

گپه بازار موندنه
يا نيتورک مارکيتپنگ
گام په گام

Network Marketing
Step by step

Written by: STORAI KHAN

ليکوال: ستوري خان

۲۰۱۹

د کتاب ځانگړنې

د کتاب نوم: گډه بازار موندنه
ليکوال: ستوری خان
خپرنډوی: انتشارات فرهنگ
د پښتۍ ډیزاین: عبدالحنان شرافت
تدوین: عبدالغني الهام
چاپ ځای: کاروان مطبعه
چاپ شمېر: ۱۰۰۰ ټوکه
چاپ کال: ۲۰۱۹
قیمت: ۱۵۰ افغانۍ
د اړیکې شمېره: ۰۰۴۳۶۷۸۱۲۱۹۰۶۵
برښنالیک: stoorai@gmail.com

ډالۍ!

هغو ځوانانو ته چې تل يې د ژوند په هره برخه کې آزادي غوښتې او
خوښه کړې ده.

مننه!

له خپلې گرانې مېرمنې چې د ژوند په هر گام کې يې له ما څخه
ملاتړ کړی دی.

يادښت

گام په گام گډه بازارموندنه يا نيتورک مارکېټينگ د ستوري خان لومړی کتاب دی، چې ليکلی يې دی.

نيتورک مارکېټينگ نن سبا په نړۍ کې يو غوره او بهترين کسب دی. دا کتاب ستاسې سره د نيتورک مارکېټينگ کسب د زده کړې په برخه کې ډېره مرسته کولای شي.

دغه کتاب د نيتورک مارکېټينگ په برخه کې لومړی بشپړ او هر اړخيز د پښتو ژبې کتاب دی، چې ما لوستلی دی.

په دې کتاب کې د نيتورک مارکېټينگ د برخې نړيوالو ماهرينو ويناوې، خبرې او تجربې راټولې شوې او ځای پر ځای شوې دي.

د زده کړې لپاره هره څانگه يوه ځانگړې ټرمينالوژي لري چې بلې ژبې ته په اوښتو هغه خپله اصلي مانا له لاسه ورکوي، خو ستوري صيب دا کتاب په داسې بڼه په پښتو ژبه ليکلی دی، چې هره خبره هم خپله هغه اصلي مانا ورکړي او هم په آسانۍ سره پرې پوه شئ.

باوري يم چې د دې کتاب له لوستلو به نه پښېمانه کېږئ.

په درنښت

عبدالحنان شرافت

نیتورک مارکېټینګ څه شی دی؟

تر ټولو لومړۍ خبره دا چې په نیتورک مارکېټینګ کې باید د (نه) اورېدلو حوصله ولری.

بېلا بېل خلک د نیتورک مارکېټینګ په اړه بېلا بېل نظرونه لري همدا شان که له مختلفو اشخاصو وپوښتو چې نیتورک مارکېټینګ څه شی دی؟

نو مختلف ځوابونه به تر لاسه کړو.

هغه کسان چې د نیتورک مارکېټینګ له لارې بریا ته رسیدلي دي، هغوی د اړیکو رغول زده کړي دي، په کار یې لاس پورې کړی دی، او د یو بريالي کاروبار لټه یې کړې ده چې له دې لارې یې میلیونونه ډالر گټه تر لاسه کړې ده.

دغه کسان به تاسې ته وایي چې نیتورک مارکېټینګ د انساني تاریخ یو لوی او غوره فرصت دی، د هغو خلکو لپاره چې ډېرې پیسې نه لري د پیسه داره کېدو یوه ښه زمینه ده او د هغو کسانو لپاره چې غواړي په کمه پانگونه یې پیل کړي کولای شي ډېرې پیسې تر لاسه کړي.

که چېرې د هغه خلکو سره خبرې وکړئ چې په دغه کار کې یې ډېر وخت تېر کړی وي اما بیا هم څه لاس ته نه وي ورغلي نو هغوی به تاسې ته ووايي: نیتورک مارکېټینګ هېڅ پایله نه لري یوازې هغه کسان چې په سر کې دي کولای شي یو څه تر لاسه کړي.

نو دې ته په لیدو سره څوک په حقه دي؟

البته که سم فکر ورته وکړو هېڅ یوه یې د نیتورک مارکېټینګ په اړه سم
ځواب نه دی ویلی چې نیتورک مارکېټینګ څه شی دی؟
ښه بیا نیتورک مارکېټینګ څه شی دی؟

د ویکپیډیا له مخې، نیتورک مارکېټینګ هغه کسب دی چې د خرڅلاو
د برخې کسان یې پرته له دې چې د تولیداتو او خدماتو د خرڅلاو له
لارې عاید تر لاسه کړي د کمېشن په شکل کې عاید تر لاسه کوي، دا
کسب د یوې شبکې شکل خپلوي چې له پلورونکو پیلیري او بیا داسې
سلسله په سلسله لاندې اوږدېږي یا پرمخ ځي او د هر کس لاندې چې
دا سلسله مخ په وړاندې ځي د عاید خاوند کېږي.

راځئ دا به یو څه نوره هم روښانه کړو تر څو د نیتورک مارکېټینګ په
مانا او کار باندې سم وپوهېږو...

تاسو په دې ښه پوهیږئ چې هېڅ کله بل چا ته په کار کولو څوک نه
پیسې دانه کېږي او په دې هم پوهیږئ چې د یو کاروبار جوړول او د
هغې له لارې ښه گټه تر لاسه کول هم هغه څه دي چې ستاسو په ژوند
باندې ژوره اغیزه لري نو د نیتورک مارکېټینګ له لارې تاسې کولای
شئ چې حتا نور کسان هم د ځان سره په کار وگماری، کولای شئ
چې له خپل کوره یې پیل کړئ او د خپلې خوښې وخت ورته ورکړئ
همداشان دا فرصت لرئ تر څو له مالي پلوه خپل ځان آزاد کړئ.

ددغو مواردو له لارې تاسې کولای شئ په کمه پانگونه او هغه زدکړه
چې تاسې یې تر لاسه کوئ د یو داسې شرکت سره یو ځای شئ او په
کار پیل وکړئ چې د نیتورک مارکېټینګ په برخه کې فعالیت کوي.

خو خبره دا ده چې تاسو په رښتيني ډول له څنگه يو تجارت سره يو
ځای کېږئ؟

نيتورک مارکېټينگ په اصل کې څه شی دی؟

کله چې تاسې له يو شرکت سره چې په نيتورک مارکېټينگ برخه کې
فعاليت کوي يو ځای کېږئ نو تاسې دې ته چمتوالی ښايی چې ددغه
شرکت توليدات او خدمات به خلکو ته وړاندې کوی.

تاسو په ډېره لږه پانگونه کولای شئ چې د نيتورک مارکېټينگ دغه ډگر
ته راشئ.

تاسې د يو شرکت د کارکوونکي په توگه نه گمارل کېږئ بلکې تاسې د
يو آزاد کاروبار مالک کېږئ چې د يو پلورونکي په شکل د شرکت سره
د يو مشاور په توگه د کار چمتوالی اعلانوی او د توليداتو د خرڅلاو د
هغه مقدار له مخې چې تاسې يا ستاسو په نيتورک کې لاندې نورو
کسانو کړی وي کمېشن تر لاسه کوی.

يا په بله مانا د عايد د تر لاسه کولو لپاره تاسې يا ستاسې په نيتورک کې
لاندې نور کسان د شرکت توليدات يا محصولات بايد وپلوري ځکه
چې ددغو توليداتو د پلور له مخې تاسې د عايد تر لاسه کولو لور ته
حرکت کوی.

ددې سربېره چې نيتورک مارکېټينگ ډېر هڅوونکی او گټور مسلک دی
ولې همدومره بيا ننگوونکی هم دی، تر ټولو اړينه يې دا چې که چېرې

تاسې پلور، بازار موندنه، جذب او ټيم ونه لرئ نو شايد ستاسو هڅې ستاسو د پايلو په وړاندې ستاسو په زړه نه وي.

که د «نه» اورېدو توان نه لرئ نو نيتورک مارکېټينگ ته مه راځئ، که د هغو خلکو له ډلې ياستئ چې د «نه» اورېدو سره خپله انگېزه او هيله له لاسه ورکوي نو په دې بايد پوه شئ چې دلته د اخيستونکو لخوا ستاسو د وړانديز پر وړاندې د «نه» اورېدو تله ډېره درنده ده.

ډېری وخت خلک ستاسو وړانديز ردوي، دا له دې کبله چې ډېری وخت اخيستونکي په پلورونکو باور نه لري او دې ته ترجيح ورکوي چې يا يې له معتبرو نماينده گيو واخلي او يا يې خپله له شرکت نه واخلي خو که چېرې حوصله ولرئ نو د دوامداره او لوړ عايد يو ښه مسلک او ښه لاره ده.

زه پوهېږم چې په لومړيو کې نيتورک مارکېټينگ سخت او ننگوونکی کار کېدای شي، آيا کله مو داسې انگېرلې ده چې تاسې په نيتورک مارکېټينگ کې ماتې خوړلې ده؟

که رښتيا ووايو نو موږ اکثره په نيتورک مارکېټينگ کې ځينې وختونه له ماتې سره مخ شوي يو، زه يې منم چې زه هم ور سره مخ شوی يم.

ډېر بريالي خلک هغه دي چې ډېر له ماتې سره مخ شوي وي.

په عامه توگه موږ ددغو وگړو او ددوی د شرکتونو په اړه هغه مالومات لرو چې دوی يې په تر سره کولو سره بريالي شوي دي او يا د هغو هڅو په اړه خبر يو چې دوی بريا ته تر رسېدو پورې تر سره کړي دي.

دا چې مور د دوی د ماتو په اړه مالومات نه لرو نو دا د دې سبب کېږي چې مور یوازې ددوی د لاس ته راوړنو سره ځان مقایسه کوو او دا په اصل کې مور ته د هغو تېروتنو او ستونزو اصلاح کول سختوي چې مور په نیټورک مارکېټینګ کې ورسره مخ کېږو پرته له دې چې دا خبره په پام کې وساتو چې د بريا د تر لاسه کولو نه وړاندې مور له ستونزو او ماتو سره هم مخ کېدای شو.

زموږ خپل فکرونه ددې سبب کېږي چې خپلې وړتیاوې تر پوښتنې لاندې راولو، داسې فکرونه مور له ماتې وپروي، حتا په ځوانۍ کې لا مور ته داسې رابښودل کېږي چې تېروتنه کول او ماتې خوړل بد کار دی چې زموږ ذهن په خپله د تېر وخت دا دردوونکي یادونه راته مخې ته کوي او د منفي احساساتو سبب کېږي، په ځان مو بې باوره کوي او د تېروتنو د ترسره کولو نه مو ډاروي.

جې کې راولینګ چې یو مشهور لیکوال دی وايي « دا امکان نه لري چې تاسې په یو څه کې له ماتې خوړلو پرته ژوند وکړئ، که تاسې په دومره احتیاط ژوند کوئ نو تاسې اصلا ژوند نه کوئ چې دا په خپله یوه ماتې ده».

حوصله ولرئ، په ژوند کې ماتې راځي، هیڅوک بشپړ نه دي او مور په سخت وخت کې له ماتو سره مخ کېږو خو که چېرې مور د ماتې له وپړې په محتاط ډول ژوند وکړو نو مور به هیڅکله د هغو ماتو چې په ژوند کې یې تجربه کوو مدیریت کول زده نه کړو او کله چې مور له ستونزو سره مخ کېږو اکثره ددې سبب کېږي چې مور ماتې ومني او تسلیم شو خو پوښتنه بیا هم پاتې ده!

مورځ څنگه کولای شو چې ځان پوه کړو یا دا زده کړو چې کله که داسې ننگونو سره مخ شو نو څنگه کولای شو چې د خپلې گټې لپاره یې وکاروو؟
دلته درته څلور هغه لارې وړاندې کوم چې تاسې پرې منفي تجربې په مثبتو پایلو بدلولی شئ...

۱- دا ومنئ چې ماتې خوړل ددغه بهیر یوه برخه ده:
کله چې سخت وخت راشي نو یوه مایوسه کوونکې خبره چې له نورو یې اوږو هغه دا ده چې «مثبت اوسه» د مثبت فکر دغه مفهوم د خلکو له لوري تل ناوړه کارول شوی دی چې ددې له اورېدو سره، سره مورځ په هغه څه چې له مورځ سره پېښېږي خوشالېدای نه شو او څوک چې دا خبره کوي یا خو دروغ وايي یا لېونی دی.
مثبت فکر، کېدای شي ددې لپاره وکارول شي چې مورځ زدکړه وکړو او له هغه څخه چې مورځ یې تجربه کوو راووځو، ددې مانا دا نه ده چې د ماتې خوړلو هڅه مو وکړه، ددې مانا دا ده چې که له ستونزې یا ماتې سره مخ شوې نو ته مه کښېنه بلکې په دې پوه شه چې دا ستا آخري منزل نه دی دا یوازې ستا په سفر کې یوه مرحله ده چې تا هغه ځای ته رسوي کوم چې ته ورته اړتیا لرې ترڅو هلته واوسې.
کله چې مورځ په ژوند کې ستونزې تجربه کوو نو دا سمه ده چې پاتې به راځو، په ځان به غصه کېږو او مایوسه کېږو به خو موخه مو باید هم دلته پاتې کېدل نه وي.

۲- خپله مایوسي او ناهيلي لري کړی:

کله چې تاسې یو څه مخ ته ولاړئ او لاره مو ځان ته پاکه کړه نو تاسې بیا دا قبلولې شی چې څه پېښ شوي لنډه دا چې بېرته به له مینځه ولاړه شي او تاسې به بېرته په هغه څه چې درسره پېښ شوي دي له سره تمرکز وکړای شی.

۳- بي حده صادق واوسی:

تر ټولو سخته مرحله چې ۹۰ سلنه خلک یې نه کوي هغه دا ده چې دوه دقیقې وخت په هغه څه چې درسره پېښ شوي دي منعکس کړئ او د خپل ځان سره صادقانه پرېکړه وکړئ چې ولې داسې وشول؟ اکثره خلک هر هغه څه کوي چې د تېروتنو د بیا تکرارولو مخه نیسي. هر څو که موږ دا کار ونه کړو نو موږ زدکړه نه کوو او که موږ زدکړه ونه کړو نو موږ غیر معمولي خطر سره مخ کېږو. آښتاین وايي: دا غیر معمولي ده چې موږ یوه تېروتنه بیا، بیا تکرارو خو د بدلې پایلې تمه لرو، که موږ له خپلو تېروتنو زدکړه ونه کړو نو دا تېروتنې به پرته له دې چې پرې پوه شو تکرارېږي.

۴- وړاندې تگ:

موږ له خپلو تېروتنو نه په زده کړې سره مخ ته تگ کوو او په اړینو اصلاحاتو سره تر بریا رسېږو.

هر بدلون چې راولو يا د هر نوي کس سره چې وينو او هر ډول نوي مالومات چې تر لاسه کوو ددې سبب کېږي چې موږ به نوې پايلې ولرو.

موږ په ژوند کې د خنډونو پيدا کېدل نه شو بندولی خو دا پرېکړه کولای شو چې څنگه يې حل کړو او دوی کېدای شي په موقت ډول زموږ د موخې مخه ډب کړي خو که موږ صبر وکړو نو موږ هغه امکانات موندلی شو چې هغه بلې د بريا خواته زموږ په تمه دي، څنگه چې موږ له دې بهير څخه اغېزمن شو نو په ځان کې دا ځواک پيدا کولای شو چې په سختو حالاتو کې هم مثبت اړخونه ووينو نو هيله ده دا مالومات به په هغه وخت کې چې تاسې ناهيلي ياست مرسته درسره وکړي.

اوس نو بېرته راپورته شئ او دغه کارونه د ځان او خپلې کورنۍ د لا ښه راتلونکي په موخه تر سره کړئ.

دوه ډوله د تيم غړي شتون لري.

۱- هغوی چې پوهیږي څنگه یې وکړي (مهارتونه لري) خو انگېزه نه لري، دوی هلته خوښ دي چېرته چې دي او زموږ ننگونه دا ده چې دوی عمل ته وهڅوو او دا په رښتیا سره چې ډېره گرانه ده.

۲- هغوی چې مهارتونه نه لري خو یوه لویه انگېزه لري نو موږ باید دوی ته د نیټورک مارکېټینګ مهارتونه ور زده کړو چې دا ډېره اسانه ده. پلان داسې دی چې د لویې انگېزې واله خلک پیدا کړئ او دوی ته مهارتونه ورزده کړئ، دوی به کار ته ادامه ورکړي او موږ به ناهیلی کیږو نه.

موسکا د بدني ژبې یوه نړیواله اشاره ده چې مشتري ته دا باور ورکوي چې دوی په موږ اعتماد کولی شي او اوس چې موږ مسکا دا رنگه تعریفوو نو موږ ته دا احساس راکوي چې دا زموږ لپاره خورا اړینه ده. هر یو کس هره ورځ نیټورک مارکېټینګ کوي خو دوی ددې معاوضه په لاس نه راوړي.

موږ په پرلپسې توګه د رستورانټونو، موسیقي، فلمونو، د سودا اخیستو ځایونو او حتا د چکر د ځایونو سپارښتنه کوو چې سپارښتنه او ترویج ورکول زموږ په وینه کې ګډ دي، ددې مانا دا شوه موږ چې د هر مشتري سره دا ډول خبرې کوو دا په خپله نیټورک مارکېټینګ ده، آیا داسې نه ده؟

نو ولې خپل مشتري ته داسې يوه موقع نه ورکوو چې هغه يې رد نه کړي او يا که په ساده ډول يې ووايم:

تاسو له وړاندې هره ورځ نيټورک مارکېټينگ کوي چې تاسې ددې په وړاندې پيسې تر لاسه کولای شئ يا تاسو غواړئ دې کار ته په وړيا توگه ادامه ورکړئ نو پرېکړه ستاسو په لاس کې ده او که تاسې غواړئ چې په وړيا توگه ادامه ورکړئ نو سمه ده، خيراتي کارونه هم ښه دي چې دا کار نړۍ يو غوره ځای گرځوي او بيا نو خپل مشتري ته اجازه ورکړئ چې خپله پرېکړه وکړي.

خپلې مالوماتي غونډې ته د خلکو رابلل:

فکر وکړئ چې لاندې برخې د خلکو د بلنې اغېزمنتيا ده...

- ۵۰ سلنه تائيد (که څوک مو غونډه تائيد کړي نو د هغو خلکو چې تاسې رابللي دي نيمايي خو به يې راځي).
- ۱۰ سلنه سپارښتنه (داسې په نظر راځي، تائيد شوي خلک تر هغوی چې سپارښتنه ورته شوې پينځه ځله ډېر اغېزمن دي).
- ۳ سلنه دوه گامه (يو څوک د اعلان ليدلو ته راوبولئ او بيا ورته نور مواد ولېږئ او رادعوت يې کړئ).
- يو سلنه سوږ زنگ (بالکل، تاسو به د يو تائيد شوي مېلمه په پرتله ۵۰ کسانو ته زنگ وهي تر څو سره برابر شي).
- ۰,۵ سلنه په ساده ډول د ايمپل يا برېښنالیک له لارې غونډې ته رابلل.

دا شمېر بېخي مشخص هم نه دی خو تاسې ترې نظريه اخیستلی شی .

د اعلانونو وغیره چلولو په ځای د یو، دوه یا درې کسانو سره شخصي اړیکه ونیسئ، یوه رشته ور سره جوړه کړئ او بیا یې را دعوت کړئ چې دا به د سلگونه برېښنالیکونو څخه ډېر اغیزناک وي .

سپانسر کول د پلور په څېر نه وي .

کله چې تاسې یو څه اخلئ نو تاسې خرڅوونکي ته یو څه پیسې ورکوي او اخیستل شوی توکی ترې اخلئ په دې معامله سر ته ورسېده همدومره خو کله چې تاسې ته یو څوک وايي چې د دوی سره په نیټورک مارکېټینګ کې ملګري شئ نو دا یوه ساده یو ځلې راکړه ورکړه نه ده بلکې دا د اوږدې مودې یوه ژمنه ده، تاسې به ددغه پروګرام هغه خلک چې په دې کې شامل دي د هر څه په اړه نور مالومات وغواړئ، تاسو به وغواړئ چې وړاندې له دې نه چې دومره لویه پرېکړه وکړئ د هر څه سره خپل ځان آرام احساس کړئ، همدا دلیل دی چې پلور سم کار نه کوي او کله چې تاسې مشتري سپانسر کوي نو هغه څه چې کار کوي هغه رشتې او اړیکې دي .

ستاسو مشتري به په هغه صورت کې له تاسو سره يو ځای کېږي چې کله دوی تاسې وپيژني خوښ مو کړي او باور در باندې وکړي او کله چې تاسې غواړئ يو اغېزمن استخدام کوونکې واوسئ نو د نښو، گټو او د پروگرام د حقيقتونو په ځای اړيکو او رشتو ته ډېر پام وکړئ، د وخت سپما وکړئ او د خپل ټيم رهبرانو يا توزېع کوونکو سره مرسته وکړئ چې دوی نوي کسان سپانسر کړي او که تاسې ډلټيز تليفوني کنفرانس کوئ نو دا ټکي په ذهن کې ولرئ...

دوه جلا د ښوونې تليفوني کنفرانسونه ولرئ!

لومړی: د هغو توزېع کوونکو يا ليډرانو لپاره چې دوی له څلورو کم کسان سپانسر کړي يا رابللي وي.

دویم: د هغو توزېع کوونکو لپاره چې دوی له څلورو ډېر کسان سپانسر کړي وي.

ستاسو ترينېنگ يا ښوونه به د هرې ډلې په اړتياوو متمرکزه وي خو تر ټولو لويه گټه به يې دا وي چې د لومړۍ ډلې کسان به وغواړي چې دوهمې ډلې ته لار شي او دوی به د خپلې آرامې ساحې نه ووځي هڅه به وکړي چې له څلورو نه ډېر توزېع کوونکي سمدستي سپانسر کړي ترڅو دوی د رهبرانو سره په يو کنفرانس کې گډون وکولای شي او لا ډېر څه زده کړي.

د تليفون له لارې کنفرانس کول يوه بله گټه هم لري چې د هوتل مصرف، اوږد سفر او زيات وخت مصرفولو نه مو ساتي او په اوونۍ کې يو ځل ترينېنگ به ستاسو د ټيم ټولو غړو سره مرسته وکړي.

آيا تاسې د خپل نيټورک مارکېټينگ ټيم جوړولو په اړه جدي ياست؟؟

زه به درته د ارزښتناک ټيم جوړولو دوه چټکې لارې وښاييم...

۱- روښان او آزاد فکره خلک وگوره:

ددې خبرې پروا مه لره چې ستا مشري به تا ته (نه) ووايي، ما هېڅ کله ددې پروا نه ده کړې چې څوک به زما خبرې ته (نه) ووايي رښتيا مې هم ددې پروا نه ده ساتلې خو ددې دا مانا نه شوه چې زه د انسانانو پروا نه ساتم بلکې ددې دا مانا شوه چې زه ددې پروا نه ساتم چې دوی زما په خبره دغه کاروبار ته راځي او يا که نه راځي ځکه هر څوک ستاسې مشري نه دی او دا يوه رواني خبره ده، زما موخه دا ده چې ډېری داسې کسان شته چې تاسې يې په خپل ټيم يا ډله کې اصلاً نه غواړئ چې در سره وي نو ددې په ځای چې زه هر څوک خپل ټيم ته راوړم دا گورم چې څوک روښان آندي يا آزاد فکر واله دي، که يو څوک د آزاد فکر خاوند وي نو دا غوره خبره ده او که نه وي نو هېڅ پروا نه کوي مخکې څه او يو بل کس سره وگوره خو زه دوی هم نه خفه کوم او نه ورته وایم چې ته ډېر احمق وې چې په دغه کاروبار کې دې ونډه وانه

خيسته زه دوى ته بد احساس نه وركوم او داسې به ؤ هم نكړم ځكه چې دا د خپل كاروبار د سمولو او پراخولو سمه لاره نه ده، زه به يوازې دومره ورته ووايم چې ښه سمه ده هېڅ ستونزه نشته خو كه ته څوك پېژنې چې غواړي د ځان لپاره د عايد يوه بله لاره هم ولري نو كولاي شې راته معرفي يې كړې؟.

۲. له ډيرو خلكو سره وغږيږه:

دوهمه لاره دا ده چې د ډېرو خلكو سره وگوره او خبرې ورسره وكړه. ډېرى خلك چې ماته ووايي چې زه غواړم په خپل شركت كې تر ټولو ډېر عايد لرونكى واوسم نو زه ورته وايم چې دا خو ډېره ښه خبره ده خو دا راته ووايه چې په تېره اوونۍ كې دې څو كسانو سره خبرې كړې دي او د خپل شركت يا ددې د توليداتو په اړه دې مالومات وركړي دي؟

كه چېرې يې راته يوه شمېره هم وښودله نو دا سمه ده قضاوت نه كوم خو داسې نه شي كېداى چې په تش ويلو سره دا كار وشي ځكه چې دا داسې آسانه هم نه ده. دا داسې ده لكه يو څوك چې ووايي چې زه غواړم شپږ پيکه اډام (Six Pick) ولرم سره ددې چې زه به هره ورځ ښه ډېر د كليزو كېكونه هم وهم دا نه شي كېداى او دا سازگار هم نه دى نو له دې به غوره دا وي چې تاسې داسې وواياست زه غواړم ډېرې پيسې وگټم خو دا هر څه هغه وخت امكان مومي چې تاسې په اوونۍ كې لږ تر لږه نهه كسانو سره ووينئ او خبرې ورسره وكړئ.

هغه شوک چې غواړي ډېر عايد ولري د هغه لپاره په اوونۍ کې نهه کسانو سره ليدل او خبرې کول کوم گران کار نه دی او که چېرې تاسې يو غوره راغونډوونکی هم وی چې په نيټورک مارکېټينگ کې داسې خلک تر ۳۰ سلنې لور نه دي نو په اوونۍ کې د درې نويو مشتريانو په موندلو سره تاسې نه شی کولای لور عايد لرونکی واوسئ البته ژر خو بيخي نه شی کېدلی نو په داسې حالت کې تاسې بيا دا ويلي شی چې زه غواړم راتلونکو اته کالو کې لور عايد لرونکی واوسم او دا شايد امکان ولري کله چې خبرې کوې په خپلو خبرو کې سازگار واوسه هر څه به ستا د کړنو سره سازگار وي.

خپلو مشتريانو ته د رښتيا ضمانت ورکړئ!

دا طبيعي ده چې مشتري د خطر اخیستو نه ډارېږي خو موږ به هڅه کوو چې ددې خبرو په ويلو سره ددوی وېره له مېنځه یوسو لکه: زموږ د کاروبار هڅه وکړه، موږ تاسې ته تر دېرشو ورځو پورې د نه رضایت له کبله پیسې بیرته درکوو یا زموږ د تولید او خدمت نه گټه واخله موږ تر دېرشو ورځو پورې د نه رضایت له کبله پیسې بیرته درکوو.

آیا تاسو کله دې ته پام کړی ده چې دغه ضمانت اکثره مشتري دې ته تیاروي چې له تاسو پیر وکړي؟

کله چې دوی پوه شي چې دوی د پیسو د بیرته تر لاسه کولو نه گټه اخیستلی شي نو مشتري خپل ځان سره د شرم احساس کوي چې مشتري هیڅکله د لومړي تعهد لپاره ستاسو تولید، خدمت یا کاروباري فرصت نه کاروي.

تاسې دا خبره نوټ کړې ده، نه مو ده نوټ کړې؟

نو بیا ولې یې نه امتحانوی؟

خپل مشري ته د “رښتیا” ضمانت ورکړئ چې دا به ستاسو مشري حیران کړي او له دوی به د بایللو وېره اوباسي او انگېزه به ورکړي.

ورته ووايست:

زه تاسو ته د خپل کاروبار په اړه دا ضمانت در کوم چې که چېرې تاسې د څه کولو هڅه ونه کړئ نو هېڅ به هم بدل نه شي، کوم وخت چې تاسې په دنده کې لگوئ دا به هېڅ بدل نه شي، د خپلې کورنۍ سره چې کوم محدود وخت تېروې دا به هېڅ بدل نه شي، اوسنی کوم عاید چې لرئ دا به هېڅ بدل نه شي نو یو متل دی چې تاسې به هېڅ وخت ځغاستې ونه گټئ که په خلکو پسې روان یاست! که غواړئ چې د مشتریانو په دغه ځغاستې کې وړاندې لار شئ نو باید یو څه جلا کړئ نو که چېرې ستاسو مشري د کاروبار د خبرونو یوه کاپي تر لاسه کړي نو دا د دوی لپاره یوازې تجارتي اعلان بڼه نه لري بلکې مشري ته دا احساس هم ورکوي چې دوی کولای شي ستاسو د کاروبار د داخلي خبرو نه خبر شي.

دوی لوستلی شي چې:

- ستاسو کاروبار څنگه روان دی.
- هغه نور خلک چې تاسو را دعوت یا سپانسر کړي دي څنگه روان دي.
- د تولیداتو یا خدماتو په اړه د خلکو نظرونه.
- تر ټولو لوی وړاندې کوونکی یا لیدر څوک دی.
- ستاسو د شرکت له خوا نوي اعلانونه څه شی دي.
- ستاسو نوي غړي څومره عايد تر لاسه کوي.
- شخصي کيسې چې ولې خلک ستاسو فرصت سره يو ځای کېږي. همدې ته ورته نور.

دا چې ستاسو د خبرونو ایمېل تجارتي نه دی نو تاسې به د خپل ایمېل په اړه د مشتري بې طرفه توجه تر لاسه کړئ نو خپلو مشتريانو ته د خبرونو ایمېل په دوامداره توگه لېږئ ځکه څوک پوهیږي کېدای شي ستاسو د خبرونو ایمېل ستاسو مشتري ته په داسې ورځ ورسېږي چې دوی په خپل ژوند کې د بدلون پرېکړه کړې وي او کېدای شي دا تاسو سره په دې کې هم مرسته وکړي چې ستاسو د خبرونو ایمېل باید د ښه والي په موخه څنگه بدل شي یا شاید تاسې سره مرسته وکړي چې تاسې باید خپل د خبرونو ایمېل ولیکئ.

ډېری نیټورکران دا فکر کوي چې دوی باید وړاندې له دې چې یو خبري ایمېل ولیکي یو لوی ټیم ولري خو دوی اصلي ټکی هېروي او که تاسې غواړئ چې خپل خبري ایمېل د مشتري د پیدا کولو د اوزار په توگه وکاروئ نو تاسې یې باید بیا خپله ولیکئ.

د مشترې د موندلو په اړه يوه لېده ياودنه:

که چېرې غواړئ چې خپل عايد را کم کړئ نو د مشترې د پيدا کولو کړنې راکمې کړئ او رهبران په دې پوهيږي چې د دوی په ارگان کې پرمختگ د نويو کسانو په راتگ سره راځي نو د مشتريانو په پرله پسې ډول پيدا کول ستاسو په ارگان کې د نويو توزیع کوونکو او رهبرانو چمتووالی تضمینوي او بله اضافي گټه يې دا ده چې کله مور په پرله پسې توگه نوی توزیع کوونکی پيدا کوو نو زموږ ارگان زموږ د کړنو څخه زدکړه کوي چې دوی زموږ د کار طريقه گوري او هره ورځ د ارگان جوړېدل گوري نو په يقين سره چې مور يوه ښه بېلگه کيږو خو تر دې هم اړينه دا ده چې مور يې خپلو توزیع کوونکو ته ښايو چې څنگه يې تر سره کړئ.

د خپل ارگان يا تيم د اوسنۍ اندازې سره خپل کاروبار يا خپل عايد مه محدودوئ نوي توزیع کوونکي پيدا کړئ او خپل عايد لوړ کړئ او که د ځينو دلايلو له مخې غواړئ چې خپل عايد را کم کړئ نو د مشترې د پيدا کولو کړنې کمې کړئ.

ستاسو مشترې په ريښتوني توگه په څه پوهېدل غواړي، کله چې زه په ژوندۍ ښه سيمينار يا ورکشاپ ورکوم نو په خپلو لاس ته راوړنو باندې هېڅ وخت نه مصرفوم، د ورکشاپ گډون کوونکي زما د لاسته راوړنو هېڅ پرواه نه لري او دوی سم دي چې پرواه يې نه لري ځکه چې زما

برياوې دوى ته يو سپنټ گټه هم نه وركوي نو د وركشاپ گډون كوونكي زما په برياوو باندې پوهېدل نه غواړي بلکې دوى زما په تجربو پوهېدل غواړي.

د کتابونو تيوري او زما د بانک په حساب کې شته پيسې به د وركشاپ گډون كوونكو سره هېڅ مرسته ونه كړي او نه به د دوى جيب ته زما دغه پيسې راشي خو د ژوند تجربې، ستراتيژي او تخنيكونه هغه څه دي چې نوي توزیع كوونكي يې اورېدل غواړي او دوى سره مرسته كوي چې خپل كاروبار ته پرې وده وركړي نو همدا اصول په سپانسر كوونكو باندې هم عملي كېږي.

هغه څه دي چې ستاسو مشتري نه غواړي پرې پوه شي؟

- دوى نه غواړي پوه شي چې تاسې څومره لوى موټر چلوئ.
- دوى نه غواړي پوهه شي چې تاسې تېره مياشت څومره عايد كړى دى.
- دوى نه غواړي پوه شي چې تاسې څومره جايزې گټلې دي. دا ټول هغه شيان دي چې تاسې تر لاسه كړي دي او ستاسو مشتريان شايد دا باور ونه لري چې دوى هم ورته وړتياوې او مهارتونه لري چې دا هر څه تر لاسه كړي.

نو ستاسې مشريان په څه باندې پوهېدل غواړي؟

تجربې!

دوی غواړي په دې پوه شي چې تاسو له نورو توزیع کوونکو سره څنګه مرسته وکړه چې دوی بريالي شول همداشان دوی غواړي له نورو هم واورې چې تاسې ور سره مرسته کړې او بريالي شوي دي او که چېرې تاسې بريالی نیتورک مارکټر یاست نو تاسې باید د حقيقي ژوند نه د بریا ډېرې داسې بېلګې ولرئ چې له مشريانو سره یې شریکې کړئ او که چېرې تاسې یو بريالی نیتورک مارکټر نه یاست یا مو نوی پیل کړی وي نو تاسې باید څه وکړئ؟

داسې ښکاري چې دا د برياليو تجربو د جوړولو یوه غوره موقع ده او په ځای ددې چې تاسې تر لرې، لرې خلک سپانسر کړئ ولې داسې نه کوئ چې په خپل غوره توزیع کوونکي باندې تمرکز وکړئ؟

د خپل توزیع کوونکي سره خوارې وکړئ چې د پلور کچه مو پورته یوسي نو کله چې تاسې د خپلې بریا لومړۍ کیسه پیدا کړه نو بیا د بلې په لور حرکت وکړئ چې داشان به تاسې ډېر ژر د شهرت هغه مقام تر لاسه کړئ چې خلکو ته بريالیتوب ورکوي او دا تر ټولو غوره شهرت دی چې تاسې یې خپلوئ او مشري به له تاسو متاثره کېږي.

د نیتورک مارکېټینګ اووه په زړه پورې گټې

نیتورک مارکېټینګ د دوامداره عاید یو تجارت دی چې د خپل ټیم او نورو سره مرسته کول دي.

دغه اووه هغه په زړه پورې گټې دي چې تاسې یې د نیتورک مارکېټینګ له لارې تر لاسه کولای شئ.

