

تجارت قرن بیست و یکم

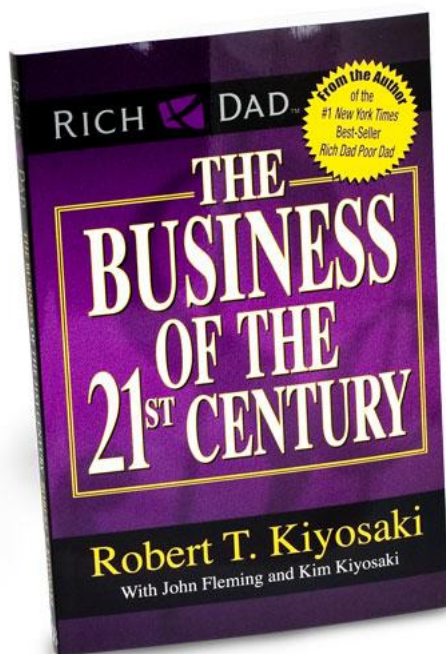
رابرت تی کیوساکی

با همکاری جان فلمینگ و کیم کیوساکی

www.hektips.com

اهداء

کتاب " تجارت قرن بیست و یکم" را به میلیونها نفر که در چهارراه زندگی با بحران اقتصادی کنونی دست و پنجه نرم می کنند و با احساس ناامیدی به تامین اقتصادی آینده خود می نگرند، هدیه می کنم. اما بدانید که برخلاف آنچه که به نظر می رسد، بهترین زمان کنترل آینده شما همین دوران است. عمری را صرف آموزش مردم کردم تا از نظر اقتصادی بی نیاز شوند. می دانم که این کتاب مانند سایر کتابهایم از سری کتابهای "پدر پولدار" بینش لازم برای تولید و حفظ سرمایه می دهد. وقتی که اساس طرزکار پول و فرصتهای تجاری قرن بیست و یکم را بدانید، قادر به ساختن زندگی مورد علاقه تان خواهید شد.



فهرست

تشکر

مقدمه

قسمت اول: اختیار آینده تان را داشته باشید

یک- قوانین تغییر کرده اند

دوم- روزنه امید

سوم- کجا زندگی می کنید؟

چهارم- ارزشهای اصلی مالی شما

پنجم- طرز فکر یک کارآفرین

ششم- وقت آن رسیده که کنترل امور را بدست بگیرید!

قسمت دوم: یک تجارت و هشت دارایی برای ایجاد سرمایه

هفت- سالهای تجارت من

هشت- درآمد اصل نیست: داراییهایی که درآمد ایجاد می کنند اصل هستند

نه- دارایی اول: تحصیلات تجاری برای جهان واقعی

ده- دارایی دوم: راه پرسود توسعه نفس

یازده- دارایی سوم: جمعی از دوستانی که آمال و ارزشهای مشترک با شما دارند

دوازده- دارایی چهارم: قدرت شبکه شما

سیزده- دارایی پنجم: تجارتی که کاملاً توانایی چندبرابر شدن و رشد داشته باشد

چهارده- دارایی ششم: مهارتهای بی نظیر رهبری

پانزده- دارایی هفتم: نظامی برای تولید ثروت واقعی

شانزده: دارایی هشتم: آرزوهای بزرگ و توانایی رسیدن به آنها
هفده: تجارتی که خانمها در آن پیشرفت می کنند

قسمت سوم: آینده شما از همین لحظه آغاز می شود

هجدهم: عاقلانه انتخاب کنید

نوزده- چه چیزهایی لازم هستند

بیست- از زندگی استفاده کنید

بیست و یک - تجارت قرن بیست و یکم

درباره نویسنده

منابع " پدرپولدار"

از همسر "کیم" برای محبت و حمایت همیشگی او تشکر و از خانواده " پدر پولدار" که به من کمک کردند تا پیام آموزش اقتصاد را به میلیونها نفر در سراسر جهان برسانم سپاسگزارم.

همچنین از "جان فلمینگ" که دانش فوق العاده اش در زمینه بازاریابی شبکه ای را در اختیار ما قرار داده تشکر می کنم. از استوارت جانسون، رید بیلبری و کارکنان شرکت " ویدیوپلاس" به خاطر کمکهایی که جهت انتشار این کتاب داشتند قدردانی می کنم.

نهایتاً از "جان دیوید مان" و "جی ام امرت" به خاطر خلاقیت و علاقه به این پروژه تشکر می کنم.

اقتصاد به هم ریخته، شغل شما با مشکل روبرو شده، شاید هم بیکار شده اید. سالها پیش به این بحران اشاره کردم. اما باید چنین بحرانی رخ می داد تا به گوش همه برسد. این کتاب درباره علل و چگونگی خراب شدن اوضاع اقتصادی نیست. بلکه روش های تبدیل خبرهای بد به خبرهای خیلی خوب را یاد می دهد.

تجارت را از دو نفر یاد گرفتم. یکی پدرم که فردی تحصیلکرده و کارمند عالی رتبه بود و دیگری دوست او که تا کلاس هشتم سواد داشت و میلیونری خودساخته بود. پدرم مشکلات مالی بسیار در طول عمرش داشت و وقتی که فوت کرد مال اندکی از خود جای گذاشت. اما بهترین دوست پدرم یکی از ثروتمندترین افراد هاوایی شد.

این دو در زندگی من "پدر فقیر" و "پدر پولدار" بودند. به پدرم علاقه فراوان داشته و او را بسیار تحسین می کنم و با خود عهد بستم تا در توانم به تمامی افرادی که شکستهای مالی و دشواریهای زندگی او را داشتند کمک کنم.

پس از این که روی پای خود ایستادم تجربه های زیادی کسب کردم. در ویتنام خلبان چرخ بال تفندگذاران دریایی آمریکا بودم. در شرکت زیراکس به عنوان پایین ترین فر وشنده آغاز به کار کردم و پس از چهار سال در حالی که بهترین فروشنده آنها بودم زیراکس را ترک کردم. از آن به بعد چندین شرکت چند میلیون دلاری تجارت بین الملل را توسعه دادم و در سن 47 سالگی بازنشسته شدم تا کار مورد علاقه ام را آغاز کنم. این کار تدریس نحوه تولید ثروت و رسیدن به آرزوهای افرادی بود که قصد متوسط بودن و کناره گیری عبوسانه نداشتند.

در 1997 با چاپ یک کتاب تجربه هایم را منتشر کردم. حتما عده ای را تحت تاثیر قرار داده ام زیرا که کتاب " پدر پولدار، پدر فقیر" در فهرست پرفروشترین کتابهای نیویورک تایمز شد و بیش از چهار سال در این فهرست بود. این کتاب پرفروشترین کتاب تجارت در تاریخ شناخته شده است.

از آن به بعد یک سری کتاب به نام " پدر پولدار" به رشته تحریر در آوردم. با این که این کتابها موضوعات جداگانه دارند اما همه پیام کتاب اول را می رسانند. این پیام در همین کتاب هم دیده می شود:

مسئولیت مسائل مالی خود را به عهده بگیرید وگرنه باید تا آخر عمر به دستور گرفتن از دیگران عادت کنید. انتخاب با شما است. یا ارباب پول شوید و یا بنده آن.

باید بگویم که بسیار خوشبخت بودم که تجربه ها و مریبان من راه بدست آوردن ثروت واقعی را به من آموختند و در نتیجه برای همیشه از کار کردن بازنشست شدم. قبل برای ساختن آینده خانواده ام تلاش می کردم. بعد از بازنشستگی برای ساختن آینده شماها کار کرده ام.

ظرف ده سال گذشته زندگی ام را وقف یافتن موثرترین و عملی ترین راه برای آموزش نحوه تولید ثروت واقعی به دیگران کرده ام. از طریق کتابهای " پدر پولدار" با همکارانم انواع شرکتها و سرمایه گزاریه را منتشر کردیم. اما پس از تحقیقات گسترده به این نتیجه رسیدم که تنها یک تجارت است که بیشترین احتمال موفقیت برای در اختیار گرفتن امور مالی آینده و سرنوشت افراد را دارد.

یک مسئله دیگر این است که وقتی درباره ثروت واقعی صحبت می کنم منظورم تنها پول نیست. پول قسمتی از آن است. بدست آوردن ثروت واقعی به یک اندازه به نوع کالا و سازنده آن مربوط است.

در این کتاب دلیل نیاز به ایجاد تجارت شخصی و نوع آن را توضیح می دهم. اما این تنها به منزله تغییر تجارت شما نیست بلکه خود شما هم باید تغییر کنید. به شما راه پیدا کردن تجارت مناسب شما را نشان می دهم اما برای رشد تجارت شما خود شما هم باید رشد کنید.

به تجارت قرن بیست و یکم خوش آمدید.

قسمت اول

اختیار آینده خود را بدست بگیرید

دلیل نیاز به داشتن تجارت شخصی

Mega Holdings

فصل اول

قوانین تغییر کرده اند

در شرایط دشواری زندگی می کنیم. چند سال گذشته عناوین خبری، اتاقهای کنفرانس مدیران و منازل سراسر آمریکا پر از ترس و نگرانی مداوم بودند. جهانی سازی، استفاده از منابع خارج سازمانی، کوچتر کردن شرکتها، حراج خانه هایی که به بانکها بدهی دارند، وامهای مسکن به افراد فاقد شرایط، مشکلات اعتباری، شیادی، سقوط وال استریت، رکود اقتصادی و ... یکی بعد از دیگری به خبرهای بد اقتصادی اضافه می کنند.

ظرف چند ماه اول سال 2009 تعداد افرادی که توسط شرکتهای آمریکایی از کار بیکار شده اند به 250 هزار نفر در ماه رسید. اواخر سال 2009 که مشغول نوشتن این کتاب هستم، بیکاری در آمریکا به ده و دو دهم درصد رسیده و هنوز هم رو به افزایش است. کم اشتغالی (بیکار نیستید اما ساعات کاری و حقوق شما به شدت کاهش دارد) از این هم بیشتر است. کاهش گسترده در اشتغالی مانند یک بیماری همه گیر شده که عده معدودی از آن مصون هستند. از روسا و مدیران متوسط تا کارمندان و کارگران، از بانکداران تا فروشندگان همه در معرض خطر هستند. حتی در حرفه بهداشت و درمان هم که تا همین اواخر منطقه امن کاری محسوب می شد کاهش تعداد کارکنان بصورت عمده دیده می شود.

در یکی از نظرسنجیهای که در روزنامه "یواس ای تودی" در سال 2009 انجام شده 60 درصد آمریکاییهای شرکت کننده بر این عقیده اند که شرایط اقتصادی کنونی بزرگترین بحران زندگی آنها به شمار می رود.

در پاییز سال 2008 بسیاری از اوراق بهادار بازنشستگان نیمی یا حتی بیشتر از ارزش خود را از دست داد. معاملات املاک به زمین نشست. آنچه که به نظر مردم دارای محکم و قابل اعتماد بود به استحکام بخار آب شد. امنیت شغلی از بین رفته و به گذشته سپرده شد. در یکی از نظرسنجیهای که در روزنامه "یواس ای تودی" در سال 2009 انجام شده 60 درصد آمریکاییهای شرکت کننده بر این عقیده اند که شرایط اقتصادی کنونی بزرگترین بحران زندگی آنها به شمار می رود.

البته شما همه این مسائل را می دانید. اما شاید ندانید که اینها مطالب جدیدی نیستند. شاید هم تنها یک بحران اقتصادی بزرگ می توانست بسیاری را از خطری که زندگی آنها را تهدید می کرد، آگاه کند. درآمد شما ظرف یک شب در معرض خطر قرار نگرفته بلکه همیشه در معرض خطر است.

اکثر مردم آمریکا سالها روی لبه تیز پرتگاه بین قابلیت پرداخت بدهی یا ورشکستگی قرار گرفته اند و هر ماه منتظر حقوق خود برای پرداخت هزینه هستند. آنها بویژه پس انداز بسیار اندک یا صفر دارند.

حقوق ماهانه یعنی " داد و ستد وقت در برابر پول" که در زمان رکود اقتصادی کم اعتبار ترین منبع درآمد به شمار می رود. دلیل آن کاهش اشتغالزایی در شرایط رکود اقتصادی است که منجر به کاهش حقوق قابل پرداخت برای وقت شما می شود.

دیدي گفتم این طوری می شود

با این که نمی خواهم بگویم دیدی گفتم اما... دیدی گفتم.

سالها است که گفته ام چیزی به نام شغل ثابت و امن وجود ندارد. بخش خصوصی دایناسور قرن بیستم است که در آستانه انقراض قرار گرفته و تنها راه برای امنیت واقعی آینده، گرفتن اختیار آینده در دستهای خود شما است.

در کتاب " مدرسه تجارت برای افرادی که می خواهند به مردم کمک کنند" در سال 2001 نوشتم:

" به نظر من آمریکا و بسیاری از کشورهای غربی باید منتظر یک بحران شدید اقتصادی باشند که نتیجه نداشتن نظام آموزش واقعی برای آموزش مسائل اقتصادی به دانش آموزان است."

همان سال در مصاحبه ای که با "نایتینگیل کونانت" داشتم گفتم:

" اگر فکر می کنید که صندوقهای سرمایه گذاری مشترک کار شما را انجام می دهند و اگر می خواهید زندگی خود را بر فراز و نشیب بازار سهام بنا کنید، در واقع با بازنشستگی خود بازی می کنید. اگر بازار سهام یکباره بالا برود و بعد مانند 85 سال قبل ناگهان سقوط کند چه می کنید؟ اختیار از شما نیست. منظورم این نیست که صندوقهای سرمایه گذاری مشترک خوب نیستند. اما به نظر من این شرکتها امنیت نداشته و هوشمندانه عمل نمی کنند. به همین دلیل است که آینده اقتصادی خود را بدست آنها نمی دهم.

هرگز در تاریخ جهان دیده نشده که این همه مردم بازنشستگی خود را در دست بازار سهام بگذارند. این دیوانگی است. آیا فکر می کنید که سازمان تامین اجتماعی از شما نگهداری خواهد کرد؟ اگر در چنین فکری هستید پس باید به خرگوش عید پاک اعتقاد داشته باشید."

در مصاحبه ای که در مارس 2005 داشتم گفتم:

"بزرگترین قدرت اوراق بهادار قابلیت تبدیل به پول است. اما این بزرگترین ضعف آن هم می باشد. همه ما می دانیم که بحران شدید بازار سهام در پیش است و زندگی بسیاری از بین می رود. چرا اینگونه عمل می کنیم؟"

خوب چه شد؟ بحران شدید دیگری رخ داد و بسیاری سرمایه خود را از دست دادند. چرا؟ عادات و طرز فکر نابجا ما را گرفتار کرد.

در سال 1971 اقتصاد آمریکا بدون نایب کنگره، از استاندارد طلایی خود خارج شد. علت چاپ اسکناس بدون پشتوانه بود.

روی برگرداندن از واقعیت درها را به روی بزرگترین رشد اقتصادی در تاریخ باز کرد. ظرف سی و پنج سال بعد از آن طبقه متوسط آمریکا رشد انفجاری داشت. با سقوط ارزش دلار ارزش ملک و سایر داراییها تورم داشت و مردم عادی میلیونر شدند. ناگهان همه و در همه جا اعتبار مالی داشتند و کارتهای اعتباری مانند مور و ملخ سبز شدند. برای پرداخت وامهای اعتباری مردم آمریکا از خانه های خود استفاده کردند و تا می توانستند وام پشت وام گرفتند.

آخر ارزش ملک همیشه بالا می رود مگر نه؟

خیر. تا سال 2007 تا جایی که امکان داشت در بادکنک ارزش ملک هوای گرم وارد کردیم که سقوط به زمین دوباره رخ داد. تنها شرکت "لیمن برادرز" و "برن استرنز" سقوط نکردند بلکه میلیونها نفر حقوق بازنشستگی، شغلایشان و پس انداز 401(مترجم: نوعی پس انداز برای بازنشستگی که مالیات آن را پرداخت نمی کنند) را از دست دادند.

"تعداد افرادی که زیر خط فقر زندگی می کنند به شدت روبه افزایش است. تعداد افرادی که بعد از سن 65 سالگی کار می کنند بیشتر می شود."

در دهه پنجاه میلادی وقتی که شرکت جنرال موتور قویترین شرکت آمریکا بود رسانه ها جمله ای را از رئیس این شرکت برداشته و آن را به شعاری تبدیل کردند که دهها سال بر سر زبانها بود: "اگر جنرال موتور برود کشور هم می رود." اما این مطلب ممکن است خیلی هم خبر خوبی نباشد. سال 2009 وقتی که جنرال موتور اعلام ورشکستگی کرد ایالت کالیفرنیا هم هزینه هایش را با سفته پرداخت می کرد.

هم اکنون درصد آمریکاییهایی که صاحب خانه هستند روبه کاهش است. حراج خانه هایی که وام مسکن بدهکار هستند بالاترین رکورد تاریخ را دارند. تعداد خانواده های طبقه متوسط روبه کاهش است. حسابهای پس انداز کمتر شده یا از بین رفته و قرض خانواده ها روبه افزایش است. تعداد افرادی که زیر خط فقر زندگی می کنند روبه افزایش است. تعداد افرادی که بعد از سن 65 سالگی کار می کنند بیشتر می شود. تعداد موارد اعلام ورشکستگی به آسمان رفته و بسیاری از مردم آمریکا از سرمایه ای که بتواند آنها را بازنشسته کند خیلی فاصله گرفته اند.

آیا این همه خبر منفی توجه شما را جلب کرد؟ حتما جلب می کند و شما هم تنها نیستید. آمریکاییها در هر جا که هستند بالاخره متوجه شدند و وام روی وام گرفتن را کنار گذاشتند. عالی است! حال از خواب بیدار شده و می دانید که چه خبر است. اوضاع خوب نیست. بیایید عمیق تر فکر کنیم و راه حل پیدا کنیم.

قرن جدید فرا رسیده است

وقتی که بچه بودم پدر و مادرم فرمول موفقیت را به من آموختند که شما هم احتمالا می دانید: مدرسه برو، سخت درس بخوان و نمرات خوب بگیر تا بتوانی شغلی مطمئن با حقوق و مزایای بالا داشته باشی تا این شغل نگهدار زندگی تو باشد.

اما این طرز تفکر انقلاب صنعتی است و ما در این عرصه زندگی نمی کنیم. شغل شما نمی تواند از شما نگهداری کند. دولت نمی تواند نگهدار شما باشد. هیچ کس نمی تواند از شما نگهداری کند. وارد قرنی جدید شده ایم و قوانین تغییر کرده اند.

پدر و مادرم به امنیت شغلی، حقوق بازنشستگی شرکتها، تامین اجتماعی و بیمه سالمندان اعتقاد داشتند. اما همه این ها منسوخ و ایده هایی غیرمتداول و مربوط به سالهای گذشته به شمار می روند. امنیت شغلی امروزه یک شوخی است و تمام عمر برای یک شرکت کار کردن (بهترین نمونه آن در گذشته شرکت آی بی ام بود) مانند ماشین تایپ دستی منسوخ شده است.

بسیاری فکر می کردند که در آمد بازنشستگی (k)401 در معرض خطر نخواهد بود. آخرپشتوانه آن سهام شرکتهای بزرگ و صندوقهای سرمایه گذاری مشترک بود پس مثلا چه مشکلی می توانست اتفاق بیافتد! اما دیدیم که همه چیز با مشکل مواجه شد. اینها گاوهای مقدسی بودند که دیگر نمی توانند شیر بدهند و همه از رده خارج شده اند. حقوق بازنشستگی، امنیت شغلی و امنیت بازنشستگی همه طرز فکر دوران انقلاب صنعتی هستند. عصر فعلی اطلاعات است و باید طرز فکر عصر اطلاعات را داشته باشیم.

خوشبختانه بسیاری گوش کردن و یادگیری را آغاز کرده اند. جای تاسف است که باید این همه رنج و سختی ایجاد شود تا مردم درس بگیرند اما حداقل آغاز تاثیر این درسها دیده می شوند. هر بار که بحرانی

بزرگ مانند ترکیدن حساب شرکتهای دات کام، بحران اقتصادی بعد از 11 سپتامبر، بحران مالی سال 2008 و رکود اقتصادی 2009 رخ می دهند عده بیشتری متوجه می شوند که امنیت شغلی گذشته دیگر وجود ندارد.

اسطوره شرکتهای خصوصی تمام شده است. اگر سالها را برای بالا رفتن از نردبان ترقی شرکتها صرف کرده اید می دانید که چه منظرهای همیشه جلو شما است. شما همیشه پشت کسی را می بیند که جلو شما ایستاده است. آینده شما همان است. اگر این را می خواهید پس احتمالا این کتاب بدرد شما نمی خورد. اما اگر از این که فرد دیگری همیشه جلوی شما است خسته شده اید پس به خواندن این کتاب ادامه دهید.

دوباره گول نخورید

در حالی که این کتاب را می نویسم بیکاری روبه افزایش است. وقتی که شما این کتاب را بخوانید خدا می داند چه خبر است. وضعیت ممکن است تغییر کرده باشد. اما گول نخورید. وقتی که اشتغالزایی و معاملات املاک بهتر شود و وامهای اعتباری آسانتر شوند که صد در صد می شوند، مراقب باشید تا حس امنیت کاذب که جهان را به آشفتگی کنونی کشاند، شما را گول نزند.

در تابستان 2008 بهای بنزین به بیش از چهار دلار به ازای هر گالن رسید. فروش خودروهای شاسی بلند به شدت کاهش داشت و ناگهان همه بدنبال خودروهای کوچک و هیبریدی افتادند. اما بعد چه شد. وقتی که در سال 2009 بهای بنزین کاهش داشت و به زیر دو دلار به ازای هر گالن رسید مردم دوباره خودروهای شاسی بلند خریداری کردند.

چه شد؟ آیا واقعا فکر می کنید که بهای بنزین پایین خواهد ماند؟ آیا بهای بنزین برای همیشه پایین می ماند و خریدن خودروهای بنزین خوار منطقی است؟ آیا می شود تا این حد کوتاه بین باشیم؟ (باید بگویم تا این حد احمق باشیم اما می خواهم مهربان باشم.)

متاسفانه پاسخ مثبت است. یک بار دیگر گول خوردیم و اجازه می دهیم که باز هم گول بخوریم. همه در کودکی قصه مورچه و ملخ را شنیده ایم اما اکثرا مانند ملخ زندگی می کنیم.

نگذارید عناوین خبری شما را گول بزنند. همیشه صداهای احمقانه تلاش می کنند تا توجه شما را از کار اصلی که ساختن زندگی خودتان است، منحرف کنند. تنها صدا است. ممکن است تروریسم، رکود اقتصادی یا رسوایی های انتخابات اخیر باشد اما این ها با ساختن زندگی تان رابطه ای ندارند.

در زمان بحران اقتصادی بزرگ آمریکا افرادی بودند که پولدار شدند. هنگام رشد سریع اقتصادی مانند رشد سریع ملک در دهه هشتاد، میلیونها نفر نسبت به کنترل آینده خود بی توجهی کردند. آنها که یا

ورشکسته شدند و یا به سختی به زندگی ادامه دادند به مسائلی که در این کتاب برای شما عنوان می کنم توجه نکردند. بیشتر این افراد همین حالا هم یا ورشکسته اند یا به سختی به زندگی ادامه می دهند.
اقتصاد مسئله اصلی نیست. شما اصل هستید.

آیا از این که فساد در جهان شرکتها وجود دارد عصبانی هستید؟ آیا از وال استریت و بانکهای بزرگ که باعث این بحران شدند عصبانی هستید؟ آیا از دولت به این دلیل که به اندازه کافی برای جلوگیری از این بحران تلاش نکرد عصبانی هستید؟ آیا برای این که زودتر اختیار زندگی تان را بدست نگرفته اید از دست خود عصبانی هستید؟

زندگی سخت است اما چه باید کرد سوال اصلی است. ناله کردن و غر زدن آینده شما را تامین نمی کند. سرزنش کردن وال استریت، بانکهای بزرگ، شرکتهای خصوصی و یا دولت کاری انجام نمی دهد.

اگر آینده ای ثابت و محکم می خواهید باید خود آن را بسازید. تنها زمانی می توانید اختیار آینده خود را بدست بگیرید که اختیار منبع درآمد در دست شما باشد. باید تجارت خود را بسازید.

روز سیزده جولای 2009 مجله تایم قسمتی در صفحه دو به عنوان " ده سوال برای رابرت کیوساکی" منتشر کرد. یکی از این سوالات از من این بود: " آیا با وجود بحران اقتصادی کنونی تاسیس شرکت به صلاح است؟"

اولین چیزی که به فکر رسید این بود: " شوخی می کنید؟" پاسخ من این بود:

" بهترین وقت همین حالا است. در شرایط بد، کارآفرینان واقعی رشد می کنند. کارآفرینان هرگز اهمیتی به خرابی بازار نمی دهند. آنها کالای بهتر و روند موثرتر بوجود می آورند. پس وقتی کسی می گوید: " در حال حاضر که فرصتی وجود ندارد." او بازنده است.

شما هم خبرهای بد اقتصادی را شنیده اید. آیا می خواهید خبرهای خوب را بشنوید؟ در واقع خبرهای بد خبرهای خوب هستند. همان پاسخی را که به مجله تایم دادم به شما می گویم. " زمان رکود اقتصادی بهترین زمان برای تاسیس شرکت خود است." وقتی که اقتصاد کند می شود کارآفرینی مانند شومینه ای که با هیزم کار می کند، در شب سرد زمستان از خود حرارت ایجاد می کنند.

سوال: وجه مشترک شرکتهای بزرگ مانند میکروسافت و دیزنی، به غیر از این که تجارتهای موفق میلیارد دلاری هستند و در همه خانه ها نفوذ کرده اند، چیست؟

جواب: هر دوی آنها در زمان رکود اقتصادی آغاز به کار کرده اند.

در واقع بیش از نیمی از شرکتهایی که سهام "دائوجونز" را تشکیل می دهند در زمان رکود اقتصادی تاسیس شده اند.

چرا؟ ساده است. وقتی که معلوم نیست اقتصاد به چه سمتی می رود افراد از خلاقیت خود استفاده می کنند. آنها از محدوده راحت خود خارج شده و برای این که به هدف برسند ابتکار عمل را بدست می

گیرند. این روش عالی است و بهترین صفت کارآفرینان آمریکایی در گذشته است. وقتی که اوضاع سخت می شود سخت کوشها به جلو می روند.

اول این که بازار در شرایط دشوار اقتصادی برای فرصتهای تازه جا باز می کند. پنج سال قبل وقتی که ارزش خانه ها به شدت افزایش داشت و همه اعتبار خوب داشتند هیچ کس گرسنه نبود. شکمهای مردم سیر و احساس امنیت می کردند و عده کمی به فکر درآمدهای دیگر بودند. کارکنان نگران ثبات مالی کارفرمایان یا برگه اخراج خود نبودند.

اما حال که بیکاری غوغا می کند و هیچ کس نمی داند که کدام سرمایه گذاری با ثبات است، میلیونها نفر با فکر باز وضعیت مالی خود را دوباره نگری می کنند. آنها می دانند که برای تامین آینده خود باید به فکر کار دوم باشند تا در صورت شکست کار اول، راه دیگری داشته باشند. امروزه مردم بیش از هر وقت دیگر تشنه پول اضافی هستند. به همین دلیل است که گیرایی، تمایل بیشتر و ذهن باز برای بررسی راههای دیگر نشان می دهند.

این روند حتی قبل از بحران شدید اقتصادی وجود داشت. از دهه هشتاد و بویژه از آغاز قرن بیست و یکم عده بیشتری اختیار آینده خود را بدست می گیرند. رئیس اتاق بازرگانی آمریکا در گزارشی به نام "کار، کارآفرینی و فرصتهای قرن بیست و یکم در آمریکا" می نویسد: "میلیونها آمریکایی با تاسیس شرکتهای کوچک خود، کارآفرینی می کنند."

" 72 درصد بزرگسالان آمریکا ترجیح می دهند برای خود کار کنند و 67 درصد آنها بصورت روزمره و دائمی به فکر تغییر شغل هستند."

اقتصاد دان نیستم اما کسی را می شناسم که اقتصاد دادن است. "پل زین پیلزر" انسانی زرنگ و باهوش است که جوانترین معاون اجرایی سیتی بانک شد. کار بانکی را رها کرد تا با تجارت شخصی میلیونها دلار درآمد داشته باشد. چند کتاب او از پرفروشترین کتابها در فهرست نیویورک تایمز است. او بحران وامهای اعتباری و حسابهای پس انداز را قبل از وقوع پیش بینی کرد و مشاور اقتصادی دو رئیس جمهور آمریکا بود. صحبتهايش ارزش گوش کردن دارد.

پل به تغییر صد و هشتاد درجه ارزشهای فرهنگی در زمینه شغل افراد اشاره می کند و می گوید که ساختار کارگر و کارفرما به کارآفرینی و کار برای خود تبدیل می شود.

" نظر عموم در نیمه دوم قرن بیستم، مدرسه رفتن، تحصیلات عالی و کار برای شرکتی بزرگ بود و برای خود کارکردن اغلب کاری نامطمئن به شمار می رفت. قابل تحسین اما نامطمئن... و حتی کمی هم بی عقلی در نظر گرفته می شد. امروزه این مسئله کاملاً برعکس شده است."

پل درست می گوید. گزارش رئیس اتاق بازرگانی به نظرسنجی موسسه "گالوپ" شبیه است که می گوید 61 درصد آمریکاییها ترجیح می دهند که خود رئیس خود باشند. در یک نظرسنجی دیگر که توسط "دیسایفر" انجام شده 72 درصد بزرگسالان آمریکا ترجیح می دهند برای خود کار کنند و 67 درصد آنها بصورت روزمره و دائمی به فکر تغییر شغل هستند.

صرف اینکه درآمد داشته باشید مهم نیست بلکه نحوه تولید درآمد هم مهم است. مردم روز به روز بیشتر متوجه می شوند که باید اختیار زندگی شان را به عهده بگیرند. آنها می خواهند با خانواده هایشان تماس بیشتر داشته و اختیار وقت خود را داشته باشند. از خانه کار کنند و سرنوشت خود را خود رقم بزنند. در نظرسنجی دیسایفر 84 درصد شرکت کنندگان بر این عقیده اند که اگر برای خود کار کنند با علاقه بیشتر کار خواهند کرد. آنها در پاسخ به این سوال که چرا می خواهید برای خود کار کنید گفتند که " برای این که شور و شوق بیشتری در زندگی شغلی ام داشته باشم."

در واقع اسطوره امنیت شغلی قرن بیستم در پیش چشمان ما از بین می رود. این اسطوره وعده می دهد که کار برای دیگران زندگی پربار، طولانی مدت و همراه با شادی ایجاد می کند.

افسانه استخدام

اکثر ما توسط شرایط زندگی مان شستشوی مغزی شده و فکر می کنیم که استخدام شدن قسمتی از زندگی بشر است. اما از نظر تاریخی نه تنها این مسئله عادی نیست بلکه پدیده ای نسبتاً جدید است.

در عصر کشاورزی اکثر مردم برای خود کار می کردند. البته آنها کشاورزانی بودند که روی زمینهای شاه کار می کردند اما استخدام شاه نبودند. از شاه حقوق دریافت نمی کردند. در واقع برعکس بود این کشاورزان بودند که برای استفاده از زمین به شاه مالیات پرداخت می کردند. کشاورزان زندگی خود را مانند صاحبان شرکتهای کوچک اداره می کردند. قصاب، نانوا و شمع ساز هم در دهکده ها وجود داشتند و این حرفه ها را به نسل بعدی خود منتقل می کردند. نام خانوادگی آنها هم از همین منشا می گیرد. "اسمیت" آهنگر بود، "بیکر" نانوا، "فارمر" کشاورز بود، "تیلر" خیاط بود و "کوپر" بشکه ساز بود.

وقتی که عصر صنعتی فرار رسید تقاضا برای کارمند و کارگر بیشتر شد. در نتیجه دولت وظیفه آموزش و پرورش را به عهده گرفت و نظام "پروسی" را اقتباس کرد که هنوز هم بسیاری از مدارس غربی امروزه از این نظام پیروی می کنند.

آیا هرگز فکر کرده اید که سن بازنشستگی یعنی 65 سالگی از کجا آمده است؟ "اوتو فون بیسمارک" رئیس جمهور پروسی در 1889 این طرح را ارائه داد. البته او سن 70 سالگی را عنوان کرد و بحث آن

از حوصله این کتاب خارج است. برای بیسمارک حقوق بازنشستگی در سن 65 سالگی اهمیتی نداشت چون که متوسط عمر در آن زمان 45 سال بود. امروزه که متوسط عمر به دهه هشتاد و نود زندگی رسیده سن بازنشستگی می تواند دولت فدرال را ورشکسته کند.

وقتی که فلسفه آموزش و پرورش پروسی را بررسی می کنید می بینید که هدف پرورش سرباز و کارمند دولت بود. آنها افرادی می خواستند که فرمانبر باشند. نظام پروسی برای تولید انبوه کارمند بود.

در آمریکا در دهه شصت و هفتاد میلادی اگر استخدام شرکتهایی مانند ای بی ام می شدید معمولاً تا بازنشستگی برای آنها کار می کردید. این شرکتها استاندارد طلایی امنیت شغلی بودند. اما در 1985 استخدام در ای بی ام به بیشترین حد خود رسید و از آن به بعد مفهوم شغل ثابت و مطمئن در یک شرکت روبه زوال بوده است.

همه شنیده ایم که " اگر جنرال موتور برود کشور می رود..."

نیم قرن گذشته و اوضاع جنرال موتور خوب نیست. آیا معنای این نابودی آمریکا است؟ خیر. این اسطوره امنیت شغلی شرکتهای بزرگ و طرح چهل سال کار مداوم برای این شرکتها است که نابود می شود.

تب کارآفرینی

به نظر من استخدام شدن چیز بدی نیست اما یکی از انواع راه تولید درآمد است که محدودیت زیاد ایجاد می کند. این روزها مردم بیشتر به این واقعیت واقف می شوند. آنها مانند خود شما می دانند که کارآفرینی تنها راهی است که می تواند آنها را به خواسته هایشان برساند.

دیگران هم با من هم عقیده اند. ممکن است نام "محمد یونس" نویسنده کتاب "بانکدار فقیران" را نشنیده باشید اما کمیته جایزه نوبل در اسلو او را می شناسد. آنها جایزه نوبل کارآفرین جهان سوم را در سال 2006 به خاطر طرح "وامهای کوچک" به او دادند. یونس می گوید: "همه مردم جهان کارآفرین هستند اما فرصت برای درک آن به آنها داده نشده است."

" تب کارآفرینی روبه افزایش است زیرا که کند شدن اقتصاد، کارآفرینی را تندتر می کند. در واقع کارآفرینان در دوره های بد اقتصادی شکوفا می شوند."

قبل از این که اقتصاد جهان در سالهای 2007 و 2008 سقوط کند و خبرهای ناگوار اقتصادی پخش شود یونس گفت که روز به روز تعداد بیشتری از مردم فعالانه بدنبال فرصتهای کارآفرینی هستند.

تب کارآفرینی روبه افزایش است زیرا که کند شدن اقتصاد، کارآفرینی را تندتر می کند. در واقع کارآفرینان در دوره های بد اقتصادی شکوفا می شوند. وقتی که جهت اقتصاد نامعلوم است راههای متفاوتی را برای تولید درآمد در نظر می گیریم. وقتی که می دانیم به کارفرما نمی توان اطمینان کرد به تواناییهای خود توجه می کنیم. به این فکر می افتیم که شاید وقت آن رسیده که از محدوده راحت خود خارج شده و با خلاقیت به هدف برسیم.

