सवाल ही जवाब हैं

नेटवर्क मार्केटिंग में हाँ तक कैसे पहुँचें

एलन पीज़

Hindi translation of QUESTIONS ARE THE ANSWERS

Scanned by CamScanner

प्रस्तावना

Scanned by CamScanner

ल्यूक और मिया

ल्यूक एक बिल्डर था। वह चाहता था कि उसका बिज़नेस सफल हो जाए। उसने ठान लिया था कि वह अमीर बनकर दिखाएगा। उसकी पत्नी मिया अकाउंटेंट थी और उसकी कंपनी के ग्राहक उसे पसंद करते थे। एक दिन उनके पड़ोसी मार्टिन ने उन्हें अपने घर पर आयोजित एक बैठक में बुलाया। बैठक में उन्हें एक व्यावसायिक अवसर के बारे में जानकारी दी जाने वाली थी। मार्टिन ने हालाँकि उन्हें विस्तार से कुछ नहीं बताया था पर चूँकि बैठक कुछ ही दूरी पर होने वाली थी और वे लोग मार्टिन को पसंद करते थे इसलिए उन्होंने वहाँ जाने का फ़ैसला किया। इसके अलावा उनके जाने के पीछे यह कारण भी था कि इसी बहाने कई नए पड़ोसियों से भी मुलाक़ात हो जाएगी।

जैसे-जैसे बैठक की कार्यवाही आगे बढ़ी, ल्यूक और मिया के आश्चर्य का पारा भी चढ़ता गया। उन्हें अपनी आँखों और कानों पर विश्वास ही नहीं हो रहा था। उन्हें एक नेटवर्क मार्केटिंग योजना के बारे में बताया जा रहा था जिसे अपनाने से उन्हें आर्थिक स्वतंत्रता मिलना तो तय था, साथ ही वे बेहद अमीर भी बन सकते थे। वे कुछ समय तक दिन-रात इसी योजना के बारे में बातें करते रहे। उन्होंने जल्द ही शुरुआत करने का फ़ैसला किया क्योंकि उनकी सोच यह थी, "निश्चित ही, जिसने भी हमारी तरह यह योजना समझी है, वह हर व्यक्ति इसमें शामिल होना चाहेगा।"

परंतु यह उतना आसान नहीं था जितना उन्होंने सोचा था। हर व्यक्ति योजना के बारे में उनके जितना उत्साहित नहीं था। कुछ लोग तो योजना के बारे में जानकारी लेने के लिए आयोजित बैठकों में भाग लेने के लिए आए ही नहीं। यहाँ तक कि उनके कई क़रीबी दोस्तों ने भी उन्हें अपॉइंटमेंट देने से इंकार कर दिया। इसके बावजूद, वे धीरे-धीरे एक सफल व्यवसाय बनाने में कामयाब हुए। लेकिन यह सब उतनी तेज़ी से नहीं हुआ, जितनी उन्हें उम्मीद थी।

ल्यूक ने मिया से कहा, 'अभी तो हम लोगों को अपनी योजना में शामिल करने के लिए लगातार प्रेरित कर रहे हैं। कल्पना करो कि हमारी जगह यही लोग हमें यह बता सकते कि वे नेटवर्क मार्केटिंग में

Scanned by CamScanner

क्यों शामिल होना चाहते हैं? काश ऐसा कोई रास्ता होता!'

ऐसा रास्ता है- और यह पुस्तक आपको वही रास्ता दिखाएगी।

नेटवर्क मार्केटिंग में शामिल होते समय अधिकतर लोगों को सबसे बड़ा डर यह होता है कि उन्हें ऊँचाई पर पहुँचने के लिए अधिक सफल सेल्समैन बनना पड़ेगा। हमारा उद्देश्य इसी डर को दूर करना है। इस पुस्तक में एक सरल पद्धति बताई गई है जो आपको वह रास्ता दिखाएगी जिससे आप नए लोगों को अधिक सरलता से शामिल कर सकेंगे। इसमें कोई दाँव-पेंच या छल-कपट नहीं है। इसमें कुछ तकनीकें हैं, कुछ सिद्धांत हैं जो निश्चित रूप से काम करेंगे- बशर्ते कि आप काम करें।

मैंने यह पुस्तक क्यों लिखी?

जब मैं पहली बार 1980 में नेटवर्क मार्केटिंग से परिचित हुआ तो मैं आश्चर्यचकित था कि इसमें सफल होने की कितनी संभावनाएँ और कितने अवसर थे जो सरल थे, क़ानूनी थे, नैतिक थे, आनंददायी और अमीर बनाने वाले थे। और यह कोई 'फटाफट अमीर बनने की स्कीम' नहीं थी- यह तो 'अमीर बनने की एक पद्धति' थी।

इससे दस साल पहले मैं सूचना संप्रेषण और विक्रय तकनीकों के संबंध में विकास और शोध करने में जुटा हुआ था जिनके द्वारा किसी भी बड़ी कंपनी की आमदनी को कई गुना बढ़ाया जा सकता था और लोग लखपति बन सकते थे। मैंने सोचा, 'वाह! यदि मैं इन अत्यधिक सफल तकनीकों का प्रयोग नेटवर्क मार्केटिंग में कर सकूँ तो आशातीत परिणाम प्राप्त होंगे।'

यह पुस्तक नेटवर्क मार्केटिंग में उन तकनीकों को अपनाने, संशोधित करने, परीक्षित करने और प्रयुक्त करने का परिणाम है। आप पाएँगे कि इन तकनीकों को सीखना बहुत सरल है और इन्हें अपनाकर आप सफलता की उस राह पर सरलता से चल सकते हैं जिस पर आज आप ही की तरह हज़ारों लोग चल रहे हैं।

Scanned by CamScanner

और इसके बारे में ख़ास बात यह है कि आपने आज तक जो भी सीखा है उसमें ज़रा भी बदलाव लाने की आवश्यकता नहीं है। लगभग दो घंटे तक पढ़ने और निष्ठापूर्वक अभ्यास करने से आप अपने बिज़नेस को इतना बढ़ा सकते हैं कि आप ख़ुद ही हैरान हो जाएँगे।

वादा

इस पद्धति के साथ मेरी ओर से वादा भी है जो आप इस पुस्तक में पाएँगे।

> अगर आप इस तकनीक को दिल में उतार लें और पहले 14 दिनों तक एक भी शब्द न बदलें तो मैं वादा करता हूँ कि आपको कल्पनातीत परिणाम प्राप्त होंगे।

यह बहुत बड़ा, पक्का वादा है, है ना! पर आप यह न भूलें कि यह हम दोनों के बीच हुआ समझौता है- मैं आपसे बदले में यह वचन लेना चाहता हूँ कि आप अभ्यास करेंगे, अभ्यास करेंगे, अभ्यास करेंगे जब तक आप इन शब्दों को नींद में न दोहराने लगें। अगर, मगर, हो सकता है- इस तरह के बहानों को छोड़ दें और इस तकनीक को पूरी ईमानदारी और लगन से आत्मसात करने में जुट जाएँ। इस तरीक़े से यह तकनीक स्थाई रूप से आपकी हो जाएगी। मैं कई व्यावसायिक कंपनियों में सलाहकार या भागीदार रह चुका हूँ और यह तकनीक अपनाकर उन्होंने लाखों-करोड़ों डॉलर कमाए हैं, हज़ारों नए सदस्यों को अपनी कंपनी से जोड़ा है और अपनी आमदनी को 20 प्रतिशत, 50 प्रतिशत, 100 प्रतिशत, 500 प्रतिशत और 1,000 प्रतिशत तक बढ़ाया है। यह अतिशयोक्तिपूर्ण दावा नहीं है। जो भी आप यहाँ सीखेंगे, वह आपकी ज़िंदगी बदलकर रख देगा पर इसके लिए आपको इस पद्धति को पूरी तरह से अपनाना होगा। अगर आप सहमत हों तो ज़ोर से और अभी 'हाँ' कहें।

अगर आपने ज़ोर से 'हाँ' नहीं कहा तो इस अध्याय को फिर से पढ़ना शुरू करें।

Scanned by CamScanner

टिप्पणी : पुस्तक में जहाँ भी पुरुषवाचक शब्दों का प्रयोग किया गया है वह पुरुषों व महिलाओं दोनों के लिए हैं। अगर लिंग-भिन्नता के अनुसार व्यवहार बदलते हैं तो इसका पृथक उल्लेख किया जाएगा।

आपकी प्रस्तुति दमदार कैसे बन सकती है?

किस तरह से मिलने का समय लिया जाए और किस तरह से अपनी व्यावसायिक योजना प्रस्तुत की जाए- इन विषयों पर कई अच्छी पुस्तकें और टेप उपलब्ध हैं इसलिए इस पुस्तक में इन विषयों पर अधिक विस्तार से नहीं लिखा गया है। यह पुस्तक आपको बताएगी कि आपको क्या करना है, क्या कहना है और किस तरह से कहना है ताकि आमने-सामने की चर्चा में *हाँ* सुनने के आपको अधिक अवसर मिल सकें।

यहाँ दी गई जानकारी का उद्देश्य यह है कि आपकी प्रस्तुति दमदार बनाई जाए और आपके वर्तमान ज्ञान में बिना किसी परिवर्तन के ऐसा किया जाए। इसी कारण इस पुस्तक में सबसे अधिक ज़ोर दूसरी कुंजी *सही बटन खोजें* पर दिया गया है।

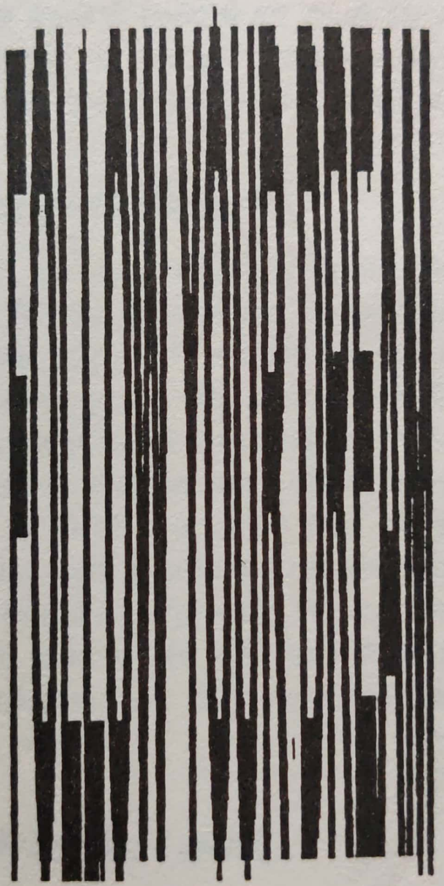
काम आने वाली तकनीकों को न बदलें- उन्हें दमदार बनाएँ।

