

نحوه پاسخ به سوالات متداول

مهارت و توانایی حل آبجکشن‌ها، از مهمترین توانایی‌هایی است که شما باید در آن به تسلط رسیده و سازمان‌تان در آن متبحر شود. ما باید بتوانیم از تجارت خودمان دفاع کنیم و جواب سوالات دیگران را بدهیم و نگرانی‌ها را برطرف کنیم. اعتراضات و ایرادات (Objections)، مسائلی هستند در ذهن مخاطبتان که مانع تصمیم درست و باعث شک و تعلل او می‌شوند.

در گام نخست باید بتوانیم یک آبجکشن را از بهانه تشخیص دهیم.

بهانه نوعی «نه» گفتن است (کسی که بهانه می‌آورد می‌خواهد غیر مستقیم نه بگوید) که از طریق روش «فرض کردن» مشخص می‌شود. شما نمی‌توانید بهانه‌ها را برطرف کنید چون بهانه یک پوشش برای یک دلیل اصلی است. اگر فرد درگیر بهانه بود، باید با ارتباط‌سازی ریشه آن را بیابیم. (مثلا می‌گوییم، اصلا پیشنهاد ما را فراموش کن، از نظر تو یک کار خوب چه گزینه‌هایی دارد؟)

اما کسی ایراد می‌گیرد، بدنبال پاسخ سوالاتش است برای «بله» گفتن است. (کسی که ایراد می‌گیرد می‌خواهد بله بگوید، اما هنوز قطعی نشده)

ما فرض را بر این می‌گیریم، که فرد می‌خواهد از این فرصت استفاده کند. برای کسی که نمی‌خواهد، کاری نمی‌شود کرد و کاری با چنین فردی نداریم.

اصول پاسخ به آبجکشن‌ها

۱- در تمام مراحل فرآیند معارفه (دعوت، پرزنت، فالو و پاسخ به آبجکشن‌ها)، هدف ما دادن اطلاعات کامل و کافی، برای تصمیم درست است. (ما مسئولیتی در قبال تصمیمات دیگران نداریم. تنها تعهد ما این است که اطلاعات درست و کافی را در اختیار فرد قرار دهیم. من بدنبال متقاعدسازی کسی نیستم، ما تنها می‌خواهیم مطمئن شویم که فرد اطلاعات کافی را برای تصمیم درست دارد. با این طرز تفکر یک حس بی‌نیازی عالی پیدا می‌کنید که باعث قدرت و جذابیت‌تان می‌بخشد).

۲- هدف اصلی شما از انجام هر اقدامی در بازاریابی شبکه‌ای، (مثل جلسه پاسخ به آبجکشن‌ها) افزایش مهارت خودتان باشد. (هدف اولیه من از انجام این پرزنت این است که یک پرزنتور قوی‌تر از جلسه خارج شود. این ذهنیت یعنی تمرکز بر خویشتن، بزرگترین عامل توانمندسازی و موفقیت شماست).

۳- مهارت اصلی مورد نیاز، در پاسخ به آبدجکشن‌ها، هنر خوب گوش کردن است (لطفا وقتی به ایرادات دیگران گوش می‌کنید، حدس نزنید، لطفا تحلیل نکنید، لطفا مقایسه نکنید، پاسخ آماده نکنید و فقط خوب گوش کنید). با خوب گوش کردن، می‌توانید ریشه سوالات افراد را متوجه شوید (بطور مثال وقتی یکنفر می‌گوید من از این کارها خوشم نمیاد، باید به این توجه کنید که مفهوم این کارها در ذهن او چه چیزی هست؟ نزدیک به ۹۹٪ آبدجکشن‌ها بخاطر سو برداشت و سوء تفاهم است، که با خوب گوش کردن متوجه می‌شوید فرد کجای کار را اشتباه برداشت کرده).

۴- حس خوب و اشتیاق شما، مهمترین عامل اثرگذاری تان است. بیشتر از آنکه اطلاعات شما در پاسخ به آبدجکشن‌ها موثر باشد، اشتیاق شما تاثیرگذار است. باید اطلاعات داشته باشید، اما اطلاعات جای اشتیاق را نمی‌گیرد. چون انسان تنها جذب انسان می‌شود و این اشتیاق شماست که باعث جذابیت ما است نه اطلاعات مان.

۵- هدف ما از پاسخ به ایرادات، به کرسی نشاندن حرف خودمان، اثبات حقانیت مان یا متقاعدسازی دیگران نیست، بنابراین وارد بحث و جدل نشوید (لازم نیست چیزی را به کسی ثابت کنیم، ما تنها باید، اطلاعات کافی برای تصمیم درست را به دیگران منتقل کنیم). پاسخ به آبدجکشن‌ها، یعنی کمک به دیگران است (پاسخ به آبدجکشن‌ها، برای همراه کردن فرد است و نه رد نظراتش. اگر افراد فکر کنند که بدنبال متقاعدسازی آنها هستید، از شما دوری می‌کنند). این کار به اندازه کافی جذاب است، تنها باید ما هم جذاب باشیم.

۶- از اصلی‌ترین معیارهای یک جلسه فالو یا حل آبدجکشن موفقیت آمیز، این است که فرد در پایان جلسه، همچنان مشتاق به ملاقات مجدد با شما باشد. (خط قرمز و اشتباه مهلک، فراری دادن مخاطب تان است)

انواع ایرادات

۱- سیستمی: ریشه این سوالات در عدم درک درست از این تجارت است. معمولا وقتی فرد در مورد خود تجارت سوال یا ایرادی دارد ما با نوع سیستمی ایرادات مواجه هستیم (هرمی است، کلاهبرداری است و...) نحوه درست عملکرد بازاریابی شبکه‌ای و چگونگی انجام آن برای فرد مشخص و واضح نیست. اطلاعات و تجارب شما و اشراف تان به نتورک مارکتینگ به شما کمک می‌کند تا به این سوالات پاسخ دهید.