یوه ښه کمپنی چې غوره تولید او خدمات ولري، پیدا کړئ چې تاسې پرې باور لرئ او د هغه کس له زده کړو څخه ځان برخمن کړئ چې تاسې یې دغه تجارت ته راوستلي یاست او یا هم هغه څوک چې ستاسو د بریا پروا ساتي نو هره ورځ کار وکړئ ترڅو په خپل ژوند کې له دغو ۷ په زړه پورې گټو څخه برخمن شئ...

۱- د شاملېدو خرڅ:

تاسې د ډېرې کمې سرمایه گذارۍ یا پانګونې سره په دغه کاروبار کې شاملېدلی شئ چې هغه ستاسو د تولید یا د زدکړې د موادو مصرف دی.

داسې به بل کوم کاروبار وي چې تاسې یې په دومره کمو پیسو پیل کړئ شئ؟

که چېرې تاسې بل کوم کاروبار کول وغواړئ نو تاسې باید په زرګونه ډالر مصرف کړئ تر څو کاروبار پیل کړئ او یو سستي یا دودیز کاروبار لږ تر لږه له ۲۵۰۰۰ ډالرو بیا تر یو لک ډالرو سرمایې ته اړتیا لري او د کار کوونکو او قرضدارۍ د سردرد لا د پاسه لري خو برعکس زموږ د

کمپنی سره تاسې کولای شئ چې یوازې په ۱۳۰ ډالره د یو آزاد کاروبار خاوندان شئ چې دا ډېر لوی توپیر ده.

۲- د کار ځواک:

څه به وو که چېرې تاسې د نړۍ په بېلابېلو هیوادونو کې د خوراکي توکو داسې ماشینونه درلودلی چې له هغې نه په هر وار پېر سره تاسو ته گټه راتللی!

نیتورک مارکېټینګ ور سره هېڅ توپیر نه لري تاسې کولای شئ چې د نړۍ په بېلابېلو هیوادونو کې نیتورک مارکېټینګ له لارې یو ټیم جوړ کړئ او ددوی له خوا یا د دوی له لورې د نویو کسانو په راوستلو سره د هغه تولیداتو یا خدماتو چې کمپنی یې وړاندې کوي د هغوی په هر ځل پېر باندې تاسې یوه برخه کمېشن تر لاسه کړئ.

جان ډي راک فیلر وايي: زه غواړم د سلو کسانو له خواری نه یوه سلنه گټه وکړم په ځای ددې چې له خپلې خواری نه سل سلنه گټه وکړم.

۳- انعطاف یا نرمي:

نیتورک مارکېټینګ کې تاسې په یو ځای کې را گیر نه یاست بلکې تاسې ددې انتخاب لرئ چې د نړۍ په هر ځای کې چې د هر چا سره هر وخت وغواړئ کار کولای شئ.

ډېری خلک د کمپنی/شرکت یا دندې په درلودلو سره په یو ځانگړي جغرافیایي موقعیت کې را گېر وي چې دوی د نړیوالو اقتصادي گټو نه

بې برخې پاتې کوي خو نیتورک مارکېټینګ تاسې ته دا موقع در کوي چې په خپله خوښه د نړۍ په هر گوټ کې چې د هر چا سره وغواړئ کاروبار وکړای شئ.

۴- شخصي پرمختګ:

په نیتورک مارکېټینګ کې ټیم ته پرمختګ ورکول او خپل عاید لوړول ستاسو شخصي پرمختګ دی، خو مره چې تاسو د یو کس په صفت پرمختګ کوئ همدومره مو عاید لوړېږي. تقریباً د نیتورک مارکېټینګ ټول شرکتونه هڅه کوي چې د خلکو په پرمختګ کې مرسته وکړي ترڅو ددوی ژوند غوره بڼه خپله کړي.

۵- دوامداره عاید:

ډېری خلک د پیسو په وړاندې وخت پلوري مانا وخت ورته د پیسو مانا لري نو که تاسې کار ونه کړئ نو اندازه ولروئ چې څه به وشي؟ تاسو ته به څوک پیسې نه در کوي او دا هغه لاره نه ده چې تاسو پرې مالداره شئ یا آزادي ولری خو نیتورک مارکېټینګ هغه لاره ده چې تاسې ته دا وړتیا در کوي ترڅو تاسې د یو کار په یو ځل تر سره کولو باندې تاسې ته بیا، بیا مزد در کوي او ستاسو د هڅو په وړاندې تاسې ته د دوامداره عاید یوه زمینه مساعدوي. د یو ځلې او دوامداره عاید په توپیر ځان پوه کړئ ځکه چې په ویده حالت پیسې پیدا کولو نه غوره هېڅ هم نشته.

په نیتورک مارکېټینګ کې د هرې هفتې له مخې اداینه کېږي نو تاسې اړتیا نه لرئ چې د اداینې لپاره پوره میاشت صبر وکړئ تر څو خپل عاید تر لاسه کړئ.

نیتورک مارکېټینګ نه یوازې دا آسانتیا لري بلکې ددې چټک څرخ تاسو او ستاسو نویو ملګرو ته چې په دغه کاروبار کې درسره ملګري کېږي د انګېزې سبب هم کېږي.

۶- د مالېي گټې:

د نیتورک مارکېټینګ گټې د مالېي په برخه کې خورا ډېرې دي. هسې خو په مالیاتو باندې مثبت تاثیر غورځول ګران دي خو نیتورک مارکېټینګ دا کار کولای شي او که چېرې خلک پوه شي چې نیتورک مارکېټینګ د مالیاتو په برخه کې څومره ګټور تمامېدای شي او دوی نیتورک مارکېټینګ څنګه د خپلو مالیاتو کچه را ټیټولی شي نو ډېر خلک به نیتورک مارکېټینګ ته رامنځه کړي.

۷. د عاید د لوړوالي پوتانشل یا پټ قوت:

په نیتورک مارکېټینګ کې د عاید د لوړوالي پټ قوت بیخي ډېر دی او داسې هېڅ مسلک نشته چې د پوهنتون ډیګري درلودلو نه پرته پکې لوړ عاید ولري.

آیا دا عاید شپه په شپه لوړېږي؟

نه...!

خو که چپرې تاسې يوه رښتيني موخه او تمه ولری او د کار لپاره پسې ووځی نو تاسې کولای شئ چې يو ښه مياشتيني عايد ځان ته جوړ کړئ او تاسو د لږو خواريو له برکته د دندې په پرتله ډېر څه تر لاسه کولای شئ.

د خلکو په مخ کې د خبرو کولو لپاره په ځان باور:

مور به هېڅ وارخطا نه شو که چپرې مور د ښوونځي د شاگردانو په وړاندې خبرې کوو حتا د وړکتون د ماشومانو په وړاندې خبرې خو به بېخي راته اسانې وي.

ولې مور داسې احساس کوو؟

ځکه مور احساسوو چې زموږ تجربه او پوهه د اورېدونکو په پرتله ډېره ده همداشان مور د لېسې شاگردانو ته، د پوهنتون محصلينو ته حتا ځينو ماهرينو ته په يو ځانگړي موضوع تقرير کولای شو خو په ځينو ځايونو کې بيا مور د وارخطايي احساس کوو ځکه مور پوهيږو چې هومره پوهه او تجربه مور نه لرو لکه زموږ اورېدونکي يې چې لري.

نو دلته يو اشاره شته، که چپرې مور نه غواړو چې وارخطا شو نو مور بايد ډېر چمتووالی ونيسو، ډېره څېړنه وکړو او د اورېدونکو په پرتله ډېره تجربه تر لاسه کړو کله چې مور دا کار وکړو نو زموږ وارخطايي به له مېنځه لاړه شي.

خلک د هغه چا عزت کوي او مني يې چې د خلکو په وړاندې خبرې کوي، آیا دا منطقي ده؟
 نه...! خو که چېرې مور د خلکو په وړاندې خبرې وکړو مور د خپلو مشريانو په نظر کې د لوړ ارزښت خاوندان کېږو.

خلک ډېر تمبل دي:

ما ته بلا ډېر ايمبلونه راځي او رانه پوښتي چې ۲۵ مهارتونه خو د زده کولو لپاره بېخي ډېر دي آیا تاسو ماته داسې آسانه لاره ښودلی شئ چې زه مالداره شم؟
 ستاسو ځواب به څه وي؟
 دا د خلکو يوه طبيعي هڅه ده چې د بریا لپاره لنډه لاره گوري.
 دوی نه غواړي هغه څه وکړي چې د بریا لپاره کول پکار دي، دوی يوازې انعام يا بدله غواړي.
 څه به وي که ستاسې ډاکټر دا رويه خپله کړي؟
 زه خو ډاډمن نه يم که د خپلې روغتيا لپاره په داسې ډاکټر باور وکړم.
 تاسې بايد اول تخم وکړئ او بيا يې حاصل تر لاسه کړئ.
 نيتورک مارکېټينگ ډېر وړانديزونه لري لکه ټولنيز نيتورک، ټولنه، شخصي پرمختگ او وروسته له وخت يو شوق او دا ډېر لوی عايد هم وړانديز کولای شي خو ددې لپاره د وخت، پيسو او انرژي د پانگونې اړتيا ده.

ډېری دلایل شتون لري چې تاسې به د نوي توزیع کوونکي د هڅولو سره ستونزې ولرئ:

تاسو وینئ زموږ زیاتره نیټورک مارکېټینګ رهبران خواري کوي، د رښتیا زحمت وباسي او هڅه کوي چې ددوی توزیع کوونکي کسان هغه څه وويني چې رهبران یې ویني.

موږ پوهیږو چې کله دوی هغه لرلید ولري چې موږ یې لرو نو هېڅ شی به ددوی په لاره کې خنډ نه شي خو یوه ستونزه شته هغه دا چې یو نوی مشترې یا توزیع کوونکی د یو نیټورک مارکېټینګ لیدر په پرتله بېخي جلا فکر کوي، ولې؟

ځکه چې د نیټورک مارکېټینګ رهبر یا لیدر د ژوند لپاره نوې نظریې، نوي ثبوتونه، نوي معیارونه او نوي اصول را ښکاره کوي، آیا ثبوت یې غواړئ؟

لومړۍ بېلگه:

ستاسو نوی توزیع کوونکی د یو شوق له مخې داخلېږي نو بله ورځ هغه خپل بکس خلاصوي او ټول اړین مواد ځای پر ځای او منظم کوي، له خپل نوي مشترې سره تاریخ ټاکي او گوري چې د مطالعې لپاره دده مواد څنگه دي.

یوه اوونۍ وروسته کله چې بیا خپله بکسه گوري نو پرېکړه کوي چې دا بروشر د مارکېټینګ لپاره مناسب نه دی او څو اوونۍ وروسته په خپله ځان ته یو بروشر لیکي او ډیزاین کوي یې.

کله چې هغه دا کار وکړو نو بس کوي يې! دا رښتيا ده هغه يې بس پسې کوي.

هغه په خپل کاروبار کې د څو اوونيو وخت، پيسو او انرژۍ پانگونه کړې ده او اوس به هغه په دې تمه کېږي چې وگوري دغه پانگونه ده ته څه گټه په لاس ور کوي او که نه.

دويمه بيلگه:

ستاسو توزیع کوونکی به له تاسو نه وغواړي تر څو ورته وښايئ چې څنگه د مشتري د پيدا کولو د مطالعې مواد په اغېزمنه توگه برابر کړي. ددې کار لپاره هغه يو دوه رنگه کارت ډيزاين کړی او هغه به پنځه سوه کسانو ته وليږي خو يوازې دوه کسان به دده سره په کاروبار کې گډون وکړي، ولې؟

ځکه چې د هغو دوه کسانو به دده دغه دوه رنگه کارت خوښ شوی وي يا به يې پرې اغېزه کړې وي همداشان که چېرې هغه نويو کسانو ته درې رنگه کارت ولېږي نو څه به وشي؟

د تېر په پرته به ډېر کسان ور سره يو ځای شي ځکه چې دا ځل مواد يو څه ډېر په زړه پورې ول، په همدې ډول به بيا څلور رنگه کارتونه چاپ کړي او يوه سي ډي به هم مشتري ته ور سره ولېږي ځکه چې څومره مواد ډېر په زړه پورې او له معلوماتو ډک وي همدومره به د گډونوالو شمېر ډېرېږي.

زه ډېرې بیلگې در کولای شم خو اصلي تکی دا دی چې توزیع کوونکي په جلا ډول فکر کوي او همدا دلیل دی چې دوی لا هم توزیع کوونکي دي تر اوسه رهبران شوي نه دي، نو شوک ملامت دي...؟

آیا مورې توزیع کوونکی ملامت کړو او ورته ووايو... «ته په هغه څه نه پوهېږې چې باید د رهبر کېدو لپاره په هغه پوه واوسې، باید ژر یې پیدا کړې چې هغه څه شی دی».

دا داسې یو څه گستاخانه او توهین کونکې شان ته ښکاري، آیا نه ده داسې...؟

ښه نو که چېرې مورې توزیع کوونکی ملامت ونه بولو چې په هغه څه لا نه پوهېږي چې باید پرې پوه وي نو په دې اړیکه یا رشته کې شوک ملامت شو...؟

آیا مورې ملامت یو؟

بلې! د یو رهبر په صفت دا زموږ مسؤلیت دی چې خپلو توزیع کوونکو ته هغه څه وښايو چې ددوی نه دي زده او مورې باید دوی ته د رهبري اصول وښايو همدا شان مورې باید دوی ته دا وښايو چې د یو رهبر په صفت دوی باید څنگه او څه فکر وکړي.

ددې بله لاره نشته! مورې باید خپلو توزیع کوونکو ته لاندې اصول ور زده کړو:

- د ستونزو اداره کول.
- کله چې له مشتري سره خبرې کوي دوی خپل ځان په کوم موقعیت کې باید ونیسي.
- د توزیع کوونکو د مدیریت په ځای څنگه د دوی په رهبریت باندې تمرکز وکړي تر څو رهبران شي.
- په توزیع کوونکو څه تاثیر یا اغېزه ولري.
- څنگه د توزیع کوونکو باور بدل کړي.
- څنگه د انګېزې او مهارت تر مېنځ رسته باندې پوه شي.
- هغه درې لاملونه چې یو مشتري درسره یو ځای کوي.

د ښوونې لپاره ډېر څه شته خو د دغو مهارتونو د زده کولو لپاره وخت اړین دی.

زه د اکثره نیټورکرانو څخه دا پوښتنه کوم چې کله تاسې د نوي توزیع کوونکي سره وینئ هغه کوم مهارتونه دي چې تاسې یې باید دوی ته ور وښایاست...؟ عام ځواب دا وي چې امممم دا ډېره ډاروونکې نه ده.

مور د نیټورکرانو یوه لویه برخه داسې لرو چې په دې نه پوهېږي تر څو خپلو نویو توزیع کوونکو ته څه ور زده کړي چې دوی په ښو رهبرانو بدل شي.

زه دغو کېدونکو رهبرانو ته څه توصیه کوم، کله چې دوی له ما وپوښتي چې څه باید ور زده کړم؟

زه ورته وایم هغه ټولې ستونزې ولیکئ چې تاسې د نویو توزیع کوونکو سره ورسره مخامخ کېږئ، بیا داسې مهارتونه او د فکر لارې ولیکئ چې د دغو ستونزو په حل کولو کې درسره مرسته کولای شي او دا هغه څه دي چې دوی یې هم باید خپلو توزیع کوونکو ته ور زده کړي نو زه حیران شم چې څنگه ځیني نیټورکران رهبران جوړوي.

کله چې ستاسې شرکت یو څه بدلونونه راولي نو تاسې باید څه وکړئ؟ بدلونونه راځي او بدلون هېڅ کله هم آرام بخشه نه وي او دا هر وخت پېښېږي نو هغه رهبران چې د نیټورک مارکېټینګ لوړ مقام ته ځان رسول غواړي بدلون قبلوي، هغه که ښه وي یا که بد وي دا د ژوند برخه ده، دوی چې څومره کولای شي غوره پرېکړه کوي او بیا د هغه له مخې ژوند کوي، دوی د خپلو پرېکړو په بیا، بیا بدلولو ډېر وخت نه ضایع کوي.

ولې باید دا ستراتیژي یا تگلاره ومنو...؟

داسې فکر وکړئ تاسې کولای شئ چې دغه بدلون په بشپړ حل لاره باندې بدل کړئ، ښه نو موږ پوهېږو چې دا زموږ په نامکمله نړۍ کې هېڅ کله نه پېښېږي کله نو تاسې به ټول عمر په دې باندې بوخت واست چې د تېرو لسو کالو بدلونونه په حل لارو بدل کړئ نو بدلون ومنئ پرېکړه وکړئ او بیا پرې د خپل نیټورک مارکېټینګ کاروبار جوړ کړئ.

څنگه په اته ساده گامونو کې د نیتورک مارکېټینګ یو بریالی کاروبار جوړ کړو؟

د هر رنگه کاروبار ابادول گران وي او له تجربو ډېره زده کړه کېدای شي خو څه به وشي که تاسو یې له هغه چا زده کړئ چې دغه کار یې تر سره کړی دی؟

دلته مو درته د تکره او بریالیو نیتورکرانو څخه چې څه زده کړي دي هغه مو په اته ساده گامونو کې درته راغونډ کړي دي تر څو د نیتورک مارکېټینګ یو بریالی کاروبار ولری...

۱- داسې یو شرکت سره یو ځای شی چې گټور تولیدات او خدمات لري او تاسو پرې باور لری:

کله چې ډېری خلک د لومړي ځل لپاره د نیتورک مارکېټینګ د کاروبار په لټه کې وي نو دا لومړي ځل وي چې دوی د نیتورک مارکېټینګ له صنعت سره معرفي کېږي.

د نیتورک مارکېټینګ صنعت تاسو ته د عاید پټ ځواک او د آزادۍ یا استقلال وړاندیز کوي چې دا د خلکو لپاره آسانه ده تر څو په هغه څه تمرکز او باور وکړي چې شرکت یې دغه صنعت ته معرفي کوي او دا د دوی لپاره یو ښه شرکت دی، داسې کم کېږي چې یو څوک د یو شرکت په اړه مالومات یا پلټنه وکړي چې داسې تولیدات یا خدمات

عرضه کوي چې خلک پرې باور کوي خو دا پلټنه به تاسو سره مرسته وکړي ترڅو داسې يو شرکت بيا ومومئ چې د هغې د توليداتو او خدماتو په اړه له نورو سره مالومات شريک کړئ چې تاسې پرې باور لري او دا به ستاسو د نيټورک مارکېټينگ د بريالي کاروبار لپاره لومړی گام وي.

۲- په دی ځان پوه کړئ او مالومه کړئ چې تاسې بايد چا ته دغه فرصت معرفی کړئ:

اصلي کيلی مارکېټينگ (بازار موندنه) يا دغه نوم دی. بازار موندنه د يو کاروبار د پرمختگ اصلي کيلی ده او بيا په ځانگړې توگه د نيټورک مارکېټينگ بازار موندنه سمو خلکو ته په سم وخت کې سم پيغام رسولو ته وايي. ددې موخې د تر لاسه کولو لپاره لومړی بايد تاسې د هغه خلکو په اخلاقو او غوښتنو باندې پوه شئ چې تاسې بايد دغه پيغام ورته ورسوئ، ددې مانا دا ده چې هر چا ته د هر څه وړاندیز مه کوئ ځکه دغه تگلاره به کار ونه کړي.

۳- خپل توليدات، خدمات او کاروبار پرته له ماتې هره ورځ خلکو سره شریک کړئ:

دا ډېره ښکاره خبره ده خو دا ډېره عامه هم ده چې د هر کاروبار درلودونکی په دې تمرکز کوي چې یوازې خپل توليدات، خدمات او کاروبار یا فرصت خلکو ته معرفي کړي او نور هر څه هېر کړي خو د نیټورک مارکېټینګ په صنعت کې د یو لوی کاروبار د درلودلو لپاره تاسې باید په دواړو تمرکز وکړئ او ددې مانا دا ده چې تاسې باید د خلکو سره هره ورځ د خپلو توليداتو، خدماتو یا کاروبار په اړه خبرې وکړئ.

۴- ځان ثابت کړئ:

ددې سبب مه کېږئ چې ستاسو په وجه د نیټورک مارکېټینګ ددغه صنعت نوم بد شي. هغه څه چې تاسې یې کوئ، تگلاره ورته وټاکئ، مالومات شریک کړئ، شخصي تجربه او پایلو کې مخلص واوسئ او ځان ثابت کړئ.

غلطه ادعا یا بل کوم ډول تبعیض به ستاسو کاروبار یا صنعت سره هېڅ ډول مرسته ونه کړي.

٥- خپلې اړيکې مه بمبار کوی:

خپلې اړيکې بمبار کول به یوازې ستاسو هغه موقع له مېنځه یوسي چې دوی ستاسو تولیدات یا خدمات واخلي یا ستاسو سره کاروبار وکړي نو د خپلې بریا په شریکولو او د تولیداتو د بریا په شریکولو تمرکز وکړئ او خپلو اړیکو ته اجازه ورکړئ چې ددغو تولیداتو یا خدماتو په اړه پوښتنې وکړي او که یوه قوي غوښتنه رامېنځته کړئ نو دوی به له تاسو نه د نورو معلوماتو غوښتنه هم وکړي یعنې د مجبورولو په ځای په دوی باندې اغېزمن واوسئ.

٦- د ټولو کړنو لپاره ښکاره موخې وټاکئ:

هر بريالی کاروبار د موخو سره پیلېږي چې نیټورک مارکېټینګ په دې برخه کې ورسره هېڅ توپیر نه لري. د موخو درلودل تاسو ته د پرمختګ د تعقیبولو زمینه مساعدوي او تاسو مسئول ټاکی، نو د خپلو موخو د تر لاسه کولو لپاره او د هغو ټولو کړنو لپاره لکه غونډې، مشتریانو سره لیدل او د ټیم د زده کړو په اړه روښانه موخې وټاکئ.

٧- د ستونزو په ځای د حل لارې وپلورئ:

موږ پوهېږو چې تاسې خپل تولیدات او خدمات پلورئ خو دا په یاد ولرئ چې تاسې دغه تولیدات او خدمات د ستونزو د حل لارې په توګه پلورئ، دغه تگلاره ډېره اغېزمنه ده او ستاسو د اړیکو یا مشتریانو سره خبرې کول په هغوی پورې اړوندې ساتي.

د خپلو مشتریانو خبرې اورېدل او هغوی ته د حل لارو وړاندې کول به ستاسو د خرڅلاو دغه بهیر نه سترې کېدونکې او اغېزمن وساتي.

۸- متفاوتې لارې چارې خپلې کړئ:

د نیتورک مارکېټینګ صنعت په متفاوتو بهیرونو تکیه کوي، نو باید ډاډه واوسئ چې تاسو په کاروبار کې چې له کومو ټکتیکونو، اوزارو او بهیرونو کار اخلئ له تاسو سره به مرسته وکړي تر څو خپل کاروبار ته پرمختګ ورکړئ او خپل ټیم ته په زده کړو ورکولو کې به هم مرسته در سره وکړي.

هیله ده چې دغه اته ساده ګامونه به له تاسو سره مرسته وکړي تر څو د نیتورک مارکېټینګ په برخه کې د یو بريالي کاروبار خاوندان شئ.

د هغه څه په اړه پرېشان یاست چې تاسې یې نه شئ کنټرول کولای...؟

جون ووډن وايي « شخصیت هغه څه دی چې تاسې یاست او اعتبار هغه څه دی چې نور ستاسو په اړه فکر کوي»
د باسکټ بال دغه لوبغاړي له خپلو لوبغاړو وغوښتل چې دوی د خپلې پوره وړتیا سره لوبه وکړي، نومړي دوی ته وویل چې دوی دې د

مخالفو لوبغاړو د اداره کولو په اړه فکر نه کوي ځکه چې دوی یوازې خپل ځانونه اداره کولای شي، که دوی سخته لوبه وکړي نو د لوبې پایله به ددوی په حق کې وي او که هغه بله مقابله لوبېدله په لوبه کې نېکمرغي ولري نو دوی به یې اداره نه کړای شي.

نیتورک مارکېټینګ هم دې ته ورته دی، د بهرنیو اغېزو په اړه مه پرېشانه کېږئ چې تاسې یې نه شئ اداره کولای، ددې پر ځای د هغه څه په اړه پرېشانه شئ چې تاسې یې اداره کولای شئ یعنی خپل شخصي فعالیت په اړه فکر وکړئ او د اړیکو جوړولو په هغه مهارتونو زده کولو کار وکړئ چې تاسې پرې خلک اداره کولای یا کنټرولولی شئ نو د خبرو کولو او معلوماتو ورکولو په ځای په دې تمرکز وکړئ چې څنگه له هغو مهارتونو کار واخلي چې ددوی غیر شعوري مغزو سره پرې اړیکه جوړه کړای شئ.

که چېرې تاسې په سمه توګه د ټولو وړتیاو په کارولو سره خپل فعالیت تر سره کړئ ستاسې د بونس یا عاید کچه به په خپله مخ په پورته ځي.

آیا تاسې د ټیټې یا لوړې کچې اړیکې لرئ؟

زیاتره توزیع کوونکي په ټیټه کچه اړیکې پالي خو د سپانسر کولو لړۍ د پرمختګ لپاره باید په لوړه کچه اړیکې وپالو.

دا د اړیکو پاللو کچې دي چې له تیتې کچې پیلېږي:

- ۱- ایمېل، په ایمېل کې ډېره په سخته اړیکې جوړېږي.
- ۲- فزیکي خط لیکل، په دې کې بیا موقع شته چې په حاشیه یا متن کې یو څه گټور ورته ولیکي.
- ۳- د تلیفون له لارې خبرې کول، دا بیا تر دواړو غوره لاره ده چې تاسو دوه اړخیزه اړیکه ټینګوی، په دې دوران کې د مشتري غبرگون هم وینئ او د هغوی د پوښتنو ځوابونه هم ویلی شی.
- ۴- د ویډیو له لارې خبرې، له دې لارې اړیکه کې تاسې د مشتري غبرگون او ددوی د مخ تاثیر هم لیدلی شی او حتا که چېرې د خبرو په دوران کې دوی سترگې بل خوا اړوي یا ویده کېږي نو هم درته ښکاري.
- ۵- مخامخ اړیکه، دا هم د اړیکو نیولو غوره لاره ده دلته تاسې د مشتري هر څه اداره کولای او لیدلای شی، خو د اړیکو نیولو تر ټولو غوره لاره کومه ده؟
- ۶- مخامخ په خوراک باندې، د اړیکو نیولو دا بیا تر ټولو غوره لاره ده ځکه چې د ډوډۍ خوړولو په وخت کې هیڅوک په تاسې نه غصه کېږي نو یو چا سره د غرمې ډوډۍ یا د کافي په بهانه وگورئ او د یو دوستانه معلوماتو له مخې وړاندې لار شی.

څنگه د مشترې په مغزو کې ور دننه شو؟

يوه ښه پوښتنه ترې وکړئ او بيا دوی ته وخت ورکړئ چې د يو ښه ځواب لپاره فکر وکړي، چوپتيا مه ماتوئ او خپلو مشريانو ته وخت ورکړئ چې دوی له دغو پوښتنو نه د ځان لپاره يوه انگېزه پيدا کړي.

د نيټورک مارکېټينگ د مشريانو د ښو پوښتنو يو څو بېلگې:

- تاسو څه فکر کوئ چې په تېرو لسو کالو کې هغه څوک ؤ چې ستاسو د سپما په اړه يې فکر کولو؟
- کله چې تاسې خپله دنده پرېږدئ نو تر څه مودې پورې به تاسې خپله تنخوا تر لاسه کوئ؟
- او آيا ستاسې شرکت به ستاسو د دندې له پرېښودو نه وروسته هم ستاسو له کاره گټه اخلي؟
- که چېرې تاسې وغواړئ چې د خپلې کورنۍ سره په کور کې پاتې شئ نو آيا تاسې د عايد په نورو لارو هم کله فکر کړی دی؟
- آيا تاسې نه غواړئ چې د مياشتې اضافي عايد ولرئ تر څو خپلې اړتياوې پرې پوره کړئ؟

وراندې له دې چې تاسې د يو غوره مشتري په لټه کې شئ څه بايد وکړئ؟

اکثره پوښتنې چې زه يې تر لاسه کوم هغه دا دي چې له چا سره به غږېږم او له دوی سره به څنگه غږېږم؟

د ښو مشتريانو لټه خو په دوهم گام کې راځي، لومړۍ خبره دا راځي چې له مشتري سره به څنگه غږېږم. پروا نه لري که مشتري هر څومره ښه وي موږ غلط ټکی ويلي شو او زه دداسې کولو څو کلنه تجربه لرم. اکثره توزیع کوونکي د تورو بدې ټاکنې له امله د نويو او ښو مشتريانو په پيدا کولو کې نور هم له مشکلاتو سره مخ کېږي چې دا يو ښه پلان نه دی.

ښه توري کارول په دې مانا دي چې تاسې ښه مشتريان پيدا کولای شئ او دا بيا دومره ساده هم ده.

مشتري ته بايد څه ونه وايو؟

«زه دې کاروبار کې هڅه کوم او هيله لرم چې ښه به يې وکړم، آيا تاسې غواړئ زما سره ملگري شئ؟» دا په حقيقت کې هغه څه نه دي چې موږ يې بايد ووايو خو دا شايد هغه څه وي چې زموږ مشتري يې اوري.

ډېری مشتريان پيروان وي، دوی نه غواړي د هغه چا پيروي وکړي چې هغوی دغه مقام ته د رسېدو هوډ نه لري همداشان دوی نه غواړي د هغه چا سره خپل وخت ضايع کړي چې سبا به ورته شا اړوي خو موږ بايد خپل مشتري ته دا ډاډ ورکړو چې موږ به په هر قيمت دغه ځای ته

ځان رسوو او په دې طريقه به دوی په آسانی سره زموږ پيروي وکړي او زموږ مشتري به شي.

مشتري ته بايد څه ووايو؟

«په نړۍ کې دوه ډوله خلک دي، يوه ډله هغه خلک دي چې ذهن يې خلاص دی او د فرصت په لټه کې دي او بله ډله هغه دي چې تنگ ذهنه دي او په هغه څه راضي دي چې ددوی د امر لخوا ورته ورکول کېږي».

دا خبره به له تاسو سره مرسته وکړي تر څو د خپل مشتري ذهن خلاص کړئ او ستاسو مشتري دې ته مايل شي چې څنگه ستاسو فرصت کولای شي د دوی لپاره کار وکړي مانا د دوی په کار راشي.

پريزنټېشن يا مالومات د ښوونې لپاره وکاروئ نه د استخدام

لپاره:

د ښوونې د يو سيمينار په وخت زه يوازې د دېرشو دقيقو لپاره خبرې کوم او فکر کوم دا د مالوماتو د شريکولو لپاره کافي وخت وي تر څو دوی راته ووايي چې ستاسو مالومات هېڅ گټور نه وو، اعتراض وکړي چې د دوی مشتريان له دې جلا دي او هغوی به د دغه او هغه دليل له مخې شايد ور سره يو ځای شي دا خندونکې ده.

حقيقت دا دی چې زه دوی د هغو وژونکو حقایقو په اړه ننگوم چې دوی یې د خپلو کاروبارونو په اړه لري دلته یې درته یو څو بیلگې وایم.

- «مور د نړۍ په کچه د نیتورک مارکېټینګ ۱۷م اوولسم لوی شرکت یو» که چېرې کچه اړینه وي ولې مشتري په یو له هغو ۱۶ شرکتونو کې چې ستاسو له شرکت نه لوی دی، ونډه وانخلي؟

- «مور په هغو نړیوالو شرکتونو کې چې چټک پرمختګ یې کړی دی په ۳۷م اووه دېرشم نمبر یو». ولې مشتري ستاسو په شرکت کې ونډه وانخلي چې د گډون لپاره ستاسو په پرتله ۳۶ نور داسې شرکتونه لري چې پرمختګ یې تر تاسو چټک دی.
- «زموږ تولید اختراع شوی دی». تقریباً له یو میلیون نه ډېر تولیدات هم اختراع شوي دي او دغه ټول تولیدات د یو څو سوو ډالرو پانګونې ته اړتیا لري نو دا خبره مو هم اغېزناکه نه ده.

- «مور د اداینې د پلان له مخې ۵۰ سلنه اداینه کوو». ښه که چېرې دوی د اداینې د پلان له مخې یو شرکت سره یو ځای کېدل وغواړي نو ولې هغه شرکت ونه ټاکي چې له دې لورې سلنه د اداینې له پاره لري.

- «مور هغه اوولس کلن شرکت یو چې تر اوسه له تاوان سره نه یو مخ شوي». که چېرې د پرېکړې لپاره د وخت اوږدوالي اړین وي مشتري ولې باید د هغه شرکت په اړه پرېکړه ونه کړي چې ستاسو له شرکت نه یې ډېر وخت کېږي؟

د تاوان سره مخامخ کېدل به ددې مانا وي چې ستاسې شرکت د حسابدارۍ منظم سیستم نه لري ترڅو مصارف را کم کړي چې د تاوان وپړه ونه اوسي.

- «زموږ د شرکت مشر د طب په یوه غوره پوهنتون کې درس ویلی دی». ددې مانا خو دا شوه لکه یو څوک چې ووايي، زموږ ډاکټر ستاسو ډاکټر ته ماتې ورکولی شي، نو آیا دوی باید له داسې یو شرکت سره یو ځای شي چې د هغه ډاکټر د درس په وخت کې ډالی او مېالونه تر لاسه کړي دي؟

- «زموږ اداري ټیم په گډه د نیټورک مارکېټینګ په برخه ۸۴ کاله تجربه لري». ښه نو زه د غذایی رژیم ۶۰ کلنه تجربه لرم خو زما په ډنگروالي کې یې هېڅ مثبت رول نه دی ادا کړی نو ته ما ته دا ویل غواړې ترڅو زه د داسې یو شرکت سره ونډه واخلم چې دوی په گډه د نیټورک مارکېټینګ په برخه ۸۴ کاله تجربه لري؟

ددې لپاره پريزنټېشن مه ورکوي چې مشتري پرې پرېکړه وکړي ددې په ځای هغه مهارتونه زده کړي چې څنگه مشتري په کاروبار کې را ګډ کړو او له موږ سره کاروبار وکړي په ځای ددې چې دوی ته يوه خيالي دنيا ور وښايو او دا په حقيقت کې هېڅ توپير مېنځ ته نه شي راوړلی.

زه کايک نه خرڅوم - زه خوندونو ته لاس رسي خرڅوم!

پلور ډېر آسان دی خو که تاسې پوه شئ چې څه بايد خرڅ کړئ، آيا تاسې يوازې ويتامين خرڅوي که د ځوان اوسېدو يوه وسيله خرڅوي؟ آيا تاسې د پوستکي کریم خرڅوي که مېرمنو ته موقع ورکوي چې دوی د خوب کولو په وخت کې خپل پوستکي ځوان وساتي؟ بيا فکر وکړئ چې اصلاً څه خرڅوي او بيا هغه څه پيدا کړئ چې ستاسې مشتري ورته اړتيا ولري، نو پایلې به يې ډېرې خوندورې وي.

د مشتري د پيدا کولو او استخدام کولو درې ساده لارې!

آيا پوهېږئ چې د مشتري سره د خبرو کولو لپاره ستاسې لومړی ګام بايد څه وي؟
يا کله چې تاسې اټکل شوی مشتري په رېښتيني مشتري بدلوي نو بايد څه وکړئ؟
دا اصول په هر وخت کې يو شی وي که تاسې په تليفون له چا سره خبرې کوئ که مخامخ ور سره وينئ يا په ټولنيزو رسنيو کې په دې اړه څه ليکئ يا چا ته پيغام لېږئ، ستاسو لومړی موخه بايد دا وي چې

تاسې ددغه کس سره په هم هغه شکل منځ ته ولاړ شئ چې څنگه هغه
ځي.

