

## چک لیست پیدا کردن بازاریاب‌ها و فروشنده‌های حرفه‌ای

### پیدا کردن داوطلب مناسب

اول از همه باید همیشه مثل یک رادار دنبال بازاریاب بگردیم، و ببینیم از کجا می‌تونیم پیدا کنیم و داوطلب‌های خیلی زیاد داشته باشیم، هر چقدر تعداد داوطلب‌های شما بیشتر باشه، طبیعتاً می‌تونین انتخاب بهتری داشته باشین، هرچقدر تعداد کم باشه، مثلاً ۳-۴ نفر باشه، شما مجبورین از بین اونا انتخاب کنین، اما اگر تو مجموعه شما ۱۰۰ نفر داره میاد، خوب مسلماً شما بازاریاب بهتری می‌تونین انتخاب کنین، این‌که چه جوری تعدادشونو زیاد کنیم؟ از کانال‌های مختلف و از روش‌های مختلف استفاده می‌کنیم، با یک روش نمی‌شه تعداد زیاد آورد، حتی برای مشتری هم من می‌گم اگر می‌خواین مشتریاتون زیاد بشه، از کانال‌های مختلف استفاده کنید.



## تغییر باورها

یکی از مهمترین موارد تغییر باورها نمونه، بینین اگر باور شما اینه، که بازاریاب خوب نیستش، وجود نداره، تخمش رو ملخ زده، مطمئن باشین که بازاریابهای خوب پیدا نمیکنین، چون باور شما اینه که وجود نداره، بازاریاب خوب نیست، خوب کار نمیکنن، همش دنبال اینن که بیان یک پولی از ما بگیرند و برند، اگر باور شما اینجوری هیچ موقع پیدا نمیکنین، هر چی هم دنبالش بگردین، چون دیگه نمی بینین، باور شما اینه که وجود نداره.

یک مورد دیگه در مورد باورها و تغییری که باید در مورد خودمون ایجاد کنیم، اونم اینه که باورمون رو نسبت به محصول مون تغییر بدیم، هر کدوم از ماها یک محصولی داریم، مثلاً من می خوام بازاریاب بیارم، که کتاب منو بفروشه، بعد دو مدل می تونم باهاش صحبت کنم، یکی این که این کتاب خوبیه، می تونی بری بفروشی، و زحمت هم براش کشیدیم، چون باورم به فروش محصول ام ضعیفه، وقتی دارم توضیح می دم، توی رفتارم، توی حرف زدنم، بازاریاب اینو متوجه می شه و می گه این که هنوز محصول خودشو قبول نداره، ولی اگر من بیام و باورم رو تغییر بدم، باورم رو نسبت به محصول ام قوی کنم، حالا می خواد هر چی باشه، مثلاً دوره، سمینار هر چی که هست، باورم رو تغییر بدم قوی ترش کنم یا مثلاً غسل می خوام بفروشم، نسبت به اون غسل باورم رو قوی تر کنم، بگم که این بهترین غسل بازاره، اینو هر چقدر قوی تر کنم، بازاریاب اینو سریع می فهمه، وقتی که میاد با شما شروع می کنه به حرف زدن، بعد من با باور قوی می گم، این کتاب، کتابیه که می تونه زندگی دیگران رو تغییر بده، این کتاب رو به هر کسی بفروشی بهش خدمت بزرگی

کردی، بعدش این اتفاق می‌افتد به تو پیامک می‌ده، از تو تشکر می‌کنه. اینجوری می‌شه، سودش خوبه، یعنی اینقدر من با عشق از این کالا تعریف می‌کنم، مثل قند می‌تونه بفروشه، این حس به بازاریاب دست می‌ده اما کافیه که باور من نسبت به محصول ضعیف باشه، نسبت به اون محصول و پروژه‌هایی که دارم، باورهایی که دارم، ضعیف باشه دیگه نمی‌تونم کسی رو متقاعد کنم که برای من بازاریابی کنه.

هر موقع من اومدم روی باور خودم کار کردم، گفتم این محصولی که دارم عالیه، این کارهایی که انجام دادم، این کارهای با ارزشیه، بیشترین جواب رو گرفتم، یعنی روی خودم و باور خودم، کار کردم، که این محصول خوبیه، این کار عالیه، فروشش رفته بالا، اصلاً خودبه خود می‌بینم گوشیم زنگ می‌زنه، داره توی سایتتم خرید انجام می‌شه، فقط با تغییر باورهامون، پس روی این کار کنید، اگر باور شما اینه که محصولتون، محصول ضعیفی هست، به هیچ وجه نمی‌تونین بازاریاب استخدام کنین، چون بازاریاب اینو می‌فهمه، از رفتار شما، از نحوه حرف زدن شما اینو متوجه می‌شه.

من دوستانی داشتم که اینقدر با عشق از محصولشون حرف می‌زدند، و چه کسانی رو هم بازاریاب خودشون استخدام می‌کردن، بازاریاب می‌گرفتن که طرف دکترا داشت، یک جوری از محصولش داشت صحبت می‌کرد که دکترا می‌گفت، این بهترین محصول دنیاست، طوری با عشق از محصولش حرف می‌زد، که لذت می‌بردیم.

**«بازاریاب خوب، جای خوب می‌خواد»**

## ۱ - مدیر خوب

یادتون باشه بازاریاب‌ها، دنبال مدیر خوب هستند، یعنی شما اگر روی خودتون کار کنید و خودتون رو قوی کنید، بازاریاب‌های حرفه‌ای هم میان با شما کار می‌کنند، چون این رو متوجه می‌شن، می‌فهمن که مدیری که می‌خوان باهاش کار کنند، آیا دنبال یادگیری هست یا نیست، همین جوری که شما دارین اونا رو تست می‌کنین، اونا هم دارن شما رو تست می‌کنن، دقیقاً دو طرفه هستش، اونا هم دنبال مدیری می‌گردن که دنبال یادگیری و پیشرفت باشه، پس بازاریاب خوب، مدیر خوب می‌خواد، هر چقدر شما قوی‌تر بشین، بازاریاب‌های حرفه‌ای با شما کار می‌کنند، هر چقدر شما ضعیف‌تر باشین، خوب طبیعتاً بازاریاب‌های ضعیف‌تر، اما باز هم اینجا یک خورده بازاریاب‌هایی که ما می‌گیریم باید قوی‌تر باشن، من می‌گم مدیر حرفه‌ای کسی هست که بتونه بازاریاب‌هایی استخدام کنه، که از خودش قوی‌ترند، نه این‌که بیایم ضعیف‌تر از خودمون رو استخدام کنیم.

یکی از تکنیک‌ها اینه که به نیروهامون معرفی کنیم، حالا جلوتر بهش می‌رسیم، من یک بازاریاب می‌خواستم بگیرم، این شخص رو به نیروهام معرفی کردم، گفتم اینو استخدام کنیم یا نه؟ یکی از نیروهام گفت آقای تقدسی، اینو استخدام نکن، گفتم چرا؟

گفت آقای تقدسی این خیلی زرنگه، از خودتون هم زرنگ‌تره، خیلی باهوشه، دلیلش هم این بود، بعد گفتم واقعاً، از من باهوش‌تره؟ گفت آره، گفتم پس استخدامش می‌کنم، من توی پروژه‌های ساختمونی، استخدامش کردم، باور کنید یک هفته نکشید، یک پروژه آورد، که توش یک سود میلیاردی داشت، همکارام می‌گفتن این پروژه چه جوری اومده،

از کجا اومده؟ گفتم، آقای فلانی آورده، در عرض یک هفته فوق‌العاده بود چون از منم حتی باهوش‌تر بود.

