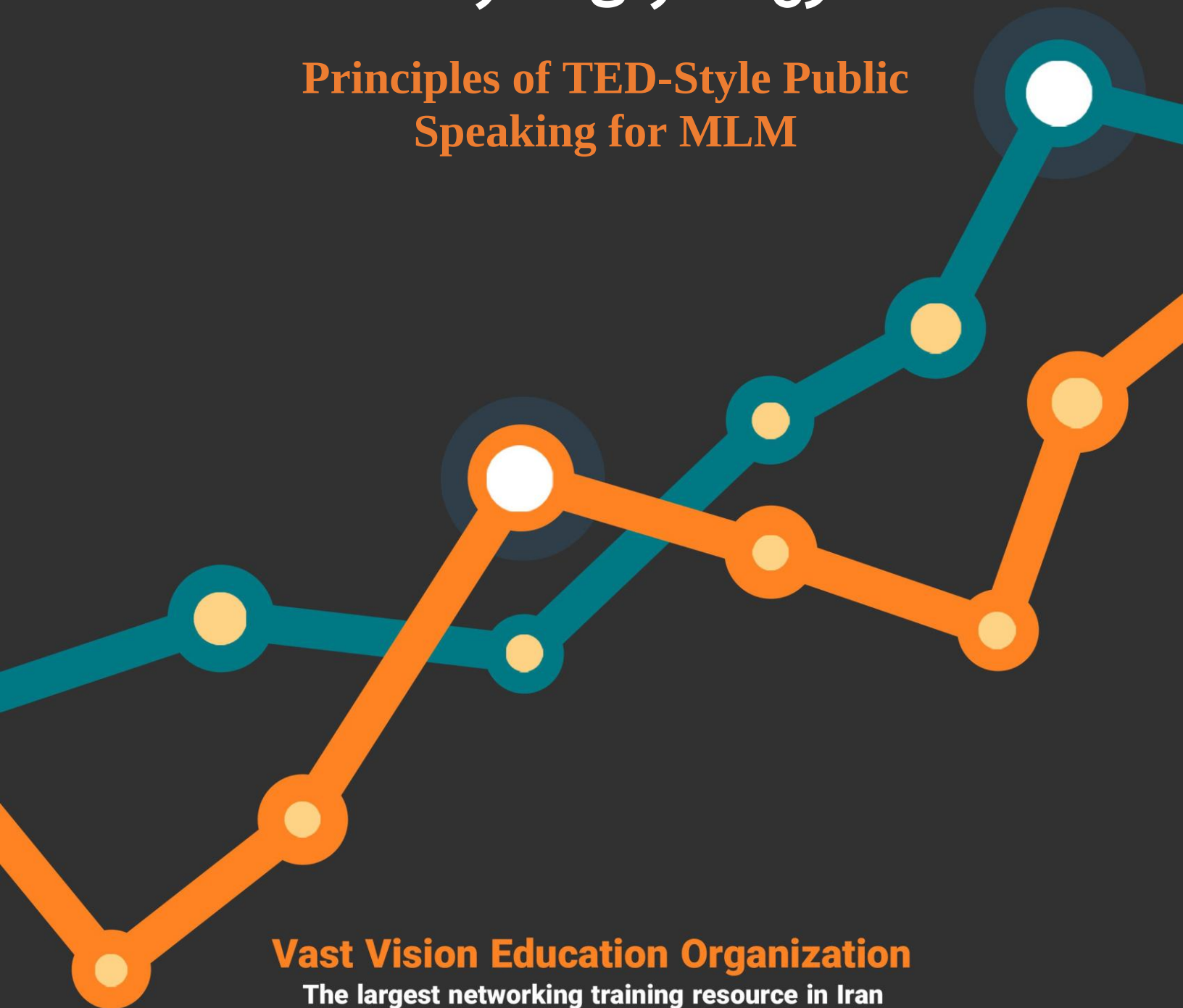




اصول سخنرانی تد در MLM

Principles of TED-Style Public Speaking for MLM



Vast Vision Education Organization

The largest networking training resource in Iran

www.vastvisionedu.com

به نام خدای مهربان

در دنیای پر سرعت امروز که کسب و کارها با سرعت بسیار بالایی در حال تغییرات و ارائه متدهای جدید به منظور پیشرفت هستند، اهمیت آموزش و یادگیری مطالب علمی، حرفه و تخصص بر کسی پوشیده نیست.

از مهم ترین ارکان پیشرفت، ارتقای سطح دانش و تخصص در افراد و نیروی انسانی سازمان هاست. به جرات می توان گفت یکی از مهم ترین دغدغه های فعالان حوزه بازاریابی شبکه ای کمبود محتوای علمی و کارآمد است. علاقه مندان به یادگیری، برای یافتن محتوای آموزشی در زمینه بازاریابی شبکه ای دچار مشقت و سختی می شوند و نهایتا شاید بتوانند مطالبی را پیدا کنند که مربوط به سال ها پیش است و دیگر کارآمدی لازم را ندارد.

سازمان آموزش وست ویژن با هدف ارتقای سطح دانش تخصصی فعالان MLM در ایران، اقدام به اجرای فعالیت های آموزشی و همچنین تهیه محتوای علمی و تخصصی در قالب ویدئو، پادکست و جزوه می نماید.

جزوه زیر تلاشی است در راستای ارتقاء سطح دانش اعضای سازمان وست ویژن.

با تشکر

مدیر سازمان آموزش وست ویژن

دکتر رضا ترکی



سرفصل‌ها:

- مفهوم سخنرانی TED، ویژگی‌ها و تفاوت‌ها
- اصول کلیدی یک سخنرانی موثر به سبک TED
- انواع داستان‌های شخصی مؤثر در MLM

فصل اول: مفهوم سخنرانی TED، هنر فشرده‌سازی یک ایده‌ی متحول‌کننده

یک سخنرانی TED، یک ارائه حرفه‌ای، حداکثر ۱۸ دقیقه‌ای است که با هدف به اشتراک گذاری یک ایده نو، الهام‌بخش یا متحول‌کننده با مخاطبی جهانی طراحی می‌شود. این فرمت، بسیار فراتر از یک صحبت معمولی است؛ یک داستان‌سرایی ساختاریافته و چندرسانه‌ای است که در آن، عمق محتوا و زیبایی اجرا به هم می‌پیوندند.

۱.۱. ویژگی‌های کلیدی سخنرانی تد:

- تمرکز بر یک ایده مرکزی:

سخنران تمام تلاش خود را می‌کند تا فقط یک ایده بزرگ و قدرتمند را در ذهن مخاطب حک کند. از پراکنده‌گویی و پرداختن به موضوعات متعدد پرهیز می‌شود.

- داستان محوری:

داده‌ها و مفاهیم انتزاعی از طریق روایت داستان‌های شخصی، واقعی و احساسی انتقال می‌یابند. این داستان‌ها پل ارتباطی بین سخنران و مخاطب هستند و درک و به خاطر سپاری ایده را آسان‌تر می‌کنند.