۲- ذهنی: بخش عمده سوالات و ایرادات، ریشه در ذهنیت افراد دارد. معمولا وقتی فرد در مورد خود ایراداتی مطرح می‌کند، ذهنی است (وقت ندارم، دوست ندارم، توانایی ندارم...). مسائلی مثل نداشتن تمایل برای تغییر، نگرش منفی، تمایل به تنبلی، نداشتن اعتمادبنفس و باور و هدفمند نبودن، باعث بوجود آمدن این سوالات

می‌شوند. اغلب ایرادات از این دسته هستند و این انرژی شماست که این مسائل را حل می‌کند. انگیزه، اشتیاق و ایمان شما، که به شما قدرت می‌دهد تا قاطع صحبت کنید و در کلام و رفتار شما مشهود است، بیشترین نقش را در پاسخ به این سوالات دارد.

۳- شخصی: ریشه بعضی از ایرادات، در کیفیت و نحوه ارتباط شخص با ماست، مثل نبودن اعتبار لازم، یا دعوت نامناسب (معمولا وقتی ریشه ایرادات از این جنس است، افراد نامفهوم صحبت می‌کنند و تصمیم خود را به تعویق می‌اندازند). فرد با تجارت مسئله‌ای ندارد، اما با کار کردن با ما مشکل دارد. با ارتباط‌سازی و افزایش مهارت در معارفه این مسائل حل می‌شوند. بیشتر از آنکه اطلاعات یا انرژی شما در پاسخ به این دسته از سوالات نقش داشته باشد، کیفیت ارتباط‌سازی‌تان اثرگذار است.

اگر شما اطلاعات، انرژی و مهارت ارتباط‌سازی داشته باشید، از پس همه ایرادات برخواهید آمد.

روش‌های پاسخ به ایرادات

۱- روش ۱-۲-۳: در این شیوه، از طریق توضیح دادن به روش مستقیم به تغییر نگرش فرد با دادن اطلاعات درست کمک می‌کنیم. شنونده فعال باشید، آنچه شنیدید را تکرار کنید، نگرانی مخاطب‌تان را درک کنید، پاسخ دهید.

۲- 3F (Feel, Felt, Found): اگر خودتان همین ایراد یا تجربه را داشتید می‌توانید از این روش استفاده کنید. در این روش فرد را جای خودمان، و خودمان را جای فرد می‌گذاریم و می‌گوییم که نگرانی تو برای من قابل درک است اما من به این نتیجه رسیدم. (حتما باید صادق باشید)

۳- روش Question to Question: سوال را با سوال جواب دادن. از این روش بیشتر برای سوالات غیرمنطقی استفاده کنید و از خود فرد بخواهید، در مورد سوال خود پاسخ دهد.

تکنیک‌های موثر در پاسخ به سوالات متداول

- اگر جمله خود را با تایید شروع کنید، پذیرش مخاطب بالاتر می‌رود. (کاملا درک تون می‌کنم/جالبه این پر تکرارترین سوالی است که همه می‌پرسند، و حق هم دارند) در گام نخست با ایراد فرد موافقت کنید، سپس توضیحات خود را بدهید. (کسی که آبجکشن دارد، می‌خواهد مخالفت کند و وقتی فرد را در ابتدا تایید می‌کنید، با پذیرش و آرامش بیشتری با شما برخورد می‌کند)

- مرحله به مرحله پاسخ دهید. یک قسمت را توضیح دهید، تایید فرد را بگیرید، سپس سراغ قسمت بعد بروید. (فرآیند پاسخ به آبجکشن‌ها یک فرآیند منطقی است و نیاز به حرکت گام به گام دارد)
- هرچه ساده‌تر و با توضیحات کم‌تر، اطلاعات کافی بدهید، موفق‌تر هستید. (فکر نکنید که زیاد توضیح دادن یک نکته مثبت است، خیلی وقت‌ها توضیحات اضافه می‌تواند باعث ایجاد آبجکشن جدید شود. کامل بودن به معنی زیاد بودن نیست. به اندازه سوال جواب دهید)
- هیچ چیز مانند استوری شما، در رفع آبجکشن‌ها موثر نیست. (در پاسخ به آبجکشن‌ها نیز، آنکس که اقدام بیشتری کرده، موفق‌تر است، چون استوری بیشتری دارد)
- سعی کنید افراد را به این درک برسانید، که مسائل موجود در بازاریابی شبکه‌ای در سایر تجارت‌ها هم وجود دارد. (اگر توضیحات تون مثالی می‌زنید، برای این باشد که فرد درک کند که اگر مسئله‌ای وجود دارد، در همه تجارت‌ها هست)
- از دل آبجکشن‌ها، موضوعی برای فالو پیدا کنید. (فرد آمده کار را زیر سوال ببرد، اما در حقیقت یک فرصت یافته‌ایم تا در باره مزیت‌ها و منافع تجارت خود توضیح دهیم. توضیح دهید که بسیاری از ایرادات و ضعف‌ها، در حقیقت توانایی و مزیت است.)
- در بسیاری از موارد، حل آبجکشن یعنی پاسخ منطقی، به ایرادی غیرمنطقی. صبر و عشق کلید موفقیت تان است.

مدیریت بهانه‌ها و واکنش درست به پاسخ «نه»

به شما خبر می‌دهم

در حقیقت معنی این پاسخ، «نه» می‌باشد. فرد بخاطر برخی مسائل نمی‌خواهد مستقیم به ما پاسخ رد بدهد و ما را برنجانند. باید بدانید که در چنین حالتی نباید فرد را تحت فشار قرار دهیم. در حقیقت فرد نمی‌خواهد تصمیمی بگیرد، یا از جهتی می‌خواهد در شرایط فعلی باقی بماند. می‌توانیم اینگونه او را راهنمایی کنیم:

نگران نباشید، شما مجبور نیستید که همین حالا برای ورود یا عدم ورود به این سیستم تصمیم بگیرید. فقط به این نکته توجه کنید که پاسخ رد شما، یعنی شرایط فعلی را ادامه دادن. موافقت شما یعنی شروع تغییر و رها شدن از موانع و سختی‌ها.