دا هغه لومړۍ څه دي چې ما په نيټورک مارکېټينگ يا مستقيم پلور کې
زده کړي دي، يانې ما ته بايد دي يا په بله مانا زه دې ته اړتيا لرم چې د
دوی خوښ شم او په ما باور وکړي ځکه تر څو چې د دوی خوښ نه
شي او باور در باندې ونه کړي ددې خبرې چانس بېخي صفر دی چې
هغوی دې له تاسو سره کاروبار وکړي.

ددغه کار لپاره تاسې بايد د خپل مشتري په ذهن پوه شئ چې د دوی
په ذهن کې څه گرځي؟
ددې کار لپاره تر ټولو بد کار په خبرو اترو يا اړیکه کې غیر منظم
اوسېدل دي.

تاسې پوهېږئ...؟

کله چې تاسې دوی ته يو څه وایاست او د دوی په ذهن کې بل څه
گرځي نو تاسې بايد څه وکړئ چې دواړه په يو فکر شئ؟
ددې په اړه دلته درته درې ساده گامونه تشرېح کوو.

لومړی گام: تاسې ددې اړتیا لری چې خپل آیدیاال مشتری په نښه کړئ.

زه پوهېږم چې مور غواړو ټوله نړۍ زموږ په کاروبار کې له مور سره ملگرې شي خو دا بېخي ډېر لوی هدف دی، ددې د لږ څه کمولو په موخه تاسې باید په دې پوه شئ چې ستاسو آیدیاال مشتریان څوک دي؟

بیا نو تاسې کولای شئ چې وگورئ او پوه شئ چې د دوی د ژوند اړتیاوې او غوښتنې څه دي، دوی څوک دي، دوی څه کوي، او دوی څه تر لاسه کول غواړي؟

په دې پوهېدل به تاسې سره مرسته وکړي تر څو په هغه خبرو اترو کې چې د دوی په ذهن کې گرځي ور گډ شئ ځکه چې تاسې هم له هغه څه سره اړیکه لرئ چې د دوی په ژوند کې لگیا دي او پېښېږي. آیا ستاسې هغه خلک نه خوښېږي چې ستاسو په حالاتو پوهېږي؟ ستاسې مشتریان بلکل همداسې دي او مخکې ځو.

دویم گام: تاسې باید په دې پوه شئ چې دوی ته څه ووايئ.

کله چې تاسې په دې پوهېږئ تر څو دغه کس څه فکر کوي یا په دې اړه یوه ښه نظریه لرئ نو تاسې د دوی په ژبه خبرې کولای شئ، تاسې خپل پیغام ښه روښانه کولای شئ او په دې به هم پوه شئ چې تاسې د

دوی سره څنگه داسې یوه اړیکه جوړه کړئ تر څو دوی ستاسو په کاروبار کې له تاسو سره گډ شي.

خپل مشتري پېژندل او په دې پوهېدل چې تاسې باید خپل مشتري ته څه ووايئ هغه څه دي چې له تاسې سره مرسته کوي.

په ځای ددې چې د یو کس سره خورا ډېره خواري وکړئ لسگونه خلکو ته قناعت ورکړئ او په خپل کاروبار کې یې د ځان سره ملگري کړئ، همدا دلیل دی چې د مشتري د استخدام په فلسفه باندې پوهېدل اړین دي تر څو پوه شئ چې د مشتري په ذهن کې څه گرځي او د هغې سره د سم برخورد له کبله تاسې خپل کاروبار لا پسې پراخه کړای شئ.

خو کیسه لا ختمه نه ده...!

یو بل اړین گام هم پاتې دی چې دا به ستاسې کاروبار لا پسې خوندي او ستاسې ژوند به له خونښو ډک کړی.

درېم گام: د منفياتو له مېنځه وړل او مثبتې پایله تر لاسه کول:

وړاندې له دې چې تاسې له انکار یا رد کېدو نه ځان وژغورئ تاسې باید ټولو هغو پوښتنو ته ځواب ووايئ چې مشتري یې لري تر څو ورته ثابته کړئ چې ستاسو کاروبار قانوني او گټور دی.

ومو لیدل...

تاسې هر چاته اړتیا نه لرئ چې په کاروبار کې در سره ملگری شي .
تاسو غوره کسانو ته اړتیا لرئ یا تاسې یوازې غوره کسان غواړئ ترڅو
در سره ملگری شي ځکه چې تاسې ولې باید خپل وخت، انرژي او
احساسات په هغه چا ضایع کړئ چې د کاروبار په اړه بېخي جدي نه
دي .

کله چې تاسې خلکو ته په سم وخت سمه خبره کوئ تاسې په
اتوماتیک ډول خپل ځان ته داسې یو مقام ټاکئ چې نور خلک په خپله
خوښه له تاسې سره یو ځای شي او وغواړي کاروبار در سره وکړي،
بله لاره چاره داسې پایله نه لري، یوازې له همدې لارې تاسې کولای
شئ چې د لږ ذهنیت سازي له لارې دغه خلک د ځان سره په کاروبار
کې ملگری کړئ او د بازار موندنې له مخې پاملرنه ځان ته را اړول
همدې ته وايي، نو یو ځل بیا یې تکراروو چې دغه درې گامونه د ډېرو
او ښو مشتریانو د موندلو لپاره ډېر اړین دي .

- خپل غوره مشتری په نښه کول .

- په دې پوهېدل چې دوی له کوم حالت نه تېرېږي .

- او د مثبتو پایلو تر لاسه کول .

هیله ده چې دغه لیکنه به تاسو سره مرسته وکړي ترڅو وړاندې له دې
چې یو څوک خپل کاروبار ته راوبلیع اول د دوی په نښه کولو، د دوی
په ذهنیت پوهېدلو او مثبتو پایلو تمرکز وکړئ .

هغه څه چې هيله مې وه تر څو دوی راته په ښوونځي کې
ښودلي وای:

زه د ښوونځي څخه د پيسو گټلو مهارت د نه درلودلو سره فارغ شوم
خو هيله مې دا وه چې يو معلم يوازې لس دقيقې مور ته د پيسو په اړه
درس راکړي او دا به همدومره وو تر څو راته ويلې يې وای چې د پيسو
مدیریت انسان پيسه داره کوي او دا کوم ساينس نه دی.
لس دقيقې...! دا دومره پېچلې مسئله نه ده يوازې يو څو لارښوونو به
دا هر څه ډېر اسانه کړي وای.

د بېلگې په توگه:

1. هغه څه واخلي چې ارزښت يې د ښکته په ځای پورته ځي.
هغه څه دي چې ارزښت يې لوړېږي؟
په ځمکه پانگونه، امنيت، زموږ کور همداشان هغه بيا څه دي
چې ارزښت يې کمېږي؟
موټر، د سينگار نقلي زيورات، د کانسرت ټيکټونه او د باندي
خوراک کول.
- a. له قرض يا تاوان نه ځان وساتي، قرض يا تاوان مور ته هغه څه
راکوي چې د هغه لپاره مور هېڅ نه وي سپمولي.
څه شی غوره ښکاري؟

سخت کار کول او بیا خپلې ټولې پیسې یو بل چا ته ورکول تر
 شو زموږ قرضونه یا تاوانونه ادا شي؟
 یا د نورو خلکو درلودل چې سخت کار وکړي او خپله تنخوا
 موږ ته راکړي تر څو دوی زموږ نه کړی قرض بیرته ادا کړي؟

2. د سر د پاسه بوج کم وساتئ!

ارزانه کور او موټر درلودل دا مانا چې موږ به د هغه څه د
 اخیستلو لپاره پیسې ولرو چې ارزښت یې لوړېږي.

3. په ځان پانگونه!

موږ د هغه وخت په بدل کې چې کار کوو دوه چنده عاید
 درلودلی شو که چېرې موږ ښه مهارتونه زده کړو.
 بس! همدومره په لسو دقیقو کې ښوونکي د خپلو شاگردانو
 ژوند بدلولی شي.

څنگه د خپل مشتري په ذهن باندې کنټرول درلودلی شی؟

مشریان غبرگون ښودونکي دي د دوی اکثره پرېکړې د هغه څه په
 وړاندې ساده غبرگون وي چې موږ یې دوی ته وایو یا یې کوو.
 بیلگه یې غواړئ...؟
 زه د باندې په پارکېنگ کې روان یم او یو نابلد کس ته سل ډالره ورکوم،
 آیا دغه کس به غبرگون وښايي؟

په رښتيا سره چې هغه به څه داسې شيان ووايي ما لاتړی وگټله آیا ته نورې پیسې هم لرې؟

اوس فکر وکړئ چې زه بیا د باندې په پارکېنگ کې روان یم او همدغه کس سره مې ولیدل خو دا ځل زه هغه ته سل ډالره نه ورکوم، دا ځل هغه ته په دا پوزه یو سوک ورکوم، دغه نابلد کس به څه غبرگون ښکاره کړي؟

په رښتيا سره چې هغه به څه داسې راته ووايي آخ دا دې ډېر بد کار وکړو، آیا زما پوزې ستا لاره نیولې وه؟
یو نابلد کس او دوه بېلا بېلې رویې!

آیا د نابلد کس رویه په هغه پورې اړه لري یا د نابلد کس رویه او غبرگون په هغه څه پورې اړه لري چې ما وکړل یا مې وویل؟
ددې مطلب دا شو که چېرې موږ د خپل مشتري رویه نه خوښوو نو هغه څه چې موږ یې باید وکړو دا دي چې هغه څه بدل کړو چې کوو یې یا یې وایو.

دوی به غبرگون ښايي! ددې مانا دا شوه چې پلور یا سپانسر کول زموږ په کنټرول کې دي، نو مشتري مه ملامتوئ ددې په ځای راځئ چې دا زده کړو کله چې مشتري سره خبرې کوو دا هغه څه دي چې موږ یې باید د مشتري څخه د هو اورېدلو لپاره ووايو او یا یې هم وکړو.

دا ستاسې تولید څومره گران دی!

کله مو دا نیوکه اورېدلې ده؟

«زه دا نه شم اخیستلی دا ډېر گران دی» مشتري تاسې ته څه ویل غواړي؟

مشتري تاسې ته وایي چې تاسو ماته دومره فضاغت نه دی راکړې چې ستاسو وړاندیز یا ستاسو کاروبار د دومره پیسو ارزښت لري.

هر څوک پیسې لري دوی د یو قیمتي موټر لپاره پیسې لري، د یو څیرک تلفون اخیستلو لپاره پیسې لري، د لاتری-ټکټ لپاره پیسې لري، د باندې خوراک کولو لپاره پیسې لري او د هر هغه څه لپاره چې دوی یې غواړي پیسې لري او که چېرې دوی د هغه څه لپاره چې دوی یې غواړي پیسې نه لري نو را قرض کوي یې هم دوی کريدېټ کارت کاروي خو هغه څه اخلي چې غواړي یې، نو ددې په ځای چې خپل تولید ته د دوی په بودیجه کې ځای پیدا کړی هغه ته نور ډیر ارزښت ورکړی او خلک به د هغه څه لپاره پیسې ورکوي چې دوی یې وغواړي.

تاسو له ما اوس څه غواړئ چې ویې کړم؟

کله چې تاسې د خپلو معلوماتو په پای کې دغه مهارت کاروی نو د ردېدو هغه ټول فشار او وېره له تاسو لرې شي اوس پرېکړه په مشتري پورې اړه لري، په اصل کې اوس مشتري د پرېکړې کولو لپاره یو څه

فشار احساسوي نو مشتري به اوس حتماً تاسو ته وايي چې تاسې اوس لار شى، يا به درنه د نورو مالوماتو غوښتنه كوي او يا به درته وايي دوى چمتو دي چې در سره ونډه واخلي يا داسې نور. خو پاكه خبره دا ده چې مشتري بايد پرېكړه وكړي او تاسې ددغه مهارت نه كار اخيستی شى تر څو په غوره توگه خپل مالومات پای ته ورسوئ. هو ددې فشار ډېر كم دى خو زه تل د مشتري سره د لويو خلكو په څېر رويه كوم.

تكړه رهبران چېرته او څنگه پيدا كړو؟

ددې په اړه فكر وكړئ ډېرى تكړه رهبران يا ليدران د هغه چا لخوا نه دي پيدا كړل شوي چې خپله هم تكړه رهبران يا ليدران دي. دا تاسو لپاره څه مانا لري؟ هر چا ته بايد وخت وركړئ له وړاندې قضاوت مه كوئ هغه نوى كس چې د دوى له خوا دغه كاروبار ته معرفي كېږي شايد يو تكړه رهبر يا ليدر شي، ضرور نه ده چې تاسې خپله يو تكړه رهبر په كاروبار كې راگډ كړئ تر څو يو لوى نيتورك ولرئ.

آيا ستاسې توزیع کوونکي خپلې هڅې گډې وډې کوي او همداسې فکر کوي؟

زما يو مایوسه شوي توزیع کوونکي په دې ټينگار کولو چې هغه غواړي د میاشتي ۱۰,۰۰۰ ډالره عايد ولري او هغه په دې ټينگار کولو چې بايد اوس د شپږو میاشتو څخه وروسته په دغه شرکت کې دی لس زره ډالره عايد درلودلای که نه نو دا شرکت بڼه شرکت نه دی چې په وروسته له وخته کار سره هم د شپږو میاشتو نه وروسته پکې لس زره ډالره عايد نه لري.

ما له خپل توزیع کوونکي نه پوښتنه وکړه؛ «ته په خپل اوسني کار کې چې له تېرو دولسو کالو یې کوي څومره پیسې گټې؟» هغه ځواب راکړ چې تقریباً د میاشتي دوه زره ډالره، آيا هغه اړين ټکي ته پام دی؟
نه...!

نو بیا ما له هغه پوښتنه وکړه چې تا په یوه میاشت کې په خپل ټیم کې څومره پلور کړی دی؟ هغه ځواب راکړ چې زما ټیم په تېره میاشت کې د ۵۰۰۰ ډالرو پلور کړی دی.

زما توزیع کوونکي فکر کولو چې هغه باید لس زره ډالره عاید ولري او هغه هم په داسې حالت کې چې هغه او د هغه ټیم په گډه سره شرکت ته د لس زرو ډالرو نه کم پلور کړی دی.

زه د خپل توزیع کوونکي د راتلونکي په اړه وړاندوینه کولای شم، هغه به په دې ټینګار کوي چې شرکت ملامت دی او هغه به یو بل شرکت ولټوي چې د شپږو میاشتو کاري موده کې ده ته هره میاشت لس زره ډالره عاید ورکړي او دا هېڅ پروا نه کوي که چېرې هغه شرکت ته کم ارزښت راوړي یا کار وکړي.

چېرته گرم (چې پیر ته تیار وي) مشتریان پیدا کولای شم؟

په پیل کې موږ هغه مهارتونه نه لرو چې موږ د آرامه چاپیریال نه ووځو بلکې موږ په خپل اوسني ټولنیزو مهارتونو کې راګیر یو چې موږ د خپلو والدينو، استادانو، دندو او ټولنیز چاپیریال څخه زده کړي دي نو موږ باید د هغې طریقي له لارې د مشتریانو د موندلو هڅه وکړو چې کار کوي یو څه آرام بخشه وي او موږ ورسره ښه احساس ولرو.

یو څو لارې یې دا هم کېدای شي:

- کاروبار ته د بلنې (referrals) لېنک له لارې.
- په ورځپاڼو کې د اعلانونو ورکولو له لارې.
- د کارتونو د لېږلو له لارې.
- د نیټورک مارکېټینګ د پروگرامونو (Events) له لارې.

- د هغه رستوراتونو له لارې چې د سهار چايو لپاره خلک ورته راځي.
 - د انټرنیټي بازارموندنې (Internet Marketing) له لارې.
 - خلکو ته د نمونو لپېرلو له لارې او داسې نور....
- نو اوس ستاسې لپاره کومه لاره د کار کولو ده او تاسې دغه لاره غوره بولي؟
- دا يوه مشهوره خبره ده چې که تاسې په ډلو پسې روان یاست نو منډه نه شی گټلی نو راځئ په دې ځان ډاډمن کړو چې موږ په پټو سترگو د مشتري موندلو هغه لاره تعقیب نه کړو چې شاید د نورو لپاره کار کوي او آسانه ده خو زموږ لپاره هېڅ کار نه کوي.
- نو ستاسې طبیعي بازار یا مارکېټ کوم یو دی؟
- ستاسو طبیعي بازار به ډېر آسانه وي چې خپل کاروبار پکې جوړ کړئ او له دغې لارې به تاسې هره ورځ خپل نیټورک مخ ته بوتلی شی.

د طبیعي بازار یو څو بېلگې:

١. بنوونکی، په ځانگړې توگه که چېرې تاسې یو بنوونکی یاست او د دوی ستونزې پېژنئ.
٢. د وړو تجارتونو درلودونکي، شاید تاسې په همداسې یو ځای کې دنده ولرئ چېرې چې تاسې له دغه خلکو سره اړیکې لرئ.
٣. ځوانې مېندې چې ماشومان ور له غاړې وي، تاسې هم ماشومان لرئ او د نورو مېندو سره لیدلو نه خوند اخلئ.

٤. د چټ خونې (Chat rooms)، تاسو شايد د شپې ناوخته پورې د چټ کولو معتاد واوسئ او له دغه کاره خوند اخلي.
٥. همکاران، دوی هم هغه څه غواړي چې موږ يې کوو، ډېرې پیسې او له کار نه ډېر وخت لرې اوسېدل.
- نو هر وخت له خپل ځان نه پوښتنه کوئ زما طبيعي بازار کوم یو دی؟ راځئ دا تعین کړو او بیا ستاسو لپاره یو پلان جوړ کړو تر څو ستاسو لپاره اغېزناک وي.

د رهبر (Leader) جوړېدو لپاره لس لارې:

- هر څوک موږ ته وايي چې باید رهبر شو خو دوی هېڅ دا راته نه ښايي چې څنگه؟
- دالي کارنېگي (Dale Carnegie) يې موږ ته ښايي چې څنگه موږ رهبر کېدلی شو.
- که تاسې د هغه کتاب څنگه ملگري وگټو او په هغوی اغېزناک واوسو (How to Win Friends and Influence People) نه وي لوستلی نو یوه موقع مو د لاسه ورکړې ده.
- ١- له ستاینې او رینښتینې ستاینې یې پیل کړئ.
 - ٢- د خلکو تېروتنو ته په غیر مستقیم ډول پام وکړئ.
 - ٣- وړاندې له دې چې د نورو په تېروتنو باندې نیوکه وکړئ په خپلو تېروتنو وغږېږئ.
 - ٤- د مستقیم امر کولو په ځای یوه پوښتنه وپوښتئ.

- ۵- بل کس ته د منځ د ساتلو اجازه ورکړئ.
- ۶- وړوکی پرمختګ وستایئ بلکې هر پرمختګ وستایئ.
- ۷- بل کس ته د ښه ژوند کولو لپاره باور ورکړئ.
- ۸- هڅونه وکاروئ مانا له هڅولو کار واخلي.
- ۹- تېروتنه د سمون لپاره آسانه کړئ.
- ۱۰- بل کس د هغه څه لپاره چې تاسې ورته د تر سره کولو سپارښتنه کوئ خوشاله کړئ.

خپل رابلونکي (Sponsors) مه ملامتوئ:

کله چې تاسې نیتورک مارکېټینګ ته راځئ نو دا اړینه ده چې د خپل رابلونکي (Sponsor) په مسئولیتونو او د خپل ځان په مسئولیتونو ځان پوه کړئ.

ستاسو رابلونکي (Sponsor) ستاسو پر وړاندې لاندې مسئولیتونه لري:

- یو څو هغه مهارتونه ښودل چې تاسې وکولای شئ په سمه توګه نوي مشتري ته مالومات وړاندې کړئ.
- د یوې دقیقې پریزنټېشن تر څو تاسې زده کړئ چې د مالومات ورکولو په وخت څنګه مسلکي ښکاره شئ.
- د نیوکونه د ځان ساتلو لپاره د پیل کولو یو څو اړینې جملې ښودل.
- د ملاقات د تنظیمولو لپاره د یو څو اړینو او ګټورو جملو

ښودل، که چېرې ستاسې رابلونکي (Sponsor) تاسې ته پورتنی یو څو لومړني مهارتونه در زده کړي نو ستاسو مسؤلیت څه جوړېږي؟

- په دوامداره توګه د مشتریانو لټون تر څو خپل کاروبار جوړ کړی شی.
- خپل مشتریان جلسو، ژوندي ویبپنارونو او دوه په دوه ملاقاتونو ته رابلل .
- مطالعه او په ښوونیزو پروګرامونو کې د یو مسلکي نیټورک مارکېټر کېدو په موخه ګډون کول.
- د خپلې بریا لپاره مسؤلیت منل .

دا دوه طرفه لاره ده تاسې له خپل رابلونکي (Sponsor) څخه دا تمه نه شی کولای چې هغه ستاسو لپاره هر څه وکړي، یو ځل چې ستاسې رابلونکي تاسې ته یو څه لومړني مهارتونه وښودل نو اوس دا په تاسې پورې اړه لري، تاسې کولای شی شکایت یا ګیله وکړئ چې تاسې هیڅوک نه لرئ تر څو ور سره وغږېږئ، هیڅوک نشته چې تاسې ته به غوږ ونیسی یا دوی نه پوهېږي چې څه وکړي، خو دا ستاسو کار دی چې له دغو مهارتونو نه په ګټې اخیستنې سره څنګه دا هر څه په کار واچوئ همداشان دا ستاسو په ټاکنې پورې اړه لري چې تاسې خپل مسؤلیت له مېنځه وړئ او که خپل ذهن باندې پانګونه کوئ تر څو دغه منفي فکر مو له ذهن نه ووځي او دا ستاسو پرېکړه ده نه ستاسو د رابلونکي .

تاسې بايد دا زده كړئ چې په خپل كاروبار كې دغه ستونزې څنگه له مېنځه يوسئ او دا ستاسو د رابلونكي مسئوليت نه دی چې څنگه تاسې بريالي كړي بلكې ستاسې بريا په تاسې پورې اړه لري.

هغه څه دی چې رهبران يې په نيتورک مارکېټينگ كې نه كوي او تاسې يې هم بايد ونه كړئ؟

نيتورک مارکېټينگ يو ننگوونکی مسلک دی. تاسو شايد ونه پوهېږئ چې يو نابلد کس ته څه وواياست او څنگه ځان ورته معرفي كړئ؟ د نورو لپاره دا يو څه وپروونکې هم کېدای شي يا دا چې دوی پوه شي چې تاسې په ځان باور نه لرئ. آيا غواړئ چې ځان باوري ښکاره كړئ او ځان د يو رئيس په شېر معرفي كړئ؟ د نيتورک جوړونې په وخت دا درې کارونه مه كوی...

١- دا مه وايئ چې «سلام! زما نوم فلانی دی»

رهبران ځان معرفي کوي خپل نوم نه، دوی په ساده ډول خپل نوم له مختاري پرته وايي کله چې تاسې ځان معرفي کوی نو دا مه وايئ چې «سلام! زما نوم ستوری خان دی» ددې په ځای داسې ووايئ «ستوری

خان يم» او په عين وخت کې ليدونکي ته په سترگو کې وگورئ او د سترې مه شې لپاره لاس ورکړئ دا ستاسو په ځان باور او ډاډگېرته ښکاره کوي.

٢- په لومړيو کې د ځان په اړه ډېر څه مه وياست!

رهبران په دې پوهېږي چې تر دوی نور خلک ډېر مهم دي.

کله چې تاسې ځان بل چا ته معرفي کوئ په لومړي سر کې د ځان په اړه د ډېر څه ويلو نه ډډه وکړئ، د دوی په اړه وپوښتئ، د دوی د کار په اړه وپوښتئ او د دوی د مسلکي موخو يا اهدافو په اړه وپوښتئ. اورېدل درې گټې لري: دا تاسو سره په زدکړه کې مرسته کوي، خوښي در ښيي او د منلو وړ مو گړځوي.

اورېدل تاسو ته موقع په لاس در کوي تر څو د هغوی په غوښتنو، لومړيتوبونو او ننگونو پوه شئ او زده يې کړئ. وروسته تاسې دغه مالومات چې دغه کس تاسې ته څه وويل د دوی په ستونزو حل کولو کې د خپل ارزښت لپاره کارولی شئ. اورېدل هغه کس تل خوشاله هم ساتي، کله چې دوی د ځان په اړه تاسو سره غږېږي نو دوی ستاسو په اړه د زدکړې لېواله کېږي.

د دنجايا حيتياراچي وايي « که ستاسو د پريزنټيشن يا د معرفت له سرليک څخه گډونوال پوه شي چې تاسې به د څه په اړه خبرې کوئ نو د اورېدونکو يوه لويه برخه له لاسه ورکوئ خو که ستاسو سرليک مبهم وي نو تاسې د اورېدونکو يوه لويه برخه ځان ته متوجه کوئ»، خپل ټول کارتونه په لومړي سر کې مه ښکاره کوئ په دې سره به تاسې يوه ښه موقع ولرئ چې نور خلک ستاسو د خبرو د اورېدو لېوالتيا ښکاره کړي، له دې پرته اورېدل تاسو د خوښې يا منلو وړ گرځوي ځکه خلک غواړي چې يو څه واوري او ځان پرې پوه کړي. دوی څه وايي، دوی ته غوږ ونيسئ، دوی ته گورئ او هيڅکله خپل تلفون ته مه گورئ.

٣- دوی ته مه وایاست چې تاسو له دوی دنده يا کار غواړئ:

رهبران په دې پوهېږي چې د اوږد مهالې بریا لپاره د اړیکو جوړول ډېر اړین دي او دا هغه څه دي چې په نیټورک مارکېټینګ کې یې موږ کوو. دا معامله نه ده چې تاسو د یو چا سره د لومړي ملاقات په وخت کې ترې د کار کولو غوښتنه وکړئ د کار غوښتنه مه ترې کوئ بلکې ددې په ځای خپل راتلونکي اهداف ورسره شریک کړئ. تاسو ورته ویلی شئ چې موږ په خپل شرکت کې د پرمختګ په لټه کې یو چې د یو ټولنیز هدف لپاره کار کوو او خپلو کارکوونکو ته نړیوال فرصتونه معرفي کوو.

د کارکولو غوښتنه مه ترې کوی بلکې ددې په ځای د خپل کار د راتلونکو گامونو په اړه ورسره مالومات شریک کړئ. ستاسو د راتلونکو موخو شریکول دوه گټې لري... دا دغه کسانو ته ښایي چې تاسې «دغه کسان» پرته له ویلو د یو کار په لټه کې یاست او دوی په دې هم پوهېږي چې دوی هم تاسې ته ځینې فرصتونه معرفي کولای شي. نیټورک مارکېټینګ یو سخت کار دی او په سمه توګه مخ ته تګ ستاسو د مسلک د پرمختګ لپاره ډېر اړین دی، وړاندې له دې چې تاسې په نیټورک مارکېټینګ کې یوه بله موقع ولری ددې په اړه فکر وکړئ چې څنګه باید ځان معرفي کړئ او له دغه فرصت نه په گټې اخیستلو سره خپله رهبري او په ځان باور ښکاره کړئ.

د خپل مشري په مغزو کې د یوې کیسې سره دننه شی!

زه د خپلې خوښې یوه کیسه درته کوم...

د فکر خوراک:

یوه واده شوې جوړه په اوونۍ کې دوه ځلې د شپې ډوډۍ لپاره د باندې یو رستوران ته تلل، دوی به د میاشتې ۱۶۰ ډالره د باندې په خوراک باندې مصرفول او دوی چاغ شول. یو بله واده شوې جوړه وه چې دوی به هره میاشت ۱۶۰ ډالره د خپل نیټورک مارکېټینګ په کاروبار باندې پانګونه کوله، دوی به لاغر او صحتمنده ول او په څو کالو کې دوی تقاعد شول.

زما همدا دوهمه بېلگه خوښېږي ځکه دا د مشتري ذهن خلاصوي او دوی پوهوي چې د دوی په رویه کې یو وړوکی بدلون دوی بریالي کولای شي او زه هم د نیوکې سره نه مخ کېږم چې زه یې وس نه لرم. دوی له وړاندې څخه خپلې پیسې د خپل نیتورک مارکېټینګ په کاروبار کې چې دوی ورته اړتیا لري مصرفوي خو اوس خبره د ټاکنې ده، آیا دوی غواړي د ماښام ډوډۍ خورلو ته ادامه ورکړي او که دوی غواړي ددې په ځای په پای کې رستوران خپل کړي.

څنگه چېک پلور وکړو؟

په دې باید پوه شو چې هغه کوم غوره وخت دی ترڅو مشتري ته یو څه ووايو؟

لومړی: وروسته له هغه چې کله له مشتري سره مخامخ وگورو.

دوهم: یا وړاندې له دې چې له مشتري سره مخامخ ووينو.

کله چې موږ په یو مشتري باندې یو څه پلورو نو هغه څه چې موږ یې مشتري ته وایو خورا لویه اغېزه لري او لوی بدلون رامینځته کولای شي.

دوه ځایه دي، چېرې چې توري یو لوی بدلون رامینځته کوي.

١- د پلور په وخت کې:

کله چې موږ مشتري ته خپل تولید وړاندې کوو نو موږ باید د ساوند بايټ له تخنیک نه کار واخلو، دا هغه تخنیک دی چې له مخې یې د لنډو تورو یا لنډو خبرو په کارولو سره موږ د مشتري په ذهن کې داسې

يو انځور جوړوو چې دا مشتري دې ته تياروي ترڅو پېر يا خريد وکړي او که چېرې تاسې د سينگار توکي پلورئ نو لاندې يې يو څو بېلگې درته وړاندې کوم...

- يو ښه احساس چې تاسو په خپل پوستکي مټينوي.
- د خوب په وخت ستاسو پوستکي نور هم ښايسته کوي.
- په اتو دقيقو کې به د فلمي ستوري په څېر ښکاره شئ.
- د ۱۵ کالو لپاره د مخ گونځې له مېنځه وړي.
- موږ داسې جوړوي لکه زموږ وړه خور.

دا او دې ته ورته نورې لنډې خبرې هغه بېلگې دي چې د پلور په وخت يې مشتري کول خورا مثبتې پايله لري.

۲- هغه توري چې موږ يې وړاندې له دې چې د مشتري سره ووينو کارولي شو:

دې ته له پلوره وړاندې پلور هم وايي او دا زموږ د پلور خپلې کيسې هم کېدای شي چې مشتري ته يې کوو.

ځينې بېلگې يې په لاندې ډول دي:

- « ما نه غوښتل چې حتا يو زره چرک هم په مخ باندې ولرم. »
دا هغه خبره ده چې د معلوماتو يا پريزنټېشن په وخت کې به زموږ د مشتري په ذهن کې پاتې وي ځکه چې داسې توري په ذهن کې ځای پيدا کوي.
- « ما هېڅکله نه غوښتل چې زما مخ تر هغو زور ښکاره شي ترڅو زه يم. »
چې موږ دا خبره کوو نو زموږ مشتري هم خپل ځان په همدې حالت کې تصور کوي.
- « ښه، ته پوهېږې! چې د سينگار سره انسان څنگه ټيټ يا کم ښکاري. »

ښه، ته پوهېږې! هغه څه دي چې زموږ مشتري په ذهني توگه دې ته تياروي ترڅو په آساني سره رښتيا ومني، خو موږ دا هر څه لا په غوره توگه کولای شو...

څنگه موږ د خپل مشتري ذهن لا ښه کولای شو؟

ددې پر ځای چې موږ ته يوازې د پلورونکي فکر وکړي ښه به نه وي چې دوی موږ ته ددوی د ستونزو د حل کوونکي فکر وکړي؟
موږ څنگه د خپل مشتري ذهن بدلولی شو...؟

دا کار مور د خپل ذهنیت په بدلولو سره کولای شو، مشتریان غبرگون نبودونکي دي او د دوی ذهن زموږ د ذهن سره سم غبرگون ښکاره کوي که مور د دوی ذهنیت بدل کړو نو دا به زموږ پایلې بدلې کړي.

په نیټورک مارکټینګ کې د ټولنیزو رسنیو ځواک!

زه به لومړی کس یم چې په دې خبرې اقرار کوم ترڅو په خپل مسلک کې د ټولنیزو رسنیو د کارولو څخه وپریدم، ما فکر کولو چې کمپیوټر ته کېناستل او په ټولنیزو رسنیو کې یو څه لیکل به هېڅ ګټه ونه لري په ځای ددې چې د باندې ولاړ شم او خلکو سره مخامخ وګورم.

په یو ټکي کې سم وم ټولنیزې رسنۍ د مخامخ لیدلو او یو څوک خپل کاروبار ته متوجه کولو ځای نه شي نیولی، خو په تېرو څو کلونو کې ټولنیزو رسنیو پټو مشتریانو ته په لاسرسۍ، د تیم په پراخوالي او یو بریالي تجارت په را مېنځته کولو کې د پام وړ تاثیر کړی دی.

زه ددې خبرې شاهد یم چې د نیټورک مارکټینګ ستر رهبران چې دغه مقام ته رسېدلي دي یو دلیل یې دا و چې دوی د پخواني مکتب سره د ټولنیزو رسنیو ستراتیژي یو ځای کړې ده او ما هم د خپل کاروبار لپاره همدا طریقه کارولې ده، نو ما خپل دریځ بدل کړو.

ټولنیزې رسنۍ ستاسو د کاروبار لپاره ځواکمن اوزار او د کار وسیلې دي خو په دې شرط که په سمه توګه وکارول شي.

دلته يې خو دليلونه درته په گوته کوم چې څنگه ټولنيزې رسنۍ گټور اوزار دي...

خپل رسېدل يا لاسرسی پراخول:

د ټولنيزو رسنيو سره نور تاسې تر خپل کلي، ښار او حتا هېواد پورې هم محدود نه ياست بلکې تاسو په يوه شېبه کې د نړۍ په کچه زرگونو خلکو ته رسېدلی شئ.

اوس حتا په نړيواله کچه يو کوچنی کلي متشبث يا Entrepreneur پرته له دې چې پيسې او وخت نورو ځايونو ته په سفر کولو مصرف کړي کولای شي خپل کاروبار ته وده ورکړي.

تاسو اوس لوی فکر کولای شئ او خپل کاروبار تر هغه ځايه چې وړاندې ورته رسېدل گران وو، غځولی شئ.

زه اوس هم په دې باور يم چې تاسو بايد هغه ځايونو ته چېرې چې ټيمونه لري سفر وکړئ ترڅو د خپل ټيم دملگرو سره مخامخ وگورئ خو د ټولنيزو رسنيو سره دغه کار په آنلاين ډول هم تر سره کېدای شي.

اړيکې غښتلې کول:

کله چې تاسو خپل کاروبار پراخوئ نو دا ډېره اړينه ده چې تاسو د خپل ټيم د کسانو سره اړيکې غښتلې وساتئ.

څنگه چې مې پورته وويل، تاسو بايد د خپل ټيم له دغو کسانو سره په بېلا بېلو موقعو د مخامخ ليدنې زمينه هم مساعده کړئ.

بيا هم ټولنيزې رسنۍ تاسې سره د يو سم بنسټ او د هغې لارې نه د اړيکو پالنې ته يوه لاره برابروي.