خزانه داری آمریکا در یک نظرسنجی نشان داد که بطور متوسط کارآفرینان پنج برابر کارمندان سرمایه دارند. پس کارآفرینان پنج برابر دیگران توانایی ایستادگی در برابر بحرانهای اقتصادی داشته و حتی می توانند قویتر از گذشته از این بحرانها سر بلند کنند. آنها هستند که اقتصاد قوی برای خود ایجاد کرده اند.

در یک نظرسنجی دیگر اکثر مردم آمریکا معتقدند که کارآفرینی کلید حل بحران اقتصادی کنونی است. مسئول اجرایی این نظرسنجی می گوید: "تاریخ مکررا نشان داده که شرکتهای جدید و کارآفرینی راه بلند کردن اقتصادی است که به زمین نشسته است." شک نکنید.

شاید اکثر مردم آمریکا واقعا از لاک خود بیرون آمده و کاری برای اقتصاد انجام دهند. ممکن است اما من منتظر آن نمی شوم. این اقتصاد روبه سقوط شما است که می تواند با کارآفرینی شما جان دیگری پیدا کند.

شاید اکثر مردم این روزها از نظر اقتصادی در سختی باشند، اما کارآفرینانی که برای پذیرفتن چند فصل بعدی این کتاب ذهن باز دارند، در این روزها هم از نظر اقتصادی توانایی رشد دارند. نه تنها همین حالا وقت تاسیس تجارت شما است بلکه در واقع هیچ فرصتی بهتر از امروز وجود ندارد.

همانطور که گفتم وقتی که اوضاع سخت می شود سخت کوشان هستند که موفق می شوند. پس دو سوال مطرح می شود.

اول: "آیا حاضرید سخت کوش باشید؟" اگر پاسخ مثبت است سوال دوم مطرح می شود.

دوم: "چه باید کرد؟" سوال اول را خود شما باید پاسخ دهید اما پاسخ سوال دوم را دقیقا می دانم. تمام این کتاب درباره پاسخ به سوال دوم است.

فصل سوم

کجا زندگی می کنید؟

سالها از کار سخت شما برای بالارفتن از نردبان ترقی گذشته است. شاید هنوز نزدیک به اولین پله های نردبان هستید یا این که به بالای آن نزدیک شده اید. این که کجای نردبان قرار گرفته اید مهم نیست. مسئله مهم این است که قبل از این که از نردبان بالا بروید باید می پرسیدید که این نردبان کجا نصب شده است.

همانطور که "استیون آر کووی" می گوید مهم نیست که چقدر سریع و تا چه ارتفاعی از نردبان بالا بروید مهم این است که نردبان را روی دیوار اشتباهی نباشد.

هدف از این فصل این است که یک لحظه شما را از بالا رفتن متوقف کنیم تا ببینید که نردبان کجا است. اگر متوجه شدید که نردبان جای درستی قرار نگرفته محلی که باید آن را بگذارید را پیدا کنید.

چگونه درآمد خود را تولید می کنید؟

بیشتر مردم فکر می کنند که موقعیت مالی آنها بر اساس مقدار درآمد یا کل ارزش ثروت آنها یا هر دوی اینها است. شکی نیست که این عوامل مهم هستند. به نظر مجله فوربس ثروتمند کسی است که سالانه بیش از یک میلیون دلار درآمد که ماهی 83 هزار و 333 دلار یا هفته ای تقریباً 20 هزار دلار درآمد داشته باشد و فقیر هم کسی است که زیر 25 هزار دلار درآمد دارد.

اما مهمتر از کمیت درآمد شما کیفیت بدست آوردن آن است. به عبارت دیگر نه تنها چه قدر درآمد دارید بلکه چگونه درآمد شما تولید و از کجا می آید. در واقع چهار راه برای تولید پول نقد وجود دارد. هر کدام با دیگری کاملاً متفاوت و صرف نظر از این که درآمد چقدر باشد هر کدام سبک زندگی کاملاً جداگانه دارند.

بعد از تالیف کتاب " پدر پولدار پدر فقیر " کتابی نوشتم که در آن چهار راه تولید پول نقد را توضیح دادم. بسیاری با خواندن کتاب " چهارگوشه پول نقد " گفتند که این مهمترین کتابی است که من نوشته ام

زیرا که این کتاب به اصل مسائل حیاتی افرادی که می خواهند تغییرات واقعی در زندگی شان ایجاد کنند، اشاره می کند.

کتاب "چهار گوشه پول نقد" روشهای متفاوت تولید پول نقد را شرح می دهد. برای مثال یک کارمند با استخدام شدن و کار کردن برای دیگری یا یک شرکت درآمد دارد. عده ای شغل آزاد دارند یا صاحب شرکتهای کوچک هستند. صاحبان شرکتهای بزرگتر که معمولا بیش از 500 نفر برای آنها کار می کنند نوع دیگری از درآمد را نشان می دهند. سرمایه گزاران هم از طریق سرمایه گذاری در قسمتهای مختلف تولید درآمد می کنند. به عبارت دیگر پول آنها تولید پول می کند.

کارمند بودن، شغل آزاد یا صاحب شرکت کوچک، صاحب شرکتهای بزرگ بودن و سرمایه گزار بودن، چهار گوشه تولید پول نقد هستند.

شما در کدام گوشه قرار گرفته اید؟ به عبارت دیگر از کدام قسمت بیشتر درآمد شما تامین می شود؟

گوشه کارمندان

اکثریت قابل توجه مردم تمامی زندگی خود را در این قسمت می گذرانند. نظام آموزشی و فرهنگی ما " ز گهواره تا گور" زندگی در این قسمت را یاد می دهد.

فلسفه اداری این قسمت همان است که پدرم به من یاد داد و احتمالا به شما هم یاد داده اند: مدرسه برو، سخت درس بخوان، نمره های خوب بگیر و بعد شغلی خوب با مزایای خوب در شرکتی بزرگ بدست بیاور.

گوشه شغل آزاد

بسیاری از مردم از گوشه کارمندان به قسمت کار کردن برای خودشان روی می آورند که ناشی از میل به آزادی بیشتر و خودمختاری است. اینجا است که سرنوشت خود را رقم می زنند و " آرزوی آمریکایی" را دنبال می کنند.

در این قسمت دامنه تولید درآمد بسیار گسترده است و از یک نوجوان که بصورت نیمه وقت از کودکان دیگران نگهداری می کند یا باغبانی تازه کار تا پردرآمدترین وکلا، مشاورین و سخنرانان، همه در این گوشه قرار گرفته اند.

اما چه ساعتی هشت دلار یا هشتاد هزار دلار در سال درآمد داشته باشید، کار کردن برای خود معمولاً یک تله است. با خود گفته اید که رئیس را اخراج می کنم اما در واقع رئیس خود را عوض کرده اید. شما هنوز هم کارمند هستید. تنها تفاوت این است که وقتی بخواهید رئیس را برای مشکلات خود سرزنش کنید باید خود را سرزنش کنید زیرا که شما رئیس هستید.

گوشه کار برای خود می تواند جایی مشکل و ناسپاس باشد. همه به شما گیر می دهند. یک روز کامل را باید صرف اجرای مقررات مالیاتی کنید. کارمندان و مشتریان به شما گیر می دهند حتی خانواده شما به این دلیل که به اندازه کافی با آنها وقت نمی گذرانید، به شما گیر می دهند. آخر اگر برای آنها وقت بگذارید، تجارت شما از بین می رود و درآمد تولید نمی شود.

در واقع گوشه کار کردن برای خود، بردگی است. شما صاحب تجارت خود نیستید این تجارت شما است که شما را تصاحب کرده است.

گوشه صاحب شرکتهای بزرگ

شرکتهای بزرگ توسط این افراد ساخته می شوند. تفاوت بین قسمت قبلی و این قسمت این است که شرکت بزرگ برای شما کار می کند.

من هم شرکتهای بزرگ متعدد شامل شرکتهای تولیدی، معاملات املاک، معادن و غیره داشتم.

آنهاييکه در قسمت صاحب شرکتهای بزرگ هستند از رکود اقتصادی مصون هستند زیرا که آنها اختیار منبع درآمد شان را دارند.

گوشه سرمایه گزار

این قسمت نیازی به علم نجوم ندارد. پدر پولدارم در بازی "مونوپلی" زندگی در این قسمت را به من یاد داد و همه ما بخوبی می دانیم که چه اصولی دارد: چهار خانه سبز، یک هتل قرمز، چهار خانه سبز، یک هتل قرمز.

تغییر شغل به معنای تغییر گوشه نیست

سعی می‌کنم علت اهمیت زیاد فهمیدن این چهار گوشه را بیشتر توضیح دهم. چند بار شده که شکایت افراد از شغل‌هایشان را بشنوید و چند سال بعد از این که کار جدیدی را شروع می‌کنند همان شکایتها را دوباره بشنوید؟

هر چه که بیشتر کار می‌کنم باز هم به جایی نمی‌رسم.

هر بار که حقوقم بیشتر می‌شود هزینه و مالیات بیشتر اثرش را از بین می‌برد.

ترجیح می‌دهم که کار دیگری بکنم اما قادر به پرداخت هزینه دانشگاه نیستم و از پس درس خواندن و شروع حرفه ای کاملاً جدید در این مرحله از زندگی ام، بر نمی‌آیم.

عجب شغل آشغالی! رئیس بیخودی دارم! زندگی بیخودی دارم!

اینها و دهها جمله دیگر را از کسی که در دام افتاده می‌شنویم. اما در دام شغل مشخصی گیر نکرده اند بلکه در گوشه اشتباه تولید درآمد هستند. مشکل این است که وقتی افراد قصد تغییر زندگی دارند و می‌خواهند ابتکار عمل را بدست بگیرند فقط شغل خود را تغییر می‌دهند. آنها باید گوشه تولید درآمد را تغییر دهند.

جدا شدن از ساختار شغل‌های همیشگی و ایجاد منبع درآمد شخصی شما در بهترین موضع برای مقابله با بحرانهای اقتصادی قرار می‌دهد زیرا که دیگر به رئیس یا اقتصاد برای درآمد سالانه خود وابسته نیستید. حال این شما هستید که درآمد خود را تعیین می‌کنید.

بیشتر مردم در گوشه های کارمندی و شغل آزاد زندگی می کنند. ما را برای این نوع زندگی بزرگ کرده و آموزش داده اند. " نمره های خوب بگیر تا شغل خوبی بدست بیاوری" را به ما گفته اند. اما در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ نمره شما مهم نیست. بانکدار شما از شما کارنامه درسی شما را نمی خواهد او گزارش مالی شما را می خواهد.

جدا شدن از ساختار شغل های همیشگی و ایجاد منبع درآمد شخصی شما در بهترین موضع برای مقابله با بحرانهای اقتصادی قرار می دهد زیرا که دیگر به رئیس یا اقتصاد برای درآمد سالانه خود وابسته نیستید. حال این شما هستید که درآمد خود را تعیین می کنید.

حداقل هشتاد درصد مردم در دو گوشه کارمندی و شغل آزاد زندگی می کنند. گوشه کارمندی را بویژه برای ما با امنیت و اطمینان شغلی معرفی کرده اند. اما گوشه های سرمایه گذاری و صاحبان شرکتهای بزرگ با آزادی همراه است. اگر می خواهید در این دو قسمت زندگی کنید توانایی انجام آن را دارید. اما اگر امنیت نسبی گوشه کارمندی و شغل آزاد را می خواهید شاید این مطالب بدرد شما نخورد. این تصمیمی است که شما باید بگیرید.

در چه گوشه ای زندگی می کنید؟

در چه گوشه ای می خواهید زندگی کنید؟

فصل چهارم

ارزشهای اصلی مالی شما

چهار گوشه ای را که گفتم تنها برای ساختار تجارت نیست بلکه چهار طرز فکر متفاوت است. مسائل سطحی مانند تحصیلات و آموزش شما و وضعیت اقتصاد که نمایانگر فرصتهای قابل دسترس شما هستند، کمتر گوشه تولید درآمد شما را مشخص می کند. این تواناییها، نقاط ضعف و علائق شما هستند که اصل شما را تشکیل داده و گوشه تولید درآمد را تعیین می کنند.

مسئله مسئله " ارزشهای اصلی مالی شما" است. این تفاوتهای اصلی هستند که ما را به یک گوشه جذب و از گوشه دیگر می رانند.

اهمیت این مسئله زیاد است زیرا که تغییر از گوشه مثلا کارمندی یا شغل آزاد به گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ به سادگی پرکردن تغییر آدرس منزل در اداره پست نیست. نه تنها کارتان را باید تغییر دهید بلکه در واقع خودتان را باید عوض کنید یا حداقل نحوه فکر کردن را باید تغییر دهید.

برخی از مردم ممکن است کارمند بودن را دوست داشته باشند و برخی دیگر از آن متنفر هستند. برخی از صاحب شرکت بودن لذت می برند اما دوست ندارند شرکت را اداره کنند. عده ای دیگر سرمایه گزاری را دوست دارند در حالی که عده ای دیگر تنها خطر از دست دادن پولشان را در آن می بینند. اغلب مردم از هر یک از این چهار طرز فکر مقدار کمی در وجودشان دارند. باید توجه کرد که در هر یک از این چهار قسمت احتمال ثروتمند یا فقیر بودن وجود دارد. در هر قسمت افرادی میلیونها دلار بدست می آورند و افرادی هم ورشکست می شوند. قرار گرفتن در هر یک از این چهار گوشه موفقیت مالی را تضمین نمی کند.

با شنیدن حرفهای مردم می توان گفت که به کدام گوشه تعلق دارند. وقتی که نه ساله بودم با پدر پولدارم می نشستیم و مصاحبه او با کسانی که تقاضای کار داده بودند را نگاه می کردم. از این مصاحبه ها ارزشهای اصلی افراد را می دیدم که به نظر پدر پولدارم از روحهای آنها سرچشمه گرفته بود.

چند ارزش اصلی هر کدام از این چهار گوشه را عنوان می کنم.

گوشه کارمندی: امنیت

گوشه شغل آزاد: استقلال

گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ: تولید ثروت

گوشه سرمایه گزاران: آزادی اقتصادی

ارزشهای گوشه کارمندی

" دنبال کاری ثابت و مطمئن با حقوق و مزایای عالی هستم". برای کسی که در گوشه کارمندی است ارزش اصلی امنیت شغلی است. ممکن است بیشترین حقوق را به عنوان معاون اجرایی یک شرکت دریافت کنید اما هنوز هم ارزش اصلی شما با نظافتچی شرکت که یک دهم حقوق شما را هم ندارد یکی است. کسی که در گوشه کارمندی قرار گرفته، صرف نظر از این که رئیس یا نظافتچی شرکت باشد، این جمله را می گوید: " دنبال کاری ثابت و مطمئن با حقوق و مزایای عالی هستم" یا " برای اضافه کاری چقدر حقوق می دهند؟" یا " چند روز مرخصی با حقوق داریم؟".

وقتی که با کسی که در گوشه کارمندی است مکالمه دارم من از این که چقدر دوست دارم شرکت خودم را راه بیاندازم صحبت می کنم و او می گوید: " درست. اما آیا این با ریسک همراه نیست؟" هر کدام ما زندگی را از دریچه ارزشهای اصلی خود می بینیم. آنچه که برای من مهیج است برای دیگری ترسناک است. به همین دلیل است که وقتی با افراد گوشه کارمندی روبرو می شوم بیشتر درباره هوا، ورزش و برنامه تلویزیون صحبت می کنم.

ارزشهای گوشه شغل آزاد

" اگر می خواهی کار را بصورت درست انجام دهی خودت انجام بده".

برای افراد گوشه شغل آزاد ارزش اصلی استقلال است. آنها می خواهند در کارهایشان آزادی داشته باشند. وقتی که کسی می گوید: " می خواهم شغلم را رها کنم و برای خودم کار کنم." یعنی تغییر از گوشه کارمندی به گوشه شغل آزاد.

افرادی که در گوشه شغل آزاد هستند شامل صاحبان شرکتهای کوچک، تجارتهایی که توسط زن و شوهرها اداره می شود، افراد متخصص و مشاورین هستند. برای نمونه دوستی دارم که تلویزیونهای با صفحه بزرگ، سیستمهای تلفن و دزدگیر برای خانه های افراد پولدار نصب می کند. او سه کارمند دارد و از این که رئیس تنها سه نفر است لذت می برد. در واقع نمونه کامل و سخت کوش شغل آزاد است. فروشندگان شامل دلالتهای معاملات ملکی و بیمه که بر اساس درصد کار می کنند از همین طبقه هستند. شغلهای حرفه ای مانند پزشکان، وکلا و حسابداران که برای شرکتهای بزرگ کار نمی کنند از این قبیل هستند.

افرادی که در این دسته هستند به کار کردن با دست و مغزشان افتخار می کنند. اگر قرار بود شعار بدهند یا "هیچ کس بهتر از من نمی تواند" و یا "روش من" شعار آنها بود. اما پشت چهره استقلال آنها اغلب می توان عدم اعتماد به اصل روش برخورد این افراد با تجارت را دید که همان روش برخورد با زندگی است. روش برخورد ما با تجارت همان روش برخورد با کارهای دیگر در زندگی است.

در این گروه اغلب درآمد از طریق درصد فروش و یا نرخ ساعتی که صرف یک کار شده حساب می شود. مثلاً می گویند: "درصد کمیسیون من شش درصد کل خرید است." یا "ساعتی صد دلار هزینه کار من است." یا "هزینه به اضافه ده درصد."

وقتی با کسی برخورد می کنم که برای انتقال از مرحله کارمندی به مرحله شغل آزاد مشکل دارد معمولاً اشکال این است که او مهارت فنی یا مدیریتی خود دارد اما توانایی رهبری ندارد. پدر پولدار من می گفت: "اگر رهبر تیم شدی و در عین حال باهوشترین فرد آن تیم هستی تیم شما با مشکل مواجه خواهد شد." افراد گروه شغل آزاد معمولاً با بقیه نمی توانند همکاری خوب داشته باشند و ممکن است کمی منم داشته باشند.

برای این که از مرحله شغل آزاد به صاحبان شرکتهای بزرگ بروید به پرش در مهارتهای فنی نیاز ندارید بلکه پرش در مهارتهای رهبری لازم است. همانطوری که بارها گفته ام در زندگی واقعی دانش آموز نمره الف معمولاً برای نمره ج کار می کند و نمره ب برای دولت کار می کند.

اگر از خود شنیده اید که "اگر می خواهید کاری را دست انجام بدهید بهتر است خود آن را انجام دهید" یا این که تمایل به چنین طرز فکری دارید شاید وقت آن رسیده که نگاه دقیقتری به این روش کنید.

ارزشهای گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ

"دنبال بهترین افراد برای تیم خود هستم." ارزش اصلی افرادی که صاحبان شرکتهای بزرگ هستند تولید ثروت است. افرادی که از صفر شروع کرده و شرکتهای بزرگ موفق تشکیل داده اند اغلب اهداف

بزرگ در زندگی داشته که به تیم عالی و کار گروهی عالی ارزش می دهند و می خواهند برای تعداد هر چه بیشتر مردم، کار و خدمت کنند.

در حالی که افراد گروه شغل آزاد می خواهند در محدوده خود بهترین باشند، گروه صاحبان شرکتهای بزرگ تلاش می کنند تا تیمی از از بهترین افراد در محدوده های مختلف داشته باشند. هنری فرد افرادی را دور خود جمع کرد که از او باهوشتر بودند. در حالی که تاجر گروه شغل آزاد اغلب باهوشتر و با استعدادتر از بقیه است، گروه صاحبان شرکتهای بزرگ این ویژگی را ندارند.

وقتی که صاحب شرکتی بزرگ هستید اغلب با افرادی سرو کار دارید که از شما باهوشتر، با تجربه تر و توانتر هستند. پدر پولدار من تحصیلات رسمی نداشت اما با بانکداران، وکلا، حسابداران، مشاورین سرمایه گذاری، و کارشناسانی سروکار داشت که بسیاری از آنها مدارک عالی داشتند. برای این که سرمایه برای شرکتش جمع آوری کند اغلب با افرادی سرو کار داشت که از خیلی پولدارتر بودند. اگر او با این شعار زندگی می کرد که " اگر کاری را می خواهید درست انجام دهید باید خودت آن را انجام دهی." کاملاً شکست می خورد.

وقتی که صحبت از درآمد می شود صاحبان شرکتهای بزرگ می توانند شرکت را رها کنند و هنوز هم درآمد داشته باشند. در اغلب موارد اگر کسی در گروه شغل آزاد کار نکند درآمد هم متوقف می شود. بنابراین سوالی که باید از خود بپرسید این است که " آیا اگر روزی کار نکنم چقدر درآمد مداوم خواهم داشت؟" اگر درآمد شما پس از شش ماه یا زودتر متوقف شود پس شما در گروه کارمند یا شغل آزاد هستید. کسی که در گروه صاحبان شرکتهای بزرگ و یا سرمایه گزاران است اگر دست از کار بکشد باز هم درآمد او ادامه دارد.

ارزشهای گوشه سرمایه گزاران

" از سرمایه گذاری چقدر عاید من می شود؟" افرادی که در گوشه سرمایه گزاران هستند آزادی اقتصادی را ارزش اصلی می بینند. سرمایه گزار می خواهد سرمایه او به جای او کار کند.

سرمایه گزاران در جاهای بسیار سرمایه گذاری می کنند. آنها در سکه های طلا، ملک و املاک، تجارتهای مختلف، اوراق بهادار مانند سهام، اوراق قرضه و صندوقهای سرمایه گذاری مشترک سرمایه گذاری می کنند.

اگر درآمد شما از طرحهای بازنشستگی خصوصی یا دولتی است و در اثر شخصی شما در سرمایه گذاری نیست پس این درآمد از راه کارمندی بدست آمده است. به عبارت دیگر شما رئیس شما یا شرکتی که برای آن کار کرده اید برای سالها خدمات به شما پول می دهند.

جملاتی که یک سرمایه گزار ممکن است بگوید مانند " بیست درصد سود از داراییهایم دارم." یا " مدارک مالی شرکت را به من نشان بدهید." یا " قصور و تاخیر در تعمیر این ملک چقدر است؟"

گوشه های متفاوت، سرمایه گزاران متفاوت

در جهان امروز همه ما باید سرمایه گزار باشیم. اما نظام دبیرستان سرمایه گذاری را به ما آموزش نمی دهد. البته برخی از مدارس انتخاب سهام را یاد می دهند که به نظر من این سرمایه گذاری نیست و قمار است.

سالها قبل پدر پولدارم به من گفت که اغلب کارمندان در صندوقهای سرمایه گذاری مشترک یا حساب پس انداز سرمایه گذاری می کنند. همچنین او گفت که " اگر در یک گوشه مانند کارمندی، شغل آزاد یا صاحبان شرکتهای بزرگ موفق شدی به منزله این نیست که در سرمایه گذاری موفق خواهی شد. پزشکان اغلب بدترین سرمایه گزاران هستند."

پدر پولدارم به من یاد داد که افراد گوشه های مختلف سرمایه گذاریهای متفاوت دارند. به عنوان مثال کسی که در گوشه شغل آزاد است ممکن است بگوید " در ملک سرمایه گذاری نمی کنم زیرا که حوصله تعمیر توالت را ندارم."

اگر می خواهید ثروتمند شوید باید حرکت را آغاز کنید. نیازی به تغییر شغل نیست بلکه باید آدرس را عوض کنید.

کسی که در گروه صاحبان شرکتهای بزرگ است درباره سرمایه گذاری در ملک می گوید: " یک شرکت عالی برای اداره مسائل ساختمان به کار می گیرم تا توالتها بی که شبها خراب می شوند را درست کند." به عبارت دیگر گروه شغل آزاد فکر می کند که نگهداری و اداره ساختمان وظیفه او است و گروه صاحبان شرکتهای بزرگ در این نوع سرمایه گذاری از شرکتهایی که اداره ساختمان را به عهده می گیرند استفاده می کند. گروهها متفاوت، طرز فکر متفاوت، گوشه ها متفاوت و ارزشها با هم فرق دارند.

دیگر باید متوجه منظورم شده باشید. اصل مطلب مسئله ساده ای است. اگر بخواهید ثروتمند شوید باید حرکت را آغاز کنید. نیازی به تغییر شغل نیست بلکه باید آدرس را عوض کنید.

اگر بخواهید که اختیار زندگی و سرنوشت خود را در دست بگیرید، اگر آزادی واقعی می خواهید که تصمیم گیرنده شما هستید، برنامه روزانه را شما مشخص می کنید، با خانواده و برای خود وقت بیشتری صرف کنید، کارهایی که علاقه دارید انجام دهید، نوعی از زندگی را که طراح آن خود هستید ادامه دهید، زندگی باعلاقه پرهیجان و ثمربخش داشته باشید و بالاخره اگر می خواهید ثروتمند باشید و ثروتمند زندگی کنید، زمان آن رسیده که بار خود را ببندید و حرکت را آغاز کنید.

زمان آن رسیده که قسمتهای کارمندی و شغل آزاد را رها کرده و به صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران بپیوندید.

فصل پنجم

طرز فکر یک کارآفرین

پس از این که تحصیلات کالج را تمام کردم به دانشگاه تجارت رفتم تا فوق لیسانس مدیریت بازرگانی بگیرم و کارآفرینی با تجربه و تحصیل کرده بشوم. نه ماه تحمل کردم و بعد دانشگاه را ترک کردم. البته فوق لیسانس بازرگانی هم نگرفتم.

جای تعجب است که این روزها اغلب دانشگاه‌های بازرگانی از من دعوت می‌کنند تا برای دانشجویان کلاسهای کارآفرینی بگذارم.

سوالی که معمولا دانشجویان می‌پرسند: "از کجا سرمایه گزار پیدا کنیم؟" و "چگونه سرمایه اولیه را زیاد کنیم؟". سوالات را درک می‌کنم چراکه خود من هم موقع ترک شغل عادی و آغاز کارآفرینی همین سوالات را داشتم. نه پول داشتم و نه کسی می‌خواست با من وارد سرمایه‌گذاری شود. شرکتهای بزرگ سرمایه‌گذاری پشت در خانه ام در نمی‌زدند.

بنابراین چه پاسخی به این دانشجویان می‌دهم. پاسخ من این است "برو جلو و دست به کار شو. دست به کار شو وگرنه از تجارت خارج می‌شوی."

برای تشکیل تجارت خود نیازی به جمع آوری سرمایه نیست زیرا که قبلا سرمایه جمع آوری شده است. اما شما باید تجارت خود را بسازید.

امروزه با وجودیکه پول کافی دارم تمام تلاشم بر جمع آوری سرمایه است. وظیفه اول یک کارآفرین همین است. از سه گروه افراد سرمایه جمع آوری می‌کنیم: مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارمندان. وظیفه

کارآفرین پیدا کردن مشتری برای فروش اجناس است. اگر بتوانید از مشتریان برای خرید اجناس پول بگیرید سرمایه گزاران سرمایه زیاد به شما می دهند. اگر کارمند دارید وظیفه شما این است که حداقل ده برابر بیش از حقوقی که به آنها می دهید تولید داشته باشند وگرنه تجارت شما از بین می رود و نیازی برای سرمایه گذاری بیشتر نیست."

این پاسخی نیست که اکثر دانشجویان مدیریت بازرگانی بدنبال آن باشند. اغلب فرمول جادویی یا دستور غذایی مرموز می خواهند یا بدنبال نوعی طرح تجاری هستند که آنها را به سرعت ثروتمند کند. اساتید آنها هم پاسخ من را نمی پسندند زیرا که موقع درس من صورتهایشان کج می شود. آنها با این که درس کارآفرینی می دهند خود کارآفرین نیستند. به همین دلیل است که شغل ثابت تدریس انتخاب کرده تا حقوق ثابت داشته باشند و امید دارند که کارمند رسمی شوند.

منظورم این نیست که شما باید پول جمع آوری کنید. در واقع بر اساس طرح تجارت این کتاب برای تشکیل تجارت خود نیازی به جمع آوری سرمایه نیست زیرا که قبلاً سرمایه جمع آوری شده است. اما شما باید تجارت خود را بسازید.

کارآفرین یعنی کسی که کننده کار است. باید از صندلی مسافری جدا شده و به جلوی اتوبوس بروید و فرمان زندگی خود را دست بگیرید.

برای کارآفرینی چه ویژگی‌هایی لازم است؟

کارآفرینان پولدارترین افراد جهان هستند. نام کارآفرینان مشهور را می دانیم: ریچارد برانسون و دونالد ترامپ، اپرا وینفری و استیو جابز، روپرت مرداک و تد ترنر. اما ثروتمندترین کارآفرینان کسانی هستند که شما هرگز نام آنها را نشنیده اید زیرا که نمی خواهند توجه رسانه ها را جلب کنند و بی سروصدا زندگی متمول خود را ادامه می دهند.

اغلب این سوال را می شنوم که " آیا کارآفرینان با این صفت بدنیا می آیند یا این که در شرایط رشد می کنند؟". برخی فکر می کنند که برای کارآفرین شدن باید فرد استثنایی بود یا این که جادوی خاصی داشت. به نظر من کارآفرین بودن مسئله خاصی نیست و خواستن توانستن است.

به این مثال توجه کنید. نوجوانی در همسایگی من زندگی می کند که از راه نگهداری کودکان تولید درآمد می کند. او همکلاسیهای دبیرستان را استخدام کرده تا برای او کار کنند. او یک کارآفرین است. پسر جوانی را می شناسم که پس از دبیرستان تعمیرات انجام می دهد. او هم یک کارآفرین است. بیشتر بچه ها ترس ندارند اما برای اکثر بزرگسالان ترس تنها دارایی آنها است.

برای کشف، پرورش و اهداء نبوغ خود به جهان باید شهامت داشته باشید.

امروزه میلیونها نفر از مردمی که آرزوی ترک مشاغل خود، کارآفرینی و اداره تجارتهای خود را دارند. اما مشکل این است که در اکثر موارد آرزوی آنها تنها یک آرزو است. چرا برای تحقق آرزوی خود و کارآفرین شدن اقدامی نمی کنند؟

دوستی دارم که آرایشگر قابلی است. در زیبا کردن زنان معجزه می کند. سالها سات که صحبت از باز کردن سالن آرایش خود می کند. طرحهای بزرگی دارد اما متاسفانه خودش هنوز کوچک است و یک صندلی کوچک از سالنی بزرگ را در اختیار دارد و همیشه با صاحب سالن آرایش در ستیز است.

دوست دیگری دارم که همسرش از این که مهماندار هواپیما است خسته شده بود. دو سال قبل کارش را رها کرد و به مدرسه آرایشگری رفت تا آرایشگر مو شود. یک ماه قبل مراسم افتتاحیه سالن آرایش او بود. فضایی عالی دارد و بهترین آرایشگران را جذب کار کرده است.

وقتی که اولین دوستم خبر سالن او را شنید گفت: "چطور توانست سالن آرایش باز کند؟ او که استعدادی ندارد. توانایی ندارد. مانند من در نیویورک آموزش ندیده و از همه مهمتر تجربه ندارد. یک سال بیشتر طول نمی کشد و شکست می خورد."

شاید شکست بخورد. آمار نشان می دهد که 90 درصد تمامی تجارتهای ظرف پنج سال اول شکست می خورند. از طرف دیگر شاید هم شکست نخورد. نکته این است که او دست به کار شد. شهامت شکل دادن به زندگی اش را دارد. برای کشف، پرورش و اهداء نبوغ خود به جهان باید شهامت داشته باشید.

80 درصد کسانی که بیش از سه میلیون دلار در بلیط بخت آزمایی برنده می شوند ظرف سه سال ورشکسته می شوند. علت این است که پول به تنهایی نمی تواند افراد را ثروتمند کند. این افراد ممکن است به ارقام حسابداری خود اضافه کنند اما این ارقام آنها را ثروتمند نمی کنند زیرا که روش فکر کردن آنها تغییر نکرده است.

فکر شما بی انتها است. شک و تردیدهای شما است که محدودیت ایجاد می کند. "این راند" نویسنده کتاب "اطلس شانه هایش را بالا انداخت" می نویسد: "ثروت محصول توانایی انسان برای تفکر کردن است." پس اگر آماده تغییر زندگی خود هستید فضایی را به شما معرفی می کنم که در آن به ذهن خود اجازه تفکر بدهید و ثروتمندتر شوید.

وقتی که بزرگ شدید می خواهید چه کاره شوید؟

بچه که بودم پدر واقعی من به من گفت که مدرسه بروم نمره های خوب بگیرم تا شغلی امن و ثابت داشته باشم. برای گوشه کارمندی مرا برنامه ریزی می کرد. مادرم می خواست که من وکیل یا پزشک شدن را در نظر بگیرم. او مرا برای گوشه شغل آزاد برنامه ریزی می کرد و می گفت: "در این صورت شغلی مطمئن داری که هرگز سقوط نمی کند." پدر پولدارم به من گفت که اگر می خواهم ثروتمند شوم باید صاحب شرکت باشم یا سرمایه گزار شوم. او مرا برای گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران برنامه ریزی می کرد.

وقتی که از ویتنام برگشتم باید تصمیم می گرفتم که به کدام توصیه گوش بدهم. شما هم با همین مسئله روبرو هستید.

یکی از دلایل تشکیل شرکت خود این است که می خواهید شان و رتبه خود را حفظ کنید. این دلیل کم اهمیت نیست. جهان پر از زورگویان و افراد کوتاه فکر است که ممکن است رئیس یا مدیر یا همسایه و یا حتی دوست شما باشند و شما نمی خواهید تحت فشار دیگران باشید. می خواهید اختیار زندگی خود را به عهده بگیرید. می خواهید شهامت بی اهمیت کردن زورگویانی که اطراف شما هستند را بدست بیاورید و آزادی فکر و عمل داشته باشید.

طرز فکر ماسراتی

حال سوالی را دوباره مطرح می کنیم: "کجا زندگی می کنید؟" حال می توانید ارزش پرش از یک گوشه پول نقد به گوشه دیگر را بفهمید. تنها ساختاری متفاوت نیست بلکه روش برخورد هم متفاوت است.

بله همه اینها درباره تجارت است اما از طرف دیگر فقط تجارت نیست. تجارت شکل خارجی آن است. بستن اسب کشاورزان به چرخهای یک خودروی ماسراتی آن را به خودرو مسابقه ای تبدیل نمی کند. مهارت، آموزش و از همه مهمتر طرز فکر راننده مسابقات رانندگی لازم است.

در زندگی اقتصادی هم همین طور است. باید طرز فکر کارآفرینها را داشته باشید. طرز فکر کارآفرین در اصل مصمم بودن بودن است.

یکی از زیباییهای تجارت قرن بیست و یکم این است که تمامی زمینه های تجاری از قبل برای شما آماده شده است.

شما مسئول انجام کارها هستید پس هیچ کس به غیر از خود را سرزنش نمی کند.

شما لازم نیست مثل من همه چیز را از اول شروع کنید. یکی از زیباییهای تجارت قرن بیست و یکم این است که تمامی زمینه های تجاری از قبل برای شما آماده شده و رهبرانی با تجربه متعهد به موفقیت شما آماده راهنمایی شما هستند.

اما اشتباه نکنید. اگر قرار باشد موفق شوید این شما هستید که باید موفقیت را ایجاد کنید. برای این هم طرز فکر یک کارآفرین لازم است. وگرنه هر قدر که تجارت شما موفق باشد و آموزگاران شما عالی باشند باز هم نتیجه گرفتن مشکل خواهد بود.

