



## بگذارید دیگران محصولات شما را بفروشند!

در این شماره مجله موفقیت تصمیم گرفتم بخشی از کتابم «شکستن مرزهای فروش» را با دوستان و خوانندگان خوبی که همیشه به من دلگرمی می‌دهند به اشتراک بگذارم. موضوعی که انتخاب شده درباره مشارکت انتفاعی است؛ یعنی کمک گرفتن از دیگران برای فروش محصولات و خدمات. بیایید با هم این موضوع را بررسی کنیم و ببینیم که آیا می‌توان با این نوع مشارکت فروش را بیشتر کرد؟

اگر کسب‌وکاری شروع کرده یا محصولی جدید ارائه کرده‌اید، حتما می‌دانید که بالاترین اولویت برای موفقیت و در عین حال مشکل‌ترین کار، یافتن مشتری و آن هم به تعداد کافی است. از طرف دیگر، بسیاری از کارآفرینان بودجه کافی برای بازاریابی و تبلیغات ندارند. آیا می‌توان با هزینه و زمان محدود، به هزاران خریدار علاقه‌مند دسترسی پیدا کرد؟ یکی از راه‌های حل این مشکل، برقراری «مشارکت انتفاعی» است.

## بنا بر تعریف بخش انگلیسی ویکی‌پدیا

مشارکت انتفاعی یعنی همکاری دو یا چند نفر در یک فعالیت تجاری برای سهم شدن در سود مشترک.

هزاران نفر مانند شما وجود دارند که با صرف زمان و هزینه زیاد توانسته‌اند مشتریانی را به دست آورند. شما می‌توانید از این فرصت استفاده کرده و با صاحبان کسب‌وکارهای دیگر، وارد معامله شوید.

صاحبان کسب‌وکار زیادی وجود دارند که با خوشحالی حاضر خواهند بود محصول شما را به مشتریان خودشان بفروشند و سود قابل توجهی به دست آورند.

بنابراین، مشارکت انتفاعی باعث می‌شود از زمان، هزینه و امکانات دیگران استفاده کرده و محصولات را بفروشید و دیگران نیز از این معامله سود ببرند.

به عبارت دیگر، «مشارکت انتفاعی» رابطه تجاری غیررسمی است که طی آن، دو طرف به ازای کسب سود حاضر می‌شوند امکانات تجاری خود را به اشتراک بگذارند.

مشارکت سودآور این امکان را برایتان فراهم می‌کند که کسب‌وکار خود را با حداقل سرمایه توسعه دهید. این نوع همکاری همچنین باعث می‌شود بدون تولید محصولات زیاد یا حتی کارمندان زیاد کار خود را توسعه دهید.

«مشارکت انتفاعی» به معنای خرید بخشی از کسب‌وکار شما یا طرف مقابل یا دخالت در کارهای یکدیگر نیست. شریک انتفاعی به سادگی به شما در کسب درآمد بیشتر کمک می‌کند و شما سودی برای او در نظر می‌گیرید. شریک‌های شما می‌توانند رقیبان، ارائه‌کنندگان محصولات و خدمات مکمل یا کسب‌وکارهایی کاملاً نامرتب با شغل شما باشند، در صورتی که نوع مشتریان هر دو کسب‌وکار یکسان باشند.

مثلاً اگر یک دوره آموزشی عکاسی ساخته‌اید، می‌توانید از فروشندگان دوربین عکاسی بخواهید، آن را برای شما بفروشند.

## انواع مشارکت انتفاعی

۱. شریکتان مشتریانی جدید به شما معرفی می‌کند و شما به ازای هر فروش، درصدی را به شریک اختصاص می‌دهید.

۲. شما و شریکتان به طور مشترک محصولی جدید تولید می‌کنید و با کمک یکدیگر آن را به فروش رسانده و در سود حاصل سهیم می‌شوید.

۳. شریک شما به ازای دریافت مبلغی، محصولات شما را به مشتریانش معرفی کرده و شما را به عنوان منبعی قابل اطمینان پیشنهاد می‌کند.

۴. شما و شریکتان در کنار فعالیت اصلی، کسب‌وکار جدیدی را به وجود آورده و در تمامی فعالیت‌های این هویت حقوقی همکاری کرده و سود را تقسیم می‌کنید.