– एलन पीज़

Scanned by CamScanner

खंड एक

पहला क़दम



Scanned by CamScanner

जीवन की अधिकतर वस्तुओं की तरह बहुत से लोग इस खंड के आरंभ में दिए गए चित्र को देखकर इसका स्पष्ट अर्थ समझ पाते हैं। अप्रशिक्षित आँख के लिए यह असंबद्ध रेखाओं की सिर्फ़ एक शृंखला है जिसका कोई अर्थ नहीं निकलता। पर जब आप रेखाओं या लाइनों के बीच में पढ़ने की कला सीख लेंगे तो आप महसूस करेंगे कि आपको इसका अर्थ जानने के लिए अपने दृष्टिकोण को थोड़ा सा बदलना पड़ेगा। और इस पुस्तक के माध्यम से हम आपको यही करना सिखाना चाहते हैं। (इस पृष्ठ को थोड़ा सा झुकाकर न्यून कोण बनाएँ और अपने से थोड़ा दूर रखकर एक आँख बंद करके इसे ध्यान से देखें।)

सफलता के पाँच स्वर्णिम नियम

ग्यारह साल की कम उम्र में मुझे मेरा पहला काम सौंपा गया। मेरे स्काउट ट्रूप के लिए एक हॉल बनने वाला था। इसके लिए पैसे जुटाने के उद्‌देश्य से मुझे घरेलू काम में आने वाले स्पंज बेचने का काम दिया गया। स्काउट मास्टर एक वृद्ध और समझदार व्यक्ति थे और उन्होंने मुझे एक रहस्य बताया जिसे मैं परिणाम का नियम कहना चाहूँगा। मैं इस नियम के अनुसार जीवन भर चला हूँ और मैं यह निश्चित रूप से कह सकता हूँ कि जो भी इसका अभ्यास करेगा और इसके अनुसार चलेगा वह अंततः अवश्य ही सफल होगा। मैं आपको यह नियम उसी तरह बताऊँगा जिस तरह यह मुझे बताया गया था, 'सफलता एक खेल है- आप जितनी अधिक बार इसे खेलेंगे उतनी ही अधिक बार जीतेंगे और जितनी अधिक बार आप जीतेंगे, उतनी ही अधिक सफलता से आप इसे खेल सकेंगे।'

इस नियम को नेटवर्किंग में अपनाएँ

अगर आप ज़्यादा लोगों को अपनी योजना में शामिल होने का आमंत्रण देंगे तो ज़्यादा लोग आपके साथ शामिल होंगे। जितनी अधिक बार आप उन्हें शामिल होने का आमंत्रण देंगे, आप आमंत्रण देने की अपनी कला को उतना ही निखारते जाएँगे और पहले से बेहतर बनाते

Scanned by CamScanner

जाएँगे। दूसरे शब्दों में, आपको अधिक से अधिक लोगों को अपने साथ जुड़ने का आमंत्रण देना है।

नियम 1 : ज़्यादा लोगों से मिलें

यह सबसे महत्वपूर्ण नियम है। जिसके पास भी सुनने की फ़ुरसत हो, उससे बातें करना शुरू कर दें। इस मामले में घमंडी या बहानेबाज़ न बनें जो अच्छे संभावित ग्राहकों को छाँटकर नकारने का प्रयास करता हो। अगर संभावित ग्राहकों की सूची पर नज़र दौड़ाते वक़्त आप यह सोचने लगें ...ये ज़्यादा उम्र वाले हैं, ...ये ज़्यादा युवा हैं, ...ये ज़्यादा अमीर हैं, ...ये ज़्यादा ग़रीब हैं, ...ये ज़्यादा दूर रहते हैं, ...ये ज़्यादा स्मार्ट हैं आदि-आदि, तो समझ लें कि आप असफलता के मार्ग पर जा रहे हैं। अपने बिज़नेस को जमाने के शुरुआती दौर में आपको हर एक से बात करने की ज़रूरत है क्योंकि आपको अभ्यास की ज़रूरत है। जब आप अपने व्यवसाय के बारे में हर एक से बात करते हैं, तो औसत का नियम यह सुनिश्चित करता है कि आप सफल होंगे, सवाल सिर्फ़ यह रह जाता है कि आप कितने सफल होंगे। आपके बिज़नेस में ऐसी कोई समस्या नहीं है, जो आपकी गतिविधि या सक्रियता में वृद्धि से न सुलझ सके। अगर आप अपनी ज़िंदगी की दिशा के बारे में चिंतित हों, तो बस, आप अपनी प्रस्तुतियों की संख्या को दोगुना कर दें। अगर आपका व्यवसाय उतनी तेज़ी से नहीं बढ़ रहा है जितना आप चाहते हैं तो आप कुछ न करें, सिर्फ़ अपनी सक्रियता बढ़ा दें। बढ़ी हुई सक्रियता आपकी अधिकतर चिंताओं का अचूक इलाज है। हर किसी से बात करें। यह पहला नियम है।

नियम 2 : ज़्यादा लोगों से मिलें

लोगों को फ़ोन करते रहें। हो सकता है कि आप शहर के सबसे बढ़िया प्रस्तुतकर्ता हों पर अगर आप पर्याप्त संभावित ग्राहकों से नहीं मिलते हैं तो आप अपने बिज़नेस में ज़्यादा सफल नहीं हो सकते। हो सकता है कि आपकी वेशभूषा बढ़िया हो और आपका व्यक्तित्व सराहनीय हो

Scanned by CamScanner

लेकिन अगर आपकी प्रस्तुतियों की संख्या ज़्यादा नहीं है तो आपका प्रदर्शन सामान्य ही रहेगा। इसलिए हर एक से मिलें, हर एक से बात करें।

नियम 3 : ज़्यादा लोगों से मिलें

नेटवर्क में मौजूद अधिकतर लोग इस बिज़नेस में केवल ढर्रे पर ही चलते रहते हैं और अपनी पूरी क्षमता का दोहन नहीं कर पाते। वे सोचते हैं कि ऐसा उन संभावित ग्राहकों के कारण होता है जिन्हें वे राज़ी नहीं कर पाते। पर यह सच नहीं है- सच तो यह है कि ऐसा उन संभावित ग्राहकों के कारण होता है जिनसे वे मिल नहीं पाते।

आप लगातार लोगों से मिलकर अपनी बात करते रहें। अगर आप इन पहले तीन नियमों के अनुसार चलेंगे तो इसमें ज़रा भी संदेह नहीं है कि आप आशातीत सफलता प्राप्त कर लेंगे।

नियम 4 : औसत के नियम का प्रयोग करें

औसत का नियम जीवन के हर क्षेत्र में सफलता दिलाता है। इसका मतलब है कि अगर आप किसी काम को बार-बार एक ही ढंग से करते हैं और परिस्थितियाँ समान रहती हैं तो आपको मिलने वाले परिणाम भी हमेशा एक से ही होंगे।

उदाहरण के तौर पर, एक डॉलर की पोकर मशीन का औसत भुगतान लगभग 10:1 होता है। अगर आप दस बार बटन दबाते हैं तो आप कुल मिलाकर 60 सेंट से लेकर 20 डॉलर के बीच की रक़म जीतते हैं। 20 डॉलर की जीत के आपके अवसर 118:1 हैं। इसमें किसी दक्षता या कुशलता की ज़रूरत नहीं है। मशीनों को तैयार ही इस तरह से किया गया है कि वे औसत या प्रतिशत के हिसाब से भुगतान करें।

बीमा व्यवसाय में मैंने 1:56 के औसत की खोज की। इसका मतलब था कि अगर मैं सड़कों पर जाकर यह नकारात्मक सवाल पूछूँ,

'क्या आप अपने जीवन का बीमा नहीं कराना चाहते?'– तो 56 में से एक व्यक्ति मुझसे बीमा कराने के लिए तैयार हो जाएगा। इसका अर्थ यह है कि अगर मैं एक दिन में 168 बार यही सवाल करूँ तो मैं दिन में तीन बार सफल हो सकता हूँ और विक्रयकर्ताओं की चोटी के 5 प्रतिशत लोगों में जगह बना सकता हूँ।

अगर मैं किसी सड़क के कोने पर खड़ा होकर हर आने-जाने वाले से यह कहूँ, 'क्या आप नेटवर्किंग बिज़नेस में मेरे साथ शामिल होना चाहेंगे?' तो औसत का नियम निश्चित रूप से आपको परिणाम देगा। शायद 1:100 का जवाब 'हाँ' होगा। याद रखें, औसत का नियम हमेशा काम करता है।

जब मैं छोटा बच्चा था और घर-घर जाकर 20 सेंट में घरेलू स्पंज बेचता था तो मेरा औसत था :

10 : 7 : 4 : 2

मैं शाम 4 बजे से 6 बजे तक जिन 10 दरवाज़ों को खटखटाता था उनमें से 7 दरवाज़े ही खुलते थे। उनमें से भी केवल चार लोग ही मेरी प्रस्तुति सुनते थे और मात्र दो लोग ही स्पंज ख़रीदते थे। इस तरह से मैं 40 सेंट कमा लेता था जो 1962 में अच्छी-ख़ासी रक़म थी- ख़ासकर एक ग्यारह वर्षीय लड़के के लिए। मैं एक घंटे में आराम से 30 दरवाज़ों को खटखटा सकता था और इस तरह दो घंटे की अवधि में मैं 12 स्पंज बेच लेता था जो 2.40 डॉलर के बराबर रक़म थी। चूँकि मैं जान चुका था कि औसत का नियम किस तरह काम करता है इसलिए मुझे उन तीन दरवाज़ों की चिंता कभी नहीं हुई जो नहीं खुले, न ही उन तीन लोगों के बारे में चिंता हुई जिन्होंने मेरी बात नहीं सुनी, न ही उन दो लोगों के बारे में चिंता हुई जिन्होंने मेरा सामान नहीं ख़रीदा। मैं तो बस इतना जानता था कि अगर मैं दस दरवाज़ों पर दस्तक दूँगा तो मैं 40 सेंट कमा लूँगा। इसका मतलब यह था कि हर बार जब मैं दरवाज़े पर दस्तक दूँगा तो मैं 4 सेंट कमाऊँगा इसके बाद चाहे जो भी हो।

Scanned by CamScanner

औसत का यह नियम मेरे लिए एक प्रभावशाली और प्रेरणादायक शक्ति था- दस दरवाज़ों पर दस्तक दो और 40 सेंट कमाओ। सफलता सिर्फ़ इस बात में छुपी हुई थी कि मैं कितनी जल्दी इन दरवाज़ों पर दस्तक दे सकता हूँ।