طرح تجارت این کتاب که در قسمت دوم مطرح می شود مانند خودرو مسراتی است اما شما راننده آن هستید. شما از همه چیز مهمتر هستید. آیا آماده گرفتن فرمان هستید؟ آیا شایستگی آن را دارید؟

فصل ششم

زمان آن رسیده که کنترل را بدست بگیریم

در سال 1985 من و همسر کمیم بی خانمان و بیکار بودیم. پس انداز کم و کارتهای اعتباری ما تا آخر خرج شده و در یک خودروی قدیمی و قهوه ای تویوتا با خواباندن صندلیها، شب را می گذرانیدیم. آخر هفته ای که در خودرو خوابیدیم تلخی این واقعیت که کی هستیم، چه می کنیم و به چه جهتی می رویم، آرام آرام اثر می کرد.

پس از این که یکی از دوستان ما متوجه وضعیت بسیار بد ما شد اتاقی را در زیرزمین منزلش به ما داد. وقتی که دوستان و فامیل از وضعیت ما خبردار شدند اولین حرفی که می زدند " چرا سرکار نمی روید؟" بود. اول برای توضیح دادن تلاش کردیم اما روشن کردن افراد کنجاوی که حسن نیت داشتند کار آسانی نبود. وقتی با کسی که شغل داشتن را ارزش می داند صحبت کنید توضیح این مسئله که چرا شما شغل نمی خواهید مشکل است.

گاه و بیگاه پول کمی بدست آورده و شغلهای کوتاه مدت داشتیم. اما تنها می توانستیم شکم خود را سیر کنیم و بنزین در خودرو که منزل ما بود بزنیم.

باید اعتراف کنم که در لحظاتی که شدیداً شک به خود قوت می گرفت به فکر شغلی مطمئن و حقوق ماهانه می افتادم. اما از آنجاییکه امنیت شغلی هدف ما نبود مقاومت کردیم و روز به روز لیه پرتگاه مالی حرکت می کردیم. می دانستیم که قادر به پیدا کردن شغلی مطمئن با حقوق خوب هستیم. هر دوی ما مدرک کالج، مهارت خوب و وجدان کاری محکم داشتیم. اما امنیت شغلی نمی خواستیم. بدنبال آزادی اقتصادی بودیم.

در سال 1989 میلیونر شدیم.

اغلب مردم می گویند: " پول پول می آورد." این مزخرف است. سفر ما از بی خانمانی تا میلیونری ظرف چهار سال انجام شد و بعد از پنج سال دیگر آزادی اقتصادی واقعی داشتیم. برای این سفر پول لازم نبود. وقتی که شروع کردیم پول نداشتیم. در واقع قرض هم داشتیم و هیچ کس هم پولی به ما نداد.

همچنین داشتن تحصیلات عالی ضروری نیست. تحصیلات دانشگاهی برای حرفه های سنتی لازم است و تولید ثروت تحصیلات دانشگاهی نمی خواهد.

اگر برای پول پول لازم نیست و تحصیلات دانشگاهی هم برای بی نیازی اقتصادی لازم نیست پس چه چیزی لازم است؟ آرزو، عزم، خواستن برای یادگیری سریع و فهم گوشه پول نقدی که در آن هستید؛ لازم است.

سخت کوشی شما را ثروتمند نمی کند

عقیده عجیبی در فرهنگ ما وجود دارد که می گوید: "اگر سخت کوش باشید موفق خواهید شد." عجب حرف بیخودی! مصیبت این است که اکثر مردم را شستشوی مغزی داده اند تا آن را بپذیرند و با این که هزاران مدرک بر علیه آن دیده می شود اکثرا آن را پذیرفته اند.

چه مدرکی؟ اطراف خود را نگاه کنید. آیا کسی را می بینید که تمام عمر خود را به سختی کار کرده و با سرافکندگی و قلب شکسته کم و بیش تنها قادر به امرار معاش باشد.

البته که می بینید. همه ما چنین افرادی را می بینیم. جهان پر از افراد پرکار است که قطعا وضع اقتصادی خوبی ندارند. بدتر از همه این که برخی از این افراد به این نتیجه رسیده اند که شاید مقصر آنها هستند و این شکست شخصی آنها است. با این که همه کارهای درست را انجام دادند مثمر ثمر نشد. شاید به اندازه کافی کار نکردند یا این که خوش شانس نبودند. شاید هم اصلا برای موفقیت ساخته نشده اند.

اینها همه مزخرف است. مشکل این است که افسانه سخت کوشی یک افسانه است.

اشتباه نکنید. منظور من این نیست که تولید سرمایه و آزادی اقتصادی سخت کوشی لازم ندارد. سخت کوشی لازم دارد و خیلی هم لازم دارد. امیدوارم که شما آن قدر بی تجربه نباشید که حرف عده ای احمق را قبول کنید که تولید ثروت آسان و سریع یا بدون زحمت است. اگر بی تجربه هستید پلی دارم که با قیمت بسیار ارزان می توانید خریداری کنید و تمامی وامهای مسکن به افراد فاقد شرایط و مشکلات اعتباری مناسب شما هستند.

خیر. سخت کوشی لازم است. سوال این است که آیا سخت کوشی به تنهایی کافی است؟ می توانم صدای شما را بشنوم: "چه کاری؟" پول درآوردن! اما تندروی نکنید زیرا که حقیقت تلخ و سرد پشت طرز فکر نادرست ما است: سخت کوشی برای تولید درآمد هرگز سرمایه ایجاد نمی کند.

افرادی که برای حقوق کار می کنند هر چه که بیشتر کار کنند مالیات بیشتری باید بپردازند. برای پول درآوردن نباید سخت کار کرد. هر چه درآمد شما باشد آن را خرج کرده و باز باید کار کنید.

ممکن است بپرسید پس چه باید کرد؟ باید کنترل را بدست گرفت.

کنترل چه چیزی را؟ هر چه که تلاش کنید کنترل بیشتر مسائل زندگی را نمی توانید بدست بگیرید. کنترل بازار، کارمندان و اقتصاد در دست شما نیست. آنچه که قابل کنترل است منبع درآمد شما است.

مشکل چیست؟

بیشتر افراد ثروتمند از راه ساختن یک تجارت ثروتمند می شوند. بیل گیتس شرکت میکروسافت و مایکل دل شرکت کامپیوتر دل را در خوابگاه می سازد. هنوز از هم از نظر تاریخی تعداد بسیار کمی از افراد را می بینیم که در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ هستند. این قسمت بهترین مکان برای شروع ساختن ثروت واقعی است اما موانعی وجود دارد که جلوی اکثر مردم را گرفته است.

اول این که بیشتر مردم پول نقد لازم برای آغاز تجارت خود را ندارند. امروزه بطور متوسط پنج میلیون دلار برای شروع تجارتی که مال شما است لازم است. دوم این که از صفر شروع کردن برای ساختن تجارت خود یکی از پرریسک ترین راههای ممکن است. شکست ظرف پنج سال اول 90 درصد است و اگر شرکت تازه شما شکست بخورد چه کسی پنج میلیون دلار زیان را متحمل می شود. در سالهای اول تجارت دوبار شکست خوردم و با این که به ورشکستگی دچار نشدم بدون این که مانند بانکها کمک دولت در کار باشد، میلیونها دلار زیان دادم.

وقتی که تجارت خود را آغاز می کنید معمولاً اجاره، آب و برق و سایر هزینه ها شامل حقوق کارمندان و کارپردازان باید توسط شما پرداخت شود وگرنه باید تجارت را تعطیل کنید. بنابراین تنها شما هستید که حقوق دریافت نمی کنید. با آغاز تجارتی تازه حتی اگر موفق باشد ممکن است پنج تا ده سال بدون حقوق مجبور به کار باشید.

فراموش نکنید که من و همسرم کیم در تویوتای کهنه می خوابیدیم. راحت نبود. می توانستیم با استخدام شدن به راحتی سقفی بالای سرمان داشته باشیم اما با همه بدبختیهایی که داشت و باور کنید که داشت، بی خانمان بودن را به استخدام شدن ترجیح دادیم زیرا که آرزوی ما این بود که صاحب تجارت خود باشیم و در گوشه صاحبان تجارتهای بزرگ باشیم.

اکثر مردم استقامت فکری، روحی، جسمی یا مالی برای تحمل چنین شرایطی را ندارند. ممکن است بی رحمانه باشد و معمولاً هم همین طور است.

شعبه شرکتهای زنجیره ای شدن

شعبه شرکتهای زنجیره ای شدن قسمت عمده ریسک را از بین می برد. با خرید حق امتیاز شرکتهای زنجیره ای بزرگ مانند مک دونالد یا سابوی احتمال موفقیت شما بصورت قابل توجه بالا می رود و قسمت عمده ای از کار انجام شده است. اما باز هم با مشکل شماره یک روبرو هستید. باید سرمایه اولیه داشته باشید. هزینه حق امتیاز این شرکتهای بین یک صد هزار تا یک میلیون و 500 هزار دلار یا حتی بیشتر است و قیمتش هم همین است. بعد هم باید ماهانه برای آموزش، تبلیغ و حمایتی که از مرکز دریافت می کنید، مبلغی بپردازید.

اما با همه این حمایتها تولید ثروت زیاد تضمین نمی شود. خیلی وقتها در حالی که شعبه شما زیان می دهد باز هم باید به مرکز مبلغی را بپردازید. حتی اگر شعبه موفق باشد احتمال آن است که تا چند سال اول حتی پول خود را نتوانید برگردانید. به علاوه از هر سه شعبه شرکتهای زنجیره ای یکی ناموفق است.

وقتی که پدر فقیرم پنجاه ساله بود آنقدر بیبیاک بود که نامزد انتخابات فرمانداری هاوایی شد. فرماندار وقت که پدرم علیه او فعالیت می کرد رئیس او بود. پدرم نه تنها در انتخابات شکست خورد بلکه رئیس او گفت که دیگر نمی خواهد با او کار کند و او را اخراج کرد. او هم تمام پس اندازش را جمع کرد و شعبه ای از یکی از شرکتهای زنجیره ای که ظاهرا شکست نمی خورد را باز کرد.

شرکتی که قرار نبود شکست بخورد، شکست خورد. پدرم هم نه تنها شکست خورد بلکه همه چیزش را از دست داد.

از نظر تئوری شعبه شرکتهای بزرگ شدن عالی است اما در عمل قمار است قماری که برای نشستن سر میز آن باید کلی پول بپردازید.

قدرت درآمد غیرفعال

آیا تاکنون از برخی از دستشوییها که برای مصرف کمتر آب طراحی شده اند، استفاده کرده اید. تا وقتی که با دست شیر آب را نگه دارید آب می آید وگرنه آب قطع می شود.

درآمد اکثر مردم مانند شیر آب این نوع دستشویی است. کار می کنید تا کمی پول بیاید به محض این که کار نکنید پول قطع می شود. به این طریق هرگز آزادی اقتصادی بدست نمی آید. آنچه که لازم دارید شیری است که پول آن قطع نشود و در صورتی که آن را رها کنید به خودی خود پول تولید کند.

نه فقط امروز و فردا و هفته بعد بلکه درآمد تامین شده برای همیشه لازم است. به این نوع درآمد، درآمد غیرفعال یا درآمد پسماند می گویند که مستمر است. این درآمد مدتها بعد از این که تلاش مالی شما متوقف شده ادامه دارد.

پرش به گروه صاحبان شرکتهای بزرگ قدمی بزرگ در این جهت است اما همه تجارتهای قادر به تولید درآمد غیرفعال نیستند. اگر رستوران دارید تنها تا زمانی که غذا آماده کنید و به مشتریان بدهید درآمد دارید. اگر کولر و تهویه مطبوع تعمیر می کنید تا زمانی که این نوع خدمات را فراهم می کنید درآمد دارید. حتی پزشکان و وکلای پردرآمد تا زمانی که بیمار یا موکل ببینند درآمد دارند. اگر به مدت یک هفته هیچ بیمار و موکلی به دانش آنها نیاز نداشته باشد آن هفته درآمد آنها مانند شیرآب فنی قطع می شود.

اکثر مردم به درآمد غیرفعال نیاز دارند. دونالد ترامپ و من ساختار بسیاری از تجارتهای را بررسی کردیم و در کتاب "می خواهیم شما ثروتمند شوید" راههای درآمد غیرفعال را عنوان کردیم.

البته این تنها عنوان یک کتاب نیست. ما می خواهیم شما ثروتمند شوید. ثروت مانند یک بازی نیست که اگر یکی پولدار شود دیگری پول از دست می دهد. اگر شما ثروتمند شدید پول من یا دونالد یا دیگری کم نمی شود. جهانی که در آن زندگی می کنیم وفور و فراوانی دارد و انرژی، مواد، نبوغ، خلاقیت و هفتمندی به اندازه کافی برای این که تمامی افراد روی زمین ثروتمند شوند، وجود دارد.

تا اینجا چه چیز را متوجه شدیم؟ اول این که یک نوع طرح تجارت است که از بقیه بالاتر است. این طرح درآمد غیرفعال تولید می کند اما برای شروع به مقداری پول نقد نیاز داریم. هزینه آن نسبتا کم است و بصورت کار نیمه وقت می تواند درآمدی برای کارآفرین ایجاد کند که شغل خود را رها کند.

این طرح بازاریابی شبکه ای است و بقیه این کتاب در این مورد است.

قسمت دوم

یک تجارت و هشت دارایی تولید کننده ثروت

هشت دلیل که بازاریابی شبکه ای می تواند آینده شما را تامین کند

سالهایی که به تجارت مشغول بوده ام

باید افشاگری کامل کنم. هرگز در تجارت بازاریابی شبکه ای نبوده ام. توزیع کننده یا صاحب هیچ یک از شرکتهای بازاریابی شبکه ای نیستم و نفع مالی در هیچ یک از این شرکتها ندارم و شرکت خصوصی را تبلیغ نمی کنم. اما به عنوان یک قهرمان و مدافع بازاریابی شبکه ای سالها فعالیت کرده و علت آن را در این فصل توضیح می دهم.

اولین بار در سال 1975 دوستی از من دعوت کرد تا در نشست شرکت کنم که به منظور معرفی یک فرصت تجاری جدید برگزار می شد. از آنجاییکه به بررسی فرصتها و سرمایه گزاریهای جدید عادت داشتم پیشنهاد او را پذیرفتم اما از این که این نشست در منزل شخصی برگزار می شد تعجب کردم. به مدت سه ساعت درباره ارزش تاسیس تجارت شخصی به جای استخدام شدن سخنرانی ادامه داشت. با بیشتر نکاتی که مطرح شد موافق بودم. دست آخر دوستم نظرم را پرسید. گفتم: "جالب است اما نه برای من."

در آن وقت شدیداً گرفتار برپا کردن یک تجارت بودم. پس چرا بخواهم با دیگران تجارتی برپا کنم. به علاوه بازاریابی شبکه ای بود. واقعا معنی آن را نمی دانستم اما فکر کردم که منظور آنها را می فهمم. در هر حال مطمئن بودم که بدرد من نمی خورد.

پس از اولین نشست بازاریابی شبکه ای طولی نکشید که تجارت کیف ورزشی من که با دو دوست شروع کرده بودم به شدت بالا گرفت. دو سال کار سخت نتیجه داد. موفقیت، شهرت و پول به من و دوستانم روی آورد. قسم خورده بودیم که تا سن سی سالگی میلیونر شویم و با سخت کوشی و فداکاری به هدف رسیدیم. (این به دهه هفتاد میلادی برمی گردد که یک میلیون دلار ارزش فراوان داشت). از شرکت و تولیدات ما در مجله های "سرفر"، "رانرز ورلد" و "جنتلمنز کورترلی" مطلب نوشته بودند.

در جهان کالاهای ورزشی اجناس ما مطرح و از سراسر جهان از ما جنس می خواستند. یک موفقیت کامل بود.

هرگز درباره بازاریابی شبکه ای فکر نکردم یا حداقل یک دهه گذشت و درباره آن فکر نکردم.

باز شدن ذهن

سالها گذشت تا ذهنم آرام آرام باز شود. تجارت کاملا موفق پس از چند سال شکست خورد. این تجربه ای توام با شکست اما مثبت بود زیرا که چشمهایم را باز کرد تا بهتر به اطرافم نگاه کنم و سوالهای بیشتری بپرسم. تازه بیشتر چیزهایی که پدر پولدارم به من یاد داد را متوجه شدم و مال اندیشی پیدا کردم. طولی نکشید که تجارت موفق دیگر و بعد از آن تجارتي دیگر شروع کردم که این بار شکست نداشتند.

متوجه شدم که موفقیت شخصی رضایت بخش است اما وقتی کمک کنید تا عده زیادی به موفقیت شخصی برسند رضایت شما بیشتر هم می شود.

در آن سالها این فکر توجه ام را به شدت جلب کرد که نه تنها خود ثروتمند شوم بلکه به دیگران کمک کنم تا آنها هم به ثروت برسند. متوجه شدم که موفقیت شخصی رضایت بخش است اما وقتی که کمک کنید تا عده زیادی به موفقیت شخصی برسند رضایت شما بیشتر هم می شود.

ظرف پانزده سال بعد از آن نکات منفی درباره بازاریابی شبکه ای می شنیدم که عمده آن از طرف افراد آشنا بود. نهایتا تصمیم گرفتم که خود بررسی کنم.

در اوایل دهه نود میلادی با دوستی به نام بیل برخورد کردم که چندین میلیون دلار در آورده و بازنشسته شده بود. حین گفت و گو در کمال تعجب متوجه شدم که او در تاسیس یک شرکت بازاریابی شبکه ای فعالیت دارد.

بیل بسیار زرنگ و دانا است. می دانستم که او تازه پروژه ساختمان سازی یک میلیارد دلاری را تمام کرده است. از او پرسیدم که چرا می خواهد در بازاریابی شبکه ای وارد شود.

گفت: " سالها است که مردم از او درباره سرمایه گذاری در ملک و املاک سوال می کنند. آنها می خواهند ببینند که آیا می توانند با من سرمایه گذاری کنند. اما نمی توانند زیرا که اکثر آنها پنجاه تا صد هزار دلار لازم برای شرکت در سرمایه گذاری را ندارند. در واقع بسیاری از آنان اصلا پولی ندارند.

برخی دو ماه حقوق با ورشکستگی فاصله دارند. بنابراین بدنبال معاملات ارزان که نیازی به سرمایه گزاری ندارد می گردند که این نوع سرمایه گزاری غلط است. در بازاریابی شبکه ای می توانم به مردم کمک کنم تا سرمایه لازم برای کارهای دیگر را بدست بیاورند. هر چه تعداد افراد بیشتر باشند سرمایه گزار بیشتری دارم."

وی افزود: "به علاوه دوست دارم با افرادی کار کنم که واقعا تشنه یاد گرفتن و رشد هستند. کارکردن با افرادی که فکر می کنند همه چیز را می دانند لطفی ندارد. این مشکل در معاملات ملکی اغلب برای من پیش می آید. افرادی که در بازاریابی شبکه ای با من کار می کنند اغلب از شنیدن عقاید جدید خوشحال می شوند."

بعد از چند دقیقه که از مکالمه ما گذشت باید با عجله به فرودگاه می رفتم اما طی ماههای بعد به مکالمه ادامه دادیم و هر چه که بیشتر صحبت کردیم نظرم نسبت به بازاریابی شبکه ای بهتر شد.

در سال 1994 تحقیق دقیق درباره این تجارت را آغاز کردم. به تمامی نشستها رفتم و با دقت گوش دادم. شرکتهای مختلف آن را با دقت مطالعه کرده و مدارک آنها را از نزدیک با دقت زیاد مانند سایر تجارتهایی که قصد سرمایه گزاری در آنها را داشتم، بررسی کردم. حتی به چند شرکت ملحق شدم تا از نزدیک کارهای آنها را ببینم تا از درون این شرکتها تجربه کسب کنم.

در نهایت وقتی که با برخی از رهبران این شرکتها ملاقات کردم از این که برخی از آنان باهوشترین، مهربانترین، اخلاقی ترین، مذهبی ترین و حرفه ای ترین افرادی بودند که در تمام زندگی تجاری خود دیده بودم، حیرت زده شدم. وقتی که پیش داوری را کنار گذاشتم و با افراد این شرکتها ملاقات کرده، به آنها احترام گذاشته و احساس نزدیکی کردم، قلب این تجارت را درک کردم و از یافته هایم شگفت زده شدم.

اولین باری که در سال 1975 فرصت آشنایی با این شرکتها را داشتم، فکرم بسته بود. این بار پس از بیست و چند سال نظرم کاملا تغییر کرده است.

گاهی از من می پرسند: "چرا بازاریابی شبکه ای را به عنوان راهی برای تولید ثروت به مردم معرفی می کنید در حالی که خود شما از این راه ثروتمند نشده اید؟"

در واقع به این دلیل که من ثروتم را از راه بازاریابی شبکه ای بدست نیاورده ام می توانم تحلیل عینی تر از این تجارت داشته باشم. به عنوان کسی خارج از این تجارت است و پس از این که ثروت و آزادی اقتصادی خود را بدست آوردم، این تجارت را درک کردم.

اگر امروز قرار بود که از اول تجارت را شروع کنم به جای این که از روشهای سنتی تجارت استفاده کنم، به بازاریابی شبکه ای روی می آوردم.

بازاریابی شبکه ای در واقع چیست؟

قبلا گفتم که هرگز به عنوان یکی از اعضای بازاریابی شبکه ای درگیر کار نبودم اما کسی را می شناسم که کار کرده و از او خواستم تا نظراتش را در این کتاب عنوان کند.

جان فلمینگ از دوستان من است که اول مهندس معماری بود و مدتی را برای مایس وندر روه کار می کرد. از آنجاییکه مهندس معماری بود طراحی و ساختمان عملی در کارش دیده می شد و به همین دلیل است که روش برخورد او با بازاریابی شبکه ای را تحسین می کنم. به عبارت دیگر او کسی است که ارزش ساختمانی که مدتها پابرجا باشد را درک می کند.

"جان" چهل سال تجربه اش در بازاریابی شبکه ای را در این قسمت منتقل می کند. او صاحب و رئیس شرکت خودش است و سمتهای اجرایی در شرکتهای متفاوت شامل پانزده سال سمت معاون منطقه ای و معاون راهبردی فروش، آموزش و توسعه در یکی از بزرگترین و معروفترین شرکتهای داشته است. او فعالانه در گروههای مختلف تجاری کار کرده و در سال 1997 از موسسه آموزش فروش مستقیم بالاترین جایزه ممتاز (جایزه گروه ممتاز) را دریافت کرده است. امروزه جان به عنوان ناشر و سردبیر مجله "دیرکت سلینگ نیوز" را به عهده دارد. این مجله برای روسای بازاریابی شبکه ای و فروش مستقیم منتشر می شود.

رابرت: جان برای خوانندگان که ممکن است کاملا اطلاع نداشته باشند، بازاریابی شبکه ای و اهمیت آن را توضیح دهید.

جان: بازاریابی شبکه ای از اواسط قرن گذشته به شکلهای مختلف وجود داشته است. ایده اصلی هم ساده و هم عالی است. به جای این که پول زیاد در آژانسهای حرفه ای مختلف و کانالهای بازاریابی متفاوت برای تبلیغ کالا و خدمات صرف کنیم، چرا پول را به افرادی که کالا را می خواهند و به دیگران هم خبر می دهند، ندهیم.

این دقیقا کاری است که یک شرکت بازاریابی شبکه ای انجام می دهد. قسمتی از فروش هر کالا را به دایره نمایندگان مستقل می دهند که شخصا خود با شوق ترین و متعهدترین مشتریان آن کالا هستند.

رابرت: برای روشن شدن مطلب من نقش مخالف را بازی می کنم. چطور کار می کند؟ منظورم این است که آیا عده ای از مردم عادی که مهارت بازاریابی ندارند می توانند رقابت کنند و فروش قابل توجه تولید کنند؟

جان: در واقع زیبایی این کار همین است. هر بازاریاب حرفه ای، تهیه کننده هالیوود و شرکت غول آسا می دانند که قویترین راه تبلیغ توصیه مردم به یکدیگر است. به همین دلیل است که در تبلیغهای تلویزیونی افرادی را می آورند که مانند مادر، همسر، بهترین دوست یا کودکان شما حرف می زنند. آنها توصیه مردم به یکدیگر را تقلید می کنند.

در بازاریابی شبکه ای از کار واقعی استفاده می کنیم. قدرت اصلی این طرح همان "تغییر نسبت غیرمعین" است که خود تو رابرت به آن اشاره کرده ای. تغییر نسبت غیرمعین یعنی به عنوان نماینده شرکت نه تنها از کالاهایی که خودت می فروشی درصد می گیری بلکه از کالاهایی که افرادی که توسط شما ارجاع شده اند، مستقیم و غیرمستقیم؛ درصد می گیری.

آیا واقعا کار می کند؟ جواب آن را می دانید. فروش مستقیم یا فروش بازاریابی شبکه ای امروزه بیش از 110 میلیارد دلار سالانه در سراسر جهان است که تقریبا معادل اقتصاد زلاند نو، پاکستان یا فیلیپین است. (اغلب موارد این طرح تجارت را با واژه های فروش مستقیم یا بازاریابی شبکه ای توصیف می کنم زیرا که امروزه بیشتر شرکتها فروش مستقیم را با تمرکز بر بازاریابی شبکه ای انجام می دهند. اما در این کتاب از بازاریابی شبکه ای استفاده می کنم.)

یکی از دلایل رشد ادامه دار فروش کل از بازاریابی شبکه ای، نفع طرفین است. سطح نفوذ در بازار و آگاهی مشتری از طریق بازاریابی شبکه ای به حدی است که از طریق فروش سنتی بسیار مشکل و پرهزینه است. به علاوه نماینده مستقل فرصت سود قابل توجه دارد.

چگونه کار می کند؟ با استفاده از قدرت توصیه مردم به یکدیگر و رابطه بین اشخاص شبکه ای اساسی ساخته می شود که کالاها یا خدمات شرکت را عرضه می کنند.

رابرت، شما درباره گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ که حداقل 500 کارمند دارند صحبت می کنید. در بازاریابی شبکه ای کسی را استخدام نمی کنید بلکه عده ای را به عنوان نمایندگان مستقل حمایت می کنید. اما پویایی اقتصادی همان است. وقتی که نمایندگان مستقل به 300، 400 و یا 500 نفر برسند سازمانی قوی که درآمد قابل توجه دارد، شکل گرفته است.

سایرین درباره بازاریابی شبکه ای چه نظری دارند

همانطور که جان می گوید نتیجه بخش بودن این طرح است که آن را قدرتمند می کند و این هم تنها حرف ما نیست.

تام پیترز کارشناس معروف مدیریت و نویسنده کتاب پر فروش "در جستجوی تعالی" درباره بازاریابی شبکه ای می نویسد: "اولین حرکت انقلابی اصیل در بازاریابی از زمان آغاز بازاریابی نوین است که در "دانشگاه بازرگانی هاروارد" و شرکت "پراکتر و گمبل" بیش از 50 سال قبل آغاز شد."

درباره موفقیت روزافزون بازاریابی شبکه ای در مجله های فوربس، فورچون، نیوزویک، تایم، یواس نیوز اند وورلد ریپورت، یو اس ای تودی، نیویورک تایمز و وال استریت ژورنال نوشته اند. پانزده سال قبل حتی یکی از این نشریات را نمی توانستید متقاعد کنید تا در این باره مطلبی بنویسد. حال به مقاله مجله فورچون که اخیرا درباره بازاریابی شبکه ای نوشته شده توجه کنید:

امروزه، بازاریابی شبکه ای توسط بسیاری از کارشناسان و بازرگانان موفق به عنوان یکی از طرحهای تجاری با سریعترین رشد شناخته شده است.

"آرزوی یک سرمایه گزار... مخفی ترین تجارت جهان... صنعتی با رشد سالانه مداوم، درآمد سالم، سود بالا در برابر سرمایه و دورنمای مثبت طولانی مدت برای گسترش جهانی است."

وارن بافته و ریچارد برانسون خیلی با هم تفاوت دارند. بافته سوار وانت می شود و در اوماها زندگی می کند. برانسون سوار خط هواپیمایی خودش می شود و در جزیره اش در جزایر ویرجین بریتانیا زندگی می کند. اما آنها سه وجه اشتراک دارند. هر دو میلیارد هستند. هر دو بسیار بسیار کاربردی هستند و هر دو شرکتهای بازاریابی شبکه ای دارند.

آیا متوجه مطلب شدید؟

سیتی گروپ، جاک، لوریل، مارس، رمینگتون و یونی لور همه چه وجه اشتراکی دارند؟ همه آنها دستی به آب بازاریابی شبکه ای زده و در بعضی موارد کاملا وارد آب شده اند.

امروز بازاریابی شبکه ای توسط بسیاری از کارشناسان و بازرگانان موفق به عنوان یکی از طرحهای تجاری با سریعترین رشد شناخته شده است.

فصل هشتم

درآمد داشتن اصل نیست بلکه داراییهایی است که تولید درآمد می کنند

تعجبی نیست که بسیاری از مردم ارزش بازاریابی شبکه ای را نمی دانند. بسیاری از کسانی که با آن درگیر بوده اند هم دقیقاً ارزش آنچه که در دست دارند را نمی دانند.

وقتی که مردم درباره نشستهای بازاریابی شبکه ای می شنوند، اغلب سوال آنها این است: "اگر شروع به کار کنم سودش چقدر است؟" به همین دلیل است که وقتی صحبت‌های افراد شرکت کننده را می شنوید همه درآمد ماهانه را می خواهند.

دلیلی که مردم درآمد ماهانه را می خواهند این است که هنوز از نقطه نظر کارمندی یا شغل آزاد فکر می کنند. آنها می خواهند درآمد ماهانه ناشی از کارمندی یا شغل آزاد را جبران کنند.

اما ارزش واقعی بازاریابی شبکه در این نیست. مشکل این است که درآمدی که از کار بدست می آید شدیداً محدود است و منحنی آن خطی است. یک ساعت کار یک دلار، دو ساعت کار دو دلار. درآمد به کار شما وابسته است پس هیچ وقت نباید دست از کار بکشید. همانطور که گفتم یک تله است. اکثر مردم بصورت غیرارادی این مطلب را درک می کنند اما تصور می کنند که راه فرار از این تله کار بیشتر است. اما درآمد بیشتر مسئله وابستگی درآمد به شما را حل نمی کند. در واقع اغلب درآمد بیشتر تنها موجب تنگ تر شدن تله می شود.

گوشه های صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گذاری موجب بدست آوردن درآمد نمی شوند بلکه درآمد را تولید می کنند.

حقیقت منزل شما

چیزهایی در نظر اکثر مردم دارایی هستند که در واقع تعهد و بدهی به شمار می روند. چطور بفهمیم که دارایی داریم یا بدهی، سرمایه قابل نقد شدن است یا بی ارزش است. به عبارت دیگر آیا پول به جیب شما واریز می شود یا این که از جیب شما می رود. هر کاری یا پول اضافه می کند یا پول از بین می برد. اگر چیزی برای شما تولید پول نمی کند پس دارایی نیست و بدهی است.

سالها گذشته و مردم خانه هایشان را گرو پول گذاشته تا بدهیهای کارتهای اعتباری را پرداخت کنند، مسافرت بروند، خودروهای شاسی بلند بخرند و کارهای دیگر کنند. شاید شما هم همین کار را کرده اید. اگر شما هم جزء این گروه هستید خانه را دارایی حساب کرده و مانند یک کارت اعتباری با در و پنجره به آن نگاه می کنید.

معنی دارایی را برایتان توضیح می دهم. اکثر مردم آنقدر در این مورد گیج شده اند که معنی آن را وارونه فهمیده اند. آنها فرهنگ لغت را باز می کنند و معنی آن را " چیزی که ارزش داشته باشد" می بینند. شاید درست باشد. اما مشکل لغت ارزش داشتن است. سوال:

خانه شما چقدر ارزش دارد؟

قبل از این که پاسخ بدهید این سوال را طور دیگری می پرسم:

درآمد ماهانه شما از خانه تان چقدر است؟

احتمال زیاد پاسخ شما این است که: "هیچ. در واقع هر ماه پول هم صرف تغییرات، تعمیرات و حفظ آن می کنم. دقیقاً همین است. زیرا که خانه شما دارایی نیست بلکه بدهی است.

می گوئید: "صبر کن ببینم. خانه من دویست هزار دلار ارزش دارد."

واقعا؟ کی؟ وقتی که در تاریخی فرضی آن را بفروشید؟ پس کجا زندگی می کنید؟ آیا پول فروش خانه را برای خانه ای دیگر صرف می کنید؟ البته که این طور است. پس ارزش واقعی درآمدی که بتوانید در دست بگیرید و برای سرمایه گذاری در جای دیگر استفاده کنید کجاست؟ در واقع درآمدی نیست. خانه شما دارایی نیست بلکه سوراخی در زمین است که باید پول خرج آن کنید.

چطور فرق دارایی با سوراخی در زمین را تشخیص دهیم

تعریف فرهنگ لغت را چند لحظه فراموش کنید. بیایید زندگی واقعی را در نظر بگیریم. دارایی چیزی است که برای شما کار کند تا بقیه عمر خود را صرف کار کردن نکنید. پدر فقیرم همیشه می گفت: " برای شغل کار کن." پدر پولدارم می گفت: " دارایی تولید کن."

زندگی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ قدرت دارد زیرا که وقتی تجارت را برقرار کردید در واقع دارایی ایجاد می کنید.

در تجارت " پدر پولدار " اداره هایی در سراسر جهان داریم. چه کار کنیم یا بخواهیم یا گلف بازی کنیم چکهای قابل وصول سرازیر می شوند. این درآمد غیرفعال یا پسماند است. در حالی که برای یک شغل کار نمی کنیم برای تولید دارایی سخت کار می کنیم زیرا که طرز فکر من مانند افراد ثروتمند و نه کارگر است.

از آنجاییکه داشتن یک تجارت یعنی دارایی، وقتی که تجارت بازاریابی شبکه ای برپا می کنید، نه تنها مهارتهای حیاتی زندگی را فرا می گیرید بلکه دارایی واقعی برای خود ایجاد می کنید. در یک شغل شما درآمد بدست می آورید. در بازاریابی شبکه ای به جای این که درآمد تولید کنید، دارایی تولید می کنند که تولید کننده درآمد است.

من تنها در چیزی سرمایه گذاری می کنم که درآمد داشته باشد. اگر درآمد پس دارایی است و اگر باید پول خرج آن کنم پس بدهی است. دو خودرو پورش دارم که هر دو بدهی هستند. صاحب آنها هستم اما پولی به جیب من واریز نمی کنند بلکه پول از جیب من می برند. فهم این علم نجوم نمی خواهد.

برای افرادی که این مطلب را درک می کنند اولین دارایی معمولاً تجارت است و دوم ملک و املاک است. حتی در ملک و املاک باید تفاوت گردش وجوه و افزایش ارزش سرمایه را بدانید. اکثر افراد این تفاوت را تمیز نمی دهند. وقت سرمایه گذاری در افزایش ارزش سرمایه گذاری می کنند. می گویند: " ارزش خانه من بالا رفته است. ارزش خودرو من بالا رفته است." این افزایش ارزش سرمایه و نه گردش وجوه است.

هدف از خرید ملک داشتن دارایی است نه این که با فروش آن سود بدست بیاورید. اگر قسمتی از یک ملک را صد هزار دلار خریداری کنید و بعد آن را به دویست هزار دلار بفروشید در واقع صد هزار دلار افزایش ارزش سرمایه دارید اما دارایی شما تغییری نکرده است. برای تولید سرمایه باید دارایی

داشته باشید. شما یک دارایی را از بین برده اید. مانند این است که گاوی را برای پول بفروشید. اما من ترجیح می دهم گاو را نگه دارم و شیر آن را بفروشم.