۵. هر کدام از طرفین بخشی از امکانات و منابع و مهارت‌های خود را در اختیار این شرکت جدید قرار می‌دهد.

یکی از عوامل مهم موفقیت یک شرکت ایرانی ارائه‌دهنده کارت اینترنت، آن بود که شروع به همکاری با سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌ها کرد و برای اولین بار، کارت‌های اینترنت این شرکت توسط سوپرمارکت‌ها ارائه شد. این مشارکت، باعث پیروزی بر تمامی رقبایان شد.

هنگام مذاکره برای مشارکت، همیشه به خاطر داشته باشید، مشارکت در صورتی پایدار خواهد ماند که هر دو طرف معامله برنده باشند. پس هنگام در نظر گرفتن سود برای شریک، سخاوت به خرج دهید و سعی کنید طرف مقابل نیز کاملاً راضی و خوشنود باشد.

اگر طرف مقابل اصرار دارد که به اندازه شما سود ببرد، با دقت کافی تمامی هزینه‌های خود را محاسبه کرده و از مبلغ نهایی محصول کم کنید تا مقدار سود، معقولانه و درست باشد. در محاسبه هزینه‌ها بسته‌بندی، ارسال، تخفیف‌های دوره‌ای، هزینه انبار و دیگر موارد را هم در نظر بگیرید.

## روش‌های همکاری با شرکا

یکی از روش‌های ساده و مشخص مشارکت آن است که شما مطالب تبلیغاتی و محتوای مناسب را تهیه کرده و در اختیار شریک قرار دهید. شریک شما تبلیغات را به عهده می‌گیرد. مثلاً تبلیغ شما را در وبسایت خود قرار می‌دهد. مشتریان با او تماس می‌گیرند و مبلغ سفارش را به او می‌پردازند و سفارش را ثبت می‌کنند. سپس شریک، سود خودش را برداشت کرده و مبلغ محصول را به حساب شما واریز کرده و مشخصات و آدرس مشتریان را برای شما ارسال می‌کند و شما محصول را برای مشتری نهایی ارسال می‌کنید. این روش دو مزیت دارد:

۱. مشخصات خریدار در اختیار شما قرار می‌گیرد و بعدها می‌توانید از این اطلاعات برای فروش بیشتر استفاده کنید.

۲. شریک شما بلافاصله پول را به حساب شما واریز می‌کند؛ زیرا شما باید سفارش را برای مشتری بفرستید.

این نوع مشارکت با حداقل تداخل در کارهای طرفین و با یک توافق ساده امکان‌پذیر است.

بسیاری از صاحبان شرکت‌ها از امکان «مشارکت انتفاعی» استفاده نمی‌کنند، در صورتی که در هر زمینه کاری حداقل چند هزار نفر وجود دارند که می‌توانند با شما مشارکت کنند.

شاید بتوانید تبلیغاتی را برای مشارکت با افراد جدید انجام دهید و به طور موقتی، به جای تمرکز بر مشتری نهایی، بر جذب شریک‌های جدید کار کنید.

## مذاکره با رقیبان

شرکت‌های رقیب می‌توانند به شرکای انتفاعی تبدیل شوند. شاید ارائه پیشنهاد همکاری به رقیبان کار ناعاقلانه‌ای به نظر برسد؛ اما این کار در برخی موارد به نفع شما است.

رقیبان نیز مانند شما به تبلیغات و جمع‌آوری اطلاعات تماس علاقه‌مندان مشغولند. آن‌ها علاقه‌مندانی دارند که هیچ‌گاه از آنان خرید نمی‌کنند. این موضوع می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد، مثلاً محصول رقیب بسیار گران، بسیار ارزان یا شاید پیچیده است. به هر حال برای علاقه‌مندان به اندازه کافی جذاب نیست. این نوع افراد شاید حاضر باشند، محصولات شما را خریداری کنند.

شاید بتوانید با رقیبان مذاکره کرده و آنان را متقاعد سازید که با معرفی افرادی که از آنان خرید نمی‌کنند، می‌توانند سود ببرند. شما باید بتوانید با مهارت تمام، طرح مشارکتی را تنظیم کنید که سود و منافع طرفین در نظر گرفته شده و برای رقیب توجیه‌پذیر باشد.