अपने अनुपात का रिकॉर्ड रखें

औसत का रिकॉर्ड रखना और अपनी बिक्री के आंकड़ों का रिकॉर्ड रखना एक शक्तिदायक प्रेरणास्रोत था। जल्द ही मैंने इस बात की परवाह छोड़ दी कि मेरे दरवाज़ा खटखटाने पर किसने दरवाज़ा नहीं खोला, किसने मुझे देखने के बाद मेरी बात को नहीं सुना या किसने मेरी बात सुनने के बाद मेरा सामान नहीं ख़रीदा। जब तक मैं बहुत सारे दरवाज़े खटखटाता था और अपनी बात कहने का प्रयास करता था, मैं सफल था। इस तरह से मैं आश्वस्त रह सकता था और दरवाज़ों पर दस्तक देने में मुझे आनंद आने लगा।

औसत और आंकड़ों का रिकॉर्ड रखने से आप सकारात्मक बनते हैं और अपने लक्ष्य तक पहुँच सकते हैं।

यह न केवल आपकी प्रेरणा का सतत स्रोत है बल्कि नकारे जाने को सहजता से लेने की कुंजी भी है। जब आप अपने औसत पर ध्यान रखते हैं तो आपको बाक़ी बातों की ख़ास चिंता नहीं होती। तब आप, जितनी जल्दी संभव हो, अगली मुलाक़ात करने के लिए प्रेरित होते हैं। औसत के नियम को समझे बिना आप केवल इतना ही सोच सकेंगे कि आगे क्या होगा। अगर कोई 'ना' कह देगा तो आप निराश हो सकते हैं। अगर कोई दरवाज़ा नहीं खुलेगा तो आप उदास भी हो सकते हैं। पर अगर आप औसत के नियम को समझ लेते हैं और उसे स्वीकार कर लेते हैं, तो ऐसा नहीं होता। आप अपनी मुलाक़ातों/प्रस्तुतियों/नए सदस्यों के आंकड़ों को सामने रखते हुए औसत के अपने आंकड़े ख़ुद विकसित कर सकते हैं।

9 डॉलर की पोकर मशीन

जब मैं किशोरावस्था में था, तो मेरे पास एक सायंकालीन कार्य था। मैं बर्तन, चादर और कंबल बेचा करता था। तब मेरा अनुपात था :

5 : 3 : 2 : 1

मैं पाँच संभावित लोगों को फ़ोन लगाता था। उनमें से तीन मुझे मिलने का समय देते थे। उनमें से भी केवल दो के सामने मुझे अपनी बात कहने का अवसर मिलता था क्योंकि तीसरा व्यक्ति या तो अपॉइंटमेंट कैंसल कर देता था या सुनता ही नहीं था या ऐसी कोई आपत्ति उठा देता था जिसे दूर करना मेरे बस में नहीं होता था। इस तरह केवल दो ही लोग मेरी पूरी बात सुनते थे और उन दो में से एक मेरा सामान ख़रीद लेता था और इस तरह मैं 45 डॉलर कमा लेता था। इस तरह मैं जिन पाँच लोगों को फ़ोन करता था, उनसे मुझे अंततः 45 डॉलर का कमीशन मिल जाता था, जो एक तरह से 9 डॉलर प्रति फ़ोन था। इसका मतलब यह था कि फ़ोन पर हुई हर 'हाँ' का अर्थ 15 डॉलर था चाहे वे मेरा सामान ख़रीदें या न ख़रीदें, चाहे वे मुझसे मिलें या न मिलें। और इस बात से भी कोई फ़र्क़ नहीं पड़ता था कि वे मुझसे क्या कहते थे। वाह! यह कल्पना से परे था।

मैंने एक बड़ी सी तख्ती बनाई जिस पर $9 लिखकर मैंने उसे अपने टेलीफ़ोन के पास रख लिया। हर उस व्यक्ति से, जो मेरे फ़ोन का जवाब देता था, मुझे 9 डॉलर मिलते थे। हर उस व्यक्ति से जो मुझसे मिलने के लिए 'हाँ' कहता था, मुझे 15 डॉलर मिलते थे। इसका अर्थ यह था कि मैं अपनी तक़दीर ख़ुद बना रहा था। ऐसे बहुत से सेल्समैन थे जिन्हें अगर संभावित ग्राहक 'ना' कह देता था तो वे निराश हो जाते थे। पर मैं उनमें से नहीं था। इसलिए मैं जल्दी ही अपनी कंपनी का नंबर वन सेल्समैन बन गया।

5:3:2:1 के मेरे औसत का आर्थिक अनुवाद :

फ़ोन कॉल	$ 9.00
अपॉइंटमेंट	$ 15.00
प्रस्तुति	$ 22.50
बिक्री	$ 45.00

मैंने उन लोगों की खोज कभी नहीं की, जो मुझसे सामान ख़रीदें। मेरा प्रमुख लक्ष्य तो केवल संभावित ग्राहकों को फ़ोन करते रहना था। यही सफलता की कुंजी है। नए वितरकों की खोज में न जाएँ, बल्कि उन संभावित ग्राहकों को खोजें जो आपकी प्रस्तुति को सुनना चाहें। औसत का नियम आपके लिए बाक़ी का काम करेगा।

बड़ी सफलता कैसे पाएँ?

बीस साल की उम्र में मैं सेल्समैन के रूप में बीमा कंपनी व्यवसाय में आया। 21 साल की उम्र में मैं सबसे कम उम्र का व्यक्ति था जिसने अपने पहले साल में ही दस लाख डॉलर से ज़्यादा का बीमा बेचा था और जिसे मिलियन डॉलर राउंड टेबल में शामिल किया गया था। मेरा औसत था :

10:5:4:3:1

मेरे फ़ोन का जवाब देने वाले हर 10 संभावित व्यक्तियों में से 5 मिलने के लिए तैयार हो जाते थे। उनमें से एक मिलना कैंसल कर देता था और मैं सिर्फ़ चार से ही मिल पाता था। उन चार में से केवल तीन लोग ही पूरी तरह से मेरी प्रस्तुति सुनते थे और उनमें से भी एक ही मेरा सामान ख़रीदता था और इस तरह मैं 300 डॉलर कमा लेता था। मेरा पूरा ध्यान इस बात पर रहता था कि पाँच लोग मुझसे मिलने के लिए 'हाँ' कह दें। मेरा ध्यान उन संभावित ग्राहकों पर केंद्रित नहीं था जो मुलाक़ात के लिए आए ही नहीं या जिन्होंने मेरी प्रस्तुति सुनी ही नहीं या उन दो लोगों पर जिन्होंने मुझसे कुछ ख़रीदा ही नहीं। ये

घटनाएँ तो ख़रीदार को ढूँढ़ने का केवल एक ज़रूरी हिस्सा थीं। वास्तव में, अगर कोई संभावित ग्राहक मिलने के लिए नहीं आता था तो मुझे ख़ास बुरा नहीं लगता था क्योंकि मेरी योजना के अनुसार मैं यह पहले ही मान चुका था कि एक व्यक्ति मिलने के लिए नहीं आएगा। जब भी ऐसा होता था तो भी मैं प्रति व्यक्ति 60 डॉलर तो कमा ही लेता था।

> आप अंकों के व्यवसाय में हैं।

मैं जानता था कि अगर 10 लोग फ़ोन का जवाब देते हैं, तो उनमें से 5 मुझसे मिलने के लिए तैयार हो जाएँगे और अंततः मुझे 300 डॉलर का कमीशन मिलेगा। इस तरह हर उस संभावित ग्राहक से जो मेरे फ़ोन का जवाब देता था मुझे 300 डॉलर मिलते थे।

10:5:4:3:1 के मेरे औसत का आर्थिक अनुवाद :

फ़ोन कॉल	**$ 30**
अपॉइंटमेंट	**$ 60**
प्रस्तुति	**$ 75**
पूर्ण प्रस्तुति	**$ 100**
बिक्री	**$ 300**

21 साल की उम्र में मेरे पास स्वयं का घर था, नए मॉडल की मर्सिडीज़-बेंज़ कार थी और मैं बड़ी शान से रहता था। सवाल केवल इतना था कि मैं फ़ोन पर किस तरह पाँच लोगों से अपॉइंटमेंट के लिए 'हाँ' करवाता हूँ।

नियम 5 : अपना औसत सुधारें

बीमा व्यवसाय में मैं जानता था कि हर बार जब मैं फ़ोन घुमाता था और किसी से बात करता था- मुझे तीस डॉलर मिलेंगे। फिर भी दस टेलीफ़ोन कॉल के बदले पाँच अपॉइंटमेंट का मेरा अनुपात मेरी राय में ख़ास अच्छा नहीं था क्योंकि इसका मतलब था कि मैं अपने बहुत सारे

Scanned by CamScanner

संभावित ग्राहकों को गँवा रहा था। मुझे ज़रूरत थी अपॉइंटमेंट हासिल करने की एक ऐसी पद्धति की जो हर 10 कॉल में मुझे कम से कम 8 अपॉइंटमेंट दिला सके। इसका मतलब था कि मुझे संभावित ग्राहकों की तलाश में उतनी कड़ी मेहनत नहीं करनी पड़ेगी क्योंकि मैंने उन्हें फ़ोन पर इतनी जल्दी-जल्दी नहीं गँवा दिया है। मुलाक़ात-से-प्रस्तुति के मेरे 5:4 के अनुपात का यह मतलब निकलता था कि मेरे संभावित ख़रीदारों में से 20 प्रतिशत मुझसे नहीं मिल रहे हैं। मैं इस कमी को ज़्यादा अच्छे संभावित ग्राहकों को फ़ोन करके दूर कर सकता था। इसी तरह प्रस्तुति-से-पूर्ण-प्रस्तुति के मेरे औसत 3:1 में भी सुधार की गुंजाइश थी। परंतु मैं फिर भी जानता था कि अगर मैंने कुछ भी नहीं बदला तो भी मैं हर बार फ़ोन घुमाने पर 30 डॉलर कमा ही लूँगा।

औसत का नियम आपके लिए हमेशा काम करेगा।

अनुपात का ध्यान रखने से आप पूरे सचेत रहते हैं क्योंकि अनुपात आपको बताता है कि आपमें सुधार की गुंजाइश कहाँ है और आप कितने सफल हो सकते हैं। अनुपात आपको उन कार्यों पर ध्यान देने के लिए प्रेरित करता है जिनसे परिणाम मिलते हैं, न कि इस बात पर कि आगे क्या होता है।

नेटवर्किंग व्यवसाय में औसत

मैं नेटवर्क मार्केटर्स को सत्तर के दशक से प्रशिक्षण दे रहा हूँ और मैंने उन लोगों और संगठनों के परिणाम इकट्ठे किए हैं जो सफलता के शिखर पर हैं।

नेटवर्क मार्केटिंग का सामान्य औसत है :

10 : 6 : 3 : 1

अगर दस संभावित ग्राहक आपकी प्रस्तुति को सुनते हैं तो उनमें से 6

इसे लेकर रोमांचित हो जाते हैं और कहते हैं कि वे इस बिज़नेस को शुरू करना चाहते हैं। इनमें से आधे ही वास्तव में बिज़नेस शुरू करते हैं और इन तीन में से केवल एक ही सफल हो पाता है, दूसरा ग़ुमनामी में खो जाता है और तीसरा केवल कंपनी के सामान ख़रीदता रहता है। तो इस तरह दस लोगों में से केवल एक ही व्यक्ति दीर्घकालीन वितरक बन पाता है।

अब बड़े सवाल पर :

बिज़नेस के बारे में 10 लोगों से बात करने में आपको कितना समय लगता है?