پول ندارم:

در حقیقت این بهانه، بخاطر نداشتن درک درست از کسب و کار و همچنین نداشتن دید از موفقیت در این تجارت است. پاسخ درست این است:

من شرایط شما را درک می‌کنم، و اتفاقاً دلیل این ملاقات و توضیحات همین شرایط شما است. اما آیا می‌خواهید این شرایط را تغییر دهید؟ چون بی‌پولی قطعاً باعث می‌شود که زندگی ما سخت بگذرد. آیا می‌توانید راهی پیدا کنید که این شرایط خارج شوید؟ اگر پیشنهاد ما بتواند مسئله مالی شما را حل کند، می‌خواهید کمی جدی‌تر به آن نگاه کنید؟ (اگر فرد واقعاً بدنبال درآمد بیشتر باشد، قطعاً پاسخ بله می‌دهد و در غیر اینصورت تنها یک بهانه بوده)

این کار بی‌پرستیژ است

این بهانه، بخاطر ذهنیت‌های گذشته فرد است. اینکه ما به چیزی علاقمند باشیم یا از آن بیزار، به مفاهیم برداشت‌ها و تجربیات ما بستگی دارد. آنها تجربه ناخوش‌آیندی از گذشته دارند که دوست ندارند مجدد تکرار شود. اینگونه می‌توانیم به افرادی با چنین ذهنیت کمک کنیم:

آیا شما تجربه ناخوش‌آیندی در این زمینه داشته‌اید؟ اگر فرد پاسخ منفی داد، پس تنها برداشت و شنیده‌هایش است اما اگر تجربه‌ای داشته باشد، معمولاً افراد در مورد فروش یا جذب همکار مسئله دارند. این پاسخ می‌تواند موثر باشد:

قرار نیست چیزی بفروشیم یا بدنبال کسی باشیم. کل کاری که ما انجام می‌دهیم این است که یک حق انتخاب به زندگی افراد اضافه می‌کنیم. آنها مختار هستند که از این حق خود استفاده کنند و یا نکنند. شاید اکنون این فرصت برای آنها مناسب باشد و یا فکر کنند فرصت‌های بهتر دیگری دارند و در آینده برای آنها مناسب باشد. ولی اغلب افراد دوست دارند که حق انتخاب‌های بیشتری داشته باشند.

قیمت کالاها گران است

قیمت هر کالایی، بستگی به ارزش آن دارد. همیشه بجای آنکه در مورد قیمت صحبت کنیم، در مورد ارزش سخن بگوییم.

بله گران است. شرکت می‌تواند محصول ارزانتر تولید کند، اما بخاطر نتیجه‌نهایی که خیلی مهم است، تولید محصول با کیفیت را انتخاب کرد، چون می‌خواست تمام عملکردها و مزیت‌های مورد نیاز در محصول وجود داشته باشد. با توجه به تمام مزیت‌ها و منافع، این ارزانتری نمونه‌ای است که می‌توانست تولید کند.

خودت انجام بده، اگر موفق شدی من هم شروع می‌کنم

بله حتما، اما اگر این اتفاق افتاد، خیلی دیر خواهد بود. این تجارت تنها یک انتخاب است، من تازه شروع کرده‌ام و تنها می‌خواستم بدانم تو می‌خواهی با من شروع کنی تا چند ماه سخت کار کنیم و به درآمد برسیم، یا اینکه کاری نکنی و من به تنهایی به شرایط بهتر برسم.

من کسی را ندارم که به این کار معرفی کنم

آیا کسی را دارید که با او صحبت کنید؟ فقط به چنین حالت و فرصتی نیاز است. کاری که ما انجام می‌دهیم این است که به افرادی که می‌خواهند زیباتر، سالم‌تر و یا ثروتمندتر باشند، نشان دهیم چگونه. آیا شما در اطرافتان کسانی هستید که بخواهند زیباتر، سالم‌تر و ثروتمندتر باشند؟ ممکن است برخی نخواهند، اما کفایت چند نفر از اطرافیان شما بخواهند از این فرصت استفاده کنند، و این کفایت. (معمولا بیشتر مخاطبین ما نیاز دارند)

ما بدنال افرادی هستیم که این مشکل را دارند (چروک، درد مفاصل، بی‌پولی و...) و می‌خواهند آنرا برطرف کنند. ما با کسانی که چنین مشکلاتی ندارند و یا نمی‌خواهند آنرا حل کنند کاری نداریم.

ما بدنال افرادی هستیم که ساعات زیادی را در مسیر و محل کار خود صرف می‌کنند و می‌خواهند در زمان کمتر، زندگی بهتری داشته باشند.

ما بدنال افرادی هستیم که درآمد آنها برای زندگیشان کافی نیست و می‌خواهند درآمدشان را بالا ببرند.

ما بدنال افراد می‌گردیم که از کار خودشان خسته شدند، و می‌خواهند کاری پر هیجان و روبه رشد داشته باشند.

ما بدنال افراد می‌گردیم که می‌خواهند رئیس خودشان باشند و درآمد خودشان را تعیین کنند.

