانند تصمیم بهتری بگیرند.

تکنیک سوم: راه ساده را به پراسپکت نشان دهید

با استفاده از این واژگان سحرآمیز حداقل ۳۰۰ یا ۴۰۰ نفر در سازمان بازاریابی شبکه ای خود جذب می کنید. در ماه ۱۰۰۰۰۰ درآمد کسب خواهید کرد و برای یافتن ۲۲۰۰۰ نفر بعدی سازمان خود برای به دست آوردن ۱۰۰۰۰۰۰ دلار بعدی همچنان به تلاشتان ادامه خواهید داد.

بنابراین کدامیک برای شما راحت تر است... "انجام دادن دو کار آسان و سخت را با نتیجه مثال بزنید" در اینجا چند نمونه از این واژگان سحرآمیز توسط تام شرایتر آورده شده است:

"بنابراین کدامیک برای شما راحت تر است ... فروختن محصول به ۱۰ نفر که هرکدام از آنها آن محصول را به ۱۰ نفر دیگر بفروشند تا هزار دلار درآمد داشته باشید یا فروختن همان محصول توسط شما به ۱۰۰ نفر که از این فروش هزار دلار درآمد داشته باشید؟"

"بنابراین کدامیک برای شما آسان تر است ... خواندن یک دفترچه راهنمای ۳۰ صفحه ای برای کسب ۱۱۰۰۰ دلار درآمد یا ۱۰۰۰۰ دلار هزینه برای تحصیل برای کسب ۱۰۰۰ دلار درآمد در ماه؟"

"بنابر این کدامیک برای شما آسان تر است... توضیح دادن این تجارت به تک تک افراد یا فرستادن یک کلیپ ۵ دقیقه ای معرفی کار برای آنها؟"

تکنیک چهارم: توجه پراسپکت را جلب کنید

ما همیشه به دنبال جملات عالی برای جلب توجه پراسپکت خود هستیم سعی کنید **این مزایا را در جملات اولیه خودتان بگنجانید تا پراسپکتتان را به جلو خم کنید:**

"نحوه ی انجام دادن یک کار پاره وقت و دریافت درآمد کار تمام وقت"

"چگونه میتوانید ۳ ساعت بیشتر را در کنار خانواده تان باشید"

"من به مردم نشان می دهم که چگونه میتوانند پنج سال زودتر بازنشسته شوند اما با حقوق کامل"

"دو بار تعطیلات ۶ ماهه در سال"

"آیا یک کارمند می تواند ثروتمند شود؟"

شما می توانید از این عناوین و مانند آنها در کارت ویزیت خود استفاده کنید. این عناوین نام شما را در ذهن پراسپکتتان ماندگار می کند، زیرا پراسپکت های شما فقط به خودشان علاقه داند. بنابراین باید توجه آنها را به جملات مطلوب خودشان جلب کنیم. بنابراین وقت و انرژی خود را برای ساختن این جملات تجاری، سرمایه گذاری کنید.

"چگونه میتوان بدون داشتن رئیس در هر ماه ۱۰۰۰۰ دلار درآمد داشت"

"چگونه رئیس خود را به آتش بکشید و تجارت خود را شروع کنید"

"چگونه می توانید درآمد خود را بدون نیاز به رفت و آمد ۵۰ درصد افزایش دهید"

"چگونه می توان با سرگرمی ۵۰۰ دلار در هفته درآمد کسب کرد"

میبینید هنگامی که اولین جمله شما خوب باشد، پراسپکت به سمت شما نزدیک می شود **و ادامه ارائه را راحت تر انجام می دهید**. پراسپکت در ذهن خود خیلی سریع درمورد شما تصمیم می گیرد **بنابر این همان چیزی که در ابتدای جلسه می گویید بیشترین تاثیر را روی او می گذارد**. بنابراین سعی کنید اولین جملات خود را بسازید تا به طور طبیعی و بدون زحمت پراسپکت به شما لبخند بزند و به شما نزدیک شود.