- **اصالت و تازگی:**

TED به دنبال ایده‌هایی است که بدیع، جسورانه و اغلب خلاف جریان باشند. این سکو محلی برای معرفی پژوهش‌های پیشگامانه، تجربیات منحصربه‌فرد و دیدگاه‌های نو به دنیاست.

- **شروع و پایان قدرتمند:**

- **شروع:** معمولاً با یک داستان جذاب، یک سوال تأمل‌برانگیز یا یک حقیقت شوک‌آور آغاز می‌شود تا بلافاصله توجه مخاطب جلب شود.
- **پایان:** با یک پیام الهام‌بخش، یک دعوت به اقدام واضح یا یک تصویر ذهنی ماندگار به اوج خود می‌رسد و در خاطر می‌ماند.

- **اتصال عاطفی (احساسی):**

هدف اصلی فقط انتقال اطلاعات نیست، بلکه **برانگیختن احساسات**—از شگفتی و امید تا همدلی و شوق—در مخاطب است. این ارتباط عاطفی است که باعث می‌شود مردم ایده را باور کنند و برای آن اقدام کنند.

- **سادگی و وضوح:**

مفاهیم پیچیده به زبانی ساده، قابل فهم برای عموم و بدون اصطلاحات تخصصی غیرضروری ارائه می‌شوند.

- **تلفیق بی‌نقص محتوا و رسانه:**

اسلایدهای بصری، ویدیوها و تصاویر به شکلی حرفه‌ای و کم‌حاشیه استفاده می‌شوند تا مکمل کلام سخنران باشند، نه جایگزین آن.

- **زمان‌بندی دقیق:**

محدودیت ۱۸ دقیقه‌ای یک مزیت خلاقانه است که سخنران را مجبور می‌کند تا بر روی هسته اصلی پیام خود تمرکز کند و هرگونه حاشیه‌روی را حذف کند.

۲. ۱. تفاوت سخنرانی تد با سخنرانی‌های متداول:

ویژگی	سخنرانی متداول	سخنرانی TED
هدف	اطلاع‌رسانی، متقاعد کردن یا آموزش	الهام بخشیدن، برانگیختن تفکر و به اشتراک گذاری یک ایده
محوریت	اطلاعات و داده‌ها	داستان و یک ایده مرکزی
زمان	اغلب طولانی (یک ساعت یا بیشتر)	کوتاه و فشرده (حداکثر ۱۸ دقیقه)
سبک	اغلب رسمی و یک‌طرفه	شخصی، صمیمی و گفتگو محور
مخاطب	معمولاً خاص (مثلاً همکاران یک صنف)	عمومی و جهانی

به بیان ساده، سخنرانی TED کوله‌پشتی کاملاً چیده‌شده‌ای از یک سفر فکری است. هر وسیله‌ای (داستان، داده، تصویر) که برای سفر (درک ایده) ضروری نباشد، از آن خارج می‌شود. نتیجه یک تجربه متمرکز، اثرگذار و به یاد ماندنی است که نه تنها دانش مخاطب را افزایش می‌دهد، بلکه احساسات و نگرش او را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فصل دوم:

۱. ۲. اصول کلیدی یک سخنرانی مؤثر به سبک TED

۱. یک ایده قدرتمند و ارزشمند داشته باشید.

به جای تمرکز روی "پولدار شدن سریع"، یک ایده اساسی و ارزشمند پیدا کنید.

چند مثال:

- "هنر ساختن روابط پایدار در کسب و کار"
- "قدرت رشد شخصی در مسیر موفقیت مالی"
- "چگونه شکست‌هایمان را به پلکان موفقیت تبدیل کنیم؟"

این ایده باید مانند یک نخ طلایی در کل صحبت‌های شما دیده شود.

ویژگی‌های این ایده:

- **مشخص و متمرکز باشد:** فقط بر روی یک ایده اصلی تمرکز کنید.
- **قابل انتقال باشد:** مخاطب باید بتواند آن را به سادگی برای دیگران تعریف کند.
- **تغییردهنده باشد:** باید دیدگاه، احساس یا رفتار مخاطب را نسبت به یک موضوع تحت تأثیر قرار دهد.
- **الهام‌بخش یا کاربردی باشد:** یا به مخاطب انگیزه عمل بدهد یا ابزار عملی برای تغییر در اختیارش بگذارد.

کاربرد در MLM: فراتر از "پولدار شدن سریع"

به جای گفتن: "با ما همراه شوید تا ثروتمند شوید...."

بگویید: "با ما همراه شوید تا هنر برقراری ارتباطات عمیق و ساختن یک کسب و کار بر پایه اعتماد را بیاموزید."

این تغییر نگرش، سخنرانی شما را از یک "پیشنهاد شغلی" به یک "ارائه ارزش" تبدیل می‌کند.

مثال‌های عینی از ایده‌های بزرگ در MLM :

مثال ۱: "هنر ساختن روابط پایدار در کسب‌وکار"

موفقیت در MLM تنها درباره فروش محصول نیست؛ درباره ساختن شبکه‌ای از انسان‌های متعهد و روابط مبتنی بر اعتماد است. این ایده، مهارتی است که در هر کسب‌وکار و حتی زندگی شخصی کاربرد دارد.

• چگونه آن را در سخنرانی بیافیم (نخ طلایی):

- **شروع:** با یک داستان شخصی از یک رابطه کاری که به دوستی عمیق تبدیل شد و چگونه این رابطه، پایه‌های کسب‌وکار شما را محکم کرد.
- **بدنه:** توضیح دهید که چگونه فرآیند جذب و آموزش اعضای تیم، در واقع فرآیند "سرمایه‌گذاری روی انسان‌ها" است. از مثال‌هایی بگویید که چگونه به اعضای تیم خود در حل یک مشکل شخصی کمک کردید و این کار، وفاداری و عملکرد آنها را افزایش داد.
- **پایان:** نتیجه بگیرید که بزرگترین دارایی شما در این کسب‌وکار، نه درآمد ماهانه، بلکه شبکه انسانی قدرتمندی است که ساخته‌اید. مخاطب را دعوت کنید تا "معمار روابط خود" باشند.

مثال ۲: "قدرت رشد شخصی در مسیر موفقیت مالی"

MLM یک سکوی پرتاب برای رشد فردی است. در این مسیر، شما ناگزیرید بر ترس از صحبت در جمع، مدیریت زمان، و رهبری دیگران مسلط شوید. این مهارت‌ها ارزشمندتر از خود پول هستند.