شما خیلی خوب می‌توانید توضیح دهید، اما من نمی‌توانم

بله، الان خیلی بهتر از زمانی که کار را شروع کردم هستم. مثل هر کار دیگری، با تکرار و تمرین به مهارت می‌رسیم. حتی ممکن است در اولین تجربیات رانندگی، باعث خسارت شویم. البته، نه من و نه شرکت انتظار نداریم که قبل از عضویت و آموزش‌ها بدانید چگونه باید صحبت کنید. پس با آموزش و کمک تیم، شما هم مثل من می‌توانید.

متداول ترین سوالات بازاریابی شبکه‌ای و پاسخ به آنها

این کار هرمی است (کارآگاه‌ها):

شما راجع به سیستم‌های هرمی چه می‌دانید؟ اغلب افراد ظاهر شبکه‌ای و شاخه‌ای این سیستم را می‌بینند و می‌گویند هرمی است (اینکه یک نفر می‌تواند چند نفر را معرفی کند و این روند تکرار می‌شود)، اما تمام سیستم‌های سلسله‌مراتبی در جهان به همین شکل هرمی است (مثل یک شرکت، یا کل دولت و یا خانواده) مشکل شما که شکل سیستم نیست؟! مشکل شرکت‌های هرمی این است که باعث ضرر دیگران می‌شود، یعنی اینکه باید بابت محصولی که وجود ندارد و مورد نیاز نیست و ارزش واقعی ندارد پول پرداخت کنید (یعنی فرد کار خود را ضرر شروع می‌کند). اما در شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای مثل نفیس، شما محصول مورد نیاز خود را با قیمت مناسب می‌خرید، اگر شما هیچ‌گاه دچار ضرر نشوید و از ابتدا سود کنید مشکلی دارید؟ در ضمن، شرکت‌های هرمی غیرقانونی هستند و فعالیت در آنها جرم است، اما شرکت ما قانونی بوده و زیر نظر دولت فعالیت می‌کند. (از نظر ظاهری، چه در شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای و هرمی افراد باید محصولی خریداری کنند و تشویق به معرفی نفرات می‌شوند. با این تفاوت که در هرمی فرد ابتدا ضرر می‌کند و باعث ضرر دیگران می‌شود، اما در بازاریابی شبکه‌ای قانونی افراد از ابتدا سود می‌برند).

این شرکت‌ها کلاهبرداری هستند:

اولا شرکت ما مجوز دارد و زیر نظر دولت فعالیت می‌کند. اما به نظر شما، منطقی است شرکتی که هدفش کلاهبرداری است، دائم در حال سرمایه‌گذاری جدید و گسترش خودش باشد؟ (کسی که می‌خواهد جمع کند و برود، خودش را بزرگ نمی‌کند). در ضمن، شما محصولات مورد نیاز خودتان را با قیمت بسیار مناسب خریداری می‌کنید، چگونه ممکن است وقتی به ما سود می‌رساند کلاهبرداری باشد؟ آیا انسان خوب هم در دنیا وجود دارد؟ ممکن است مدیران شرکت ما هم یکی از افراد خوب باشند؟

این کارها جواب نمی‌دهد (پرفسورها):

اگر منظور شما کسب و کارهای اینترنتی هست، همه می‌دانند که دنیا به سمت تجارت آنلاین پیش می‌رود. از طرفی، بازار محصولات مراقبتی و زیبایی، بزرگترین بازار دنیاست. بعلاوه، هر روز انسان‌های بیشتری مشتاق به داشتن کسب و کار خانگی پاره وقت خودشان هستند. در نهایت، وقتی یک شرکت هر روز و در همه زمینه‌ها در حال رشد است (مثل تعداد اعضا، یا تنوع محصولات و خدمات)، یعنی روی خط پیشرفت است. جالبه بدانید، در سه سال گذشته، شرکت و سیستم ما، رو به رشدترین در ایران بوده. (در بستر تحریم، گران شدن دلار و فضای کرونا، شرکت و شیوه ما هر روز رشد بیشتر داشته)

جو جامعه نسبت به این کار منفی است:

اولا، همیشه جو جامعه نسبت به موضوعات جدید منفی است. چون اطلاعات درست و کافی را ندارد. خود این مسئله نشان می‌دهد که ما جزو اولین‌های این تجارت هستیم و فرصت رشد خوبی داریم (به نظر ما، این یک نکته مثبت است). بعلاوه، چون این تجارت، هیچ پیش‌نیازی برای شروع نمی‌خواهد (سرمایه، تخصص، مکان خاص، زمان خاص، ارتباطات خاص نمی‌خواهد) و هر کسی می‌تواند آنرا شروع کند، طبیعی هست که به نسبت سایر کارها افراد بیشتری وارد آن شده‌اند، پس احتمال اینکه شما با افراد منفی مواجه شوید بیشتر است. اما به همین دلیل، یعنی نیاز نداشتن به ابزار و شرایط خاص، و منافع زیاد شرکت نفیس، چرا افراد نخواهند دوباره شروع کنند؟ (کافیست تفاوت‌ها را درک کنند و منافع را ببینند)

یکی از نزدیکانم/خودم قبلا در این شرکت‌ها ضرر کردیم (مال باختگان بر شکسته):

اولا هر تجارتی متضرر دارد. اما، آیا ضرر کردن یک فرد بخاطر ایراد در تجارت هست یا اقدامات خودش؟ (اگر یک فرد مثلا در طلا فروشی بر شکست شود، می‌گوییم طلافروشی جواب نمی‌ده یا سود ندارد؟) سوال درست این است که آیا عملکرد درستی داشته؟ آیا اصول سیستم را به شکل درست و به اندازه کافی انجام داده؟ بعلاوه، بازاریابی شبکه‌ای تنها کسب و کاری است، که بدون نیاز به سرمایه، تخصص، مجوزهای قانونی، مکان اختصاصی، ابزار و تجهیزات، می‌توانید شروع کنید، چگونه کسی در این کار متضرر می‌شود؟

توجه داشته باشید که مثل هر فعالیت مهارتی دیگر، اولین روزهای کاری شما، نمی‌تواند نتایج خوبی برای تان ایجاد کند. پس نتیجه نگرفتن در تجربه نخست، چیز عجیبی نیست.

(شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای از سه طریق می‌توانند در شکست یا موفقیت نفرات سازمان اثرگذار باشند. اول ایجاد یک سیستم منسجم و موثر، دوم بستر و ساختار حمایتی و سوم محصول ارزشمند. شرکت نفیس تنها شرکتی نتورک در ایران است که سیستمی منسجم، یکپارچه با تشریح وظایف در ایران دارد که باعث موفقیت افراد می‌شود. دوما، بخاطر سیستم حمایتی و همچنین امن در همکاری تیمی، فرصت حمایت بیش از هر جای دیگر وجود دارد. سوما، استراتژی فروش و خرید اجباری در شرکت نفیس ممنوع است، و شما به اندازه مصرف و توان فروش خود محصول خریداری می‌کنید).

فقط بالاسری‌ها سود می‌برند:

معمولا وقتی فردی اعتمادبنفس لازم را ندارد از این عبارت استفاده می‌کند. آنها نمی‌توانند خود را موفق تصور کنند.

من می‌خواهم یک نکته بدتر هم به این فرضیه شما اضافه کنم، متأسفانه برخی از افراد بالاسری هم هستند که درآمد کسب نمی‌کنند. در این تجارت هم، فقط افرادی که کار می‌کنند سود می‌برند. پس اینکه در چه سطحی قرار دارید مهم نیست، این مهم است که شما درست و به اندازه کافی فعال باشید.

اولاً، در تمام تجارت‌ها افرادی که کسب و کار خودشان را زودتر شروع کرده‌اند سود بیشتری می‌برند، پس عجیب نیست اگر قدیمی‌ترها بیشتر سود ببرند. اما چیزی که این تجارت را با تمام تجارت‌های دیگر متفاوت کرده، مفهوم برنده-برنده است، یعنی افراد بالاسری باید از نفعات جدید حمایت کنند تا به موفقیت برسند (برخلاف سایر کسب و کارها که افراد بالاسری سود می‌برند حتی به قیمت ضرر زبردستی‌ها). ضمناً در نتورک، شما می‌توانید از معرف خودتان بیشتر سود ببرید. (در ضمن، اگر شما معادل ۱ میلیون تومان کالای نفیس را بفروش برسانید ۳۳۰ هزار تومان درآمد خواهید داشت، حال آنکه سود معرف شما ۴۰ هزار تومان است).

چرا شرکت بجای این روش، محصولات را در فروشگاه‌ها نمی‌فروشد (بیل گیتس‌ها):

اولاً، شرکت نفیس سال‌هاست که محصولات خودش را بصورت سنتی در بازار می‌فروشد (مثل برند کریستال، فورمس، موزیلا،...). اما بخاطر قدرت فروش مستقیم، تمرکزش را روی این شیوه گذاشته. اولاً بدون هزینه و از طریق مشتری راضی، محصولات خودش را تبلیغ و توصیه می‌کند. ثانياً چون خودش بصورت مستقیم محصولات را به مشتری نهایی می‌رساند، هیچوقت نگران ورود کالای تقلبی به چرخه توزیع نیست. ثالثاً، چون قیمت تمام شده محصولات به دلیل حذف واسطه‌ها از شیوه سنتی کمتر است، محصولات بیشتری می‌فروشد و سود بیشتری می‌برد. در نهایت، قدرت و کیفیتی که در فروش مستقیم وجود دارد (مثل مشاوره دقیق و نفر به نفر، یا پیگیری موثر مشتریان، توضیح نحوه صحیح مصرف) باعث شده از هر روش فروش دیگه‌ای موثرتر باشد (فرض کنید یک داروخانه یک محصولی بفروشد، آیا می‌تواند مشتری و برای مصرف درست پیگیری کند؟)

محصولات شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای بی کیفیت هستند:

اولاً، تجربه من و سایر همکارانم، چیز متفاوتی را نشان می‌دهد، چون همه ما اول جذب کیفیت محصولات شدیم (استوری خود را از مصرف محصولات بگویید). در ضمن، چون فروش محصول در بازاریابی شبکه‌ای از طریق توصیه توسط مشتری راضی انجام می‌شود، پس حتماً باید محصولات باکیفیت باشند تا مشتری راضی شکل گیرد و توصیه انجام شود. پس بیشتر از بقیه شیوه‌ها خیال ما از کیفیت محصولات راحت است.

اگر محصولی که فروختیم باعث رضایت نشد؟

اولا، این مسئله در هر نوع فروش امکان دارد، که محصول باعث رضایت نشود. اما در این سبک فروش، بخاطر آموزش‌ها و وجود مشاوران حرفه‌ای، استفاده از فرم مشاوره و در ارتباط بودن با مشتریان از هر روش دیگری بیشتر باعث ایجاد نتیجه بخشی و رضایت مشتریان شده و می‌شود. (تصاویر و ویدیوهای مشتریان راضی). به هر جهت، ما به مشتریان اعلام می‌کنیم که هیچ تضمینی بابت نتیجه بخشی قطعی وجود ندارد، همانطور که در هیچ شیوه و روش دیگری وجود ندارد، و آنها با انتخاب خود محصولات را تهیه می‌کنند. در ضمن، شما می‌توانید توصیه محصولات را با معرفی محصولات عمومی که حداقل مزیت آنها این است که از نمونه مشابه موجود در بازار ارزانتر می‌باشند آغاز کنید.

