

नए ज़माने का
नया बिज़नेस
नेटवर्क
मार्केटिंग

यह पुस्तक आपकी ज़िंदगी बदल देगी



शंकर मंशानी
आरती मंशानी

नए ज़माने का नया बिज़नेस नेटवर्क मार्केटिंग

यह पुस्तक आपकी ज़िंदगी बदल देगी

शंकर मंशानी
आरती मंशानी



मंजुल पब्लिशिंग हाउस

First published in India by



Manjul Publishing House

Corporate and Editorial Office

• 2nd Floor, Usha Preet Complex, 42 Malviya Nagar, Bhopal 462 003 - India
Sales and Marketing Office

• 7/32, Ground Floor, Ansari Road, Daryaganj, New Delhi 110 002 - India

Website: www.manjulindia.com

Distribution Centres

Ahmedabad, Bengaluru, Bhopal, Kolkata, Chennai,
Hyderabad, Mumbai, New Delhi, Pune

Copyright © 2012 by Shanker Manshani
and Aarti Manshani

All rights reserved.

This edition first published in 2012

Fifth impression 2016

ISBN 978-81-8322-269-3

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form, or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise) without the prior written permission of the publisher. Any person who does any unauthorized act in relation to this publication may be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

समर्पण

हमारे बड़े भाई साहब रमेश मंशानी उर्फ 'रवि' को,
जो हमारी चिंता हमसे भी ज़्यादा करते हैं।
नेटवर्क मार्केटिंग से जुड़ी सभी शिक्षण प्रणालियों को,
जो लोगों की ज़िंदगियाँ बदल रही हैं।
उन सारे अप-लाइन लीडर्स को,
जो अपनी डाउन-लाइन की सफलता के लिए
जी-जान से जुटे हुए हैं।

विषय-सूची

आभार

लेखक की ओर से...

भाग एक : व्यापार का विकास

अध्याय 1 : परंपरागत व्यापार, फ्रेंचाइज़ और नेटवर्क मार्केटिंग

अध्याय 2 : दूरदृष्टि : नेटवर्क मार्केटिंग 21वीं सदी का व्यवसाय

अध्याय 3 : नेटवर्क मार्केटिंग और आप

भाग दो : शिक्षण प्रणाली

अध्याय 1 : सपने और लक्ष्य

अध्याय 2 : तीन स्वर्णिम नियम

पहला नियम : हमेशा कोई भी काम पहली बार करने से पहले सफल अप लाइन से पूछे बिना न करें

दूसरा नियम : कभी भी कोई नकारात्मक बात अपनी डाउन लाइन या क्रॉस लाइन से न कहें

तीसरा नियम : किसी के धन-अहंकार-परिवार से खिलवाड़ ना करें, बिज़नेस में शराब को शामिल न करें