• چگونه آن را در سخنرانی بیافیم (نخ طلایی):

- **شروع:** خودتان را قبل از ورود به این کسب‌وکار توصیف کنید (مثلاً فردی خجالتی، بی‌نظم یا بدون هدف). سپس نقطه عطفی که مجبور شدید از "منطقه امن" خود خارج شوید را تعریف کنید.
- **بدنه:** سه مهارت کلیدی که در این مسیر یاد گرفتید را فهرست کنید (مثلاً: مهارت گوش دادن فعال، برنامه‌ریزی هفتگی، یا مثبت‌نگری). برای هر کدام یک داستان کوتاه از شکست و یادگیری بیاورید.
- **پایان:** تأکید کنید که این "مسافرت رشد شخصی" است که شما را به یک فرد ثروتمند (هم از نظر مالی و هم از نظر روحی) تبدیل کرده است. از مخاطب بپرسید: "آیا حاضرید نسخه بهتری از خودتان شوید؟"

مثال ۳: "چگونه شکست‌هایمان را به پلکان موفقیت تبدیل کنیم؟"

- شکست یک داده ارزشمند و بخش اجتناب‌ناپذیر مسیر یادگیری است. در MLM، هر "نه" شنیدن و هر اشتباه، یک درس طلایی است که شما را به موفقیت نزدیک‌تر می‌کند.
- **چگونه آن را در سخنرانی بیافیم (نخ طلایی):**
 - **شروع:** با بزرگترین شکست یا رد شدن سخت خود در این کار شروع کنید. احساسات آن لحظه (ناراحتی، تردید) را صادقانه بیان کنید.
 - **بدنه:** توضیح دهید که چگونه آن شکست خاص را تحلیل کردید و چه درسی از آن گرفتید (مثلاً یادگرفتید که باید بهتر محصول را بشناسید، یا باید به دنبال مشتریان علاقمندتر بگردید). سپس نشان دهید که چگونه اعمال آن درس، منجر به یک موفقیت بزرگتر شد.
 - **پایان:** پیام اصلی این باشد: "در کسب‌وکار ما، شما شکست نمی‌خورید؛ شما فقط روش‌هایی را کشف می‌کنید که جواب نمی‌دهند". مخاطب را تشویق کنید که از شکست نترسند، زیرا هر شکست، یک پله برای صعود است.

چگونه این "ایده بزرگ" را مانند یک "نخ طلایی" در کل سخنرانی بیافیم؟

این ایده مرکزی باید در هر بخش از سخنرانی شما حضور داشته باشد:

۱. **در عنوان سخنرانی:** عنوان شما باید نشان‌دهنده این ایده باشد. مثال: "۵ درسی که شکست در بازاریابی شبکه‌ای به من آموخت".
۲. **در داستان آغازین:** اولین داستان شما باید مخاطب را مستقیماً به فضای ایده بزرگ ببرد.
۳. **در نقل‌قول‌ها و داده‌ها:** هر آمار یا نقل‌قولی که می‌آورید، باید از این ایده بزرگ پشتیبانی کند.
۴. **در اسلایدها (اگر دارید):** تصاویر و کلمات کلیدی در اسلایدها باید نماد یا تأکیدی بر ایده اصلی باشند.
۵. **در فراخوان به عمل در پایان:** درخواست نهایی شما از مخاطب باید مستقیماً از دل این ایده بیرون آمده باشد. به جای "برای ثبت‌نام با من تماس بگیرید" بگویید: "اگر آماده‌اید تا هنر برقراری ارتباطات قدرتمند را یاد بگیرید، اولین گام این است که..."

۲. داستان‌گویی اصیل و شخصی

- مردم اعداد و ارقام را فراموش می‌کنند، اما داستان‌ها را به خاطر می‌سپارند.
 - از داستان‌های شخصی و واقعی خود استفاده کنید:
 - **داستان شکست:** چه مشکلی داشتید که شما را به این کسب‌وکار کشاند؟
 - **داستان تغییر:** این کسب و کار چگونه زندگی شما یا یکی از اعضای تیم را متحول کرد؟ (مثلاً افزایش اعتمادبه‌نفس، مدیریت مالی بهتر، دوستی‌های جدید).
 - از کلی‌گویی ("عالی است") پرهیز کنید و روی جزئیات احساسی و ملموس تمرکز کنید.
 - **ایجاد ارتباط عاطفی:** داستان‌ها مستقیماً با قلب مخاطب صحبت می‌کنند، در حالی که آمار و ارقام فقط با مغز او حرف می‌زنند.
 - **قابل درک و به یاد ماندنی:** مغز انسان برای پردازش و به خاطر سپردن اطلاعات در قالب روایت، سیم‌کشی شده است.
 - **اثبات اصالت:** وقتی داستان شخصی خودتان را تعریف می‌کنید، ثابت می‌کنید که حرف‌هایتان از دل تجربه بیرون آمده و صرفاً یک متن تبلیغاتی نیست.
- جمله کلیدی:** مردم ممکن است آمار و ویژگی‌های محصول شما را فراموش کنند، اما هرگز داستانی را که در آنها باعث خندیدن یا گریستن شده است، از یاد نمی‌برند.

کاربرد در MLM : گذر از شعار به روایت

در MLM، وسوسه انگیز است که فقط درباره "درآمد عالی"، "زندگی لوکس" و "آزادی مالی" به صورت کلی صحبت کنیم. اینها شعار هستند. داستان، نمایش عینی و ملموس همین شعارهاست.

به جای گفتن: "این کسب‌وکار اعتمادبه‌نفس شما را افزایش می‌دهد".

بگویید (در قالب داستان): "یادم می‌آید اولین باری که باید برای ۱۰ نفر صحبت می‌کردم، دستانم به قدری می‌لرزید که کاغذهایم روی زمین ریخت. اما همان شب، یکی از حضار به من گفت: حرفت را باور کردم چون صداقت داشتی. حالا، پس از ۵۰ ارائه، هنوز هم قبل از هر سخنرانی کمی استرس دارم، اما می‌دانم که اینجا بودم که یاد گرفتم چگونه ترس‌هایم را در آغوش بکشم".

فصل سوم: انواع داستان‌های شخصی مؤثر در MLM :

۱. داستان شکست و نقطه عطف

این داستان پاسخ به این سؤال است: "اصلاً چه شد که وارد این کار شدی؟" این داستان، شما را انسانی قابل لمس و اصیل نشان می‌دهد.

• محورهای داستان:

- **مشکل اولیه:** قبل از MLM در چه وضعیتی بودید؟ (مثلاً: گیرافتاده در شغلی بی‌معنا، بدهکاری، احساس عدم پیشرفت، تنهایی).
- **جرقه آشنایی:** چگونه با این کسب‌وکار آشنا شدید؟ (مثلاً: یک تماس تلفنی غیرمنتظره، دیدن یک پست در اینستاگرام، توصیه یک دوست).
- **تردید و مقاومت:** چه بهانه‌هایی برای شروع نکردن داشتید؟ ("من بلد نیستم"، "مردم چه می‌گویند؟"، "شاید کلاهبرداری باشد"). این بخش بسیار مهم است، زیرا ترس‌های مخاطب شما را منعکس می‌کند.
- **تصمیم برای شروع:** چه چیزی باعث شد بر ترس خود غلبه کنید و "بله" بگویید؟ (مثلاً: ناامیدی از وضع موجود، یا یک چشم‌انداز کوچک از امید).

۲. داستان تغییر و تحول

این داستان، "ثمره" کار را نشان می‌دهد. اما نه فقط تغییر مالی، بلکه تغییر در "شخصیت" و "سبک زندگی".