## ۲ - شرکت خوب

هر چقدر مجموعه ما خوب‌تر باشد، محصولات ما بهتر باشد، بازاریاب‌های خوب می‌یابیم، یک شرکتی مثل شرکت رضوی، پگاه، شرکت‌های معروف چی‌توز، کوکاکولا، خوب طبیعتاً اینا چون بهترند، بازاریاب‌ها خیلی راحت‌تر می‌رن اونجا کار می‌کنند، یک آگهی استخدام بدن، کلی نیرو جمع می‌کنن، پس سعی کنیم شرکت خودمون رو تغییر و تحول بدیم و بهترش کنیم.

## ۳ - همکاران خوب

تک‌تک همکارها و نیروهایی که شما دارین، تأثیر می‌ذارن، بازاریاب به محضی که وارد مجموعه می‌شه، از آبدارچی تا مدیر و حسابدار گرفته تک‌تک اینا رو نگاه می‌کنه، هر چقدر شما همکارهای بهتری داشته باشین، می‌تونین بازاریاب‌های خوبی استخدام کنید.



## طوفان فکری

اما مهمترین کاری که می‌خواهیم انجام بدهیم، یک طوفان فکری گروهی هست. وسط صفحه بنویسین، چگونه بازاریاب پیدا کنیم؟  
دوروش یک خط بکشید، خوب دوستان در حد چند دقیقه فکر کنید، که بازاریاب از کجا پیدا کنیم، ۲۰ تا روش داریم، اما قبل از اینکه ۲۰ تا روش رو بگیریم، دوست دارم طوفان فکری راه بیفته، مطمئنم به روش‌هایی می‌رسید که توی اون‌ها وجود نداره، یک چند دقیقه روش فکر کنید، بعد یادداشت کنید.

طوفان فکری گروهی خیلی جالبه، خیلی جواب می‌ده، هر موقع هر جا گیرکردین، ازش استفاده کنین، هم طوفان فکری گروهی، هم فردیش عجیب راه‌گشاست.

## ایده‌های مدیرانی که در دوره‌می‌ها شرکت کرده بودند

۱ - از نیروهای رقبا ۲ - پرس و جو بین فروشگاه داران ۳ - از شرکت‌های نتورک ۴ - معرفی دوستان ۵ - از کانال تلگرام و شبکه‌های مجازی ۶ - آگهی روزنامه ۷ - شرکت‌های کاریابی ۸ - بین همکاران سابق ۹ - از طریق سیمینارهای بازاریابی ۱۰ - از آموزشگاه‌های بازاریابی ۱۱ - معرفی خود بازاریاب‌هایی که داریم ۱۲ - از طریق همکاران ۱۳ - برگه آگهی پشت مغازه ۱۴ - سایت دیوار



## ۱۵- آموزشگاه‌های تئاتر و هنری

کسانی که تئاتر کار می‌کنند هم فن‌بیان خوبی دارند، هم بازیگری رو بلدند.

یک چیز جالب، در مورد فروش بهتون بگم، اینو یادگاری از من داشته باشین، ببینین فروشنده حرفه‌ای باید یک بازیگر خوب باشه، در اصل فروش چیه؟ فروش یک احساسیه که ما نسبت به یک محصول داریم، حالا هنر فروشنده چیه؟ هنر فروشنده اینه که این احساس رو انتقال بده، در قدم اول من یک احساس خوب نسبت به یک محصولی دارم، حالا هنر من اینه که با زبان بدنم و با فن بیانم این احساس رو به شما انتقال بدم، حالا حس رو کی می‌تونه انتقال بده؟

یک بازیگر خوب، یک بازیگری که زبان بدن خوبی داره و فن‌بیان خوبی داره، هر کس بتونه این کار رو انجام بده، یک فروشنده حرفه‌ای هست.

۱۶ - شبکه‌های اجتماعی ۱۷- پخش تراکت بین دانشجویان

۱۸ - دانشجویهای روانشناسی ۱۹ - اینستاگرام ۲۰ - مشتری‌ها

۲۱ - نمایشگاه‌ها ۲۲ - آگهی تلویزیون ۲۳ - برگزاری مسابقه معرفی

بازاریاب ۲۴ - عکس پروفایلمون ۲۵ - وب سایت‌های تخصصی و

سایت‌هایی که آموزش بازاریابی دارن ۲۶ - مجلات تخصصی، چون

بازاریاب‌های حرفه‌ای مجلات تخصصی رو می‌خونن ۲۷ - گروه‌های

دانشجویی مخصوصاً اگر مدیریت بازرگانی باشند، یکی از بهترین

جاهاست، دانشجویان مدیریت بازرگانی عشق کار دارند، دوست دارند

بیان یاد بگیرند. بریم توی سلف سرویس شون برگه بزنیم که ما می‌خوایم

بازاریاب استخدام کنیم. بعد دانشجویها با مبلغ پایین کار می‌کنند، انرژی

زیادی دارند، توقعشون هم پایینه.

۲۸ - سایت شیپور ۲۹ - بازاریاب‌هایی که به ما مراجعه می‌کنند

۳۰ - اس‌ام‌اس گروهی

اینو من یکم توضیح بدم، اگر بخوایم به همه اس‌ام‌اس بدیم، شاید خوب نباشه، ما یک فایلی پیدا کنیم، از همه بازاریاب‌ها، توی سایت‌هایی که می‌رن اطلاعات می‌دن، توی سمینارهایی که هستش می‌تونیم بریم، اطلاعات رو از اونا بگیریم، بهشون پیامک بدیم یا بین همکاران و مشتریان پیامک بدیم.

۳۱ - از فروشگاه‌هایی که خرید می‌کنیم ۳۲ - از بین دست فروش‌های

فعال ۳۳ - بررسی آگهی‌های جوپای کار ۳۴ - شرکت‌های تخصصی

بازاریاب ۳۵ - از اقوام و آشنایان که اون‌ها بازاریاب به ما معرفی کنند.