د ټولنيزو رسنيو له لارې تاسې کولای شئ چې د خپل ټيم د غړو سره د پيغام او غوره تمريناتي معلوماتو له لارې په اړيکه کې واوسئ، البته دغه رنگ متقابل عمل د ايمپل او تليفون له لارې هم تر سره کېدای شي. خو د ټولنيزو رسنيو سره تاسو يو گام وړاندې تللی شئ مثلاً د يو ساده لايک، کومپنټ يا د زوکړې د ورځې د مبارکۍ له لارې تاسې د دغو اړيکو په ټينگولو يا کلک والي کې چټکتيا راوستلی شئ.

ټولنيزې رسنۍ تاسې ته تعامل ددغه اوزار در کوي چې د خپلو مشتريانو او د ټيم غړو سره د يو ساده عمل له لارې دوی ته وښايست چې تاسو د دوی په اړه فکر کوئ او د دوی په بريا پانگونه کوئ.

خپله نښه يا برانډ جوړ کړئ:

د ټولنيزو رسنيو د کارولو تر ټولو غوره گټه دا ده چې تاسې کولای شئ داسې مشتريان ولرئ ترڅو تاسو ته راشي.

ستاسې نښه - تاسې څوک ياست، د څه لپاره کار کوئ، ستاسو علاقه د څه شي سره ده او داسې نور کولای شي ستاسو د مشتريانو پام

ستاسو خوا ته را واپروي او يو ناخاپه ستاسو د مشتريانو لېست خپله جوړ شي.

اوس مالومه شوه چې ددې مانا دا هم نه ده ترڅو تاسو آرام كښېښي او دې ته په تمه شي چې په تاسو به د مشتريانو سيلاب راشي خو په ځاي ددې چې د مشتريانو مايوسه لتون وكړي خلك به خپله ستاسو په براند يا نښه كې د خپلې علاقې نښې او مفكورې ومومي.

ستاسو براند يا نښه به له تاسو سره مرسته وكړي چې تاسو ډېرو خلكو ته معرفي كړي او بيا به تاسو پوه شي چې څه وړ سره وكړي، تاسې به خپل مينه وال، پيروان او دوستان جلب كړاي شي او تاسې به د هغوی سره د اړيكو جوړولو وړتيا پيدا كړي.

ټولنيزې رسنۍ تاسو ته اجازه در كوي چې دا او تر دې لا ډېر څه وكړي.

د زاړه مكتب د مخامخ ليدنې ستراتيژي لا هم ځواکمنه او اغېزناکه ده ترڅو ډېر مشتريان پيدا كړاي شي خو اوس ټولنيزې رسنۍ له تاسو سره مرسته كولاى شي ترڅو د پخوا په پرتله لوی او قوي تيم جوړ كړاي شي.

څنگه د پانگونې په اړه خپل ملگري حساس کړئ:

راځئ داسې به ووايو چې تاسې د پانگونې لپاره ۱۰۰ ډالره لرئ، چېرې به وغواړئ چې پانگونه وکړئ؟

تاسې به خوندي ياست که دغه پيسې د بانک په سپما حساب (saving account) کې په ۵٪ گټه وساتئ، نو تاسې به يو کال وروسته ښه، خوندي او تضمين شوي ۵ ډالره گټه تر لاسه کړئ.

يقيناً چې دولت به له دغه گټې خپله ماليه اخلي او داسې به تاسې ته ۳,۵ ډالره پاتې شي.

هر څو که دا ډېره خوندي پانگونه ده خو بيا هم شايد دا ستاسې لپاره د يوې بريالۍ پانگونې نظريه نه وي، نو ولې د بازار په ونډو کې پانگونه ونه کړو؟

کېدای شي تاسې په يو شرکت کې پانگونه وکړئ، تاسې د دوی يوه ونډه په ۱۰۰ ډالره اخلي، داسې به ووايو چې د کال په تېرېدو سره ستاسو پانگه ۲۰۰ ډالره ته پورته شوه.

څومره ښه! دا دې بانک په پانگونه باندې ۱۰۰٪ گټه شوه،-دا خو ډېر ځيرک او عالي کار وشو، فکر نه کوئ؟
په رښتيا سره خو نه.

څه به وو که داسې مو کړي وای؟

تاسې دغه ۱۰۰ ډالره په یوه محلي ورځپاڼه کې په اعلان ورکولو پانگونه وکړئ، د خپلې پانگونې سره که په ځان لږ څه کار نور هم وکړئ نو تاسې کولای شئ چې په بریالۍ توګه یو تکړه توزیع کوونکی (Distributor) استخدام کړئ او د خپلو لږو نورو خواریو سره تاسې خپل توزیع کوونکي ته لږه زدکړه ورکړئ چې یو ښه پلورونکی واوسي.

اوس ستاسې لاس ته راوړنه څه شي شوه؟
د میاشتې ۵۰ ډالره اضافي عاید چې د کمېشن له لارې تاسې ته راځي،
د کال ۶۰۰ ډالره کېږي په دې مانا چې تاسې پانگونه باندې %۶۰۰ د
کال ګټه تر لاسه کړه خو دا نوره هم غوره کېدای شي.

څه به و که تاسې دغه ۱۰۰ ډالره په زده کړه باندې پانگونه کړې وای؟

کېدای شي تاسې دغه ۱۰۰ ډالره د خپل شرکت د سیمه ایزو زده کړو
په پروګرام باندې پانگونه وکړئ.
د زده کړو په دغه پروګرام کې به تاسې زده کړې چې څنګه کولای شئ
ترڅو پرته له اعلان ورکولو څخه د مشتري لټون وکړئ او یو تکړه
توزیع کوونکی (distributor) پیدا کړئ، یا په بله مانا تاسې به اړتیا نه

لرئ چې هر ځل د يو توزیع کوونکي د موندلو لپاره په ورځپاڼه کې د سل ډالرو اعلان ورکړئ، ددې پر ځای به تاسې دا مهارتونه زده کړي وي چې پرته له مصرف کولو تاسې څنگه مشري او يا هم توزیع کوونکي پيدا کولای شئ.

اوس تاسې هره میاشت يو نوی توزیع کوونکي سپانسر کولای شئ ترڅو د هغه له برکته ستاسو په میاشتنی عاید کې د ۵۰ ډالرو د عاید د زیاتوالي سبب شي، د کال په پای کې به تاسې ۶۰۰ ډالره اضافي میاشتنی عاید ولرئ چې دا د کال ۷۲۰۰ ډالره کېږي، دا ستاسو د پانګونې %۷۲۰۰ گټه ده چې تاسې ته به راځي. دا د عاید هغه طریقه ده چې د اضافي وخت توزیع کوونکي او د مالي استقلال درلودونکي رهبران سره جلا کوي.

دا کومه معجزه نه ده!

دوه توزیع کوونکي (Distributors) يو ځای کار کوي، يو تولید خرڅوي او بل يو د اداینې پلان (Compensation plan) لري، په يو ښار کې دي، د يو شان خلکو سره خبرې کوي، په يو شان موسم کې او بیا هم ...

يو توزیع کوونکي ډېر زیات بونس اخلي او دا بل له لوږې مري، توپیر چېرته او په څه کې دی؟

یوازینی توپیر چې دلته دی یو توزیع کوونکی (Distributor) له دې بل توزیع کوونکي څخه توپیری چلند وکړو، څه یې چې ویل هغه یې وکړل، بس همدومره توپیر دی او دا کومه معجزه نه ده.

کله چې ته سم وایې او سم کارونه ترسره کوې نو ته خپل کاروبار په سمه لاره اچوې او په بریا پسې بریا تر لاسه کوې، او که چېرې ته هم هغه څه وایې او کوې یې چې اوس یې کوې نو ته څه فکر کوې چې ستا پایلې به څه وي؟

په رښتیا سره چې همدا شان به وي لکه اوس چې دي نو هغه څه وکړه چې مسلکي نیتورکران یې کوي، دوی د خپل کاروبار په اړه نوې او غوره لارې مومي او زده کوي یې.

خپل توزیع کوونکي ته ووايه چې ستا په ښوونیزو پروگرامونو کې برخه واخلي، نور ډېر څه زده کړي، کتابونه ولولي او داسې نور، کله نو د دوی پایلې به هېڅ بدلې نه شي.

زه د یو څه کمی احساسوم!

زه ډېره خواري کوم خو څه نه ترې جوړېږي، زه احساس کوم چې زما خواریانې خوړې ورې دي او تمرکز پرې نه دی شوی زه باید لومړۍ څه وکړم؟

دا هغه پوښتنه ده چې موږ ټول یې د خپل نیتورک مارکېټینګ په کاروبار کې لرو، په عمومي ډول زموږ په کار کې یو تنګون شته، یو شی چې

کار نه کوي او زموږ پایلې را کموي نو له خپل ځان څخه وپوښتی چې ستاسو په کار یا سیستم کې په کوم ځای کې ستونزه یا تنګون دی، دا به کېدای شي ځینې په لاندې ډول وي...

- ۱- د یو چا موندل تر څو ورسره د کاروبار په اړه وغږېږي.
 - ۲- په دې پوهېدل چې د اغېز لپاره باید څه ووايي.
 - ۳- د مالوماتو ورکولو یا (Presentation) لپاره وخت اخیستل.
 - ۴- د معلوماتو یا پرېزنتېشن ورکول.
 - ۵- د دوی تعقیبول تر څو سم کار پیل کړي.
 - ۶- خپل نوي کسان هڅول.
 - ۷- خپلو نويو کسانو ته ښوونه یا ترینینګ ورکول.
 - ۸- دوی ته د رهبریت (Leadership) مهارتونه ورزده کول.
- هر کس د بل څخه جلا وي، موږ ټول هغه خنډونه لرو چې موږ په شا تمبوي یا مو په منزل کې ورو کوي.
- مسلكي نیټورکران په چټکتیا سره دا خنډونه په نښه کوي او حل لارې لپاره یې مهارتونه زده کوي نو وړاندې له دې څخه چې تاسې بله پاڼه ولولئ له خپل ځان څخه وپوښتی ترڅو ستاسو کمزورتیا په کومه برخه کې ده او هغه څه دي چې تاسو یې له پرمختګ څخه راگرځولي یاست؟

له پیل نه تر پایه شپږ ساده پوښتنې!

کله چې تاسو د خپل مشتري سره کېناستۍ خپله کیسه مو وړ سره شریکه کړه او خپل فرصت مو ورته وړاندې کړو اوس څه کول پکار دي؟

تاسو باید څه وکړئ تر څو مشتري خپل تجارت ته راولی؟ زه یوه آسانه لار درته ښایم چې په هر تجارت او هر هېواد کې د هر عمر او جنس خلکو په وړاندې ترې کار اخیستلی شئ، او دا په شپږو پوښتنو باندې مشتمله ده...

۱: ستاسو تر ټولو ډېر څه خوښ شول؟

د هرې لیدنې یا ملاقات په اخر کې پوښتنه کوئ تر ټولو خرابه پوښتنه چې تاسو یې کولای شئ هغه "څه فکر مو وکړ یا څه فکر کوئ؟" ده. دا هغه پوښتنه ده چې ستاسو مشتري نیوکې ته رابولي، دوی په دې فکر کوي چې څنگه ستاسو په معلوماتو او وړاندې شوي فرصت باندې نیوکه وکړي او داسې دوی د منفي فکر سره مخ کېږي. برعکس ددې په ځای که تاسو وپوښتئ چې "څه مو ډېر خوښ شول؟"، تاسو به بشپړ بدل ځوابونه ومومئ.

دا پوښتنه يې مثبت فکر ته رابولي، په حقيقت کې دغه پوښتنه تاسو ته د دوی د لېوالتيا کچه درښايي.

که ستاسو توليد يا فرصت رښتيا هم د دوی خوښ شوی وي نو دا پوښتنه به تاسو د وړاندې تگ لپاره يو ځانگړي لور ته رهنمايي کړي يا که چېرې د دوی دومداره عايد، د کار شرايط او خلک خوښ شوي وي نو بيا به تاسو خبر ياست چې په کومو شيانو تمرکز وکړئ.

۲: تلل له يو تر لسو ۱۰-۱؟

له خپل مشتري څخه وپوښتئ، له يو تر لسو پورې، يو يانې "هېڅ نه غواړم" او لس يانې "چمتو يم" تاسو ددې فرصت د تر لاسه کولو لپاره څومره چمتو ياست؟

يو ځل بيا، دا پوښتنه به له تاسو سره مرسته وکړي تر څو د دوی د لېوالتيا په کچه پوه شئ او هم به په دې پوه شئ چې دوی څومره نورې مرستې ته اړتيا لري تر څو پرېکړې ته چمتو شي. تاسو به ډېر ۶، ۷ يا ۸ واورئ او دا ښه ده ليکن څه کول پکار دي که يو څوک ۲ ووايي؟

دا هم بده نه ده خو تاسو بايد له دوی سره ډېر کار وکړئ تر څو دوی لوړۍ شمېرې ته راشي ليکن ۲ نومرې هم دا په ډاگه کوي چې دوی تر يوې کچې لېوالتيا لري.

دوی شاید له یوې څخه زیاتو لیدنو یا ملاقاتو ته اړتیا ولري ترڅو چمتو شي او له دوی وپوښتی چې څنگه له تاسو سره مرسته کولای شم ترڅو په دې برخه کې لوړه شمیره تر لاسه کړئ؟

د دوی ځواب به له تاسو سره مرسته وکړي تر څو دا معلومه کړئ چې په راتلونکې لیدنه یا ملاقات کې په کومو ټکو یا برخو ور سره کار وکړئ له یو ۱ پورته هر څه ښه دي.

۳: څومره پیسې؟

اوس موږ فرضي پوښتنې کوو، د هغه څه په اساس چې تاسو ولیدل که چېرې تاسو له دغه شرکت سره وروسته له کاري وخته کار پیل کړئ د وخت ارزښت ته په لیدو سره د میاشتې تقریباً څومره عاید ته اړتیا لرئ یا یې غواړئ چې ویې لرئ؟

تاسو یوازې دا وپوښتی چې دوی د څومره عاید لېوالتیا لري، دا ورته مه وایاست چې دوی څومره گټلی شي، له دوی یې واورئ او دا مالومه کړئ چې دوی څه غواړي، د دوی خوب او هیله څومره ده.

۴: ساعتونه او مياشتې:

څو ساعته؟

ددغه مقدار عايد د تر لاسه کولو لپاره تقريباً د اوونۍ څو ساعته وخت کار کولو ته ويستلی شې؟
بيا هم تاسو له دوی واورئ چې دوی څه کول غواړي نه دا چې تاسو ورته څه وړاندیز ولرئ.

۵: څو مياشتې؟

تاسو دغه مقدار عايد د تر لاسه کولو لپاره څو مياشتې دومره ساعتونه کار کولای شئ.
دا مالومه کړئ چې دوی د هغه مقام د تر لاسه کولو لپاره چې دوی يې هيله لري او غواړي يې څومره وخت ورکولای شي.

۶: که چېرې زه...!، تاسو به يې وکړئ؟

که چېرې زه تاسو ته وښاييم چې څنگه تاسو خپل عايد (د دوی د ۳ سوال ځواب) پورې، يوازې د اوونۍ په (د دوی ۴ سوال ځواب) ساعته کار تر (د دوی د ۵ سوال ځواب) مياشتو پورې لوړولی شي، تاسو پيل کولو ته چمتو ياست؟

ټول هغه څه چې تاسو يې کوي دا دي چې تاسو له دوی پوښتنې ترڅو د دوی خوبونه څه شي دي او بيا که چېرې تاسو دوی سره مرسته وکړئ دوی به خپل خوبونه تر لاسه يا پوره کړای شي؟

اکثريت خلک به مثبت ځواب در کوي زما موخه دا ده چې څوک نه غواړي ترڅو خوبونه يې رښتيا شي؟

تاسو د خپل مشتري سره د يو مشاور غوندې تمثيل وکړئ.

اوس نو کله، کله به تاسو ددغو پوښتنو عجيبه ځوابونه واورئ.

ځينې شايد ووايي چې دوی يوازې د اوونۍ په پينځه ساعته کار د مياشتې ۲۰،۰۰۰ ډالره عايد تر لاسه کول غواړي او دا هم په دوه مياشتو کې دوی درته بنودلی شي.

ستا بايد په ياد وي چې د مشتري سره يا دده لپاره د يو مشاور تمثيل کوي او د يو مشاور په توگه ته بايد له دوی سره رښتيني واوسې.

ته بايد دوی ته دا وښايې چې که دوی رښتيا هم دغه څه چې وايي يا يې تر لاسه کول غواړي نو بايد له دغو ۳ شمېرو نه يوه بدله کړي، يانې عايد، کاري ساعتونه يا مياشتې.

دا شايد د اوونۍ ډېر ساعتونه، ډيرې مياشتې و غواړي يا هم عايد کم واوسي خو يو څه بايد بدل شي ترڅو موخه تر لاسه شي.

له داسې کولو مه وېرېږئ، که تاسو د خپل مشتري سره رښتوني او صادق واوسئ نو تاسو به اعتبار تر لاسه کړئ، د باور سره يې پای ته ورسوئ.

د پای ته رسولو دغې تگلارې سره به تاسو ډېر مشتريان ومومئ چې ستاسو په ډله يا تجارت کې در سره گډون وکړي ځکه چې تاسو هغه څه اورئ چې دوی يې غواړي، خپل مشتري ته دا مه وايست چې دوی له نيتورک مارکيټينگ څخه څه توقعات يا هيلې درلودلې شي. شايد تاسو ورته په ذهن کې دا اچول وغواړئ چې دوی د مياشتې ۱۰،۰۰۰ ډالره تر لاسه کولای شي ولې هغه څه چې هغه يې غواړي يوازې ۱۰۰۰ ډالره وي تر څو خپل بچيان يو ښه پوهنتون کې شامل کړای شي او له کريدېټ کارت نه بې غمه شي. په نيتورک مارکيټينگ کې ډېر بريالي خلک هغه کسان دي چې د خپل مشتري غوښتنې اوري او بيا ورته ښودنه کوي چې څنگه خپل خوبونه پوره يا رښتيا کولای شي. دغه اصول پياده کړئ ستاسو باور به لا پياوړی شي او ددغو پوښتنو دقيق يادولو ته مه وارخطا کيږئ يوازې عمومي نظريه ترې زده کړئ، دغه اصول مراعتولو سره به تاسو د مسلکي نيتورک مارکيټينگ لوري ته يو گام نور هم نېردي شئ.

د نیتورک مارکېټینګ سل غوره شرکتونه کوم دي؟

یوه ورځ ماته زنگ راغی او رانه یې وپوښتل...
 «سلام، زه د نیتورک مارکېټینګ د سل غوره شرکتونو یو لېست غواړم او
 که له تاسې سره د نویو شرکتونو لېست وي هغه هم راکړئ، زه غواړم یو
 غوره شرکت پیدا کړم تر څو میلیونونه ډالر وگټم.
 ما باید ورته څه ویلي وای؟
 آیا زه د هغه سره باید شوخي وکړم، دروغ ورته ووايم او که رښتیا ورته
 ووايم؟
 ما هغه ته رښتیا وویل! چې د نیتورک مارکېټینګ د سلو غوره شرکتونو
 لېست نشته څوک به د معیار ټاکلو مسئول وي؟
 څوک به دغه پرتله سره وکړي؟
 او څوک به د تولید د معیار او کیفیت په اړه قضاوت وکړي؟
 ما دغه کس ته وویل: «اکثره شرکتونه ښه دي که چېرې دوی بد وای او
 خراب تولید یې درلودلای او دوی له خلکو سره چل کړی وای نو دوی
 به تر اوسه له کاروباره وتلي وای».

او د نویو شرکتونو د لېست په اړه؟

هی...! مور هره ورځ کولای شو چې په انټرنیټ د لسو نویو شرکتونو
 سره ځان یو ځای کړو خو د نویو شرکتونو څخه که موخه دا وي نو دا

شرکتونه ۲۴ ساعته وروسته زاړه کېږي، زه نه پوهېږم چې نوي شرکتونه د کیفیت سره څه اړه لري.

که موږ د يو شرکت سره په دې وجه يو ځای شو چې هغه نوي دی نو موږ به خپل مشتري ته سبا څه ووايو، ځکه چې دا به سبا نوي نه وي. زه فکر کوم چې د پرېکړې لپاره د نوي په څنگ کې بايد يو بل څه وي. تر ټولو بد خبر په دې اړه دا دی چې زنگ وهورنکي په دې فکر کې دی چې د سم شرکت موندل به دده د ستونزو حل وي خو دا به له ده سره هېڅ مرسته ونه کړي.

ددغه کس هغه اړين مهارتونه نه دي زده چې دی به په کوم شرکت کې بريالی کړي.

د نيټورک مارکېټينگ د يو بريالي کاروبار لپاره د يو شرکت موندل هغه څه نه دي چې يو بريالی نيټورک پرې جوړ شي بلکې دا مهارت ته اړتيا لري، تر هغه پورې چې دا کس د نيټورک مارکېټينگ د کاروبار جوړولو له پاره مهارتونو زده کولو ته غاړه کښېږدي دی به ټول عمر د شرکتونو په لټه د هغوی سره په ناکامه توگه د يو ځای کېدو او د يو بل نوي شرکت د لټون په موخه د انټرنېټ په کارولو تېر کړي.

دا لږه خواشينوونکې ده، زه هيله لرم چې هغه به د نيټورک مارکېټينگ د سل غوره شرکتونو لټون بند کړي او زه دا هيله هم لرم چې هغه به ور سره د يو ځای کېدو لپاره د نويو شرکتونو لټون هم بند کړي، خو حقيقت دا دی چې هغه به دا آسانه ومومي چې په کور ناست وي او د انټرنېټ له لارې د شرکتونو لټون وکړي او بيا يې د اداینې پلان

(Compensation Plan) د يو بل سره پرتله کړي په ځای ددې چې هغه د يو ريښتوني کاروبار د جوړولو مهارتونه زده کړي.

د رهبرانو جوړول:

آيا تاسې بايد د خپل توزیع کوونکي (Distributor) سره مرسته وکړئ چې له دوی رهبر (Leader) جوړ شي؟

یقیناً، خو تاسې بايد ټاکونکی واوسئ، تاسې د هر چا سره د مرستې کولو لپاره وخت نه لرئ نو له خپل ځان څخه دا پوښتنه وکړئ: «څنگه به زه پوه شم چې دغه توزیع کوونکي (Distributor) غواړي چې يو رهبر (Leader) شي؟»

که چېرې تاسې د خپلې ډلې (Team) څخه پوښتنه وکړئ نو تاسې به وگورئ چې تقريباً هر يو غواړي چې يو رهبر شي خو نړۍ له هيله لرونکو او غوښتونکو خلکو ډکه ده، نو موږ څنگه پوهېدلی شو چې کوم توزیع کوونکی جدي دی؟

له دوی څخه د رهبري يوه ازموینه واخلي او وگورئ چې څوک کاميابيږي.

خپل توزیع کوونکي (Distributor) ته يو کتاب قرض ورکړئ او ورته ووايئ: «دا يو ډېر ښه کتاب دی مهرباني وکړه دا ولوله، دا به له تا سره مرسته وکړي تر څو دا زده کړې چې څنگه يو ښه رهبر کېدای شي او د جمعې په ورځ ماته يو زنگ ووهه او خپل نظر را سره شريک کړه».

۱- که چېرې توزیع کوونکي تاسې ته زنگ ووهلو نو دا هغه شوک دی چې جدي دی او تاسې باید ورسره کار وکړئ.

۲- که چېرې توزیع کوونکي تاسې ته زنگ ونه ووهلو نو دا د هغه لپاره سم وخت نه دی چې رهبر شي.

ددې په اړه فکر وکړئ که د کتاب لوستل ورته دومره سخت وي نو ددغه توزیع کوونکي لپاره د رهبري دغه لاره هم همدومره سخته ده.

تاسې د یو میلیون ډالرو عاید څخه یوازې یو مشتري لېرې یاست!

کله کله موږ ناهیلې کېږو، دا د انسان طبیعت دی خو موږ د ځان د خوشالولو وړتیا هم لرو، دلته درته داسې یوه لاره ښایم چې تاسې د مایوسۍ په وخت کې د مثبت غبرگون زده کړه ترې وکړئ. تاسو داسې فکر وکړئ چې تاسې په دوامداره توګه د خپل کاروبار د پرمختګ لپاره له خلکو سره خبرې کوئ، په ځینو ټکو کې تاسې د خپل مشتري سره له لارې چېرې شوک چې د خپلو ستونزو د حلولو لپاره د حل لارې گوري او تاسې یې ځواب یاست.

کېدای شي تاسې دغه مشتري لا تر اوسه سم نه پېژنئ خو کېدای شي په راتلونکي کې دا موقع وي چې ستاسو مشتري شي، دا پروا نه لري چې ستاسو له دغه مشتري سره ليدل څنگه وو خبره په دې کې ده چې تاسې لا هم د خپل کاروبار سره شوق او علاقه لرئ او خپل مشتري متاثره کولای شئ.

يو ښه مشتري تاسې ته له مالي پلوه څه مانا لري؟
يو مشتري د څو کالو په موده کې د ميليونونو ډالرو مانا درلودلی شي او دا به ستاسو د کاروبار لپاره د يوې دوامداره انگېزې حيثيت ولري.
د نيټورک مارکېټينگ په کاروبار کې داسې ډېر رهبران شته چې د يو ښه مشتري له برکته د يو قوي عايد درلودونکي دي.

په نيټورک مارکېټينگ کې لس مرگونې تېروتنې:

که چېرې تاسې غواړئ چې د نيټورک مارکېټينگ په تجارت کې يو ښه رهبر شئ نو ډېر داسې عادتونه او خويونه شته چې تاسې اړتيا لرئ تر څو يې لا ښه کړئ او ډېر عادتونه او خويونه داسې هم شته چې بايد هغه بېخي پرېږدئ، ما دلته درته لس هغه مرگوني عادتونه يا تېروتنې په ښه کړې دي چې تاسې او ستاسې ټيم بايد ځان ترې وساتئ!
کله چې ستاسو په ورځني کار کې دا شيان را ښکاره شي نو دا به په نورو باندې ستاسو اغېز ته زيان ورسوي، دا به ستاسو د رهبري وړتيا زيانمنه کړي او دا به د خلکو په ژوند کې د مثبت بدلون راوستلو هغه

ظرفیت چې تاسو یې لری له مېنځه یوسي، دا ښه خبره ده چې تاسې د رهبریت په مثبتو مهارتونو کار وکړئ او د وخت سره یې لا غوره کړئ خو تاسې ته دا هم مالومول په کار دي چې آیا تاسې داسې عادتونه هم لری چې هغه منفي دي او تاسې باید له هغو نه ځان خلاص کړئ؟

۱- خپل عاید، تولید یا فرصت د حقیقت نه زیات پرسول (لوی ښودل):

مور ټول د خپل فرصت، تولید یا عاید په اړه باید ډېر ساده او ریښتوني واورسو خلکو ته درواغ مه وایاست کېدای شي تاسې یوه میاشت ډېر ښه عاید وکړئ خو ستاسو عاید بېرته بیا رالوېږي.

خلکو ته هر وخت دا مه وایاست چې تاسې هره میاشت خورا ډېر عاید تر لاسه کوئ کېدای شي چې تاسې په خپل شرکت کې په یو ځانگړي وخت کې هغه ځای ته ځان ورسوئ چې د شرکت لخوا تاسې ته د ډالۍ په توگه یو مډال درکړل شي خو شاید ډېر کلونه داسې هم تېر شي چې هېڅ ډالۍ تر لاسه نه کړئ خو تاسې بیا هم دا غرور ښکاره کوئ چې ما خو مډال گټلی دی.

خبره دلته ده چې ټول پوهیږي چې تاسې دروغ وایاست.

ټول پوهیږي! چې کله تاسې خپل عاید له هغه څه چې دی، ډېر ښکاره کړئ.

ټول پوهيږي! چې کله تاسې د خپلې رهبرۍ د درجې په اړه درواغ وياست.

تاسو شوک احمق کولای نه شي بلکې تاسې په دغو کړنو سره د خلکو هغه وړتيا له مېنځه وړئ چې له مخې يې په تاسو باور کوي.

۲- تېر باسونکي يا غلطوونکي مه اوسئ:

د ځواک او قهر تر منځ يو توپير شتون لري، د نفوذ لرونکي او ظالم تر منځ هم يو توپير شتون لري خو په نيتورک مارکېټينگ کې ډېر تېر باسونکي شتون لري او دغه کارونه د نا پوهۍ او بې ځايه غرور څخه سرچينه اخلي.

تاسو بايد دا ونه غواړئ چې ستاسې شاوخوا خلک وډار شي ځکه چې د خلکو سره چل کول د پرمختگ او رهبري لپاره اغېزمنه لاره نه ده، چل کول د خلکو لپاره او همداسې ستاسو د خپل شهرت او اغېز لپاره يو تباه کوونکی عادت يا تېروتنه ده که چېرې تاسې فکر کوئ چې ورته عادت لرئ يا دا تېروتنه تر سره کوئ نو تاسې بايد په دې اړه يوه دقيقه فکر وکړئ او ددې په ځای يوه غوره لاره ومومئ.

۳- منفي خبرې کول:

موږ په طبعي ډول د مثبتو خلکو لوري ته ځو او له منفي خلکو څخه ځان ډډې يا گوښې ته کوو.

په خپل ژوند کې د داسې يو چا په اړه فکر وکړئ چې زهرجن عادت يا خوی لري، آیا تاسې دا خوښوی چې له داسې يو چا سره وخت تېر کړئ؟

آیا تاسې داسې احساس کوئ چې دغه کس تاسو ته د يو څه درکولو په ځای يو څه درځخه وړي؟

نو ځان په دې ډاډه کړئ چې تاسې د يو چا لپاره دغه شان يو زهرجن کس نه یاست، خو څه وکړو که چېرې موږ منفي فکره یو؟

ددې لپاره يو ډېر په زړه پورې او گټور تخنیک شتون لري چې تاسې يې په عملي کولو سره له دغه ستونزې څخه ځان خلاصولی شئ او هغه دا چې د منفي تجربو او ستونزو نه مو ذهن بلې خوا ته متمرکز کړئ کله چې تاسې د حالاتو په يو مثبت شکل او هيله بڼونکي وضعیت باندې بدلون زده کړئ نو تاسې به دغه مثبت ذهنیت نورو ته هم انتقالولی شئ.

۴- بې ثباتي يا د دوام نشتوالی:

دا ستاسو د پرمختگ يو لوی دښمن دی، زه په خپله ټوله کاري موده کې چې د يوې ځانگړې ننگونې سره مخ وم هغه همدا بې ثباتي يا د دوام ورکولو نشتوالی وو.

زه به د يو سيمينار څخه وروسته ډېر له انرژي نه ډک وم خو وروسته به بيا بيرته د مياشتو، مياشتو لپاره همداسې ناراسته او سست پاتې کېدم،

زه به تلم راتلم مانا کله به مې کار پیل کړو او کله به مې بیا د یوې مودې لپاره شا ور واړوله، داسې زما ټیم په ما باندې خپل باور له لاسه ورکړ اجازه راکړې چې تاسو ته وښایم ترڅو تاسې خپلې ورځې په درې برخو وویشئ.

تولیدونکې ورځ:

دا هغه ورځ ده چې کله تاسې په رښتیا سره کار تر سره کوئ.

د مرستې ورځ:

دا بیا هغه ورځ ده چې اړتیا نه لرئ ترڅو یو نوی مشتري پیدا کړئ اما تاسې دې ته اړتیا لرئ چې د خپل ټیم سره مرسته وکړئ ترڅو دوی خپل وړاندې تگ همداسې روان وساتئ.

ورکه ورځ:

دا بیا هغه ورځ ده چې تاسې په خپل تجارت کې هېڅ مخ ته تگ نه لرئ.

که چېرې تاسې په ایماندارۍ راته ووايست نو په تېرو ۳۶۵ ورځو کې مو څومره ورکې ورځې تېرې کړې دي؟

دا هغه څه دي چې بې ثباتي یا دوام نه ورکول ښکاره کوي تاسې د هرې ورځې د کړنو لپاره یوې لایحې یا پلان ته اړتیا لرئ.

۵- له گټې څخه ډېر مصرف کول:

که چېرې تاسې داسې عادت لرئ چې له گټې څخه مصرف ډېر کوئ نو ستاسې عايد هېڅ مانا نه لري تاسې به تل په هڅه يا خواري کولو بوخت ياست، بده يې لا دا چې دا عادت تاسې په يو ناهيلي کونکي وضعيت کې ساتي او ممکن دا وسوسه هم در پيدا کړي چې تاسې مجبور شئ خپل وخت او هيلې له خطر سره مخ کړئ.

د پيسو سم مدیریت کول زده کړئ سره ددې چې تاسې شايد اوس مهال دومره پيسې ونه لرئ چې مدیریت ته اړتيا ولري خو بيا هم دا زده کول اړين دي.

کله چې تاسې کار وکړئ او پيسې پيدا کړئ نو بايد په دې پوه ياست چې خپلې پيسې څنگه مدیریت کړئ او په څه شي يې مصرف کړئ. د ټولې نړۍ پيسې هم تاسې نه شي مالداره کولای که چېرې تاسې له عايد نه ډېر مصرف کوئ.

۶- د توزیع کونکي غلا کول:

که صادقانه ووايست آیا تاسې کله د بل چا مشتري يا توزيع کونکی غلا کړی دی؟

د نيټورک مارکېټينگ اصول دا دي چې هېڅ کله داسې خلک مه لټوئ چې هغه د يو بل شرکت سره په کار کولو خوښ وي او ستاسې کړنه د

هغه د ناخوښي سبب شي، هېڅکله د شک تخم مه کړئ او مه هم د هغه د شرکت په اړه هغه ته منفي خبرې کوئ.

۷- په شا او خوا کې ویده کیدل:

هو زما موخه همدا وه د شرکت له لوري تر سره کېدونکي سيمينارونه د نويو خلکو سره د ليدلو يو ښه فرصت وي خو دا د خپل هم مسلک سره د ویده کېدو ځای نه وي، کېدای شي ستاسو کورنی ژوند ښه نه وي، يا شايد تاسې بېرته په کور کې داسې څوک نه لری چې ستاسو په تمه وي.

خو دا اړینه نه ده، اړینه دا ده چې دغه عادت به ستاسو شهرت زیانمن کړي او تجارت به مو له ستونزو سره مخ کړي.

۸- عامه اعتیاد:

زه پوهېږم چې خلک خورا ډېرې ننگونې لري او د اعتیاد بېلا بېل ډولونه وي، زه د هغوی سره همدردي لرم څوک چې له دغه اعتیاد سره مبارزه کوي خو خبره دا ده چې که چېرې تاسې د چهار شنې په ورځ د ماسپښین په دوه بجو په خپل کورني دفتر کې شراب څښل نه کوئ نو دا کار باید په کنوانسیون کې هم ونه کړئ، له خپلو مبارزو څخه ځان خبر کړئ او دا په تجارت کې مه درسره گډوئ.

۹- د سټیج تقاضا:

زه پوهېږم چې ځینې یې له تاسو ډېر په زړه پورې دي، دا سخته ده چې تاسې سټیج ته ورنه شی ځکه چې تاسې کولای شئ چې سټیج باندې توپان وکړئ خو کله چې تاسې د ټول سټیج غوښتنه یا تقاضا کوئ نو تاسې په خپل ټیم کې خساره را منځته کوئ، تاسې باید په خپل ټیم کې داسې یو شوک ولټوئ چې هغه اغېزناک وي او خلکو ته په یاده موضوع رڼا واچوي او د خپل غرور یا ځان ښودنې په ځای د خپل ټیم په ظرفیت کار وکړئ.

۱۰- د بریا کوما:

داسې به ووايو چې تاسې د کال یو لک ډالر عاید لرئ شاید تاسې ددې وړتیا ولرئ چې د کال یو میلیون ډالر عاید ولرئ خو تاسې د یو لک ډالرو سره گذاره کوئ یا بسنه پرې کوئ، آیا په همدې درجه کې پاتې کېدل سم دي؟

زما له نظره! که تاسې وغواړئ نو کولای یې شی خو دا خودخواهي

ده.