• محورهای داستان:

- **"قبل" را به تصویر بکشید:** خودتان یا یکی از اعضای تیم را قبل از موفقیت توصیف کنید. (مثلاً: "سارا، معلمی بود که از پس هزینه‌هایش برنمی‌آمد و همیشه استرس داشت").
- **فرآیند تغییر را شرح دهید:** چه مراحل را طی کرد؟ (مثلاً: اولین آموزش‌ها، اولین فروش کوچک، اولین جذب عضو، برخورد با اولین رد شدن‌ها).
- **"بعد" را با جزئیات نشان دهید:** نتیجه این فرآیند چه بود؟ روی تغییرات غیرمالی تأکید کنید.
- **افزایش اعتماد به نفس:** "حالا سارا می‌تواند بدون ترس برای جمع صحبت کند".
- **مدیریت مالی:** "او برای اولین بار پس‌اندازی داشت که توانست خانواده‌اش را به سفر ببرد".

- دوستی‌های جدید: "او در این مسیر با افرادی آشنا شد که مانند خانواده برایش هستند."
- کسب مهارت: "او اکنون یک مذاکره‌کننده و یک رهبر کوچک است."

چگونه از کلی‌گویی پرهیز کرده و روی جزئیات احساسی و ملموس تمرکز کنیم؟

این بخش، تفاوت بین یک داستان خسته‌کننده و یک داستان جذاب است.

به جای کلی‌گویی: "زندگی‌ام کاملاً متحول شد".

از جزئیات ملموس استفاده کنید: "یادم می‌آید سه سال پیش، برای خرید یک کفش جدید برای پسرم باید سه ماه پول پس‌انداز می‌کردم. اما همین هفته گذشته، توانستم بدون نگاه کردن به قیمت‌ها، برای کل خانواده بلیت سفر به کیش را بخرم. وقتی بلیت‌ها را روی میز گذاشتم، اشک در چشمان همسرم حلقه زده بود."

به جای کلی‌گویی: "این کار روابط بهتری برایم ساخت".

از جزئیات احساسی استفاده کنید: "یک شب، یکی از اعضای تیمم به نام رضا، با اضطراب به من زنگ زد که مشکل بزرگی در زندگی شخصی‌اش دارد. تا صبح با او صحبت کردم و فقط گوش دادم. آن شب نه در مورد فروش صحبت کردیم و نه درآمد. اما فردای آن روز، او گفت که این صحبت چقدر به او آرامش داده است. اینجا بود که فهمیدم داریم چیزی بسیار ارزشمندتر از پول می‌سازیم."

نکته نهایی:

هنگام تعریف داستان، "احساس" خود را در آن لحظات بیان کنید. ترس، امید، شرمندگی، غرور، شادی... این احساسات هستند که داستان شما را زنده می‌کنند و باعث می‌شوند مخاطب با شما همذات‌پنداری کند. وقتی مخاطب احساس کند شما "یکی از آنها" هستید که بر مشکلات غلبه کرده‌اید، به شما و پیامتان اعتماد خواهد کرد.

۳. شور و اشتیاق اصیل

- مردم شور و اشتیاق شما را برای یک ایده می‌خرند، نه توضیحات خشک درباره آن.
- **در MLM چیست؟** درباره بخشی از کار که واقعاً به آن عشق می‌ورزید صحبت کنید:
 - آیا عاشق کمک به دیگران برای دیدن پتانسیل‌هایشان هستید؟
 - آیا به محصولات شرکت و تأثیر مثبت آن‌ها باور دارید؟
 - این اشتیاق باید از صمیم قلب باشد و در چهره و صدای شما نمایان شود.

۴. ساختار واضح و منطقی

- یک سخنرانی TED معمولاً ساختاری ساده دارد:
 - **مقدمه:** با یک سؤال جذاب، یک آمار تکان‌دهنده یا یک داستان کوتاه و قوی شروع کنید.
 - **بدنه اصلی:** ۲ تا ۳ نکته کلیدی را مطرح کنید و هر کدام را با یک داستان یا مثال توضیح دهید.
 - **نتیجه‌گیری قدرتمند:** ایده اصلی خود را خلاصه کنید و با یک "دعوت به اقدام" الهام‌بخش به پایان برسانید.

۱. مقدمه:

هدف: جلب توجه فوری، ایجاد کنجکاوی و برقراری ارتباط احساسی.

روش‌های شروع قدرتمند:

- **یک سؤال جذاب و فکربرانگیز:**
 - **مثال:** "چه می‌شد اگر به شما بگویم که همه تصوراتان درباره موفقیت کاملاً اشتباه است؟"
 - **چرا مؤثر است:** مخاطب را مجبور به فکر کردن می‌کند و ذهن او را برای دریافت ایده اصلی شما آماده می‌سازد.
- **یک آمار تکان‌دهنده و غیرمنتظره:**
 - **مثال:** "هر روز، مردم به طور متوسط ۴ سال از عمر خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند، اما تنها ۶ ماه برای صحبت با خانواده خود وقت می‌گذارند."
 - **چرا مؤثر است:** با به چالش کشیدن باورهای رایج، شوک لازم برای گوش دادن بیشتر را ایجاد می‌کند.

• یک داستان کوتاه و شخصی قوی:

- مثال: "دو سال پیش، من در یک اتاق اورژانس تنها و درمانده بودم، با این فکر که زندگی ام به کجا کشیده شده است. آن شب نقطه عطفی برای من بود..."
- چرا مؤثر است: داستان‌ها مسیرهای عصبی در مغز را فعال می‌کنند و شما را قابل لمس‌تر و قابل اعتمادتر نشان می‌دهند.

• یک تصویر یا صحنه بصری قدرتمند:

- مثال: (با نشان دادن یک عکس) "این عکس را ببینید. اینجا، در میان این همه آشفتگی، جایی است که بزرگترین ایده زندگی من متولد شد."
- چرا مؤثر است: یک تصویر می‌تواند بلافاصله یک حس یا مفهوم پیچیده را منتقل کند.

نکته کلیدی در مقدمه: در همان ۳۰ ثانیه اول، به مخاطب دلیلی قوی برای گوش دادن به شما بدهید.

۲. بدنه اصلی ارائه ایده

هدف: توضیح و اثبات ایده اصلی شما به روشی روشن، جذاب و به یاد ماندنی.

چگونه آن را ساختار دهیم:

• ۲ تا ۳ نکته کلیدی انتخاب کنید:

- مغز انسان اطلاعات را در تکه‌های کوچک بهتر پردازش می‌کند. از بیان لیست بلندی از نکات خودداری کنید. فقط بر روی ۲ یا ۳ نکته اصلی که از ایده مرکزی شما پشتیبانی می‌کنند، تمرکز کنید.
- مثال: اگر ایده اصلی شما "شکست سوخت موفقیت است" باشد، نکات کلیدی شما می‌تواند این باشد:

۱. شکست ما را وادار به بازنگری می‌کند.