۳۶ - پرس و جو از بازاریاب‌ها، یعنی اگر به بازاریابی گفتیم، خودش

نیومد، می‌گیم اگه کسی رو سراغ داری، یا اصلاً اگر خودش اومد، بازم

ازش سوال می‌کنیم، چون کسانی که بازاریابند، دوستان بازاریاب خیلی

زیاد دارن. ۳ - بازاریابی مویرگی؛ که کامل قراره در موردش صحبت کنیم

و بگیریم داستانش چیه. ۳۸ - بنر در مکان‌های عمومی ۳۹ - استفاده از

زندانیان



آقای دکتر علی‌رضا نبی

مدیر کارخانه زیتون پرورده آرشیوا و همچنین سه سال متوالی کارآفرین



برتر توی کشورمون بودند، توی برنامه ماه عسل هم اومدن، شرطشون برای استخدام اینکه طرف سوءسابقه داشته باشه، فقط زندانی‌ها، رو استخدام می‌کنه، این کار چند تا مزیت براش داره، یکی این که زندانی‌هایی که اون جا هستند خیلی خوب کار می‌کنند و یکی دیگه این که یه جای خیلی خوب به دردش می‌خوره، اونم این که استفاده تبلیغاتی فوق‌العاده داره، یعنی این که من که می‌خوام زیتون بخرم، می‌گم که اگر آرشیوا بخرم، به یک زندانی کمک می‌کنم، یعنی یک تمایز، یک گاو پیشونی سفید، که با همه تمایز داره، بعد می‌گفت که با خرید هر کدام از محصولات ما، به زندانی‌ها کمک کنین، یکی از دلایل معروف شدن دکتر نبی این بود که اومد از این تکنیک استفاده کرد، و هر جا می‌ره می‌گه شما که دارین از من خرید می‌کنین، دارین به زندانی‌ها کمک می‌کنید.

۴۰ - استفاده از معلولین

برای بازاریابی تلفنی می‌شه از معلولین استفاده کرد، کسی که معلوله ولی خوب داره صحبت می‌کنه و نمی‌تونه از خونه بیاد بیرون، چقدر فوق‌العاده می‌شه یک شرکت بزنین و بگین ما داریم از معلولین استفاده می‌کنیم و همه این داستان رو متوجه بشن.

یک آموزش براشون بزارین و استخدام معلولین مثل یک بمب صدا می‌کنه، اصلاً نیاز به تبلیغات ندارین، یعنی این رو هر کدام از شما انجام بدین، من خودم تو کانالم، توی اینستاگرام بزارم ۵-۶ هزار نفر رو من خودم اطلاع رسانی می‌کنم، بعد توی کلاسام می‌گم آقای فلانی این کار رو کرد، این جووری دهان به دهان می‌چرخه، یکی از کارهای فوق‌العاده است.

۴۱ - بیلبورد ۴۲ - همکاران ۴۳ - روی اتوبوس و داخل اتوبوس

۴۴ - داخل هواپیما ۴۵ - آژانس‌های تلفنی راننده آژانس ۴۶ - بررسی پروفایل‌ها توی اینستاگرام و تلگرام ۴۷ - تلویزیون‌های شهری  
 ۴۸ - بچه‌های کار ۴۹ - کارگر سرگذر ۵۰ - تبلیغات تراکتی  
 ۵۱ - بررسی مصاحبه‌های قبلی ۵۲ - داخل مترو ۵۳ - تبلیغات روی بالون ۵۴ - آدم‌هایی که در طول روز می‌بینیم ۵۵ - توی فرودگاه  
 ۵۶ - دوستان سابق ۵۷ - سمینارهای موفقیت  
 ممنون از همه دوستانی که ایده دادند. این ایده‌ها برای شکستن قالب ذهن شما نوشته شده و شاید بعضی از آن‌ها برای شما مسخره باشه، اما برای یک کسب‌وکار دیگه بی‌نظیر باشه و کمک کنه به یک ایده بهتر برسه.

## **چند پیشنهاد ویژه برای پیدا کردن بازاریاب شرکت خودتون**

حالا می‌ریم سراغ شرکت خودتون، نیروهایی که دارین، از این به بعد فقط نیروهای فروش استخدام کنید، یعنی از این به بعد، اگر می‌خواین حسابدار استخدام کنین، فقط حسابدار فروشنده استخدام کنید. اگر می‌خواین آبدارچی استخدام کنین، آبدارچی فروشنده استخدام کنین، فقط فروشنده، یعنی تنها حسابدار نباشه، بتونه بفروشه، این نیروها خیلی به دردتون می‌خوره، خدای ناکرده یک جایی گیر می‌کنین، یک جا شرکت تون قفل شده، ده تا نیروی فروشنده دارین، حالا درسته حسابداره یا آبدارچی، کافیه اقدام کنند برای فروش، به فامیلاشون می‌فروشند، به دوستانشون می‌فروشند، جاهای مختلف می‌فروشند، ما در یک مجموعه که در حال ورشکستگی بود همین کار رو کردیم، کارشون فروش مصالح بود، همه شروع کردند به بازاریابی حتی حسابدار و آبدارچی مجموعه.



پس از این به بعد هر نیروی که می‌خواهیم استخدام کنیم، ببینیم طرف فروشنده هست یا نه؟ آبدارچی یا منشی و کسانی هم که فروشنده هستند، ارتباطاتشون قوی هست، می‌دونن باید چکار کنند، چطوری رفتار کنند، تمام رفتار مناسب رو بلدند، فروشنده باید فن بیان خوب داشته باشه، منشی هم باید فن بیان خوب، ظاهر خوب داشته باشه.

### توسط نیروهای خودتون

نیروهایی که دارین، نکته ریز داره، نکته‌شم اینه که ببینین اگر شما برین به نیروهاتون بگین به ما بازاریاب معرفی کن، هیچ کدوم به شما معرفی نمی‌کنن چرا؟

چون می‌گن دیگی که برای ما نمی‌جوشه بذار ..... توش بجوشه راه‌حل: پاداش براشون بزارین، بگین هر کدوم از شما اگر بازاریابی معرفی کنین، به ازای معرفی ما این هدیه رو به شما می‌دیم و اگر معرفی کردین و استخدام شد این هدیه رو هم به شما می‌دیم، هدیتون می‌تونه عدد باشه، مبلغ باشه، هر چی باشه.



اگر معرفی کردین، بازاریابتون خوب بود و من استخدامش کردم، این هدیه رو هم بهتون می‌دم، حالا اگر استخدام کردم سه ماه پیش ما بود، کارکرد، یک هدیه دیگه هم بهت می‌دم، پس هر نیرویی که معرفی کردین، دو سه تا هدیه خوب دارین. اگر ۳ ماه پیش من کار کنه، اگر ۶ ماه کار کنه، این هدایا رو هم بهتون می‌دم، اگر یک سال کار کنه، این هدیه رو هم بهتون می‌دم؛ یعنی یک بازاریاب خوب معرفی کنه که یک سال پیش شما کار کنه؛ یک پاداش خوب بهش می‌دین، پس دنبال این می‌گرده یه بازاریاب خوب معرفی کنه، هر کدوم از ما آدم‌ها حداقل ۲۰۰-۳۰۰ نفر رو می‌شناسیم، از این ۲۰۰-۳۰۰ نفر ۱۰ نفرش می‌تونن بازاریاب‌های خوب باشن، یا اصلاً شاید بازاریابند، پس این نکته رو حتماً رعایت کنید، الکی نمی‌شه برم، به نیروهام بگم نیرو معرفی کنید، اونا هم از فردا دنبال این کار باشن.

## ارتباط‌های شخصی

دور ورمون کسانی می‌شناسیم که خودشون یا اطرافیان‌شون می‌تونند بازاریاب‌های خوبی باشن، البته فامیل نه، دوستانی که داریم.