د نیتورک مارکېټینګ د اصولو له مخې ستاسو عاید ددې انعکاس کوي چې تاسې د خومره خلکو سره مرسته کوئ او د خومره خلکو په ژوند کې مثبت بدلون راولئ، د نورو خلکو په بریاو خپل تمرکز وکړئ. اوس زه به هم صادقانه ووايم چې ما دا ټولې تېروتنې نه دي کړې خو په نیتورک مارکېټینګ کې له دغو لسو تېروتنو یې څه داسې هم شته چې له ما هم شوې دي نو تاسې باید چېرې لار شئ او له دغو دایرو څخه په وتلو سره باید څه وکړئ...؟

۱- دومره ځیرک واوسئ چې سمدستي شاته شئ.

۲- هغه پرېکړې او تاوانونه ومنئ چې ستاسو په شهرت او اړیکو یې اغېز کړی دی.

۳- د خلکو ښو هیلو ته په رسېدو یا تر لاسه کولو کې له زغم نه کار واخلي.

یوازې بخښنه غوښتل بسنه نه کوي او دا هم غیر اصولي ده چې ددغو پېښو څخه وروسته سمدستي د هر څه سل سلنه سمون توقع ولرئ. دا زیان چې ستاسو د غلطو پرېکړو له کبله پېښ شوی دی بېرته تر لاسه کول شاید یو څه وخت ته اړتیا ولري او تاسې باید دا ومنئ، ستاسې په مثبت لوري مخ پر وړاندې حرکت او ددې وړتیا موندل، کولای شي چې د پخوا په پرتله په پوره ځواک رهبري وکړئ خو دا هر څه سمدستي نه کېږي.

تاسې باید ویجاړوونکې کړنې بندې کړئ او په بیا رغونې او د ویجاړیو په سمونې باندې تمرکز وکړئ.

د خپل توزیع کوونکي (Distributor) سره څنگه مرسته وکړو تر څو په ماتو برلاسی شي:

دغه لارښوونه ما د اوریان سایلي (Orlan Saele) څخه اورېدلې ده. هغه د یو توزیع کوونکي سره د مرستې کولو په پار چې څنگه په ماتو او منفي افکارو برلاسی شي داسې وایي:

«نو څه به وشي که ستاسې لومړۍ شپږ میاشتې بڼې نه وي، یا تاسې ځینې شرمونکې ماتې ولرئ نو د مشتري سره خبرې کولو ستاسو څومره وخت ونیوه؟

دې لنډ وخت ونیوه او یو څه شرمونکې ماتې رامېنځته شوې، خو اوس تاسې ددغو گټو نه خوند اخلئ دا په دې ارزېده».

دغه ساده کیسه د خپل مشتري سره د مرستې لپاره وکاروئ تر څو په ننگونو برلاسی شي او یو بڼه کاروبار جوړ کړای شي.

آیا ستاسې د نیتورک مارکېټینګ شرکت ستاسو کاروبار بریالی کوي؟

بڼه پوښتنه ده! ډېری نوي نیتورک مارکېټران دا فکر کوي چې د نیتورک مارکېټینګ یو متفاوت شرکت سره یو ځای کېدل به دوی بریالی کړي، دغه توزیع کوونکی دا فکر کوي چې د دوی بریا له باندې ده او دا چې

بهرني فکتورونه به تفاوت رامېنځته کړي، خو په نیتورک مارکېټېنگ کې بریا د ننه خوا کې ده.

تاسې باید ځینې مهارتونه زده کړئ او که چېرې تاسې مهارتونه نه لرئ نو د شرکت بدلول په دې مانا دي چې تاسې به بیا هم په دغه نوي شرکت کې بریالي نه شئ، که چېرې تاسې اوس مشتري نه شئ استخدام کولای نو د شرکت بدلول به دا ستونزه حل نه کړي.

د نیتورک مارکېټېنگ په هر شرکت کې ځینې توزیع کوونکي (Distributors) بریالي وي او ځینې ناکام وي نو دا شرکت نه دی چې توپیر رامېنځته کړي.

دا زده کړئ چې څنګه مشتري پیدا کړئ، دا زده کړئ چې څنګه یو شوک سپانسر (Sponsor) کړئ او دا زده کړئ چې کاروبار څنګه جوړ کړئ.

دا هغه څه دي چې توپیر به رامېنځته کړي او بیا که تاسې په هر شرکت کې وی بریالي به یاست.

هغه ځواب چې تاسې یې اورېدل نه غواړئ:

داسې فکر وکړئ چې ستاسې وراره تاسې ته راغی او درته وایي: «زه غواړم یو حسابدار (Accountant) شم خو زه دا نه غواړم چې جمع او ضرب زده کړم او زه دا هم نه غواړم چې مکتب ته لاړ شم او د حسابدارۍ ځینې کورسونه ووايم او د مهربانۍ له مخې دا هم مه راته

واياست چې د حسابدارۍ کتابونه ولولم، زه يوازې د حسابدارۍ له گټو برخمن کېدل غواړم ماته همدا اوس د يو حسابدار معاش وټاکه».

دا خبره به ډېره خندوونکې وي!

بلکل د نيتورک مارکيټينگ د يو توزیع کوونکي په صفت کله، کله مور همداسې غير منطقي غوښتنې کوو.

مور څه داسې وايو...

«زه غواړم چې خلک د مالوماتو لپاره خپل کور ته راوبولم، خو زه نه غواړم چې ددوی سره خبرې وکړم، زه آرام نه احساسوم کله چې د خلکو سره غږېږم ځکه چې زه ډېر غلی او شرميندوک يم، د تليفون کارول هم راته ډېر ويروونکي دي، زه د خلکو سره ليدل نه غواړم نو همدا دليل دی چې زه دوی ته بلنه نه شم ورکولی.

که زه داسې احساس کوم چې ددغه کاروبار په اړه ښه پوهېږم نو بيا ولې زه بايد يو چا ته پيغام ونه لېږلی شم او يا هم په خپلو ټولنيزو رسنيو باندې ددې په اړه څه ليکل ونه کولای شم؟

او بيا داسې به زما کور د هغو خلکو نه ډک وي چې ډېر زر به زما مشريان شي، زه غواړم چې په کور کې واوسم او هغه انځور چې په خپل ذهن کې يې لرم رښتيا کړم، زه د يو پلورونکي جوړېدو په اړه ښه احساس نه لرم».

که دا دومره آسان وای نو زموږ د نيتورک مارکيټينگ شرکت به مور ته هېڅ اړتيا نه درلوده، دوی به په ټولنيزو رسنيو باندې پوست (Post) کولو يا به يې زرگونو خلکو ته پيغام لېږلو، دوی به هېڅ اړتيا نه درلوده

چې په کمپشن او بونس باندې يې دومره ډېرې پیسې مصرف کړې وای.

په مورې کې ځينو ته دا اورېدل ډېر دردونکي دي، مورې د خپلو ارادو په وړاندې غواړو معاوضه تر لاسه کړو نه د خپلو خواريو په مقابل کې او کاروبار په دې طريقه نه کېږي.

که چېرې مورې غواړو چې خلک د مالوماتو اخیستلو لپاره زموږ کور ته راشي، زموږ تولیدات واخلي، زموږ سره ملاقات لپاره حاضر شي یا هم زموږ په کاروبار کې مورې سره یو ځای شي نو مورې باید فعالیت وکړو، مورې باید پایلې تر لاسه کړو، مورې په مشتري باندې د وخت لگولو پانگونه کوو نو زموږ ددغې پانگونې لاس ته راوړنه دا ده چې ځينې مشتريان زموږ تولیدات وازمایي او زموږ سره په کاروبار کې یو ځای شي خو مورې باید د وخت پانگونه وکړو.

که چېرې مورې ونه غواړو چې په مشتري باندې د وخت پانگونه وکړو نو دوی ولې باید زموږ د پلور په اړه خبرې واورې؟

او داسې به مشتري ته مورې د “ورکونکي” (Giver) په ځای “اخیستونکي” (Taker) ښکاره شو، خو بېرته راځو د حسابدارۍ (Accounting) مسلک ته، که چېرې مورې هغه څه ونه کړو چې د حسابدارۍ لپاره اړین دي نو زموږ د حسابدارۍ مسلک به ناکام شي.

په نیټورک مارکېټینګ هم همداسې ده که مورې هغه څه ونه کړو چې د خلکو سره د خبرو کولو لپاره اړین دي او دا زده نه کړو چې څنگه د دوی سره په سمه توګه وغږېږو نو مورې د خپل نیټورک مارکېټینګ د کاروبار نه د هېڅ لاس ته راوړنې تمه نه شو ساتلی.

د نیتورک مارکېټینګ پینځه لومړني اصول:

۱- یو ښه کوچ یا ښوونکی واوسئ:

نیتورک مارکېټینګ د ډوپلیکشن یا غبرګولو (مانا هر کس باید دوه کسان ثبت کړي) کاروبار دی، هغوی چې په دغه کاروبار کې بریالي شوي دي خپل د بریا رازونه له نورو سره شریکوي نو تاسو د هغوی دغه رازونه واورئ او ولولئ او بیا کټ مټ هغه څه وکړئ چې دوی یې درته وايي.

له بده مرغه په لومړیو کې زه هم یو ښه کوچ نه وم، په سنتي یا رواجي کاروبار کې ډېر ښه وم او ما فکر کاوه چې دلته به هم هغسې کار کوم او په نیتورک مارکېټینګ کې به بریالی وم، خو زه غلط وم! ولې چې ما خپلو رهبرانو یا لیدرانو ته غوږ نه نیوه او په لومړیو کې مې لکه بریالي نیتورکرانو غوندې هغومره هېڅ پیسې ونه گټلې، بریالي نیتورکران شته چې دا هر څه یې په سمه توګه مخ ته وړي دي، په لومړیو کې یې هم گټه کړې ده نو له دې کبله زما مشوره هم دا ده چې زدکړه وکړئ، غوږ ونیسئ او یو ښه کوچ واوسئ.

۲- خپلو خوبونو، موخو او مقصدونو ته وده ورکړئ:

خپرونو دا خبره په ډاگه کړې ده چې ډېر کم خلک دي ترڅو خپل خوبونه او موخې ليکي خو هغوی چې خپلې موخې بيا، بيا ليکي په لوړه کچه بريا هم تر لاسه کوي .

اول د خپل ځان لپاره خپل خوبونه معلوم کړئ او که چېرې وخت او پيسې ستاسې لپاره خنډونه نه وي مانا دا ستونزې مو حل وي نو ستاسې ژوند به څرنگه وي؟

خپل هغه کور چې تاسې يې خوب ويني په جزياتو سره تشریح کړئ، مثلاً د هغه موټر، چکر ځايونو، ژوند او داسې نورو شيانو چې تاسې يې خوب ويني يو ذهني انځور جوړ کړئ.

له دغو خوبونو بيا خپلې موخې جوړې کړئ، خوب يو لوی انځور دی او موخې ددغه لوی انځور هغه وړې ټوټې دي چې په راټولولو سره يې تاسې دغه لوی انځور ته د حقيقت بڼه ورکوي د بېلگې په ډول، داسې به ووايو چې تاسو د يو داسې موټر اخیستلو خوب ويني ترڅو

۲۲۵۰۰۰ ډالره بيه لري او هره مياشت بايد ۳۸۰۰ ډالره په کښت

ورکړئ نو ددغه خوب د رښتيا کولو لپاره بايد کوم گامونه پورته کړل شي؟

بنکاره خبره ده چې ستاسو په عايد کې بايد لوړوالی راشي نو ستاسې موخه بايد دا وي چې تاسې د خپل عايد په لوړوالي فکر وکړئ او ۱۰۰۰۰ ډالرو ته يې لوړ کړئ.

بل دا چې تاسې بايد خپلې موخې په وړو وړو برخو کې تقسيم کړئ په پورتنۍ بېلگه کې مو وويل چې عايد بايد ۱۰۰۰۰ ډالرو ته لوړ کړو،

هره ورځ بايد په خپلو خوبونو، موخو او کارونو باندې تمرکز وکړو تر څو کارونه په سمه توگه تر سره کړو.

۳- کار وکړئ او خواري وکارئ:

د نورو صنعتونو په پرتله شايد نيتورک مارکېټينگ ډېر ميليونان پيدا کړي او دا خلک د بېلا بېلو کمپنيو او طريقو له لارې خپل کاروبارونه مخته يوسي خو دوی ټول يو گډ کار کوي هغه دا چې خواري کاري، په نيتورک مارکېټينگ کې يو څوک په چټکه توگه نه مالداره کېږي خو که خواري وکاري نو دا کار گران هم نه دی.

يو ځانگړی توپير چې ما د نيتورک مارکېټينگ په ناکامو او برياليو خلکو کې ليدلی دی هغه دا دی چې ناکام خلک دغه کاروبار د يو شغل په شکل کې يوازې په اضافي وخت کې تر سره کوي او بريالي خلک دغه کار د يو کاروبار په شکل کې هره ورځ په پوره پاملرنې او خواري سره تر سره کوي.

داسې به ووايو چې وروسته د خپل مهال وېش د ارزيايي کولو څخه تاسې يوازې د اوونۍ ۱۰ ساعته وخت خپل کار ته اوباسئ، خپل ورځنی مهال وېش او پلان وگورئ او وخت قيد کړئ خو په ياد ولرئ چې د ايمپل ليدل او په انټرنېټ کې پلټنې د کار برخه نه حسابېږي.

نيتورک مارکېټينگ د نويو مشتريانو سره ليدل، هغوی ته د خپلو امکاناتو يا کاروبار په اړه مالومات ورکول، د دوی تعقيبول، د دوی راجستر کول يا ثبتول، دوی ته زدکړه ورکول او د دوی سره مرسته کول دي.

په پيل کې تاسې بايد ۹۰٪ وخت د نويو مشتريانو سره په ليدو، دوی ته د خپل کاروبار په اړه د معلوماتو په ورکولو، د دوی په تعقيبولو او د دوی په ثبتولو باندې ولگوي، کله چې تاسې خپل نيتورک جوړ کړو نو بيا تاسې زيات وخت بنوونې يا ترينينگ او مرستې ته ورکولی شئ خو په ياد ولرئ چې هېڅکله هم د نويو مشتريانو پلټنه بنده نه کړئ ځکه نو کاروبار به مو له تخريب سره مخ شي.

۴- په دوامدار توگه ادامه ورکړئ:

اکثره نيتورک مارکيټران په لومړيو کې تسليم شي، دوی تمه لري چې په لومړۍ مياشت کې به ۱۰۰۰۰ ډالره وگټي او چې کله يې ونه گټي نو کار پرېږدي خو دا يې هېر وي چې د نيتورک مارکيټينگ کاروبار جوړول وخت نيسي، تاسې بايد د ډېرو خلکو سره اړيکه ونيسئ، ډېر مالومات يا پريزنټيشنې ورکړئ او د ډېر ځل رد کېدو حوصله او صبر ولرئ ځکه هغه کسان چې په دوامداره توگه خپل کار ته ادامه ورکوي بريالي کېږي.

که چېرې تاسې په بريالۍ توگه سيستم ډوپليکېټ يا دوه چنده کوي نو يوازینی څه چې تاسې له بريا جلا کولای شي هغه وخت دی، که تاسې ته هر څه تياره ښکاري نو وارخطا کېږئ مه بلکې حرکت ته مو ادامه ورکړئ، يو بل زنگ ووهئ، يو کس بل سره هم خبرې وکړئ، يو ځل بيا يو کس تعقيب کړئ، که تاسې د يوې سمې کمپنۍ يا شرکت

سره کار کوي نو تاسې بايد تسليم نه شئ ځکه چې تاسې په تدريجي ډول سره بريالي کېدای شئ.

۵- په ميلونونو ملگري پيدا کړئ:

يوې مشورې يا نصيحت چې زما سره يې په نيتورک مارکېټينگ کې بېخي ډېره مرسته کړې ده؛ هغه دا وه چې د داسې فکر سره ووځه ترڅو د ميلونونو ډالرو په ځای ميلونونه ملگري پيدا کړي.

ته په نيتورک مارکېټينگ کې هغه وخت بريالی کېدای شې کله چې ته د نورو سره مرسته وکړې ترڅو دوی بريالي شي نو هڅه وکړه چې نوي ملگري پيدا کړي او مرسته ورسره وکړې ترڅو ستا په کاروبار کې در سره هغوی هم بريالي شي.

خپلې اړتياوې او غوښتنې هېرې کړه او ددې په ځای ددغو ملگرو خدمت وکړه، دغه ته د خدمت رهبري يا ليدرشپ وايي.

خومره چې ډېر ملگري پيدا کوي او خدمت يې کوي همدومره ته په نيتورک مارکېټينگ کې بريالی يې.

د بريا دغه پنځه لومړني اصول دي، زه باوري يم چې ستاسو سپانسر يا آپ لاین (هغه څوک چې تاسې يې دغه مسلک ته رابللي ياست) به خپل يو لېست لري نو تاسې له هغوی هم بايد پوښتنه وکړئ چې دوی څنگه په خپل کار کې بريالي شوي دي.

د امارتور (Amateurs) لپاره اوزار:

ډېری توزیع کوونکي (Distributors) د کاروبار د جوړولو په موخه له اوزارو کار اخلي، دوی سي ډي گانې، ډي وي ډي گانې، مجلې، تدریسي مواد، نمونې او نور ډېر څه اخلي او دا هیله لري چې مشتریان به د دوی د کاروبار په اړه لېوالتیا پیدا کړي، خو آیا تاسې لیدلي دي چې د نیتورک مارکېټینګ یو لوی رهبر (Leader) د ځان سره د لیکلو تخته، د پاور پوائنټ (PowerPoint) پرېزنټېشن یا براوشرونه په لاس کې اخیستي وي...؟

نه، یقیناً چې نه!

یو رهبر په دې پوهېږي او هغه مهارتونه یې زده وي چې څنگه د خپل کاروبار په اړه د مشتري ذهن جوړ کړي او هغوی د خپل کاروبار په اړه لېواله کړي.

اوزار د مشتري د ذهن په جوړولو کې ډېر وپروونکی رول لوبوي او دا سم کار نه دی نو که چېرې تاسې بهخي نوی توزیع کوونکی یاست نو یقیناً تاسې به په دغو اوزارو ډېرې پیسې مصرف کړئ ځکه تاسې نه پوهېږئ چې مشتري ته څه ووايئ ترڅو د دوی ذهنیت جوړ کړئ. خو هر څومره زر چې کولای شئ په چټکه توګه او اغېزناکه بڼه د مشتري د ذهنیت جوړولو مهارتونه زده کړئ، دا زده کړئ چې د خلکو سره څنگه خبرې وکړئ.

ولې د نیتورک مارکېټینګ د کاروبار د جوړولو په موخه د خلکو سره د اړیکو جوړولو لپاره وخت نه لرئ؟

کله چې تاسې د یو مشتري سره اړیکه نیسئ په دې باید پوه شئ چې د اړیکو جوړولو لپاره ډېر وخت نه لرئ نو تاسې خپل فرصت څنګه وړاندې کوئ؟

د خپل فرصت د خالصو گټو څخه پیل مه کوئ بلکې خپل مشتري ته د بڼه بونس یا کمېشن، کاروباري سفرونو، موټرو، غوره تولیداتو، د شرکت د مؤسس د تېر وخت او داسې نورو په اړه څه مه وایاست، ددې په ځای دا په یاد ولرئ چې خلک تولیدات د خپلو ستونزو د حل په موخه پلوري، خپل مالومات د مشتري د ستونزو د حل لپاره چمتو کړئ. ددې په اړه خبرې وکړئ چې ستاسو فرصت څنګه د مشتري لپاره دا آسانتیا را مېنځته کولای شي چې له اوسني کاروبار نه یې ستونزې بڼې حل کړي، څنګه ستاسې فرصت کولای شي چې د دوی د بیلونو د ادا کولو تر څنګ ورسره د میاشتې په اضافي عاید کې مرسته وکړي یا څنګه ستاسو د فرصت له مخې دوی د خپل ژوند ملګري ته یو بېل موټر اخیستلی شي.

مشتري ددې پروا نه لري چې ستاسو فرصت څومره غوره دی بلکې دوی یوازې د خپلو ستونزو په اړه فکر کوي او دا هغه لنډه لاره ده چې کله تاسې د خپلو اړیکو جوړولو لپاره ډېر وخت نه لرئ.

نیتورک مارکېټینګ ډېر آسان دی خو چې کله تاسې په دې پوه شئ ترڅو څه وکړئ او څه وویاست.

زه ډېر شرمیندوک یم، څنگه کولای شم د خلکو سره د خبرو کولو او په نا بلدو خلکو د تولیداتو په اړه په درلودونکې وېره مې برلاسی شم؟

آیا کله مو دا نوټ کړې ده چې یو بریالی نیتورک مارکېټر یو مثبت شخصیت لري؟

ایا دغه مثبت چلند د دوی د بریا له مخې چې له وړاندې یې لري، راغلی دی؟

یا شاید دوی دغه مثبت چلند اول درلود او د همدې له برکته یې بریا تر لاسه کړې ده...؟

تاسې قضاوت وکړئ، کله چې تاسې له وړاندې بریالي یاست نو دا ډېره آسانه ده ترڅو مثبت چلند ولری، عموماً مثبت چلند لومړی راځي چې د بریا سبب کېږي.

خلک څنگه د مشتریانو سره د اړیکې نیولو په وېره برلاسي کېږي؟ دا په غوښتنې پورې اړه لري خلک ډېری وخت هر هغه څه تر لاسه کوي چې په رښتیا یې غواړي، د بېلګې په توګه: د یو تلویزیوني پروګرام او د یو فرصت په اړه په ملاقات کې تاسې انتخاب لری، ځینی خلک غواړي د هغې بریا په ځای چې دوی یې د فرصت په اړه له دغه ملاقات نه ترلاسه کولای شي د تلویزیون پروګرام انتخابوي نو دوی

دغه تلویزیوني پروگرام گوري په ځای ددې چې یو اوږد سفر وکړي او بیا په دغه ملاقات یا غونډه کې د ویناوال ستړی کونکی تقریر واوري، همدا خبره د خلکو سره د خبرو کولو په اړه هم صدق کوي یو کس څه شی ډېر غواړي؟

آیا دغه کس غواړي چې آرام وي او په ورځني ژوند کې د ردېدو څخه ځان وساتي؟

او که دغه کس غواړي چې د ردېدو په ځای د مشتري په لټون کې ډېره لېوالتیا ولري؟

رښتیا دا دي اکثره خلک غواړي چې بريالي شي، خو په اصل کې دوی هغه کارونه تر سره کوي چې کمې ننگونې لري.

د نیوکې او رد تر مېنځ توپیر څه شی دی؟

بنيادي توپیر په دې کې دی چې نیوکې له کوم ځایه پیلېږي، نیوکه د هغه کس د ذهن څخه سرچینه اخلي له چا سره چې موږ خبرې کوو خو موږ ددې په سبب نه پوهېږو چې ولې له دغه ځایه سرچینه اخلي او موږ ددغه نیوکې تر شا په موخه هم نه پوهېږو، په هغه څه چې موږ پوهېږو دا ده چې نیوکه د بل چا له خوا کېږي او موږ باید پرې برلاسي شو دا موږ ته لارښوونه نه کوي خو ډېری وخت د نورو غبرگون ښکاره کوي.

نيوکې:

د بېلگې په توگه مور يو چا ته د خپل کاروباري فرصت په اړه مالومات ورکوي او دوی چټگ ځواب راکوي چې د نيټورک مارکېټينگ شرکتونه د پيراميد سکيم (Pyramid Scheme) دي. دې ډېری خلک ددې په اورېدو سره ماتې مني او ځي خو مور دا فکر نه کوي چې دا ډېره آسانه ده ترڅو دوی ته ددې خبرې وضاحت ورکړي چې د نړۍ هر شرکت تقريباً په همدغه سيستم ولاړ دی او دغه وضاحت کېدای شي دوی ته قناعت ورکړي ترڅو زموږ په کاروبار کې له مور سره ونډه واخلي. په هر صورت اصلي مسئله دا نه ده، مور بايد په دې باندې پوه شو چې دغه نيوکې له کوم ځايه راځي.

لاندې درته هغه نهه لاملونه په گوته کوي چې خلک ستاسو په وړاندیز باندې ولې نيوکې کوي، هغه څه چې پوهېدل پرې ډېر اړين دي دا دي چې ددې نيوکو څخه هېڅ يو يې په تاسو پورې اړه نه لري او يا له تاسو سره هېڅ کار نه لري.

۱- دوی غواړي وخت ولري ترڅو ستاسو د وړاندیز په اړه فکر وکړي.
۲- دوی شايد پخوانۍ داسې تجربه ولري چې په آوازو ولاړه وي يا هم نه وي.

۳- دوی د خپلو وړتياوو په اړه محدود باورونه لري.

۴- دوی ستاسو په موضوع پورې هېڅ اړه نه لري.

۵- دوی فکر کوي ترڅو تاسو ځانگړتيا يا هغه وړتيا لرئ چې دوی يې نه لري.

۶- دوی دا باور نه لري هغه فرصت چې تاسې ترې گټه اخلئ دوی به یې هم واخیستلای شي.

۷- دوی ستاسې د فرصت تل پاتې او ډېرېدونکې گټې نه ویني.

۸- دوی په ځان د یو بل خطر د اخیستو لپاره وخت نه لري.

۹- دوی د نورو خلکو اورېدل نه غواړي.

تر ټولو اړین شی چې باید په یاد یې ولرو دا دی: نیوکه هغه جنگ دی چې د مخامخ کس په ذهن کې روان دی او ستاسو دنده دا ده چې تاسو دوی ته دا ور زده کړئ ترڅو دا هر څه عملي نه دي.

ردونې:

ردونې بېخي یو جلا حقیقت دی!

په حقیقت کې د ردېدو دلایل ډېر کم دي ځکه دا اکثره هغه وخت رامېنځته کېږي چې کله موږ ورسره مخامخ شوي نه یو.

موږ په ډیجیټل دور کې ژوند کوو چېرته چې خلک د زنگ وهلو په ځای د لیکلي پیغامونو له لارې اړیکې جوړوي، کله په بڼي اړخ شي کله په چاپ اړخ، شمیرې بلاکوي، ایمېلونه رنګوي او د هغه خلکو چې دوی ورسره نه غواړي اړیکې ولري او خپل مېنځ کې خنډونه رامینځته کړي.

که چېرې یو څوک وغواړي تاسې رد کړي نو دوی به دا کار وړاندې له دې چې تاسې سره مخامخ شي تر سره کوي.

زموږ په ټولنه کې يو کس وړاندې له دې چې تاسو سره وگوري د ردولو لپاره سلگونه دلایل لري.

دا د نيټورک مارکيټر لپاره يوه ښه خبره ده، هر کله چې ردېدل رامېنځته کېږي نو تاسې تائيد ته يو گام نور هم را نېږدې کوي، ردېدل وېره لري ځکه چې دا د پروسې د فلتر کېدو يوه برخه ده.

د نيټورک مارکيټينگ نوی نسل:

نوی نسل د ټولنيز تائيد، رد او نيوکې سره سروکار لري چې په تېرو نسلونو کې دا نه وو، دوی په بې سارې توگه له دغه سختۍ سره مخ دي.

دا يوه گټه لري، لومړۍ گټه يې دا ده چې دوی به د تېرو خلکو په پرتله په غوره توگه د مالوماتو، اړيکو او غبرگونونو له مخې خپل لېست ترتيب کړي او دوی به د يو څو دقيقو په وخت کې هغه پټې اړيکې تعين کړای شي.

دوی به وکولای شي چې دغه اړيکې په آنلاین بڼه قوي کړي او يو رښتونی توپير او اغېز به رامېنځته کړي.

کله چې خبره په نيټورک مارکيټينگ کې خپل مسلک جوړولو ته راشي نو دا مهارتونه بيا ډېر قيمتي دي.

په پای کې کله چې تاسې د ناهیلۍ سره مخ کېږئ نو دا په یاد ولرئ چې دا د پنځوس سلنې واله معادله ده، بس! وړاندې تگ کوی او دا مسئلې فلتر کوی.

چېرته زه ښه مشتریان (Prospects) موندلی شم؟

مشتریان هر چېرته شته، راځئ له خپل ځان څخه وپوښتو: «آیا دوی غواړي چې په ژوند کې ډېرې پیسې ولري که کمې؟» نو یقیناً چې اکثره خلک له خرڅ نه وړاندې مشتریان وي خو کله چې موږ دوی سره خبرې کوو نو دوی په موږ باور نه کوي، دوی په موږ یقین نه لري نو ځکه داسې ښکاره کوي چې گواکې دوی مشتریان نه دي. لومړي اصول د اړیکو جوړول دي، ددې مانا دا ده چې دوی ته دا وښایو ترڅو موږ هم نړۍ له هم هغه نظره وینو چې دوی ورته ویني د بېلگې په توگه، موږ ددې خبرې په کولو سره خپلې خبرې اترې پیلولی شو...

«ته پوهېږې، دندې زموږ ډېر وخت رانه اخلي»

که چېرې مشتری په دې خبره رضایت وښایي نو مشتری د ډېر باور احساس لري او په هغه څه به یقین وکړي چې موږ یې ورته وایو، اوس د سلو کسانو په یوه ډله کې یو څو یې هېڅ کله نه راگډېږي، دوی د ټولني لخوا خپل شوي دي، د دوی خوبونه میده شوي دي او ځیني به یې راگډ شي، هېڅ پروا نه کوي چې تاسو څه وایاست.

دا يوازې د دوی وخت دی خو د ډېری خلکو لپاره موږ باید لومړۍ اړیکې جوړې کړو او بیا د اړیکو ساتلو بڼه مهارتونه وکاروو. بېرته راځو خپلې لومړۍ پړانېستونکې پوښتنې ته: « زه چېرې بڼه مشتري موندلی شم؟ »

له هغو خلکو یې پیل کړئ چې د پوره وخت یا نیمایي وخت دندې لري، دوی هڅول شوي دي، دوی د لا نور کار کولو لپاره راضي دي او دوی نه غواړي چې د باقي ټول ژوند لپاره دوه کارونه یا دندې وکړي چې دا تر ټولو غوره مشتريان دي.

اوس که موږ دوی ته غلط توري وکاروو نو کار خرابولی هم شو، رښتیا هم!

په هر حال موږ د داسې یو چا سره په نه ختمېدونکي پیل کې یو چې له وړاندې هڅول شوي دي.

موږ تر هغه هېڅ هم نه شو پلورلی تر څو چې مشتري ونه لرو:

د یو چا سره د خبرو کولو لپاره زموږ څومره وخت مصرفیږي؟ د غوښتنې له مخې د مشتري پیدا کولو وړتیا درلودل د چټک کاروبار د جوړولو لپاره ډېره اړینه ده.

د یو نیټورک مارکیټر لپاره یو اساسي مهارت ددې وړتیا درلودل دي چې له خلکو سره وگوري او له دوی سره اړیکې وپالي، کله چې موږ نوي توزیع کوونکي (Distributors) ولرو نو دا شکایتونه اورو...

زه هیڅوک نه پېژنم، زه د خلکو سره باید د لیدلو لپاره چېرته لاړ شم؟

کله چې مور خپل نویو توزیع کوونکو ته دا مهارت ور زده کړو چې څنگه د غوښتنې په اساس مشتري پیدا کړي ترڅو خبرې ور سره وکړي، ۱۰ تر ۱۵ دقیقو د وخت په پانگونې سره چې مور یې له دوی سره گټور مصرف کړو، دوی به دغه مهارت زده کړي.

بد خبر پکې دا دی چې زموږ مشتري شاید بدل ووسي:

هر څوک نه غواړي چې د خپل ځان امر په خپله واوسي او هر څوک له خپلې دندې کرکه هم نه لري، یو شی د هر مشتري لپاره کار نه کوي سره له دې زموږ مشتري به نه غواړي چې د خپل ځان امر په خپله واوسي خو بیا هم هغه شاید دا وغواړي چې یو اضافي میاشتینی عاید ولري ترڅو خپل اضافي مصارف ورباندې کنترول کړي او دا هغه ټکی دی چې دوی اورېدلو ته چمتو کوي.

دا یوه ډېره غوره پوښتنه ده چې مور یې باید له مشتري څخه د خبرو په وخت وکړو...

« که چېرې ته زموږ د کاروبار له لارې د میاشتې ۵۰۰ ډالره اضافي

عاید ولرې نو په څه به یې مصرفوې؟»

زموږ د مشتري ځواب به مور سره مرسته وکړي ترڅو وپوهیږو چې

زموږ مشتري په څه کې لیوالتیا لري.

مشتري ته بايد څه ووايو؟

« په نړۍ کې دوه ډوله خلک شتون لري؛ يوه هغه ډله خلک دي چې خلاص ذهن لرونکي دي او تل د فرصت په لټه کې دي او بله هغه ډله خلک دي چې د بند ذهن خاوندان دي او په دې راضي دي چې امر يې ورته هر څه ورکړي دوی يې قبلوي.»

دا متن به ستاسو د مشتري ذهن خلاص کړي او دوی به مخکې له مخکې ددې لپاره ځانونه چمتو کړي او هغه دلایلو ته به وگوري چې ولې زموږ فرصت د دوی د ستونزو د حل لاره کېدلای شي.

ستاسو د کاروبار ۹۹٪ برخه له هغه خلکو جوړېږي چې تاسو يې نن نه پېژنئ:

له نويو خلکو سره ليدل آسانه دي، حتا که موږ شرميندوک هم يو، ولې؟

ځکه چې له نويو خلکو سره ليدل يو زده کړی مهارت دی او دا مهارت ډېر آسان دی، يو ځل که موږ په دې پوه شو چې خلک زموږ په اړه په لومړيو څو ثانيو کې څنگه قضاوت کوي نو موږ دوی ملگري او بيا مشتريان کولای شو، فکر وکړئ چې د نويو، هڅول شويو ملگرو او مشتريانو سره به زموږ کاروبار څنگه شي.

پلور کول (Closing):

هو! که مور پلور ونه کړو نو مور ته به هېڅ معاوضه په لاس را نه شي، د خلکو سره تشې خبرې کول او په دوی باندې پلور نه کول يا د دوی لخوا د « هو » ځواب نه تر لاسه کول داسې دي لکه يو څوک چې په يو ټولنيز بندار کې وخت مصرفوي، نه د کاروبار لپاره.

پوښتنه: نو ولې پلور مور ته دومره سخت وي کله چې مور نوی کاروبار پيلوو؟

ځواب: ځکه هغه څه چې مور يې مشتري ته وړاندیز کوو زموږ ورسره مينه پيدا شي، مور هڅه کوو چې په خپل مشتري باندې د گټو په معيار، د دوی د ستونزو د حل لارو له مخې په دوی پلور وکړو مور دوی باندې د هغه څه له مخې چې دوی ته يې وړاندیز کوو، پلور کوو لکه حقایق، امکانات او گټې.

ددې په ځای بايد مور په خپل مشتري د « ولې دوی غواړي خپلې ستونزې حل کړي؟ » له مخې پلور وکړو، د دوی د ستونزو د حل دلايل پيدا کړو او ويې پېژنو، دا يو لوی توپير را مېنځته کوي.

که چېرې مور « مور څه وړاندیز لرو » واله پلورونکي يو، زموږ مشتري به دا احساس وکړي چې مور يوازې د يوې اجنډا لرونکي پلورونکي يو.