بزرگترین مشکل استخدام شدن همین است. شغل دارایی نیست. نمی توانید آن را در "ای بی" بفروشید. نمی توانید آن را اجاره بدهید و از آن سود سهام بدست نمی آید. چرا باید دهها سال و آن هم بهترین سالهای زندگی تان را صرف ساختن چیزی کنید که دارایی نیست. یا بهتر بگویم برای دیگری دارایی بسازید.

اشتباه نکنید. وقتی که استخدام می شوید دارایی تولید می کنید اما مال شما نیست.

داشتن شغل خوب را به عنوان یک ارزش در مغز ما فرو کرده اند اما هیچ ارزشی ندارید و صفر است. بدتر این که درآمد شما را با مالیاتی که بیش از اشکال دیگر درآمد است کم می کنند. در واقع همه چیز بر علیه شما است. اما باز هم برخی از افراد برای "امنیت و ثبات" شغلی حاضرند این بها را بپردازند.

اصل بازاریابی شبکه ای فروش کالا و بدست آوردن درآمد نیست

بزرگترین سوء تفاهم درباره بازاریابی شبکه ای این است که اصل این تجارت فروش کالا است. اما تجارت فروش کالا تنها درآمد دارد. مشکل این است که در صورتی که فعالیت نکنید درآمد متوقف می شود.

یک فروشنده شغل دارد. اگر پشت صندوق یک فروشگاه بزرگ کار کنید در گوشه کارمندان هستید. اگر تجارت مال شما است یا بیمه، خانه و یا جواهرآلات می فروشید در گوشه شغل آزاد قرار گرفته اید. اما در هر دو صورت شغل دارید و شغل شما فروش است.

این نمی تواند سرمایه و آزادی اقتصادی به بار بیاورد. شما به شغل دیگری احتیاج ندارید بلکه باید آدرس خود را تغییر دهید و در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ باشید.

جان: رابرت، این دقیقا درست است. افراد اغلب تصور می کنند که فروش خیلی زیاد در این تجارت موفقیت محسوب می شود. اما اصل بازاریابی شبکه ای در فروش بالایی یک نوع کالا نیست. هر قدر هم که فروشنده خوبی باشید ساعات روز محدود است و بیشتر مردم هم فکر می کنند که فروشنده خوبی نیستند.

دربازاریابی شبکه ای اصل مطلب فروش یک کالا نیست بلکه ایجاد یک شبکه است. شبکه ای از افرادی که همه نمایندگی یک نوع کالا یا خدمات را دارند.

هدف این نیست که شما یا افراد دیگر تعداد زیادی کالا بفروشند بلکه بسیاری از افراد بهترین فروشنده خودشان باشند و به تعداد معقولی از مشتریان بفروشند یا خدمات بدهند، افراد بسیار جذب و آموزش دهند تا همین کار را انجام دهند.

دلیل ایجاد شبکه ای از نمایندگان مستقل داشتن درآمد غیرفعال است که دارایی محسوب می شود.

در فصل سیزده از جان سوال می کنم تا دلیل این که بازاریابی شبکه ای مربوط به فروش یا فروشنده بودن نیست را کاملا توضیح دهد. امیدوارم که به این مسئله توجه کافی داشته باشید زیرا که نکته ای کلیدی است که خیلی ها متوجه نمی شوند. فعلا نکته ای که می خواهم تاکید شود این است که : بازاریابی شبکه ای برای درآمد بیشتر نیست بلکه تولید دارایی است.

در واقع بازاریابی شبکه ای به ایجاد هشت دارایی مربوط می شود که همه بصورت همزمان با هم هستند. در فصل بعدی به این داراییها توجه می کنیم.

فصل نهم

دارایی اول: تحصیلات تجارت برای زندگی واقعی

باید اعتراف کنم که در خواندن کند هستم. مطالعه من زیاد است اما خیلی کند هستم و اغلب برخی از کتابها را باید دو یا سه بار بخوانم تا آنها را متوجه شوم. مطلب دیگر این که در نگارش خیلی ضعیف هستم و در واقع دوبار در دبیرستان در نگارش رد شدم.

به نظر شما عجیب نیست که دانش آموز با نمره "ج" که در درس نگارش در دبیرستان رد شده و امروز هم از نظر نگارش ضعیف است هفت کتاب در فهرست پرفروشترین کتابهای نیویورک تایمز داشته باشد.

منظورم این است که نمره های خوب کافی نیستند. البته اشتباه نکنید نمی خواهم داشتن تحصیلات خوب را کم اهمیت کنم. به آموزش و پرورش اعتقاد دارم و در واقع شوق و اشتیاق من به آموزش و پرورش است. اما آموزش و پرورشی که من به آن اعتقاد دارم واقعا چیزی را به شما یاد می دهد که موجب موفقیت شما در زندگی تان می شود.

مهمترین دلیل من برای توصیه تاسیس بازاریابی شبکه ای به دیگران وجود کالاهای عالی که می تواند زندگی افراد را تغییر دهد نیست. حتی دلیل آن پولی که می تواند آزادی اقتصادی شما را فراهم کند نیست. بلکه درست است که کالاهای این تجارت اغلب عالی هستند و اهمیت زیادی برای راه تولید ثروت

قائل هستم اما اینها مهمترین منافع این تجربه نیستند. مهمترین ارزش این تجربه تحصیلات تجارت برای زندگی واقعی است.

سه نوع تحصیلات

اگر می خواهید از نظر اقتصادی موفق شوی سه نوع تحصیلات باید داشته باشید: مدرسه ای، حرفه ای و اقتصادی.

تحصیلات مدرسه ای به شما خواندن و نوشتن و ریاضیات را یاد می دهد. این تحصیلات اهمیت بسیار بویژه در جهان امروز دارد. شخصا در این نوع تحصیلات موفق نبودم و همانطور که گفتم بیشتر اوقات سطح نمره من "ج" بود زیرا که به آنچه که درس می دادند علاقه نداشتم.

تحصیلات حرفه ای به شما راه درآمد داشتن را یاد می دهد. به عبارت دیگر شما را برای گوشه های کارمندی و شغل آزاد آماده می کند. در حین جوانی افراد باهوش می خواستند پزشک، وکیل و حسابدار شوند. دیگران به مدارس حرفه ای رفتند تا دستیار پزشک، لوله کش، ساختمان ساز، برق کار و تعمیرکار خودرو بشوند.

در این قسمت هم موفق نبودم. از آنجاییکه در تحصیلات مدرسه ای موفق نبودم برای این که پزشک، وکیل یا حسابدار شوم تشویق نشدم. در عوض افسر کشتی و بعد خلبان چرخ بال شدم که در ویتنام تفنگداران آمریکایی را حمل می کردم. وقتی که 23 ساله شدم دو حرفه بلد بودم یکی افسر کشتی و دیگری خلبانی، اما از هیچ کدام برای درآمد استفاده نکردم.

تحصیلات اقتصادی به شما یاد می دهد که پول شما برای شما کار کند نه این که شما برای پول کار کنید. شاید فکر کنید که در مدرسه تجارت تحصیلات اقتصادی به شما یاد می دهند اما اصلا این گونه نیست. در مدرسه بازرگانی معمولا باهوشترین ها را برای این که رئیس اجرایی تجارت پولدارها شوند آموزش می دهند. به عبارت دیگر آنها دانشجویان خود را برای این که بالاترین قسمت شغل آزاد آموزش می دهند اما هنوز هم در قسمت شغل آزاد هستند.

بعد از این که از ویتنام بازگشتم، ادامه تحصیلات و گرفتن مدرک فوق لیسانس مدیریت بازرگانی را در نظر گرفتم اما پدر پولدارم مرا منصرف کرد. او گفت: "اگر فوق لیسانس مدیریت بازرگانی از دانشگاه سنتی بگیری، تو را برای این که کارمند پولدارها شوی آموزش می دهند. اگر می خواهی خودت ثروتمند شوی، نیازی به تحصیلات مدرسه ای نداری بلکه تحصیلات اقتصادی زندگی واقعی را لازم داری."

کارآفرین بودن و در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ بودن کار آسانی نیست. در واقع ساختن تجارتی که در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ باشد یکی از سخت‌ترین چالش‌های انسان است. به همین دلیل است که بیشتر مردم در گوشه‌های کارمندی و شغل آزاد هستند. اگر آسان بود همه همین کار را می‌کردند.

اگر می‌خواهید در یک تجارت موفق باشید باید مهارت‌های فنی لازم آن را یاد بگیرید که احتمالاً در مدرسه به شما یاد نداده‌اند. برای نمونه، توانایی منظم بودن و دستور کار خود را تنظیم کردن از این قبیل است. اهمیت این مطلب بیش از آن است که به نظر می‌رسد. افرادی که وارد بازاریابی شبکه‌ای می‌شوند گاهی این تجربه را مانند شوک فرهنگی ذکر می‌کنند زیرا که به روش قبلی خود عادت کرده‌اند. در گوشه کارمندی هر چه قدر هم که سخت کار کنید باز هم قادر به هدمند بودن، تنظیم دستور عمل، تنظیم دستور کار، استفاده درست از وقت و اجرای یک سری اقدامات مثر ثمر نیستید.

تعداد کسانی که این مهارت‌های اولیه را ندارند حیرت‌انگیز است. حیرت‌انگیز است اما نباید تعجب کرد. آخر در گوشه کارمندی به این مهارت‌ها نیاز ندارند. اما اگر وارد گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ شوند این مهارت‌ها ضروری هستند. درست به همان اندازه اهمیت دارند که کنترل دسته چک بانکی و حسابهای مالی و بررسی گزارش سالانه شرکت اهمیت دارند.

مزایای مالیات و درسی که از آنها می‌گیریم

افرادی که با بازاریابی شبکه تازه آشنا می‌شوند اغلب از این که اهمیت مزایای مالیاتی آن را و شباهت آن با کارکردن از داخل خانه را می‌بینند تعجب می‌کنند.

افراد ثروتمند معمولاً مزایای مالیاتی متعدد دارند که دیگران ندارند و اکثر مردم تا حدی این مطلب را شنیده‌اند اما از آنجاییکه بیشتر عمر خود را در گوشه کارمندی گذرانده‌اند مشخصاً مفهوم و نحوه کار این مزایا را نمی‌دانند. بنابراین افراد اغلب از این که می‌بینند خود آنها هم می‌توانند مزایای مالیاتی مشابه به ثروتمندان داشته باشند و درآمد زیادی به جیب آنها از همان روزهای اول می‌رود، تعجب می‌کنند.

با تغییرات اخیر در نظام مالیاتی، بیمه‌های مختلف برای تجارتهای کوچک و شغل آزاد در دسترس است و مزایای شخصی شما از هر وقت دیگر بهتر شده و حتی بیش از شرکتهای بزرگ و سایر شرکتهای شده است. با آغاز فعالیت بازاریابی شبکه‌ای در وقت آزاد خود و ادامه شغلی که از قبل داشته‌اید می‌

توانید از مزایای مالیاتی افرادی پولدار استفاده کنید. کسی که در وقت آزادش تجارتی دارد می تواند از هزینه های مختلف را از مالیاتش کم کند.

هزینه خانه و اداره، هزینه خودرو و بنزین، هزینه رایانه در منزل، هزینه اینترنت و تلفن، هزینه سفر و هتل و هزینه استفاده از وسائل مختلف نمونه هایی از چیزهایی هستند که ما مجبور به هزینه کردن هستیم و می توانند بصورت قانونی از مالیات کسر شوند اگر که تجارت بازاریابی شبکه ای را آغاز کنید. توجه کنید که این نمونه ها فقط برای نمونه هستند و برای مسائل مالیاتی خود باید با افراد کارشناس تماس بگیرید.

برای نمونه می توانید هزینه خودرو، بنزین، برخی وعده های غذا و تفریحات را از مالیات کم کنید. البته باید با یک حسابدار قسم خورده مشورت کنید تا بصورت دقیق توضیح دهد. بعد از مشورت با حسابدار می بینید که حتی هزینه حسابدار هم از مالیات کم می شود. به عبارت دیگر دولت در واقع به شما معافیت مالیاتی برای مشورت با افراد کارشناس می دهد تا چطور مالیات کمتر به دولت بدهید.

یکی از زیباییهای بازاریابی شبکه ای این است که نقاب از چهره راز کنار زده و زندگی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ را به شما یاد می دهد.

منظورم این نیست که فقط مزایای اقتصادی تاسیس یک تجارت جدید را در رابطه با کاهش مالیات توضیح دهم. بلکه می خواهم این نکته را یاد بگیرید که بسیاری از مردم تصور زندگی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ را ندارند.

عمده مردم فکر می کنند که صاحبان شرکتهای بزرگ در یک سیاره دیگر زندگی می کنند و به همین دلی است که وقتی از مزایای مالیاتی خبردار می شوند حیرت زده می شوند. یکی از زیباییهای بازاریابی شبکه ای این است که نقاب از چهره راز کنار زده و زندگی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ را به شما یاد می دهد.

به تحصیلات تجاری زندگی واقعی خوش آمدید.

مهارتهای زندگی

وقتی که صحبت از بدست آوردن موفقیت تجاری می شود تنها مهارتهای فنی مهم نیستند. از آنها مهمتر مهارتهای زندگی هستند که زندگی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ را مشخص می کنند. کلید

زندگی موفقیت آمیز و طولانی مدت، مهارتها و تحصیلات، تجربه های زندگی و از همه مهمتر صفات شخصی شما هستند.

مثلا من باید شک در خود، خجالت و ترس از رد شدن را کنار می زدم. بلند شدن پس از زمین خوردن یکی از مهارت‌های توسعه نفس است که باید یاد می گرفتیم. پس از هر شکست باید از زمین بلند می شدم. صرف نظر از این که بازاریابی شبکه ای یا شعبه شرکتهای بزرگ و یا کارآفرینی هدف شما باشد، برای موفقیت در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ باید خصیصه های مشخصی را دارا باشید.

اگر این خصیصه ها را در مدرسه یاد نگرفته اید و در محل کار هم با آنها آشنا نشده اید و در حال رشد در محیط خانواده هم به شما یاد نداده اند پس از کجا باید یاد بگیرید؟ از کجا تجارتي را پیدا می کنید که تحصیلات و توسعه نفس لازم را به شما یاد داده و تجارت شما را توسعه بدهد؟ بازاریابی شبکه ای توانایی انجام این کار را دارد.

جان: رابرت جالب است که همیشه تحصیلات تجاری را به عنوان مهمترین مزیت در تجارت خود می دانی و فکر می کنم که در این زمینه شایستگی زیاد داری. اغلب افراد مهارتهای لازم را یاد می گیرند و توسعه نفس از طریق تجربه در بازاریابی شبکه ای پیدا می کنند. این تجربه را ممکن است در هیچ جای دیگر بدست نیاورند.

بازاریابی شبکه ای به افراد نحوه غلبه کردن بر ترسهایشان، راه ارتباط برقرار کردن، راه فهمیدن روانشناسی افرادی که همیشه به آنها جواب منفی می دهند و نحوه مصر بودن در برابر رد شدن و سایر چالشهای زندگی را یاد می دهد.

برخی از مهارتهای حیاتی که در تحصیلات زندگی واقعی از طریق بازاریابی شبکه ای به شرح زیر هستند:

طرز فکر موفقیت آمیز

طرز لباس موفقیت آمیز

غلبه بر ترس، شک و عدم اعتماد به نفس

غلبه بر ترس از رد شدن

مهارتهای ارتباط برقرار کردن

مهارتهای انسان

مهارتهای تنظیم وقت

مهارت‌های مسئولیت پذیری

هدفمند بودن کاربردی

مهارت‌های استفاده از پول

مهارت‌های سرمایه گذاری

شرکت‌های خوب بازاریابی شبکه ای برنامه ای محکم برای آموزش در تمامی این زمینه ها فراهم می کنند. به نظر روی این تحصیلات قیمت نمی توان گذاشت.

در واقع در هیچ جا نمی توانید موقعیتی پیدا کنید که حتی با پرداخت پول همه این مهارت‌ها را به شما آموزش دهند چه برسد به این که برای آن پول هم بپردازند.

در بازاریابی شبکه ای یک جمله همیشه استفاده می شود: "کجا می توانید پول بگیرید تا یاد بگیرید." این جمله خیلی جالب است زیرا که نکته اصلی تجارت را مطرح می کند که با انجام آن یادگیری صورت می گیرد نه این که سالها در کلاس درس باشید.

بازاریابی شبکه ای مدرسه تجارت زندگی واقعی برای افرادی است که می خواهند مهارت‌های زندگی واقعی یک کارآفرین و نه یک کارمند را فراگیرند.

در بازاریابی شبکه ای آموزش تنها تئوری نیست بلکه بصورت تجربی آموزش می بینید. صرف نظر از این که به راس یک برنامه مشخص برسید یا این که درآمد زیادی نصیب شما شود، خود آموزش برای بقیه زندگی شما ارزش فراوانی دارد. بسیاری از مردم با آموزش و تجربه ای که از بازاریابی شبکه ای بدست آورده اند در تجارت‌های دیگر موفقیت چشمگیر داشته اند.

نکته اصلی و بزرگترین دلیل توصیه من ظرف ده سال گذشته برای روی آوردن به این تجارت همین است. وقتی که به یک شرکت موفق در زمینه بازاریابی شبکه ای روی می آورید، آنها نه تنها به شما آب برای شنا کردن می دهند بلکه مهارت‌ها و ویژگی‌های لازم برای موفقیت را به شما یاد می دهند.

بازاریابی شبکه ای مدرسه تجارت زندگی واقعی برای افرادی است که می خواهند مهارت‌های زندگی واقعی یک کار آفرین و نه یک کارمند را فراگیرند.

فصل دهم

دارایی دوم: راهی سودساز برای توسعه نفس

می دانم چه فکر می کنید. می گوئید: "کیوساکی آیا ساده شده ای؟ این صحبت‌های احساساتی چیست و منظور از راه توسعه نفس چیست؟ به گروه رویارویی نیاز ندارم می خواهم به هدف برسم و ثروت تولید کنم نه این که سرود مذهبی " نزدم بیا" بخوانم.

تند نرو! ساده بازی نیست و اتفاقا واقع بین هستم. ثروتمند شدن تنها به این نیست که سکه خوش شانس در ماشین قمار بیاندازید و پولها را ببرید. راه درآمد جانبی هم به این راحتی ها نیست. باید در ارزشهای اصلی خود تغییر ایجاد کنید. نه تنها عمل خود را تغییر دهید بلکه ماهیت خود را باید عوض کنید.

دونالد ترامپ دوست من یک میلیارد است اما در زمان سقوط بازار ملک نزدیک بود همه ثروتش را از دست بدهد. او صحبت بدهی نه میلیارد و دویست میلیون دلار می کرد و گفت: "از کنار یک گدا در خیابان رد می شدم و متوجه شدم که ثروت او نه میلیارد و دویست میلیون دلار بیش از من است." اما طولی نکشید که او دوباره سرپا بود. علت ماهیت او و درست تر بگویم ماهیتی که بدست آورد است.

تجربه من هم همینطور است. قبل از سی سالگی میلیونر شدم اما دو سال بعد شرکت من کاملا ورشکسته شد. از دست دادن شرکت تجربه ای خوشایند نیست اما تجربه ای با ارزش است. از آن سالها درسهای بسیار درباره تجارت و حتی خودشناسی یاد گرفتم.

بعد از شکست پدر پولدارم گفت: "پول و موفقیت افراد را مغرور و احمق می کند. حال که فقر و افتادگی در کنار تو است می توانی دوباره دانش آموز باشی و یادگیری." حق با او بود. درسهایی که از

آن تجربه گرفتم قیمت نداشت. ساختن و از دست دادن تجارتي که در سطح جهان بود، تحصیلات زندگي واقعي را به من داد که نهايتا موجب ثروت من شد. از اين مهمتر اين که اين تحصیلات موجب آزادي من شد. از همه مهمتر فهميدم که اين تحصیلات برای پول و تجارت نبود بلکه برای خودم بود.

از جان چند سوال می کنم و اگر پاسخهای او همان باشد که در ذهن من است منظورم را متوجه خواهید شد.

رابرت: جان ، واضح است که همه کسانی که وارد بازاریابی شبکه ای می شوند به یک اندازه موفق نمی شوند. به نظر شما مهمترین علت شکست افراد در بازاریابی شبکه ای چیست؟

جان: موفقیت از نظر مردم تعاریف متفاوتی دارد. چیزی که برای یک نفر مهم است برای دیگری اهمیت ندارد. برخی از افراد با افزودن به درآمد فعلی خود راضی می شوند و برخی بدنبال فرصت تجاری هستند تا توانایی تولید درآمد و اهداف زندگي خود را کاملا از این رو به این رو کنند. شکست را باید بصورت عمده تعریف کرد. درآمد هزار دلاری در ماه برای کسی که می خواهد تجارتي بزرگ تولید کند شکست محسوب می شود اما برای کسی که می خواهد درآمد اضافی برای هزینه هایش تامین کند موفقیت است.

صرف نظر از هدف افراد می دانیم که آنهايیکه در بازاریابی شبکه ای مصر هستند روز به روز بهتر می شوند. در واقع تنها راه شکست افراد ترک این تجارت است.

اما این هم نیاز به دقت کامل دارد. اگر کسی از نمایندگي استعفا دهد و رسماً اعلام کند که تجارت را رها می کند در واقع خودش را تسلیم کرده است.

این پاسخ دقیقا همان چیزی است که من فکر می کردم و همان چیزی است که در اول این کتاب گفتم. مسئله نوع تجارت شما نیست بلکه تغییر دادن خود شما است. می توانم تجارتي عالی به شما نشان دهم اما برای رشد این تجارت خود شما باید رشد کنید.

برنده و بازنده خود شما هستید

دو واژه مختلف را "جان" استفاده کرد. یکی تسلیم شدن و دیگری شکست خوردن است.

هر یک از ما بعد برنده و بازنده داریم. من هم همین طور هستم. برنده و بازنده در وجودم هست و اغلب با هم رقابت می کنند. دلیلی که اغلب مردم به جای این که موفق شوند تنها روزگار را سپری می

کنند این است که قسمت بازنده آنها غلبه می کند. اما من این طور نیستم و بر قسمت برنده فشار وارد می کنم تا خود را نشان دهد.

از کجا می توان فهمید که قسمت بازنده صحبت می کند؟ اگر جمله "توانش را ندارم." یا "خیلی ریسک دارد." یا "اگر شکست بخورم چه می شود؟" را می شنوید پس قسمت برنده مغلوب می شود و قسمت بازنده تنها به امنیت و سلامت فکر می کند.

عجیب است. بازنده صحبت از امنیت و سلامت می کند و نهایتاً ما را در یک شغل گرفتار می کند که زندگی بدون امنیت و سلامت به دنبال دارد. کجای هفته ای چهل ساعت کار کردن برای یک شرکت که احتمالاً ظرف چند سال آینده شما را اخراج می کند، یا وابسته کردن درآمد خود به حسابهای بازنشستگی (k) 401 که توسط صندوقهای سرمایه گذاری مشترک یا برنی مداف بالا کشیده شود، امنیت دارد؟

درون همه ما بازنده و برنده، آدم پولدار و فقیر، کسی که ورزش می کند و کسی که تنبل است، وجود دارد. این درگیری ادامه دارد. دلیل پیوستن به بازاریابی شبکه ای حمایت از برنده در درون خود است تا قدم علم کند و رویش بتوان حساب کرد. دوستان شکست خورده شما می خواهند شما هم روی مبل دراز بکشید و با هفته ای چهل ساعت کار امنیت اقتصادی داشته باشید زیرا که اگر مانند آنها باشید دیگر آنها را به چالش جدید دعوت نخواهید کرد. تیم بازاریابی شبکه ای شما خواهان پیشرفت شما است و می خواهد از آنچه که هستید قدمی فراتر بگذارید. از تاریخچه خود فراتر بروید و استثنایی تر و خارق العاده تر از آنچه که هستید، بشوید.

گفتن "توانایی اش را ندارم" یا "خیلی گران است" یا "فقط مزایای من را بدهید نمی خواهم این قدر سخت کار کنم و ریسک داشته باشم." آسان است اما این طرز صحبت بازنده است.

از این حقیقت ناراحت نشوید زیرا که همه ما اینها را در وجودمان داریم. من دارم و گاهی اوقات کنترل را ولو به مدتی کوتاه در دست می گیرم. هر روز صبح باید انتخاب کنم. کدام قسمت، پولدار یا فقیر باید بیدار شود؟ برنده یا بازنده کدام باید بیدار شود؟ این نبرد ما است.

در واقع هر کدام از ما انواع خصیصه ها را در درون خود و این که چه کسی می خواهیم باشیم را داریم. من می خواستم از نظر ازدواج موفق باشم و نقشی در جهان داشته و از نظر روحی آزاد باشم.

هر بار که ترسها، شکها و نقاط ضعف نفس ما پیروز می شود قسمت بازنده است که بیرون می آید. اگر تشریک اهداف را یاد بگیریم و داستانی موثر و قوی نقل کنیم غلبه بر قسمت بازنده و پیروزی و نمایان کردن قسمت برنده را یاد می دهیم. اگر نقل داستانی موثر را یاد بگیریم در واقع نشان دادن قسمت برنده را یاد می گیریم.

اغلب مردم توانایی ادامه دادن و حل ناامیدیهها را ندارند و هرگز نمی توانند هدف اصلی را دنبال کنند. مهارت لازم را هرگز به آنها یاد نداده اند. اما این خیلی مهم است. مهارتی که بتوانند زندگی در گوشه

صاحبان شرکتهای بزرگ را داشته باشند، مانند یک کارآفرین فکر کنند و این مهمترین خصیصه است که در تجارت بازاریابی شبکه ای می توان بدست آورد.

وقتی که برای شرکت زیراکس کار می کردم، دو سال کامل طول کشید تا بتوانم وارد محدوده قدرتم شده و قسمت برنده را بیرون بیاورم. آخر این دوره دو ساله نزدیک بود از کار اخراج شوم تا این که خوشبختانه اعتماد به نفسم بهتر شد. فروش من بیشتر شد و ظرف دو سال در شرکت نفر اول یا دوم بودم.

بازاریابی شبکه ای به شما فرصت روبرو شدن با ترسهایتان و مقابله با آنها و سرکوب کردن آنها را می دهد و قسمت برنده وجود شما را بیرون می آورد.

افزایش اعتماد به نفس من مهمتر از حقوقم بود. دوباره سازی اعتماد به نفس قیمت نداشت و به من کمک کرد تا میلیونها دلار پول درآورم. همیشه از شرکت زیراکس سپاسگزارم زیرا که امکان مقابله با ترس و شک صفات منفی درونم را به من داد. امروزه بازاریابی شبکه ای را به شدت سفارش می کنم زیرا که این تجارت همان فرصتی را که زیراکس برای ساختن اعتماد به نفس به من داد فراهم می کند.

بازاریابی شبکه ای به شما فرصت روبرو شدن با ترسهایتان و مقابله با آنها و سرکوب کردن آنها را می دهد و قسمت برنده وجود شما را بیرون می آورد.

اشتباه نکنید. پیوستن به بازاریابی شبکه ای و ایجاد تجارت خود به منزله شکست قسمت بازنده شما نیست. سالها طول می کشد تا آزادی اقتصادی بدست بیاید. وقتی صحبت از آزادی در این کشور می کنیم به این مهنی نیست که شما آزادی اقتصادی دارید. برای ایجاد آن زمان لازم است.

بدون هیچ ثروتی بدنیا نیامدم و بارها ثروت بدست آورده و از دست داده ام. پس احساس از دست دادن همه چیز را درک می کنم. در این روزها قسمت بازنده ما براحته می تواند کنترل را بدست بگیرد. این روزها است که امتحان می شویم. وقتی که دوستان شما می گویند: "بهت گفتم." و خانواده شما درگوشی می گویند: "فکر نمی کنی که اگر انرژی خود را صرف پیدا کردن شغل کوچکی کنی و این شبکه را رها کنی بهتر باشد؟"

به شما قول می دهم که روزهایی را می بینید که وسوسه می شوید به قسمت بازنده اجازه کنترل بدهید. اما این کار را نکنید. برنده باشید.

مدرسه پرواز

همه کرمهای ابریشم، قبل از این که پروانه شوند پيله درست می کنند. مدرسه پرواز پيله من بود. با مدرک دانشگاه وارد شدم و بصورت خلبان آماده حرکت به ویتنام خارج شدم.

اگر به مدرسه پرواز غیرنظامی رفته بودم با این که خلبان بودم فکر نمی کنم که حاضر به شرکت در جنگ بودم. آنچه که به عنوان خلبان نظامی یاد گرفتم کاملاً از آنچه که خلبانهای غیرنظامی یاد می گیرند فرق داشت. مهارت متفاوت، شدت آموزش متفاوت و واقعیت شرکت در جنگ همه چیز را متفاوت می کرد.

دو سال طول کشید تا قسمت پایه مدرسه پرواز در فلوریدا را بگذرانم. پس از گرفتن درجه به مدرسه پرواز پیشرفته در مقر نظامی پندلتون در کالیفرنیا منتقل شدم. این آموزش شدت بیشتر داشت و بیشتر جنگیدن و بعد پرواز کردن را یاد گرفتیم.

پس از اتمام دوره خلبانی یک سال فرصت داشتیم تا به ویتنام برویم. در این مدت تحت شرایط مختلف روحی، فکری، فیزیکی و احساسی پرواز می کردیم.

هشت ماه از این می گذشت که چیزی در درون من تغییر کرد. در حین یکی از پروازهای آموزشی متوجه شدم که آماده جنگ هستم. تا این لحظه از نظر فکری، احساسی و فیزیکی پرواز می کردم. عده ای به آن بصورت مکانیکی پرواز کردن می گویند. این بار بود که از نظر روحی تغییر کردم. ماموریت ما آنقدر شدید و ترسناک بود که ناگهان تمامی ترس و شک از وجود بیرون رفت و روح انسانی کنترل را به عهده گرفت. پرواز کردن قسمتی از وجودم شد. داخل هواپیما آرامش را می دیدم. هواپیما قسمتی از من بود و آماده رفتن به ویتنام بودم.

نه این که ترس نداشته باشم. هنوز هم از رفتن به جنگ ترس داشتم. ترس از مردن یا بدتر از مردن ترس از معلول شدن را داشتم. تفاوت این بود که برای جنگ آمادگی داشتم. اعتماد به نفس بیش از ترس بود.

روند تاجر و سرمایه گزار شدن هم مانند روند خلبان آماده جنگ شدن بود. دوبار در تجارت شکست خوردم تا این که خصیصه ای به نام روحیه کارآفرینی در من ایجاد شد. این روحیه است که من را در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران نگه داشته و اجازه نمی دهد که به امنیت و راحتی قسمت کارمندی و شغل آزاد بروم.

پانزده سال طول کشید تا در قسمت صاحبان شرکتهای بزرگ اعتماد به نفس و راحتی داشته باشم. شما از من خوش شانس تر هستید و نیازی به این همه سال و شکستها و تلاشهای من ندارید. از طریق بازاریابی شبکه ای می توانید تحصیلاتی که منجر به تغییر زندگی من شد را داشته باشید.

چگونه مهارت‌های تجاری زندگی ام را تغییر داد

حال که درباره آموزش نظامی و پرواز در شرایط جنگ و جنگل‌های ویتنام صحبت کردم، می‌خواهم داستانی دیگر که خصیصه ساز است بگویم که البته درباره صحنه نبرد نیست و درباره علاقه است.

اگر تحصیلات فشرده مهارت‌های تجاری زندگی واقعی را طی نمی‌کردم هرگز قادر به ازدواج با زن آرزوهایم نمی‌شدم. وقتی که برای اولین بار با کیم آشنا شدم فکر کردم که زیباترین زن جهان را دیده‌ام. قادر به صحبت کردن نبوده و نمی‌توانستم به او نزدیک شده و با او صحبت کنم. اما آموزش تجارت به من یاد داده بود که با ترس از شکست و رد شدن مقابله کنم که حسابی مثمر ثمر شد. به جای این که ته اتاق مخفی شوم و از دور به او نگاه کنم که حتما سالها قبل از آن همین کار را می‌کردم، با شجاع به سمت او رفتم و سلام کردم.

کیم روبه من کرد و لبخند زد و همان لحظه فهمیدم که عاشق شدم. زن رویاهای من بود. اما وقتی که خواستم با او بیرون بروم جواب رد داد.

رابرت کیوساکی چند سال قبل از آن ممکن بود که شکست را بپذیرد و برود. اما در آموزش تجارت سرسخت شده بودم و به اعصابم مسلط شده و دوباره تقاضا کردم. باز هم جواب رد داد. حال اعتماد به نفسم ضعیف شده و غرور مردانگی ام مخالفت می‌کرد اما یک بار دیگر هم تقاضا کردم و پاسخ منفی داد.

شش ماه گذشت. هر بار جواب منفی می‌داد. مدتی مخفی شدم و تلاش کردم زخمهای غرورم را درمان کنم. از درون جراحت داشتم. اگر مقابله با شک درونی را یاد نگرفته بودم هرگز نمی‌توانسم شش ماه به تقاضا ادامه دهم. بالاخره یک روز جواب مثبت داد و از آن به بعد با هم زندگی می‌کنیم.

این داستان را به عنوان داستانی گرم و نرم که نحوه آشنایی رابرت و کیم را نشان می‌دهد نقل نکردم. نکته ای مهم دارد. به پول و تجارت ربطی ندارد. این زندگی شما است. نحوه پول درآوردن و شغل شما نحوه رقم زدن سرنوشت و ساختن میراث شما است.

فصل یازدهم

دارایی سوم: حلقه ای از دوستانی که ارزشها و رویاهای شما مشترک دارند

شاید شنیدن این مطلب مشکل باشد اما اگر می خواهید اقتصادی متفاوت در زندگی خود داشته باشید، دوستان تازه مهمتر از شغل تازه است. دلیل این است که حتی اگر دوستان شما به شما علاقه داشته باشند و حتی اگر تظاهر می کنند دوستان کنونی، شما را روبه پایین می برند.

شاید شنیده اید که می گویند درآمد شما به اندازه متوسط درآمد نزدیکترین دوستان شما است. حتما شنیده اید که کبوتر با کبوتر باز با باز. این در مورد افراد ثروتمند، فقیر و طبقه متوسط درست است. به عبارت دیگر شبکه پولداران با هم و شبکه فقیران با هم و شبکه طبقه متوسط با هم دوست هستند.

پدر پولدارم می گفت: "اگر می خواهی پولدار شوی باید باید با افرادی که پولدار هستند یا می توانند شما را پولدار کنند دوست شوی."

بسیاری از مردم زندگی خود را به افرادی می گذرانند که آنها را از نظر مالی عقب می زنند. در تجارت بازاریابی شبکه ای با افرادی دوست می شوید که به ثروتمند شدن شما کمک می کنند. از خود بپرسید: "ایا افرادی که با آنها وقت می گذرانم متعهد به ثروتمند شدن من هستند؟ یا این که آنها به عنوان کسی که سخت کار می کند به من علاقه دارند؟"

وقتی که پانزده ساله شدم می دانستم که می خواهم از نظر مالی آزاد باشم و راه آن بودن با افرادی که به این هدف کمک می کنند، است. تصمیم گرفتم که دوستی با کسانی کنم که به ثروتمند شدن من علاقه دارند نه این که کارمندی وفادار برای ثروتمندتر کردن دیگران باشم.