این کار اشباع می‌شود (انیشترین‌ها):

Q to Q: تا حالا چه چیزی در دنیای اشباع شده که این دومی باشد؟ می‌دانی اولین شرکت بازاریابی شبکه‌ای دنیا، بالای ۷۰ سال در حال فعالیت است و هنوز اشباع نشده؟

3F: چه جالب، خود من هم ابتدای کار این نگرانی را داشتم. اما از خودم پرسیدم، وقتی که از دبستان فارغ‌التحصیل شدیم، آیا آن مدرسه بسته شد؟ تا وقتی انسان جدیدی متولد می‌شود، هیچ چیز اشباع نمی‌شود. هر روز افراد جدیدی ۱۸ ساله می‌شوند و مجاز به فعالیت در این تجارت. همیشه فرد جدیدی برای اینکه وارد به این تجارت شود، هست.

می‌توانم از شما پرسم که طرفدار چه تیمی فوتبالی هستید؟ این تیم چند سال قدمت دارد؟ آیا الان اشباع شده و همه مردم ایران طرفدار این تیم هستند؟

توضیح: فرض کنیم یکروز این شرکت و سیستم اشباع شد. تو مجموعه‌ای را ساختی و هیچ فرد جدید برای ورود نبود، نفرات مجموعه تو محصولات مورد نیاز خودشان را با قیمت مناسب و تخفیف خریداری می‌کنند، چون به محصولات نیاز دارند، و تو پورسانت خود را دریافت می‌کنی چون سیستم ما به ورود افراد پورسانت نمی‌دهد، به خرید پورسانت می‌دهد. (بله حتما اشباع می‌شود، پس سرعتت و بیشتر کن، تا سهم بیشتری بدست بیاوری)

وقت ندارم (بیکارها/علاف‌های پرمشغله):

در حقیقت این آبجکشن این است، دید ندارم.

از او بخواهید که برنامه یک‌هفته گذشته خود را برای شما بازگو کند. اگر به خاطر نداشتن پس می‌توانید به او بگویید کارهای مهمی انجام نداده‌اید که به خاطرتان بماند (و وقت زیادی برای اختصاص به اینکار دارید). اگر توانست برنامه‌ها را بگوید قطعاً می‌توانید وقت‌های خالی او را بدست آورید (چون همه وقت آزاد دارند). اما اگر کاملاً زمان پری داشت، برای او تشریح کنید که چون برای شروع می‌تواند بصورت پاره وقت و با تنها روزی دو ساعت زمان کار

خود را شروع کند و این آزادی را دارد که ساعات کاری خود را تعیین نماید. اتفاقاً، با شرایطی که ایشان دارد، این کسب و کار تنها و بهترین فرصتی است که می‌توانی از آن استفاده کنی.

به او بگویند اگر ماهیانه ۱۰ میلیون تومان بصورت ثابت به شما بدهم، حاضرید این کار را شروع کنید؟ قطعاً جواب او مثبت خواهد بود و در نتیجه می‌توان گفت که او به این کار و یا خودش ایمان ندارد (در اینجا باید درباره نتایج و باور خودتان به این سیستم و اهرم و تصاعد توضیح دهید).

و در پایان، اگر فرد واقعا گرفتار و پرمشغله باشد، به او می‌گوییم: بله، شما واقعا وقت ندارید. به همین دلیل سراغ شما آمدیم، چون نمی‌توانید برای همیشه اینقدر پرمشغله و گرفتار باشید. بنظرم بیاید و یک فکری برای این شرایط کنیم. (به همین دلیل باید وارد این تجارت شوی که از مشغله‌های زندگی که بخاطر آنها وقت نداری کم شود و بتوانی بهتر زندگی کنی. خودت ساعات کاری و برنامه‌های زندگی‌ات را مدیریت کنی).

این کار را دوست ندارم/من از این کارها خوشم نمی‌آید (مرفهین بی‌درد):

در حقیقت مفهوم این آبجکشن این است که از شرایطم راضی هستم.

برای افراد صمیمی، مستقیماً مسائل و مشکلاتشان را به آنها نشان بدهید (بخاطر مشکلات هم شده، بیا و تغییر کن/تا کی می‌خواهی در این شرایط باشی؟/ دقیقاً چون شرایط تو را می‌دانستم به سراغ آمدم/ کار ما یعنی رئیس خودت باشی و صاحب زندگی خودت بشی چرا دوست نداری؟)

برای سایر افراد، در آن لحظه فقط بگویند: مسئله‌ای نیست، این فقط یک پیشنهاد بود، گفتم شاید خوشتر بیاد. اما در ادامه روابطتان و در گفتگوهای بعدی، هر وقت فرد در مورد یکی از مشکلات زندگی‌اش صحبت کرد (مثلاً از وضعیت مالی نامناسب، یا بیکاری، یا محدودیت‌های زندگی گفت) سریع پیشنهاد خودتان را یادآوری کنید و بگویند: خب بخاطر همین بود که من اون کار و بهت پیشنهاد دادم، می‌دانی چند نفر دیگر هستند که همین مشکل تو را داشتند و توانستند مسئله خودشان را حل کنند؟ بنظرم بیا شروع کن، شاید خوشتر بیاید، چیزی از دست نمی‌دهی.

وقتی کسی می‌گوید این کار را دوست ندارم، برای او توضیح دهیم که تو باید نتایج هر چیزی را دوست داشته باشی (یک ورزشکار تمرین و فشار به خود را دوست ندارد، اما قهرمانی را دوست دارد. یک دانش‌آموز درس خواندن را دوست ندارد، اما شاگرد اول شدن را دوست دارد). وقتی می‌گوید حال ندارم، باید توضیح دهیم به همین خاطر است که باید کاری داشته باشی تا از این بی‌حالی خارج شوی.