که چېرې مور « ولې دوی غواړي ستونزې یې حل کړي؟ » واله پلورونکي یو، زموږ مشتري به دا احساس وکړي چې مور له دوی سره مرسته کوو او له مور به مننه وکړي ترڅو له دوی سره مرسته کوو او د « هو » واله پرېکړه به وکړي.

مور یوازې یو ځل نوي یو خو مور کولای شو د تل لپاره اماتور شو.

درک یا تصور د حقیقت په پرتله خورا اړین دی!

مور څوک یو، دا اړینه نه ده چې زموږ د مشتري له نظره مور څوک یو دا د خفگان خبره ده، خو رښتیا دي.

اړینه دا ده چې زموږ مشتري مور څنگه درک کوي ترڅو زموږ پر وړاندې د دوی غبرگون سم کړي.

د بېلگې په توګه، که چېرې مور یو مهربان کس واوسو خو زموږ مشتري دا فکر وکړي چې مور خودخوا یو، نو دوی به داسې غبرګون ښکاره کړي لکه مور چې رښتیا خودخوا یو او دوی به ځان وباسي، محتاط به شي او امکان لري په هر هغه څه چې مور یې دوی ته وایو شک وکړي.

له نېکه مرغه مور د خپل ځان په اړه د مشتري درک په خپلې بدني ژبې (Body Language) او هغه څه چې مور یې وایو بدلولی شو، زموږ د مشتريانو تصور په بېلا بېلو کچو واقع کېږي یوازینی لاره چې زموږ مشتري مور ته گوري همدا ده.

نیتورک مارکېټینګ په اوسنۍ نړۍ کې تر ټولو چټک پرمختګ کوونکی تجارت دی.

له تاسو کوم کسان چې ما پېژنئ نو هغوی په دې پوهېږي ترڅو زه د نیتورک مارکېټینګ په اړه ډېر حساس یم، په لومړیو کې مې یوازې ددې لپاره نیتورک مارکېټینګ پیل کړو ترڅو هغه ملګري چې زه یې دغه صنعت ته رابللی وم را څخه خفه نه شي ځکه چې هغوی په پرله پسې توګه څو ورځې ماته ددغه صنعت او فرصت په اړه خپل سر په درد کړو او مالومات یې راکړل چې تر ډېره ما هغه مالومات هېڅ په ذهن کې کښې نه نول، خو وروسته مې د هغه تولیداتو سره مینه پیدا شوه چې د کومو په اړه ما د نورو سره د مالوماتو په شریکولو او د خلکو د ګډون له مخې عاید تر لاسه کولو خو دا هم باید ووایم چې ما د نیتورک مارکېټینګ په اړه هېڅکله نه وو اوریدلي او په دې اړه مې بېخي مالومات نه درلودل، نو په پیل کې ما په ځان پانګونه وکړه او زدکړه مې پیل کړه او څه چې ما زده کړل هغه زما ژوند، ذهن، تجارت او بانکي حساب بېخي را بدل کړل.

ددې لپاره چې تاسې پوه شي ترڅو دغه کاروبار یا صنعت څومره لوی دی، څنګه دغه فرصت د ډېرو خلکو لپاره نه باور کوونکی دی نو دغه ارقامو ته پاملرنه وکړئ...

د ۲۰۱۵ کال د پلور يا عايد په اړه د خپاره شويو ارقامو له مخې:

د فوټبال صنعت ۱۳ ميليارده ډالره عايد درلود.

د موسيقي صنعت ۱۵ ميليارده ډالره عايد درلود.

د وډيو گيم (ويډيو بي لوبو) صنعت ۶۷ ميليارده ډالره عايد درلود.

د فلم صنعت ۴۹ ميليارده ډالره عايد درلود.

د عضوي يا اورگانیک محصولاتو ۹۱ ميليارده ډالره عايد درلود.

او د نيتورک مارکېټينگ صنعت بيا تر ۱۸۳,۷ ميليارده ډالره پورې عايد

درلود چې په دې کې له ۷۸ ميليارده ډالرو څخه يې ډېر د اداينې يا

کمپشن له لارې بازارموندونکو ته ورکړل شوې وو.

نو پورتنی ارقامو ته په ليدو سره ویلی شو چې:

- نيتورک مارکېټينگ په نړۍ کې تر ټولو چټک پرمختگ کوونکی تجارت دی.
- يوازې په امريکا کې په هرو لسو ثانيو کې يو څوک کورنی کاروبار چې همدا نيتورک مارکېټينگ دی پيلوي.
- يوازې په امريکا کې ۱۵,۸ ميلیونه خلک پوره وخت په نيتورک مارکېټينگ کې بوخت دي او ۳۸ ميلیونه (چې د ټول نفوس ۱۲ سلنه کېږي) خلک په اضافي وخت کې له دغه صنعت نه گټه پورته کوي، ۸۲ سلنه توزیع کوونکي يا Distributors بنځي او ۱۸ سلنه يې سپري دي.

- ۸۰ سلنه بنځې چې د کال تر یولک ډالرو عاید لري په نیټورک مارکېټینګ کې بوختې دي.
- له ۵۰ سلنې څخه زیات امریکایان چې د خپلو کورونو خاوندان دي په نیټورک مارکېټینګ کې بوخت دي.
- په اوسط ډول د نیټورک مارکېټرانو کلنی عاید ۵۹،۲۵۰ ډالره دی.
- ۲۰ سلنه د نیټورک مارکېټینګ کاروبارونه په کال کې له یولک ډالرو څخه تر پنځه لکه ډالرو پورې وده کوي.
- د دوکانونو او رستورانټونو په پرتله د نیټورک مارکېټینګ تجارت کې د عاید او بریا کچه ۸۵ سلنه زیاته ده.
- ۸۴ سلنه هغه خلک چې په نیټورک مارکېټینګ کې بوخت دي نورو ته ددغه فرصت څخه د گټې اخیستلو سپارښتنه کوي.

دا ډېر په زړه پورې فرصت دی خو د هر چا لپاره نه دی!

دې ته “WORK” Net یعنی د خالص کار مارکېټینګ وایي او دا هوډ، دوام، صبر، باور او د خدمت کولو غوښتنې ته اړتیا لري.

که چېرې دا مالومات لږ هم ستاسو د پاملرنې وړ وي نو راځئ چې یو ملاقات سره وکړو.

زموږ شخصي کاروبار به په یو څو میاشتو کې دوه چنده شي او موږ غواړو چې د هغو کسانو سره یو ځای په دغه لاره سفر وکړو څوک چې

په رښتيا سره غواړي ترڅو په خپل ژوند کې يو لوی بدلون راولي او د مالي استقلال څخه برخمن شي.

مشترې کېدای شي ناهیلی کوونکی وي:

فکر وکړئ چې موږ درې مشتریان لرو او موږ دوی د پرېکړې کولو لپاره د دوی په مجبورولو ډارېږو، ولې؟ ځکه که چېرې يو له دوی څخه «نه» ووايي نو موږ به يوازې دوه نور کسان ولرو.

مشترې کېدای شي غصه وي:

کله چې موږ ډېر مشتریان لرو، موږ ډېر باورمند احساس کوو او ښکارو، زموږ مشترې هم زموږ په ځان باور څخه اغېزمن کېږي او دوی فکر کوي، «که چېرې زه له تاسې سره په دغه کار کې ګډون وکړم نو زه به خوندي يم».

ډېر مشتریان په دې مانا دي چې دوی په يو بل پورې هېڅ اړه نه لري يا دا چې يو له دوی په دغه کاروبار کې ګډون کوي که نه کوي. د مشتریانو تر مېنځه دغه تشه ښه وي او ډېر مشتریان دې ته هڅوي چې په کاروبار کې راګډ شي، د باور د کموالي او وېرې حل ډېر مشتریان دي.

دا آسانه کړئ:

کله چې موږ غږېږو، زموږ او د مشتري غوږونه هم بند وي مانا دوی نه اوري، یوه غوره لاره شتون لري د کاروبار موخه د نورو خلکو ستونزې حل کول دي.

که چېرې موږ د خپلو مشتریانو په ستونزو پوه شو نو دا به ډېره آسانه وي چې د حل لارو وړاندیز ورته وکړو او دا به څنگه مالوموو چې دوی څه ستونزې لري؟

البته چې د اورېدو له مخې د نورو خلکو غږول ډېر آسان دي، ډېری خلک موږ ته هرکلی وايي چې کله موږ راضي واوسوو ترڅو د دوی ستونزې واورو نو کله چې موږ په پای کې د دوی سره خبرې کوو، موږ باید د دوی د ستونزو په اړه خبرې کړو، داسې کول موږ د دوی لپاره یو لېواله کس معرفي کوي چې دوی یې پېژني.

بې فکره کېدل:

آیا موږ به هغه ډاکټر ته لار شو چې مهارت نه لري؟

یقیناً چې نه...!

آیا مشتري به زموږ سره یو ځای شي که چېرې موږ د نیټورک مارکېټینګ مهارتونه ونه لرو؟

نوې خبره دا شاید زموږ تکړه رهبران (Leaders) هغه خلک وي چې موږ ور سره تر اوسه نه دي لیدلي.

د نویو خلکو سره لیدل یو مهارت دی، له نېکه مرغه ددې مهارت زده کول ډېر آسان دي.

که چېرې مورې په هغو درې فکتورونو باندې ځان پوه کړو چې خلک یې له مخې زموږ په اړه قضاوت کوي، مورې کولای شو ملگري، اړیکې او مشتریان پیدا کړو.

شرم، وېره او ځنډول هېر کړی د نویو خلکو سره ملاقات کول آسانه دي که چېرې مورې پوه شو چې دا کار څنگه وکړو.

«ځواک د بایلونکو لپاره دی او سیستم د گټونکو لپاره دی»

د ډیویډ فرای (David Frey) یو نقل قول مې ولیدو چې ډېر رښتیا دی. د ځواک ستونزه په دې کې ده چې مورې باید د پرېکړې لپاره له شعوري هلو ځلو کار واخلو، سیستم بیا د عادت په څېر دی مورې عادت په دوامدار توگه کوو.

که چېرې مورې د مشتري پیدا کولو فعالیت په دوامداره توگه او په مهارت سره تر سره کړو، زموږ عايد به لوړېږي او مشتریان به موزیاتېږي، دا مورې ته د معلوماتو ورکولو او د دوی استخدام کولو ډېره موقع راکوي.

د مشتري د پیدا کولو ځینې بېلگې څه شي دي؟

- د ورځې له پنځو نمونو تېرېدل یا ورکول.
- هره ورځ په فېسبوک درې نوي ملگري پیدا کول.
- هره اوونۍ د نیټورک مارکېټینګ په غونډو یا پروگرامونو کې ونډه اخیستل.

- د غرمې ډوډۍ په وخت کې د پنځلسو دقیقو لپاره د نويو خلکو سره خبرې کول.

عادتونه ډېر آسانه دي خو که دا هغسې شي لکه مور چې يو ځيني له مور د يو په يو اړيکې څخه خوند اخلي، په عين وخت کې نور کسان بيا مشتري آنلاين پيدا کول غوره بولي، مور غواړو چې ډاډه شو او غواړو هغه عادتونه خپل کړو چې له هغې لارې مشتري پيدا کول غوره بولو.

د تخم کرل:

کله چې مور د کار په ځای کې د کاپي ماشين ته ولاړ يو نو خپل همکار ته وايو:

« څه به وو که چېرې مور د کور نه د باندې کار کولای؟ »

مور به څه کړي وای که مو له کوره تر کاره په لاره مصرفېدونکي دوه ساعته وخت سپمولی وای؟ »

بيا د خپل همکار وړانديزونو ته په تمه شه دغه وړانديزونه به د يو غوره ژوند د خوب ليدل پيل کړي، په دې وخت کې به زمور مشتري وغواړي ترڅو پوه شي چې څنگه دوی زمور د فرصت سره کولای شي دغه دوه ساعته وخت سم وکاروي.

اوس مور تخم وکرلو...!

په نيردې راتلونکي کې يا شايد هېڅ کله، زموږ مشتري زموږ نه د فرصت په اړه پوښتنه وکړي خو که موږ ډېر تخم کرلی وي نو ځينې به يې را لوی شي مانا ځينې مشتريان شايد دا کار وکړي. په اصل کې مشتري بدلون اخلي، زموږ توليد يا خدمات نه. که چېرې موږ « بدلون » خرڅوو، زموږ مشتري به له موږ سره مينه ولري.

پرېږدئ چې ستاسې عادتونه ستاسو کاروبار جوړ کړي:

واړه عادتونه د وخت سره سم زموږ کاروبار جوړوي، د نيټورک مارکېټينگ په کاروبار کې د بريا لپاره موږ په خپل ورځني کاري پلان کې درې ساده عادتونو اضافه کولو ته اړتيا لرو، عادتونه د کولو لپاره آسانه دي يو ځل مو چې دغه درې عادتونه ځای په ځای کړل نو موږ بيا آرام کولای شو او گورو چې څنگه زموږ کاروبار هره مياشت پرمختگ کوي.

يو رهبر (Leader) شتون لري:

زموږ نوي توزیع کوونکي (Distributors) نه پوهېږي چې دوی لومړۍ څه وکړي، د ځينو بنو رهبرانو او مشتريانو لټه وکړئ خو آیا هر يو کس رهبر نه شي کېدای؟

نو موږ دا کولای شو چې خپل نوی مشتري د گڼې گونې ځای ته بوځو او بيا ورته ووايو: « وگوره! هلته يو رهبر دی، هلته بل رهبر دی او دغه کس مشتري دی ».

یقیناً دوی ټول مشتریان او رهبران دي، دا ننگونه نه ده ننگونه دا ده چې
«مورڅه ووايو» دغو خلکو ته.

نوي توزیع کوونکي (Distributors) په دې نه پوهېږي چې څه ووايي،
د دوی ددغو نیمگړتیاو حل څه شی دی؟

دوی د رهبر یا مشري په لټه کې وي ترڅو ورسره یو ځای شي سره
ددې چې دوی غلط توري کاروي، اوس نو دا ډېره گرانه ده چې په دې
طریقه کاروبار جوړ کړئ.

کله چې مورڅه خپل ټیم ته هم هغه څه ور زده کوو چې باید مشري ته
یې ووايست نو بیا هر یو غوره مشري دی.

یوه لنډه کیسه:

هغه څه چې ما تېره ورځ واورېدل (په اصل کې ته او زه به دا هر وخت
اورو) نو ما ویل چې «یوه لنډه کیسه درته کوم.....» او دغه کس چې
ما ور سره خبرې کولې نو په اتومات ډول یې وویل: «اه، دا هغه څه
دي چې ما غوښتل.» مورڅه باید مشري ته سم ټکي ووايو ترڅو
مشري خپل ذهن خلاص کړي او هغه پیغام چې مورڅه یې ورته رسول
غواړو په سمه توګه تر لاسه کړي.

پیغام ډېر آسانه دی، د مشري د خلاص ذهن تر لاسه کول د ثابتو ټکو
نه جوړه شوې جمله، توافق او نور ډېر څه دي.

هر څوک بوخت دي خو دا جمله د دوی غوږونو لپاره لکه موسیقي
داسې وي، دوی غواړي چې زموږ په پیغام ځان پوه کړي ترڅو دوی

وکولای شي په دې بوخت ژوند کې ډېر ژر يوې بلې موضوع ته لاړ شي.

نو په رښتيا سره رهبران څه کوي؟

موسکا؟

د زپورتيا پېښې؟

نورو ته دا وئيل چې خوارې وکړئ؟

په يقين سره چې رهبران ځانگړي کارونه لري.

که موږ هغه څه وکړو چې رهبران يې کوي نو موږ نه به څه جوړ

شي...؟

رهبران!!!

«نو تاسې بايد د پيسو سره څه وکړئ؟»

د خپل يو ملگري يا همکار سره خبرې وکړئ «زه غواړم چې په خپل

مياشتيني عايد کې ۳۰۰ ډالر اضافه کړم، غواړم په دې پانگونه وکړم تر

څو پيسې ډېرې شي! تاسې به ددغو اضافي پيسو پانگونه چېرې

وکړئ؟»

زموږ ملگري شايد يو يا دوه وړاندیزونه راته وکړي، کېدای شي زموږ

ملگري پوښتنه وکړي: «نو تاسې دغه اضافي عايد له کومه تر لاسه

کوی؟» هر څوک اضافي عايد غواړي او که چېرې دا ستاسو د مشتري

لپاره سم وخت وو نو دوی به ددې په اړه لا ډېر مالومات وغواړي.

د تخم کرل:

هر څوک په تدریجي ډول زړه‌پري او د تقاعد عايد د ډېرو لپاره د اندېښنې وړ وي، مور ددې خبرې په ويلو سره تخم کرلی شو چې «تقاعد کې تاسې ته کافي اندازه پيسې نه درکول کېږي نو زه په داسې يو پلان کار کوم چې دا راته دوه چنده کړي، هسې تاسې د خپل تقاعد د دوه چنده کولو لپاره کوم پلان لري؟»

دا زموږ مشتري فکر کولو ته اړ باسي.

«هو دا رښتيا دي چې تقاعد را روان دی، زه د خپل تقاعد د دوه چنده کولو لپاره هېڅ پلان نه لرم کېدای شي زه له تاسو وپوښتم چې تاسې څه پلان ورته لری؟»

نو اوس مور تخم وکړلو.

زموږ مشتري کېدای شي اوس زموږ د پلان په اړه پوښتنه وکړي هغه هم په نږدې راتلونکې کې، يا هېڅ کله خو که چېرې مور کافي تخم وکړو نو يو څه به يې را شين شي.

نيټورک مارکېټينگ ستاسو لپاره دی که تاسو يې په لټه کې یاست!

نيټورک مارکېټينگ يوازې په سستي تجارت کې د دندې يو ښه بديل نه دی بلکې نور هم ډېر څه دی، دا د هر هغه چا لپاره دی چې غواړي

خپل خوبونه په حقيقت بدل کړي او يو ښه ژوند ولري د غوره صنعت يوه لاره هم دا ده، هغه څه دي چې د نړۍ ميليونونه خلک يې په دغه مسلک کې ويني او د هغوی د مينې وجه ده چې په نيټورک مارکېټينگ کې کار کوي، خو له بده مرغه هر څوک يې نه ويني.

هر څوک ددغه صنعت لپاره نه دي پيدا شوي او نه دا صنعت د هر چا لپاره جوړ شوی، مورې ټول په ژوند کې د يو ځانگړي څه په لټه کې يو هغه څه چې زموږ وي، او کېدای شي دا په نيټورک مارکېټينگ کې وي او يا نه وي، دا ستاسو لپاره دی که تاسې ددې په لټه کې ياست.

يو رښتینی بدیل:

نيټورک مارکېټينگ تاسې ته دا لاره هواره وي ترڅو تاسې په هغه کار پورې منحصر کېدل پرېږدئ چې تاسې يې د پيسو لپاره کوئ او شايد په ژر پرېښودو يې لا ډېر خوشاله شئ چې کله مو د پيسو ستونزه نوره شتون ونه لري.

دا خلکو ته لاره هواره وي ترڅو خپل ځان هغه کار ته وقف کړي چې دوی يې په رښتيا کول غواړي خو بيا هم په پيل کې بايد تاسې څو ساعته کار وکړئ، په ځانگړې توگه کله چې يې تاسې زدکړه کوئ.

خپلو قرضونو ته خدای په امانی وویاست:

تاسې په لومړیو کې ډېر څه نه گټی، په اصل کې دا یوه پروسه ده چې وخت او اصرار ته اړتیا لري خو کله چې ستاسې کار نتیجه ورکول پیل کړل نو تاسې خپل ځان د خوشالی په هغه لاره ور برابرئ چې تاسې به یې هېڅ وخت په سنتي دنده کې تر لاسه نه کړئ. دا د رښتیني او گړندي عاید تر ټولو آسانه لاره ده که څه هم دا خبره باید په ذهن کې وساتو چې گړندی په دا مانا نه چې سمدستي، تاسې باید صبر ولرئ.

تاسې غواړئ کاروبار جوړ کړئ خو له خطر اخیستو وېرېږئ:

داسې به وویو چې تاسې تل غوښتل ترڅو خپل یو کاروبار ولرئ خو تاسې یې د پیلولو لپاره اړینه پانگه نه لرئ چې تولیدات، لایسنس او د دفتر کرایه او داسې نور څه ورکړای شئ. په نیټورک مارکېټینګ کې تاسې خپل کاروبار له کوره، په لږه پانگونه، پرته له لایسنس، کرایه او خطر څخه پیلولی شئ، تاسې یې د هغه تولید سره پیلوئ چې له وړاندې موجود دی او کار ورکوي او د هغه سیستم سره یې پیلوئ چې ثابت شوی دی، په څو کلونو کې به تاسې د یو سنتي کاروبار لپاره کافي پیسې ولرئ، که لا یې هم خوب وینئ.

مالي آزادي او خونديتوب:

د نيټورک مارکېټينگ له لارې تر لاسه شوی دوامداره عايد تاسې ته دا اختيار درکوي چې تاسې په آزاد زړه د خپل وخت د مصرفولو په اړه پرېکړه وکړئ، تاسو پرته له پرېشاني، پنبېمانۍ او د تليفون د بندولو سره، سره له خپلې کورنۍ سره په رخصتۍ تللی شئ او کله چې بېرته مو کار ته راستانه شئ نو گورئ سره ددې چې تاسې هېڅ تليفون ته ځواب نه دی ورکړی بيا مو هم پيسې گټلې دي.

دغه دوامداره عايد او آزادي تاسې ته دا امکانات هم برابروي چې ژر تقاعد واخلي که چېرې تاسې يې غواړئ، نيټورک مارکېټينگ ستاسو لپاره نه دی که تاسې د آسانه او چټکو پيسو په لټه کې ياست په دې مانا چې د پايلو د ليدلو څخه وړاندې تاسې بايد خواري وکارئ، هڅه وکړئ او خپل حدود د وخت په تېرېدو سره امتحان کړئ نو که چېرې سخت کارونو څخه وېره لرئ نو بيا دا صنعت ستاسو لپاره نه دی.

يو څوک به وي ترڅو تاسې ته ووايي چې تاسې بايد څه وکړئ:

ستاسوسلاگر يا مشاور به تاسو ته د سيستم په اړه تخنيکونه در زده کړي خو هيڅوک تاسې ته دا نه شي ويلي چې تاسې بايد په ځانگړي وخت پورته شئ، دغه ملاقاتونه وکړئ يا دغه زنگونه ووهئ تاسو بايد خپله دا ترتيب کړئ نو دا ډېره اړينه ده چې تاسې د وخت سم مدیریت وکړئ او ښه پلان جوړ کړئ.

يو څه مناسب يا هوسا کار چې تاسې به ډېر ژر ښه کړي:

تاسې بايد خپل ځان ونگوئ.

تاسې څه فکر کوئ؟

په څه پوهېږئ؟

تاسې بايد خپل فکر او ذهنيت بدل کړئ.

خرڅلاو څنگه کېږي؟

څنگه بايد انگېزه تر لاسه کړئ؟

څنگه بايد له خلکو سره خبرې وکړئ؟

دا شاید هغه څه نه وي چې تاسې پخوا هم تر سره کړي وي او حتا که تاسې د خرڅلاو په برخه کې کار يا دنده هم تر سره کړې وي خو که تاسې دغه کاروبار ته راځئ نو تاسې بايد خپل ذهن ډېر پراخ وساتئ او د يوې نوې نړۍ په اړه زدکړه وکړئ.

د پلور له وېرې څخه د تل لپاره ځان خلاص کړئ:

پلور زموږ د مالوماتو (Presentation) په پای کې نه واقع کېږي، پلور زموږ د مالوماتو څخه وړاندې حتا په پيل کې واقع کېږي يو ځل چې موږ دغه اصول زده کړل، موږ پرته له ردېدو ډېر ژر پلور کولای شو. د مالوماتو څخه وړاندې په مسلکي پلور باندې فشار، وېره او د تحميلولو احساس له ځان څخه لرې کړئ.

څنگه مشري اورېدو ته تيار کړو؟

له دغه وړوکي مهارت څخه کار واخلي خپل مشري ته ووايست: «دلته درې شيان دي...»
د بېلگې په توگه «دلته درې شيان دي چې کله مشري شی نو ستاسو به ورته پام شي.»

دې سره به څه پېښ شي...؟

که چېرې موږ خپل تشریحات لنډ وساتو نو زموږ مشري به په خپله خوښه دغه درې شيانو اورېدو ته چمتو شي، زموږ مشري به په دغه درې گټو پوهېدل وغواړي، کلکه غوښتنه هغه وخت کېږي کله چې موږ ډېرې خبرې ونه کړو.

دا تمرین غواړي:

تعریف کول د توافق تر لاسه کولو غوره لاره ده خو نوی توزیع کوونکی (Distributors) باید یو څه تمرین وکړي، که چېرې یې ونه کړي نو بیا به د دوی تعریف بالعکس اغېزه ولري. د بېلگې په توګه دوی کېدای شي خپل مشتري ته داسې یو څه ووايي: «تاسو نن ډېر ذهین ښکاری ما تاسو تقریباً هېڅ ونه پېژندلئ»

آیا دنده نه شی ساتلی؟

ددې مانا دا ده چې مشتري په کلکه سره اړتیا لري ترڅو د خپل ځان آمر په خپله واوسي، دا د نیتورک مارکېټینګ لپاره یو غوره مشتري دی. رهبران په ډېره سختۍ سره دې ته جوړېږي چې د خپل آمر څخه امر تر لاسه کړي، کېدای شي مور دداسې چا لټه وکړو چې هغه اکثره خپله دنده بدلوي او دا کس زموږ په کاروبار کې راتلونکی رهبر کېدای شي. آیا تاسې داسې څوک پېژنئ چې هغه اکثره دنده بدلوي؟

څنګه داسې مشتري پیدا کړئ چې له تاسو څخه خپله د مالوماتو غوښتنه وکړي؟

د غوښتنې له مخې لامحدود یخ ماتوونکی پیدا کړئ، ستاسو توزیع کوونکی به نور هېڅکله د مشتري پیدا کولو وېره ونه لري او ددې په ځای به دوی د مشتري پیدا کولو سره مینه ولري.

آيا غواړئ چې د يخ ماتونې دغه مهارت سره د خپل نيتورک
مارکېټينگ مشريان له تاسې څخه د مالوماتو غوښتنه وکړي؟

تاسو هر گرم (Warm) او يخ (Cold) مشري په سور مشري (Hot Prospect) بدلولى شئ چې ستاسو د کاروبار په اړه په هر څه پوهېدل
غواړي...

څنگه؟

ددې مهارت په زده کولو سره چې څنگه تاسې د خپل کاروبار په اړه د
تورو د ټولنيز جوړښت له مخې د يو څو ټکو مالوماتو سره پرته له رد
کېدو دوى ته خپل کاروبار معرفي کړئ.

مشري په دې پوهېدل غواړي چې تاسې دوى ته څه وړاندیز لرئ خو
دوى لا وېره لري چې يو څوک يې خرڅ نه کړي، که څه هم مشريان
مينه لري چې دغه توليد واخلي او را گډ شي نو ولې بايد د تورو هغه
ټولنيز جوړښت څخه کار وانخلو چې مشري دې ته چمتو کړي ترڅو
له تاسې څخه د مالوماتو غوښتنه وکړي.

په دې کتاب کې ډېرې داسې اغيزناکې فورمولې د بېلگو سره شتون
لري چې تاسې يې هره فارموله کارولى شئ، يو ځل چې مور په دې
پوه شو ترڅو فارموله څنگه کار کوي، نو مور کولای شو چې د

غوبنتنې له مخې د یخ ماتوونکي (Ice Breakers) جوړ کړو او بیا دا سلسله خپل ټیم ته وغځوو.

ستاسې توزیع کوونکی (Distributor) به نور هېڅ د مشتري پیدا کولو وپره ونه لري، ددې په ځای به دوی د مشتري پیدا کولو سره مینه ولري، دا لا ډېر خوند کوي چې موږ په خپله اداره یا کنترول کې یو توزیع کوونکی غواړي چې خواري وکړي خو دوی نه پوهېږي چې څه ووايي، د دوی د پیل گډې وډې خبرې د دوی چانس له مېنځه وړي او له بدو تجربو څخه ځورېږي، دا تجربې دوی د مشتري پیدا کولو څخه را گرځوي خو له تمرین شویو تورو او جملو سره هر څه بدلېږي، چټکې او مثبتې پایلې تر لاسه کېږي او مشتري پیدا کول بیا خوند پیدا کوي.

ددې زده کولو څخه خوند واخلي چې څنگه منفي خلک، مثبت خلک، خپلوان، همکاران، پردي، رهبران، ساړه مشتریان (Cold Prospect) او داسې نور د یخ ماتوونکي مهارت څخه په کار اخیستلو سره خپل مشتریان کړي چې حتا مشتریان هم ترې خوند اخلي.

ددې په ځای چې ټوله اونۍ د یو چا په موندلو تېره کړي تر څو خبرې ورسره وکړي دا په مالوماتو ورکولو تېره کړي.

تاسې به هېڅکله د خپل توزیع کوونکي څخه دا گيله وانه وری چې «زه هیڅوک نه لرم ترڅو خبرې ورسره وکړم.»

موږ خپل مالومات (Presentation) له دغو پوښتنو سره پیل کولای شو لکه:

۱- تاسې ولې غواړئ چې د خپل وخت پانگونه په پس له وخته کاروبار کې وکړئ؟

۲- تاسې ولې غواړئ چې په خپل اوونيز کار کې ډيروالي راولئ؟

۳- تاسې ولې غواړئ چې د وزن له لاسه ورکولو لپاره خواري وکارئ؟

داسې پوښتنې له ظاهري پلوه منفي ښکاري که څه هم زموږ مشتري به دا فرض کړي چې غواړي پوه شي موږ دوی ته څه وړانديز لرو او دوی به خپل ځان په موږ باندې د هغه گټو لپاره خرڅ کړي چې موږ يې ورته وړانديز کوو.

د بېلگې په ډول:

تاسو: ولې غواړئ چې د خپل وخت پانگونه په پس له وخته کاروبار باندې وکړئ؟

مشتري: ښه، زه په خپل اوسنۍ دنده کې کافي مقدار پيسې نه شم گټلی او زه د ټول عمر لپاره خپل ځان د مېز له يوه اړخ څخه بل اړخ ته په کاغذونو تېله کولو نه شم تېرولی، زه بدلون غواړم او فکر کوم چې زه بايد دغه او پس له وخته کاروبار باندې امتحان کړم، زه په هغه څه خطر اخیستل نه غواړم چې لرم يې خو زه يو څه امتحانول هم غواړم.

د خپل کاروبار لپاره د همداسې منفي پوښتنو يو لږست ترتيب کړئ او د غوره کولو لپاره يې پايلې امتحان کړئ.

څنگه نه باور کوونکی قانع کړو؟

ايا شک لرونکي مشتريان لري چې په نيټورک مارکېټينگ باندې باور نه لري؟

له دغې بېلگې کار واخلي:

په افغانستان کې موږ د افغان بېمې يو تجارتي اعلان لرو، هر څوک ددغه اعلان په اړه مالومات لري که چېرې تاسې په يو بل هېواد کې اوسېږئ نو زه باور لرم چې هلته به هم دې ته ورته يو اعلان وي، ما ددې ننداره د فرصت په يوه غونډه کې وکړه، ما له خلکو وپوښتل چې څومره کسانو د افغان بېمې دغه اعلان ليدلی دی؟

په گډونوالو کې ډېرو خلکو لاسونه پورته کړل.

بيا مې پوښتنه وکړه چې څومره کسان دغه بيمه لري؟

يوازې درې کسانو لاس پورته کړو او دغه بېمې دليل دی چې ولې موږ نيټورک مارکېټينگ ته اړتيا لرو زموږ يو په يو سپارښتنه د نړۍ له ټولو اعلانونو څخه ځواکمنه ده.

نیتورک مارکېټینګ څنگه تشریح کړو؟

غواړئ یوه غوره بېلګه ولرئ چې ستاسو مشتري پوه شي...

یوه ټوکه:

که زموږ ټوکه خوښه شي نو موږ یې د نورو سره شریکوو او که چېرې مو خوښه نه شي نو موږ یې چاته نه وایو، کټ مټ همداسې موږ په نیتورک مارکېټینګ کې کوو، که چېرې موږ داسې څه ومومو چې زموږ خوښ شي نو موږ یې نورو ته وړاندې کوو.

په نیتورک مارکېټینګ کې یوازینی توپیر دا دی چې موږ ددې په وړاندې معاوضه تر لاسه کوو.

هغه څه چې باید په یاد یې ولرو:

هره ورځ موږ د هغه کارکوونکو سره وینو چې کمه معاوضه ورکول کېږي، دوی کېدای شي په یو دوکان کې کار کوي یا هم د خدماتو په مسلک کې بوخت وي، آیا دغه کار کوونکی غواړي چې ډېرې پیسې وګټي او یو غوره ژوند ولري؟

یقیناً چې غواړي یې!

موږ دوی ته د فرصت وړاندیز کولای شو اصلي ټکی « وړاندیز » دی. دا په دوی پورې اړه لري چې دوی زموږ وړاندیز مني او که نه یې مني خو موږ باید لږ تر لږه دوی د ردولو لپاره هم فرصت ورکړو.

څنگه غوره پلور وکړو؟

آيا د مالوماتو (Presentation) په پای کې د نیوکو په اړه پرېشانه یاست یا د ځنډ په اړه پرېشانه یاست؟

د مالوماتو په پای کې ددغې ډرامې څخه د ځان ساتلو آسانه لاره دا ده چې د مالوماتو په پیل کې خپله ژمنه تعقیب کړو. دلته یوازې یوه بېلگه شته، ددې په ځای چې مور د پلور بیه د مالوماتو په پای کې مخې ته راوړو، مور کولای شو چې د مالوماتو په پیل کې یې ووايو.

« وړاندې له دې ترڅو زه تاسو ته خپل کاروبار وښایم یو شی دی چې زه یې په اړه اندېښنه لرم، ډېری خلک زموږ د کاروبار سره مینه لري خو ځیني خلک داسې فکر کوي چې ۵۰۰ ډالره د دوی په کورنۍ بودیجه کې نه برابرېږي، آیا تاسې فکر کوئ چې دا به یوه ستونزه وي؟»
که مشتري ووايي چې دا هېڅ ستونزه نه ده، ستاسو مالومات ورکول به آسان وي که چېرې زموږ مشتري ووايي چې کېدای شي دا یوه ستونزه وي، اوس نو دا ښه وخت دی ترڅو پوه شئ چې مور خپل مالومات تنظیمولی یا سمولی شو.

دا په زړه پورې نه ده؟

مشتري هر سحر پنځه نیمې بجې پاڅېدلی شي او د بیروبار سره له یو جنگ څخه وروسته هغه دندې ته ځي چې دوی ترې کرکه کوي، بیا هم مشتري لپاره دا ډېره سخته وي چې سحر وختي پاڅېږي او د

بيروبار څخه ډک ژوند کې له مور سره وگوري، دا شايد يوه اشاره وي چې مور دې ته اړتيا لرو ترڅو د مشتري د رابللو دا طريقه بدله کړو.

دوه ډوله مشتريان، او څنگه دوی وهڅوو:

لومړی ډول: هغه مشتريان چې د خپل ځان لپاره يو څه کوي مور دغه مشتريان په دې هڅولی شو چې زموږ توليدات يا فرصت د دوی لپاره څه کولای شي.

دويم ډول: هغه مشتريان چې د نورو خلکو لپاره يو څه کوي مور دغه مشتريانو ته د خپلو توليداتو يا فرصت په بنودلو سره چې څنگه د نورو خلکو سره مرسته کولای شي، هڅولی شو.