## همایش‌ها

حتی رایگان، من زمانی که بازاریاب می‌خواستم به همایش‌ها می‌رفتم، یک بازاریاب از توش می‌کشیدم بیرون، می‌رفتم باهاش دوست می‌شدم، ارتباط برقرار می‌کردم، بعد دعوتش می‌کردم به دفترمون، و می‌گفتم بیا با همدیگه همکاری کنیم، قبول می‌کرد، بعد یکی از مهمترین پایه‌های بازاریاب، این هست که، دنبال یادگیری باشه. کسانی که توی سمینارها باهاشون آشنا می‌شیم، دنبال یادگیری هستند، دنبال این هستند که یاد بگیرند و پیشرفت کنند.



توی سمینارها یک نکته‌ای وجود داره، معمولاً اساتید می‌خوان خودتون رو معرفی کنید، ما همیشه توی سمینار خودمون داشتیم که؛ اول خودتون رو معرفی کنید، هر چقدر این معرفی شما حرفه‌ای‌تر باشه، بازاریاب‌ها نسبت به شما جذب می‌شن، شاخک‌هاشون می‌زنه، یعنی یک مدیر هرچقدر خودشو حرفه‌ای‌تر معرفی کنه، سریع بازاریاب‌ها جذب

می‌شن، به محض این‌که سمینار تموم می‌شه، می‌گن آقای فلانی می‌شه من شمارتون رو داشته باشم، خودبخود جذب شما می‌شن. در مورد معرفی سعی کنید خودتون رو خلاقانه معرفی کنید. از یک بنده خدایی پرسیدند که شغل شما چیه؟ گفت: من کارم مهار آتسه، شغلش چی بوده؟ روحانی بوده آتس‌های جهنم رو خاموش می‌کنه. وقتی یک نفر از من می‌پرسه که شغلت چیه؟ من بهش می‌گم؛ کار من افزایش فروشه برای کسب‌وکارهای کوچیک و متوسط، بعد می‌گه چطوری این کار رو انجام می‌دین. اصلاً خودبه‌خود سوال تو ذهنش ایجاد می‌شه.

## بازاریاب‌ها

ما در طول روز با بازاریاب‌های زیادی صحبت می‌کنیم، بازاریاب‌های مختلف میان و ما رو ویزیت می‌کنن. به نظر من هر بازاریابی ارزشش رو داره باهش یک قرار ملاقات بذاریم. دعوت کنیم بیان توی دفترمون، بیان توی محل کارمون بعد از این فرصت استفاده کنین، و از آنها بخواهید تا بازاریاب‌های حرفه‌ای را به شما معرفی کنند.



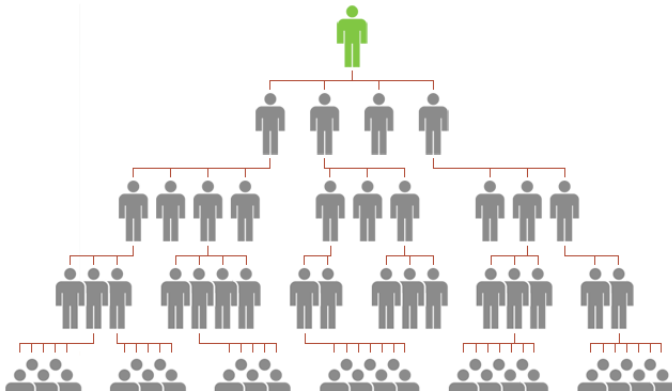
## نتورکرها

به عنوان مدیر اگر می‌خواهید از نتورکرها استفاده کنید، اولاً که نیروهای خیلی خوبی‌اند، دلیلش هم اینه که:

۱ - همیشه در حال آموزشند.

۲ - دارای انگیزه خوبی هستند.

در ابتدای کار حقوق و درآمد ندارند، بهشون می‌گن ببین درآمدها بعد از ۶ماه راه می‌افته یا می‌گن بعد از یک سال یا دوسال راه می‌افته، پس اول کار، چون درآمد ندارن مجبورند برن یک جا کارکنن و اون جا می‌تونه شرکت شما باشه، بیاد با مجموعه شما کار کنه، اگر می‌خواهید برین، از توی نتورکرها نیرو جذب کنید، حواستون باشه، شما جذب نشید، قبلش تکلیفتون رو با خودتون مشخص کنید، که آیا می‌خواهید برین توی نتورک کار کنید، یا نه؟ اگر نه کسبوکار خودتون رو داشته باشین، چون هر کدوم از شما می‌تونین یک مجموعه عظیم، داشته باشین، پیشرفت کنید. الان نمی‌خوام در موردش صحبت کنم که خوبه یا بده؟ اما قبلش تکلیفتون رو با خودتون مشخص باشه.



## نکته

بازاریاب‌های شبکه‌ای رو اگر یک نفرشونو پیدا بکنین، مثلاً بهشون بگین بازاریاب پیدا کنن، کلی بازاریاب دور ورشون هست، اصلاً اونا با بازاریاب‌ها در ارتباطتند، من یک دونه نتورکر توی مجموعه‌های خودم آوردم، ۵ نفر رو با خودش آورد، حداقل ۲-۳ تایی دارن، با زیر مجموعه‌شون میان، معمولاً شما یک نتورکر میارین، اون پنج تا بازاریاب با خودش میاره، می‌شن ۶ تا چون زیر مجموعه دارن.

## مشتری‌ها

هر روز بازاریاب‌های مختلف به مشتری‌هایی که داریم مراجعه می‌کنند، بهشون زنگ می‌زنند، مشتری‌هایی که باهاشون دوستیم، هم خود مشتری، هم بازاریاب‌هایی که بهشون مراجعه می‌کنند، می‌تونند بازاریاب‌های خوبی برای ما باشند.

خود مشتری یک خوبی داره، مشتری که داره از شما خرید می‌کنه، محصول شما رو قبول داره، که داره از شما خرید می‌کنه، یعنی یک‌بار بهش فروختین، فروش بعدی بهش راحت‌تره.

مشتری دارین که بعد از چند وقت مغازشو جمع می‌کنه، مثلاً تو پخش مواد غذایی، اگر مشتری دارین که سوپر مارکته، به محض این‌که سوپر مارکتش رو جمع کرد، سریع بگید که می‌خوای بیای با من کار کنی، پس مشتری‌های خودتون، یا خودشون، یا بازاریاب‌ها و همکارهایی که دارین گزینه‌های خیلی خوبی هستند.





## کاریابی‌ها

کاریابی‌هایی که فقط برای بازاریابی‌اند و فقط بازاریاب معرفی می‌کنند، یک نکته داره؛ اونم اینکه شرح دقیق بدین، فصل قبل گفتم که بنویسین چه جوری باشه؟ به چه نتیجه‌ای می‌خواین برسین؟ به چه نحوی باشه؟ دقیقاً به اون کاریابی بگین که آقا من این شخص رو می‌خوام، غیر این بود لطفاً به من معرفی نکنین، مثلاً می‌خوام خانوم باشه، یا آقا باشه، وسیله نقلیه داشته باشه یا نداشته باشه، تمام اینا رو بهش بگین.

وقتی می‌رین اون‌جا می‌گین که آقا من همچین شخصی رو می‌خوام، بعد نگاه می‌کنند با توجه به درخواست‌تون به شما معرفی می‌کنن، هم تو زمان‌تون صرفه‌جویی کردین، هم گیج نمی‌شین.