۲. شکست تاب‌آوری می‌سازد.

۳. شکست بهترین معلم است.

• هر نکته را با یک داستان یا مثال عینی توضیح دهید:

- به جای اینکه فقط حقایق را بیان کنید، آن‌ها را زنده کنید.
- **داستان‌ها:** از داستان‌های شخصی، موردکاوی‌ها یا داستان‌های افرادی که مخاطب می‌تواند با آن‌ها ارتباط برقرار کند، استفاده کنید.
- **مثال:** برای توضیح نکته "شکست تاب‌آوری می‌سازد"، داستان اولین باری را تعریف کنید که کسب‌وکارتان شکست خورد و چگونه آن تجربه به شما قدرت داد تا دوباره بلند شوید و قوی‌تر از قبل ادامه دهید.
- **مثال‌ها و استعاره‌ها:** از یک قیاس یا استعاره برای ساده‌سازی یک مفهوم پیچیده استفاده کنید.
- **مثال:** "ساختن یک عادت جدید مانند کندن یک مسیر جدید در یک جنگل انبوه است. در ابتدا سخت است، اما با هر بار گذشتن از آن، مسیر هموارتر و آسان‌تر می‌شود".

• پل‌های ارتباطی بین نکات ایجاد کنید:

- از جملاتی مانند "این مرا به نکته دوم می‌رساند..." یا "اما این تنها دلیلی نیست، دلیل قوی‌تری هم وجود دارد..." استفاده کنید. این کار به مخاطب کمک می‌کند منطق شما را دنبال کند.

۳. نتیجه‌گیری قدرتمند

هدف: خلاصه کردن نهایی، تقویت ایده اصلی و ترک یک احساس ماندگار در مخاطب که او را به عمل وادارد.

اجزای یک نتیجه‌گیری مؤثر:

- **خلاصه‌ای موجز از ایده اصلی:**
 - به سادگی و با وضوح کامل، بار دیگر پیام خود را تکرار کنید.
 - **مثال:** "پس همانطور که دیدیم، اگر ما شکست را نه به عنوان یک بن‌بست، بلکه به عنوان یک مسیر جایگزین ببینیم، درهای جدیدی به روی ما گشوده خواهد شد".
- **"دعوت به اقدام" الهام‌بخش:**
 - این مهم‌ترین بخش نتیجه‌گیری است. از مخاطب نمی‌خواهید که چیزی از شما بخرد، بلکه می‌خواهید که کاری انجام دهد، فکر کند یا تغییر کند.

• ویژگی‌های یک "دعوت به اقدام" خوب:

- **مشخص و قابل اجرا باشد:** "هفته آینده، از سه نفر که برایتان الهام‌بخش بوده‌اند تشکر کنید".
- **الهام‌بخش و آرمان‌گرا باشد:** "بیایید با هم دنیایی را تصور کنیم که در آن هر کودک به کتاب دسترسی دارد. حالا، بیایید برای ساختن آن دنیا کنیم".
- **شخصی باشد:** از شما دعوت می‌کنم که از خود بپرسید: چه کاری می‌توانم امروز انجام دهم که دیروز از آن می‌ترسیدم؟

• پایان باثبات و به یاد ماندنی:

- این می‌تواند یک جمله نهایی قدرتمند، بازگشت به داستان مقدمه یا یک سؤال فکربرانگیز نهایی باشد.
- **مثال:** "و وقتی آن کار را انجام دهید، متوجه خواهید شد که بزرگ‌ترین محدودیت‌های ما، آن‌هایی هستند که در ذهن خودمان ساخته‌ایم. متشکرم".

۵. تمرین، تمرین، تمرین

- سخنرانان TED ساعت‌ها و روزها تمرین می‌کنند تا صحبتشان کاملاً طبیعی و روان به نظر برسد.
- **در MLM چیست؟** متن خود را حفظ نکنید، اما آنقدر تمرین کنید که به جریان طبیعی افکارتان تبدیل شود. جلوی آینه، برای خانواده یا با ضبط ویدیو تمرین کنید.

چرا تمرین تا این حد حیاتی است؟ (فلسفه تد)

سخنرانان TED ساعت‌ها تمرین می‌کنند نه برای اینکه به یک ربات تبدیل شوند، بلکه برای رسیدن به حس طبیعی بودن و اصالت در حین ارائه. هدف نهایی این است:

- **تسلط کامل بر محتوا:** وقتی شما بر محتوای خود مسلط باشید، دیگر مجبور نیستید به یادآوری کلمات دقیق تلاش کنید. در عوض، مغز شما آزاد است تا بر روی احساسات، ارتباط چشمی و زبان بدن تمرکز کند.
- **کاهش استرس و اضطراب:** عدم آمادگی، بزرگ‌ترین منبع استرس است. وقتی می‌دانید دقیقاً چه می‌خواهید بگویید و چگونه بگویید، اعتماد به نفس شما به طور طبیعی افزایش می‌یابد.
- **انعطاف‌پذیری:** اگر حواستان پرت شود یا سؤالی در میان صحبت پرسیده شود، با تسلطی که دارید، به راحتی می‌توانید مسیر را پیدا کنید و بدون گم شدن، ادامه دهید. یک سخنران آماده، هرگز "خطش" قطع نمی‌شود، فقط مسیرش را عوض می‌کند.

کاربرد این اصل در MLM : از "حفظ کردن" تا "مسلط شدن"

در MLM، اگر متن خود را کلمه به کلمه حفظ کنید، دو خطر بزرگ شما را تهدید می‌کند:

۱. **فاقد احساس و اصالت به نظر می‌رسید:** مخاطب به راحتی متوجه می‌شود که شما یک متن از پیش تعیین شده را تکرار می‌کنید. این حس را القا می‌کند که شما خودتان به حرفی که می‌زنید باور ندارید و فقط یک ماشین تکرار کلمات هستید.
۲. **در برخورد با چالش‌ها ناتوان می‌شوید:** اگر کسی در میان صحبت شما سؤالی بپرسد یا با یک اعتراض روبرو شوید، از مسیر خارج می‌شوید و ممکن است دستپاچه و غیرحرفه‌ای به نظر برسید.

پس راهکار چیست؟ "مسلط شدن بر ساختار و داستان‌ها" به جای "حفظ کردن متن".

راهکار عملی: چگونه مانند یک سخنرانی TED تمرین کنیم؟

مرحله ۱: ایجاد نقشه راه (اسکلت‌بندی)

- ایده اصلی خود را بنویسید.
- نکات کلیدی (۲-۳ مورد) را یادداشت کنید.
- داستان‌ها و مثال‌های مربوط به هر نکته را مشخص کنید.
- این نقشه راه، "متن" شما نیست، بلکه "فهرست مطالب" ذهنی شماست.

مرحله ۲: تمرین بر اساس نقشه راه

- حالا شروع به صحبت کردن کنید. هر بار سعی کنید همان نکات و داستان‌ها را اما با کلمات متفاوت بیان کنید.
- هدف این است که به هسته اصلی پیام مسلط شوید، نه به کلمات خاص.
- پس از چندین بار تمرین، متوجه می‌شوید که بهترین و طبیعی‌ترین روش برای بیان هر ایده چیست.