د بېلگې په ډول، يو ډاکټر شايد نېې ډېرې پيسې ولري خو کولای شي چې د خپلو ملگرو او خپلوانو سره مرسته وکړي ترڅو دوی دده له لور عايد لرونکي ژوند څخه خوند واخلي، که څه هم زموږ ډېری مشتريان به لومړی ډله خلک وي خو بيا هم ځينې غوره مشتريان به دوهمه ډله خلک وي.

په ياد ولری چې که چېرې غواړو دوهمه ډله خلک زموږ مشتريان شي يا يې کاروبار ته راولو نو زموږ مالومات بايد بدل وي.

زموږ ډېری مشتریان له وړاندې څخه خرڅ شوي دي:

ولې...؟ ځکه چې شرکتونه د نیتورک مارکېټینګ لپاره غوره پلورونکي دي، یوازې هغه ټول ټکي په پام کې ولری چې دوی نیتورک مارکېټینګ لوري ته را جذبولی شي لکه...

۱- د معاشونو کموالی.

۲- د اوونۍ په دوران کې ډېر کاري ساعتونه.

۳- د تقاعد لپاره له معاش څخه پیسې گرځول.

۴- خلک مجبورول چې د دولتي ترانسپورت په کارولو سره کار ته لاړ شي.

۵- د ځورونکو آمرینو درلودل.

۶- د کار تضمین نه شتون.

دا لېست ډېر اوږدېدای شي، بڼه خبره دا ده چې موږ یې مرسته کولای شو، ورځني شرکتونه خپل کار کوونکي مجبوروي چې زموږ ژوند او مسلک ته مخه وکړي.

زموږ مشتري کومه پرېکړه لومړۍ کوي؟

دوی لومړنۍ پرېکړه دا کوي چې دوی په موږ باور وکړي.

زه ددې لومړۍ پرېکړې په اړه نه پوهېدم، خو کله چې ما خپل مسلک پیل کړ نو ما د مالوماتو په شریک کولو کې بېرته کوله، ما په دې باندې

لس ثانيې وخت هم نه مصرفولو چې د مشتري باورتر لاسه کړم او زما پايلې ډېرې خرابې وې، له دې څخه موږ ډېر ښه پيغام اخلو او هغه دا چې موږ بايد لومړی د مشتري باور تر لاسه کړو.

کله چې زموږ توزیع کوونکی (Distributor) نه اوري:

ډېری نوي توزیع کوونکي ددې په اړه چې څنگه د نیټورک مارکېټینګ کار مخ ته بوځي خپل نظرونه لري یا دوی هغه ځانګړي مهارتونه لري چې د هغه نقل کول سخت وي خو دوی هغه په خپل کاروبار نه عملي کوي.

وړاندې له دې چې موږ دوی ناهيلي کړو؛ راځئ دا په پام کې وساتو چې دوی په خپله پیل کړی دی او دا ښه ده، خو دا یو څو تکتیکي وړاندیزونه دي چې د دوی سره په رهنمائي کې مرسته کولای شي، په ساده ډول ورته وواياست:

« تقریباً ۱۵ میلیونو نورو توزیع کوونکو هغه سفر چې ته یې غواړې پیل کړې له وړاندې څخه پیل کړی دی، آیا غواړې په هغه زړه پورې رازونو باندې پوه شې چې دوی کشف کړي دي؟»، او دا ډېره آسانه وي چې یو چا ته هغه وخت مشوره ور کړې ترڅو دوی در څخه غوښتنه وکړي.

موږ د دوی نظرونو ته درناوی کوو چې دوی د کار د تر سره کولو لپاره په غوره لارو پوهېږي، موږ یوازې ځیني رازونه دوی ته ښایو چې شاید دوی پرې پوهېدل وغواړي.

کله چې رهبران (Leaders) ترتیبوو:

دلته یوه آسانه پوښتنه ده ترڅو تاسې یې باید له هغه توزیع کوونکي (Distributor) څخه وکړئ چې غواړئ د اوږده مهال لپاره ورسره کار وکړئ...

«څومره وخت به ونیسي چې تاسې دغه کار پرېږدئ، په خپلو خوبونو ماتې ومنئ او د ټول عمر مزدوري کولو په موخه استعفا ورکړئ؟»

د توزیع کوونکي ځواب واورئ خو له دې هم ډېر اړین دا دي چې د خپل توزیع کوونکي د بدن ژبې ته متوجې شی او اواز یې واورئ کله چې دوی تاسې ته خپله پرېکړه وايي.

خوښ مشتریان ښه توزیع کوونکي رامېنځته کوي:

که چېرې موږ سم توري وکاروو نو د مشتري پیدا کول خورا آسان کار دی.

څنگه له مشتري سره خبرې پیل کړو؟

آیا دا زموږ لپاره سخته ده ترڅو موږ د هغه چا سره چې پېژنو یې یا یې نه پېژنو خبرې پیل کړو؟

یوازې دغه جادوگر توري وکاروئ: «زه غواړم پوه شم...»

کله چې مشري دغه توري اوري نو د دوی دماغ دوی ته امر کوي،
مهربان او مرسته کوونکی واوسئ او ورسره به دوی زمور پوښتنو ته
پاملرنه وکړي، آیا ځيني بېلگې غواړئ...؟

- زه غواړم پوه شم، آیا تاسې هم له غذايي رژیم همدومره بد
منع لکه زه؟
- زه غواړم پوه شم، ته به څه وکړې که چېرې دې په عايد کې
زياتوالی راشي؟
- زه غواړم پوه شم، آیا ستا خوښېږي چې د ماښام لخوا کار
وکړې؟
- زه غواړم پوه شم، آیا ته غواړې چې ته د خپل ځان امر
واوسې؟
- زه غواړم پوه شم، آیا ستا خوښېږي چې هم سفر وکړې او هم
گټه؟

«زه غواړم په دې اړه فکر وکړم.»

يوه لاره شته چې وروسته له مالوماتو ورکولو له دغه رنگه رد څخه ځان
وژغورو، د مالوماتو ورکولو په پيل کې مور کولای شو ووايو:
«دا کاروبار يوازې يو انتخاب (Option) لري، دغه انتخاب تاسو ته
اضافي عايد درکوي خو تاسې دا انتخاب هم لرئ چې دغه کاروبار ونه
کړئ او يوازې په يو عايد ژوند تېر کړئ!»

ټاکنه ستاسو په لاس کې ده خو اجازه راکړئ تر څو درته وښایم چې دا کاروبار څنگه کېږي.»

د مالوماتو په پای کې زموږ مشتري په دې پوهېږي چې دوی دوه انتخابه لري زموږ کاروبار وکړي یا دا چې لکه د اوس په څېر ټول عمر همداسې تېر کړي، دا به د «زه غواړم په دې اړه فکر وکړم» واله ردېدل له مېنځه وړلو کې مرسته وکړي.

ولې پلور زموږ د مالوماتو څخه وړاندې واقع کېږي؟

زموږ ذهن هره ثابته په سلگونو زره مالومات تر لاسه کوي او دا باید په ډېره چټکتیا سره ترتیب کړي چې کوم مالومات د اوس لپاره اړین دي، آیا موږ باید په دېوال کې د گروپ لگولو توکمې ته ځیر شو؟ د خپل نس آوازونو ته ځیر شو؟

یا موږ باید هغو مالوماتو ته ځیر شو چې د دغه کاروبار په اړه همدا اوس راکول کېږي؟

هو! د انسان ذهن تقریباً هغه ټول مالومات صرف نظر کوي چې هره ثابته یې تر لاسه کوي او بیا په هره بله ثابته کې نور مالومات اخلې، خو که چېرې موږ له مالوماتو څخه وړاندې مشتري پلور ته چمتو کړو نو زموږ مشتري به د مالوماتو تر لاسه کولو لپاره بېخي چمتو وي او دغه مالومات به د مشتري له فکره ډېر اړین وي.

که چېرې موږ غږېږو او هيڅوک يې نه اوري، موږ ناکام يو له همدې کبله موږ د خلاص ذهن لرونکي مشتريان له وړاندې څخه د پلور د مهارتونو په مټ اخیستو ته چمتو کوو.

کله چې تاسې رضاکاران ولرئ نو د رهبرانو جوړول ډېر آسان وي، کله چې تاسې نوی توزیع کوونکی دعوت (sponsor) کوئ نو دوی به په نیټورک مارکېټینګ کې د راگډېدو لپاره خپل دلایل ولري.

ځیني توزیع کوونکي (Distributors) به وغواړي چې خپل تولیدات د تهوک یا عمده په بیه (Wholesale price) واخلي.

ځیني توزیع کوونکي شاید وغواړي چې د اضافه پیسو لپاره دغه تولیدات پرچون خرڅ کړي.

ځیني توزیع کوونکي به نور خلک سپانسر کړي او یو ښه عاید به ځان ته برابر کړي او په پای کې، ځیني توزیع کوونکي به وغواړي چې ستاسو په څېر رهبر شي.

یقیناً تاسې به د خپلو توزیع کوونکو سره هغه مرسته وکړئ چې دوی ورته اړتیا لري ترڅو دوی خپلو موخو ته ورسېږي، بیا هم تاسې به د توزیع کوونکو په کومه ډله د وخت او انرژي پانگونه وکړئ ترڅو مو رهبران ډېر کړئ؟

بې له شکه په هغه ډله چې غواړي رهبران شي، خو دغه ځانگړې ډله څومره غټه ده؟

که تاسې ډېر نوي توزیع کوونکي نه وي استخدام کړي نو شاید دغه ډله وړه وي، ددې لپاره پرلپسې مشتري موندل اړین دي او دا پرلپسې بهیر ستاسو په ډله کې د رهبرانو زیاتوالی رامېنځته کولای شي.

يا هم له دې لارې ورته وگورئ...

فکر وکړئ چې تاسې واده کول غواړئ او د مېرمن په لټه کې کېږئ، څه به وي که چېرې تاسې يوازې يو کانديد پورې محدود پاتې شئ؟
آيا تاسې به ونه غواړئ چې د انتخاب لپاره ډېر کانديدان ولرئ؟
په رښتيا سره تاسې به وغواړئ چې هر څومره ډېر کانديدان ممکن وي،
وويې لرئ.

د رهبرانو په لټون کې هم همداسې کېږي، تاسې به د خپلو توزیع کوونکو په مېنځ کې د رهبرانو د ټاکنې لپاره يوه لويه ډله وغواړئ ترڅو ويې لرئ، که چېرې تاسې د ټاکنې لپاره يوازې يو توزیع کوونکی ولرئ نو غوره ده چې يوازې هيله ولرئ ترڅو دغه توزیع کوونکی به وغواړي چې رهبر شي، نو د غوره رهبرانو رهبريت تعقيب کړئ، پرلپسې نوي توزیع کوونکي سپانسر کړئ او تاسې به له دې پرېشاني څخه خلاص شئ چې راتلونکی رهبر چېرته پيدا کړئ.

هغه جمله چې په چټکتيا سره زمونږ د مشتري پام ځان ته راپوي:

ډيوېډ سنيتزر (David Snitzer) ددې لپاره چې له تاسې سره مرسته وکړي تر څو له کاروبار لرونکي يا مشتري سره د ملاقات وخت ولرئ يوه په زړه پورې جمله يې ليکلې، هغه وايي:
« ستاسو تر ټولو لويه ستونزه څه شي ده؟ »

مشتري به ډيوډه ته خپله ستونزه ووايي او بيا ډيوډه وايي:

« موږ به ددې په اړه پام وکړو »

همدمره لنډ، په ځای او اغېزناک او آيا زموږ د نيتورک مارکېټينگ

فرصت يا توليدات د ډېرو خلکو ستونزې نه شي حل کولای؟

د بېلگې په توگه، زموږ مشتري د خپلو لويو ستونزو په اړه وايي:

• « هغه ځای کې چې زه کار کوم ډېرې پيسې نه شم گټلې »

• « زه د ځان لپاره ډېر وخت نه لرم »

• « زه کار ته له يو ساعت او بېرته راتگ څخه کرکه کوم »

• « داسې راته ښکاري چې زه د خپلو ماشومانو لپاره کافي

وخت نه لرم »

• « زه له خپلې دندې څخه کرکه کوم »

• « هيڅوک زما کار نه تشويقوي »

آيا زموږ فرصت دغه ستونزې نه شي حل کولای؟

زموږ ساده ځواب به دا وي چې، « موږ به ددې په اړه پام وکړو »

اوس نو موږ د خپل مشتري چټگ پام تر لاسه کوو.

د بايللو وېره د تر لاسه کولو له غوښتنې څخه لويه ده.

کله چې له مشتري سره خبرې کوو نو تر ټولو لويه انگېزه دا وي، دوی

به څه له لاسه ورکړي که چېرې دوی دغه کاروبار سره يو ځای نه شي،

شايد دوی د خپلو ماشومانو سره وخت تېرول له لاسه ورکړي، شايد دوی د سفر کولو وخت له لاسه ورکړي يا شايد دوی د نورو سره د مرستې کولو موقع له لاسه ورکړي. ژوند ډېر لنډ دی ډېری خلک نه غواړي ټول ژوند په دې تېر کړي چې له نورو سره مرسته وکړي ترڅو دوی خپل خوبونه وپېژني.

د تخم کرل:

يو چا ته يو ساده فکر وکړئ او بيا دغه فکر ته په تمه شئ چې لوی شي دا کېدای شي د پنځو ثانيو په وخت کې تر سره شي. آیا مورډ په يو ورځ کې د پنځو ثانيو داسې تکراري وخت لرو؟ يقيناً چې هو! او که چېرې مورډ په ورځ کې داسې شو ځله تخم وکړو نو ځينې به پرته له دې چې په راتلونکي کې زموږ له خوا تغذيه شي، را لوی شي.

کله چې تخمونه پاخه شي يا را لوی شي نو دغه مشتريان به د يو فرصت په لټه مورډ ته د خلاص ذهن سره را وگرځي او ددغو مشتريانو آرام راتگ به زموږ د نيټورک مارکېټينگ کاروبار ډېر په زړه پورې کړي. غواړئ يو څو بېلگې درته وښاييم چې ستاسو د همکارانو په وړاندې تخم وکړئ...؟

- «زه کېدای شي سېر کال خپل عايد لوړ کړای شم، ستاسو د عايد لوړ والی څنگه روان دی؟»
- «زه داسې احساس کوم چې مورډ به يو کال وروسته هم په همدې ځای کې ولاړ يو، که مورډ د پرمختگ له پاره څه ونه

کړو.»

- «آيا دا به ډېره ښه نه وه چې موږ دغه کافي په کور کې څښلې وای او له هم هغه ځايه مو کار کولای؟»

تل په یاد ولرئ! موږ لکه د نورو په څېر بې ساري يو.

هېڅکله په نيتورک مارکېټينگ کې خپل مشتري ته دا مه وایاست:

کله چې زه نوي کسان دغه کاروبار ته راولم يا يې استخدا موم نو ددې په اړه ډېر ورته وایم چې تاسې بايد مشتري ته څه وواياست، خو يو څه شیان داسې هم شته چې تاسې يې بايد هېڅ وخت خپل مشتري ته ونه وايئ، دغه جملې نور هېڅ هم نه کوي يوازې ستاسو مشتري ته د غیر حقيقي توقعاتو هيله ورکوي، وارخطا کېږئ مه! هر نيتورک مارکيټر د نيتورک مارکېټينگ په لومړيو ورځو کې دغه تېروتنې کوي.

دا ډېر آسانه کار دی:

نه داسې نه ده، داسې مه وایه! *دا مسلک آسانه نه دی* دا کېدای شي د دوديز کاروبار په پرتله د خپل تجارت د پيلولو يوه آسانه لاره وي خو دا آسانه نه دی.

نیتورک مارکېټینګ سخت دی، دا ډېره سخته ده چې د ۱۰۰ کسانو له خوا د نه اورېدلو څخه وروسته هم تاسې یو چاته زنگ ووهئ، دا ډېر سخت کار کېدای شي چې تاسې له ټولو خنډونو څخه تېر شئ او یو څوک رهبري کړئ ترڅو ستاسو په شرکت کې درسره یو ځای شي د ملاقات لپاره سفر کول او بیا هلته خلکو ته فرصت معرفي کول کېدای شي ستړي کوونکي واوسی.

د خپلې ټولنیزې رسنۍ ارزول او نویو مشتریانو ته رسېدل وخت ته اړتیا درلودلې شي، بهر وتل او د خلکو سره خبرې کول کېدای شي ستاسو احساس له مېنځه یوسي، په ځانګړې توګه که تاسې زما په څېر یو اندېښمن کس یاست.

آسانتیا یا ساده والی یو ډېر لېرې شی دی زما په آند، کله چې زه د نیتورک مارکېټینګ په اړه فکر کوم خو ددې دا مانا هم نه ده ترڅو نیتورک مارکېټینګ په دې خواري نه ارزې.

هو، دغه مسلک لکه د نورو مسلکونو په څېر ننگونې لري خو ددې پایله بیا بېخي نه باور کوونکې هم ده، دا شاید ۵۰۰ زنگونو ته اړتیا ولري خو تاسې یو قوي ټیم هم جوړولی شئ، تاسې شاید دوه ساعته سفر وکړئ ترڅو له یو نوي مشتری سره ووينئ خو تاسې شاید د یو چا رهبري وکړئ ترڅو هغوی له یو داسې فرصت څخه ګټه پورته کړي چې د دوی ژوند یې بدل کړی، ستاسو انګېزه شاید د مالوماتو په ورکولو هره ورځ له مېنځه ولاړه شي خو تاسې به هغه ټول قرضونه هم ادا کړای شئ چې تر اوسه درباندي دي، نو هېڅکله خپل مشتری ته دا مه وایاست چې دغه فرصت آسانه دی ځکه چې دا آسانه نه دی بلکې

دا خواري او کلک هوډ ته اړتيا لري ترڅو په نيتورک مارکېټينگ کې بريالي شئ او بريا يوازې هغوی تر لاسه کوي څوک چې خولې تويوي.

تاسو ډېر ژر شتمن کېدای شئ:

نه! داسې نه ده، زه فکر کوم که چېرې تاسې په لومړي ورځ ووځئ او ۲۰ توزیع کوونکي استخدام يا راگډ کړئ او هغوی هر يو يې بيا ۲۰ نوي توزیع کوونکي استخدام کړي او دوی ټول په ۱۰ کسانو توليدات وپلوري نو بيا هو، زه فکر کوم چې تاسې په دې مسلک کې چټک شتمن کېدای شئ.

که څه هم دا امکان درلودل چې تاسې سره دې داسې وشي تر لاسه يې يا پچې گټلو کم نه دي، نو که زه ستاسو په ځای اوسم په دغه به يې حساب ونه کړم.

تاسې کولای شئ چې د نورو کارونو په پرتله په نيتورک مارکېټينگ کې چټکې پيسې پيدا کړئ خو تاسې د دوديز کاروبار يا لارې په پرتله دلته چټک عايد کولای شئ او شايد په نيتورک مارکېټينگ کې داسې کسان هم وي چې يوازې په څو مياشتو کې ډېر پورته تللي دي خو هغه استثنا کې راځي د نيتورک مارکېټينگ په اصولو يا قوانينو کې نه راځي. ډېر احتمال لري چې په لومړيو څو مياشتو يا کلونو کې شتمن نه شئ، له ما څخه يې اووه کاله خواري او په بيا، بيا د تيم جوړول وغوښتل تر

خو زه په خپل عايد کې په زړه پورې لوړوالی وگورم، دا مسلک د هېڅ شي ضمانت نه کوي او هر څه ستاسو په کار او خواری پورې اړه لري. که چېرې تاسې غواړئ چې يو ځانگړي عايد ته ځان ورسوئ نو تاسې بايد کلکه خواري وکړئ، تاسو بايد حتا په هغه وخت کې هم حرکت وکړئ کله چې هر څه درته ډېر گران يا سخت وي، تاسې بايد د مهارتونو د زده کولو لپاره چمتو اوسئ او تاسې بايد خپلو موخو ته د رسېدو لپاره هر هغه کار وکړئ چې اړتيا ورته ولري.

ستاسو بريا په تاسو پورې اړه لري او څنگه چې هر کس متفاوت دی داسې بريا ته د رسېدو لپاره د هر کس لارې متفاوتې دي.

تاسو شايد د يو بل کس سره په عين وخت کې بريا ته ونه رسېږئ او دا پروا نه کوي، خپله بريا د بل چا له کړنو سره مه پرتله کوي، تاسو دغه پرتله د ځان د انگېزې او تشويق لپاره کارولی شئ خو ستاسو د بريا نومرې د دوی څخه هر وخت متفاوتې وي، نو هېڅکله خپلو مشتريانو ته دا مه وايست چې تاسې به ډېر چټک شتمن شئ ځکه دا هغوی د مایوسۍ سره مخامخ کوي.

دوی داسې پوه کړئ، دا ډېر امکان لري چې تاسې په نيټورک مارکېټينگ کې شتمن شئ خو دا ټول د دوی په خواری او هغه وخت پورې اړه لري چې دوی يې په دغه برخه کې تر سره کوي.

سمې هیلې یا توقعات وټاکئ:

تاسې باید خپلو مشتریانو ته د نیتورک مارکېټینګ رینستونې توقعات ور وښایاست، که چېرې دوی په دې نېټ له تاسې سره ملګري شي چې دوی به په چټکۍ سره او په لومړۍ میاشت کې خورا ډېرې پیسې تر لاسه کړي او شتمن به شي نو دوی به په ډېرې آسانی سره خپله انګېزه له لاسه ورکړي او چې کله دوی انګېزه له لاسه ورکړي نو دوی به دغه کار یا مسلک هم پرېږدي او دغه یا دې ته ورته تجربې دي چې د نیتورک مارکېټینګ نوم بدناموي.

دغه مشتریان به خپلو ملګرو او خپلوانو ته ورځي او ورته وایي به چې اه! دا نیتورک مارکېټینګ ټول چل دی، دوی ویل چې ته به په ډېرې آسانی سره شتمن شي، ما هڅه وکړه اما دا ټول دروغ وو.

موږ ټول باید په ډېره سمه او غوره توګه دغه مسلک خلکو ته معرفي کړو، نو هېڅکله مشري ته دا مه وایاست چې دا ډېر آسان کار دی، هېڅکله مشري ته دا مه وایاست چې دوی به ډېر چټک شتمن شي، دوی ته رښتیا وواياست!

دوی ته وواياست چې دا ډېرې خواري ته اړتیا لري او دا شاید وخت ته اړتیا ولري ترڅو دوی یې پایلې وګوري خو دا هر څه په دې خواري او زحمت ارزوي.

نیتورک مارکټینګ یوه غوره لاره ده، اوس نو بهر لار شیع او ټولې نړۍ ته ددې خبرې دلیل وویاست چې تاسې ولې نیتورک مارکټینګ غوره کړی دی.

وړاندې له دې چې پیل وکړم یو بل څه ته هم اړتیا لرم:

په ۶۰ مو لسیزو کې کله چې خلا (Space) ته د تګ یوه مسابقه روانه وه، ناسا پرېکړه وکړه چې دوی داسې یو خودکار قلم ته اړتیا لري ترڅو هلته د جاذبې د قوت په نشتون کې ترې کار واخلي. وروسته له ډېرو څېړنو او پرمختګونو دوی په دې وتوانېدل چې د یو میلیون ډالرو په لګښت داسې یو خودکار قلم جوړ کړي ترڅو هلته پرې لیکل وکړای شي، دغه قلم کار وکړو او د خلا څخه یې په زړه پورې مالومات را انتقال کړل، شوروي اتحاد هم د ورته ستونزې سره مخ و خو دوی د پنسل څخه کار واخیست.

آیا له دې خبر یاست...؟

آیا زموږ توزیع کوونکي (Distributors) د غوره ویډیو، غوره فلیپ چارټ (Flipchart) او د نومونو د غوره بکس چې دوی یې له ځان سره وگرځول شي، په تمه دي؟

رابلبل یا سپانسر کول ښایسته اوزارو او ادبیاتو باندې تکیه نه کوي بلکې مشتري غواړي په دې تمرکز وکړي چې د خپل سپانسر په اړه پوه شي، خوښ یې شي او باور پرې وکړي نو په راتلونکي کې که زموږ توزیع کوونکي ددغه شي موندلو په تمه وي نو باید په دې پوه شي چې

دغه شی هېڅ پروا نه لري ځکه چې خلک زموږ په وجه را سره یو ځای کېږي، نه ددغو شیانو په وجه.

زه په دې امتحان کې ناکام شوم:

کله چې ما نیټورک مارکېټینګ پیل کړو نو ما فکر کولو چې د ډېرو خلکو سره خبرې کول اصلي کیلي ده، له بده مرغه موږ له ډېرو خلکو سره خبرې نه شو کولای دا طریقه غلطه وه.

خبره دا نه ده چې موږ د څومره ډېرو خلکو سره خبرې کوو بلکې خبره دا ده چې موږ ورته څه وایو.

هو! ما غلط شیان ورته ویل، په نیټورک کې له ما څخه پورته کس (Upline) له ما پوښتنه وکړه، «تاسو چې کله له مشتري سره خبرې کوئ نو لومړۍ ورته څه وایاست؟»

زما ځواب دا و چې «اوه ما خو دا کار وکړو، دا په حالاتو پورې اړه لري.»

دا د کاروبار کولو بڼه طریقه نه ده.

د سختو نیوکو د اداره کولو غوره لاره:

د نیوکو په وړاندې د ځواب ویلو لومړی قانون د مشتري سره رضایت ښودل دي، موږ د دوی په تېرو تجربو او دا چې ولې دوی نیوکه وکړه

هېڅ نه پوهېږو خو زموږ د مشتري په ذهن کې دغه نيوکې ريښتوني دي.

که موږ د خپل مشتري نارضايت وښايو نو زموږ مشتري اورېدل بندوي او دا وژونکي پای دی، له دې کبله موږ بايد د خپل مشتري د نيوکو احترام وکړو، خو کله چې موږ دغه کلکې يا سختې نيوکې اورو نو موږ په دغه تورو ځواب ورکولی شو...

« ډېری خلک داسې وايي »

سمدستي زموږ مشتري يو ښه احساس کوي دوی پوهېږي چې موږ دوی ته غوږ يو او دوی پوهېږي چې دوی يوازې نه دي اوس نو زموږ مشتري زموږ تشریحات اورېدلی شي، يوه بېلگه به درته ووايم...

مشتري: « زه فکر کوم ستاسو توليد ډېر گران دی. »

موږ: « ډېری خلک دا وايي، هو زموږ توليدات د هغه څه په پرتله چې تاسې يې آنلاین اخیستلی شئ ډېر گران دي، زموږ شرکت غوښتل ارزانه توليدات جوړ کړي خو دوی پوهېدل چې دا به کار ونه کړي، موږ نه غواړو چې خپل مشتري ته ارزانه او بده تجربه ورکړو. »
که غواړئ چې مالومات مو خورا آسانه کړئ نو د خبرو په پيل کې له مشتري څخه دا پوښتنه وکړئ...

« نو تاسې ولې دا پرېکړه وکړه چې د پس له وخت کار يا اضافي عايد په لټه کې ياست؟ »

بيا اجازه ورکړئ ترڅو مشتري خپله د اضافي گټې د فايدو له مخې ځان وپلوري، دا د مشتري لپاره آسانه وي چې زموږ په فکر د باور کولو په ځای په خپل فکر باور وکړي.

بله دا چې مور دا هم زده کوو ترڅو زموږ مشتري له کوم ځای او حالت څخه تېرېږي او دا له مور سره مرسته کوي چې د دوی په وضعیت باندې پوه شو.

هغه درې غوره پوښتنې چې له مشتري یې باید وکړو:

- ۱- «آیا ته فکر نه کوي چې پس له وخته دندې څخه به پس له وخت کاروبار غوره وي؟»
 ډېری مشتریان به سمدستي وغواړي چې د پس له وخت کاروبار پورې ځان وتړي یا لهوالتیا ورسره ښکاره کړي.
 اې! تر ۶۷ کلنۍ پورې به پس له وخت دنده هېڅ خوند ونه کړي، همداسې نه ده؟
- ۲- «خپل تجارت یا کاروبار پیلول به ډېرو پیسو ته اړتیا ولري او دا ډېر خطر هم لري، همداسې نه ده؟»
 ډېری مشتریان به راضي وي او وايي به همدا دلیل دی چې دوی د تجارت یا کاروبار کولو هڅه نه ده کړې.
 اوس نو دوی د هغه کاروبار په اړه چې ډېرې پانګونې ته اړتیا لري او خطر هم نه لري خلاص ذهن ولري.
- ۳- «آیا د ۵۰۰ ډالرو اضافي عاید به څه توپیر را منځته کړي؟»
 اوه!!! دا خو د کال ۶۰۰۰ ډالر شول، چې د یو ښه سیاحت لپاره، د یو موټر اخیستلو لپاره یا د کارت له لارې د کم مصرف کولو لپاره بسنه کوي.

دا پوښتنه ردول له منځه وړي حتا که چېرې زمورب مشترې نه هم ووايي نو ددې مانا به دا وي چې زمورب مشترې د لا ډېرو پيسو گټلو په لټه کې دی او مورب پوهېږو چې زمورب مشترې دغومره پيسې د خپل آمر څخه نه شي تر لاسه کولای.

د خلکو د بد چلند بدلول:

دا سخت دی، ډېر سخت دی ددې خلکو مور او پلار شل کاله خواري کړې ده چې د خپلو بچيو بد چلند بدل کړي اما دا کار يې ونه شو کولای، مورب سمدستي د دوی د بد چلند د بدلولو تمه بايد ونه کړو دا به وخت اخلي.

دوه لارې شتون لري چې مورب سره مرسته وکړي ترڅو په ډله کې د منفي چلند لرونکو دا چلند بدل کړو.

۱- شخصي پرمختگ! د وخت په تېرېدو سره نوي فکرونه او نوي بارونه پيدا کړئ، د هڅوونکو او اغېز لرونکو موادو د لوستلو او اورېدلو عادتونه وهڅوئ.

۲- د مثبتو خلکو سره همکاري درلودل! د طبيعت له مخې مورب غواړو په يوه ډله کې واوسو، له دوی سره مرسته وکړئ چې منفي فکره ملگرو سره کمه همکاري ولري او غوره چلند لرونکي نوي ملگري پيدا کړئ او له دوی سره همکاري ولري.

د مشتري تعقيبول:

له ډلې وپوښتنې: «دلته څومره خلک واده کړي دي؟»
 لاسونه به پورته شي بيا وپوښتنې، «څومره خلک ددې سره راضي دي
 ترڅو د هغه چا سره واده وکړي چې دوی ور سره په لومړي ځل ليدلي
 دي؟»

تقريباً هېڅ لاس به پورته نه شي.

کله چې يو مشتري د کاروبار په اړه پرېکړه کول غواړي نو همداسې
 وي لکه په پورتنۍ بېلگه کې چې مو يادونه وکړه.

هر څوک سمدستي پيل نه کوي، ځينې اړتيا لري چې په دې باندې فکر
 وکړي، نور بيا وخت ته اړتيا لري ترڅو له خپلې پرېکړې سره د ارامښت
 احساس وکړي او نور به يوازې د خپلې خوښې تلويزيوني پروگرامونو
 په اړه چورتونه وهي.

هو! ځينې خلک به سمدستي را سره را گډ شي که چېرې موږ سم
 توري وکاروو خو ځينې يې ډېر وخت نيسي ترڅو پرېکړه وکړي، اوس
 نو د مشتري تعقيبول يوه مانا لري.

آيا تاسې د مشتري تعقيبولو څخه کرکه لرئ؟

څه به وشي که مشتري موږ ته ووايي، دوی لېوالتيا نه لري؟

ښه نو دغه لاندې ساده جمله ياده لرئ.

«موږ به شايد اوس وږي نه يو خو موږ شپږ ساعته وروسته وږي کېږو.
 موږ بايد ناهيلي نه شو، که چېرې زموږ د غوره مشتري لپاره وخت سم
 نه وو کله چې موږ په دوی غږ وکړو ددې لپاره موږ د ور يادونې، د

وخت د ځنډولو او تعقیبولو نور تخنیکونه لرو، کله چې زموږ مشتري چمتو شي نو موږ به لومړی کس یو چې د دوی ذهن ته به راځو.

مشتري څنگه لېواله کړو؟

- په اوسط ډول توزیع کوونکی (Distributor) د خپلو په زړه پورې تولیداتو او فرصت په اړه غږیږي، دوی د شرکت ویدیوگانې ښکاره کوي، نمونې وړاندې کوي، د اداینې پلان (Compensation Plan) تشریح کوي او داسې نور... ډېری مشتریان له خرڅېدو کرکه کوي.
- رهبران (Leaders) د مشتري سره د دوی د ستونزو په اړه غږیږي او په دې اړه ورسره غږیږي چې دوی ولې باید دا ستونزې همدا اوس حل نه کړي، دا د مشتري سره خبرې اترې بېخي بدلوي اوس نو دوی ډېر لېواله او خلاص ذهن لرونکي دي، ولې؟

ځکه چې موږ د مشتري په اړه غږېږو او دا په نړۍ کې د دوی لپاره ډېر په زړه پورې مضمون دی.

ددې دليل چې مشري ولي موږ پرېږدي:

- ۵٪ يې په دردناک مرگ مري.
 - ۵٪ يې پرته له درده مانا په ارامه مري.
 - ۵٪ يې بس مري.
 - ۷٪ يې جغرافيايي بدلون مومي.
 - ۱۴٪ يې توليد نه خونبوي.
- خو ۶۴٪ ځکه موږ پرېږدي، دوی فکر کوي چې موږ د دوی پروا نه لرو.

په نيتورک مارکېټينگ کې د بریا نهه ستنې:

د بریا په لار ستاسو نقشه له دې ځای څخه پيلېږي...

۱. پرېکړه: پرېکړه وکړئ چې له دغه مسلک سره ځان بوخت کړئ خو بيا په شا نه شئ.
۲. په مهارتونو باور: تاسې د بریا لپاره مهارتونو ته اړتيا لرئ، ددغو مهارتونو په زده کولو باور وکړئ او تر هغې يې مه بس کوئ چې زده کړي مو نه وي، هېڅ وخت حوصله مه بايلئ.
۳. عادتونه: داسې عادتونه خپل کړئ چې تاسو يې په ورځني تمرين تر خپلو خوبونو ورسېږئ.
۴. ډله يا ارگان: خپل چاپېريال ځان ته جوړ کړئ، ته د هغه پنځو

غوره کسانو مجموعه يې چې تاسو له ځان څخه چاپېره کړې

.۵د

۵. لوی فکر کول: تل د لویو کارونو د تر سره کولو لپاره کار

کوئ، هېڅ وخت داسې فکر مه کوئ چې گواکې تاسو ورسېدئ.

۶. پرېښودل: هر هغه څه چې تاسو شاته راکاږي، غصه کوي مو،

تريخوالی درکې پيدا کوي، درد درکوي او منفي فکر ته مو کش کوي هغه پرېږدئ.

۷. تصور جوړول: يوازې د خپل شرکت په تصور مخ ته مه ځئ،

د ځان لپاره يو تصور جوړ کړئ، تاسو له دغه خوب نه څه غواړئ؟ تاسو څه تر لاسه کول غواړئ؟

۸. پلان جوړول: يو پلان يا ستراتيژي جوړه کړئ او هره ورځ دغه

پلان بشپړ کړئ.

۹. د جدي کار پرېکړه: هره ورځ د خپلو خوبونو د رښتيا کولو په

موخه جدي کار وکړئ او ماتې مه منئ.

۱- پایه يا ستنه: پرېکړه!!!