इस सवाल का जवाब आपकी विकास दर तय करेगा। जीवन बीमा व्यवसाय में हर एक ने दस लाख का बीमा बेचा है- फ़र्क़ सिर्फ़ इतना है कि कुछ लोगों ने इसमें औरों से अधिक समय लगाया है। कुछ ने 3 से 5 सालों में ऐसा किया और कुछ ने एक साल के भीतर- और यहीं पर पुरस्कार और इनाम का रहस्य छुपा है। मैं लोगों से मिलने के बारे में इतना सुनियोजित था कि मैं हर बारह हफ़्तों में दस लाख का बीमा बेच लेता था। इस तरह यह योजना बनाने की समस्या थी- बेचने की समस्या नहीं थी। नेटवर्क मार्केटिंग में भी ऐसा ही होता है। अगर अधिकतर नेटवर्क मार्केटर्स सफलता की ऊँचाई पर नहीं पहुँच पाते हैं तो ऐसा उन संभावित ग्राहकों के कारण होता है जिनसे वे मिल नहीं पाते। अगर आप तत्काल अपने परिणामों को दोगुना करना चाहते हैं तो उसका सीधा सा जवाब है-

अगले साल के संभावित ग्राहकों से इसी साल मिलें।

अगले साल आप अपने बिज़नेस के सिलसिले में नए संभावित ग्राहकों से मिलेंगे, है ना? तो फिर उनसे थोड़ा जल्दी मिल लें। उनसे इसी साल मिल लें- जाएँ और उनसे अभी मिलें। आपके सामने बेचने

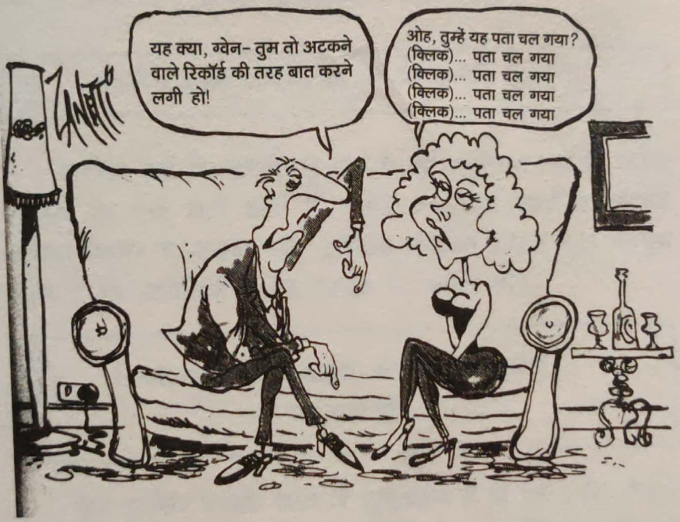
Scanned by CamScanner

की समस्या है ही नहीं। सफलता की कुंजी यह है कि आप ज़्यादा नियोजित और प्रेरित हों ताकि आप जितने ज़्यादा लोगों से मिल सकते हों, मिल लें। हर व्यक्ति से जितनी जल्दी संभव हो मिल लें। नेटवर्किंग में बड़ी सफलता प्राप्त करने की सही कुंजी लोगों को तैयार करना नहीं है बल्कि इतना अधिक सुनियोजित और अनुशासित बनना है कि आप अधिक से अधिक लोगों से मिल सकें- और जल्दी से जल्दी मिल सकें। औसत सुधारना तो केवल सीखने की एक प्रक्रिया है।

Scanned by CamScanner

खंड दो

किस तरह 'हाँ' तक पहुँचें



Scanned by CamScanner

चार कुंजियों की तकनीक

जब आप अपने बिज़नेस के बारे में बात करते हैं तो क्या आपके संभावित ग्राहक आप पर विश्वास करते हैं?

इसका छोटा सा उत्तर है 'नहीं'। वे आपसे आशा करते हैं कि आप सौदा पक्का करने के लिए उन्हें तैयार करने का प्रयास करेंगे। वे इस बात की प्रतीक्षा करते हैं कि आप उन्हें अपना सामान बेचने का प्रयास करेंगे और इसलिए इस बात की संभावना अधिक है कि वे रक्षात्मक मुद्रा में होंगे- भले ही आप उन्हें कितनी ही अच्छी तरह से क्यों न जानते हों। आपके सामने यह समस्या आती है-

> संभावित ग्राहक आपकी हर बात पर आपत्ति उठाएँगे।

इसलिए नहीं कि आपने जो कहा है वह तर्कसंगत नहीं है, बल्कि इसलिए कि ऐसा आप कहते हैं। अगर आप कुछ कहते हैं तो वह आपका विचार है, उनका नहीं, इसलिए संभावित ग्राहक ऐसा महसूस करते हैं कि आपत्तियाँ उठाना जायज़ है। दूसरी ओर-

> आपके संभावित ग्राहक आपको जो बताते हैं
> वह सब सही होता है।

ऐसा इसलिए क्योंकि अगर वे कुछ कहते हैं तो यह उनका विचार है, आपका नहीं। यही विचार को स्वीकार्य बनाता है और वे उसके बारे में आपत्तियाँ उठाने की आवश्यकता महसूस नहीं करते।

जो तकनीक आप खोजने वाले हैं वह आपको इस योग्य बना देगी कि आपके संभावित ग्राहक आपको यह स्वयं बताएँगे कि वे वास्तव में क्या चाहते हैं। आपको केवल उनकी बातें सुननी हैं।

जब आप किसी संभावित ग्राहक से कहते हैं, 'आप एक ऐसी जीवनशैली अपना सकेंगे जो आपको हर मनचाही चीज़ देगी।' तो उसका जवाब हो सकता है, 'पर मैं तो अपनी वर्तमान जीवनशैली से

Scanned by CamScanner

ही खुश हूँ।' हो सकता है कि यह आपत्ति बिल्कुल भी सही न हो। हो सकता है उसने यह आपत्ति केवल इसलिए उठाई हो क्योंकि आपने ऐसा कहा था।

लेकिन अगर आपका संभावित ग्राहक ठीक यही बात आपसे कहता है, तो वह सही होगा। उदाहरण के तौर पर अगर आपका संभावित ग्राहक कहता है, 'मैं चाहता हूँ कि मेरी जीवनशैली में सुधार हो और मुझे जीवन की सारी अच्छी चीज़ें मिलें' तो कोई आपत्ति नहीं उठाई जाएगी क्योंकि उसी ने ऐसा कहा था। यह उसका विचार था, आपका नहीं।

3 जब आप चार कुंजियों की तकनीक का प्रयोग करते हैं तो आपके संभावित ग्राहक आपको बताएँगे कि वे क्या चाहते हैं, जबकि आप केवल उनकी बात सुनेंगे।

लोग आपत्ति क्यों करते हैं?

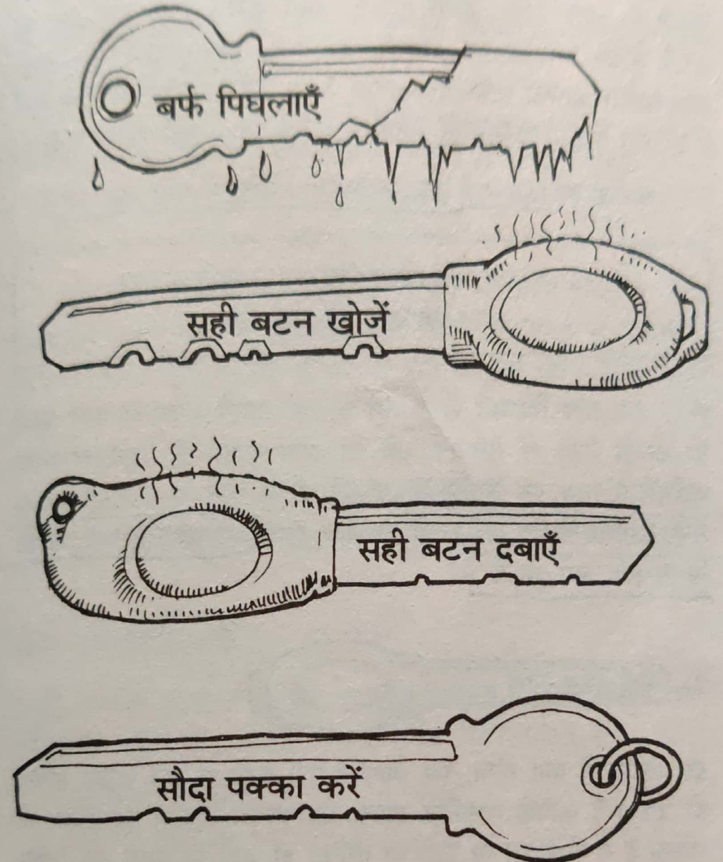
एक बार मैंने एक नेटवर्क कार्यकर्ता से पूछा कि हाल की प्रस्तुति में एक संभावित ग्राहक के साथ मुलाक़ात का क्या परिणाम निकला। उसका जवाब था, 'ख़ास अच्छा नहीं- वह अधिक रुचि नहीं ले रही थी।' मैंने उससे पूछा कि उसका मतलब क्या था और उसने वही बात दोहरा दी, 'मैं ठीक-ठीक तो नहीं जानता- पर उसने ज़रा भी रुचि नहीं ली।'

संभावित ग्राहक कभी नीरस नहीं होते,
केवल प्रस्तुतियाँ नीरस होती हैं।

उसका असली मतलब यह था कि वह, नेटवर्क कार्यकर्ता, रुचि नहीं ले रहा था : वह स्वयं भी नीरस था और उसकी प्रस्तुति भी।

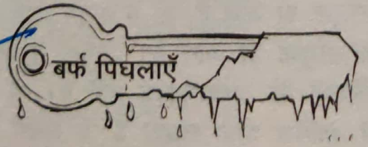
जब आप रुचि लेते हैं तो आपके संभावित ग्राहक भी आपकी बातों में और आपमें रुचि लेते हैं।

नेटवर्क मार्केटिंग के ख़ज़ाने की चार कुंजियाँ



इन चार कुंजियों की सहायता से आप बहुत ही कम समय में ठंडी शुरुआत से गर्म 'हाँ' तक पहुँच सकते हैं।

1.