مرحله ۳: استفاده از روش‌های تمرین مؤثر

- **جلوی آینه:** به زبان بدن، حالات چهره و ارتباط چشمی خود توجه کنید. آیا طبیعی به نظر می‌رسید؟ آیا می‌خندید؟ آیا جدی به نظر می‌رسید؟
- **مزیت:** شما تنها مخاطب خودتان هستید و می‌توانید بدون استرس، خود را اصلاح کنید.

• برای یک نفر قابل اعتماد (خانواده، دوست): این کار شما را در معرض یک مخاطب واقعی قرار می‌دهد.

◦ **مزیت:** بازخورد مستقیم می‌گیرید. اگر آنها متوجه نشدند یا حوصله‌شان سر رفت، یعنی نیاز به بهبود دارید. این شبیه‌سازی بهترین تمرین برای جلسات کوچک MLM است.

• **ضبط ویدیو (مهم‌ترین روش):** از خودتان فیلم بگیرید و سپس آن را تماشا کنید.

◦ **نکاتی که باید بررسی کنید:**

- **آهنگ صدا:** آیا یکنواخت صحبت می‌کنم؟ آیا لحن انرژی لازم را دارد؟
- **سرعت صحبت:** آیا خیلی تند یا خیلی کند هستم؟
- **کلمات پرکننده:** آیا از "ا..."، "مثلاً"، "در واقع" زیاد استفاده می‌کنم؟
- **زبان بدن:** آیا دست به سینه ایستاده‌ام؟ آیا با دستانم کار می‌کنم؟ آیا ارتباط چشمی برقرار می‌کنم؟

◦ **مزیت:** شما خودتان را از نگاه مخاطب می‌بینید. این قدرتمندترین ابزار برای شناسایی و رفع نقاط ضعف است.

با تمرین مداوم، شما:

- **طبیعی و صادق** به نظر می‌رسید.
- **بر جلسه مسلط** هستید و می‌توانید آن را به خوبی هدایت کنید.
- **انعطاف‌پذیر** هستید و می‌توانید با هر سؤالی روبرو شوید.
- **الهام‌بخش** خواهید بود، زیرا نشان می‌دهید که عمیقاً به آنچه می‌گویید باور دارید.

به یاد داشته باشید: هدف این نیست که عالی باشید، هدف این است که واقعی باشید. و رسیدن به این "واقعی بودن مؤثر"، نیازمند تمرین بسیار است.

۶. استفاده از رسانه‌های کمکی هوشمندانه

- از اسلایدها برای تقویت کلامتان استفاده کنید، نه برای نوشتن تمام متن سخنرانی.
- **در MLM چیست؟** به جای لیست مزایا، از یک تصویر الهام‌بخش، یک نمودار ساده یا یک عکس از تیم خود استفاده کنید. "کمتر، بیشتر است".

فلسفه استفاده از اسلاید در تد: "تقویت، نه تکرار"

مغز انسان در پردازش اطلاعات بصری و شنیداری به طور همزمان، اگر یکسان باشند، دچار اختلال می‌شود. اگر شما دقیقاً همان متنی را که می‌گویید روی اسلاید بنویسید، مخاطب مجبور می‌شود بین

گوش دادن به شما و خواندن اسلاید یکی را انتخاب کند. در این رقابت، معمولاً خواندن بر گوش دادن غلبه می‌کند و ارتباط شما با مخاطب قطع می‌شود.

هدف اصلی اسلایدها این است:

- شفاف‌سازی یک مفهوم پیچیده
- تقویت احساسی یک نقطه عطف در داستان
- ملموس کردن یک داده یا آمار

کاربرد در MLM : از "فروشنده‌گی" به "الهام‌بخشی" گذار کنید

در MLM، وسوسه زیادی وجود دارد که تمام مزایا، طرح درآمدی و محصولات را در اسلایدها بریزیم. اما این کار، جلسه را به یک ارائه خشک و فروشی تبدیل می‌کند. هدف شما باید ایجاد یک تجربه احساسی باشد.

اصل طلایی: "کمتر، بیشتر است"

یک اسلاید شلوغ و پر از متن، اعتماد مخاطب را از بین می‌برد. یک تصویر قدرتمند و یک جمله کوتاه، قلب او را تسخیر می‌کند.

راهکارهای عملی و مثال‌ها:

۱. استفاده از تصاویر الهام‌بخش به جای لیست مزایا:

- **کار نکنید:** اسلایدی پر از جمله‌هایی مثل "درآمد نامحدود"، "آزادی مالی"، "سفرهای خارجی".
- **کار درست:** به جای گفتن "آزادی مالی"، یک عکس از فردی نشان دهید که در ساحل دریا در حال کار با لپ‌تاپ است.
- **به جای گفتن "جامعه حمایتگر"**، یک عکس دسته‌جمعی واقعی و پر از انرژی از تیم خود را نمایش دهید که با هم در حال خندیدن هستند.
- **چرا مؤثر است؟** این تصاویر، به طور ناخودآگاه آرزوهای مخاطب را فعال می‌کنند و به او اجازه می‌دهند خودش را در آن نقش تصور کند. شما دارید یک "احساس" را می‌فروشید، نه یک لیست.

۲. استفاده از نمودارهای ساده به جای جداول پیچیده:

- **کار نکنید:** نمایش یک جدول شلوغ با ده‌ها عدد و درصد از طرح درآمدی.
- **کار درست:** استفاده از یک اینفوگرافیک یا نمودار ساده که تنها مراحل کلیدی پیشرفت را نشان می‌دهد.
 - مثال: یک نمودار کوهنوردی ساده که مراحل را نشان می‌دهد: "شروع ، آموزش ، فعالیت، رهبری، موفقیت".
- **چرا مؤثر است؟** مخاطب می‌تواند در نگاه اول مسیر را ببیند و درگیر جزئیات گیج‌کننده نمی‌شود. پیام اصلی این است: "این مسیر، قابل درک و قابل طی کردن است".

۳. استفاده از یک کلمه یا یک جمله کلیدی قدرتمند:

- وقتی دارید درباره "عبور از ترس" صحبت می‌کنید، روی اسلاید فقط یک کلمه بنویسید: "شجاعت".
- وقتی نتیجه‌گیری می‌کنید، روی اسلاید آخر بنویسید: "آغاز سفر شما".
- **چرا مؤثر است؟** این کار توجه مخاطب را کاملاً بر روی شما و کلامتان متمرکز می‌کند، در حالی که پیام کلیدی به طور بصری نیز در ذهن او حک می‌شود.