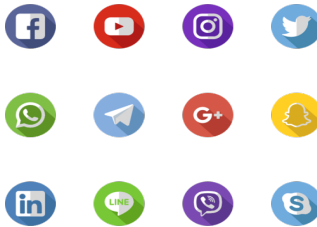
چون اگر این لیست رو بهشون ندین، اونا نمی‌دونن شما چی می‌خواین. پس شما باید دقیقاً بهشون بگین که من همچین شخصی می‌خوام، این مشخصات رو داشته باشه، فن بیانش خوب باشه، سنش این باشه، این‌قدر مثلاً مهارت و یا این‌قدر باید سابقه کار داشته باشه، توی این کار، کار کرده باشه، سه سال توی کار فروش بوده باشه، مثلاً توی کار املاک کار کرده باشه، تمام اینا رو بهش بگین، و نترسین، به نظر من گزینه‌ها، هر چقدر سخت‌تر باشه بهتره، فوقش هفته‌ای یک نفر معرفی می‌کنند، شما می‌رین اون‌جا می‌گین یک نفر خوب معرفی کنید، می‌گن باشه، از

فردا ۳-۴ نفر می‌فرستیم، پس فردا ۶ نفر، تعداد رو کم کنیم کیفیت رو ببریم بالا، اونقدر سخت بگیریم، بگیریم من دقیقا همچین نیروی می‌خوام.



### شبکه‌های اجتماعی

تلگرام، اینستاگرام، سروش و دیگر شبکه‌های اجتماعی، توی این شبکه‌ها تبلیغات بدین، یا سایت‌ها، سایت دیوار الان خیلی عالی شده، یعنی توی بحث استخدام می‌تونیم ازش نتیجه بگیریم.



یادتونه گفتم دائم در حال استخدام باشید، بیاین این روش‌های مختلف رو بنویسید. من دارم بهتون روش می‌گم، اینارو بنویسید، بعد اولویت‌بندی کنید، کدوم روش‌ها برای شما خوبه، کدوم بهتره، شاید دیوار باشه سومی یا چهارمی، یا پنجمی، ماهی یک‌دونه تبلیغات اون‌جا بذارین و همیشه در حال استخدام باشین، سایت شیپور هم بد نیست، اما نسبت به دیوار

خیلی ضعیف‌تره.



### برگزاری دوره فروش

یکی از حرفه‌ای‌ترین کارهاست، که ما برای یک مجموعه انجام دادیم، در یک مجموعه ما می‌خواستیم بازاریاب استخدام کنیم، روش‌های مختلف اجرا کرده بودند، نشده بود، یک بنر طراحی کردیم، آموزش فروش و بازاریابی به صورت حرفه‌ای، یعنی فقط آموزش بود، این بنر رو توی تلگرام، اینستاگرام، جاهای مختلف پخش کردیم، بعد حدود ۲۰۰ نفر اومدن توی این دوره شرکت کردند که بیان به صورت رایگان آموزش ببینند.

بعد یکی دو جلسه که گذشت، ما پیشنهاد دادیم که این دوره‌ای که برگزار شده، مبلغش رو مجموعه فلان پرداخت کرده، هزینه‌ش رو مجموعه فلان داده و دنبال بازاریاب هستند اگر می‌خواین همکاری کنین، این فرم‌ها رو برای ما پر کنید، بعد یک عده از توی اونا حدود ۵۰ - ۶۰ نفر فرم پر کردند، ما از توی این افراد ۲۰ تا بازاریاب حرفه‌ای استخدام کردیم.

اون جا یک کار دیگه هم که انجام داده بودیم، این بود که اول نیروهای خودشون آموزش می‌دیدند، اینا قرار بود اول نیروهای خودشون رو

آموزش بدن ۷-۸ تا نیرو داشتند، می‌خواستند نیروی جدید بگیرند، اول نیروهای خودش آموزش می‌دیدند، بعد که تموم می‌شد، ما اومده بودیم مکان بود، همه چیز مهیا بود، ادامهش بقیه می‌اومدن، که بعد همه با هم یکی شدند، پس یکی از بهترین روش‌هاش اینه، دوره فروش برگزار کنید.



## کتاب‌فروشی‌ها

من خودم کتاب‌فروشی زیاد می‌رم، وقتی می‌رم اونجا، می‌بینم طرف اومده کتاب بازاریابی رو می‌خواد بخره، می‌ره کتاب آقای فلانی رو برمی‌داره، می‌گم شما بازاریابین؟ می‌گه بله، من شرکت فلانی کار می‌کنم، از همون جا آشنایی شروع می‌شه.

یا خود کتاب‌فروش‌ها، کتاب‌فروشی می‌دونه این آقای که میاد مدیره، این آقا بازاریابه، دیگه اونقدر طرف اونجا رفته که اون‌ها رو می‌شناسه و می‌تونه به شما معرفی کنه یا خودتون با اون‌ها در محیط کتاب‌فروشی آشنا بشید.

## بازاریاب‌هایی که می‌شناسید

مدیرهایی که قبلاً خودشون بازاریاب بودند، بازاریاب‌های زیادی

می‌شناسند، بازاریاب‌های که می‌شناسین رو لیست کنید بعد می‌تونین بهشون زنگ بزنین و دعوت به کار کنید.

## بازاریاب‌های رقبا

هر چی بازاریاب می‌شناسید، بهشون پیشنهاد کار بدین، توی استخدام بازاریاب، مثل فروشه، دیگه از نه گفتن نترسین، یعنی به ۴تا بازاریاب گفتین، گفتن نه، خوب چه اشکالی داره، شما یک روندی رو باید طی کنید و احتمال این‌که بازاریاب بعدی پیشنهاد شما رو قبول کنه خیلی زیاده.



توی فروش می‌گیم، مثلاً شما محصول رو باید به ۱۰ نفر پیشنهاد بدین، تا ۳ نفر از شما بخرن، نفر اول و دوم وسوم و چهارم نمی‌خره، اما پنجمی می‌خره، ششمی نمی‌خره اما دهمی می‌خره. استخدام بازاریاب هم همین جوریه، شاید شما به ۴ تا شون پیشنهاد بدین، بگن نه خوب اشکال نداره، پنجمی، ششمی، هفتمی، هشتمی، اصلاً از نه شنیدن نترسید.

## کشف استعدادها

یک نفر رو می بینین، جنمش رو داره، می تونه این کار رو انجام بده، فن بیانش خوبه، زبان بدنش خوبه، الان دانشجویه، یا هر کار دیگه ای داره انجام می ده، یا اصلاً آبدارچی، الان توی یک شرکت دیگه داره کار می کنه، شما این رو تشخیص می دین، که این شخص می تونه فروشنده خوبی باشه، پیشنهاد خوب بدین تا بیاد توی مجموعه تون و برای شما بازاریابی کنه.