این لحظه حساس زندگی ام بود. تصمیمی ساده نبود زیرا که فقط پانزده سال داشتم. باید در گذراندن وقت با افراد و گوش دادن به کدام آموزگار دقت می کردم. اگر قصد ساختن تجارت خود را دارید باید دقت کنید که وقت خود را به چه کسانی می گذرانید و به چه آموزگاری گوش می دهید. این نکته حیاتی است.

مشکل ترین قسمت ترک شرکت زیرا که این بود که برخی از دوستانم را باید ترک می کردم. بیشتر دوستان و فامیلم در گوشه کارمندان بودند و ارزشهایشان با من تفاوت داشت. آنها امنیت و ثبات حقوق ماهانه را بیش از استقلال و آزادی مالی ارزش می دادند. این تصمیم دردناک اما لازم بود تا بتوانم رشد کنم.

شاید شما هم تجربه ای مشابه در بازاریابی شبکه ای داشته اید. دوستان و فامیل را می بینید که طرز فکر و تصمیم شما برای پیوستن به بازاریابی شبکه ای درک نمی کنند یا حتی ممکن است بطور فعالانه قصد به منصرف کردن شما داشته باشند. برخی از دوستان شما ممکن است فکر کنند که شما دیوانه یا هالو هستید و اشتباهی بزرگ مرتکب می شوید. ممکن است برخی از دوستان خود را از دست بدهید. نمی خواهم این را عنوان کنم زیرا که سخت است اما واقعیت است.

دقت کنید که این ربطی به بازاریابی شبکه ای ندارد و به تغییر عمده در زندگی شما مربوط می شود. شما می خواهید از گوشه کارمندی و شغل آزاد به صاحبان شرکتهای بزرگ بروید. این موضوع تنها تغییر شغل نیست بلکه بیشتر شبیه به تغییر کشور، مذهب یا تغییر حزب سیاسی است.

بازاریابی شبکه ای نه تنها تحصیلات تجاری عالی است بلکه دوستان کاملاً تازه ایجاد می کند، دوستانی که با شما هم جهت هستند و ارزشهای مشترک دارند.

جان دون شاعر انگلیسی می نویسد: "هیچ انسانی یک جزیره نیست بلکه قسمتی از یک قاره و قسمتی از اصل است." او در سال 1623 به این مطلب اشاره می کند اما امروزه این مطلب هزاربار مصداقش بیشتر است زیرا که جهان امروز بصورت غیرقابل باور متصل شده است. در انزوا ثروتمند نمی شوید و تنها به اندازه افرادی که با آنها رفت و آمد می کنید، کار، صحبت و بازی می کنید می توانید موفق شوید.

جان: این موضوع در همه جای جهان صادق است اما بویژه در بازاریابی شبکه ای دیده می شود زیرا که با ایجاد تجارت بازاریابی شبکه ای در واقع حلقه ای از دوستان تازه و با قدرت دور شما تشکیل می شود که همان ارزشها و مهارتهای تجاری زندگی واقعی را یاد می گیرند.

این یکی از مهمترین مزایای تجرات بازاریابی شبکه ای است. به جای این که افرادی که با شما رقابت می کنند تا به مرحله بعدی برسند، در واقع افرادی دارید که به موفقیت شما متهد هستند. دلیل این است که موفقیت شما موفقیت آنها را تضمین می کند. احتمال دارد برخی از آنها بهترین دوستان شما بشوند.

در واقع بر اساس "انجمن فروش مستقیم" عده قابل توجهی از افرادی که به بازاریابی شبکه ای می پیوندند و ادامه می دهند، در واقع شبکه اجتماعی از دوستان تشکیل می دهند که از درآمد مهمتر است.

بازاریابی شبکه ای نه تنها تحصیلات تجاری عالی است بلکه دوستان کاملاً تازه ایجاد می کند، دوستانی که با شما هم جهت هستند و ارزشهای مشترک دارند.

به نظر من نوعی از دوستی که "جان" می گوید به همان اندازه که بهترین آموزش تجارت ارزش دارد با ارزش است و روی آن نمی توان قیمت گذاشت.

امروز من در چهار گوشه مختلف درآمد دوست دارم اما دوستان اصلی من و افرادی که با آنها وقت می گذرانم و به این وقت بیشترین ارزش را می دهم، افراد گوشه های صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران هستند.

دوستانی را که در شرکت زیراکس رها کردم هنوز هم با من دوست هستند. آنها همیشه دوست من هستند زیرا که این مرحله ، مرحله ای انتقالی در زندگی ام بود. اما زمان حرکت به جلو رسیده بود. اگر برای شما هم زمان حرکت به جلو و ورود به گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ فرار رسیده ممکن است بخواهید تجارت بازاریابی شبکه ای شروع کنید و دوستان تازه اختیار کنید.

فصل دوازدهم

دارایی چهارم: قدرت داشتن شبکه خود

یکی از چیزهایی که در دهه نود هنگام مطالعه این طرح تجاری موجب کنجکاوی من شد، واژه شبکه است. به یاد دارم که پدر پولدارم برای این واژه احترام زیاد قائل بود.

توماس ادیسون یکی از قهرمانان پدر پولدارم بود. اغلب مردم امروز از ادیسون به عنوان مخترع لامپ یاد می کنند اما این درست نیست. ادیسون لامپ را اختراع نکرد بلکه آن را بهتر و عالی کرد. حتی راهی برای تولید ثروت از آن پیدا کرد.

ادیسون پس از این که مدرسه را رها کرد (آموزگاران فکر می کردند که او آنقدر باهوش نیست که بتواند موفق شود) شغل فروش آب نبات و مجله در قطار را شروع کرد. طولی نکشید که روزنامه خودش را راه انداخت و رف یک سال گروهی از پسران را برای فروش آب نبات و روزنامه اش اجیر کرد. از کارمندی به صاحب شرکت تبدیل شد.

قدرت در کالا نیست بلکه در شبکه است. اگر می خواهید ثروتمند شوید باید بهترین راهبرد برای تشکیل شبکه ای قوی، زنده و روبه رشد پیدا کنید.

ادیسون جوان بدون استراحت روزنامه می فروخت و راه ارسال کد مورس را وقتی که شغل تلگرافچی داشت بدست آورد. بزودی یکی از بهترین تلگرافچیهای منطقه بود و این راه میلیونر شدن را

به او آموخت. به عنوان تلگرافچی متوجه موفقیت اختراع تلگراف شد که سیستمی از خطوط، تیرهای برق، افراد فنی و ایستگاههای رله بود. این قدرت شبکه بود.

در حالی که ادیسون به مخترع لامپ و بهتر کردن سیم فلزی داخل لامپ معروف است، نبوغ اصلی ادیسون ایجاد شرکتی متشکل از سیمهای برق است که لامپ را روشن کرده و در جامعه نفوذ کرد. شرکتی که ادیسون تاسیس کرد ثروت او را چند میلیونی کرد. این شرکت جنرال الکتریک نام داشت.

لامپ برق شرکت ادیسون را انقلابی نکرد بلکه استفاده از سیمهای برق و ایستگاههای رله برای روشن کردن لامپ بود که انقلابی به پا کرد. این یک شبکه بود.

پدر پولدارم به من گفت: "ثروتمندترین افراد جهان شبکه ایجاد می کنند. دیگران بدنبال کار می گردند."

از جذابیت کشتیرانی و اربابان خطوط آهن تا "سم والتون" (موسس وال مارت)، بیل گیتس و جف بزوس، ثروتهای بزرگ جهان توسط افرادی بدست آمده که نحوه ایجاد شبکه را پیدا کرده اند. سم والتون برای مردم کالا تولید نمی کرد بلکه شبکه توزیع کالا را درست کرد. بیل گیتس رایانه تولید نکرد بلکه سیستم عامل آن را که رایانه را کار می اندازد، طراحی کرد. جف بزوس کتاب چاپ نکرد بلکه شبکه آمازون برای فروش کتاب را ایجاد کرد.

قدرت در کالا نیست بلکه در شبکه است. اگر می خواهید ثروتمند شوید باید بهترین راهبرد برای تشکیل شبکه ای قوی، زنده و روبه رشد پیدا کنید.

البته اکثر ما توماس ادیسون، سم والتون یا بیل گیتس نیستیم و هرگز هم نخواهیم شد. درست است که چند نمونه بارز پایه گذار خلاقیت در هر نسلی هستند که شبکه های چندین میلیارد دلاری را از صفر می سازند اما انتظار این که هزاران نفر چنین کاری کنند عاقلانه نیست چه برسد به میلیونها نفر.

به این دلیل است که بازاریابی شبکه ای بسیار عالی است. شرکتهایی که تجارت بازاریابی شبکه ای را تشکیل می دهند به میلیونها نفر مانند شما فرصت تشکیل شبکه می دهند تا مجبور به کار کردن برای شبکه دیگری نباشند.

قانون متکالف

رابرت متکالف موسس شرکت "تری کام" و مخترع اترنت فرمول زیر را که ارزش شبکه ها را نشان می دهد اختراع کرد:

$$V=N^2$$

به عبارت دیگر ارزش اقتصادی شبکه مساوی با تعداد اعضای شبکه به توان دو است. قانون متکالف به زبان ساده تر یعنی هر چه که به تعداد اعضا اضافه کنید ارزش بصورت تصاعد هندسی بالا می رود. یک شبکه تلفن را در نظر بگیرید. اگر یک تلفن داشته باشید از نظر اقتصادی ارزشی ندارد. (با یک تلفن به هیچ کس نمی توانید زنگ بزنید.) اگر یک تلفن دیگر اضافه کنید بر اساس قانون متکالف ارزش اقتصادی شبکه تلفن به توان دو می رسد. پس از صفر به چهار می رسد. اگر تلفن سوم اضافه شود ارزش آن نه می شود. پس شبکه بصورت نمایی و نه خطی به ارزش خود اضافه می کند.

شبکه های به تجارت جهانی می آیند

تجارت عصر صنعتی بیشتر مانند امپراطوری اداره می شد و صرف نظر از وسعت آن به شدت توسط دولت مرکزی قدرتمند اداره می شد.

در دهه پنجاه نوع جدیدی از تجارت رشد کرد که تمامی قسمتهای آن توسط یک مرکز اداره نمی شود. این طرح به حدی انقلابی بود که بسیاری از آن انتقاد کرده و کنگره آمریکا اگر هفت رای بیشتر داشت آن را غیرقانونی اعلام می کرد. اما در سالهای اول از بین نرفت و امروزه بیش از سه درصد جزئی فروشی آمریکا را تشکیل می دهد. برخی از مارکهای معروف آن مانند "ابزارآلات ایس"، "سابوی" و البته از همه مهمتر شرکت مک دونالد هستند.

این طرح بنیادی به نام "فرانچایز" یا شعبه زدن است. شعبه زدن نوعی از تجارت است که صاحبان شعبه های مختلف یک تجارت طرزکار یک شکل دارند. از نظر کاربردی همه ارزش یکسان دارند.

اما شعبه زدن تنها یک قدم از توسعه شبکه های در بازار جهانی را شامل می شود. ادامه داستان را جان برای شما توضیح می دهد.

جان: رابرت حق دارد. این تنها مسئله پرداخت کمیسیون به نوعی دیگر یا تغییر مسئولیت بازاریابی به نوعی دیگر نیست. واقعا نوع کاملا متفاوتی از تجارت است که در اقتصاد عصر اطلاعات از طریق شبکه های انجام می شود نه از طریق تبلیغاتی که از مرکز انجام می شود.

بعد از شعبه زدن قدم بعدی برای تشکیل شبکه های تجاری در دهه شصت آغاز شد و در دهه های هفتاد و هشتاد واقعا شکل گرفت. به جای این که شبکه ای از تجارت شعبه ای ایجاد شود این طرح شبکه ای از افراد است و افراد شعبه های آن هستند. در واقع "شعبه زدن شخصی" است.

مانند طرح اولیه شعبه زدن این طرح هم به شدت مورد انتقاد قرار گرفت و بر خلاف انتقادات از بین نرفت و رشد کرد.

این طرح بازاریابی شبکه ای است.

رابرت: البته واقعیت این است که در شعبه زدن ، به عنوان صاحب شعبه قسمتی از شبکه هستید اما مالک شبکه نیستید و تنها تجارت خود را دارید. اما به عنوان بازاریاب شبکه ای شما...

جان: به عنوان بازاریاب شبکه ای نه تنها شبکه خود را می سازی بلکه صاحب این شبکه هستید و همانطور که رابرت تو گفتی این قدرت مالی را بسیار زیاد می کند.

به عبارت دیگر به عنوان یک بازاریاب شبکه ای افسار قدرت قانون متکالف دست خود شما است.

البته این تنها با پیوستن به یک شبکه بازاریابی بدست نمی آید. مانند این است که یک خط تلفن دارید. برای این که قدرت قانون متکالف را بدست بگیرید باید شبکه را با پیدا کردن فردی مانند خودتان گسترش دهید. این فرد جدید شریک شما است. وقتی که دو نفر شدید ارزش شبکه شما چهار می شود. وقتی که سه نفر شدید ارزش به نه می رسید. وقتی که دو نفر هر کدام دو نفر دیگر اضافه کنند ارزش اقتصادی شبکه شما مانند موشکی است که به ماه می رود. شما بصورت خطی کار می کنید اما ارزش اقتصادی شما بصورت نمایی افزایش می یابد.

به زبان ساده قانون متکالف می گوید که شبکه مانند اهرم عمل می کند و به شما اجازه می دهد تا وقت و تلاش خود را افزایش دهید.

اصول اهرمها را ارشمیدس مهندس یونان قدیم کشف کرده و می گوید: " جایی به من بدهید که بتوانم روی آن بایستم تا جهان را حرکت دهم." برای این که قدرت بی انتهای اهرم بندی را نشان دهد یک سری طناب و قرقره را به هم وصل کرد و بعد شبکه ای از طنابها را به کل کشتیهای جنگی یونان وصل کرد. بعد خودش با کشیدن یک تیرچوبی تمام کشتیهای جنگی را روی آب حرکت داد.

قدرت شبکه همین است. از طریق شبکه ای از طنابها ارشمیدس توانست کاری کند که برای انجام آن چند هزار نفر لازم است. مجموعه طنابها یک شبکه بود.

همین نیروی شگفت انگیز است که منجر به پخش شایعه می شود. یک نفر به سه نفر می گوید و سه نفر به سه نفر دیگر و هر کدام به سه نفر و نهایتا تمام شهر مطلع می شوند. این روش پخش مد است.

اساس راهبرد بازاریابی شبکه ای همین است که قدرت قانون متکالف موجب چند برابر شدن توان شما از طریق شبکه ای از افراد می شود.

امروزه بازاریابی شبکه ای یکی از سریعترین تجارتهای روبه رشد در جهان است اما بسیاری از مردم قادر به دیدن آن نیستند. چرا نمی بینند؟ ممکن است کالا را ببینند، کالاهای بهداشت و سلامت، کالاهای مخابراتی، مالی و یا حقوقی را ببینند اما متوجه نمی شوند که اینها واقعا تجارت نیستند. تجارت واقعی کالا نیست بلکه شبکه هایی هستند که از طریق آنها کالا فروش می رود. لامپ ادیسون نیست بلکه شرکت برق او است.

مردم هنوز هم ارزش بازاریابی شبکه ای را نمی دانند زیرا که نامرئی است. مجازی است و مادی نیست. نمی توانید آن را با چشمهایتان ببینید. طرح تجاری واقعی عصر اطلاعات است. برای این که ارزش آن را بفهمید باز کردن چشمها به تنهایی کافی نیست و باید فکرتان را باز کنید. تاقهای طلایی در کار نیست، حوری دریایی سبز در کار نیست که شما را به محل تجارتشان دعوت کنند. تجارت بازاریابی شبکه ای در سراسر جهان گسترده شده و هنوز هم بسیاری قادر به دیدن آن نیستند.

تجارتهایی مانند جنرال موتور و جنرال الکتریک تجارتهای عصر صنعتی هستند. شعبه های مک دونالد، سابوی، یوپی اس استور، ابزارآلات ایس و بقیه آنها همه تجارتهایی هستند که پل بین عصر صنعتی و عصر اطلاعات هستند. بازاریابی شبکه ای تجارت واقعی عصر اطلاعات است زیرا که با زمین و مواد و کارخانه و کارمند سرو کار ندارد و تنها به اطلاعات مربوط می شود.

به عنوان یک بازاریاب شبکه ای ممکن است فکر کنید که شغل شما عرضه و فروش جنس است اما این درست نیست. وظیفه شما انتقال اطلاعات برای نقل داستنای بزرگ و ساختن یک شبکه است.

فصل سیزدهم

دارایی پنجم: تجارتی که کاملاً توانایی چندبرابر شدن و رشد داشته باشد

نکته حیاتی درباره بازاریابی شبکه ای که ممکن است موجب تعجب شما شود این است که این تجارت برای کسانی که استعداد فروش دارند نیست. چند فصل قبل به شما قول دادم که جان در این باره توضیح بیشتری بدهد.

رابرت: جان آیا موافقی که اکثر افراد موفق در بازاریابی شبکه ای حتماً فروشنده های ذاتی نیستند؟

جان: نه تنها موافقم بلکه در واقع از بعضی جهان خلاف آن درست است. برای کسی که بصورت فروشنده خوب دنیا آمده موفقیت در بازاریابی شبکه ای اغلب اولین کار ضروری این است که هرچه درباره فروش یاد گرفته اید را فراموش کنید.

بازاریابهای شبکه ای موفق را که من دیده ام، اکثراً مربی، مادر، روحانی یا آموزگار هستند که از انتقال تجربه به دیگران لذت می برند. معنی بازاریابی شبکه ای انتقال تجربه های شخصی و اطلاعات و نه فروش قابل توجه، است. اهمیت به موفقیت افرادی که شما وارد شبکه کرده اید، اصل است.

این اصل خوبی است زیرا که از هر بیست نفر یکی فروشنده خوبی است. کلید موفقیت در فروش کار شما است. اما کلید موفقیت در بازاریابی شبکه ای توانایی تکثیر است.

رابرت: گاهی اوقات وقتی مردم از این که ما می‌گوییم اصل این تجارت به فروش مربوط نمی‌شود مشکوک می‌شوند و می‌گویند: "فکر نمی‌کنید صغری کبری می‌چینید. چه فرقی می‌کند چه به آن فروش بگویید یا این که انتقال اطلاعات بگویید. در واقع بازی با لغات است.

جان: خیر. بازی با لغات نیست و صغری کبری چیدن هم نیست. این توانایی تکثیر است که تفاوت عمده بین فروش و بازاریابی شبکه‌ای است. پاسخ من به این گونه افراد این است:

اگر فروشنده‌ای عالی، بی‌همتا و فوق‌العاده هستید پس در فروش موفق هستید و احتمال دارد که در بازاریابی شبکه‌ای موفق نباشید. علت این است که شما ممکن است کالای بسیار بفروشید اما افراد شبکه‌ای شما قادر به انجام کار مشابه شما نیستند. در نتیجه شبکه‌ای شما رشد نمی‌کند و از ابتدا از بین می‌رود.

رابرت: برای این که آن را در گهواره خفه می‌کنید.

جان: بله همین‌طور است و بارها این را دیده‌ام. اغلب افراد خلاق و با استعداد را می‌بینم که در بازاریابی شبکه‌ای شروع به کار می‌کنند و به بن‌بست می‌رسند زیرا که فکر می‌کنند راه موفقیت استقاه از نبوغ، استعداد و مهارت‌های عالی است. اما سوال این نیست که چه کاری شما می‌توانید انجام دهید بلکه چه کاری شما و چه کاری دیگران می‌توانند انجام دهند.

شرکتهایی را دیده‌ام که تاکید عمده بر فروش شخصی افراد داشته و به تکثیر توان آنها در کارایی دیگران دقت نکرده‌اند. توانایی تکثیر کلید جادویی است و بهترین فروشنده بودن اهمیت ندارد. وقتی که شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای به این مسئله توجه نمی‌کنند از رشد مداوم و انرژی دادن به موتور رشد جلوگیری می‌کنند و تکثیر صورت نمی‌گیرد.

رابرت: خیلی جالب است زیرا که وقتی با افرادی که فکر می‌کنند مهم فروش زیاد است در واقع با افرادی برخورد می‌کنیم که در گوشه شغل آزاد و نه گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ قرار گرفته‌اند. در گوشه شغل آزاد باید خلاق، بی‌همتا و عالی بود اما در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ موجب سقوط می‌شود.

طرح تجارت هنری فورده که شرکتی پر قدرت ایجاد کرد و جهان را تغییر داد بر اساس مهارت و استعداد کارمندان نبود. او می‌توانست خودروهایی را با دست افراد با مهارت بسازد که خودروهایی

عالی اما تنها چند صد خودرو در سال تولید می کرد. اما او طرحی ریخت که افراد عادی بتوانند با وقت و تلاش خود میلیونها خودرو تولید کنند.

فورد مانند کسی فکر می کرد که در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ است.

جان: این مثال بهترین راه توضیح این مطلب اس که به ذهن من نمی رسید. طرز فکر موفقیت در بازاریابی شبکه ای همین است.

قدرت واقعی بازاریابی شبکه ای از کاری که شما می توانید انجام دهید نیست بلکه از تکثیر است. به عبارت دیگر شما می توانید تجارت خود را به صورتی بسازید که دیگران از روی آن کپی کنند. دلیل این است که کپی کردن اصل موفقیت و آنچه شما نیاز دارید است.

درباره تکثیر باز هم صحبت می کنیم اما می خواهم درباره رشد توضیح دهم.

ابزار اطلاعاتی لازم برای رشد بی نهایت

گفته های جان درباره راز تکثیر را می توان بصورتی دیگر توضیح داد. قدرت تجارت شما در رشد آن است. تجارت قابل رشد یعنی بر اساس اندازه حرکت می کند.

این مطلب اساس موفقیت و شکست کارآفرینها است. جهان پر از افرادی است که می خواهند کارآفرین باشند و تجارتهایی عالی تولید می کنند. اما تا زمانی که در سطح کوچک است شخصا می توانند تمام مراحل آن را کنترل کنند. اما عده ای کمی از کارآفرینها هستند که نحوه تکثیر و افزایش چند برابر طرح تجاری خود را بدون این که مستقیما وقت بگذارند، انجام می دهند.

این راز موفقیت عالی رای کراک در پدیده مک دونالد است. او بدنبال تیمی از با استعدادترین و کارشناس ترین افراد برای اداره رستورانهای مک دونالد نبود. بلکه کارشناسی را دقیقا در کار وارد کرد.

شرکتهای بازاریابی شبکه ای هوشمند دقیقا همین کار را می کنند. به جای این که با مهارت ترین سخنرانان، اجرا کنندگان و فروشندگان ها را استخدام کنند سیستمی به صورت ابزار اطلاعاتی درست کرده اند تا خودش را معرفی کند. البته همانطور که جان می گوید این سیستم یک شبه بدست نیامده است.

جان: در اوایل بازاریابی شبکه ای طرفداران آن با چالشی سخت مواجه بودند. در حالی که هر کسی می تواند معرفی یک شرکت را فرابگیرد، هر کسی نمی تواند معرفی موثر داشته باشد. در واقع با این که از نظر تئوری هر کس می تواند در این تجارت موفق باشد اما در عمل این طور نیست.

روزهای اول بازاریابی شبکه ای، اعضای آن را با چالشی مشکل روبرو می کند. در حالی که هر کسی می تواند کنفرانس دادن را یاد بگیرد اما هر کسی نمی تواند بصورت موثر این کار را انجام دهد. یعنی در حالی که از نظر تئوری همه می توانند در این تجارت موفق شوند اما واقعیت چیز دیگری است.

در گذشته تجارت به مهارت کنفرانس دادن وابسته بود و قسمت بزرگی از آموزش صرف نحوه کنفرانس دادن می شد. اما درست مثل فروش، تعداد قلیلی واقعا چنین مهارتی داشتند که بتوانند کنفرانسی حرفه ای و بدون مشکل ارائه دهند. بنابراین محدودیت عمده در گسترش این تجارت وجود داشت.

رابرت: اینجا است که ابزار کنفرانس دادن اهمیت دارند.

جان: بله همین طور است. سالها قبل از طریق بروشور و کاتالوگ این کار انجام می شد و تا حدی موفقیت هم داشت. در حالی که افراد عادی قادر به ارائه کنفرانسی عالی نیستند، می توانند از طریق بروشور یا کاتالوگ کار را انجام دهند. اما بروشور و کاتالوگ به تنهایی نمی توانند مانند کنفرانس زنده علاقه افراد را جذب کنند.

اما ظرف دهه های گذشته تغییر عمده در فن کنفرانس دادن ایجاد شده است. فن آوری دیجیتال انقلابی به پا کرده و ابزار دیجیتال مانند سی دی، دی وی دی و اینترنت امکان کنفرانس زنده، پویا و جالب توجه را فراهم کرده است.

رابرت نام تجارت قرن بیست و یکم برای این کتاب بسیار جالب است زیرا که با وجود این که دهها سال است که این تجارت بوجود آمده اما تازه توانایی اصلی آن روشن شده و ما در این باره صحبت می کنیم.

امروزه وقتی که تجارت شبکه بازاریابی خود را شروع می کنید، لازم نیست در جمع سخنرانی عالی باشید. در واقع اگر برای این منظور تلاش کنید به ضرر شما است زیرا که این فرد مهارتهای عالی خواهد داشت و آن هم قابل تکثیر نیست.

به جای این که تلاش کنید تا سخنرانی حرفه ای شوید و کنفرانسهای عالی ارائه دهید باید ابزار تجارت توسط شرکت شما فراهم شود تا دیگران این کار را انجام دهند.

مهمتر این که این ابزار براحتی قابل تهیه هستند زیرا که فن آوری اجازه می دهد و به نفع شرکتها است تا امکانات آن را فراهم کنند.

سی دی و دی وی ها و کنفرانسهای اینترنتی کم هزینه و با کیفیت بالا که اغلب صوتی و تصویری هستند امکان تحقق رویای شبکه بازاریابی آزاد و قابل رشد را فراهم کرده اند. این موجب ایجاد طرح تجاری می شود که به میلیونها نفر امکان پیشرفت می دهد.

آیا می دانید که معنی این چیست؟ یعنی وقتی که تجارت بازاریابی شبکه ای خود را می سازید در واقع یک دارایی قابل رشد ساخته می شود. به زبان ساده یعنی تجارتی را که می خواهید می سازید. قبل از این که ادامه دهیم می خواهم یک بار دیگر نقش مخالف را بازی کنم.

رابرت: جان باید بگویم که از شکاکان شنیده ام که درباره تکثیر می گویند: "پس اگر لازم نیست که فروشنده یا کنفرانس دهنده عالی باشید پس چه کار باید بکنید؟ اصلا چرا شرکت به شما احتیاج دارد؟"

جان: شما شبکه ایجاد می کنید. به همین دلیل است که نام بازاریابی شبکه ای دارد و به همین دلیل است که به شما نیاز است و به شما پول می دهند.

به عنوان یک بازاریاب شبکه ای شرح وظائف شما این است که با مردم ارتباط برقرار کرده، آنها را جذب کنید تا کالاهای مورد نظر شما را بشناسند و به اطلاعات شما توجه کنند و بعد صحبت های شما را دنبال کنند. بعد که تصمیم به پیوستن به این تجارت گرفتند اشتیاق و تجربه خود را به آنها منتقل کنید و برای یادگیری و یاد دادن به آنها کمک کنید. ابزار دیجیتال قسمت عمده بار آموزش کارشناسی را از دوش شما برمی دارد.

وظیفه شما ایجاد رابطه، مکالمه داشتن، بررسی فرصتها، شناختن افراد و کمک به آنها برای فهم این تجارت است.

بنابراین قسمتهایی در این تجارت وجود دارد که ابزار بهتر از شما کار می کنند. اینها کنفرانس و تاحدی آموزش هستند. البته قسمتهایی هستند که تنها توسط شما انجام می شوند و آن قسمت ارتباط انسانی است.

اصل قضیه این است که در بازاریابی شبکه ای شما پیام نیستید بلکه پیام رسان هستید. روزهایی که قسمت عمده کار چیدن نمونه های کالا و ایجاد کل مغازه در اتاق نشیمن شما بود به پایان رسیده و لازم نیست فهرستی طولانی از ویژگیهای اجناس و آمار مالی آنها داشته باشید. فرن بیست و یکم است. در بازاریابی شبکه ای امروز، ابزار همه کارها را انجام می دهند. وظیفه شما ارتباط برقرار کردن و دعوت از آنها است.

البته منظور این نیست که مهارت نیاز نیست. حتما لازم است. مهارتهایی که در قسمت دارایی اول شامل اعتماد به نفس، مقابله با رد شدن، ارتباط برقرار کردن، در انتقال تجربه وارد بودن، به مردم اهمیت دادن، آموزش مردم و غیره لازم است.

اما این مهارتها را همه دارند. اگر روزی بخواهید مسابقات لیگ فوتبال، انجمن اولیاء و مربیان یا باشگاه شطرنج تشکیل دهید یا عضو حزب سیاسی یا کمیته کلیسا شوید، یا این که مربی لیگ کوچکی یا گروه موسیقی خود را داشته باشید، می دانید که شبکه درست کردن چیست.

لازم نیست که فروشنده های عالی کار شما را تکثیر کنند. باید افرادی را جذب کنید که بخواهند اصول اولیه تجارت را یاد بگیرند و نحوه ارتباط برقرار کردن و رشد شخصی را فراگیرند تا کارآفرین و تیم سازهای خودمختار شوند.

عده کمی واقعا مهارت در فروش دارند. اما همه توانایی شبکه درست کردن، مربی گری و تیم سازی را دارند. پس در این تجارت به روی میلیونها نفر از همسایه های شما باز است. یعنی تجارتی قابل تکثیر و قابل رشد دارید. وقتی که از پنج نفر به پنجاه نفر برسید مهارتهای اولیه رشد به پانصد یا پنج هزار نفر و یا بیشتر را دارید.

این مسئله رهبری را مطرح می کند.

فصل چهاردهم

دارایی ششم: مهارت‌های بی نظیر رهبری

وقتی که برای اولین بار جهان بازاریابی شبکه ای را بررسی می کردمف به بسیاری از نشستها و کنفرانسهای آنها رفتم و گفته های دهها سخنران که برای موفقیت شخصی دیگران صحبت می کردند شنیدم.

در حالی که به تجربه های شروع با دست خالی و نهایتا ثروت بیش از حد رویاهای آنها گوش می دادم متوجه شدم که این تجارت همان کاری را که پدر پولدارم به من یاد داد به مردم یاد می دهد. تنها اصول تجارت را یاد نمی دادند بلکه از آنها رهبر می ساختند.

در حالی که به نظر می رسید که صحبت از پول فراوان می کنند اما درواقع تلاش می کردند تا دیگران را از لاکشان بیرون بیاورند و با غلبه بر ترسهایشان به سمت آرزوهایشان حرکت کنند. برای این کار سخنران باید مهارت‌های یک رهبر را داشته باشد. دلیل نیاز به رهبری این است که بسیاری همین صحبتها شامل آرزوها، فرصت بیشتر با خانواده و آزادی را بکار می برند اما عده ای کمی اعتماد و الهام لازم را ایجاد می کنند تا دیگران را ترغیب کنند.

مسئله این نیست که یک سری جملات را حفظ کرده و تکرار کنند بلکه توانایی صحبت مستقیم با درون افراد است. این ویژگی بیش از یک سری لغت است و همان رهبری واقعی است.

رهبری نیرویی است که همه را به هم وصل می کند. رهبری همان است که تجارت‌های عالی می سازد.

شاید فکر کنید که مهارت‌های رهبری را باید در دارایی اول "تحصیلات تجاری زندگی واقعی" یا در دارایی دوم "راه سودساز توسعه نفس" می‌گنجانیم. منطقی به نظر می‌رسد. اما واقعیت این است که توانایی رهبری کردن آن قدر مهم، قدرتمند و کمیاب است که باید فصل خودش را داشته باشد. سایر تواناییهای تجاری اجزای مهمی هستند. اما رهبری نیرویی است که همه را به هم وصل می‌کند. رهبری همان است که تجارتهای عالی می‌سازد.

به درون افراد سخن گفتن

در دهها پنجاه و شصت بزرگ شدم و جان اف کندی یکی از بزرگترین سخنورانی بود که دیده بودم. وقتی که در می‌ماه 1961 به ملت گفت که ظرف ده سال انسان را به ماه می‌فرستیم، دانشمندان ما اصلاً نمی‌دانستند که چگونه می‌توان چنین کاری انجام داد. کاری بیش از سطح آرزوهای مردم و با شهامت بود. اما انجام شد. حتی وقتی که کمتر از سه سال بعد از آن جان اف کندی را کشتند سه چهارم آن دهه هنوز نگذشته بود. با این وجود رهبری او آنقدر قوی و متقاعد کننده بود که پس از مرگ او هنوز ادامه داشت. با وجودیکه او را ترور کردن و با وجود فاجعه ویتنام و با وجودیکه ملت با شورش و چند دستگی روبرو بود و سمت رئیس جمهوری از معاون جان اف کندی به نیکسون در سال 1968 منتقل شد در سال 1969 انسان را به ماه فرستادیم که در همان دهه بود.

به این رهبری می‌گویند. قدرتی که می‌تواند از طریق نیرویی که بینش و هدف شما کارها را انجام دهد. رهبران واقعی می‌توانند کوهها را به حرکت درآورند.

در ویتنام متوجه شدم که رهبران بزرگ افراد سرسخت نیستند که سر دیگران فریاد زده و از نظر فیزیکی آزار می‌دهند. متوجه شدم که رهبران شجاع اغلب ساکتند اما وقتی که صحبت می‌کنند با روح و جان افراد صحبت می‌کنند.

پول در تجارتي که بهترین کالا یا خدمات را ارائه می‌دهد، جاری نمی‌شود. پول در تجارتهایی که بهترین رهبران را دارند، جاری می‌شود.

تمام رهبران بزرگ بهترین ناقلین تجربه هستند که هدف و بینش خود را بروشنی با دیگران در میان می‌گذارند. حضرت عیسی، بودا، مادر ترسا، گاندی و حضرت محمد همه بزرگترین رهبران عالم هستند که نشان می‌دهند در انتقال تجربه بهترین بودند.

پول در تجارتي که بهترين کالا يا خدمات را ارائه مي دهد، جاري نمي شود. پول در تجارتهاي که بهترين رهبران را دارند، جاري مي شود. تجارتي که انتقال تجربه را فراموش کرده، حتي اگر هزاران قلم جنس داشته باشد بزودي از بين مي رود. وقتي تجارتي از نظر مالي با مشكل مواجه است اغلب مشكل از رهبر آن است که هدف و بينش شرکت و تجربه را نمي تواند انتقال دهد. ممکن است با هوش باشند اما ضعف در ارتباط برقرار کردن دارند.

مهارتهاي رهبري لازم براي گوشه صاحبان شرکتهاي بزرگ با مهارتهاي مديريني لازم براي گوشه هاي کارمندی و شغل آزاد كاملا متفاوت هستند. اشتباه نکنيد. مهارتهاي مديريني مهم هستند اما تفاوت عمده بين مهارتهاي مديريني و رهبري وجود دارد. مدير ممکن است رهبر نباشد و رهبران خوب هم ممکن است مدير نباشند.