۴. قانون ۳۰/۲۰/۱۰ (از گای کاواساکی):

- یک قانون معروف برای ارائه‌های استارت‌آپی که برای MLM نیز عالی است:
 - **حداکثر ۱۰ اسلاید:** کل ارائه شما نباید بیش از ۱۰ اسلاید باشد.
 - **حداکثر ۲۰ دقیقه:** حتی اگر یک ساعت وقت دارید، اسلایدهای خود را برای ۲۰ دقیقه تنظیم کنید.
 - **حداقل سایز فونت ۳۰:** این کار شما را مجبور می‌کند که اسلایدهای خود را شلوغ نکنید و فقط نکات کلیدی را بنویسید.

وقتی از رسانه‌های کمکی هوشمندانه استفاده می‌کنید:

- حرفه‌ای‌تر به نظر می‌رسید.
- بر روابط انسانی تمرکز می‌کنید، نه بر روی اسلایدها.
- پیام شما بهره‌وری بیشتری دارد و در خاطر می‌ماند.

به یاد داشته باشید: بهترین اسلایدها آنهایی هستند که اگر خودتان غش کنید، مخاطب حتی نتواند نصف صحبت‌های شما را از روی آن‌ها حدس بزند! این یعنی اسلایدها در خدمت شما هستند، نه جایگزین شما.

۷. ایجاد ارتباط عاطفی

- با مخاطب خود ارتباط چشمی برقرار کنید. صادق باشید. آسیب‌پذیری نشان دهید (اعتراف به ترس‌ها یا اشتباهات گذشته).
- **در MLM چیست؟** خود واقعی‌تان باشید. مردم به افرادی که کامل و بی‌عیب به نظر می‌رسند اعتماد نمی‌کنند، اما با افرادی که مانند خودشان چالش داشته‌اند ارتباط برقرار می‌کنند.

چرا اصالت و آسیب‌پذیری اینقدر قدرتمند هستند؟

در دنیایی که پر از تصاویر آراسته و زندگی‌های به ظاهر کامل در شبکه‌های اجتماعی است، مردم بیش از هر زمان دیگری به دنبال اصالت و ارتباط انسانی واقعی می‌گردند. این دقیقاً همان چیزی است که یک سخنران TED را قابل توجه و یک فعال MLM را قابل اعتماد می‌کند.

ارتباط چشمی: پل نامرئی اعتماد

- **این کار چیست؟** نگاه کردن به چشمان افراد حاضر در جمع، به‌صورتی طبیعی و معنی‌دار، نه نگاه کردن از روی یک متن یا نگاه کردن به یک نقطه ثابت روی دیوار.
- **چرا در MLM حیاتی است؟**
 - **اعتماد می‌سازد:** ارتباط چشمی مستقیم، در ناخودآگاه مخاطب این پیام را می‌فرستد: "من چیزی برای پنهان کردن ندارم. من صادقم."
 - **مخاطب را درگیر می‌کند:** وقتی به فردی نگاه می‌کنید، به او می‌فهمانید که "من دارم با تو صحبت می‌کنم". این کار از حواس‌پرتی او جلوگیری می‌کند و احساس مهم بودن را در او ایجاد می‌کند.
 - **بازخورد فوری می‌گیرید:** از روی چهره و چشمان مخاطب می‌فهمید که آیا صحبت شما را درک می‌کند، آیا علاقه‌مند است یا سردرگم شده است. این به شما اجازه می‌دهد سرعت یا توضیحات خود را تنظیم کنید.

آسیب‌پذیری: قدرتی که در ضعف پنهان است

- این کار چیست؟ اشتراک‌گذاری داستان‌های واقعی از شکست‌ها، ترس‌ها، اشتباهات و چالش‌هایی که در مسیر داشته‌اید. این کار به معنای ضعف نیست، بلکه نشان دادن شجاعت است.

• چرا در MLM یک ابزار فوق‌العاده است؟

- دیوارهای دفاعی را پایین می‌آورد: وقتی شما با اعتراف به ترس اولیه خود از "رد شدن" شروع می‌کنید، مخاطبی که همین ترس را دارد، فکر می‌کند: "اوه! او هم دقیقاً مثل من احساس می‌کرد!". این شباهت، قوی‌ترین پایه برای اعتماد است.
- شما را انسانی و قابل لمس نشان می‌دهد: مردم نمی‌توانند با یک تابلوی تمام‌عیار از موفقیت (کسی که همیشه کامل و بی‌عیب بوده) ارتباط برقرار کنند. آنها با افرادی ارتباط برقرار می‌کنند که مانند خودشان فراز و نشیب داشته‌اند.
- داستان شما را باورپذیر می‌کند: اگر شما فقط درباره موفقیت‌ها و درآمدهای کلان صحبت کنید، مخاطب ممکن است آن را اغراق‌آمیز یا غیرواقعی ببیند. اما وقتی داستان شکست خود را نیز تعریف می‌کنید، مسیر موفقیت‌تان برای او قابل درک و قابل دسترس به نظر می‌رسد.

کاربرد عملی در MLM: چگونه خود واقعی‌تان باشید؟

۱. داستان "من قدیمی" را تعریف کنید:

- قبل از صحبت درباره موفقیت‌های فعلی‌تان، از زمانی بگویید که چقدر نسبت به شغل‌تان ناراضی بودید، از درآمد کم ناامید بودید یا حتی اولین باری که با MLM آشنا شدید، چقدر شک داشتید.
- مثال: من اولین بار که نام این کسب‌وکار را شنیدم، چشم‌غره رفتم و گفتم: نه، ممنون. من اهل این کارها نیستم. چون فکر می‌کردم قرار است به همه زور بگویم که یک چیزی بخرند!

۲. در مورد ترس‌هایتان صادق باشید:

- ترس از صحبت در جمع، ترس از رد شدن، ترس از شکست. این ترس‌ها جهانی هستند. با بیان آن‌ها، خود را در کنار مخاطب قرار می‌دهید، نه در مقابل او.
- مثال: "اعتراف می‌کنم که اولین جلسه‌ای که قرار بود برای دوستانم برگزار کنم، آنقدر استرس داشتم که دلم می‌خواست جلسه را کنسل کنم. اما یاد گرفتم که..."

۳. اشتباهات را به عنوان درس قاب بگیرید:

- به جای پنهان کردن اشتباهات، از آن‌ها به عنوان نقاط عطف یادگیری استفاده کنید.
- **مثال:** "در ماه اول، یک اشتباه بزرگ کردم. به همه فقط در مورد پول گفتم و فراموش کرده بودم که واقعاً به آن‌ها گوش دهم. نتیجه؟ هیچکس ثبت‌نام نکرد. اما این شکست به من یاد داد که کسب‌وکار ما در واقع درباره خدمت کردن است، نه فروش."

۴. خود واقعی‌تان را نشان دهید:

- در پشت صحنه زندگی واقعی خود را به اشتراک بگذارید. شاید در حالی که برای جلسه آماده می‌شوید، خانه کمی به هم ریسته است یا بچه‌هایتان در پس‌زمینه سروصدا می‌کنند. این بی‌ترتیبی‌های کوچک، شما را دوست‌داشتنی و واقعی می‌کند.