## خودتون

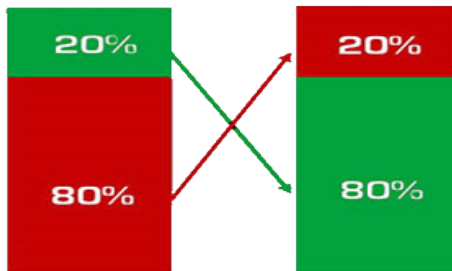
حتماً قانون ۲۰ به ۸۰ رو شنیدید، قانون ۲۰ - ۸۰ می گه چی؟ ۲۰ درصد از کارهایی که انجام می دیم ۸۰ درصد از نتایج ما رو به ما می دن، و ۸۰ درصد کارها فقط ۲۰ درصد نتایج را به ارمغان میارند. این قانون رو برای خودتون اجرا کنین، ببینین از صبح تا شب چکار کردین، ما با مدیرهای مختلف این رو تست می کردیم. با یک مدیر تست کردیم، دیدیم نصف روزش رو می ذاره برای این که به باغش برسه، دو تا ویلا داشت، یعنی نصف روز وقتش رو می ذاره توی این

ویلاش، بعد گفتم خوب یک دونه سراپدار بگیر، یک نفر یک باغبون بگیر توی ویلات بزار، یک دونه سراپدار گرفت، با مبلغ خیلی کم، نصف روزش خالی شد، گفتم حالا برو وقت خالی خودت رو بازاریابی کن، با همین کار ساده درآمدش ۳ برابر شد.



### قانون ۲۰ به ۸۰

یکی از بهترین کارهایی که ما بعنوان یک مدیر می‌تونیم انجام بدیم، بازاریابی مشتری‌های رؤیایی هست یا همون مشتری‌های گردن کلفت. مشتری‌های قوی رو بازاریاب ساده نمی‌تونه ویزیتش کنه، بازاریابی که شما می‌یارین شاید نمی‌تونه بره به مشتری‌های گردن کلفت، محصولتون رو بفروشه یا مشتری‌های قوی رو جذب کنه، فقط کار خودتونه. لطفاً ۲۰ - ۸۰ رو اجرا کنین و در زمان‌های ایجاد شده برین سراغ مشتری‌های رؤیایی، مشتری‌هایی که می‌تونن خریدهای بزرگ از شما انجام بدن.



برای یک پخش مواد غذایی این کار رو انجام دادیم، بعد مدیر چکار می‌کرد؟ می‌رفت چک‌ها رو نقد می‌کرد، دنبال چک‌ها بود، محصول‌ها رو تحویل بده، این بار، رفت اون بار، نرفت. همش داشت این کار رو انجام می‌داد.

یک نیروی دفتری براشون گرفتیم، کارها رو انجام می‌داد، بعد می‌گه آقای تقدسی، من ۴ تا بازاریاب داشتم، از وقتی که خودم شروع کردم به کار، فروشمون ۲ برابر شد، بعد گفتم چرا؟

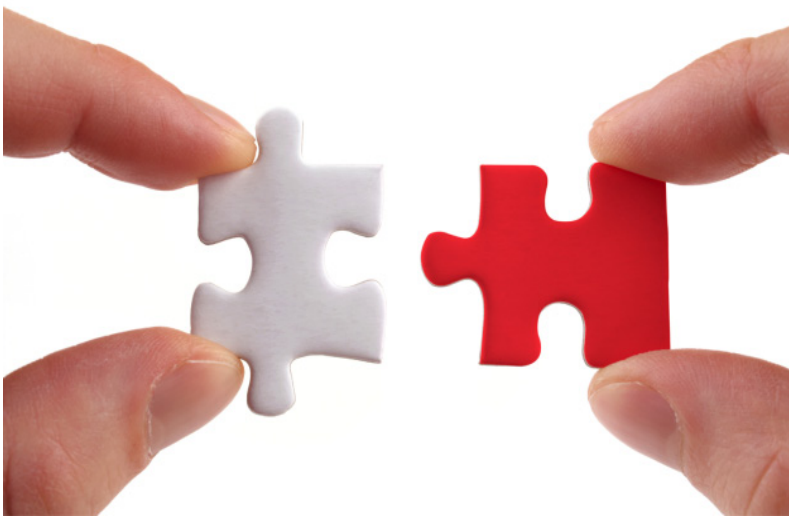
به خاطر این‌که بازاریاب‌ها دیدند من خودم دارم کار می‌کنم، فروش نیروهام هم رفت بالا، از اون طرف من رفتم سراغ مشتری‌های گردن کلفت، مشتری‌هایی که خرید زیاد می‌کنند، خریدمون زیاد شد از طرفی به خاطر فروش زیاد من از مجموعه‌ها تخفیف گرفتم، از کسانی که خرید می‌کردم، تخفیف گرفتم، هزینه‌هامون کاهش پیدا کرد، دست بازاریاب‌هام توی تخفیف دادن باز شد، یک دفعه‌ای فروشمون دو برابر شد، یعنی با یک تغییر کوچیک تونستیم یک نتیجه بزرگ به دست بیاریم.

## استخدام نیروی مکمل

یعنی بیایم از نیروهای مکمل استفاده کنیم، این تکنیک رو ما خودمون استفاده کردیم، بازاریاب می‌فرستادیم توی ساختمون‌ها، بعد توی ساختمون‌ها کارگر هست، مهندس هست، همه جور آدم هست. وقتی نیروی آقا می‌فرستادیم، به اینا اصلاً اطلاعات نمی‌دادند، خانوم می‌فرستادیم سرکارش می‌داشتن، خیلی اذیتش می‌کردن، بعد چکار کردیم؟ اومدیم از نیروی مکمل استفاده کردیم، مثلاً بازاریاب آقا داشتیم،



یک نیروی خانم استخدام کردیم، با همدیگه می‌رفتن سر پروژه، خانم می‌رفت اطلاعات رو می‌گرفت، آقا می‌رفت باهاشون صحبت می‌کرد، با هم می‌رفتند، یعنی این کار رو با همدیگه انجام می‌دادند. می‌تونید یک نفر بگیرین بره بانک اطلاعاتی جمع‌آوری کنه، اطلاعات اولیه رو بیاره در اختیار بازاریاب‌هاتون قرار بده، بزارین مکمل نیروهاتون بشه، یک سری از کارهایی که بازاریاب‌های شما انجام می‌دن و بازدهی خوبی نداره رو بدین به نیروی مکمل، یک نفر در کنارش قرار بدین، بگین آقای فلانی شما از این به بعد این کار رو انجام نده، این نیرو رو در اختیار شما قرار می‌دیم، برای شما فایل می‌یاره، اطلاعات می‌یاره، جنس‌های شما رو می‌ره تحویل می‌ده، هر کدوم از کارها چون شغل‌ها، با همدیگه فرق می‌کنه با توجه به نیازش بهش کمک می‌کنه.

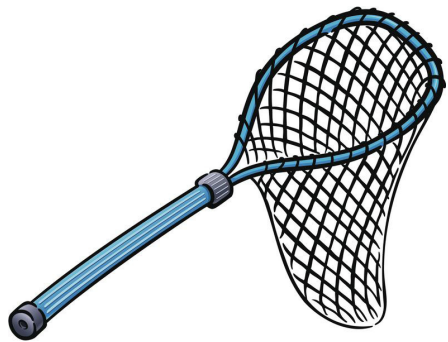


## روزنامه

من خودم خیلی بهش زیاد اعتقاد ندارم، روش‌های دیگه‌ای هم هست، ولی این هم یکی از روش‌هاست.