بطور مثال ابتدا از او بپرسید که چه چیزی را دوست داری؟ (از چه خوشتر می‌آید؟). آیا همین الان داری همانگونه که دوست داری زندگی می‌کنی؟ الان تمام چیزهایی که دوست داری را داری؟ خیلی از کارهایی که الان انجام می‌دهی

را مطمئننا دوست نداری، اما برای دست آورد آنها سرگرمشان هستی. ما هم بخاطر اهداف، رویاها و دست آوردهایی که از بازاریابی شبکه‌ای بدست خواهیم آورد مشغول به آن هستیم. فرض کن سه سال کاری را انجام دهید که دوست ندارید، تا یک عمر کارهایی را بکنید که دوست دارید. مسئله اصلی این است که شما با این تجارت آشنایی ندارید و آنرا درک نکرده‌اید. وقتی آموزش‌ها را ببینید و سرگرم آن شوید خواهید دید که بسیار بیش از آنکه از ظاهر کار درک کرده‌اید، این کار را دوست خواهید داشت و همین مسئله باعث این می‌شود که همه افرادی که سرگرم این کار هستند (و خودتان دارید آنها را می‌بینید) اینقدر شاد و با انرژی هستند. چون هر کس که به درک درباره بازاریابی شبکه‌ای دست یافت آنرا دوست خواهد داشت.

از فروش خوشم نمی‌آید:

البته نظر شما کاملاً قابل احترام است و من آنرا می‌پذیرم. اما یک سوال در ذهن من شکل می‌گیرد که آیا به نوعی همه کارها یک نوع فروش حساب می‌شوند؟ آیا یک پزشک کاری جز فروش انجام می‌دهد؟ او تخصص خود را به شکل تشخیص بیماری و تجویز دارو می‌فروشد و یا هر شغل دیگری. البته می‌توانیم اینگونه هم بیان کنیم، همه شغل‌ها به نوعی یک خدمت ارائه کرده و کسب درآمد می‌کنند. چه پزشک، معلمی یا کارمند. در حقیقت ما هم همین کار را می‌کنیم، ما به دیگران کمک می‌کنیم تا بهترین محصول، متناسب با نیاز خود را انتخاب کنند تا نیازشان برطرف شود. از یک زاویه دیگر، کاری که ما می‌کنیم این است که یک حق انتخاب به زندگی دیگران اضافه می‌کنیم، و آنها می‌توانند امروز، فردا یا هیچوقت از آن استفاده کنند.

من از پس این کارها بر نمی‌آیم:

قبل از اینکه در این مورد توضیح دهم که شما می‌توانید در این کار موفق شوید یا نه، اجازه دهید از شما بپرسم که آیا می‌خواهید از دست آوردهای این کسب و کار مانند رسیدن به آزادی مالی و زمانی بهره‌مند شوید؟ (تجارت بدون ریسک، به روز و با امکان رشد نامحدود). اگر پاسخ شما بله باشد، به این نکته توجه کنید که در کسب و کاری که می‌توانید آنرا آغاز کنید، همه اصول به شما آموزش داده می‌شود، و یک تیم برای موفقیت از شما حمایت می‌کند، به نسبت سایر تجارت‌ها که باید از صفر و به تنهایی شروع کنید و ادامه دهید، چقدر امکان موفقیت بیشتر است؟ (به نسبت کارهایی که همه مسئولیت‌ها برعهده خودتان است). در ضمن، اگر موفق نشدید چیزی از دست نمی‌دهید.

(موفقیت در این حرفه، مثل راه رفتن یک کودک است. او توان راه رفتن ندارد، اما نمی‌گوید که نمی‌توانم راه بروم. چه چیزی باعث این می‌شود تا کودک بتواند راه برود؟ کمک والدین و تمرین خودش. اگر در اولین تلاش زمین

بخورد، نمی گوید دیگر امتحان نمی کنم. تجارت ما، مانند تمرین راه رفتن است. باید مهارت‌هایی بیاموزی و من در آموزش آنها به شما کمک می‌کنم.

این کار غیرشرعی است (کاتولیک‌تر از پاپ):

اولا در جمهوری اسلامی ایران، تمام قوانین باید به تایید شورای نگهبان قانون اساسی که شامل ۶ فقیه است برسد. کار شورای نگهبان، مطابقت قوانین با شرع می‌باشد و اگر قانونی غیرشرعی باشد رد می‌شود. بازاریابی شبکه‌ای در ایران قانونی است و صنف شده و مورد تایید شورای نگهبان قرار گرفته، پس می‌توان گفت که شرعی است.

ثانیا، دلیل رد برخی از فقها موضوع «اکل مال بالباطل» (یعنی کسب درآمد از طریق باطل مثل ربا) می‌باشد. دلیل اصلی آن هم این است که بازاریابی شبکه‌ای را با سیستم‌های هرمی که خرید و فروش واقعی در آن وجود ندارد و افراد متضرر می‌شوند یکی دانسته‌اند. مراجع فرض را بر این گرفتند که شما فقط چند نفر را معرفی می‌کنید، و بعد بدون هیچ تلاشی کسب درآمد صورت می‌گیرد. این تجارت اینگونه نیست. شما باید آموزش بدهید و حمایت کنید، و بابت آن کسب درآمد می‌کنید. مثل یک معلم یا مربی.

ثالثا، کار ما مثل فردی می‌ماند که یکبار یک کتاب را می‌نویسد اما هر بار که تجدید چاپ می‌شود کسب درآمد می‌کند. یا فردی که یکبار یک فیلم سینمایی یا اثر هنری خلق می‌کند، و هر بار که نمایش داده می‌شود درآمد کسب می‌کند.

در نهایت، شما در این مورد می‌توانید به نظر مراجعی که نتورک را مجاز دانستند رجوع کنید.