अध्याय 3 : 4 आधारभूत कार्य

पहला आधारभूत कार्य : नामों की सूची बनाना

दूसरा आधारभूत कार्य : संपर्क और निमंत्रण

तीसरा आधारभूत कार्य : सेल्स और मार्केटिंग
प्लान का प्रदर्शन

चौथा आधारभूत कार्य : फॉलो-अप

अध्याय 4 : सफलता के 9 क़दम

पहला चरण : चरित्र निर्माण

पहला क़दम : सीखने की तैयारी

दूसरा क्रम : प्रामाणिकता

तीसरा क्रम : अप लाइन से संवाद या समर्पण

दूसरा चरण : संगत

चौथा क्रम : पुस्तक की संगत

पाँचवाँ क्रम : कैसेट या सीडी की संगत

छठवाँ क्रम : सफल लोगों की संगत

तीसरा चरण : कार्य

सातवाँ क्रम : प्रॉडक्ट का 100% उपयोग

आठवाँ क्रम : सेल्स-मार्केटिंग प्लान का प्रदर्शन

नौवाँ क्रम : प्रॉडक्ट की बिक्री

अध्याय 5 : तीन शक्तियाँ

पहली शक्ति : एकता की शक्ति

दूसरी शक्ति : समर्पण की शक्ति

तीसरी शक्ति : आत्म-सुझाव की शक्ति

आभार

सबसे पहले हम आभारी हैं अपने मित्रों के जिनकी सहायता और प्रोत्साहन के बिना यह पुस्तक कभी प्रकाशित नहीं हो पाती। इन शुभचिंतकों में प्रमुख हैं, हरीशचंद्र सारस्वत, सुनील वर्मा, हेमंत वकारे, रमण लालवानी, सुनील आमटे, प्रदीप परिहार, मेजर चौधरी, अमित सोलंकी, सुरेंद्र शर्मा, मनीष दोशी। विशेषकर हमारे गुरु गिरजाशंकरजी शुक्ला, शंभूनाथजी गुप्ता एवं चितले सर, जिन्होंने समय-समय पर अपना अमूल्य मार्गदर्शन हमें दिया। इसके अलावा हम आभारी हैं, हमारे विशेष सहपाठी-मित्र नारायण अडवानी के, जिन्होंने मुद्रण से लेकर प्रकाशन तक सभी कार्यों में हमारी सहायता की। इसके साथ ही हम आभारी हैं लिलेश काकडे (युनिवर्सल कंप्यूटर्स) के, जिन्होंने इस पुस्तक के मुद्रण में सहायता की। इसके अलावा हमने नेटवर्क मार्केटिंग लीडर्स से भी बहुत सी बातें सीखी हैं। और भी कई लोग हैं, सभी का नाम यहाँ लिख पाना संभव नहीं है। आप सभी का आभार...!

लेखक की ओर से...

इस पुस्तक का चुनाव करने के लिए धन्यवाद! इस पुस्तक के चुनाव का मतलब है, कि आप किसी ऐसे अवसर की तलाश में हैं, जो आपके सपनों को साकार कर सके, या फिर आप पहले से ही किसी नेटवर्क मार्केटिंग व्यवसाय में शामिल हैं और अधिक सफलता पाना चाहते हैं। तब हम आश्वासन देना चाहते हैं, कि आपने सही पुस्तक का चुनाव किया है।

शुरुआत में जब हमारे दोस्तों ने अपनी विभिन्न नेटवर्क कंपनियों के बिज़नेस की योजना हमारे सामने रखने की कोशिश की थी, तब हम इस तरह के व्यवसायों के प्रति पूरी तरह से नकारात्मक नज़रिया रखते थे तथा इसकी अधिक जानकारी पाने के बिल्कुल भी इच्छुक नहीं थे। कई दोस्तों को हमने उनके ही प्लान को, विपरीत अर्थ देकर समझाया था और कई लोगों को हमने उनका बिज़नेस छोड़ने के लिए मजबूर भी किया था। लेकिन एक बार इस क्षेत्र की सुविख्यात कंपनी के सेमिनार में हमें जबरन ले जाया गया और वक्ता की बातों को सुनकर हम बहुत प्रभावित हुए। वह वक्ता उस बिज़नेस में सफलतम लीडर्स में से एक थे। उनसे हमें प्रत्यक्ष मिलवाया गया। उसके बाद बहुत लंबे समय तक उस लीडर ने हमसे संपर्क बनाए रखा तथा कैसेट या अन्य साहित्य के माध्यम से हमें आवश्यक जानकारी देते रहे। उन दो महीनों की अवधि में हमने लगभग हर तरह की शंका उनके सामने रखी, लेकिन हम उन्हें बरगलाने में असफल ही रहे। जबकि उन्होंने पूरे संयम के साथ रिश्तों की गर्मजोशी को बनाए रखा और आखिर बर्फ पिघलने लगी। (आज हम जानते हैं, कि तब हमें फॉलो-अप की विशिष्ट प्रक्रिया से गुज़ारा गया था।) हालाँकि हमारी सभी शंकाओं का समाधान नहीं हुआ था, लेकिन उस दौरान हमें कई मीटिंग्स तथा एक भव्य समारोह में शामिल होने का अवसर मिला। तब हमने इस बिज़नेस की हर बात को गहराई से समझना शुरू किया और 'दुनिया का महानतम अवसर' कहलाए जाने वाले इस बिज़नेस की सही अवधारणा को जानकर, हम सचमुच आश्चर्यचकित रह गए।

जैसे-जैसे उस बिज़नेस की जानकारी बढ़ती जाती थी, उसी अनुपात में हम पर उसका प्रभाव भी बढ़ता जा रहा था, विशेषकर इसके साथ जुड़ी शिक्षण-प्रणाली हमें अद्वितीय लगी। हम पूरी तरह से सहमत थे, कि व्यावसायिक क्षेत्र में नेटवर्क मार्केटिंग दुनिया का सबसे महान अवसर है। हमारे विचार से यह अवसर न केवल सबके लिए नायाब अवसर है, बल्कि सभी के द्वारा इसे अपनाया जाना चाहिए। लेकिन हम देख रहे थे कि अधिकतर लोग इस बिज़नेस के प्रति उदासीन थे। हालाँकि शुरुआत में हमने भी इसी तरह की प्रतिक्रिया व्यक्त की थी, तब हमने लंबे समय तक इस विषय पर विचार और अध्ययन किया। अंत में हमें एक कारण स्पष्ट दिखाई दिया कि लोगों द्वारा दी जा रही नकारात्मक प्रतिक्रिया वास्तव में समस्या नहीं है, बल्कि समस्या की असली जड़ है, इस बिज़नेस से जुड़कर काम करने वाले लोगों और नेटवर्क कंपनियों के मालिकों की सोच।