<p><b>به تعدادی بازار یاب</b> جهت کار ام‌دی اف بازرگانی ۰۹۱۵۱۰۱۱۸۵۰</p>	<p><b>روبه روی انصاف شوق</b> پارس پارس ۳ ۰۱۵۲۶۰۰۰۲۲۲ ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۸۳۸</p>	<p><b>تیمسار و همکاران</b> (فروش تکت و پوست) ۸۱ آری ۱۵ ۳۸۹۲۱۲۷۱</p>	<p><b>حقوق قانونی گر و پورست</b> + بیمه + عقد قرارداد رسمی فروش خود به افراد زیر نیز عقد است ۳۸۹۱۶-۲۸-۳۸۲۷۵۲۷</p>	<p><b>آلترن</b> جهت تکمیل سرویس فروش خود به افراد زیر نیز عقد است ۱- سرپرست فروش ۲- یک نفر آشنا به فروش ۳- محاسبات و حسابداری ۴- ب فرزند آقا و نظری ۵- یکسال تجربه فروش عمومی مزایا: حقوق پایه قانونی کار بهره‌رسانی پاداش چشمه تأمین اجتماعی مرامه حقوقی حقوقی عشاقی یک پانک ۳۱</p>	<p><b>فروش قانونی گر و پورست</b> ساخت سرمایه ۱۳۱ نقد حقوقی من و من ۳۶۶ ۲۳۶۶۲۲۲۲ ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>انبار دار</b> با حداقل ۱۰۰میل سرمایه کار خرید تکمیل فرم سرمایه www.parsbank.ir</p>
<p><b>بازار یاب و کارشناسی فروش</b> آشنا به تکنیک بازاریابی شرکت عرضه تجهیزات پزشکی ۳۷۶۶۶۶۶۶</p>	<p><b>بازار یاب حرفه ای خان</b> فرزادین پارس سگستانه من و من شرکت عرضه تجهیزات پزشکی ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>درآمد بالای</b> ۲ میلیون در ماه محل زندگی ایده آل بازار یاب تبلیغاتی حقوق ثابت ۱۰۰ هزار تومان + پورست ۳۸۸۴۳۱۰۳-۵</p>	<p><b>به تعدادی بازار یاب</b> برنامه خود را می در محدوده طالب بازار یاب ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به تعدادی ویزیتور</b> جهت توزیع و بازاریابی ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به تعدادی ویزیتور</b> به یک مدیر فروش با سابقه در زمینه خود جهت توزیع و بازاریابی آقای محمود ۰۹۱۵۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به یک نفر</b> جهت کار در انبار نیز متخصص حداقل مدرک تخصصی دیپلم ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>
<p><b>شرکت کار با راه</b> <b>حاشیه احمد آباد</b> جهت تکمیل کار در فروش خود به تعداد و نفر بازار یاب تبلیغاتی خانم با حقوق ثابت پورست عالی و ۳۰٪ پورست بازار یاب آقا یا پورست عالی نیز مدیریت ارسال نام به سامانه یابکی ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>ویزیتور خانم</b> بازار یاب جهت خرید نیز مدیریت ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>یک شرکت معتبر</b> صنایع غذایی نیز دست است میدان کامپوسن بازار یاب و سرگرمی ساخت سرمایه ۱۰۰ ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>کاشی و سرامیک</b> به چند نفر بازار یاب جهت فعالیت در مشهد و شهرستانهای اطراف نیز مدیریت کاشی در ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰ عشاقی ۰۹۲۵۹۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>بازار یاب مجرب</b> جهت همکاری با کارخانه فعال ساخت پوشاک با پورست عالی نیز مدیریت ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>دعوت از گله بازار یابان</b> با سابقه در زمینه خود جهت توزیع و بازاریابی پورست عالی ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به یک نفر</b> فوق دیپلم گرافیک بازار یاب ۳۲۲۸۷۱۵-۱۷</p>
<p><b>حقوق و مزایا بیمه</b> سه میلیون تومان به تعدادی بازار یاب فرزادین پارس سگستانه من و من شرکت عرضه تجهیزات پزشکی ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به تعدادی</b> <b>بازار یاب مجرب</b> جهت فروش محصولات پیداکننده نیز مدیریت حقوق و مزایای بالا ۳۸۴۳۲۲۲۲</p>	<p><b>خانم با روابط</b> <b>عمومی بالا</b> و سابقه کار جهت بازار یاب جامعه زمانی نیز مدیریت چهارراه طاب عرض ۲۵ پانک ۳۳۹ فرامجه صبح ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>بازار یاب حضوری آقا</b> جهت فروش یکپاره ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به ویزیتور حرفه ای</b> جهت فروش مواد و تجهیزات نیز مدیریت ۰۹۱۵۲۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به یک نفر</b> جهت تکمیل کار در فروش خود به تعداد و نفر بازار یاب تبلیغاتی خانم با حقوق ثابت پورست عالی و ۳۰٪ پورست بازار یاب آقا یا پورست عالی نیز مدیریت ارسال نام به سامانه یابکی ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰</p>	<p><b>به تعدادی</b> <b>بازار یاب</b> جهت پخش محصولات پزشکی و بهداشتی و مواد غذایی پورست عالی ۰۹۲۵۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ۳۲۲۸۷۱۵-۱۶</p>

تا جایی که می‌تونین تورتون رو بزرگتر کنید، از روش‌های مختلف استفاده کنید، روش‌ها رو اولویت‌بندی کنید هر چقدر روش‌ها بیشتر باشه، ما داوطلب‌های بیشتری داریم.



## بازاریاب‌های مویرگی

یکی از روش‌هایی که من خودم خیلی دوستش دارم و خیلی ارزش استفاده می‌کنم و بیشتر انرژی مو روی این روش می‌زارم.



### چطور از این روش استفاده کنیم!؟

ببینین؛ اول افرادی رو که با مشتری‌های شما در ارتباطند، شناسایی کنید، یعنی مشتری شما قبل از این که پیش شما بیاد، اول پیش اون رفته، یا این که با همدیگه مشتری‌های مشترک دارین، اینا می‌تونن مویرگ‌های شما باشن، تمرینش رو انجام می‌دین تا مشخص بشه مثلاً شرکت‌های آسانسوری مویرگ‌هاش کدوم شرکت‌ها هستن؟ پیمانکاران ساختمان، کسایی که پنجره می‌زنند، کسانی که سنگ کارند، مصالح فروشند، برق کارند، بنگاه‌ها، کاشی کارا، لوله‌کشا، برق‌کشا، ابزار فروش‌ها

و ...

مویرگ‌ها شما چه کسانی هستن؟

## تمرین بعدی، مویرگ لوازم آرایشی‌ها

آرایشگاه‌ها، مزون‌ها، باشگاه‌های ورزشی، خانوم‌ها، دور همی خانوم‌ها و ...



### تعمیرگاه‌ها، کیا می‌تونن مویرگ‌هاش باشن؟

تراش‌کارها، امداد خودروها، کسانی که لوازم یدکی می‌فروشند، تعویض روغنی‌ها، همکارهای خودشون، مثل تعمیرکار، صافکار و ...