دا کال مو د ځان لپاره غوره کال جوړ کړئ:

که چېرې دغه کال ستاسو لپاره د ژوند غوره کال وي نو دا يوازې په دې

نه کېږي ترڅو تاسو په آرام کښېنئ او په تمه شئ چې څه به پېښېږي،

په ژوند کې څه پېښېږي ډېرې کمې په خپل سر کېږي ددې لپاره د پلان، ستراتيژي او په هغې باندې د عمل کولو اړتیا وي.

اماتوران وايي:

اماتوران وايي کله چې جنوري راشي نو زه به دا تر سره کوم، اماتوران راتلونکي وخت او پېښو ته گوري چې د دوی په بريا به عملي انگېزه ولري.

کله چې ما دغه ترينېنگ تر لاسه کړو، کله چې زه دغه سيمينار ته لارم او کله چې سم خلک زما په خوا کې ول نو زه به دا کار په آسانی تر سره کړم.

د خپلو خوبونو د رښتيا کولو لپاره انتظار مه کوئ:

پرمختگ کمال دی!

تاسو د پيل لپاره د بشپړتيا اړتيا نه لرئ خو پيل کولو ته اړتيا لرئ، ته اړتيا نه لرې چې ټول کارونه په يو وار تر سره کړې خو د عمل کولو اړتيا لرې، د سستي په ځای قدم پورته کول ډېر غوره دي. بريالي خلک سمدستي پيل کوي دوی عمل کوي، دوی تعامل نه کوي.

مخ په وړاندې لومړی گام پورته کول هغه څه دي چې بشپړتيا تر لاسه کوي، کله چې بريالي کسان د خپلو خوبونو د رښتيا کولو په موخه هو ووايي نو دوی بيا پيل کوي، دوی د تر سره کولو څخه زده کړه کوي،

دوی لومړۍ د هر څه د پلانونو هڅه نه کوي بلکې دوی نړۍ ته دا وایي چې د دوی د خوبونو په رښتیا کولو کې باید دوی مسئول وبولي.

نوز له کوم ځای څخه پیل وکړم؟

بريالي خلک درې کارونه کوي:

- دوی خپلو خوبونو ته هو وایي.
- دوی نړۍ ته خپل خوبونه ښايي، دوی ددغو خوبونو لپاره ځان مسئول بولي.
- دوی دغه خوبونه تعینوي.

بنسټ اېښودونکي يا Entrepreneurs وایي: دا وپېچه چې تر سره یې کړو.

په اوسط ډول خلک لومړۍ هر څه کشفوي يا ځان پرې پوهوي، دوی ولې داسې کوي؟

ځکه چې دوی له ماتې وېرېږي.

آيا تاسو د چمتووالي لپاره چمتووالي نيسي؟

آيا تاسې د پورته (ټاپ) تگ لپاره چمتووالي لري؟

پرېکړه وکړئ:

پرېکړه وکړئ چې تاسې به پر مخ ځئ، تاسو به د ژوند پخوانی لارې ته بېرته نه راگرځئ، تاسې به خپلې ټولې کښتۍ سوځوئ، پلونه به سوځوئ او هر څه به شاته پرېږدئ، پرېکړه وکړئ او د مخ ته تگ لپاره لومړی گام پورته کړئ.

تر کومه وخته پورې به دا وړه لوبه تر سره کوي؟

تر څو کلونو پورې به داسې په هوا کې راځوړند پاتې يې؟

پرېکړه وکړه چا که دغه پرېکړه وارخطا کوونکې هم وي.

۲- پايه يا ستنه: په مهارتونو باور کول:

دا ستونزمنه ده چې غوره وگرځو او ښه ښکاره شو.

وخت په وخت ته شايد بد وښکاري او دا سمه ده!!

ته شايد وخت په وخت وارخطا واوسې، او دا هم سمه ده!!

هېڅ حالت ښه يا بد نه وي، يوازې فرصتونه وي چې بايد زده کړل شي.

نو تاسې به څنگه غوره يا ښه شئ؟

خپلې تجربې زياتې کړئ، ښې او بدې تجربې سره بې ربطه يا نه تطبيق کېدونکې دي که تاسې د خپلو تجربو مقدار زيات کړئ نو تاسې به د وخت په تېرېدو سره غوره وگرځئ.

مسلكي هغه څوک نه دی چې ښکمرغه وي بلکې مسلكي هغه څوک دی چې کافي ځل يې ماتې خوړلې وي ترڅو دا زده کړي چې څه نه کول په کار دي.

يو کس ځکه مسلكي وي چې هغه پوهېږي ترڅو څه شی کار ور کوي او څه شی کار نه ور کوي، ځکه چې دوی دغه کارونه خو ځلې تر سره کړي وي او دا د دوی عادت شوی وي.

فعاليتونه تر سره کړئ سره له دې چې پوهېږئ تېروتنه به وکړئ او په دې هم پوهېږئ چې دا به تاسو سرگردانه کړي، که چېرې تاسې عمل وکړئ نو تاسې به ځان له نورو څخه بېل کړئ.

زه يې هېڅکله نه بايلم...! يا يې گټم او يا ترې زدکړه کوم...

که تاسو هم د فکر کولو دغه لاره خپله کړئ نو تاسې به يې هم هېڅکله ونه بايلئ، تاسې زدکړه ترې کوئ او مخ په وړاندې حرکت کوئ.

بايلونکي خطر اخیستل بندوي، په دې سره دوی زده کول بندوي او بريالي خلک بيا له هر فرصت څخه د تجربې په ډول زدکړه کوي، دوی له هرې معادلې څخه وېره لېرې کوي او زدکړه ترې کوي. بله لاره يې د گټې گټه ده، که تاسې يې و هم نه گټئ نو تاسې نوې تجربه تر لاسه کوئ چې ستاسو په علم کې زياتوالی راولي او دا زده کوئ ترڅو راتلونکي ځل ته څه کول نه دي په کار.

دا د تجربو د لوړې کچې زدکړه ده!

پرېکړه وکړه:

تاسو بايد دا پرېکړه وکړئ چې دغه پرېکړه تاسو ته څه مانا لري...

- دا پرېکړه وکړئ چې تاسې به مسلکي کېږئ.
- دا پرېکړه وکړئ چې تاسې به درجې (Rank) ته ځان رسوئ.
- دا پرېکړه وکړئ چې تاسې به د نيټورک مارکېټينگ مسلکي له ځان څخه جوړوئ.

تاسې له وړاندې څخه په دې پوهېږئ چې دا پرېکړه څه شی ده، ځکه چې تاسې کې به ډېرو له وړاندې په دې اړه فکر کړی وي او تاسو پوهېږئ چې باید څنگه پرېکړه وکړئ، تاسو باید يوازې پرېکړه وکړئ او بيا شاته ونه گورئ.

هيله نه کول، هڅه نه کول دا هغه څه دي چې بايد په اړه يې پرېکړه وشي ترڅو مخ ته تگ وکړو او شاته ونه گورو. د پرېکړې سره سم پيل وکړئ يعنې له دغې پرېکړې سره سم چې تاسې بايد څه وکړئ، پيل هم وکړئ.

خپل داخلي ابتکار ته وده ورکړئ:

هغه څه چې تر سره کوي يې ولې پرې باور لري؟
ځکه چې تاسې دغه کار خو ځله تر سره کړی دی.

اړين مهارتونه:

- د خبرو کولو او ورسره فرصت شريکولو لپاره خلک پيدا کړئ.
- هره ورځ مو مهارتونه ښه کړئ.
- غونډو او جلسو ته وده ورکړئ.
- عمل وکړئ.

تش دوعا گانو ته مه کښېنې او د ښکمرغۍ په تمه مه کېږئ، د ښه اوسېدو پرېکړه وکړئ او د بخت په اړه تشویش مه کوئ په مهارتونو باور وکړئ نه یوازې د هغوی د پوهاوي په اړه.

۳- پایه یا ستنه: عادتونه

عادتونه:

د خپلو ورځنیو عادتونو په اساس چې هره ورځ یې تر سره کولای شئ پورته راشئ، آیا تاسو په دغه ورځنۍ روزنه باور لرئ؟ کله چې ستاسې “زه شاید دا وکړم” په “زه باید دا وکړم” بدل شي نو دا چې تاسې څه یاست د هغې برخه جوړېږئ. دا هغه وخت دی چې ستاسو خوبونه رېښې پیدا کوي ځکه دا اوس د هغه داخلي شی نه دی چې تاسې ورسره مصروف وئ بلکې دا اوس د هغه څه چې تاسې یاست برخه گرځېدلې ده او تر هغه پورې دا چې تاسو څه یاست د هغې برخه وئ نو تاسې نه شی ودرېدلې ځکه چې تاسو به دا بس نه کړئ.

مغشوشیت ته اجازه مه ورکوئ چې ستاسو خوبونه غلا کړي:

دا هم د ځینو آیدیاگانو یا نظرونو لېست چې تاسې یې په ورځنۍ بڼه تر سره کولای شئ (ورانديزونه):

- تولید یا خدمات وکاروئ.
- دا له نورو خلکو سره شریک کړئ.

- د خلکو سره د هغوی د خوبونو په اړه وغږېږئ.
- په شخصي وده کې بوخت شی.

دغه کارونه هره ورځ تر سره کړئ او له نورو خلکو جلا یا ځانگړی واوسئ.

لومړۍ او دوهمه درجه تمرکز:

هر څوک په ژوند کې لومړۍ او دوهمه درجه تمرکز لري.

لومړۍ درجه تمرکز:

- دا هغه ځای دی چې تاسې به په کې وخت مصرفوئ او ذهن مو هم دلته ځي او د خپلو همکارانو خدمت کول او هغوی ته ارزښت ورکول هم ښه کار دی، دا سمه ده خو دوی ستاسو خوبونه نه لري، نه دوی ستاسو تصور لري.

دوهمه درجه تمرکز:

- دا بیا له پورته څخه پرته نور هر څه دی.

څنگه تاسو خپلو خوبونو ته لومړیتوب ور کولا شی؟

هیله نه کول یانې هڅه نه کول!

ځان په داسې ورځنیو وړو مدیریت کونکو کارونو کې بوخت کړئ چې تاسو یې تر سره کولای شئ، شریک یې کړئ او نورو ته یې ور وښایاست، هغه شیان چې یا تاسو پکې ماهره نه یاست یا په کې ډېر تکره یاست.

تریو کاله پورې په ورځنیو ساده عادتونو کې ځان بوخت وساتئ:

هغه کوم ورځني ساده عادتونه دي چې تاسو تر یو کال دوام ورکولای شئ؟

تاسو کوم عادتونه لرئ؟

۴- ستنه یا پایه: ډله یا ارگان:

ته د هغه پنځو کسانو چې اوسط وخت ورسره تېروې، په څېر کېرې او په دې اړه داسې څه نشته چې تاسو وکړای شئ.

تاسې شاید ووايست چې “نه زه تر دوی قوي یا ځواکمن یم” خو دا خبره کار نه کوي یا پایله نه لري.

تاسې به کوی یا داسې باید وکړئ:

- تاسې به هغه څه څکي (څښي) چې دوی یې څکي (څښي).
- داسې خبرې به کوی چې دوی یې کوي.
- داسې به اوسپړئ چې دوی اوسپړي.
- هغه څه به لولئ چې دوی یې لولي.

دا یو حقیقت دی میلیونونه ډالر گټونکي په دې خبره پوهېږي.

کله کله باید تاسې له ځان څخه دا پوښتنه وکړئ، آیا هغه منفيات چې تر تاسو چاپېره دي ستاسو له خوبونو ډېر اړین او ارزښتناک دي؟

تاسې باید دا کارونه وکړئ:

- د منفي فکر خاوندانو ډله محدوده کړئ چې د هغوی د منفياتو څخه اغېزمن نه شی.
- خپل ژوند لوړې کچې ته ورسوئ.

معیار څه شی دی؟

تاسې اړ یاست تر څو خپلو ملگرو ته وواياست...

که تاسې غواړئ چې زما په ژوند کې واوسی نو دلته یو څه معیارونه دي:

- آیا ته له ما سره مرسته کوي چې زه خپله موخه تر لاسه کړم او په دې ځمکه کې په پرمختګ کې برخه واخلم؟

- آيا ته ما په هغه طرف هڅولى شې، كوم شه چې زه كول غواړم.
- كه نه! ته ما د هغه شه څخه را وروسته كوي چې زه بايد هغه واوسم؟
- كه څوك ستاسو پټ قوت را محدودوي تاسو بايد د هغه سره خپله ملگرتيا محدوده كړئ دا شايد هغه گرانه پرېكړه وي چې تاسو يې كوي.
- تاسو له دوى سره گرځېدلى شى خو دا به قبلوى چې ستاسو د ژوند تر پايه به مو پايله ډېره ټيټه وي، تاسو به د خپلو هغو پنځو ملگرو چې ستاسو په دايره كې دي، د ژوند اوسط درجه قبلوى.

خپل معيارونه لوړ كړه:

- د خپل ځان احترام وكړه.
- له زهرجنو خلكو لرې اوسه.
- دمښتو او اغېزناكو خلكو په مېنځ كې اوسه.

تاسو به څنگه د اغېزناكو خلكو په مېنځ كې اوسئ؟

- تاسې بايد دا وگتئ.
- قدم په قدم.
- چې تر تا ډېر مثبت اغېز لرونكى، ډېر ځواك لرونكى او ډېرې تجربې لرونكى وي د هغه خدمتگار واوسه.

۵- ستنه يا پايه: لور/ لوی فکر:

تاسې کوچنی فکر کوی...

دا نړۍ ډېره لويه ده! د هغه معيارونو منل بس کړی چې نور يې ستاسو لپاره ټاکي ترڅو تاسو به څه جوړېږئ.

- ای! په آرام اوسه.
- ای! دا عادي واخله.
- ته ډېر حيرانوونکی کار کوی.
- ستا خبره ډېره لويه ده.

دا چې نور ستاسو په اړه څه نظر لري په دې هېڅ باور مه کوی، دا تاسو محدودوي.

ته د خپل پټ قوت/ځواک په څو سلنه کار کوی؟

دا به څنگه بنکاري که چېرې...؟

دا به څنگه وي که تاسې خپل يو کال خپل کاروبار ته ځانگړی کړی؟
دا به څنگه وي که تاسو خپله ټوله د ابتکار قوه، خپل ټول کاري اخلاق، خپل ټول تمرکز، خپله ټوله پرېکړه، خپله ټوله جذبه او خپل ټول مهارتونه خپل کاروبار ته په وده ورکولو واچوی؟

ته د خپل پټ قوت په څو سلنه عملي کار کوی؟

په راتلونکي يو کال کې به څه پېښ شي که چېرې ته ددغې سلنې په لورولو زيار وباسې؟

که ستا ټوله نړۍ تا ته د هغه څه پر سر چې تا تر سره کړې دي، ډالۍ در کړې نو ته پوه شه چې ته یو څه یې! ځکه چې ته تر نورو ډېر څه کوې.

دا به څومره کار وغواړي چې ته دې اوسنۍ پایلې دوه چنده کړې؟ هېڅ وخت هم هغلته مه اوسه چېرته چې یې. تل د ځان لپاره لوړ معیارونه وټاکه، لوړ اهداف یا موخې وټاکه او د لږو په اړه فکر مه کوه.

آیا موږ د ستراتیژیانو له لارې کولای شو خپل اهداف یا موخې تر لاسه کړو؟

- هغه به کومې ستراتیژیانې وي چې ستاسو کاروبار ته وده ورکړي؟
- څه به وشي، که ستاسو د ټیم هر یو ملگری غونډې یا ملاقات ته یو، یو تن راولي؟
- څه به وشي که تاسو داسې ستراتیژي ولری چې د خلکو سره مرسته وکړئ ترڅو هغوی له ځان سره یو کس راولي؟
- څه به وشي، که تاسې یو کمپاین په لاره واچوئ او هغه خپله نښه یا برانډ وگرځوئ؟

د سر کال لپاره مو موخې څه شی دي...؟

- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●

دغه موخې به څنگه تر لاسه کوي...؟

- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●

۶- ستنه يا پايه:

پرېرډه يې:

مسئوليت!

ډېر داسې شيان دي چې تاسې مسئول انسان ساتي. تاسو د مثبتو يا منفي عوض يا بدلې وړکولو سيستم جوړولی شئ، تاسې د هغه څه لپاره چې تر لاسه کړي مو دي ځان ته عوض وړکولی شئ او ملگري در لودلی شئ ترڅو د هغو اهدافو لپاره چې تاسې نه دي تر لاسه کړي او پکې پاتې راغلي ياست، تاسې يې مسئول وبولئ.

مورډ ټول په دې کې ډېر ښه يو چې د يو څه په اړه ډېر خوشال شو او چې کله کور ته راشو بيا په پتېدو يا پټولو کې ډېر ښه يو...

- له خپلو خوبونو څخه پټېدل.
- له خپلو موخو يا اهدافو څخه پټېدل.
- له خپل پټ ځواک يا قوت څخه پټېدل.

مورډ په توجه او استدلال کې حيرانوونکي يو:

- ته نه پوهېږې، هغه وخت رخصتيانې وې.
- ته نه پوهېږې، مورډ کورنۍ ستونزه درلوده.
- ته نه پوهېږې، زه مريض وم.
- ته نه پوهېږې، ما بايد اضافي کار کړی وای.

ستا د ورځني کار لېست هغه څه دي چې خلک يې د خپل پټ ځواک څخه را اوباسي:

که چېرې داسې يو کار وي چې بل څوک يې هم په لږو پيسو کولای شي، تر دې چې هغه کار تاسو وغواړئ په خپله وکړئ نو بل چا ته پيسې ورکړئ ترڅو درته يې وکړي، بيا دغه وخت چې تا ته بچت شو په نويو مشتريانو پيدا کولو يې مصرف کړه!

دا ډېر ساده کار دی چې تاسې د خپل ورځني کاري لېست څخه هغه کارونه بل چا سره بدل کړئ ترڅو د هغې په ځای د لوړ عايد کړنې تر سره کولای شئ نو تاسې خپلو موخو ته رسېدلی شئ.

پرېرډه يې!

موږ خپل ځان ته په ماته ورکولو کې ډېر تکړه يو، موږ په زړو او پخوانيو زخمونو پورې نښتلو/نښتو کې ډېر تکړه يو، موږ په بند فکري-کې ډېر تکړه يو او موږ د ځان په اړه د نورو د نظرياتو يا آندونو په پروا ساتلو کې ډېر تکړه يو.

په دې پوه شئ چې دا ستاسو لپاره ډېر اړين وو ترڅو هغلته واوسئ چېرې چې اوس مهال ياست.

هغه څه شي دي چې تاسو يې پرېښودو ته اړتيا لرئ؟

- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●
- _____ ●

دغه شيان په ورځنۍ توگه بايد پرېښودل شي لکه شک او ډار. څه به وشي، که تاسې درد د ستاينې سره بدل کړئ، که تاسې دغه درد د جذبې سره بدل کړئ او که چېرې تاسې دغه درد د مننې سره بدل کړئ؟

عملي گامونه:

۷- ستنه يا پايه: ليدلوری:

ستاسو ليد لوری څه شی دی؟

تاسو د خپل ژوند لپاره څه ليد لوری لری؟

تاسو د خپل کاروبار لپاره څه ليد لوری لری؟

خپل تصور په کار واچوی تر څو خپل ليد لوری تر هغه چې ممکن وي

واضح کړئ.

هغه څه چې ليد لوري نه دي...

- زه غواړم چې بريالی واوسم.
- زه يو لوی ټيم يا ډله غواړم.
- زه غواړم چې ډېری خلک زما توليد وکاروي.

دا ليد لوری نه دی!

که تاسې غواړئ چې د خپل ليد لوري سره بريالی شئ، هغه وليکئ.

کله چې تاسې خپل ليد لوری وليکئ نو هر څه را ښکاره کېږي يانې هر څه له مغزو کاغذ ته راځي او اوس تاسې کولای شئ چې خپل ليد لوري ته پلان او ستراتيژي جوړه کړئ.

دا نور ستاسو په ماغزو کې قيد نه دی اوس تاسې خپل ليد لوری د خپلو وړستيو مقاصدو سره برابرولی شئ.

د لوړې کچې د بریا راز:

- خلک ستاسو توليد سره نه يوځای کېږي.
- خلک ستاسو شرکت سره نه يو ځای کېږي.
- خلک له تاسو سره نه يو ځای کېږي.

خلک ستاسو لید لوري سره یو ځای کېږي، ستاسو د لید لوري د بیانولو وړتیا ستاسو د بریا یو مهم راز دی.

ستاسو لید لوری ستاسو د ژوند لپاره، ستاسو د کاروبار لپاره، ستاسو د ونډې لپاره، ستاسو د مهارت لپاره، ستاسو د ټیم یا ډلې لپاره، ستاسو د پرمختګ لپاره او ستاسو د شرکت یا ارګان د مشتریانو د شمېر د زیاتوالي لپاره څه لید لوری لري؟

کله چې تاسو په خپل لید لوري پوه شئ نو استخدام اسانېږي ځکه اوس هغه څه چې تاسې یې د کولو لپاره لری ددې په اړه هغوی ته مالومات ور کول دي.

هې! اجازه راکړه چې درته ووايم ترڅو موږ چېرې روان یو او پلان څه شی دی؟

کله چې تاسو لیدلوری لری نو دا ډېره آسانه شي ترڅو تاسې د لوبې لپاره پلان او ستراتیژي جوړ او برابره کړئ.

اکثره خلک څه کوي...

اکثره خلک د خپلې کمپنۍ لیدلوری تکراروي یا د خپل آپ لاین ډېر لږ خلک دي چې خپل لیدلوری خپله جوړوي، دا په اوږدمهال کې ستاسو لپاره ډېر مهم دی چې په راتلونکي کې د خپل شرکت لپاره لیدلوری ولری.

ستاسو غوره لاره څه شی ده؟ (خپل لیدلوری ولیکئ)

تاسې به هلته څنگه یو ځای رسېږئ؟ (خپل لیدلوری ولیکئ)

۸- ستنه یا پایه: د لوبې پلان:

ولې زه له تاسو سره کاروبار کوم؟

که څوک ددې پوښتنې ځواب در څخه وپوښتي نو ددې ځواب دا دی
 “اجازه راکړه چې خپل لیدلوری درته ووايم” ځواب ستاسو په خدماتو،
 پرمختگ او ونډه کې پروت دی.

خلک لیدلوری تعقیبوي، دوی په هغه چا پسې ځي چې د وړاندیز لپاره
 یو څه ولري، لیدلوری کار ته اړتیا لري، دا په آسانی سره نه راځي.
 دا سمه ده خو تاسې یوازې ددې په لور کار پیل کړئ او چې څومره
 مخته ځئ دا به درته روښانه کېږي.

عملي گامونه:

ستاسو د لوبې پلان:

تاسو د لوبې پلان تاسو ته مشخص دی، په ساده ډول هغه څه باید تاسو وکړئ چې دغه کال ستاسو د ژوند یو غوره کال شي.

د لوبې پلان ډېر کوچنی او ښکاره دی...

- ستاسو د استخدام د لوبې پلان څه شی دی؟
- ستاسو د رهبرۍ د درجې یا لیدرشیپ رنک د لوبې پلان څه شی دی؟
- ستاسو د Duplication د لوبې پلان څه شی دی؟
- ستاسو د غونډو Events د لوبې پلان څه شی دی؟
- ستاسو د ترینینګ د لوبې پلان څه شی دی؟

د یو څه وخت لپاره ځان داسې منظم کړئ ترڅو هغه څه وکړئ چې د لوبې د پلان او لیدلوري د سر ته رسولو لپاره اړین دي.

آیا وخت یوه موضوع ده؟

وخت د یوې موضوع غوندې ښکاري بنسټ اېښودونکي یا Entrepreneurs جوړونکي او تخلیقونکي وي، دوی نه پرېږدي چې له وخت څخه موضوع جوړه شي.

آیا وروسته له وخته کارکوونکی یې؟

وروسته له وخت یا Part time کار کول کېدای شي غافلگیر ښکاره شي خو ته د ۱۵ دقیقو په وخت کې هم کولای شې خپل کاروبار جوړ کړې، ته کولای شې ۱۵ دقیقې وخت واخلې او خو زنگونه ووېښې، ته کولای شې ۱۵ دقیقې وخت واخلې او خپل تولید له نورو سره شریک کړې او ته کولای شې ۱۵ دقیقې وخت واخلې او دغه تلیفونونه او ملاقاتونه تعقیب کړې.

که تاسې یوازې لس ساعته په اوونۍ کې کار کوئ نو دا په اوونۍ کې د خلوېښت دقیقو ۱۵ بلاکه یا حصې کېږي.

- تاسو دا پرېکړه کولای شې چې د خپل لیدلوري د شریکولو لپاره به د غرمې ډوډۍ یوازې نه خورئ.
- تاسو کولای شې هغه وخت هم خپل کارونه تعقیب کړئ چې په موټر کې یاست.
- تاسې کولای شې چې راديو بنده کړئ، تېرېښنگ ته غور شئ،

خپل ذهن تغذيه كړئ او خپل ځان ته چلېنچ وركړئ ترڅو لوى فكر وكړئ.

آيا تاسې په اوونۍ كې يوه ورځ لرئ؟

- څه كه تاسې درې ساعته وخت وباسئ او شپږ ملاقاتونه په را روانه اوونۍ كې كېږدئ؟
- څه كه تاسې وړپسې اوونۍ كې هغه بيا تعقيب كړئ؟
- څه كه تاسې پرېكړه وكړئ چې ۱۴ ځله به د اوونۍ يوه ورځ د ۳۰ دقيقو لپاره يو پريزنټېشن وركوئ؟

آيا تاسې داسې كولاى شئ؟

كه چېرې هو! مو ځواب وي نو دا په يوه ورځ كې ۲۸ مشريان پيدا يا جوړ كړئ.

په خپله وېره باندي برید وكړئ:

كه تاسو له څه شي څخه وېرېږئ نو په هغې برید وكړئ، كه تاسو له وړاندي كولو وېرېږئ نو ۱۰۰ ځله پريزنټېشن وركړئ او كه تاسو خلكو ته له زنگ وهلو څخه وېرېږئ نو ۵۰۰ زنگونه ووهئ.

كه چېرې تاسې د كاروبار له هرې برخې څخه وېرېږئ نو په هغې برید وكړئ او هغه مه پرېږدئ چې په تاسې زوروره شي.

دا لا اوس هم کار کوي:

که چېرې ته هغه کوي چې مينه ورسره لرې نو ته به د ژوند يوه ورځ هم کار ونه کړې، ايا سمه ده؟
دا تر يو بريده سمه ده.

تمرین سخت دی، دا کار کوي خو دا هغه څه دي چې تاسې څنگه په يو څه کې غوره کېدای شئ.

يو مسلکي لوبغاړی بايد تمرین وکړي او تمرین درد لرونکی دی خو آخري پایله يې مثبتې ده چې ستاسو درد دوا کوي.

۹- ستنه يا پايه: د جدي کار پرېکړه!

سخته خواري وکړئ:

دا پرېکړه وکړئ ترڅو تاسې به هغه څه کوي چې لوی رهبران Top leaders يې کوي بلکې تر هغې هم ډېر، که تاسې غواړئ متشبهت Entrepreneur شئ نو له دغې پروسې سره مينه وکړئ.

وده او ونډه:

مايکل جورډن تر هغه ډېر څه وکړل چې دده کوچ ترې توقع درلوده، هغه پرېکړه کړې وه او يو جلا درجې ته يې رسېدل غوښتل.
ځواب ستاسو په ځان کې دننه دی، تاسو يې له وړاندې په ځواب پوهېږئ بس يوازې هغه څه وکړئ چې پرې پوهېږئ.

يو مسئول ملگري پيدا كړئ څوك چې تاسې د هغه څه كولو لپاره، چې تاسې يې كولو ته اړتيا لرئ مسئول وبولي، دوى له ځان سره ولرئ چې تاسې د خپلې لوبې د پلان لپاره مسئول وبولي او تاسې په خپل ليدلوري پورې تړلي وساتي، يو څوك پيدا كړئ چې تاسې پرېنږدي ترڅو په لږه باندې بسنه وكړئ.

په نيټورک مارکېټينگ کې نېک بختي په تعقيبولو يا Follow Up کې ده:

نيټورک مارکېټران اکثره تېروتنه کوي او داسې فکر کوي چې دوى به مشتري په لومړي ملاقات کې د ځان سره په تجارت راگډ کړي خو په لسو کې نهه مشتريان به هېڅ وخت په لومړي ملاقات کې له تاسو سره په نيټورک مارکېټينگ تجارت کې ملگري نه شي.

دا وخت ته اړتيا لري تر څو تاسې خپل مشتري ته مالومات ورکړئ، دوى ته د فرصت په اړه ښوونه وکړئ او ددې لپاره د مشتري تعقيبول خورا اړين دي.

تاسو د مشتريانو يو اوږد لېست درلودلى شئ او دوى يو ښه پريزنټېشن يا مالوماتي سيمينار ورکولى شي خو که چېرې د مشتري سره دغه موضوع تعقيب نه کړئ نو تاسې به يو مشتري هم داسې پيدا نه کړئ چې ستاسو په فرصت کې له تاسو سره ملگري شي.

تاسو بايد خپلو اړيکو او ملاقاتونو ته ادامه ورکړئ، له دې وروسته تاسو په دې توانېږئ چې د خپل مشتري سره مرسته وکړئ ترڅو دوی خپله پرېکړه وکړي.

نو د تعقيب لپاره درته يو څو سپارښتنې وړاندې کوم.

هغه څه وکړئ چې تاسو يې د کولو ويلي ول:

که په تليفون وي يا مخامخ خو د لومړي ملاقات په پای کې تاسې بايد د خپل مشتري سره يو ځانگړی وخت د بيا ځلې ملاقات لپاره وټاکئ نو که چېرې تاسې ورته په يو ځانگړي وخت د زنگ وهلو په اړه وایاست نو بايد په وخت ورته زنگ ووهی که مو ورته وويل چې په يو ټاکلي ځای کې به ورسره گورئ نو هلته لار شئ او ور سره وگورئ، که چېرې مو ورته وويل چې تاسې به د يو بل رهبر سره ورته د ملاقات کولو زمينه برابروئ نو بايد ځان ډاډه کړئ چې دغه کار تاسې تر سره کړی دی.

يوازې مسلکي چلند دا دی چې تاسې کله وایاست ترڅو يو څه به کوئ نو بيا يې تر سره کړئ، ستاسو مشتريان به ستاسو لا ډېر احترام کوي که مو داسې وکړل.

په ملاقات پسې ملاقات ترتيب کړئ:

تعقيبول په حقيقت کې د يو بل ملاقات څخه هدف دی او ملاقات هغه څه دي چې د مشتري سره مرسته کوي ترڅو غوره او سمه پرېکړه وکړي.

خومره چې تاسې ډېر ملاقاتونه کوئ همدومره تاسو د مشتري سره مرسته کوئ ترڅو دوی خپلې پرېکړې ته ورسېږي نو کله چې تاسې مشتري تعقيبوي دا ډېره اړينه ده ترڅو د راتلونکي ملاقات لپاره زمينه برابره کړئ.

زما کاروبار وروسته له هغې څخه خورا ښه شو چې کله مې خپل ذهني ددې په ځای چې په لومړي ملاقات کې د مشتري د خپلولو فکر وکړم، د دوی سره مې د بيا، بيا ملاقات کولو لاره خپله کړم ترڅو مشتري پرېکړې ته ورسېږي.

په ياد ولرئ! ستاسو دنده مشتري ته ښوونه ده او د هغه سره مرسته کول دي ترڅو پرېکړې ته ورسېږي ډېری وخت دا ډېرو ملاقاتونو ته اړتيا لري نو تاسې بايد تل هڅه وکړئ چې د بل ملاقات لپاره بهانه پيدا کړئ کله نو تاسې شايد هېڅکله مشتري پيدا نه کړئ او داسې هم ستاسو او هم ستاسو د مشتري د لاس څخه يو ښه فرصت ووځي.

دا به څو ملاقاتونو ته اړتيا ولري:

بيا هم دا به څو ملاقاتونو ته اړتيا ولري ترڅو يو مشتري خپلې پرېکړې ته ورسېږي.

په حقيقت کې په اوسط ډول دا له ۴ تر ۶ ملاقاتونو ته اړتيا لري چې يو مشتري له تاسو سره ونډه واخلي نو تعقيبول داسې يو څه نه دي چې تاسې به يې د هر مشتري سره يوازې يو ځل تر سره کوئ.

کله چې تاسې د خپل مشتري سره د يو فرصت په اړه څو ځلې ملاقات کوئ نو تاسې بايد ددې کار لپاره صبر او حوصله ولرئ، هر څوک متفاوت وي او د دوی پرېکړې هم په متفاوتو وختونو کې امکان لري.

تاسو په دې باندې مه بې انگېزې کېږئ چې ستاسو يو مشتري د بل په پرتله ډېر وخت نيسي ترڅو په فرصت باندې سم پوه شي.

يوازې په يو ملاقات پسې بل ملاقات وکړئ، له دوی سره د خپل توليد او فرصت په اړه خبرې وکړئ او ددې په اړه ورسره وغږېږئ چې تاسې ولې دغه فرصت خپل کړ؟

د هغو خلکو په اړه ورته وواياست چې ددغه فرصت له کبله يې ژوند مثبت بدلون کړی دی.

د اداينې د پلان، شرکت، توليد او هر بل شي په اړه د دوی د پوښتنو ځوابونه وواياست، د دوی نيوکو او مشورو ته غوږ ونيسئ خو تر ټولو اړينه دا چې له دوی سره اړيکې کلکې کړئ.

د خپل مشتري سره داسې رويه مه کوئ چې دوی دې لکه يو څوک راشي او بس په تجارت دې درگډ شي بلکې د دوی سره د يو ملگري په توگه رويه وکړئ.

له دوی څخه د دوی د کورنۍ او ژوند په اړه وپوښتئ، هڅه وکړئ دوی وپېژنئ په هر ملاقات کې یوازې باید د فرصت په اړه هم خبرې ونه شي، دوی ډوډۍ ته را وبولئ یا یو پارک ته یې د قدم وهلو لپاره را وغواړئ، د دوی ملگری واوسئ او دوی به ستاسو احترام وکړي او وبه غواړي چې ستاسو د فرصت په اړه واورې.

د ملاقاتونو په منځ کې وخت په پام کې وساتئ:

کله چې دا وخت ته اړتیا لري ترڅو ستاسو مشتري خپلې پرېکړې ته ورسېږي نو د دوو ملاقاتونو تر منځ ډېر وخت تېرېدل به دا په حقیقت کې د ښه په ځای خراب کړي.

ژوند د ذهن د بدلون لپاره ډېرې لارې لري، که چېرې د ملاقاتونو تر منځ میاشتې تېرې شي نو دا امکان لري چې د مشتري څخه ستاسو فرصت بېخي هېر شي یا یې هېڅ په اړه نور فکر ونه کړي او دوی شاید هغه ډېرې خبرې چې تاسې ددې فرصت په اړه ورته کړې وې له یاده وتلې وي، پایله بیا دا شي چې په ورته حالت کې هر ملاقات داسې شي لکه لومړۍ ملاقات نو هڅه وکړئ چې ملاقاتونه په نږدې وختونو کې سره ترتیب کړئ.

لکه ملاقات وکړئ، زنگ ووهئ او د فرصت په اړه معلوماتي ویډیو ورته په اوونۍ، دوو کې ولېږئ.

له هر هغه څه څخه چې ستاسې شرکت يې د مرستې لپاره لري کار
واخلي خو دا هر څه ژر، ژر وکړئ، دا به ستاسو فرصت ستاسو د
مشترې په ذهن کې پاتې وساتي او دوی به ددغه فرصت په اړه د فکر
کولو يو ريښتيني چانس ولري.

پای