بسياري از افراد در گوشه شغل آزاد و صاحبان شرکتهاي کوچک را دیده ام که مي خواهند تجارشان را توسعه دهند اما نمي توانند. يک دليل نداشتن مهارتهاي رهبري است. هيچ کس به حرف آنها گوش نمي دهد. کارکنانشان به آنها اطمینان ندارند و از آنها الهام نمي گيرند. بسياري از مديران متوسط را دیده ام که از نردبان شرکتهاي نتوانسته اند بالاتر بروند زیرا که توانايي ارتباط برقرار کردن با ديگران را ندارند. جهان پر از افراد تنها است که نمي توانند زن يا مرد زندگي خود را پيدا کنند زیرا که قادر به ارتباط برقرار کردن نيستند و نمي توانند خوبهائيشان را نشان دهند.

ارتباط برقرار کردن همه ابعاد زندگي را تحت تاثير قرار مي دهد و اولين مهارتي است که بازاریابی شبکه ای آموزش مي دهد.

رهبران بازاریابی شبکه ای خود را " انتقال دهنده تجربه با درآمد بالا" ذکر مي کنند. در واقع آنها بيشتري درآمد را در ميان افرادی که تجارب خود را منتقل مي کنند، دارند. دليل آن اين است که آنها بهترين انتقال دهنده تجربه هستند.

وقتي که به نشست آموزش تجارت بازاریابی شبکه ای رفتم، صاحبان تجارت زندگي واقعي موفقي را ديدم که از صفر شروع کرده بودند. بسياري آموزگاران عالی بودند که از تجربه آموزگاري و نه تئوري استفاده کرده بودند. وقتي که در ميان سمینار تجاري آنها بودم اغلب مي ديدم که با گفته هاي صريح آنها موافقم و همان چيزي است که موجب موفقيت در جهان تجارت واقعي مي شود.

بعد از اين سمینارها اغلب با سخنرانان صحبت مي کردم. از اين که چقدر درآمد داشتند حيرت زده شدم. نه تنها از طريق تجارت بلکه از طريق سرمايه گزاري درآمد داشتند. عده ای بيش از رئيس هاي اجرايي شرکتهاي خصوصي آمريکا درآمد داشتند.

اما هر بار که مي رفتم تحت تاثير نکته ديگري از سخنرانان قرار مي گرفتم. اگرچه خيلي ثروتمند بودند و نيازي به سخنراني در اين نشستها نداشتند اما اشتياق به تدريس و کمک به ديگر هموعان داشتند.

کم کم متوجه شدم که اساس بازاریابی شبکه ای بر این است که رهبران دیگران را بالا می برند در حالی که در شرکت های سنتی و دولتی اساس بر بالا بردن عده ای معدود و دادن حقوق ثابت به دیگران است. این سخنرانان در جهان بازاریابی شبکه ای نگفتند: "اگر خوب کار نکنی کارت را از دست می دهی." در عوض می گفتند: "می خواهم کمک کنم تا روز به روز بهتر کار کنی. تا زمانی که بخواهی یادگیری آماده کمک کردن هستم. ما در یک تیم هستیم."

رهبری کاملا ویژه

بسیاری ویژگی های رهبری را در درون خود دارند اما هرگز نتوانسته اند آنها را بروز بدهند. هرگز فرصت آن را نداشته اند. پدر پولدارم این مطلب را می فهمید. یکی از دلایل تشویق من برای پیوستن به تفنگداران دریایی آمریکا و شرکت در ویتنام این بود که او می خواست مهارت های یک رهبر را پیدا کنم. اما برای این که رهبری درون خود را شکوفا کنید حتما نیاز به پیوستن به تفنگداران دریایی یا شرکت در جنگ ویتنام ندارید. همین فرصت را در بازاریابی شبکه ای می توان پیدا کرد. زیبایی اصلی برنامه رهبری بازاریابی شبکه ای تنها توسعه رهبری نیست بلکه نوع رهبری است که شکوفا می شود.

بازاریابی شبکه ای سعی دارد تا رهبری بسازد که با تدریس عالی دیگران را تحت تاثیر قرار دهد و به دیگران دنبال کردن و رسیدن به آرزوهای زندگی شان را یاد دهد.

ارتش نوعی رهبر می سازد که به زنان و مردان برای دفاع از کشورشان الهام می دهد. جهان تجارت رهبری می سازد که تیم هایی برای پیروزی در رقابت با شرکت های دیگر ایجاد کند. بازاریابی شبکه ای سعی دارد تا رهبری بسازد که با تدریس عالی دیگران را تحت تاثیر قرار دهد و به دیگران دنبال کردن و رسیدن به آرزوهای زندگی شان را یاد دهد.

به جای شکست دشمن یا رقیب، اکثر رهبران بازاریابی شبکه ای تنها به دیگران درس و الهام می دهند تا استطاعت مالی بدون صدمه به دیگران را فراهم کنند.

فرصت توسعه توانایی رهبری ارزشی بی مانند است که در درون بازاریابی شبکه ای است. البته در قسمتهای دیگر هم می توانید رهبری یاد بگیرید. از ارتش تا دولت و شرکت های خصوصی هر کدام رهبر می سازد اما نه زیاد. رهبری واقعی به غیر از بازاریابی شبکه ای بسیار کمیاب است. "جان" در این مورد نکته جالبی دارد.

جان: آنچه که به بازاریابی شبکه ای اختصاص دارد اتصال به گروهی از مردم است که صد در صد داوطلب هستند. حتی یک توزیع کننده بازاریابی شبکه ای را که باید موقع ورود و خروج کارت بزند با این مشخصه پیدا نخواهید کرد. نماینده مستقل را نه کسی استخدام و نه اخراج می کند. همه داوطلب هستند. هیچ کس نمی تواند به شما بگوید که چه کار کنید و هیچ کس نمی تواند به دیگری دستور دهد. پس چرا موفق می شود؟ موتوری که آن را هدایت می کند چیست؟ پاسخ در یک کلمه است: رهبری. رهبری ناشی از بازاریابی شبکه ای در همه جای زندگی شما خود را نشان می دهد.

چهار عنصر رهبری

مدارس سنتی به شما کارمند خوب بودن را یاد می دهند. آنها تنها بر یک چیز تمرکز دارند و آن توانایی ذهنی شما است. اگر بتوانید معادلات را حل کنید و امتحانها را خوب بدهید پس برای اداره یک شرکت هوش لازم را دارید.

این مسخره است.

دلیل که من امروز یک کارآفرین موفق هستم به خاطر آموزشی است که در تفنگداران دریایی آمریکا دیده‌ام. مدرسه نظام از شما رهبری عالی می سازد. رهبری که تنها بر ذهن خود تمرکز ندارد و به تواناییهای روحی، فیزیکی و احساسی هم تمرکز دارد. به شما یاد می دهند که چطور تحت فشار تصمیم گیری کنید.

آموزش کافی برای پرواز با چرخ بال در ویتنام را دیده بودم اما بدون تقویت روحیه امکان نداشت. اگر قدرتم کافی نبود ترس و احساس غلبه می کرد و موقع کنترل چرخ بال جنگی بی حرکت می ماندم. هماهنگی چهار عنصر فکر، احساس، بدن و روح برای انجام ماموریتها ضروری بود.

این تجربه دانش و تجربه لازم برای رهبری موثر در جهان تجارت را به من داد. این چهار عنصر لازم در رهبری برای تمامی تجارتها می باشند. عقل، روح، بدن و احساس.

اگر این چهار بعد خود را کنترل نکنید شکست می خورید. اگر آنها را در کارمندان خود توسعه ندهید و بخواهید که رهبرانی موثر باشند شکست می خورید. به همین سادگی است.

در مدرسه نظام و با حضور در خطوط اول، به خوش آمد دیگران اهمیتی نمی دهید. البته همه می خواهیم که مورد علاقه دیگران باشیم اما برای این که رهبری بزرگ باشید باید حد و حدود را مشخص کنید و رفتار کارمندان خود را در نظر بگیرید و اگر لازم شد تصحیح کنید. گاهی اوقات دیگران از دست

شما عصبانی می شوند و هیچ راه دیگری نیست. اما با این کار تیمی ایجاد می کنید که انتظارات شما، چیزهایی که تحمل کرده یا نمی کنید را می دانند.

فصل پانزدهم

دارایی هفتم: نظامی برای تولید ثروت واقعی

توماس جفرسون و جان آدامز جزء گروه سه نفره ایجاد اعلامیه استقلال آمریکا هستند که تا آخر عمر دوست صمیمی بودند اگرچه اختلاف نظر داشته و گاهی هم بزرگ بود. مخالف سرسخت سیاسی هم بودند و در بسیاری از موارد کاملاً با هم اختلاف نظر داشتند. سالهای گذشته و کار به جایی کشید که دومین و سومین رئیس جمهور آمریکا با هم صحبت نمی کردند. اما در سالهای آخر عمرشان آشتی کرده و نامه نگاری آنها به هم یکی از بزرگترین گنجینه های آمریکا است.

هر دوی آنها روز چهارم جولای 1826 پنجاه سال پس از اعلامیه استقلال آمریکا از دنیا رفتند. این دو با بنجامین فرانکلین برای تصویب اعلامیه استقلال آمریکا تلاش کردند.

نکته جالب توجه دیگر ثروت این دو است. جفرسون مالک و از اشراف سنتی ویرجینیا بود که هزاران جریب زمین داشت. آدامز وکیل از ماساچوست از خانواده ای کشاورز و فقیر بود که عمرش را بدون ثروت زیاد گذراند. اما روز مرگ این دو، آدامز یک صد هزار دلار ثروت داشت و جفرسون یک صد هزار دلار بدهی داشت.

ثروت با پول یکی نیست. ثروت با مقدار درآمد مشخص نمی شود بلکه با زمان اندازه گیری می شود.

جفرسون پول و ملک داشت اما همه را از دست داد. آدامز هرگز پول زیادی نداشت و ساده زندگی می کرد اما نحوه تولید سرمایه را بخوبی می دانست.

یکی از دلایل اصلی نوشتن این کتاب این است که تفاوت حیاتی بین پول و ثروت را متوجه شوید. پرا یک برنده چند میلیون دلاری بلیط بخت آزمایی ظرف سه سال ورشکسته می شود؟ دلیل سرازیر شدن پول فراوان برای کسی است که معنی ثروت را نمی داند.

ثروت با پول یکی نیست. ثروت با مقدار درآمد مشخص نمی شود بلکه با زمان اندازه گیری می شود. اگر همه پول من هزار دلار در حسابهای پس انداز و جاری بانک باشد، و روزانه صد دلار هزینه دارم پس ثروت من مساوی ده روز است. ثروت توانایی ادامه زندگی از نظر مالی است. باید از خود سوال کنید: "اگر امروز دست از کار بکشم تا چند وقت از نظر مالی می توانم ادامه دهم؟" پاسخ شما مقدار ثروت شما را نشان می دهد.

در واقع می توان این تعریف را عمیق تر کرد. ثروت را با غنی بودن تجربه زندگی شما به اضافه تعداد روزهایی که در آینده با آن سطح تجربه می توانید به زندگی ادامه دهید، اندازه گیری می کنند.

یک از دلایلی که ثروتمند، ثروتمندتر می شود این است که نوع پولی که درمی آورند متفاوت است. آنها برای تولید درآمد کار نمی کنند بلکه می خواهند ثروت تولید کنند. تفاوت عمده بین این دو وجود دارد.

یکی از عمیق ترین ارزشهای بازاریابی شبکه ای که اکثر مردم آن را دقیقاً درک نمی کنند، موتور تولید ثروت شخصی است.

چهار قدم ساده برای آزادی اقتصادی

همسرم کیم و من می توانستیم بدون کار کردن، یاری از دولت، خرید و فروش سهام و سرمایه گذاری در صندوقهای سرمایه گذاری مشترک بازنشسته شویم. چرا تجارت سهام و صندوقهای سرمایه گذاری مشترک را انتخاب نکردیم؟ دلیل ریسک زیاد آن است به نظر من صندوقهای سرمایه گذاری مشترک هم یکی از ریسکی ترین انواع سرمایه گذاری هستند.

کیم و من طرح ساده چهار قسمتی را برای این که در جوانی پولدار شویم استفاده کردیم. از سال 1985 تا 1994 حدود نه سال طول کشید تا از نظر مالی آزاد و بازنشسته شویم. حتی یک سهام هم نخریدیم. این چهار مرحله این ها هستند:

تاسیس تجارت خود

در تجارت خود دوباره سرمایه گذاری کنید

سرمایه گذاری در ملک و املاک

خرید اشیاء لوکس با استفاده از داراییهای خود

به نحوه عملکرد هر یک نگاه می کنیم.

اول- تاسیس تجارت خود

تاسیس تجارت خود به شما امکان درآمد بالا می دهد. به علاوه قوانین مالیاتی آمریکای نسبت به افرادی که در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ هستند لطف فراوان داشته و افرادی که در گوشه کارمندی هستند را تنبیه می کنند.

تجارت مانند یک کودک است که برای رشد وقت لازم دارد. معمولاً یک تجارت حدود پنج سال برای این که موفق شود فرصت لازم دارد البته گاهی ممکن است زمان بیشتر یا کمتر شود.

دوم- در تجارت خود دوباره سرمایه گزای کنید

کلید این روند این است که از تجارت خود برای امرار معاش استفاده نمی کنید. بسیاری از بازاریابهای شبکه ای که وارد این کار می شوند اول این اشتباه را دارند که به محض تولید درآمد آن را خرج می کنند و به هزینه های زندگی خود می افزایند. خرید خودروی دوم، خانه ای بزرگتر، تعطیلات گران قیمت و از این قبیل هزینه های تازه زندگی می شوند.

دلیل این نیست که این افراد احمق هستند. حتی افرادی بسیار باهوش و با اطلاعات را دیده ام که چنین کاری می کنند. علت تنها یک دلیل است: بسیاری از این افراد هنوز در گوشه کارمندی زندگی کرده نفس می کشند و فکر می کنند. اگر تولید ثروت را می خواهید باید مانند گروه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران فکر کنید.

اول شغل روزان خود را از دست ندهید. هدف این نیست که تجارت جای شغل شما را بگیرد که در این صورت تجارت شما مانند شغلی تازه است. از این راه هیچ وقت ثروت ایجاد نمی شود. برعکس

وقتی که تجارت تازه شما درآمد دارد فوری به قسمت دوم بروید و درآمد تازه را در تجارت خود دوباره سرمایه گذاری کنید تا باز هم رشد کند.

" اما من نمی خواهم شغل روزانه داشته باشم. از اینجا کار کردن متنفرم اگرچه این همه نکته من نیست. می خواهم به عنوان یک کارمند فکر نکنم.

بسیاری از مردم به این دلیل قادر به تولید سرمایه زیاد نیستند که از درآمد در تجارت خود مجددا سرمایه گذاری نمی کنند.

پس می خواهید از گوشه کارمندی خارج شده و کار خود را رها کنید. شاید از شغلتان متنفر هستید. شاید مانند بسیاری از افراد حرفه ای که دیده ام به شغل خود علاقه دارید اما نمی خواهید هفته ای چهل، پنجاه یا شصت ساعت در هفته کار کنید. به هر دلیلی که باشد واقعیت این است که اگر تمام درآمد تجارت جدید را ماهانه خرج کنید پس تجارت می سازید و شغل دیگری برای خود فراهم کرده اید.

صاحب تجارت هرگز از سرمایه گذاری و سرمایه گذاری مجدد دست برنمی دارد تا تجارتش ساخته شود. بسیاری از مردم به این دلیل قادر به تولید سرمایه نیستند که از درآمد در تجارت خود مجددا سرمایه گذاری نمی کنند.

حال به بازاریابی شبکه ای نگاه می کنیم.

جان: تجارت سنتی با گرفتن انبار جدید، هزینه تبلیغات در سطح کشور، تولید کالاهای تازه یا کانالهای توزیع جدید سرمایه گذاری مجدد می کند. اما بازاریاب شبکه ای این هزینه ها را ندارد. شرکت بازاریابی شبکه ای این سرمایه گذاریها را برای شما انجام می دهد.

پس چگونه در تجارت خود دوباره سرمایه گذاری کنید؟ قطعا قسمتهایی برای سرمایه گذاری عاقلانه وجود دارد. آموزش و پرورش خود، سفر کردن برای گسترده کردن شبکه در شهرهای دیگر، ابزارهای تبلیغی و آموزشی و منابعی که بتوانند تجارت شما را رشد دهند از این قبیل هستند.

عمدتا بازاریابی شبکه ای تجارتی است که سرمایه اصلی آن پول نیست بلکه تلاش و وقت شما است.

پس قسمت عمده درآمد بازاریابی شبکه ای به شما برمی گردد تا روند جدی تولید ثروت را انجام دهید. اما دقت کنید که تولید ثروت و نه هدر دادن ثروت باشد.

اشتباهی را که دیگران مرتکب شده اند نکنید. آنها تمامی پول خود را خرج خودروهای بزرگتر، خانه بزرگتر و زندگی پرخرج تر می کنند. درآمد تجارت جدید خود را به باد ندهید.
به درآمد تازه خود احترام بگذارید و آنها را مجددا سرمایه گذاری کنید.

سوم- سرمایه گذاری در ملک

همزمان با رشد درآمد اضافی، آن را در ملک سرمایه گذاری کنید.

در این طرح صندوق سرمایه گذاری مشترک، سهام یا سایر اوراق بهادار وجود ندارند. با این که اینها را به آسانی می توانید بخرید تجارت سهام و صندوق سرمایه گذاری مشترک ریسک زیاد داشته و درآمد آن هم شامل مالیات بر سرمایه افزوده می شود. برای سرمایه گذاری باید آموزش لازم را ببینید تا ریسک آن کمتر شود. در این طرح پول اضافی را برای نوعی از دارایی سرمایه گذاری می کنیم که درآمد تولید کند. داراییهای مختلف این ویژگی را دارند اما به دو دلیل ملک بهتر است.

اول این که قوانین مالیاتی به نفع کسی است که در ملک سرمایه گذاری کند. دوم این که بانک شما برای ملک به شما وام می دهد. اگر از بانک خود بخواهید تا وام سی ساله با بهره شش و نیم درصد برای سرمایه گذاری در سهام به شما قرض دهند، حتما با خنده شما را از بانک بیرون می کنند.

اغلب از من می پرسند: "چطور می توانم ملک بخرم در حالی که پول اجاره دادن را هم ندارم؟" سوال خوبی است. تا زمانی که پول اضافی نداشته باشید امکان آن نیست. به همین دلیل است که این مرحله بعد از برقرار کردن تجارت شما و سرمایه گذاری مجدد در آن مطرح می شود. پس باید پول اضافی داشته باشید.

اما منظورم از سرمایه گذاری در ملک چیست؟ بسیاری نمی دانند که ملک و املاک به عنوان یک دارایی چگونه کار می کند. اغلب فکر می کنند که ملک را به قیمتی می خرند و به سرعت یا بعد از مدتی آن را به قیمت بیشتر می فروشند. خیر این نیست. درست مثل این که گاوی را خریداری کنید و بعد آن را برای گوشت استیک بفروشید. باید گاو را بخرید و همیشه از فروش شیر آن استفاده کنید.
هدف از خرید ملک فروش آن نیست بلکه باید آن را به دارایی تبدیل کنید که درآمد تولید کند.

انجام این کار نیاز به زمان، آموزش، تجربه و پول دارد. درست مانند یادگرفتن سایر کارهای جدید اشتباه نکردن ممکن نیست و اشتباه در ملک بویژه اداره ساختمان می تواند خیلی گران تمام شود. سرمایه گذاری در ملک بسیار کند و همراه با ریسک است مگر این که درآمد اضافی داشته و از مزایای مالیاتی تجارتهای بزرگ استفاده کنید.

دلیل که اغلب مردم نمی توانند در ملک ثروتمند شوند کمبود پول نقد است. واقعیت این است که بهترین معاملات ملکی گران هستند. اگر پول زیاد ندارید تنها معاملاتی که می توانید انجام دهید با دست به دست کردن پول دیگران است. بسیاری از افراد بدنبال سرمایه گذاری در ملک اما بدون پول پیش می گردند زیرا که پولی پیش ندارند. به غیر از افراد با تجربه و با پول زیاد که زمان استفاده آن را می دانند، سرمایه گذاری در ملک بدون پول پیش گرانترین سرمایه گذاری زندگی شما خواهد شد.

چهارم- با داراییهای خود اجناس لوکس بخرید

سالها حتی پس از این که من و کیم همسرم قدرت مالی کافی داشتیم در خانه ای کوچک که اقساط ماهانه آن چهار صد دلار در ماه بود زندگی کرده و خودروی معمولی داشتیم. در همین حین پول اضافی تجارت ما صرف سرمایه گذاری در ملک می شد.

امروز هم که در منزلی بزرگ زندگی می کنیم و شش خودرو لوکس داریم ، این داراییهای ما هستند که اینها را خریده اند و ما از آنها لذت می بریم. ما نخریدیم.

وقتی که صحبت از اجناس لوکس می کم منظورم و لخرجی یا خودنمایی نیست. منظورم خرید چیزهایی است که بیش از نیاز شما است اما از آن لذت می برید.

برای نمونه کسی را که از شغلش راضی نیست در نظر بگیرید. اگر به او بگویید: "اگر شغل را دوست نداری باید آن را رها کنی." چه خواهند گفت؟

"از خدا می خواهم اما توانایی داشتن این جنس لوکس را ندارم."

بله درست است. برای بسیاری از افراد شغل نداشتن اولین جنس لوکس است که می خواهند. چگونه می توان این جنس لوکس را بدست آورد؟ مانند بقیه اجناس است. از سرمایه ای که در ملک یا تجارت خود دارید بخواهید تا آنها را برای شما خریداری کنند. برای این منظور باید داراییهای شما به حدی برسد که توان خرید برای شما را داشته باشند.

می بینید که چطور کار می کند؟

از درآمد خود اجناس لوکس نمی خرید. درآمد شما صرف ساختن داراییهای شما می شود که شامل تجارت شما و سرمایه گذاری در ملک است. وقتی که به حد لازم رسیدند، اجناس لوکس را برای شما می خرند.

حال به مسئله آرزوها می رسیم.

فصل شانزدهم

دارایی هشتم: آرزوهای بزرگ و توانایی رسیدن به آنها

یکی از ارزشترین مسائل شرکتهای بازاریابی شبکه ای تاکید بر اهمیت دنبال کردن آرزوها است. توجه کنید که نگفتم بدست آوردن آرزوها بلکه دنبال کردن آرزوها مهم است.

این شرکتهای شما را تشویق می کنند تا آرزوهای بزرگ داشته باشید. یکی از نیروبخشترین تجربه هایی که در بررسی شرکتهای بازاریابی شبکه ای دیدم بزرگتر شدن آرزوها و دیدن آنها بود.

تجارتهای سنتی اغلب خیلی علاقه ای به آرزوهای بزرگ شما ندارند. آنها در صورتی که شما آرزوهای نسبتاً کم داشته باشید، خوشحالتتر هستند. مثلاً مسافرتی کوتاه، خانه مسافرتی مشترک، یک سرگرمی و بازی گلف بعد از ظهر روزهای تعطیل از این قبیل هستند.

داشتن آرزوهای کوچک چیز بدی نیست اما این نوع زندگی کوچک است.

وقتی که بزرگ می شدم همیشه از پدر و مادرم می شنیدم که " نمی توانیم پول آن را بدهیم." پدر پولدارم من و پسرش را از گفتن این جمله منع کرد و به جای آن می گفت: " چگونه می توانیم پول آن را فراهم کنیم."

با این که بین این دو جمله تفاوت کمی دیده می شود اما تفاوت بسیار است. این تغییر کوچک در طرز فکر، همراه با تجربه، دید و تصمیمهای بزرگ زندگی هستند که می توانند شما را میلیونها مایل از جایی که هستید دور کنند.

اگر به این جمله عادت کنید که " چگونه می توانم پول آن را فراهم کنم؟" پس آرزوهای بزرگتر دارید. نه تنها آرزوهای بزرگتر دارید بلکه امکان تحقق آنها را باور دارید. با گفتن " نمی توانیم پول آن را بدهیم." در واقع آرزوهای خود را به باد می دهید. در این دنیا به اندازه کافی افرادی هستند که آرزوهای خود را به باد می دهند شما لازم نیست به آنها بپیوندید. شاید هم این منظور را ندارند اما با گفتن این جمله آرزوها را از بین می برند.

نمی توانی.

خیلی ریسک دارد. می دانی چند نفر خواستند و شکست خوردند.

ساده نباش. از کجا چنین ایده ای را پیدا کرده ای.

اگر خیلی فکر خوبی است چرا تاکنون دیگری به فکر آن نیافتاده.

سالها قبل این کار را کردم. بگذار بگویم موفق خواهی شد.

این جملات کشنده آرزوها هستند و جالب است که همیشه از طرف کسانی مطرح می شوند که آرزوهای خود را رها کرده اند.

خرید خانه ای بزرگ کوشش، یادگیری و بیشترین تلاش برای رشد فردی را می خواهد اما مهم این است که در این روند از شما چه کسی ساخته می شود.

وقتی که من و همسرم کیم ورشکسته شدیم، به هم گفتیم که اگر ثروت زیاد بدست آوریم خانه ای بیش از یک میلیون دلار می خریم. خانه ای بزرگ می خریم. همین طور شد و از زندگی در خانه بزرگ لذت می بریم اما خانه برای ما اهمیت نداشت بلکه توانایی خرید خانه بزرگ مهم بود. مهم این بود که در این روند ما چگونه افرادی شدیم.

خرید خانه ای بزرگ کوشش، یادگیری و بیشترین تلاش برای رشد فردی را می خواهد اما مهم این است که در این روند از شما چه کسی ساخته می شود.

پدر پولدارم می گفت: "افرادی که آرزوهای کوچک دارند به زندگی های کوچک ادامه می دهند."
هر کس آرزویی دارد اما همه آرزوها یکسان نیستند. پدر پولدارم به من یاد داد که پنج نوع آرزو کننده داریم:

افرادی که آرزوهایشان در گذشته آنها است

افرادی که رویاهای کوچک دارند

افرادی که به آرزوی خود رسیده اما زندگی خسته کننده دارند

افرادی که آرزوهای بزرگ دارند اما نمی دانند چگونه آنها را عملی کنند

افرادی که آرزوهای بزرگشان تحقق یافته و آرزوهای بزرگتر در فکر دارند

افرادی که آرزوهایشان در گذشته آنها است

افرادی که بزرگترین موفقیت‌هایشان را در گذشته خود می بینند، با داستانهای روزهای دانشگاه، سربازی، تیم فوتبال دبیرستان و زندگی در مزرعه کودکی شان زنده هستند. اما وقتی صحبت از آینده کنید، احتمالاً سرتکان می دهند و می گویند جهان به جهنم تبدیل شده است.

کسی که با آرزوهای گذشته اش زندگی می کند در واقع زنده نیست. ممکن است نمرده باشند اما واقعا زندگی نمی کنند. تنها راه زندگی آنها یادآوری گذشته است.

افرادی که آرزوهای کوچک دارند

برخی از افراد با آرزوهای کوچک خود را محدود می کنند و این را تنها راه تحقق آرزوهایشان می دانند. عجیب است که با این حال اغلب به آرزوهایشان نمی رسند. شاید علت این باشد که آنها خود می دانند که در صورت تحقق این آرزوها هدفی برای زندگی ندارند مگر این که طرز فکر خود را با داشتن آرزویی بزرگتر به چالش بکشند.

به عبارت دیگر آنها زندگی کوچک را به ریسکها و هیجان زندگی بزرگ ترجیح می دهند. بعدها از آنها می شنوید که می گویند: "می دانید، سالها قبل باید این کار را انجام می دادم اما هرگز وقتش را نداشتم."

از کسی پرسیدم: "اگر تمام پولهای دنیا را داشتید به کجا سفر می کردید؟"

گفت: "به کالیفرنیا برای دیدن خواهرم می رفتم. چهارده سال است که او را ندیده ام و خیلی دوست دارم او را ببینم بخصوص قبل از این که بچه هایش بزرگتر شوند می خواهم او را ببینم. این تعطیلات آرزوی من است."

آن روزها این سفر پانصد دلار هزینه داشت. سوال کردم که چرا زودتر سفر نکرده است. گفت: "خیلی سرم شلوغ است." به عبارت دیگر به جای این که از خواب بیدار شود و به این سفر برود ترجیح می داد تا در رویایش باشد.

پدر پولدارم می گفت که این افراد خطرناکترین افراد هستند. "آنها مانند لاک پشت هستند و به لاک آرام و ساکت خود فرو می روند. اگر در بزنید و بخواهید داخل لاک آنها را ببینید ممکن است عصبانی شوند و شما را گاز بگیرند."

درسی که می گیریم این است: به لاک پشتها اجازه بدهید تا در رویاهای خود باشند. اکثر آنها جایی نمی روند و به نظر خودشان مشکلی ندارند.

افرادی که به آرزوی خود رسیده اما زندگی خسته کننده ای دارند

یکی از دوستانم می گفت: "بیست سال قبل آرزوی دکتر شدن داشتم. دکتر شدم و از آن لذت می بردم اما حالا زندگی خسته کننده شده و چیزی کم دارم."

خسته کننده بودن زندگی علامت نیاز به آرزوهای جدید است. پدر پولدارم می گفت: "بسیاری از افراد در حرفه هایی که از زمان دبیرستان آرزوی آن را داشته اند، فعالیت می کنند. مشکل این است که سالها از زمان دبیرستان گذشته و زمان ماجراجویی تازه رسیده است."

افرادی که آرزوهای بزرگ دارند اما نمی دانند چگونه آنها را عملی کنند

همه ما افرادی را در این گروه دیده ایم. آنها می گویند: "پیشرفتی بزرگ بدست آورده ام. طرح جدیدی را برایتان بازگو می کنم." یا "این بار فرق می کند." یا "چیز دیگری پیش آمده." یا "این بار بیشتر از قبل تلاش می کنم. صورتحسابها را پرداخت می کنم و سرمایه گذاری می کنم." یا "شنیده ام شرکت تازه ای در شهر آغزا به کار کرده که دنبال کسی با مدرک من می گردند. این فرصت طلایی من است."

پدر پولدارم می گفت: " این افراد اغلب لقمه های بزرگ برمی دارند اما می خواهند همه کار را خود انجام دهند. اما عده معدودی به تنهای قادر به تحقق آرزوهایشان هستند. آنها باید آرزوهای بزرگ داشته باشند اما طرحی برای آن و تیمی که بتواند آن را عملی کند داشته باشند."

افرادی که آرزوهای بزرگشان تحقق یافته و آرزوهای بزرگتر در فکر دارند

فکر می کنم که همه ما دوست داریم در این گروه باشیم. من که این طور هستم. شما چی؟

پدر پولدارم می گفت: " افراد بزرگ آرزوهای بزرگ دارند و افراد کوچک آرزوهای کوچک. اگر بخواهید خود را عوض کنید باید اول از اندازه آرزوهایتان شروع کنید."

همانطور که می دانید مدتی کاملاً ورشکسته شدم و با همسرم در خودرو زندگی می کردم. می دانم چه احساسی دارد. اما ورشکستگی موقعیتی گذرا است. فقیر بودن فرق می کند و یک طرز فکر است. ممکن است ورشکسته باشید اما از نظر روحیه، امید، شهامت و مصمم بودن غنی باشید. آرزوی بزرگ داشتن هزینه ای ندارد و آرزوی خیلی بزرگ هم مجانی است. مهم نیست که ورشکسته باشید بلکه بارها کردن آرزوهایتان فقیر می شوید.

طرز زندگی در بازاریابی شبکه ای از این نظر بی مانند است که شما آرزوهایتان را محدود به یک زمان مشخص نمی کنید. با پیوستن به تجارت بازاریابی شبکه ای آرزوهای خود را دنبال می کنید که البته روز اول قدمهای کوچکتر آن را برمی دارید.

این تغییر از طرز فکر " نمی توانم" به " می توانم"، از بازیچه شرایط بودن به کنترل زندگی خود و از بندگی به آزادی است.

تورو فیلسوف معروف در " والدن" به تفکر عمیق درباره زندگی خودمختار اشاره می کند: " از تجربه هایم حداقل این را یاد گرفته ام که اگر کسی در جهت تحقق آرزوهایش پیشرفت کند و در جهت زندگی خیالش تلاش کند، موفقیت غیرقابل انتظار را خواهد دید."

از این بهتر نمی توان توضیح داد.

فصل هفدهم

تجارتی که زنان در آن پیشرفت می کنند

نویسنده: کیم کیوساکی

چندبار از همسرم کیم مطالبی را مطرح کردم. نحوه آشنایی من با او را می دانید. درباره سختیها، اهداف و راهبردهای ما و این که چگونه زندگی ما عوض شده می دانید. قبل از پایان این کتاب فکر کردم که فرصت خوبی است تا از کیم هم مستقیماً مطالبی را بخوانید.

رابرت کیوساکی

رابرت درباره بازاریابی شبکه ای توضیحاتی داد که از طرق مختلف می تواند برای شما با ارزش باشد. من هم راه دیگری را اضافه می کنم: بازاریابی شبکه ای تجارتی قدرتمند برای زنان است.

اگر به آمار جامعه بازاریابی شبکه ای نگاه کنید اولین و جالب توجه ترین مطلب این است که تعداد زنان در این تجارت چهار برابر زنان است.

بله درست شنیدید. بر اساس انجمن فروش مستقیم از هر پانزده میلیون نفر که در آمریکا به کار بازاریابی شبکه ای مشغول هستند، هشتاد و هشت درصد زن هستند. با این که از نسبت زن و مرد در

شصت و دو میلیون نفر نیروی بازاریابی شبکه ای در جهان خبر نداریم اما احتمالاً همین نسبت دیده می شود.

طرز حمایت، مربی گری و پرورش اعضای شبکه یک بازاریاب شبکه ای به گونه ای است که زنان در موفق می شوند.

از نظر تاریخی یکی از دلایل این است که بسیاری از اعضای خانواده بازاریابی شبکه ای را به عنوان شغل پاره وقت در نظر گرفته اند و برای خانواده ای که مردم نقش اصلی نان آور را دارد اغلب زنان هستند که کارهای پاره وقت و تجارت از درون خانه را انجام می دهند.

عامل دیگر این است که این تجارت از خانه انجام می شود پس کاملاً با نیازهای بزرگ کردن بچه ها و خانه داری سازگار است.

اما به نظر من بیش از این دلایل تاریخی و کاربردی دلایل دیگری در کار است. بازاریابی شبکه ای در اصل تجارت رابطه است. همانطور که رابرت گفت این تجارت به فروش مربوط نمی شود بلکه ارتباط برقرار کردن است. اصل آن تثبیت رابطه، مربی گری آموزش و تعلیم و تربیت است. کار روزانه ایجاد شبکه شباهت کمی به افزایش محدوده فروش دارد و بیشتر مانند ساختن یک جامعه است.

طرز حمایت، مربی گری و پرورش اعضای شبکه یک بازاریاب شبکه ای به گونه ای است که زنان در موفق می شوند.

البته اینها به این معنی نیست که مردان نمی توانند در بازاریابی شبکه ای موفق شوند. میلیونها مرد هر روز در این تجارت موفقیت خود را نشان می دهند. اما اصل این است که در این طرح تجاری زنان موفق می شوند.

زنان چه می خواهند

زنان امروز واقعا می خواهند تولید ثروت خودشان را یاد بگیرند و این چیز خوبی است.

یک روزنامه نگار جوان چند سال قبل به سمت من آمد و با اشتیاق گفت: "باید زنان را آگاه کنیم تا اداره پولشان را به عهده بگیرند. زنان نباید به دیگران اتکا کنند تا این کار را برایشان انجام دهند."