इस बिज़नेस में हर व्यक्ति को नैतिक आचरण सिखाया जाता है, दूसरों की सफलता के लिए सहायक होने का पाठ पढ़ाया जाता है। जब तक प्रॉस्पेक्ट बिज़नेस से जुड़ नहीं जाता, तब तक इस नायाब शिक्षण-प्रणाली की हर बात पर अमल किया जाता है, लेकिन बाद में अपने स्वार्थवश तेज़ी से सफलता पाने के लिए, सारी नैतिकता तथा नियमों को भुला दिया जाता है। अपनी कामयाबी को हासिल करने के लिए डाउन-लाइन का सीढ़ी की तरह इस्तेमाल किया जाता है। यह प्रवृत्ति इस बिज़नेस की मूल भावना से मेल नहीं खाती।

दूसरी ओर, तुरंत लाभ पाने की लालसा मानव की मूल प्रवृत्ति है। इसी लालच के साथ बहुत सी कंपनियों के मालिक इस क्षेत्र में प्रवेश करते हैं, बिज़नेस की नैतिकता से उनका कोई सरोकार नहीं होता। उनका तो एक की

मकसद होता है कि किसी भी तरह से लोगों के सामने इस बिज़नेस का जाल बिछाना और एक बार पैसा हाथ में आने के बाद चंपत हो जाना। इन कंपनियों को ऐसी शिक्षण-प्रणाली शुरू करने में कोई दिलचस्पी नहीं होती या फिर उनकी शिक्षण-प्रणालियाँ भी मालिकों की सोच का आईना होती हैं। दोनों ही स्थितियों में लोग ठगे जाते हैं। इसलिए जब भी कोई इस बिज़नेस की योजना उनके सामने रखता है, लोग तुरंत इंकार कर देते हैं। अब लोग तो आदतन प्रचार करते ही हैं, इसलिए अच्छी बात का अच्छा और बुरी बात का बुरा प्रचार होता है। लोगों की ठंडी प्रतिक्रिया के पीछे हमें यही कारण नज़र आया।

हमारे विचार से नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस की अवधारणा तो क्रांतिकारी है, बशर्ते कि इसे नैतिकता तथा नियम से चलाया जाए। जब हम इस निर्णय पर पहुँचे, तब एक लेखक की हैसियत से हमने अपना उत्तरदायित्व समझा और तभी इस पुस्तक को लिखने का निश्चय किया। हमने इस पुस्तक के माध्यम से इस बिज़नेस की छुपी, हमारी जानकारी में आई सभी अच्छी-बुरी बातों को अपने पाठकों के सामने खोलकर रखा है। हम चाहते हैं कि हर व्यक्ति सही कंपनी का चुनाव कर सके, सही शिक्षण-प्रणाली का अनुकरण कर सके और सही तरीका अपनाकर अपना नेटवर्क बढ़ाए।

यह पुस्तक आधारित है, हमारे उस गहरे अध्ययन-अनुभव पर, जिसे हमने विभिन्न लीडर्स के साथ प्रत्यक्ष मुलाकातों के द्वारा प्राप्त किया है। हमारे लिए यह महज़ एक पुस्तक नहीं, बल्कि हमारा मिशन है। इस पुस्तक के माध्यम से हम नेटवर्क मार्केटिंग के क्षेत्र में कुछ मूलभूत बदलाव लाना चाहते हैं, बिज़नेस के स्तर पर भी और शिक्षण-प्रणाली के स्तर पर भी। हम नेटवर्क मार्केटिंग के मूल सिद्धांतों को प्रस्तुत करना चाहते हैं, ताकि यह मार्केटिंग की कला ही न रह जाए, बल्कि आधुनिक युग के विज्ञान स्वरूप में भी प्रतिपादित हो सके। यह पुस्तक आपको इस क्रांति में शामिल होने के लिए प्रेरित कर सकती है, न केवल व्यापार के परिदृश्य को बदलने के लिए, बल्कि नेटवर्क मार्केटिंग का चेहरा बदलने के लिए भी। इसलिए इस पुस्तक का हर शब्द महत्वपूर्ण है, जो आपको नेटवर्क मार्केटिंग के नए अर्थों से परिचित करवाएगा।

अगर आपकी कंपनी में कोई शिक्षण-प्रणाली नहीं है, तब आप इस पुस्तक के दिशा-निर्देशों को एक गाइड की तरह इस्तेमाल करके अपनी सफलता को सुनिश्चित कर सकते हैं। वैसे इस पुस्तक के सिद्धांत जीवन के हर क्षेत्र में सफलता पाने के लिए भी उतने ही उपयोगी हैं। अगर आप किसी शिक्षण-प्रणाली से जुड़े हुए हैं, तब हमारी सलाह है कि इस पुस्तक के दिशा-निर्देशों पर अमल करने से पहले अपनी क्रियाशील एवं सफल अप-लाइन की सलाह ज़रूर ले लें, क्योंकि वे आपके ज़्यादा करीब हैं और आपके बिज़नेस की स्थिति को हमसे बेहतर जानते हैं।

शुभकामनाओं सहित...!