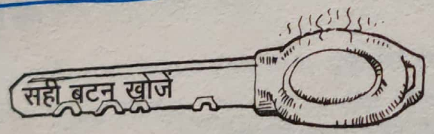
इस शुरुआती कुंजी का उद्देश्य है संभावित ग्राहक के साथ तालमेल बनाना। यहाँ पर आप उन्हें अपने बारे में बताते हैं और उनके बारे में

जानकारी लेते हैं। इस कुंजी का लक्ष्य विशुद्ध रूप से अपनी योजना को बेचना है। अगर कोई व्यक्ति आपको पसंद करता है तो इस बात की काफ़ी संभावना है कि वह आपकी योजना को भी पसंद करेगा। अगर कोई व्यक्ति आपको पसंद नहीं करता है या उसे आप पर विश्वास नहीं है तो उसे योजना दिखाने से ज़्यादा लाभ की आशा नहीं रखनी चाहिए।

सवाल यह उठता है कि आप इस स्थिति में कब तक रहें?

जब तक कि आप अपना विश्वास न जमा लें और अपने व्यक्तित्व को बेच न लें।

जब आप विश्वास जमा लेते हैं, तो सामने वाला आपकी बातों को अच्छी तरह से सुनेगा। यही तो आप चाहते हैं। कुछ संभावित ग्राहकों के साथ इस स्थिति में आपको केवल तीन से चार मिनट का समय लगेगा जबकि कई लोगों के साथ इसमें आपको तीस से चालीस मिनट तक लग सकते हैं।

2. 

इस स्थिति में क्या होगा, यह आपको पूरी तरह से तय करना होगा। हो सकता है आपके संभावित ग्राहक भावनात्मक रूप से खिन्न हों, हो सकता है वे रोमांचित या दुखी या चिंतित हो जाएँ या उससे भी बढ़कर नाराज़ भी हो जाएँ। परंतु यह ध्यान रखें कि उनका ग़ुस्सा आप पर नहीं होगा, बल्कि अपने आप पर होगा। प्रस्तुति के इस भाग में आत्मसंतुष्टि के लिए ज़रा भी जगह नहीं है। जब लोग अपने लक्ष्य या महत्वाकांक्षा के बारे में आत्मसंतुष्ट हो जाते हैं, तो वे अपने कार्य करने की शैली के बारे में भी आत्मसंतुष्ट हो जाते हैं। आपके नेटवर्क में आपको ऐसे आत्मसंतुष्ट व्यक्तियों की आवश्यकता नहीं है। जो लोग प्रबल भावनात्मक कारणों से शामिल होना चाहते हैं वे अच्छा काम करने के लिए उतने ही अधिक प्रेरित हो सकेंगे। इस स्थिति में आप यह जान सकेंगे कि किस तरह व्यक्ति का *प्राथमिक प्रेरणा* घटक

Scanned by CamScanner

(primary motivating factor) या पी.एम.एफ़. खोजा जाए।

पी.एम.एफ़. ही वह कारण है जिसके कारण वे आपके बिज़नेस में शामिल होना चाहेंगे :

> हर व्यक्ति दो में से किसी एक कारण से प्रेरित होता है :
> *लाभ प्राप्त करने के लिए या कष्ट से बचने के लिए*

इस कुंजी के द्वारा आप यह जान सकेंगे कि उनके प्राथमिक प्रेरणा घटक को किस तरह सामने लाया जाए और यह जानने के बाद किस तरह से उन्हें अपनी योजना में शामिल होने के लिए प्रेरित किया जाए। यहाँ पर संभावित ग्राहक आपको बताते हैं कि वे क्या लाभ प्राप्त करना चाहते हैं और किन कष्टों से बचना चाहते हैं। चारों कुंजियों में से यह सबसे ज़्यादा महत्वपूर्ण कुंजी है क्योंकि यहाँ पर आपके संभावित ग्राहक अपनी आशाएँ, सपने और डर को शब्दों में प्रकट करते हैं।

लोग क्यों ख़रीदते हैं?

हमारे शोध के अनुसार नेटवर्क मार्केटिंग संगठन में शामिल होने वाले अधिकतर लोगों के प्राथमिक प्रेरणा घटक निम्नलिखित हैं।

अतिरिक्त आमदनी
आर्थिक स्वतंत्रता
स्वयं का बिज़नेस
ज़्यादा ख़ाली समय
व्यक्तिगत विकास
दूसरों की सहायता करना
नए लोगों से मेल–जोल
रिटायरमेंट
जायदाद छोड़ना

जब आप इस सूची का अध्ययन करते हैं तो आप पाते हैं कि इन सूचीबद्ध कारणों में से एक कारण आपका भी प्राथमिक कारण है

Scanned by CamScanner

जिसकी वजह से आप नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस में हैं। कई और सहायक कारण भी हो सकते हैं, पर कोई एक कारण अन्य कारणों से अधिक प्रबल अवश्य होगा। यही आपका प्राथमिक प्रेरणा घटक है।

चूँकि प्राथमिक प्रेरणा घटक सबसे ज़्यादा महत्वपूर्ण होता है इसलिए यह समझ लेना अनिवार्य है कि-

> **नेटवर्क मार्केटिंग में शामिल होने वाले हर व्यक्ति का प्राथमिक प्रेरणा घटक वही नहीं होता, जो कि आपका है।**

उदाहरण के तौर पर आपको चॉकलेट आइसक्रीम पसंद हो सकती है। पर इसका यह अर्थ नहीं होता कि यह आइसक्रीम हर एक को पसंद होगी। कई लोग स्ट्रॉबेरी या कैरेमल को ज़्यादा पसंद करते होंगे। पर अगर आप चॉकलेट आइसक्रीम पसंद करते हैं तो आपके लिए इसके बारे में बातें करना न केवल आसान होगा बल्कि आप इसे दूसरे लोगों के साथ बाँटना भी चाहेंगे और आपके लिए यह समझना बहुत कठिन होगा कि इसे हर व्यक्ति पसंद क्यों नहीं करता। अधिकतर लोग चॉकलेट आइसक्रीम पसंद करते हैं, पर इसी कारण से यह हर एक की पहली पसंद नहीं हो जाती। कई लोगों को तो इससे एलर्जी भी होती है।

नीचे लिखी हुई कहानियाँ असली ज़िंदगी की कहानियाँ हैं जो आपको प्राथमिक प्रेरणा घटक की शक्ति से अवगत कराएँगी।

रॉन क्यों शामिल नहीं हुआ?

अल्बर्ट एक वितरक था। वह नेटवर्क मार्केटिंग में इसलिए आया था क्योंकि उसे आर्थिक स्वतंत्रता चाहिए थी। वह अपना मालिक खुद बनना चाहता था और अपनी खुद की आमदनी तय करना चाहता था। वह अपनी इच्छानुसार ऑफ़िस आने-जाने की स्वतंत्रता चाहता था, अपने बच्चों को सबसे अच्छे स्कूल में भेजना चाहता था, हॉलिडे होम बनाना चाहता था, इत्यादि। आर्थिक स्वतंत्रता उसका प्राथमिक प्रेरणा

Scanned by CamScanner

घटक था क्योंकि इसी के द्वारा उसे बाक़ी सारी चीज़ें मिल सकती थीं। अपने लक्ष्यों के प्रति उसका पूर्ण भावनात्मक जुड़ाव था और वह उनके बारे में उत्साह से लगातार बातें कर सकता था।

फ़ंड जुटाने के स्थानीय कार्यक्रम के दौरान वह रॉन नामक संभावित ग्राहक से मिला और उसने उसे अपना बिज़नेस देखने के लिए आमंत्रित किया। अल्बर्ट ने रॉन को पूरे उत्साह से अपनी योजना समझाई। रॉन काफ़ी प्रभावित भी हुआ। उसने कहा कि वह शामिल होना चाहेगा।

वास्तव में अल्बर्ट ने रॉन को फिर कभी नहीं देखा और वह पशोपेश में था कि आख़िर उससे ग़लती कहाँ हुई थी? रॉन क्यों शामिल नहीं हुआ? समस्या यह थी कि दरअसल रॉन का प्राथमिक प्रेरणा घटक आर्थिक स्वतंत्रता था ही नहीं। उसमें अमीर बनने, बड़े घर में रहने और बढ़िया कार का मालिक बनने की महत्वाकांक्षा नहीं थी। वह अपनी माँ से मिले अपने छोटे से घर में ही ख़ुश था। उसे सड़क के ट्रैफ़िक में फँसने के बजाय ट्रेन पकड़ना और उसमें अख़बार पढ़ना ज़्यादा पसंद था। रॉन ने महसूस किया कि आर्थिक स्वतंत्रता ठीक थी, पर इससे उसे सौदा पक्का करने के लिए पर्याप्त प्रेरणा नहीं मिल पा रही थी।

रॉन की असली प्रेरणा यह थी कि उसे नए लोगों से मिलने के अवसर मिलेंगे, नई कलाएँ सीखने को मिलेंगी और वह समाज के लिए अपना योगदान दे सकेगा- इसी कारण तो वह फ़ंड इकट्ठा करने की योजना में शामिल हुआ था। पर उसे इन मुद्दों के बारे में बताने का अवसर ही नहीं मिला, क्योंकि अल्बर्ट आर्थिक स्वतंत्रता को उसके गले के नीचे उतारना चाहता था। निश्चित रूप से रॉन पर अल्बर्ट की उत्साही प्रस्तुति का प्रभाव हुआ था, परंतु अगले दिन जब सूरज निकला तो उसकी प्रतिक्रिया ठंडी हो गई। कुछ ही दिनों में रॉन अल्बर्ट की उत्साहपूर्ण प्रस्तुति के बारे में पूरी तरह से भूल चुका था। अल्बर्ट यह नहीं जान सका था कि दूसरों की सहायता करना रॉन का प्राथमिक प्रेरणा घटक है।

Scanned by CamScanner

जेन का ग़लत फ़ैसला

जेन की उम्र चौंतीस वर्ष थी और वह अपने दो बच्चों के साथ अकेली रहती थी। वह दो साल से नेटवर्क मार्केटिंग में थी। डेविड से उसकी पहचान एक डिनर पार्टी में हुई। डेविड ने उसकी नेटवर्किंग गतिविधियों में रुचि ली और इसके बारे में अधिक जानकारी चाही। जेन का ख़ुद का प्राथमिक प्रेरणा घटक था अपने लिए ज़्यादा ख़ाली समय जुटाना, ताकि वह अपने दोनों बच्चों को ठीक से पाल सके और शिक्षित कर सके पर वह जानती थी कि यह हर एक की पहली प्राथमिकता नहीं हो सकती।