بعد از این با هم صحبت کردیم متوجه شدم که اشتیاق و علاقه او از کجا بود. مادر 54 ساله اش پس از طلاق به خانه او رفته و از نظر مالی هم هیچ چیزی نداشت. او باید مادر و خودش را تامین می کرد.

این مسئله موجب بیداری او شده اما بدتر از همه این که بعد از بررسی وضعیت مالی خودش متوجه شده بود که منبع مالی او برای تامین خود و مادرش چیزی نبود. اگر به هر دلیلی درآمد ماهانه او متوقف می شد، تنها پس انداز هفت هزار دلاری او برایش می ماند.

برای دو نفر پس انداز هفت هزار دلاری به جایی نمی رسد. او و مادرش فاصله کمی با فقر و حتی بی خانمانی داشتند. تعجبی نداشت که آگاهی زنان برای کنترل وضعیت مالی خود مورد علاقه او بود.

خوشبختانه من در موقعیت این زن نیستم. رابرت و من تا آخر عمر از نظر مالی تامین هستیم و ربطی به وضعیت اقتصاد هم ندارد.

اما با این که مانند این زن زیر تیغ نیستم، به همان اندازه به موضوع استقلال مالی زنان علاقه دارم. مسئله "چگونگی انجام کار" در بازاریابی شبکه ای برای زنان و مردان یکسان است. اما دلایلی که زنان را به سمت بازاریابی شبکه ای می کشاند با دلایل مردان متفاوت است. می دانیم که زندگی ما با مادران ما خیلی تفاوت دارد اما شاید درجه تفاوت آن شما را حیرت زده کند. شش دلیل برای این که زنان باید وارد بازی تولید ثروت شوند اینها هستند:

اول- آمار

آمار رابطه زنان و پول باورنکردنی است. بر اساس اداره آمار آمریکا (برای کشورهای دیگر هم ارقامی مشابه صدق می کند) :

47 درصد زنان بالای 50 سال مجرد هستند و به عبارت دیگر خود مسئول وضعیت مالی خود هستند. درآمد بازنشستگی زنان در مقایسه با مردم نصف است زیرا که مردان نان آور اصلی خانه هستند. متوسط کار نکردن برای زنان چهارده و هفت دهم سال است و برای مردان یک سال و شش دهم است. این مسئله را که با حقوق کمتر زنان جمع بزنید می بینید که درآمد بازنشستگی زنان یک چهارم مردان است. (نقل شده از مرکز ملی تحقیقات بازنشستگی و زنان)

زنان هفت تا ده سال بیش از مردان زندگی می کنند پس به درآمد بیشتری نیاز دارند. (آن لترس ، دوازده جون سال 2000) اما زنان متأهل که درست بعد از جنگ جهانی دوم بدنیا آمده اند انتظار می رود بین پانزده تا بیست سال بیش از شوهران خود زندگی کنند.

سه چهار افراد مسن فقیر زن هستند. (مورنینگ استار فاند اینوستور)

تقریباً از هر ده زن هفت نفر در مرحله ای زندگی شان در فقر زندگی می کنند.

این آمار به ما چه می گوید؟ روز به روز به تعداد زنانی که تحصیل کرده نیستند و توانایی مالی برای نگهداری از خود را ندارند، افزوده می شود. بویژه هر چه که سن آنها بیشتر می شود وضعیت بدتر است. تمام عمرمان را برای نگهداری از خانواده خود صرف می کنیم اما توانایی نگهداری از خود را نداریم.

دوم- از وابسته بودن پرهیزید

وقتی که ازدواج می کنیم انتظار طلاق را نداریم. وقتی که کاری را شروع می کنیم انتظار از کار بیکار شدن را نداریم. اما رخ می دهد و امروزه تعداد آن بیشتر و بیشتر می شود.

زنان گوش دهید، اگر به شوهر، رئیس یا هرکس دیگری برای آینده مالی خود تکیه کرده اید یک بار دیگر خوب فکر کنید. ممکن است این افراد نباشند. اغلب تا زمانی که با واقعیت بیدار کننده روبرو نشده ایم شدت وابستگی را نمی دانیم.

سوم- سقف شیشه ای در کار نیست

در کنار تمامی چالشهایی که پس از بحران اقتصادی سال 2008 کارمندان شرکتها دیده اند، زنان یک سد دیگر هم دارند که همان سقف شیشه ای معروف است. بله درست است. حتی امروز هم به خاطر جنیست، زنان تا حدی قادر به صعود از نردبان شرکتهای خصوصی هستند. زنان بالای 50 سال که بخواهند دوباره وارد جهان استخدام شرکتها شوند وضعیتی دارند که بهتر است درباره آن صحبت نشود.

در جهان بازاریابی شبکه ای، مسئله سقف شیشه ای برای زنان وجود ندارد. شرکت بازاریابی شبکه ای شما اهمیتی به این که شما زن یا مرد، سیاه یا سفید، فارغ تحصیل دانشگاه یا از دبیرستان ترک تحصیل کرده اید، نمی دهد. تنها به این اهمیت می دهد که شما با جدیت و بصورت موثر شبکه خود را بسازید و همانطور که گفتم تعداد زنان چهار برابر مردان هستند. تفاوتی بین کار مردان و زنان هم نیست.

کلید مهارت، تحصیل و تجربه شما است. محدودیت یا سقف یا شیشه ای برای زنان بازاریابی شبکه ای، وجود ندارد.

چهارم- درآمد محدود نیست

وجود سقف شیشه ای و نابرابری حقوق زن و مرد در بازار شغلی موجب شده که درآمد زنان محدودتر باشد. تحقیقات نشان می دهد که به ازای هر دلاری که یک مرد حقوق می گیرد زنی که تحصیلات و مدارک مشابه دارد هفتاد و چهار سنت حقوق می گیرد.

اما تجارت بازاریابی شبکه ای کاملا امکان ترقی دارد. صرف نظر از جنسیت، درآمدی که از ساختن شبکه خود می کنید نامحدود است.

پنجم- افزایش عزت نفس

شخصا فکر می کنم که این بزرگترین مزیت بازاریابی شبکه ای است و یکی از محکمترین دلایل پیوستن زنان به این تجارت است. عزت نفس زنان معمولا با قدرت درآمد آنها رابطه دارد. وابسته بودن به دیگران در مسائل مالی می تواند عزت نفس را کاهش دهد. ممکن است کارهایی را انجام دهید که اگر نیاز به پول مطرح نبود دست به این کارها نمی زدید.

زنانی را دیده ام که وقتی دانش درآمد شخصی خود را پیدا کرده اند از نظر عزت نفس رشد قابل توجه داشته اند. وقتی که عزت نفس زنان بیشتر می شود رابطه آنها با افراد دور آنها بهتر می شود. عزت نفس بالا منجر به موفقیت‌های بیشتر شده و نهایتا بزرگترین هدیه یعنی آزادی را به بار می آورد.

ششم- کنترل وقت خود

وقتی که باید انرژی خود را به تولید ثروت واقعی صرف کنید یکی از موانع بزرگ زنان در مقایسه با مردان کمبود وقت است. بویژه اگر مادری ساعتها را صرف نگهداری کودکانش کند. از بسیاری زنان شنیده ام که " بعد از کار که به خانه می روم باید غذا حاضر کنم، به تکالیف مدرسه بچه ها کمک کنم و ظرفها را بشورم. وقتی که همه می خوابند و لحظه ای برای خودم دارم شدیداً خسته ام."

به عنوان یک بازاریاب شبکه ای، کنترل وقت در دست شما است. این تجارت را می توانید بصورت پاره وقت یا تمام وقت انجام دهید. از خانه با تلفن یا رایانه، بعد از ظهر، آخر هفته یا هر وقت دیگر یا در هر کجا که باشید می توانید انجام دهید. تجارت با شما سفر می کند و در جیب شما است. اگر شرایط و برنامه شما فشار بیاورد می توانید در نیم ساعت استراحت خود کار کنید.

تولید ثروت ضروری است

شش دلیلی که نشان می دهد چرا زنان باید ثروت خود را تولید کنند دیدیم. آمار نشان می دهد که چگونه زمانه برای زنان عوض شده و نیاز به تحصیلات مالی امروزی ضروری است. اگر از نظر مالی به دیگری وابسته هستید مانند این است که تاس بیاندازید. ممکن است برنده شوید اما ریسک آن زیاد است.

سقف شیشه ای و محدودیتهای درآمد چیزهایی هستند که سالها زنان با آنها جنگیده اند. اینها در بازاریابی شبکه ای از بین رفته اند. دو امتیاز افزایش عزت نفس و آزادی مقدار وقتی که می خواهید صرف تجارت کنید بزرگترین امتیازهای این تجارت هستند.

از میان دلایلی که ذکر کردم نمی دانم کدام مهمتر است. نمی توانم بصورت مستقیم با اکثر شما صحبت کنم. شما زن معمولی نیستید، شما خودتان هستید. تنها دلیل قانع کننده برای ایجاد تجارت بازاریابی شبکه ای را خود شما می توانید تعیین کنید.

ثروت تولید کنید و بعد از انجام آن لذت ببرید

صرف نظر از این که دلیل قانع کننده شما چیست، باید بدانید که وقتی بازاریابی شبکه ای را آغاز می کنید لذت شما شروع می شود.

بله وقتی می بینید که صد دلار، هزار دلار یا ده هزار دلار اضافی در ماه می توان بدست آورد، لذت دارد. به علاوه می توانید از وابسته بودن پرهیز کرده و کنترل وقت خود را به عهده بگیرید. اما اگر از کار لذت نبرید بزودی خود را در همان چاله ای می بینید که بسیاری در شرکتهای خصوصی می بینند. به زبان ساده باید به آنچه می کنید اشتیاق و علاقه داشته باشید وگرنه حساب بانکی شما تحت تاثیر آن قرار می گیرد.

به همین دلیل است که تجارتهایی که "برگزاری جشنها" را ترتیب می دهند برای بسیاری از زنان مناسب هستند. این تجارت نوعی از بازاریابی شبکه ای است که جشنهای داخل منازل را ترتیب می دهد. از این طریق می توانید در حالی که با دوستان و فامیل خود وقت می گذرانید شبکه ای اجتماعی برای تولید ثروت ایجاد کنید و از آن لذت ببرید.

یکی از نکات جالب قسمت برگزاری جشنها در بحرانهای اقتصادی، ادامه دار بودن و موفقیت آن است. در واقع این یکی از دلایل قدرت بازاریابی شبکه ای است. شرکتهایی مانند "ورورک (جافرا کازمتیکس)، ماری کی، تاپرور، سنتسی، پارتی لایت، استمپین آپ، جواهرات پارک لین، شرکت لانگ برگر و ساترن لیوپینگ ات هوم از شصت و چهار شرکت فروش مستقیم هستند که فروش عمده فروشی آنها سالانه بیش از یک صد میلیون دلار است.

به گزارش مجله " خبرهای فروش مستقیم" چاپ سپتامبر 2009، شرکت تیستفولی سیمپل که جشنها را برگزار کرده و غذا تهیه می کند با وجود رکود اقتصادی در سال 2008 فروش آن پنج درصد افزایش داشته است. شرکت "پمپرد شف" که توسط وارن بافه میلیاردر معروف در سال 2002 خریداری شد در همان دوره پنج درصد افزایش جذب نیرو داشته است.

نکته چیست؟ شرکتهای برگزاری جشن فرصتهایی با ریسک کم و سود بالا هستند که مناسب زنانی است که می خواهند استقلال مالی خود را بدست بگیرند. به مادرانی که در خانه هستند و می خواهند به جمع کارآفرینان پیوندند، زنانی که می خواهند به حقوق خود اضافه کنند، دانشجویانی که امید به درآمد اضافی دارند و هر زنی که دنبال فرصت تولید ثروت خودش است، این را توصیه می کنم. در انجام آن هم لذت می برید.

بدانید چه چیزی مهم است

اولین باری که با رابرت بیرون رفتیم از من سوال کرد که با زندگی ام چه می خواهم بکنم. به او گفتم که مایلم روزی صاحب تجارت خود باشم. او گفت: "در این راه می توانم کمک کنم." ظرف یک ماه تجارت مشترک را آغاز کردیم.

اما او درباره چیزهای بزرگتر مانند مذهبی بودن و هدف از زندگی هم صحبت کرد. این در دهه هشتاد وقتی که همه به کار کردن معناد بودند و به آن افتخار می کردند رخ داد. دهه نود افراد نگاهی دیگر به زندگی خود کرده و سوالهای مشکل تری از خود می کردند. اما بعد از یازده سپتامبر بود که مردم گفتند: "صبر کن. چرا مانند یک خوکچه آزمایشگاهی روی چرخ دوندگی می کنم؟ با زندگی ام چه می کنم؟ زندگی ام به کجا می رود؟"

همیشه از زنان شنیده ام که می گویند وقت تجارت پاره وقت از داخل خانه را ندارند. به آنها می گویم: "کلید موفقیت در تجارت این است که به زندگی خود نگاه کنید و واقعا به آن نگاه کنید و از خود بپرسید که "چه چیزی در زندگی من معنی بسیار دارد که باید آن را در زندگی ام داشته باشم؟"

چه چیزی در زندگی شما مهم است که می تواند موجب ساختن تجارتی شود که درآمد دارد و آن درآمد ثروتی ایجاد می کند که بقیه زندگی شما را تامین می کند. اگر نتوانید این را مشخص کنید پس چنین تجارتی را نخواهید داشت.

آزادی برای هر کس فرق می کند. موفقیت هم برای افراد متفاوت است. شخصی است و باید شخصی باشد. اعداد مطلق هستند چه پنج هزار دلار و چه یک میلیون دلار واقعا بی معنی هستند مگر این که در زندگی شما معنی داشته باشند.

اوایل ازدواج ما، من و رابرت هر دو به تجارت خودمان متعهد بودیم، نمی خواستیم دیگران به ما بگویند که چه کنیم و می خواستیم اختیار سرنوشت مالی را در دست بگیریم. آنقدر برای ما مهم بود که حاضر به قبول تمامی سختیهایش بودیم.

سالها طول کشید. شاید ده سال طول کشید. گاهی اوقات فشار درآمد نداشتن خیلی زیاد بود. همه دوستان ما می گفتند که ما دیوانه هستیم و باید شغل عادی و درآمد ماهانه داشته باشیم اما ما به هیچ وجه نمی خواستیم این کار را بکنیم.

نهایتا تصمیم گرفتیم که کاری انجام دهیم. رابرت درس دادن را شروع کرد. من هم به دوستی که خط تولید لباس داشت گفتم که امکان بازاریابی لباس به من بدهد. به آرایشگاهها می رفتم و بوتیکهای کوچک در آنجا برقرار می کردم. نه حقوقی و نه تضمینی در کار بود. تنها درصدی از فروش می گرفتم. واقعیت این است که درآمد ناشی از کمیسیون خیلی کم بود. اما مجبور به انجام کاری شدم.

اساس کارآفرینی را از این یاد گرفتم که باید در صحنه باشید و شما کارها را انجام دهید. اگر برای شما مهم باشد امکان انجام آن وجود دارد و باید بدانید که تنها راه آن تولید آن توسط خود شما است.

قسمت سوم

آینده شما همین حالا آغاز می شود

برای آغاز تجارت بازاریابی شبکه ای موفق چه چیزهایی لازم دارید

فصل هجدهم

عقلانه انتخاب کنید

پس تصمیم گرفته اید که تجارت بازاریابی شبکه ای خود را آغاز کنید. تبریک می گویم. حال با یک انتخاب روبرو هستید. هزاران شرکت بازاریابی شبکه ای در حال کار هستند. به کدام ملحق می شوید؟ چگونه انتخاب می کنید؟

تازه واردها به بازاریابی شبکه ای اغلب بدون تحقیق اولین شرکتی را که ببینند انتخاب می کنند. شاید اولین شرکتی که می گویند خوب است انتخابی عقلانه باشد. اما باید انتخابی با اطلاع و تحقیق شده باشد که با احتیاط انجام می دهید. این آینده شما است که درباره اش صحبت می کنیم.

پس چگونه انتخاب می کنید؟ چه معیارهایی را در نظر می گیرید؟

" شرکت ما بهترین طرح پرداخت را دارد. می توانید درآمد عالی داشته باشید."

وقتی که شرکتهای مختلف بازاریابی شبکه ای را بررسی می کردم اغلب همین جمله را می شنیدم. آنها با اشتیاق می خواستند فرصتهای شرکتشان را به من نشان بدهند و داستانهای موفقیت صدها هزار دلاری در ماه افرادی که در شرکت آنها شروع به کار کرده اند را نقل می کردند. از آنجاییکه افرادی که صدها هزار دلار در ماه از بازاریابی شبکه ای درآمد دارند را ملاقات کرده ام، در توانایی درآمد آنها شکی ندارم.

اما به شما توصیه نمی‌کنم که در درجه اول پول را معیار انتخاب تجارت بازاریابی شبکه‌ای بدانید.

بعد از پول معیار دوم کالاهای مفید این شرکتها هستند که موجب پیوستن افراد به آنها می‌شوند. در این هم شکی ندارم. در حالی که بسیاری غلو می‌کنند و از کالاهای خود زیادی تعریف می‌کنند، خودم کالاهایی را دیده‌ام که تا امروز از آنها استفاده می‌کنم. در واقع کیفیت بسیار بالای این کالاها یکی از ویژگیهای اصلی بازاریابی شبکه‌ای است.

اما کالا هم مهمترین سود این شرکتها نیست. تکرار می‌کنم: وقتی که شرکتی را برای کار انتخاب می‌کنید کالا مهمترین معیار نیست. دلیل تاکید من این است که بسیاری فرض می‌کنند که کالا مهمترین چیز است. به یاد داشته باشید که شما فروشنده نیستید و برای خود کار می‌کنید و این تجارت ساختن شبکه است. وقتی که به شرکتهای مختلف نگاه می‌کنید سوال اول در ذهن شما باید این باشد که " آیا این شرکت به من کمک می‌کند تا استاد شبکه سازی باشم؟"

اولین دلیل برای توصیه بازاریابی شبکه‌ای این است که نظام آن برای آموزش تجارت و توسعه شخصی است.

نظام بازاریابی شبکه‌ای طوری ساخته شده که هر کسی می‌تواند در ثروت شریک باشد. به روی هر کسی که انرژی، عزم جزم و پشتکار دارد باز است. به نام خانوادگی یا نام دانشگاه شما (اگر رفته اید)، مقدار پولی که امروزه بدست می‌آورید، نژاد و جنسیت شما، خوش صورتی، محبوبیت و یا هوش شما بستگی ندارد.

اغلب شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای اساساً به این اهمیت می‌دهند که چقدر میل به یادگیری، تغییر و رشد دارید. آیا تا زمانی که تجارت شما شکل بگیرد، در روزهای خوب و بد شهامت ادامه کار دارید.

آیا همه شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای همین طور هستند؟ خیر. مثل همه چیز خوب و بد و زشت داریم و برخی هم عالی هستند.

همه شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای واقعا از آموزش حمایت نمی‌کنند. برخی فقط فشار می‌آورند تا کالاهایشان فروش برود و اهمیتی به آموزش شما نمی‌دهند. فقط این را می‌خواهند که دوستان و فامیل شما وارد شبکه شده و خرید کنند. اگر با این شرکتها برخورد کردید مراقب باشید و به آنها نپیوندید. آنها به رشد شما اهمیت نداده و ممکن است مدت زیادی دوام نیاورند.

اما شرکتهای بهتر کاملاً به آموزش تجاری شما متعهدند. آنها به کار درازمدت متعهدند و توسعه مهارتها و تواناییهای شما برای آنها اصل است. وقتی که چنین شرکتی پیدا کردید که سران آن مایل به آموزش شما بوده و می‌خواهند به شما کمک کنند تا تاجری بشوی که می‌خواستی. این شرکتی است که می‌توانید با آن ادامه کار دهید.

آیا مقدار پولی که دریافت می‌کنید مهم است؟ البته که مهم است. آیا کیفیت کالا حیاتی است؟ البته. اما از همه مهمتر و آنچه که من می‌خواهم تعهد شرکت برای پرورش شما بصورت فردی قوی در گوشه

صاحبان شرکتهای بزرگ و یک تاجر تولید کننده ثروت واقعی است. این ویژگی مهمترین چیزی است که شرکت بازاریابی شبکه ای مورد نظر شما باید داشته باشد. باید مدرسه تجارت باشد.

اگر کنفرانس اولیه را دوست دارید، برای ملاقات با افرادی که وظیفه آموزش و تعلیم را به عهده دارند وقت بگذارید.

با صرف وقت به ماورای درآمد و کالا بنگرید و واقعا قلب شرکت را ببینید. آیا واقعا به آموزش و تربیت شما علاقه دارند؟ این را تنها با شنیدن نیم ساعت صحبت درباره فروش، دیدن وب سایت رنگارنگ و شنیدن نحوه پول درآوردن عده ای نمی توان مشخص کرد. برای تعیین سطح آموزش شرکت باید از جا بلند شوید و به آموزش، سمینارهای آموزشی و سایر برنامه های آنها نگاه کنید.

اگر کنفرانس اولیه را دوست دارید، برای ملاقات با افرادی که وظیفه آموزش و تربیت را به عهده دارند، وقت بگذارید.

با دقت نگاه کنید زیرا که بسیاری از شرکتهای بازاریابی شبکه ای صحبت از طرحهای آموزشی عالی می کنند اما همه آنها این طرحها را ندارند. در برخی از این شرکتها تنها آموزش آنها فهرستی از کتابهای توصیه شده بود. بعد شما را آموزش می دهند تا دوستان و خانواده را وارد تجارت کنید.

بنابراین از وقت خود استفاده کنید و با دقت نگاه کنید زیرا که تعداد کمی از شرکتهای بازاریابی شبکه ای طرحهای آموزشی و تربیتی عالی دارند. در واقع برخی از آنها بهترین آموزش تجاری زندگی واقعی را ارائه می دهند.

درباره شرکتهای بازاریابی شبکه ای، این سوالها را باید از خود پرسید:

چه کسی کشتی را می راند؟

آیا شرکت طرح عمل ثابت شده ارائه می دهد؟

آیا شرکت مهارتهای تجاری و توسعه نفس را به عنوان قسمتی از برنامه آموزش و تربیتی پوشش می دهد؟

آیا شرکت کالایی قوی، با کیفیت بالا و قابلیت بالا برای بازاریابی دارد که شما به آن علاقه شدید داشته باشید؟

چه کسی کشتی می راند؟

افراد بی تجربه که تجارتی تازه را با طرز فکر گوشه کارمندی یا شغل آزاد آغاز می کنند اغلب به کالاهای، طرح پرداخت یا ترقی نگاه می کنند تا قدرت شرکت را بررسی کنند.

نه کالا و طرح پرداخت و نه چیزهای دیگر اهمیت دارند. هیچ شرکتی بی عیب نیست و مشکلات همیشه وجود دارند. اما اگر افرادی صلاحیت دار سکان کشتی را در دست دارند پس وقتی که اشکالی پیش بیاید آن را حل می کنند. در واقع اگر افراد صلاحیت دار شرکت را اداره کنند هیچ مشکلی نیست که قادر به تصحیح آن نباشند. اما اگر افراد بی صلاحیت جلودار باشند مشکلات ایجاد شده و هیچ کاری برای حل آنها نمی توانند انجام دهند.

ارزش یک کتاب را از جلدش نمی توان تعیین کرد. باید ماورای نوارهای تبلیغی و وب سایت این شرکتها را ببینید. به اصول آنها نگاه کنید. زمینه، تجربه، پیشینه و خصیصه های آنها را بررسی کنید. چه بتوانید یا نتوانید از طریق کار مستقیم آنها را بشناسید آنها شرکای شما در تجارت هستند.

جان: می خواهم مطلب نادرستی را روشن کنم که بسیاری از مبلغین این نوع شرکتها عنوان می کنند. آنها می گویند اگر پول فراوان می خواهید باید دست به کار شوید و به آنها بپیوندید.

رابرت: نه تنها درست نیست بلکه کاملاً احمقانه است. بیشتر تجارتها ظرف یک تا دو سال پس از آغاز شکست می خورند که شامل بازاریابی شبکه ای هم می شود. چرا کار سخت، وقت و انرژی خود را در شرکتی سرمایه گذاری کنید که پیشینه مشخصی ندارد.

جان: شرکتهای بازاریابی شبکه ای قوی، پابرجا و عالی می شناسم که تنه سه سال از تاسیس آنها می گذرد و برخی از آنها هم سی سال قبل تاسیس شده اند. درست است که پیوستن به کاری که هنوز جدید و نیروبخش است موجب هیجان و انرژی در کار می شود. اما از شرکتهایی که دهها سال تجارت کرده اند قدرت و اعتبار زیاد عاید می شود.

در پیوستن به شرکتهایی که تازه در مراحل اولیه کار خود هستند احتیاط کنید. اما استثناء وجود دارد و ممکن است شرکتی جدید پیدا کنید که اعتبار شرکتهای بزرگ و قوی را دارد و باید بصورت جدی آنها را در نظر بگیرید.

نکته این است که باید سخت کوش باشید و بدانید که چه می بینید و با چه کسی وارد تجارت می شوید.

مراقب باشید افرادی که صحبت از پیوستن به شرکتی جدید، پنج ساله یا سی ساله می کنند و می گویند ترفندی برای ثروت زیاد و در زمان کوتاه در دست دارند، شما را گول نزنند. جادویی در کار نیست. آنچه که شما لازم دارید شرکتی است که کننده کار است و علائم روشن برای بقای طولانی مدتش را به شما نشان می دهد.

آیا شرکت طرح اقدام ثابت شده دارد

جان: پولسازترین و پابرجاترین شرکتها در بازاریابی شبکه ای از شما انتظار ندارند تا چرخ را دوباره ابداع کنید. در عوض به شما طرح اقدام برای ایجاد موفقیتی که می خواهید را به شما می دهند. مثلاً راهنمای آموزش همراه با فعالیتهای روزانه و هفتگی پیشنهادی دارند.

برخی از شرکتها به صاحبان تجارت وب سایت شخصی می دهند تا دورنما را به شما آموزش دهند یا این که کالاها یا فرصتهایی را با شما در میان بگذارند. ابزار حرفه ای و درجه یک ارائه مطلب مانند سی دی، دی وی دی، پادکست و جزوه های چاپ شده توسط اکثر بازاریابهای شبکه ای ارائه می شوند.

آیا شرکت مهارتهای تجاری و توسعه نفس را بصورت قسمتی از برنامه های آموزشی و تربیتی

دارند؟

بوضوح توضیح دادم که با ارزشترین تجربه در شرکتهای بازاریابی شبکه ای، آموزش و تربیتی است که به شما می دهند و حتی از درآمد شما در این شرکتها مهمتر است. پس مطمئن شوید که این آموزش را ارائه می دهند.

مطمئن شوید که بر آموزش مستمر هم در زمینه مهارتهای تجاری و هم رشد و توسعه نفس تاکید زیاد دارند. دهها سال است که رهبران این صنعت می دانند که تزریق مداوم مواد آموزشی و الهام بخش سودساز است. در گذشته کتاب، نوار صوتی و در قرن بیست و یکم سی دی، دی وی دی، پادکست، کنفرانس از راه دور و وبینار و البته کتاب مواد آموزشی را تشکیل می دهند. کتاب هرگز از رده خارج نمی شود.

جان: نشستهای زنده مهم هستند. حتی در عصر اینترنت، حضور فیزیکی در نشستی زنده قدرت خاصی دارد که با روشهای دیگر بدست نمی آید.

این روزها ساختن روز به روز یک شبکه به همان اندازه که از طریق تلفن و اینترنت انجام می شود با نشستهای رو در رو هم انجام می شود. اما هنوز هم می بینید که شرکتها قدرتمند به نشستهای زنده سالانه، شش ماهه، سه ماهه و ماهانه خود تاکید فراوان دارند. علت ارزش آموزش و تربیت و توسعه نفس است.

البته آموزش و تربیت شما فقط توسط شرکت بازاریابی شبکه ای انجام نمی شود بلکه یک افراد یک سلسله مراتب هستند که دخالت دارند. از کسی که مستقیما شما را ثبت نام می کند (معمولا به او سرپرست می گویند) تا سرپرست او و نهایتا مافوق نمایندگان مستقل و خود مدیران شرکت همه برای رشد، آموزش و یادگیری شما تلاش می کنند.

یکی از زیباییهای نظام بازاریابی شبکه ای تفاوت آن با روش کار شرکتهای دیگر است که با کنار زدن دیگران می توانید ارتقاء پیدا کنید. در شرکتهای سنتی حتی بهترین دوست شما ممکن است از پا روی شما بگذارد تا بتواند از نردبان ترقی بالا برود.

در بازاریابی شبکه ای رقابت سربریدنی وجود ندارد زیرا که موفقیت سرپرست و مافوق نمایندگان مستقل به موفقیت شما وابسته است. افرادی که از رشد شما سود می برند خواهان رشد شما هستند.

آیا کالای شرکت کیفیت و بازاریابی عالی دارد که موجب علاقه شدید شما شود؟

حتی اگر اولین شرط انتخاب یک شرکت نباشد اما کالا مهم است. علت آوازه آن است.

شرکتهای بازاریابی شبکه ای معمولا تبلیغات زیاد در رسانه های جمعی ندارند. روی بیلبورد یا در تبلیغهای تلویزیونی تبلیغ آنها را نمی بینید. علت این است که نحوه تبلیغ آنها کاملا متفاوت است. به جای این که هزینه سنگین برای تبلیغ در رسانه های جمعی بدهند این هزینه را صرف شماها می کنند.

جان: توصیه شفاهی افراد خون در جریان شبکه ها است که موجب رشد آن می شود. افراد به یکدیگر درباره کالا و خدمات و فرصتهایی که وجود دارند اطلاعات می دهند.

به همین دلیل است که کالا و خدماتی که معمولا در بازاریابی شبکه ای موفق می شوند، اشتیاق مردم را با خود همراه کرده اند. این کالاها و خدمات فواید عمده برای مصرف کننده دارند یا این که اولین سری تولید شده یک کالای جدید هستند که داستانی بی همتا برای نقل کردن دارند.

آوازه ویژگی کالا و خدمات است. اشتباه نکنید درباره هیاهو صحبت نمی‌کنم بلکه منظورم کیفیت و خواص آنها است. کالای شما باید جنس حسابی باشد.

با این وجود باید به خاطر داشته باشیم که کالایی به نام بهترین کالا وجود ندارد. هزاران کالا و خدمات می‌توانند این ویژگیها را داشته باشند. تا حدی این مسئله موضوعی می‌شود. برخی کالاهای آرایشی را دوست دارند و عده ای کالای فنی را ترجیح می‌دهند.

آیا بازاری قوی برای این جنس وجود دارد؟ آیا بسیاری از مردم را جذب می‌کند؟ آیا از نظر قیمت می‌تواند رقابت کند؟

آیا شما شخصا به ارزش این کالا اعتقاد دارید و از آن استفاده می‌کنید؟ آیا داستانی جالب برای نقل دارد؟ اگر شما واقعا از یک کالا خوشتان بیاید بعد به دیگران هم می‌گویید و آنها هم همین طور می‌شوند.

فصل نوزدهم

چه چیزهایی لازم هستند

پس تصمیم به ساختن تجارت بازاریابی شبکه ای موفق خود گرفته اید. اول چیزهایی را که لازم ندارید ذکر می کنم.

مدرک فوق لیسانس مدیریت بازرگانی یا سابقه عالی تجارت لازم ندارید

واژه تکثیر را به یاد بیاورد. راهبردهایی که در بازاریابی شبکه ای کار می کنند آنهایی هستند که قابل تکثیرند. بازاریابی شبکه ای کاری را برای گوشه صاحبان تجارتهای بزرگ می کند که هنری فورد برای صنعت خودروسازی کرد. روند تولید را به گونه ای کرد که امکان تولید انبوه ایجاد شد.

جان: تجارت بازاریابی شبکه ای موفق توسط استادان صنایع دستی با دست ساخته نشده ، بلکه هماهنگی ساده ای است که توسط هزاران دست ایجاد کند.

نیازی نیست که فروشنده عالی باشید

یک بار دیگر می گویم که بزرگترین سوء تفاهم مردم درباره بازاریابی شبکه ای این است که برای موفقیت باید بصورت فروشنده بدنیا آمده باشند.

کاملاً نادرست است. در واقع داشتن چنین عقیده ای به بازاریابی شبکه ای شما صدمه می زند. علت این است که فروشنده های بسیار عالی را نمی توان تکثیر کرد.

جان: یادآوری می کنم که اصل این تجارت فروش نیست بلکه آموزش، تیم سازی و رهبری است. شغل شما این نیست که تعداد زیادی کالا بفروشید. بلکه باید رهبری، آموزش و ساختن مردم را به عهده بگیرید. این اولین و مهمترین اصل بازاریابی شبکه ای است.

رابرت: فروش اصل نیست بلکه ساختن شبکه اصل است.

جان: دقیقاً همین طور است.

نیازی به رها کردن شغل خود ندارید

در واقع بهتر است که وقتی کار را شروع می کنید شغلان را حفظ کنید. اول این که تاسیس تجارت شخصی مانند آغاز کاری تازه نیست که از لحظه ای که کار را شروع می کنید حقوق به حساب شما نوشته می شود. ساختن شبکه زمان می برد.

جان: نه تنها دلایل مالی چنین حکم می کند بلکه اگر از نظر مالی توانایی رها کردن شغل خود را داشته باشید، بسیاری از بازاریابهای شبکه ای از طریق تماس با همکاران خود می توانند شرکای جدید ایجاد کرده و شبکه را گسترش دهند.

اکثریت بازاریابهای شبکه ای تجارت خود را بصورت پاره وقت آغاز می کنند. آمار فروش ملی در سال 2008 که توسط انجمن فروش مستقیم تهیه شده نشان می دهد که تنها یک نفر از هشت بازاریاب شبکه ای هفته ای بیست ساعت یا بیشتر وقت برای این تجارت گذاشته اند.

لازم نیست ثروتمند باشید یا مسکن خود را گرو بگذارید

اغلب تجارتهای بازاریابی شبکه ای کمتر از پانصد دلار برای شروع کار هزینه کرده اند. اشتباه نکنید

سرمایه اصلی شما که سرمایه نقدی را جبران می کند علاقه و زحمت شما است. بزرگترین سرمایه گزاری در اکثر تجارتهای شخصی از خود مایه می گذراند که شامل وقت، تمرکز و پشتکار است. اما برای آغاز تجارت به پول زیاد احتیاج ندارید.

جان: اما با این که سرمایه گزاری نقدی کم است اما وجود دارد. این یک تجارت است و باید مانند یک تجارت به آن نگاه کنید. پس هزینه های ماهانه برای اداره آن خواهید داشت.

معمولا بودجه ماهانه شما زیاد نیست و شامل هزینه نمونه ها، ابزار تماس و کنفرانس دادن (مانند سی دی، وی دی، وب سایت و غیره)، هزینه توسعه تجارت و توسعه شخصی است.

بنابراین نیازی به پول زیاد برای شروع ندارید اما باید هزینه های ماهانه را در نظر بگیرید.

نابغه در مذاکره یا نابغه اعداد بودن لازم نیست

میل و عزم شدید که با اشتیاق فراوان همراه شده باشد را لازم دارید. دونالد ترامپ که از دوستان من است می گوید: "باید به کارتان علاقه داشته باشید. بدون علاقه زیاد موفقیت به سختی حاصل می شود. به عنوان یک کارآفرین اگر نسبت به کارتان علاقه زیاد ندارید روزهای سختی را در پیش دارید."