اولا قاعده کلی شرعی در سالم بودن یک تجارت ضرر نکردن طرفین است (لا ضرر). اگر در یک معامله یک یا طرفین ضرر کنند آن معامله مشکل دارد (نه ضرر دیدن و نه ضرر رساندن جایز نیست). در بازاریابی شبکه‌ای هیچ یک از طرفین ضرر نمی‌کنند. افراد سرمایه بالایی وارد این تجارت نمی‌کنند و همچنین شرکت‌ها بنا به قانون موظف به بازپس‌گیری محصولات هستند.

قاعده دوم به این موضوع می‌پردازد که کالا نباید تقلبی باشد. باید سالم، با کیفیت و ارزنده باشد. قیمت‌گذاری محصولات در بازاریابی شبکه‌ای توسط کمیته نظارت بر اصناف وزارت بازرگانی صورت می‌پذیرد.

نکته سوم که بیشترین شبه را به آن وارد می‌کنند ارجاع به آیه ۲۹ سوره نسا و حکم «اکل مال بالباطل» می‌باشد. اصطلاحا به آن درآمد بدون کار مفید می‌گویند. اما ماهیت بازاریابی شبکه‌ای با این مقوله تناسخی ندارد و چنین برداشتی نشانه عدم آشنایی با این تجارت می‌باشد. یکی از این دلایل ذهنیت غلط افراد در مورد تشابه این سیستم با شرکت‌های هرمی می‌باشد که در آن افراد پس از مدتی بدون فعالیت خاصی درآمد بالایی دریافت می‌نمودند. در بازاریابی شبکه‌ای افراد در قبال فعالیت‌هایی مانند فروش، جذب و آموزش بازاریابان (مستقیم و غیرمستقیم)، حمایت از

آنها و نظارت مستمر، برنامه‌ریزی و تدوین راهکارها درآمد کسب می‌نمایند و درصد بالایی از این افراد هنوز پس از سال‌ها سرگرم کار هستند. به نسبت فعالیتی که در بازاریابی شبکه‌ای انجام می‌گردد، درآمد آن بسیار معقول و منطقی می‌باشد. همچنین در بازار سنتی هم یک کارخانه‌دار تنها به خاطر سرمایه‌گذاری که نموده‌اند درآمد کسب می‌نمایند و کار اصلی را مدیران و کارمندان و کارگزارانش انجام می‌دهند. یا فردی که با سرمایه‌اش یک مجتمع مسکونی ساخته و پس از اجاره دادن آنها بدون هیچ فعالیتی با اجاره آن ساختمان‌ها زندگی می‌کند. در بازاریابی شبکه‌ای جریان فروش کالا، آموزش، حمایت و برنامه‌ریزی باید ماهیانه باشد.

همچنین تمامی قوانین ایران قبل از تصویب با شرح سنجیده می‌شود. بازاریابی شبکه‌ای در ایران قانونی و بصورت یک صنف درآمده که زیر نظر چندین ارگان دولتی و نظامی فعالیت می‌کنند و مورد تایید شورای نگهبان قرار گرفته است. همچنین از بازاریابان این سیستم ماهیانه مالیات دریافت می‌گردد که قطعا شما تصدیق می‌نمایید که اگر درآمد این سیستم حرام باشد، مالیات اخذ شده توسط دولت نیز حرام است که در آن صورت دولت را نیز باید به اکل مال بالباطل محکوم نمایید.

در آخر لازم است که برای بررسی نهایی به استفتا مقام معظم رهبری استناد نمود. ایشان در پاسخ به استفتا فرموده‌اند که بازاریابی شبکه‌ای صورت شرعی ندارد، یعنی در قرآن، سنت و روایات حکمی درباره آن موجود نیست و پدیده‌ای کاملا جدید است (مانند بانک و بیمه). در ادامه ایشان می‌فرمایند که اگر به تصویب مجلس و شورای نگهبان رسیده باشد جایز است و در غیر اینصورت مجاز نیست. در تاریخ ۱۳۹۲/۶/۱۲ قانون نظام صنفی کشور در ۹۶ ماده به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و پس از آن به تایید شورای نگهبان رسیده است. در این قانون درباره همه اصناف و کسب و کارها نظرات مشخص اعلام شده. در ماده ۸۷ این قانون درباره کسب و کارهای فضای مجازی به تفصیل بحث شده است. در این ماده برای فعالیت در این حوزه، اخذ پروانه از اتحادیه مربوطه ملاک قانونی بودن آن اعلام شده. همچنین در ادامه درباره چگونگی نظارت بر نحوه فعالیت‌های این صنف به موجب آیین‌نامه‌ای که توسط اتاق اصناف، دبیرخانه هیئت عالی نظارت بر فضای مجازی، وزارت اطلاعات، وزارت فن‌آوری اطلاعات و پس از آن تصویب وزیر صنعت، معدن و تجارت می‌باشد مشخص شده. این آیین‌نامه تهیه و مورد تایید و تصویب وزیر صنعت، معدن و تجارت قرار گرفته و اکنون در حال اجرا می‌باشد. در بخش دوم این آیین‌نامه در مورد نحوه و شیوه فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای، نوع فعالیت، نوع عضوگیری، پلن درآمدزایی و ... کاملاً و مبسوط بحث شده است. بنابراین با توجه به این قانون و تایید مجلس و شورای نگهبان و فتوای رهبری، بازاریابی شبکه‌ای مورد تایید ایشان نیز می‌باشد. (البته ممکن است که برخی این مسئله را مطرح نمایند که باید خود بازاریابی شبکه‌ای مورد تایید مجلس و شورای نگهبان باشد، که البته در پاسخ باید گفت در صورت صحت این مدعا تمامی اصناف مانند نانوائی، هتل‌داری، تاکسی‌رانی و تمامی

اصناف باید مستقیماً به تأیید مجلس برسند. اما سازکار اصلی به این شکل است که مجلس و شورای نگهبان یک قانون کلی و واحد را تصویب و تأیید می‌کنند و بدین شکل اعمال حاکمیت می‌نمایند.