

دایره‌ی اول

اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای

رندی گیج

ترجمه‌ی

علی معتمدی

www.sarbook.com

■ سرشناسه: گیج، رندی Gage, Randy ■ عنوان و نام
پدیدآور: دایره‌ی اول: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای/
مؤلف: رندی گیج؛ ترجمه‌ی علی معتمدی. ■ مشخصات نشر:
مهریز: رخداد کویر، ۱۳۹۶. ■ شابک: ۹-۸-۹۵۵۷۹-۶۰۰-۹۷۸
■ وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا ■ یادداشت: عنوان
اصلی: Making the first circle work : the foundation
for duplication in network marketing, 2011. ■ عنوان
دیگر: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای. ■ موضوع:
بازاریابی چندسطحی ■ شناسه افزوده: معتمدی، علی، ۱۳۶۱-
مترجم ■ مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص: ۱۲×۱۷ س.م. ■ رده بندی
کنگره: الف ۱۳۹۶ ۴۹۵۲/۱۲۶/۱۵ HF۵۴۱۵ ■ رده بندی دیویی:
۸۷۲/۶۵۸ ■ شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۰۶۰۶۳.

◆
دایره‌ی اول: اصول همانندسازی در بازاریابی شبکه‌ای

Making the first circle work: the foundation for
duplication in network marketing

■ مؤلف: رندی گیج ■ مترجم: علی معتمدی ■ صفحه آرایی:
مؤسسه‌ی آواز قلم سدید یزد ■ آماده‌سازی جلد: محبوبه شارق
■ شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه ■ نوبت چاپ: دوم ■ سال چاپ: پاییز
۱۳۹۶ ■ قیمت: ۵۰۰۰ تومان ■ تلفن: ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

◆
همه‌ی حقوق برای انتشارات رخداد کویر محفوظ است.

رخداد
کویر
انتشارات

Rokhdadkavir.ir

فهرست مطالب

۵.....	مقدمه
۹.....	فصل اول: همانند سازی کجاست؟
۱۵.....	فصل دوم: قدرت ذهن
۲۷.....	فصل سوم: انجام کار درست
۳۳.....	فصل چهارم: حجم مصرف
۴۵.....	فصل پنجم: بارش باران
۵۱.....	فصل ششم: آب دادن به ریشه‌ی اصلی
۵۷.....	فصل هفتم: فروش بلیط
۶۹.....	فصل هشتم: تشویق کننده، نه اعلام کننده
۸۱.....	فصل نهم: پیشگیری از ورود به بن بست
۹۳.....	فصل دهم: رهبری قبیله
۱۰۹.....	پیوست:

مقدمه

برای برگزاری چند همایش و سخنرانی در آمریکای جنوبی بودم. من و خوزه لوپز سوار هواپیما بودیم و مشغول صرف غذا که خوزه به سخنرانی من در شب قبل اشاره کرد. او گفت، «سخنرانی دیشبت درباره‌ی دایره‌ی اول رو می‌تونی کتاب کنی. این کتابو حتماً باید بنویسی.» من گفتم که کتاب‌های دیگری در برنامه‌ام دارم که بنویسم. او گفت، «باشه، ولی به نظر من این ایده‌ی خیلی خوبیه و نتورکرها واقعاً به این کتاب نیاز دارن. همانندسازی در نتورک خیلی مهمه.»

خب، هرچه بیشتر به حرف خوزه فکر می‌کردم، به اهمیت آن بیشتر پی می‌بردم. حرفش منطقی بود.

خیلی‌ها همانندسازی را اشتباه متوجه شده‌اند یا نمی‌دانند که این جور چیزی اصلاً وجود دارد. آنها به اشتباه تقصیر نتایج نسبتاً خوب یا ضعیف خود را گردن بالا شاخه‌ای یا زیرشاخه‌های خود می‌اندازند. اما این رویکرد اصل مسئله را نادیده می‌گیرد: فرهنگ

مجموعه یا سازمان را ما می‌سازیم و زیرشاخه از رفتار ما الگو می‌گیرد.

متأسفانه به خاطر نوع سرشت انسان، ظاهراً ۹۰ درصد کارهای بد و منفی همانندسازی می‌شوند و تنها ۴۰ یا ۵۰ درصد کارهای خوب و مثبت همانندسازی می‌شوند. پس کاری که ما در رأس مجموعه یا سازمان انجام می‌دهیم تأثیر بسزایی روی رفتار و کردار تک‌تک زیرشاخه‌های ما تا پایین‌ترین سطح می‌گذارد.

ما فرهنگ تیم‌مان را تعیین می‌کنیم و این فرهنگ خودش را به صورت مثبت یا به صورت منفی نشان می‌دهد. اما در هر صورت خودش را نشان می‌دهد.

کتابی که در دست دارید درباره‌ی همین موضوع است. این کتاب شامل ایده‌هایی است که با آنها می‌توانید میزان فروش‌تان، سرعت رشد مجموعه‌تان، میزان انسجام تیم‌تان، اصول مجموعه‌تان، و پایبندی زیرشاخه‌ها تا پایین‌ترین سطح به این اصول را تعیین و مشخص کنید.

همانندسازی سازه‌ی اصلی بازاریابی شبکه‌ای است؛

همانندسازی جوهره‌ی رهبری است. و درست همان‌طور که در رفتار تمام رهبران واقعی می‌بینیم، رهبری این نیست که به دیگران روش انجام کار را دستور دهیم، رهبری یعنی رفتاری را که می‌خواهیم پیروان انجام دهند خودمان در آن رفتار الگو و سرمشق باشیم. اولین کسی را که باید رهبری کرد خودمان هستیم.

امیدوارم به این نتیجه برسید که مسئولیت کسب‌وکارتان را خودتان بر عهده بگیرید و موفقیت کسب‌وکارتان را در جای دیگر و آدم‌های دیگر جستجو نکنید. اگر عزم کنید که دایره‌ی اول را راه بیندازید، دایره‌های زیر شما هم راه می‌افتند و، به این ترتیب، موفقیت را شما رقم می‌زنید.

رندی گیج

فلوریدا، ساحل میامی

جولای ۲۰۱۰