نکته:

در MLM، شما یک "برند شخصی" می‌سازید. اما قدرتمندترین برند شخصی، آن نیست که بی‌عیب و نقص باشد، بلکه آن است که واقعی باشد.

- **ارتباط چشمی** می‌گوید: "من قابل اعتمادم".
- **آسیب‌پذیری** می‌گوید: "من مثل تو هستم. من مسیر را بلدم چون خودم آن را رفته‌ام".

مردم محصولات یا فرصت شغلی را از کسی نمی‌خرند که کامل به نظر برسد؛ آن‌ها از کسی خرید می‌کنند که بتوانند با او ارتباط برقرار کنند و به او اعتماد داشته باشند. و هیچ چیزی بیشتر از صداقت و انسانیت به اشتراک گذاشته شده، اعتمادسازی نمی‌کند.

۸. زمان‌بندی دقیق

- سخنرانی‌های TED معمولاً کوتاه (زیر ۱۸ دقیقه) هستند. به زمان احترام بگذارید.
- **در MLM چیست؟** در جلسات معرفی یا همایش‌ها، زمان را رعایت کنید. صحبت طولانی و بدون ساختار، مخاطب را خسته می‌کند.

چرا این زمان دقیق و محدود مهم است:

۱. **محدودیت توجه انسان:** تحقیقات نشان می‌دهد حداکثر زمان تمرکز عمیق برای اکثر افراد بین ۱۰ تا ۱۸ دقیقه است. TED با در نظرگیری این محدودیت زیستی، زمان را طوری تنظیم کرده که ایده بتواند کاملاً درک شود بدون اینکه ذهن مخاطب منحرف شود.
۲. **الزام به تمرکز و دقت:** زمان محدود، مجبورتن می‌کند مطالب اضافه را حذف کنید و فقط به قدرتی‌ترین داستان‌ها، داده‌ها و نکات اصلی بچسبید. این باعث افزایش کیفیت محتوا می‌شود.
۳. **احترام به مخاطب:** رعایت زمان، نشان‌دهنده احترام شما به وقت و برنامه دیگران است. این کار حرفه‌ای‌گری شما را نشان می‌دهد و اعتمادسازی می‌کند.
۴. **قابل اشتراک‌گذاری:** ویدیوهای کوتاه‌تر، به راحتی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند و احتمال دیده شدنشان بیشتر است.

در محیط MLM، که ممکن است مخاطب با پیش‌زمینه ذهنی منفی (ترس از کلاهبرداری یا صحبت‌های طولانی) حاضر شود، رعایت زمان حیاتی‌تر است.

الگوی پیشنهادی برای یک جلسه معرفی موثر (کل جلسه ۶۰-۴۵ دقیقه):

توضیح دقیق بخش‌ها:

۱. صحبت اصلی شما (حداکثر ۱۸ دقیقه - عین‌تد):

- **۲-۰ دقیقه:** قلاب قدرتمند (داستان شخصی یا سوال چالشی).
- **۱۵-۲ دقیقه:** بدنه اصلی (۲-۳ نکته کلیدی، هر کدام با یک داستان).
- **۱۸-۱۵ دقیقه:** نتیجه‌گیری الهام‌بخش.
- **نکته:** استفاده از تایمر قابل رؤیت برای مخاطب، هم به شما کمک می‌کند و هم به آنها نشان می‌دهد که برای وقتشان ارزش قائلید.

۲. بخش پرسش و پاسخ (۱۵-۱۰ دقیقه):

- این بخش را مدیریت شده برگزار کنید.
- از ابتدا قوانین را معلوم کنید: "۱۵ دقیقه وقت برای سوالات شما داریم و حداکثر ۲ سوال از هر نفر".
- سوالات تکراری یا غیرمرتبط را با ادب خلاصه کنید و به موضوع اصلی بازگردید.

۳. گفتگوی غیررسمی و شبکه‌سازی (۲۰-۱۵ دقیقه):

- این بخش برای ایجاد ارتباط شخصی ضروری است.
- به افراد اجازه دهید در فضایی راحت‌تر با شما و تیمتان صحبت کنند.
- اینجا زمان پاسخ به سوالات خصوصی و خاص افراد است.

خطرات صحبت طولانی و بدون ساختار در MLM

۱. **خستگی مخاطب:** پس از ۲۰ دقیقه، توجه اکثر افراد کاهش می‌یابد. آنها در موبایل خود غرق می‌شوند یا به طور کلی جلسه را ترک می‌کنند.
۲. **از دست دادن اعتبار:** ارائه طولانی و پرحاشیه، این احساس را ایجاد می‌کند که شما "پیام محکمی برای گفتن ندارید" و می‌خواهید با حجم کلمات مخاطب را تحت تاثیر قرار دهید.
۳. **به وجود آوردن احساس "فروش اجباری":** هرچه بیشتر صحبت کنید، فشار بیشتری احساس می‌شود. این دقیقاً برعکس حس "کشف یک فرصت" است.
۴. **کاهش نرخ تبدیل:** فردی که خسته و کلافه شده، هرگز ثبت‌نام نمی‌کند یا محصول نمی‌خرد، حتی اگر فرصت واقعاً خوبی باشد.

توصیه کاربردی

قانون طلایی: همیشه کمتر از زمانی که در اختیار دارید صحبت کنید.

- برای یک جلسه ۶۰ دقیقه‌ای، ۴۵ دقیقه برنامه‌ریزی کنید.
- برای یک ارائه ۲۰ دقیقه‌ای، ۱۵ دقیقه.

این کار:

- احترام شما را نشان می‌دهد.
- فضایی برای تنفس و تعامل ایجاد می‌کند.
- این حس را القا می‌کند که شما فردی منظم و قابل اعتماد هستید.

توصیه نهایی: ارائه خود را چندین بار تمرین کنید و زمان بگیرید. بخش‌های ضعیف یا غیرضروری را بدون اغماض حذف کنید. به یاد داشته باشید، در MLM مانند تد، هدف این نیست که همه چیز را بگویید، هدف این است که آنها آنقدر مشتاق شوند که خودشان بخواهند بیشتر بدانند.

نکته پایانی:

این اصول به شما کمک می‌کند تا پیام خود را به شیوه‌ای جذاب، اثرگذار و به یاد ماندنی انتقال دهید. با این حال، موفقیت نهایی شما در MLM به عواملی فراتر از فن بیان بستگی دارد:

- **کیفیت محصولات و برنامه کسب‌وکار:** آیا واقعاً ارزش ارائه دارند؟
- **صداقت و شفافیت:** آیا در مورد درآمدهای بالقوه و چالش‌ها صادق هستید؟
- **تمرکز بر آموزش و توسعه فردی:** آیا واقعاً به رشد دیگران کمک می‌کنید یا فقط به فکر جذب هستید؟

منابع پیشنهادی برای مطالعه بیشتر:

۱. قدرت آسیب‌پذیری
نویسنده: برنه براون
۲. زبان بدن
نویسنده: امی کادی
۳. چگونه صحبت کنیم تا مردم بخواهند گوش دهند؟
نویسنده: جولیان ترژر