تکنیک پنجم: لازم نیست جملات ساده را بگویید، میتوانید آنها را بنویسید!

یک روش ساده و ارزان برای فرستادن افراد به صفحه شما استفاده از جملاتی است که توجه آنها را جلب می کند. **از جملات و فایل های خسته کننده و تکراری استفاده نکنید.**

"برای دیدن بهترین فرصت تجارت خانگی در سطح جهانی و افزایش درآمد اینجا کلیک کنید"
البته این جمله بد بود در عوض شما از قوه تخیل خود استفاده کنید و عناوین جذاب تری بنویسید تا کنجکاوی و علاقه بیشتری ایجاد کند.

در اینجا چند نمونه را ببینیم:

"برای دیدن تصویری از شکم همسرم اینجا را کلیک کنید"
"برای دیدن تصویری از چهره رئیسم وقتی به او گفتم ترک کردم اینجا را کلیک کنید"
"برای دیدن تصویری از ماشین جدیدی که برنده شد ، اینجا را کلیک کنید"
"اینجا را کلیک کنید تا ببینید این ماه چقدر وزن کم کردم"
"برای دیدن تصویر "قبل" و "بعد" از اینجا کلیک کنید"
"برای دیدن تصویری از سگ من در حال گاز گرفتن اینجا کلیک کنید"...

تفاوت را می بینید؟ پراسپکت های شما روی لینک های فرستاده شده توسط شما کلیک می کنند و به صفحه فروش یا صفحه توصیفی شما خواهند رفت. آیا متوجه شدید که چگونه هر جمله را با این جمله شروع کردم:

"برای دیدن تصویری از اینجا کلیک کنید ... " جادو در همین عبارات وجود دارد.

تاثیر جملات کوتاه

جملات ساده شما همچنین می توانند یک **عنوان برای تبلیغ شما باشند** یا حتی ممکن است یک لینک ایجاد شده توسط شما باشند. **یک تیتر خوب میتواند باعث شود تجارت شما منفجر شود**. اما باید شما آن سر فصل ویژه را هم برای تجارت خود به وجود آورید. در اینجا برخی عناوین وجود دارد که به خلاقیت شما برای انجام این کار کمک میکند:

"چگونه رئیس خود را در سه مرحله به گریه بی اندازید"
"فردا صبح این اشتباه ۱۰۰۰۰ دلاری را انجام ندهید"
"کاش من هم زودتر این موضوع را میفهمیدم"
"نحوه ی ساختن یک صبح شنبه پر انرژی"
"آیا رئیس شما به درخواست اضافه حقوق شما میخندد"
"اگر فکر می کنید آینده شما ماهی ۳۰۰ دلار می ارزد پس کاری هم از دست من بر نمی آید"

"اجازه ندهید شغل‌تان فرصت زندگی را از شما سرقت کند"
"کی حقوق بعدی خود را دریافت می‌کنید؟ فردا چگونه؟"
"سه کلمه ای که رئیس شما از آن می‌ترسد"

توجه کنید که چگونه این کلمات را بیان کنید تا کنجکاوی را در پراسپکت ایجاد کنید. کنجکاوی بسیار قدرتمند است. کنجکاوی باعث میشود پراسپکت التماس کند که او را پرزنت کنید.

عناوین بیشتر! عناوین بیشتر! عناوین بیشتر!

"چگونه می‌توان از راه قانونی هر ماه یک چک اضافی دریافت!"
"برنامه ای برای یک زندگی بهتر برای افراد بالای ۴۰ سال"
"من می‌دانستم که او یک دیوانه است، اما او در مورد یک چیز درست میگفت!"
"سه دلیل دیگر برای کار نکردن برای رئیس خیکی شما"
"با محبوب تر شدن‌تان ثروتمند شوید"
"پرداخت مالیات را متوقف کنید"
"کار پاره وقت، زندگی تمام وقت"
"چگونه می‌توان در هفت روز هفته را مرخصی گرفت"