डेविड की उम्र पचास और साठ के बीच थी। उसका स्वयं का कॉन्ट्रेक्ट क्लीनिंग का काम था। इसलिए जेन ने अनुमान लगाया कि उसकी प्राथमिकताओं की सूची में रिटायरमेंट का स्थान पहले नंबर पर होगा। जब वह बिज़नेस के बारे में बता रही थी तो उसकी चर्चा के केंद्र में यह बात मौजूद थी कि इससे लोगों को आरामदेह रिटायरमेंट के पूरे लाभ मिल सकेंगे।

शाम ख़त्म होने पर वह हैरान रह गई जब डेविड ने उसे बताया कि वह कभी रिटायर नहीं होना चाहता- वह रिटायरमेंट को शीघ्र मृत्यु मानता था। जेन ने यह ग़लत अनुमान लगा लिया था कि रिटायरमेंट डेविड का प्राथमिक प्रेरणा घटक है। इसका परिणाम यह निकला कि डेविड उसके साथ शामिल होने के लिए प्रेरित नहीं हो पाया।

> **अनुमान न लगाएँ।**
> **यह हम दोनों में से एक को मूर्ख बना सकता है।**

जब आप सामने वाले व्यक्ति के प्राथमिक प्रेरणा घटक के बारे में अनुमान लगाते हैं तो आपके ग़लत होने की काफ़ी संभावना होती है। अगर आपका अनुमान सही भी हो, तो भी यह आपका विचार नज़र आएगा न कि आपके संभावित ग्राहक का। और इस तरह इसका प्रभाव और प्रेरणादायी शक्ति उतने नहीं होंगे जितने कि अपेक्षित हैं।

Scanned by CamScanner

प्राथमिक प्रेरणा घटक को किस तरह खोजें?

प्राथमिक प्रेरणा घटकों की सूची आप अपने साथ हमेशा लिखित रूप में रखें। यह सूची आपके बिज़नेस कार्ड के पीछे हो सकती है या तैयार किए गए दृश्य-साधन के रूप में या एक छोटे कार्ड के रूप में हो सकती है। यहाँ पर सूची दोबारा बताई जा रही है।

अतिरिक्त आमदनी
आर्थिक स्वतंत्रता
स्वयं का व्यवसाय
ज़्यादा ख़ाली समय
व्यक्तिगत विकास
दूसरों की सहायता करना
नए लोगों से मेल-जोल
रिटायरमेंट
जायदाद छोड़ना

अपनी सूची दिखाने का सीधा सा तरीक़ा है- अपने संभावित ग्राहक से यह सवाल करें,

'क्या आप जानते हैं कि लोग नेटवर्किंग बिज़नेस क्यों शुरू करना चाहते हैं?'

इस सीधे से सवाल में यह ख़ूबी छुपी हुई है कि अगर सामने वाला जवाब में 'नहीं' कहता है तो आपको यह कहने की छूट मिल जाती है,

'लीजिए मैं आपको बता देता हूँ।'

इस बिंदु पर आप अपनी सूची उसके सामने रख दें।

अगर आपका संभावित ग्राहक आपके सवाल के जवाब में 'हाँ' कहता है तो आप उससे पूछें,

'तो बताइए कि लोग इस बिज़नेस में क्यों शामिल होते हैं?'

इस पर आपका संभावित ग्राहक आपको कुछ असली और कुछ

अधपके कारण गिना देगा जिनकी वजह से लोग नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस शुरू करना चाहते हैं। जब उसके पास के कारण समाप्त हो जाएँ तो आप पूछें, 'और कुछ?' वह जवाब देगा, 'नहीं।' इस पर आप यह कहें,

'लीजिए मैं आपको बता देता हूँ।'

और फिर तत्काल उसके सामने प्राथमिक प्रेरणा घटकों की अपनी सूची रख दें।

इसके बाद *पाँच ठोस सोने के सवाल* पूछें।

यह पाँच सवाल आपके द्वारा पूछे जाने वाले सवालों में सबसे ज़्यादा क़ीमती सवाल होंगे। ये जल्दी ही आपको नेटवर्क मार्केटिंग की चोटी तक तेज़ी से पहुँचा देंगे। (यदि यह आपका प्राथमिक प्रेरणा घटक हो।) इन सवालों को रट लें और इन्हें अपना हिस्सा बना लें। इनके क्रम को बदलने की ग़लती न करें। यह वचन आप पहले ही दे चुके हैं कि आप मेरी हर बात मानेंगे।

यह रहे आपके पाँच ठोस सोने के सवाल :

1. *आपकी पहली प्राथमिकता क्या है?*
2. *आपने इसी को क्यों चुना?*
3. *यह आपके लिए महत्वपूर्ण क्यों है?*
4. *यदि आपको यह अवसर न मिले, तो उसके क्या परिणाम होंगे?*
5. *इन परिणामों से आप चिंतित क्यों होते हैं?*

इन सवालों को रट लें, शब्दशः। जब आप इन्हें पूछें तो इधर-उधर न भटकें। यह बहुत महत्वपूर्ण है कि यह सवाल इसी क्रम में पूछे जाएँ।

नए संभावित ग्राहक से बात करते समय कुछ नेटवर्कर्स 'उत्सुकता की शैली' का प्रयोग करना चाहते हैं, जबकि कुछ 'सीधी शैली' का प्रयोग करते हैं।

Scanned by CamScanner

नीचे दिए गए उदाहरणों में प्रयुक्त शैली अधिक सीधी है क्योंकि इसे प्रस्तुत करना अधिक आसान है। यह चर्चाएँ वास्तविक साक्षात्कार पर आधारित हैं।

एंगी मिली रे और रूथ से

रे और रूथ लगभग पच्चीस वर्षीय युगल थे जो हाल ही में अपने नए घर में रहने आए थे। उनका मकान एंगी के मकान से दस क़दम की दूरी पर था। पड़ोसियों की सामान्य चर्चा के दौरान एंगी ने उन्हें बताया कि वह मार्केटिंग बिज़नेस से जुड़ी है और उन्हें बताना चाहती है कि यह बिज़नेस किस तरह से काम करता है।

इस पर रूथ ने कहा कि उसे नहीं लगता कि इस बिज़नेस में उन लोगों की कोई दिलचस्पी होगी क्योंकि उनके पास ख़ाली समय बचता ही नहीं है। रे दो जगह काम कर रहा था और रात को रूथ को नए घर में सामान व्यवस्थित करना पड़ता था।

एंगी ने कहा कि ऐसा उन अधिकतर लोगों के साथ होता है, जो दो जगह नौकरी करते हैं और जो घर बदलकर नए घर में रहने आते हैं। फिर भी, वह उन्हें अपना बिज़नेस दिखाना चाहेगी क्योंकि शायद वे इसमें भविष्य में रुचि लें। एंगी ने उन्हें अपने घर कॉफ़ी पीने के लिए आमंत्रित किया। 'क्या शनिवार दोपहर चार बजे ठीक रहेगा?' उसने पूछा। रे और रूथ तैयार हो गए। वे दोनों चार बजे पहुँच गए और कॉफ़ी पीने के बाद एंगी ने उन्हें बताना शुरू किया कि नेटवर्किंग बिज़नेस क्या होता है? रे और रूथ ने एंगी को बताया कि उन्होंने नेटवर्किंग के बारे में सुन रखा था और वे ऐसे लोगों को जानते हैं जिन्होंने इस बिज़नेस में प्रयास किए थे और जो बाद में असफल हो गए थे। उनकी नज़र में यह किसी साबुन से संबंधित था। इतना कह चुकने के बाद उन्होंने पूछा, 'क्या यह एमवे की तरह है?' इस पर एंगी ने चर्चा की बागडोर थाम ली-

एंगी : क्या आप जानते हैं कि लोग नेटवर्किंग बिज़नेस क्यों शुरू करते हैं?

रे : यह पिरामिड बेचने की तरह है, है ना?

एंगी : लीजिए मैं आपको बता देती हूँ।

एंगी : (सहजता से अपना पी.एम.एफ़. कार्ड बताते हुए) यह वे मुख्य कारण हैं जिनकी वजह से लोग नेटवर्क मार्केटिंग में शामिल होते हैं। *आपकी पहली प्राथमिकता क्या होगी?*

रे : आह, हूँ... हमारे लिए तो यह आर्थिक स्वतंत्रता ही होनी चाहिए।

रूथ : (दृढ़ता से) निश्चित रूप से यही हमारी पहली प्राथमिकता है।

एंगी : *आपने इसी को क्यों चुना?*

रे : क्योंकि घर के लोन को चुकाने के लिए मुझे दो जगह काम करना पड़ता है और रूथ भी ओवरटाइम करती है ताकि जब हमारा परिवार बढ़े, तो हमारे पास एक सहारा हो जो हमारे काम आ सके। हम चाहते हैं कि हमारे बच्चों को अच्छी शिक्षा मिल सके। हम पैसे के लिए हमेशा दौड़धूप नहीं करना चाहते।

एंगी : *यह आपके लिए क्यों महत्वपूर्ण है?*

रे : जैसा मैंने कहा हम अपने घर के पूरे पैसे चुकाना चाहते हैं और यह भी चाहते हैं कि हमारे बच्चों को अच्छी शिक्षा मिले। रूथ और मुझे कभी यह सब नहीं मिला। हमें ऐसे अवसर मिले ही नहीं।

रूथ : (बातचीत का सिरा थामते हुए) सही बात है। मेरे माँ-बाप हमेशा घर चलाने के लिए पैसों की खींचतान करते रहे। हम नहीं चाहते कि हमारी ज़िंदगी भी उन्हीं की तरह गुज़रे।

एंगी : *यदि आपको आर्थिक स्वतंत्रता नहीं मिलती है तो उसके क्या परिणाम होंगे?*

रे : हम उसी नाव में होंगे जिसमें हमारे माँ-बाप थे। इसका अर्थ होगा कठोर बजट बनाना तथा आमदनी कम, और ख़र्च ज़्यादा ... और पूरी ज़िंदगी यही चलता रहेगा।

रूथ : अपने बच्चों को अच्छी शिक्षा दिलाने में काफ़ी ख़र्च होता है।

Scanned by CamScanner

बिना अतिरिक्त आमदनी के हम उन्हें ज़िंदगी में अच्छी शुरुआत नहीं दे सकेंगे।

एंगी : *इन परिणामों से आप चिंतित क्यों होते हैं?*

रे : (तनावपूर्ण स्वर में) जैसा हमने कहा, अगर हम आर्थिक स्वतंत्रता प्राप्त करने का प्रयास नहीं करेंगे तो हम हमेशा संघर्ष ही करते रहेंगे और ऐसा कौन चाहता है?