## مذاکره با شرکت‌هایی که اصلاً با کار شما ارتباطی ندارند

فروشنندگان فراوانی وجود دارند که زمینه کاری آن‌ها از زمینه فعالیت شما کاملاً متفاوت است؛ اما یک وجه مشترک دارید، مشتریان آن‌ها طوری هستند که می‌توانند مشتریان شما شوند.

## مثالی از شرکای انتفاعی احتمالی

فرض کنید کار شما فروش آیفون تصویری است. بهترین مشتریان شما می‌توانند سازندگان ساختمان‌ها و مجتمع‌های تجاری باشند. سازندگان ساختمان، خود مشتری چه کسانی هستند؟ فروشنندگان مصالح ساختمانی، لوازم لوله‌کشی، سیستم‌های تهویه، در و پنجره، سرامیک و ... آیا فکر می‌کردید که یک فروشنده سرامیک می‌تواند شریک انتفاعی خوبی برای فروشنده آیفون تصویری باشد؟

آیا قبلاً چنین تصویری از مشارکت داشتید؟ می‌بینید که فرصت‌های فراوانی برای همکاری وجود دارد و باید با دید وسیع‌تری به موضوع مشارکت انتفاعی بنگرید.

## یافتن افراد مناسب برای مشارکت انتفاعی

انواع کسب‌وکارهایی که می‌توانید با آن‌ها مشارکت داشته باشید، عبارتند از: تولیدکنندگان، ارائه‌دهندگان خدمات، فروشندگان مغازه‌ها، آموزشگاه‌ها، نشریات و روزنامه‌ها، سازمان‌ها، دارندگان وبسایت و ...

برای این اطلاعات می‌توانید از جست‌وجو در اینترنت، بررسی کتاب راهنمای مشاغل و مشاهده آگهی روزنامه‌ها استفاده کنید. همچنین شرکت در سمینارها و نمایشگاه‌های مختلف می‌تواند در پیدا کردن شرکای جدید کمک کند. راه دیگر یافتن شرکای مناسب، مشورت با کارمندان، فروشندگان و خریداران است. پس از مدتی خواهید دید که تا به حال چه فرصت‌های بزرگی را برای همکاری با دیگران و افزایش فروش نادیده گرفته بودید.

## برقراری تماس برای همکاری انتفاعی

پس از تهیه فهرست افراد و شرکت‌های مناسب برای همکاری، نوبت به برقراری تماس با آنان می‌رسد. این کار شاید بسیار دشوار به نظر برسد؛ اما فراموش نکنید که پیشنهاد شما همواره به‌گونه‌ای است که طرف مقابل نیز سود می‌برد. بنابراین هنگام تماس کاملاً باانگیزه صحبت کنید. به آنان نشان دهید که چگونه از همکاری با شما سود خواهند برد.

قبل از شروع برقراری تماس‌های تلفنی، متن کوتاه و مناسبی تهیه کنید. تمامی سؤالات احتمالی را در نظر گرفته و جواب‌های مناسب و قانع‌کننده‌ای برای آن‌ها بیابید. خود را کاملاً آماده کنید. شاید تحت فشار و استرس نتوانید جواب‌های خوبی ارائه دهید. پس قبل از شروع تماس‌ها و در آرامش تکلیف خود را به خوبی انجام داده و سپس کار را شروع کنید. هنگام تماس سعی کنید به طور مستقیم با شخص تصمیم‌گیرنده صحبت کنید که معمولاً همان صاحب کسب‌وکار است.

## ایجاد پیشنهاد فروش مورد تایید شریک

مهم‌ترین جنبه مشارکت برای شما، علاوه بر کسب سود آن است که مورد تایید یک شرکت دیگر قرار می‌گیرید. این جنبه ارزش بسیار زیادی برای شما دارد. یک شرکت با صرف تلاش فراوان توانسته است اعتماد مشتریان خود را به دست آورد. شاید شما به راحتی نتوانید به مشتریان آن شرکت محصولی بفروشید؛ ولی آن شرکت با استفاده از اعتبار خود محصولات شما را معرفی می‌کند.