- आरती मंशानी
- शंकर मंशानी

भाग एक : व्यापार का विकास

अध्याय 1

परंपरागत व्यापार, फ्रेंचाइज़ और नेटवर्क मार्केटिंग

वैसे देखा जाए तो व्यापार अपने आप में एक विस्तृत और गहरा विषय है। इस विषय का विस्तार से अध्ययन करने के लिए शिक्षा पद्धति में 'कॉमर्स' शाखा का समावेश किया गया है। चूंकि हम यहाँ 'नेटवर्क मार्केटिंग' का अध्ययन करने जा रहे हैं, इसलिए व्यापार में हुए विकास के बारे में हम संक्षेप में कुछ बातों पर विचार करेंगे। इस विकास से जुड़ी मुख्य बातों को पहले हम संक्षेप में समझ लें, तो आगे हमें पूरे विषय को समझने में आसानी होगी।

बाज़ार

बाज़ार का मतलब है, जहाँ कम से कम दो व्यक्ति हों। एक बेचने वाला, दूसरा खरीदार। लेकिन थोड़ा और गहराई में जाएँ, तो बाज़ार का मतलब है एक उत्पादक और एक उपभोक्ता यानी ग्राहक। ग्राहक के द्वारा उपयोग में लाई जाने वाली वस्तुओं को, ग्राहक की ज़रूरत को ध्यान में रखकर, उत्पादक द्वारा तैयार किया जाता है। इसमें ग्राहक ही सबसे ऊपर है। उत्पादक अपनी लागत के अलावा, अपनी मेहनत के बदले में, अपना लाभ लेकर ग्राहक की ज़रूरतों को पूरा करता है।

पारंपरिक वितरण प्रणाली की चेन

समय के साथ-साथ बाज़ार का विकास हुआ और उपभोक्ता तथा उत्पादक के बीच दूरी बढ़ती गई, क्योंकि बाज़ार में कुछ अन्य व्यवसायियों ने प्रवेश किया। इन व्यवसायियों में पहले खुदरा विक्रेता, थोक विक्रेता, वितरक और कुछ समय बाद में विज्ञापन का प्रवेश हुआ। अब परंपरागत व्यवसाय इस तरह से होने लगा कि उत्पादक वस्तु का उत्पादन करके लागत और अपना लाभ लेकर वितरण प्रणाली को सौंप देता है। वितरण प्रणाली में वितरक थोक विक्रेताओं तक, और थोक विक्रेता खुदरा व्यापारियों तक, वस्तु पहुँचाने में एक कड़ी का काम करने लगे।

उत्पादक और उपभोक्ता के बीच दूरी बढ़ने के कारण वस्तु की जानकारी विज्ञापनों के द्वारा ग्राहक तक पहुँचाई जाने लगी। ग्राहक अब भी महत्वपूर्ण था, लेकिन अब उत्पादक के अलावा वितरण-प्रणाली में बँटने वाले लाभ का भुगतान भी ग्राहक ही करने लगा। तकनीकी विकास के कारण वस्तुओं की गुणवत्ता में सुधार हुआ, लागत के खर्च में कमी हुई, लेकिन वस्तुओं का दाम बढ़ता चला गया। आवश्यकता और आपूर्ति के बीच स्पर्धा के कारण महँगाई तो बढ़नी ही थी, लेकिन दाम जिस तेज़ी से बढ़ रहे हैं, उसमें सबसे बड़ा कारण वितरण प्रणाली के द्वारा लिया गया लाभ है। आज ग्राहक द्वारा चुकाई गई कीमत का औसतन 20% से 40% ही उत्पादक के पास पहुँचता है। बाकी 60% से 80% वितरण प्रणाली के बीच बँट जाता है, जो कि ग्राहक की जेब से ही वसूल किया जाता है। विशेष यह कि उत्पादक से ग्राहक तक पहुँचने के बीच, वस्तु के रूप-रंग-गुण या वज़न में कोई फ़र्क नहीं पड़ता, जैसा उत्पादक ने बनाया वैसा ही ग्राहक तक पहुँचता है। फिर ग्राहक आखिर अपनी खून-पसीने की कमाई का 60% से 80%, वितरण प्रणाली को क्यों देता आया है? इसका अगर कोई जवाब है तो बस इतना ही, कि ऐसा