रूथ : साथ ही हमें रिटायर होने की योजना भी बनानी है, इसीलिए हम अभी इतनी कड़ी मेहनत कर रहे हैं।

विश्लेषण :

इस वार्तालाप में ऐसा कुछ भी नहीं कहा गया था जो इसी तरह के सामान्य युगल द्वारा न कहा जाए। फ़र्क़ सिर्फ़ इतना था कि इस चर्चा में एंगी ने पाँच ठोस सोने के सवालों का प्रयोग किया और रूथ तथा रे ने अपने प्राथमिक प्रेरणा घटक उजागर किए। अगर एंगी को क़िस्मत से यह पता भी होता कि उनका प्राथमिक प्रेरणा घटक आर्थिक स्वतंत्रता है तो भी रे और रूथ की निगाह में यह विचार एंगी का होता, उनका नहीं। अगर एंगी ने उनसे आर्थिक स्वतंत्रता के बारे में बात की होती तो रूथ और रे ने शायद आपत्तियाँ उठाई होतीं क्योंकि यह एंगी का विचार होता। पर चूँकि यह विचार उन्हीं का था और ऐसा उन्होंने ख़ुद कहा था इसलिए यह हक़ीक़त थी- इस बारे में कोई आपत्ति हो ही नहीं सकती थी।

इन पाँच सवालों पर विचार करें :

1. आपकी पहली प्राथमिकता क्या है?

असली सवाल यह था, 'आप आज मेरे नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस में क्यों शामिल होना चाहते हैं?' रे ने कहा कि उनका प्राथमिक प्रेरणा घटक आर्थिक स्वतंत्रता था। इसलिए वे दोनों शामिल होंगे।

2. आपने इसी को क्यों चुना?

यह सवाल दरअसल यह पूछता है, 'आप इस कारण से क्यों शामिल होना चाहते हैं?' उन दोनों ने स्पष्ट किया कि वे अपने घर का लोन चुकाना चाहते हैं, अपने बच्चों को अच्छी शिक्षा देना चाहते हैं और पैसों की तंगी वाला जीवन नहीं जीना चाहते।

3. यह आपके लिए महत्वपूर्ण क्यों है?

यह सवाल पूछता है, 'मुझे फिर से बताएँ- आप इसी कारण से क्यों शामिल होना चाहते हैं?' रे कहता है, 'जैसा मैंने कहा' और फिर से अपनी बातें दोहराता है और उन कारणों को बताता है जिनके लिए वह बिज़नेस में आना चाहता है। रूथ भी और कई तर्क देती है कि आर्थिक स्वतंत्रता उसके लिए पहले नंबर का कारण क्यों है, जिसके लिए दोनों को इसमें शामिल होना चाहिए। उसके माता-पिता को ख़र्च चलाने में मुश्किल आती थी और वह ऐसी परिस्थितियों में नहीं जीना चाहती थी।

4. यदि आर्थिक स्वतंत्रता नहीं मिली तो उसके परिणाम क्या होंगे?

यह सवाल दरअसल पूछता है, 'अगर आप शामिल नहीं होते तो आपके साथ क्या होगा?' अब वे दोनों रोमांचित हो जाते हैं। वे एंगी को बताते हैं कि वे अपने माता-पिता की तरह तंगहाल जीवन नहीं जीना चाहते और वे नहीं चाहते कि उनके बच्चों को सिर्फ़ इसलिए अच्छी शिक्षा न मिल पाए क्योंकि उनके पास पर्याप्त पैसा नहीं था।

5. इन परिणामों से आप चिंतित क्यों होते हैं?

यह सवाल उनसे अपनी पहली प्राथमिकता को दोहराने का आग्रह करता है। वे दोनों उत्साहित हो जाते हैं। वे बार-बार ज़ोर देकर बताते हैं कि आर्थिक स्वतंत्रता उनके व्यवसाय में शामिल होने का पहला कारण क्यों था।

ध्यान देने वाली बात यह है कि यह सब उन्होंने एंगी को बताया। एंगी ने उन्हें नहीं बताया।

Scanned by CamScanner

अगर एंगी ने उन्हें यही सब बातें ठीक इसी तरह बताई होतीं तो भी शायद उन्होंने बहानेबाज़ी की होती कि वे नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस में क्यों शामिल नहीं हो सकते। पर चूँकि उन्होंने ख़ुद एंगी को अपने शामिल होने के कारण बताए थे, इसलिए वे कारण वास्तविक थे।

इस साक्षात्कार के बाद एंगी ने उन्हें बताया कि योजना किस तरह कार्य करती है और इसके लाभकारी परिणामों का वर्णन करते समय उसने उन्हीं के शब्दों का प्रयोग किया। उसने उन्हें वे फ़ायदे बताए जो उन्हें प्राप्त हो सकते थे और वे हानियाँ बताईं जिनसे वे बच सकते थे। रे और रूथ की निगाह में यह उनके सपनों का बिल्कुल सही उत्तर था क्योंकि वे अपने ही शब्दों को दूसरे के मुँह से सुन रहे थे, अपने ही लक्ष्य और अपने ही डर जो एक प्रस्तावित व्यावसायिक योजना के रूप में प्रस्तुत किए गए थे। यह सब उनका ही था- एंगी का नहीं।

किस तरह ब्रूनो ने एक सख़्त चने को फोड़ा

ब्रूनो एक इंजीनियर था जो एक एसोसिएशन में दूसरे इंजीनियरों के साथ काम करता था जिनमें जिम भी शामिल था। ब्रूनो ने एक साल पहले नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस शुरू किया था और उसकी नज़र में यह इंजीनियरिंग के रोज़मर्रा के रुटीन से बाहर निकलने का बढ़िया अवसर था। उसे बड़े क्षितिज की तलाश थी।

ब्रूनो ने जिम से कई बार व्यावसायिक अवसर का ज़िक्र किया था पर हर बार उसे ठंडी प्रतिक्रिया मिली थी। जिम की बहन 'इन योजनाओं में से एक में' शामिल थी और उसने भी जिम को उसमें शामिल करने का प्रयास किया था पर जिम ने कोई रुचि नहीं ली थी क्योंकि वह अपने आपको एक इंजीनियर मानता था, सेल्समैन नहीं और वह 'अपने दोस्तों को परेशान' नहीं करना चाहता था।

एक शाम कॉफ़ी पीते-पीते ब्रूनो ने सहजता से अपना नया बिज़नेस कार्ड निकाला जिसके पीछे प्राथमिक प्रेरणा घटकों की सूची छपी हुई थी। जिम ने कार्ड देखा जिस पर ब्रूनो के नाम के नीचे 'Networking & Distribution' छपा हुआ था।

Scanned by CamScanner

ब्रूनो : जिम, क्या तुम जानते हो नेटवर्किंग का क्या मतलब होता है?

जिम : हाँ, जैसा मैंने बताया था, मेरी बहन भी इसी बिज़नेस में थी। यह एक तरह की पिरामिड योजना है, है ना?

ब्रूनो : लीजिए, मैं आपको बता देता हूँ।

(ब्रूनो ने बिज़नेस कार्ड को पलटकर प्राथमिक प्रेरणा घटकों की सूची जिम के सामने कर दी।)

ब्रूनो : *आपकी पहली प्राथमिकता क्या होगी, जिम?*

जिम : आह... मैं सोचता हूँ, अपना स्वयं का बिज़नेस और दूसरों की सहायता करना।

ब्रूनो : *आपने इन्हीं दोनों को क्यों चुना?*

जिम : मैं बिज़नेस इसलिए शुरू करना चाहूँगा क्योंकि मैं इंजीनियरिंग की चक्की में तकरीबन बीस साल से पिस रहा हूँ। अगर मैं नेटवर्किंग में शामिल होता हूँ तो इस प्रक्रिया में दूसरों की सहायता करना चाहूँगा। मुझे ऐसा करना अच्छा लगता है। इसीलिए तो मैं इस कमेटी के लिए स्वेच्छा से काम कर रहा हूँ।

ब्रूनो : *यह आपके लिए महत्वपूर्ण क्यों है?*

जिम : जैसा मैंने कहा, भविष्य में भी मुझे उसी पुरानी चक्की में पिसना होगा– आप जानते ही हैं यह किस तरह का काम है, ब्रूनो- मैं इन दिनों अपने रिटायरमेंट के बारे में बहुत ज़्यादा सोच रहा हूँ और यह दुखद है। मैं कुछ और करना चाहूँगा, पर अड़तीस साल की उम्र में यह एक बहुत बड़ा ख़तरा है जो उठाने में मुझे डर लगता है।

ब्रूनो : *अच्छा, अगर आपका अपना बिज़नेस न हो तो उसके परिणाम क्या होंगे?*

जिम : (असहज होते हुए) जैसा मैंने कहा, मुझे उसी चक्की में पिसना पड़ेगा, मेरे पास वही पुराना रुटीन जीवन होगा। हमारी उम्र के कई लोग इसी तनाव के कारण मर जाते हैं। अगर मेरे पास

अधिक समय रहे तो मैं अपने बेटे के स्कूल की अभिभावक समिति में शामिल होना चाहूँगा, मैं अपनी वर्कशॉप में अधिक समय बिताना चाहूँगा और स्वयं के निर्णय लेना चाहूँगा। मैं अपनी ज़िंदगी को दूसरों के नियंत्रण में देखते-देखते थक चुका हूँ।

ब्रूनो : *इससे आप चिंतित क्यों होते हैं?*

जिम : क्योंकि अगर मेरे पास समय होगा तो मैं चीज़ों को दूसरी तरह से करना चाहूँगा। मैं ज़्यादा अच्छी तरह से जीना चाहूँगा और काम कम करना चाहूँगा। जीवनशैली बदलने के लिए मैं स्वयं के लिए कुछ करना चाहूँगा।

ब्रूनो : नेटवर्किंग बिज़नेस बना ही इस तरह से है कि आपको यहाँ सब चीज़ें एक साथ मिल जाती हैं। यह आपको अधिक समय, अधिक स्वतंत्रता देता है, स्वयं का बिज़नेस शुरू करने के तथा दूसरों की सहायता करने के अवसर देता है, और वह भी नए करियर की शुरुआत के जोखिम के बिना। मैं अब आपको दिखाता हूँ कि इससे मुझे क्या लाभ हुए।