در بازاریابی همواره توصیه یک شخص دیگر، از قدرت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. اگر از شخصی خرید می‌کنید و آن شخص شرکت دیگری را معرفی کند، به احتمال زیاد شما به توصیه آن شخص عمل خواهید کرد؛ زیرا به او اعتماد دارید.

## تهیه پیشنهاد مورد تایید شریک

شما می‌توانید به روش‌های متعددی، از قبیل ایمیل، نامه، تماس تلفنی و ... پیشنهادهای خود را ارائه دهید؛ اما همواره به یاد داشته باشید که در مرحله اول این محتوای پیشنهاد شما است که موفقیت در فروش را تضمین می‌کند.

اگر شریک شما موافقت می‌کند که نامه‌ای برای مشتریان بفرستد تا محصولات یا خدمات شما معرفی شوند، بهترین گزینه آن است که خودتان نوشتن این نامه را به عهده بگیرید.

## ارسال از طریق پست

نامه تاییدشده از طرف شریک را با بروشور کاملی از محصولات خود همراه کنید. در بروشور مزایای محصولات و همچنین قیمت آن‌ها را قید کنید. همچنین متنی تهیه کرده و در آن توضیح دهید که چرا شما توصیه شده‌اید و مشتری با خرید از شما

چگونه راضی و خوشحال خواهد بود.

در بروشور، نظرات متعددی از مشتریان راضی که از همکاری با شما لذت می‌برند و مزایای محصولات و خدمات شما را به دیگران توصیه می‌کنند، قرار دهید. حال تمامی این اطلاعات را از طریق پست به آدرس مشتریان شریک خود ارسال کنید.

## ارسال از طریق ایمیل

آسان‌ترین و سریع‌ترین راه فروش به مشتریان شریک، بازاریابی از طریق ایمیل است. این روش به ظاهر ساده تاثیر عمیقی بر بازاریابی نوین گذارده و سالانه میلیون‌ها نفر از طریق تبلیغات ایمیلی، با محصولات آشنا شده و آن‌ها را خریداری می‌کنند.

البته بسیاری از مدیران برداشت اشتباهی از بازاریابی با ایمیل دارند. بازاریابی با ایمیل، ارسال پیام تبلیغاتی به انبوهی از افراد که ما را نمی‌شناسند نیست. این نوع ایمیل‌ها هرزنامه نامیده می‌شوند و معمولاً ذهنیت نامناسبی نسبت به کسب و کارمان ایجاد می‌کنند.

اگر از روش ایمیل مارکتینگ استفاده می‌کنید بهتر است به جای نوشتن متن طولانی و کامل، مشتریان را به دریافت اطلاعات بیشتر دعوت کنید. سپس اطلاعات اصلی را در وبسایت خود قرار دهید. با ایجاد امکان پرداخت آنلاین از طریق کارت‌های بانکی، مشتریان خواهند توانست در هر ساعت از شبانه‌روز خرید خود را تکمیل کرده و منتظر دریافت محصول باشند. اگر وبسایت ندارید از آنان بخواهید تا با شما تماس بگیرند تا اطلاعات کامل از طریق ایمیل دیگر یا به صورت پستی در اختیارشان قرار گیرد.

## تبلیغ یک صفحه‌ای برای گذاشتن در جعبه ارسال سفارش

یکی از آسان‌ترین و کم‌هزینه‌ترین روش‌ها برای رساندن پیام تبلیغاتی به مشتریان

شریک، ساخت تبلیغ کوچک یک صفحه‌ای است. اندازه آن می‌تواند حدود چهار برابر یک کارت ویزیت یا کمی بزرگ‌تر باشد. مزیت این نوع تبلیغ آن است که شریک شما می‌تواند به راحتی همراه تحویل سفارش‌های خود یک یا چند برگ از تبلیغ شما را هم در جعبه ارسال سفارش قرار دهد.

در این تبلیغ به طور مختصر به ارائه یک پیشنهاد فروش ویژه بپردازید و شماره تلفن و اطلاعات تماس را روی آن بنویسید. حتی می‌توانید یادداشتی از طرف شریک تهیه کنید که به مشتری توصیه می‌کند که فرصت خرید از شما را از دست ندهد.