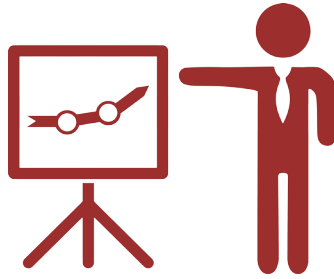
می‌دونین من مویرگ‌ها رو چرا بیشتر دوست دارم؟ چون با مدیرها سرو کار داریم، من که بازار هدفم مدیرها هستند، یک بازاریاب نمی‌تونه مدیرها رو جذب کنه، اما وقتی با یک مدیر ارتباط می‌گیرم، مدیر می‌شه مویرگم، مثلاً یک مدیر پیامک می‌زنه به مشتری‌هاش، صدنفر میان توی سمینارم، ۵۰ نفر میان توی سمینارم، بعد اون مدیر فقط از من پورسانت می‌خواد، دنبال حقوق ثابت نیستش.

مویرگ یک چیز خوب دیگه هم داره، یک بار مشتری رو معرفی کرده دیگه مشتری ثابت می‌شه و همیشه از شما خرید می‌کنه و فقط یک بار از شما پورسانت می‌گیره.

### مزایای بازاریابی مویرگی

۱- دسترسی به مشتری‌های زیاد، یعنی من یک بار با یک مدیر آشنا می‌شم، مویرگ خودم می‌کنم، یک دفعه‌ای به ۱۰۰ تا مشتری دسترسی

پیدا می‌کنم، هزار تا مشتری پیدا می‌کنم، یعنی با آوردن یک مویرگ  
تونستم ۱۰۰۰ تا مشتری جذب کنم.



- ۲ - اعتماد مشتری خیلی زیاده، یعنی اگر یک صافکار می‌شه مویرگ  
یک تعمیرگاه، صافکاره، می‌گه می‌خوای ماشینت رو درست کنی برو  
پیش آقای فلانی، اعتمادسازی انجام می‌شه.
- ۳ - هزینه‌ش خیلی کمه، چون نه حقوق ثابت داری، هیچ کدوم از این  
هزینه‌ها رو نداری.
- ۴ - دستیابی راحت به کسانی که دسترسی بهشون کار خیلی سخته.

## دستورالعمل

مویرگ‌های خودتون رو بنویسید.



ببینین اگر من برم توی یک مجموعه‌ای، بگم آقا بیا با من کار کن،

پورسانت بگیر، هیچ وقت این کار رو انجام نمی‌دن، خیلی از ماها همین مویرگ‌ها رو، تست کردیم، به کلی از آدم‌ها گفتیم، بیا یک نفر رو معرفی کن، معرفی نکردند، چرا معرفی نکردند؟ چون ده نفر دیگه، صد نفر دیگه، مثل شما این درخواست را داشتند، پس این کار رو انجام نمی‌دن، باید چکار کنیم؟ باید تمایز ایجاد کنیم، باید با اونا فرق کنیم.

### چطوری؟!

مثلاً من می‌خوام یک مویرگ رو اضافه کنم اولین کاری که می‌کنم می‌رم توی یک مجموعه، با یک هدیه وارد می‌شم، یک هدیه براش می‌برم، مثلاً یک بسته شکلاتی، من بخوام برم یکی از کتاب‌های خودم رو می‌برم، حالا هرچی، می‌گم این هدیه از طرف من، این هدیه رو هم بدون هیچ چشم‌داشتی باید بدیم، یعنی این‌طور نباشه که حتماً باید مویرگ بشه، هدیه است دیگه، هیچ اشکالی نداره، حالا هدیه‌ام رو می‌دم، کارم رو بهش معرفی می‌کنم، یک نکته اونم این‌که باید تعهد داشته باشم، من با خیلی از کسانی که باهاشون کار می‌کنم یک فرم تعهد می‌دم، می‌گم ببین، اگر مشتری معرفی کردین، این فرم تعهد، تعهدشم یک طرفه است، می‌گم من متعهد می‌شم در ازای مشتری که شما معرفی می‌کنید، این درصد رو به شما بدم، درصدش رو هم شما مشخص می‌کنید، و این فرم تعهد رو هم زیرش امضاء می‌کنم، می‌گم این فرم تعهد، خدمت شما، دوست داری خودت هم امضاء کن، چون من امضاء کردم، خواهشاً قرارداد درست نکنید، اگر قرارداد باشه طرف می‌ترسه، می‌گه، حتماً من هم متعهدم. برای همین اسمش رو تغییر دادم نگفتم قرارداد. شما فقط چون دارین امضاء می‌کنید، می‌گین دوست داری امضاء کن،

دوست نداری امضاء نکن، ببینین من دارم تعهد می‌دم، من با دیگران فرق می‌کنم، فقط زبونی نگفتم، این فرم تعهد، من به شما می‌دم، اگر مشتری گرفتم، خرید کرد من این درصد رو به شما می‌دم. پس اول از همه نمک‌گیرش می‌کنم. دوم مهمترین مورد، پیگیری مویرگ، باید پیگیری بشه، بهش زنگ بزنین، باهاش در ارتباط باشین، نمی‌دونم سمینار بزارین، همایش بزارین، این ارتباط رو قطع نکنین، بهش پیامک بدین، هر هفته بهشون اس‌ام‌اس بزنین. خیلی مهمه که پیگیری بشه، اگه نشه، اون مویرگ قطع می‌شه. پیگیری کنین، پیامک بدین، باهاشون در ارتباط باشین، سمینار بزارین همایش بزارین، دعوتش کنین، مهمونی بگیرین، در ماه مبارک رمضان افطاری بدین.

### آخرین نکته؛ آیا مویرگ دیگران بشیم؟ یا نشیم؟

مویرگ بشیم، ولی بیشتر دنبال مشتری باشیم، یعنی چی؟ مویرگ کسانی باشیم که بگیریم به شرطی که به من مشتری بدی. دنبال اون درصد نباشیم، چون درصد خیلی کمه، یک بار هم هست، دنبال این باشیم که مشتری بفرسته، مشتری خیلی با ارزش تره، چون یک مشتری چندین بار از شما خرید می‌کنه.



## نکته

یک تعهد به خودتون بدین، روزانه چند تا مویرگ اضافه کنین، بستگی به شغلتون داره، یک نفر می‌گه آقا من حداقل روزی یک مویرگ اضافه می‌کنم، در سال می‌شه ۳۰۰ تا ۳۵۰ تا، بنویسین همین الان روزی چند تا مویرگ می‌خواین اضافه کنین؟ روش فعال‌سازی یادتون نره؛ هدیه می‌زارین، اطلاع می‌دین، باهاشون دوست می‌شین، فرم تعهد می‌دین، پیگیری‌شون می‌کنین، پیگیری آخرش خیلی مهمه، یعنی شما اگه همه کار بکنین، هدیه بدین، اما اگر پیگیری نکنین، همون هدیه‌تون هم از دست رفته، ارتباط رو قطع نکنین، چون اگر ارتباط رو قطع کنین طرف یادش می‌ره.

## نکته پایانی

در مورد پورسانت دادن به مویرگ‌هاتون، خواهشاً خصاصت به خرج ندین و با جون و دل بهشون پورسانت بدید. حتی بعضی وقت‌ها بیشتر از چیزی که قول داده بودید.