اینها تعداد معدودی از چیزهایی هستند که برای ساختن تجارت موفق بازاریابی شبکه ای لازم ندارید. حال به چیزهایی که لازم دارید نگاه می کنیم.

باید با خود صادق باشیم

ایجاد تجارت گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ کار آسانی نیست. باید از خود سوال کنید: " آیا آنچه که لازم است دارم؟ آیا حاضرم از محدوده راحت خود بیرون بروم؟ آیا حاضر به رهبری دیگران هستم و حاضر به یادگیری رهبری دیگران هستم؟ آیا فرد ثروتمند درون من حاضر به بیرون آمدن است؟ اگر پاسخ مثبت است پس بدنبال تجارت بازاریابی شبکه ای با برنامه آموزشی عالی باشید.

جان: این مطلب را اضافه کنم: مطمئن شوید که موقعیت خود و موفقیت‌های طول عمرتان را می دانید. بینش برای موفقیت اساسی است.

بعد انتظارات خود را بررسی کنید. چه چیزهایی شامل مقدار وقت هفتگی، پول، مهارت و منابع لازم دارید و چه اقداماتی برای موفقیت این تجارت باید انجام دهید. چارچوب واقعی وقت را در نظر بگیرید.

در کتاب " چرا ما می خواهیم شما ثروتمند شوید" دونالد ترامپ می نویسد: " بازاریابی شبکه ای به روحیه کارآفرینی نیاز دارد و این تمرکز و پشتکار می خواهد. به افرادی که بسیار خودانگیزه نیستند بازاریابی شبکه ای را پیشنهاد نمی کنم." او کاملاً حق دارد.

طرز برخورد درست لازم است

کارآفرین شدن برای من روندی ادامه دار است که هنوز گرفتار آن هستم. به نظر من تا آخر در حال آموزش کارآفرینی خواهم بود. به تجارت علاقه شدید دارم و حل کردن مشکلات تجاری را دوست دارم. این روند زندگی مورد علاقه من است. پس با این که این روند گاهی اوقات سخت بوده اما ارزش دارد.

یک فکر موجب ادامه کار شده و آن تابش من در تاریکی حتی در تاریک ترین لحظه ها است. در یکی از کلوچه های چینی جمله ای نوشته بود که روی تلفن شرکت تولید کیف ورزشی ما نصب شده بود: " برای تسلیم شدن همیشه وقت است پس چرا حالا تسلیم شوی؟"

بارها تماسهای تلفنی موجب شد که بگویم دلایل کافی برای تسلیم شدن دارم اما وقتی که تلفن تمام شد به ورقه بالای تلفن نگاه کردم و به خود گفتم: " با این که خیلی مایلم تسلیم شوم اما امروز کار را رها نمی کنم. فردا تسلیم می شوم."

پدر پولدارم می گفت که اگر ثروتمند شدن آسان بود همه ثروتمند می شدند. به همین دلیل است که وقتی از من می پرسند که علت ثروتمند شدن من چه بود، می گویم نمی خواستم کسی به من بگوید چه

باید بکنم. آزادی را خیلی دوست داشتم و امنیت شغلی نمی خواستم بلکه آزادی اقتصادی هدفم بود. این را بازاریابی شبکه ای ارائه می دهد.

اگر سوال "چقدر آخر روز درآمد دارید؟" را دوست دارید، پس بازاریابی شبکه ای بدر شما نمی خورد.

رشد واقعی لازم است

تجارت بازاریابی شبکه ای می تواند تجارت گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ باشد. اما حتما این طور نخواهد شد و به شما بستگی دارد.

بازاریابی شبکه ای وسیله ای عالی برای افرادی است که می خواهند وارد دنیای صاحبان شرکتهای بزرگ باشند. در حالی که سقف درآمد در گوشه های کارمندی و شغل آزاد معمولا به درآمد شما به عنوان یک فرد بستگی دارد، در بازاریابی شبکه ای درآمد شما به اندازه ای است که شبکه می تواند تولید کند. پس وقتی که شبکه ای بسیار بزرگ تشکیل دهید درآمد بسیار زیاد دارید.

اما تنها با پیوستن به بازاریابی شبکه ای نمی توانید وارد گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ شوید مگر این که آن را خیلی گسترش دهید.

جان: تجارت بزرگ از نظر فنی یعنی کارمندان پانصد نفر یا بیشتر هستند. وقتی که شبکه ای با پانصد نفر نماینده مستقل تشکیل دهید در واقع تجارت بزرگ دارید. تجارت بازاریابی شبکه ای طوری طراحی شده که براحتی پانصد نفر یا بیشتر را جای می دهد. سازمان شبکه ای شخصی که بیش از چند هزار یا دهها هزار عضو داشته باشد شایع است اما سازمان شبکه ای که صدها هزار عضو دارد غیر عادی نیست.

تازه واردها به بازاریابی شبکه ای اغلب اشتباه می کنند و به درآمد شبکه نونهال خود مانند پول مفت نگاه می کنند که از روز اول باید خرج شود. اما با داشتن پنج، دهه، پنجاه یا حتی صد یا دویست نفر در شبکه شما هنوز هم شرکت شما در حال شکل گرفتن بوده و به تجارتی بزرگ تبدیل نشده است.

وقتی که شبکه شما از مرز پانصد نفر گذشت و به هزاران نفر رسید، واقعا وارد گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ شده اید و درآمد غیرفعال ایجاد می کند. نه تنها شبکه ای پابرجا شده بلکه به دارایی درآمد ساز تبدیل شده است.

اما مرحله آغاز تا داشتن پانصد نفر در شبکه مرحله شکل گیری است و باید پایه ریزی کنید. تفکر عمیق داشته باشید. چشمها را روی هدف متمرکز کنید که هدف تولید ثروت است.

زمان لازم است

اگر به فکر شروع تجارت بازاریابی شبکه ای هستید و انتظار درآمد فوری دارید پس مانند افرادی که در گوشه کارمندی و شغل آزاد هستند، فکر می کنید. در واقع افراد گوشه کارمندی و شغل آزاد هستند که بیش از دیگران به دام شیادهایی می افتند که ادعای ثروت در زمان کوتاه دارند.

جان: در بازاریابی شبکه ای چیزی به نام ثروت در زمان کوتاه وجود ندارد. در حالی که فعالیتهای این تجارت ساده هستند اما به زمان و تلاش نیاز دارند که اساس درآمد غیرفعال است.

انجمن فروش مستقیم می گوید که بطور متوسط از هر ده نفر یکی به این فرصت پاسخ مثبت می دهد. اما این رقم با سطح تجربه صاحب تجارت تغییر می کند. به یاد بیاورید که این درصد زمانی درست است که تعداد نمونه زیاد باشد. ممکن است در ده نفر صادق نباشد اما اگر صد نفر را بررسی کنید درست است.

ظرف سالهای گذشته افرادی که تجارت بازاریابی شبکه ای را به عنوان راه سریع برای رسیدن به ثروت معرفی کرده اند. البته این کاملاً مزخرف است. افرادی که در بازاریابی شبکه ای مهارتهای رهبری خود را توسعه داده، تجارت خود را ساخته اند و ثروت واقعی اندوخته اند سالهای طولانی برای آن کار کرده اند.

پس اگر کسی به شما بگوید که نتیجه سریع می گیرید باور نکنید. این تردستی یا کار شش ماهه یا شائسی نیست. تجارتی جدی است. این زندگی شما است که درباره اش صحبت می کنیم.

در جهان واقعی تجارت اگر نتوانید تجارتی را ظرف سه تا شش ماه راه بیاندازید شما را اخراج می کنند. زیرا کس کمی سخاوتمندتر بود و به من یک سال فرصت یادگیری و یک سال فرصت تبلیغ دادند. اگر آن دو سال را نداشتم حتماً اخراج می شدم.

وضعیت شما فرق می کند. شرکت بازاریابی شبکه ای شما شما را اخراج نمی کند و شما هم خود را اخراج نمی کنید. اگر چند ماه یا یک سال وقت بگذارید و بعد بگویید: "خوب این موفق نشد." درست نیست باید به آن فرصت دهید.

رابرت: جان وقتی که به مردم می گویم: " فرصت بدهید." همیشه سوال می کنند: " چقدر وقت؟ چطور می توانید پاسخ بدهید؟"

جان: می گویم پنج سال.

رابرت: این دقیقا همان جواب من است که برای ساختن هر تجارتی لازم است و به آن " طرح پنجساله" می گویم.

طرح پنجساله

اگر برای آغاز این سفر جدی هستید توصیه می کنم که حداقل پنج سال برای آموزش، رشد، تغییر ارزشهای اصلی خود و ملاقات با دوستان جدید وقت بگذارید. علت این است که این روش واقع بینانه است.

هاوورد شولتز سالها وقت گذاشت تا استارباکس تشکیل شود، ری کراک مک دونالد را بسازد و مایکل دل شرکت رایانه دل را بسازد. ساختن شرکتهای عالی و رهبران عالی زمان می برد. من هم سالها وقت گذاشتم تا صاحب شرکتهای بزرگ شوم. شما هم برای ساختن تجارت بازاریابی شبکه ای سالها وقت لازم دارید. چه فرقی می کند؟

اکثر مردم به سال فکر نمی کنند و با ارزشهای گوشه کارمندی و حقوق ماهانه آموزش دیده و جذب شده اند. آنها به لذت آنی فکر می کنند. آیا تعجب دارد که بسیاری وقتی که می خواهند پا در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ بگذارند به فکر درآمد سریع هستند؟

می گویند: " هفته قبل عضو شدم. از کی پول زیاد درمی آورم؟"

دوستان، سریع ثروتمند شدن ضد و نقیض است. ثروت و سرعت با هم نمی خوانند. رمانی که غنی باشد یک شبه نوشته نشده است. خلاقیت برای غنی کردن زمان می برد و در مورد ثروت هم صادق است. به همین دلیل است که تعداد کمی در گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ هستند. اکثر مردم پول می خواهند اما حاضر به وقت گذاشتن نیستند.

ده هزار ساعت: حساب کنید. اگر روزی هشت ساعت و هفته ای پنج روز کار کنید برای این که ده هزار ساعت کار کنید تلاش پنج ساله لازم دارید.

مایکل گلاول در کتاب "داستان موفقیت" می نویسد که برای موفقیت قابل توجه در هر کاری به ده هزار ساعت کار سخت نیاز دارید. بیل گیتس در دبیرستان ده هزار ساعت صرف برنامه نویسی رایانه کرد. گروه موسیقی بیتلها وقتی که جوانهای انگلیسی غیرمعروف بودند هر روز هفت ساعت و هفت روز هفته جمعا ده هزار ساعت برنامه در یک کلوپ در هامبورگ اجرا کردند و بعد معروف شدند.

گلاول می نویسد: "نکته جالب توجه برای این ده هزار ساعت این است که در هر موردی صادق است. قهرمان شطرنج شدن حداقل ده هزار ساعت تمرین لازم دارد. بوریس بکر استعداد خارق العاده تنیس از سن شش سالگی تا شانزده یا هفده سالگی یعنی وقتی که ویمبلدن را برد، همین کار را کرد. استاد موسیقی اصیل که از چهار سالگی ویالون می زند تا سن پانزده سالگی باید ده هزار ساعت تمرین کند تا در تالار کارنگی برنامه اجرا کند."

ده هزار ساعت: حساب کنید. اگر روزی هشت ساعت و هفته ای پنج روز کار کنید برای این که ده هزار ساعت کار کنید تلاش پنج ساله لازم دارید.

خوشبختانه برای شما بازاریابی شبکه ای مانند شطرنج زمان نمی برد و قرار نیست بوریس بکر، بیتلها و یا بیل گیتس بشوید. قرار نیست بهترین در جهان باشید اما باید مهارتهای تجارت را یاد بگیرید. پس پنج سال کامل و هفته ای چهار ساعت لازم ندارد. اما برای این که شبکه ای عظیم با درآمد غیرفعال بسازید، با اختصاص وقت لازم به خود کمک کنید.

البته من هنوز هم از طرح پنج ساله استفاده می کنم.

وقتی که تصمیم به آغاز کار جدیدی می گیرم مثلا در ملک سرمایه گذاری کردن، پنج سال به خود فرصت یادگیری می دهم. وقتی که می خواستم سرمایه گذاری در بازار سهام را یاد بگیرم پنج سال روند یادگیری طول کشید. بسیاری یک بار سرمایه گذاری می کنند و چند دلار از دست می دهند و بعد آن را رها می کنند. اما شکست قسمتی از روند پیروزی است. بازنده ها هستند که فکر می کنند برنده ها اصلا نمی بازند و به هر قیمتی باید از اشتباه جلوگیری کرد. اشتباهات فرصتهای یادگیری درسهای اساسی هستند که روی آنها نمی توان قیمت گذاشت.

امروز هم پنج سال به خود فرصت می دهم تا اشتباه نکنم. می دانم که از اشتباهاتم درس می گیرم و عاقلتر می شوم. اگر ظرف پنج سال اشتباه نکنم پس از پنج سال قبل داناتر نشده ام و تنها پنج سال پیرتر شده ام.

برای فراموش کردن هم وقت لازم دارید

به همان اندازه که برای یادگیری وقت لازم است، برای فراموش کردن هم وقت لازم دارید. یکی از دلایلی که بسیاری از مردم در گوشه های کارمندی و شغل آزاد غرق می شوند این است که آرام آرام احساس راحتی می کنند. در واقع این گوشه ها راحتی بیشتر ندارند. آخر بصورت دیوانه وار به شما مالیات می بندند، هرگز وقت شما مال خودتان نیست، اغلب برای افرادی کار می کنید که تحمل دیدن آنها را ندارید... به طرق مختلف این گوشه های تا حد زیادی راحتی ندارند. اما به این دلیل افراد احساس راحتی می کنند که سالها وقت گذرانده اند تا چگونه در این گوشه ها باشند.

تمام اینها وقتی که وارد بازاریابی شبکه ای می شوید تغییر می کنند. تجربه شغلی که استخدام سنتی و شغل آزاد ناشی شده اغلب در کار بازاریابی شبکه ای مفید واقع نمی شود. ساعات کاری مشخص، حقوق بر اساس تعداد ساعات کاری، سلسله مراتب مدیران و روسا، شرح وظائف محدود، مشتریان مشخص، محدوده مشخص کاری و محل مشخص کار و بسیاری از تله هایی که در محیط کاری سنتی دیده می شود در این تجارت وجود ندارد.

اگر در فروش سنتی کار کرده اید، همانطور که قبلا گفتیم در واقع باید آموخته هایتان در این قسمت را تا حد زیادی فراموش کنید زیرا که در بازاریابی شبکه ای آنچه که شما انجام می دهید مهم نیست بلکه آنچه که انجام می دهید و تکثیر می کنید مهم است.

اگر در مدیریت کارمندان تجربه دارید باید مقداری از تجربه هایتان را فراموش کنید زیرا که در بازاریابی شبکه ای نه استخدام و نه اخراج می کنید. به دیگران هم نمی گوید که چه باید بکنند. پویایی کاملا جدیدی است و تجارت قرن بیست و یکم است. برای موفقیت احتمالا برخی از عادات گذشته را فراموش کنید.

از وقت خود برای یادگیری و فراموش کردن استفاده کنید. برای عده ای سخت ترین قسمت رفتن به گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه گزاران، فراموش کردن طرز فکر گوشه کارمندی و شغل آزاد است. وقتی که آنچه یاد گرفته اید فراموش کردید، تغییر سریعتر و آسانتر است.

همه اینها بستگی به اقدام دارد

هر چه می خواهید طرح بریزید، مطالعه کنید و یاد بگیرید اما تنها کسانی در بازاریابی شبکه ای موفق می شوند که امروز یا فردا یا هر روز دست به کار شوند.

فصل بیستم

از زندگی استفاده کنید

چه چیزی شما را ثروتمند می کند؟ اکثرا می گویند: "البته که پول." که غلط است. پول شما را ثروتمند نمی کند زیرا که همیشه می توانید پول را از دست بدهید. صاحب ملک بودن هم شما را واقعا ثروتمند نمی کند زیرا که همانطور که ظرف چند سال گذشته دیدیم ارزش ملک هم می تواند از بین برود. پس چه چیزی ثروت می آورد؟ دانش.

درس طلایی من

به عنوان فردی جوان حتی قبل از این که در ملک و املاک سرمایه گذاری کنم اولین سرمایه گذاری من در طلا بود. با خود گفتم: "طلا باارزشترین پول است. چطور می شود ضرر کنم؟" در سال 1972 خریدن سکه را وقتی که طلا اونسی 85 دلار بود شروع کردم. آنوقت بیست و پنج ساله بودم. وقتی که به سن سی و دو سالگی رسیدم طلا اونسی 800 دلار شد و پول من تقریبا ده برابر شده بود. به به! هیجان زده شدم و طمع بر احتیاط غلبه کرد. شایع کردند که طلا به دو هزار و 500 دلار به ازای هر اونس می رسد. سرمایه گزاران طمع کار شروع حتی کسانی که هرگز طلا نمی خریدند شروع به خرید طلا کردند. می توانستم طلا را با سود فراوان بفروشم اما به این امید که طلا گرانتر شود صبر کردم. یک سال بعد طلا به زیر 500 دلار رسید. بالاخره سکه هایم را فروختم و کاهش ارزش طلا را سال به سال مشاهده کردم تا در سال 1996 به پایین ترین حد یعنی 275 دلار رسید.

ملک، طلا، سهام، سخت کار کردن یا پول نیست که شما را ثروتمند می کند بلکه دانش شما درباره ملک، طلا، سهام، سخت کار کردن و پول است که شما را ثروتمند می کند. نهایتاً هوش اقتصادی شما موجب ثروتمند شدن شما می شود.

با طلا ثروت زیادی بدست نیاوردم اما به من درسی با ارزش درباره پول داد. وقتی که از دست دادن پول را در " با ارزشترین پول" دیدم متوجه شدم که دارایی ملموس هم با ارزش نبود. این هوش اقتصادی است که نهایتاً افراد را پولدار یا فقیر می کند.

ملک، طلا، سهام، سختن کار کردن یا پول نیست که شما را ثروتمند می کند بلکه دانش شما درباره ملک، سهام، سختن کار کردن و پول است که شما را ثروتمند می کند. نهایتاً هوش اقتصادی شما موجب ثروتمند شدن شما می شود.

هوش اقتصادی با هوش دانشگاهی اصلاً رابطه نداشته یا این که رابطه کمی دارد. ممکن است هوش دانشگاهی نابغه را داشته اما در مورد مسائل اقتصادی احمق باشید.

اول- دانش درآمد بیشتر

هرچه که درآمد شما بیشتر باشد هوش اقتصادی شما بیشتر است. کشی که سالانه یک میلیون دلار درآمد دارد ضریب هوشی اقتصادی او بیش از کسی است که سالانه سه هزار دلار درآمد دارد.

دوم- دانش حفظ درآمد

فکر نکنید که فقط برنی مداف می خواهد پول شما را بگیرد بلکه تمامی جهان کمین کرده اند. یکی از بزرگترین درنده های مالی دولت شما است که بصورت قانونی پول شما را می گیرد. دو نفر را که سالانه یک میلیون دلار درآمد دارند در نظر بگیرید. یکی بیست درصد مالیات می دهد و دیگری سه درصد مالیات می دهد. اولی ضریب هوشی اقتصادی بالاتری دارد.

سوم- دانش نحوه استفاده از درآمد

بسیاری از مردم پس از درآمد به این دلیل نمی توانند آن را حفظ کنند که مانند یک انسان فقیر و نه ثروتمند آن را خرج می کنند. نحوه خرج کردن درآمد نیاز به هوش اقتصادی دارد.

دو نفر را در نظر بگیرید. اولی سالانه 120 هزار دلار درآمد دارد و دومی تنها 60 هزار دلار درآمد دارد. کدام هوش اقتصادی بالاتر دارد؟ اولی؟ صبر کنید. فرض کنید که اولی 120 هزار دلار را در سال خرج می کند و آخر سال به پله اول برمی گردد. دومی که 60 هزار دلار دارد با بودجه 50 هزار دلاری به دقت و بخوبی زندگی می کند. آخر سال او ده هزار دلار را سرمایه گذاری می کند. چه کسی بیشتر دارد؟

اگر در مدیریت درآمد خود مهارت لازم را ندارید پس پولی پس انداز نمی کنید. اگر پول خود را بصورت عاقلانه خرج کنید و مهارت های گوشه صاحبان شرکت های بزرگ و سرمایه گزاران را یاد بگیرید، آنوقت در جهت ثروت شخصی بزرگ و از همه مهمتر آزادی اقتصادی حرکت می کنید. توانایی خوب زندگی کردن و در عین حال سرمایه گذاری کردن (هر قدر هم کم باشد) نیاز به هوش اقتصادی بالا دارد. اضافه داشتن چیزی است که باید بصورت فعال برنامه ریزی کنید.

چهارم- دانش استفاده چند برابر از درآمد

پس از این که پس انداز داشتید چالش اقتصادی بعدی شما چند برابر کردن قدرت آن است. درآمد از سرمایه گذاری معیار دیگر هوش اقتصادی است. کسی که 50 درصد به پولش اضافه می کند از کسی که پنج درصد اضافه می کند ضریب هوش اقتصادی بالاتری دارد. کسی که بدون این که مالیات بدهد 50 درصد به پولش اضافه می کند از کسی که پنج درصد اضافه کرده و 35 درصد هم باید مالیات بدهد، ضریب هوشی اقتصادی بالاتری دارد.

اکثر مردم پس انداز مالی خود را جمع می کنند و آن را در حساب پس انداز یا صندوق های سرمایه گذاری مشترک به این امید می گذارند تا چند برابر شود. اما راه های بهتری برای چند برابر کردن درآمد شما در مقایسه با حساب پس انداز و صندوق های سرمایه گذاری مشترک وجود دارد. پس انداز کردن نیازی به هوش اقتصادی ندارد. یک میمون را می توانید تربیت کنید تا پس انداز کند یا در صندوق های سرمایه گذاری مشترک سرمایه گذاری کند. به همین دلیل است که ارزش افزوده بر این نوع سرمایه گذاریها از نظر تاریخی بسیار ناچیز است.

زندگی مجلل

هدف از تجارت بازاریابی شبکه ای شما تنها پولدار شدن نیست بلکه مهارتها و هوش اقتصادی لازم برای استفاده از پول اضافی است که به ثروت واقعی تبدیل می شود.

اما حتی این هم هدف نهایی نیست. هدف نهایی از تولید ثروت این است که زندگی مجلل داشته باشید.

از مشاهداتی که از مردم در موقعیتهای مختلف داشتم متوجه شدم که به سه نوع می توان زندگی کرد. این سه نوع بر اساس سه احساس متفاوت هستند که سه وضعیت مالی و روحی را نشان می دهند:

زندگی با ترس

احساس ورشکسته شدن را درک می کنم. گفتم که در سال 1985 که از نظرات مختلف بدترین سال زندگی من بود، من و همسرم کیم از نظر مالی وضعیت بسیار بدی داشتیم و در عمل بی خانمان و در تویوتای کهنه و خراب زندگی می کردیم. احساس ترس در آن روزها فلج کننده و آن قدر شدید بود که تمام بدن ما بی حس می شد.

این احساس را خوب می فهم. درست مانند احساسی دوران کودکی من است. خانواده ما بیشتر اوقات با مشکل بی پولی مواجه بود. ابر تیره "نداشتن پول کافی" بیشتر دوران کودکی روی سر خانواده ام بود. پول نداشتن برای زندگی تجربه ای ناگوار است و بیش از بعد مالی در ابعاد دیگر صدمه می زند. می تواند اعتماد به نفس و عزت نفس را ضعیف کند و تمامی ابعاد زندگی شما را خراب کند.

زندگی با عصبانیت و ناامیدی

راه دوم زندگی، زندگی با احساس عصبانیت یا ناامیدی است که به خاطر کاری روزانه شما آن هم کاری که به آن علاقه ندارید ایجاد می شود. کسی که با این احساس زندگی می کند ممکن است شغل خوب با حقوق بالا دارد اما نمی تواند دست از این کار بکشد. به همین دلیل است که ناامیدی هم ایجاد می شود. آنها می دانند که در صورت دست کشیدن از کار، زندگی آنها به هم می ریزد.

چنین افرادی می گویند: "نمی توانم کارم را رها کنم. اگر ول کنم بانکها هرچه دارم از من می گیرند." آنها اغلب می گویند: "بی صبرانه منتظر تعطیلات بعدی هستیم." یا "تنها ده سال دیگر به بازنشستگی مانده است."

زندگی با لذت، آرامش و رضایت

سومین راه زندگی، زندگی با آرامش فکری است. صرف نظر از این که کار کنید یا نکنید درآمد کافی وجود دارد. از سال 1994 بعد از فروش شرکت و بازنشسته شدن من و کیم این احساس را داریم. کیم 37 ساله و من 47 ساله بودم. امروز سالها گذشته و هنوز هم کار می کنیم و در واقع سخت کار می کنیم. علت این است که به کاری که داریم علاقه داریم.

مجبور نیستیم کار کنیم و درآمد ما اگر هم کار نکنیم تا آخر عمر برای ما کافی است. این احساس عالی و خوشحال کننده است که به ما اجازه می دهد کار مورد علاقه مان را ادامه دهیم.

با هم هستیم. اگر بخواهیم گلف بازی می کنیم، دور دنیا سفر می کنیم یا ساعت‌های طولانی در اتاقهای کنفرانس هستیم. همه اینها برای ما مانند بازی و رویایی است. این زندگی همان است که می خواستیم و از هر لحظه آن لذت می بریم.

مورچه، ملخ و انسان

قبلا به حکایت مورچه و ملخ اشاره کردم. همه ما با این فکر بزرگ شدیم که دو نوع زندگی وجود دارد. یکی زندگی خوب، کم خرج، پرکار و صرفه جویی که مورچه دارد و برای آینده دانه جمع می کند یا این که مانند ملخ غیرمسئولانه، با ولخرجی و با رقص و پایکوبی بدون این که به فکر آینده باشیم زندگی کنیم.

از بعضی جهان این حکایت بیش از سود ضرر داشته است. بله مسئول بودن و کم خرجی و آمادگی برای آینده خود بااست. اما به زندگی مورچه نگاه کنید. آیا می خواهید ذره ای از مستعمره بزرگ مورچه ها باشید و تا آخر عمر هر روز ذره ای کثیف را بارکشی کنید؟

بباید نگاه کنیم. ما نه مورچه و نه ملخ بلکه انسان هستیم. آیا این انتظار غیرعقلانه است که آن طوری که انسانها قابلیت زندگی دارند، زندگی کنیم.

اگر مفاهیم اولیه ثروت را بفهمید و اگر از درآمد، وقت و توجه بصورت هوشمندانه استفاده کنیم، اگر آرزوهای بزرگ داشته و جرات دنبال کردن آنها را داریم، پس قادر به زندگی با موفقیت هستیم که از طرق دیگر بدست نمی آید.

فصل بیست و یکم

تجارت قرن بیست و یکم

یکی از دلایل احترام زیاد من برای بازاریابی شبکه ای این است که این تجارت فرصت مساوی برای همه دارد. بازاریابی شبکه ای شامل حال بسیاری از افراد می شود. وقتی که شصت میلیون نفری که در سراسر جهان به این کار مشغول هستند از نزدیک نگاه کنید، نژادها، گروهها، زمینه های مختلف، تجربه و مهارتهای مختلف را می بینید.

این ویژگی آن را تجارت آینده می کند و در قرن بیست و یکم بیش از هر وقت دیگر متوجه می شویم که ثروت یک بازی با پول محدود نیست که اگر یکی بیشتر داشت دیگری کمتر خواهد داشت. قرار نیست یکی ثروتمند شود و دیگر را پایین بکشاند. آینده ثروت واقعی در ابداع راههایی است که سلامت مالی بشر را بالا می برند.

اینها ارزشها شخصی من برای تجارت هستند و بازار یابی شبکه ای این ارزشها را دارد. پشتیبانی کردن از این ارزشها نه تنها احساس خوبی ایجاد می کند بلکه تجارت خوب هم می باشد.

تولید ثروت دموکراتیک

یکی از دلایل اصلی صرف انرژی زیاد برای حمایت و تبلیغ از صنعت بازاریابی شبکه ای این است که سیستمهای آن از سایر سیستمهای تولید ثروت عادلانه تر است.

سیستم بازاریابی شبکه ای به گونه ای درست شده که هر کسی می تواند سهمی در ثروت داشته باشد. این راه تولید ثروت خیلی دموکراتیک است. این سیستم بروی همه کسانی که نیرو، عزم و پشتکار دارند باز است. به این که کدام دانشگاه درس خوانده اید یا اصلا اگر دانشگاه نرفته اید اهمیتی نمی دهد. به مقدار درآمد روزانه کنونی شما، نژاد و جنسیت شما، قیافه، پدر و مادر شما و سطح محبوبیت شما اهمیت نمی دهد. اغلب شرکتهای بازاریابی شبکه ای عمدتاً به سطح تمایل شما برای یادگیری، تغییر و رشد و

اهمیت می دهند. برای آنها جرات پایداری شما در روزهای سخت در حالی که صاحب تجارت بودن را یاد می گیرید، مهم است.

بازاریابی شبکه ای بیش از یک ایده خوب است. از نقطه نظرات گوناگون تجارت آینده است. زیرا که جهان واقعیت پایان عصر صنعتی را کم کم متوجه می شود.

برای جهانی که روز به روز امنیت گذشته را از دست می دهد، بازاریابی شبکه ای به عنوان موتور تازه موفقیت و امنیت شخصی پدیدار می شود. بازاریابی شبکه ای به میلیونها نفر در سراسر جهان فرصت کنترل زندگی و آینده مالی داده است. به همین دلیل است که با وجودی که طرز فکر قدیم جهان هنوز برای دیدن آن مقاومت می کند، روبه رشد است.

در سالهای آینده انتظار داریم که انفجاری در شیوع، نفوذ، میدان دید و بلوغ شرکتهای برتر بازاریابی شبکه ای ببینیم.

قبلا درباره توماس ادیسون و نحوه پولدار شدن او نوشتم او لامپ برق را اختراع نکرد بلکه شبکه ای برای تامین لامپ برق درست کرد. ادیسون کارمند جوانی به نام هنری داشت که کاری شبیه به ادیسون کرد و اختراعی مشابه داشت که در آن زمان به نظر می رسید که اصلا استفاده کاربردی ندارد.

از نظر ماهیت و طراحی، بازاریابی شبکه ای یک نظام کاملا عادلانه، دموکراتیک و از نظر اجتماعی مسئولانه برای تولید ثروت است.

مانند ادیسون و لامپ برق، هنری فورد جوان خودرو را اختراع نکرد اما کاری ریشه ای کرد که برای همیشه سرنوشت خودرو و میلیونها نفر را عوض کرد. در اوایل قرن گذشته خودرو مانند اسباب بازی افراد ثروتمند بود. در واقع آنقدر گران بود که تنها افراد پولدار قادر به خرید آن بودند. فکر ریشه ای فورد موجب شد تا خودرو در دسترس همه قرار بگیرد.

با کاهش هزینه تولید و تغییر خط تولید به تولید انبوه خودروهای یکسان و ارزان، فورد بزرگترین تولید کننده خودرو در جهان شد. نه تنها خودرهایش ارزان بودند بلکه او بیشترین حقوق این صنعت را پرداخت می کرد. حتی به کارمندانش قسمتی از سود شرکت را پرداخت کرد و سالانه 30 میلیون دلار را دوباره بین آنها پخش می کرد. 30 میلیون دلار در اوایل قرن بیستم ارزش خیلی زیادی در مقایسه با حال داشت.

هدف فورد "دموکراتیزه کردن خودرو" بود و در این راه موفق و بسیار ثروتمند شد.

بازاریابی شبکه ای انقلابی در تجارت است که برای اولین بار در تاریخ برای همه و همه امکان مشارکت در ثروت وجود دارد. ثروتی که تاکنون تنها برای عده ای معدود و خوش شانس بوده است.

این تجارت منتقدین خود را دارد. عده ای حقه باز و شیاد که قصد درآمد بدون زحمت و سریع را دارند، در این تجارت مانند هر تجارت دیگر وجود دارد. از نظر ماهیت و طراحی، بازاریابی شبکه ای یک نظام کاملا عادلانه، دموکراتیک و از نظر اجتماعی مسئولانه برای تولید ثروت است.

برخلاف آنچه که منتقدین می گویند، بازاریابی شبکه ای برای افراد طمع کار مناسب نیست. در واقع تنها راهی که در بازاریابی شبکه ای می توانید ثروتمند شوید، کمک به دیگران است تا آنها هم ثروتمند شوند. به نظر من به اندازه توماس ادیسون و هنری فورد طرحی انقلابی است. طوری طراحی شده که برای افرادی که کمک به دیگران را دوست دارند، عالی است.

طمع را محکوم نمی کنم طمع و علاقه به منافع شخصی در حد کم همیشه خوب هستند. اما وقتی که سود شخصی از حد خارج می شود و افراد به قیمت از بین بردن دیگران آن را دنبال می کنند، نفرت انگیز می شود. به نظر من اکثر مردم ذاتا سخاوتمند هستند و ما وقتی که دیگران را بالا می بریم بیشترین احساس رضایت و تکامل به ما دست می دهد.

بازاریابی شبکه ای این احساس سخاوت را ارضاع می کند. راهی برای موفقیت شخصی، تولید سرمایه عالی و ایجاد آزادی اقتصادی از طریق روندی است که تنها با کمک به هموعان با موفقیت اجرا می شود.

با خسیس بودن و طمع می توانید ثروتمند شوید. با سخاوت و بخشش هم می توانید ثروتمند شوید. روشی که انتخاب می کنید راهی است که با ارزشهای عمیق درون شما سازگار است.

بنیان اقتصادی برای صلح

ماموریتهایی که با چرخ بال در جنگلهای ویتنام داشتم به من تجربه دسته اول جنگ را یاد داد. می دانم که بی عدالتی یکی از ویژگیهای اصلی ایجاد جنگ است. تا زمانی که شکاف بین پولدار و فقیر زیاد است ایجاد صلح مشکل است. برای صلح تظاهرات می کنیم، سخنرانی می کنیم، کمیته هایی برای مطالعه صلح تشکیل می دهیم و صلح را گسترش می دهیم اما بدون فرصتهای اقتصادی بیشتر برای میلیونها نفر ایجاد صلح غیرممکن است.

با این که هدفی بزرگ به نظر می رسد اما بازاریابی شبکه ای دقیقا همین کار را انجام می دهد.

امروز بسیاری از شرکتهای بازاریابی شبکه ای در سراسر جهان از طریق فرصتهای اقتصادی صلح را گسترش می دهند. نه تنها شرکتهای بازاریابی شبکه ای در تمامی پایتختهای جهان رشد کرده اند بلکه بسیاری در کشورهای در حال توسعه اند که امید اقتصادی برای میلیونها نفر در کشورهای فقیر ایجاد

کرده اند. بیشتر شرکتهای تجاری سنتی در محلهایی که مردم پولدارند و پول کافی برای خرج کردن دارند، موفق می شوند.

زمان آن رسیده که تمامی مردم جهان فرصت مساوی برای زندگی با ثروت و پربار داشته باشند نه این که زندگی شان را صرف کار سخت کنند که تنها ثروتمند ها را ثروتمندتر می کند.

زمان آن رسیده که شما این فرصت را داشته باشید.

به تجارت قرن بیست و یکم خوش آمدید.

Web Site: [Http://www.BestNM.Net](http://www.BestNM.Net)

E-mail: Support@BestNM.Net