ब्रूनो एक साल से भी अधिक समय से जिम को बिज़नेस में शामिल करने का असफल प्रयास कर रहा था। जब ब्रूनो ने पाँच ठोस सोने के सवालों का रहस्य सीख लिया तो उसने महसूस किया कि साल भर से वह जिम को यह बताने का प्रयास कर रहा था कि जिम को अपने जीवन में क्या करना चाहिए। यह ब्रूनो का विचार था, जिम का नहीं। ब्रूनो के कार्ड के पीछे दी गई सूची और पाँच ठोस सोने के सवालों ने जिम को यह बताने पर मजबूर कर दिया कि वह बिज़नेस में क्यों शामिल होना चाहेगा।

जब जिम ने बिज़नेस की योजना देखी तो उसे अपनी आँखों पर विश्वास ही नहीं हुआ। उसने पूछा, 'यह मुझे आज से पहले किसी ने क्यों नहीं बताया?' इसका जवाब यह था कि इसके पहले उसे यह बताया गया था कि उसे शामिल क्यों होना चाहिए- परंतु इससे पहले किसी ने उससे उसके प्राथमिक प्रेरणा घटक के बारे में पूछा ही नहीं था।

Scanned by CamScanner

किस तरह दाँत के डॉक्टर का ऑपरेशन हुआ

यह घटना मेरे साथ हुई। चवालीस वर्षीय फ्रैंक मेरा दंतचिकित्सक था। उसके पास समुद्र तट पर दस लाख डॉलर का आलीशान बंगला था, एक शानदार कार थी और वह हमेशा व्यस्त रहता था। अधिकतर लोगों की राय में वह बहुत सफल व्यक्ति था। एक दिन जब मैं स्थानीय शॉपिंग सेंटर में था तब मैंने उसे कॉफ़ी हाउस में बैठे देखा। मैं भी कॉफ़ी पीने के लिए उसके पास जा पहुँचा।

एलन : काम-धंधा कैसा चल रहा है, फ्रैंक?

फ्रैंक : (उत्साहहीन होकर) ठीक ही है...

एलन : (मज़ाकिया अंदाज़ में) फ्रैंक आप समुद्र तट पर रहते हैं। आपके पास ढेर सा काम है और आप ढेर सारा पैसा कमाते हैं- फिर तो सब कुछ बहुत अच्छा होना चाहिए।

फ्रैंक : मेरे ख़्याल से यह ज़िंदगी गुज़ारने के लिए पर्याप्त है।

एलन : अच्छा, फ्रैंक। अगर आप इसे पसंद नहीं करते तो इसे छोड़कर कुछ और शुरू क्यों नहीं करते?

फ्रैंक : मुझे नहीं लगता मैं कभी ऐसा कर पाऊँगा, एलन।

एलन : क्यों नहीं?

फ्रैंक : (यथार्थपूर्ण स्वर में) क्योंकि मैं दाँतों का डॉक्टर हूँ, हमेशा दाँतों का डॉक्टर था- मैं यही कर सकता हूँ।

एलन : (रुचि लेते हुए) अच्छा... फ्रैंक, आपने दाँतों का डॉक्टर बनने का फ़ैसला कब किया?

फ्रैंक : तब मैं 18 साल का था और विश्वविद्यालय में पढ़ रहा था। मैंने चिकित्सा में दाख़िला नहीं लिया और दंतचिकित्सा मेरा अगला विकल्प था।

एलन : क्या आपको दाँतों का डॉक्टर बने रहना अच्छा लगता है, फ्रैंक?

फ्रैंक : (झटके से) सच कहूँ तो नहीं, पर इससे बिल चुक जाते हैं।

Scanned by CamScanner

एलन : फ्रैंक, अगर कोई 18 साल का लड़का आपकी सर्जरी में आकर आपसे कहे कि अगले बीस साल में आपको अपनी ज़िंदगी किस तरह जीनी चाहिए, तो क्या आप उसकी बात सुनेंगे?

फ्रैंक : (हँसते हुए) 18 साल का अनुभवहीन युवक 44 साल के अनुभवी आदमी की ज़िंदगी के बारे में क्या समझ सकता है?

एलन : तो आप उसकी बात नहीं सुनेंगे?

फ्रैंक : बिल्कुल नहीं।

एलन : फिर, अभी आप उसकी बात क्यों सुन रहे हैं?

चर्चा एकदम से रुक गई। फ्रैंक अवाक रह गया। उसने यह कभी सोचा ही नहीं था कि 18 साल के कॉलेज में पढ़ने वाले छात्र के क्षणिक निर्णय से 44 साल की उम्र में उसके जीवन की दिशा नियंत्रित हो रही है। मैं देख रहा था कि यह सवाल उस पर कितना प्रभाव डाल रहा था और यह इतना अच्छा अवसर था जिसे मैं खोना नहीं चाहता था। मैंने अपनी जेब में हाथ डाला और अपना बिज़नेस कार्ड निकाला जिसके पीछे प्राथमिक प्रेरणा घटकों की सूची छपी हुई थी।

एलन : फ्रैंक, इस सूची पर नज़र डालें। आपकी नज़र में ज़िंदगी की पहली प्राथमिकता कौन सी है?

लंबी ख़ामोशी के बाद उसने अंततः जवाब दिया।

फ्रैंक : ज़्यादा ख़ाली समय।

एलन : आपने इसी विकल्प को क्यों चुना?

फ्रैंक : मैं हर रोज़ सुबह छह बजे उठ जाता हूँ ताकि 8:30 बजे से पहले मरीज़ देखने के लिए तैयार हो सकूँ। मैं शाम 6 बजे तक काम करता हूँ और पूरे दिन उन लोगों की शिकायतें और तकलीफ़ें सुनता रहता हूँ, जो मुझे देखकर ख़ुश नहीं होते। मेरे पास ख़ुद के लिए या अपने बच्चों के लिए कभी समय नहीं होता, सप्ताह के अंत में भी नहीं। मैं इतना थक जाता हूँ कि मैं कोई भी महत्वपूर्ण काम करने की हालत में नहीं होता।

Scanned by CamScanner

फ़ुरसत एक ऐसी चीज़ है जो मेरे पास कभी होती ही नहीं है।

एलन : यह आपके लिए क्यों महत्वपूर्ण है, फ्रैंक ?

फ्रैंक : (असहज होते हुए) जैसा मैंने कहा, मेरा जीवन मिनट से मिनट तक के टाइमटेबल के अनुसार चलता है। मैं सोचता हूँ कि काश मैं किसी स्कूल में टीचर होता ताकि मेरे पास ज़्यादा समय होता और ढेर सारी छुट्टियाँ होतीं।

एलन : यानी ?

फ्रैंक : दंतचिकित्सा वैसी नहीं है जैसा इसे समझा जाता है। जब मैंने पहली बार इसमें क़दम रखने का फ़ैसला किया था...

फ्रैंक 5 मिनट तक भावविव्हल होकर उस क़ैदख़ाने के बारे में बातें करता रहा जिसमें दंतचिकित्सा ने उसे क़ैद कर रखा था।

एलन : अगर आपको ज़्यादा समय नहीं मिले, तो इसके क्या परिणाम होंगे, फ्रैंक ?

फ्रैंक : (हताशा भरे स्वर में) मुझे अपनी पूरी ज़िंदगी सर्जरी करते-करते ही काटनी पड़ेगी। मेरे बच्चे बड़े हो रहे हैं और मेरे पास उनके लिए समय नहीं है। मेरी पत्नी का कहना है कि मेरी तनावपूर्ण स्थिति से वह भी काफ़ी तनावग्रस्त रहती है।

फ्रैंक का चेहरा पीला पड़ रहा था। उसकी आँखें डबडबा आई थीं। मुझे लगा कि वह फूट-फूटकर रोने वाला है। 20 साल में पहली बार वह अपने दिमाग़ में मौजूद विचारों को शब्दों में व्यक्त कर पा रहा था।

एलन : (धीमे से) आप इससे चिंतित क्यों होते हैं, फ्रैंक ?

फ्रैंक ने कोई जवाब नहीं दिया। वह जवाब दे भी नहीं सकता था। क्योंकि वह काफ़ी चिंतित था। वह बस चुपचाप वहाँ बैठा रहा। मैंने ज़्यादा जानकारी के लिए उस पर दबाव नहीं डाला क्योंकि मुझे नहीं लगता था कि वह इसे झेल पाएगा। इसके अलावा, मुझे कॉर्नफ़्लेक्स ख़रीदने चाहिए थे, न कि फ्रैंक की ज़िंदगी को बदलना चाहिए था।

तीन महीने बाद मैं फ्रैंक से उसकी सर्जरी में मिलने गया। उसकी

Scanned by CamScanner

रिसेप्शनिस्ट ने मुझे बताया कि वे बाहर गए हुए थे। वे एक सोमवार को लौटकर आए थे और उन्होंने घोषणा की थी कि उनका एक दोस्त उनकी जगह चिकित्सा करेगा और वे खुद छुट्टियाँ मनाने जा रहे हैं। किसी ने भी उन्हें तीन महीनों से नहीं देखा था। एक साल बाद मैंने सुना कि फ्रैंक अमेरिका में कमीशन पर मोटल बेच रहा है और वह काफ़ी खुश है। मैं आज भी नहीं जानता कि फ्रैंक कहाँ है या वह क्या कर रहा है, पर यहाँ जो कुछ हुआ, वह इसलिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह बताता है कि यह तकनीक कितनी शक्तिशाली हो सकती है और किस तरह आप उन लोगों की ज़िंदगी बदल सकते हैं जिसकी आपको क़तई उम्मीद नहीं होगी।

हो सकता है कि कहीं पर फ्रैंक का नेटवर्क मार्केटिंग का बिज़नेस हो...

ऐसा ग्राहक जिसकी कोई प्राथमिकता ही न हो

कभी-कभार आपका किसी ऐसे संभावित ग्राहक से पाला पड़ता है जिसकी कोई प्राथमिकता ही नहीं होती।

कई लोगों के पास प्राथमिकता दो कारणों से नहीं होती।

पहला कारण तो यह कि उनकी सचमुच कोई प्राथमिकता होती ही नहीं है और नंबर दो या नंबर तीन प्राथमिकताएँ भी नहीं होतीं। इस तरह के मामले में उन्हें धन्यवाद दें और अगले संभावित ग्राहक की खोज में चल दें। अपना समय ऐसे लोगों के साथ बर्बाद न करें जिनके पास कोई आशा, सपना या प्राथमिकता न हो। दूसरा कारण यह होता है कि वे प्राथमिकता चुनने में इसलिए भी डरे हुए हो सकते हैं क्योंकि उन्हें इसके अनुसार काम करने पर मजबूर होना पड़ेगा।

इस तरह के संभावित ग्राहकों से कैसे निबटा जाए :

आप : आपकी पहली प्राथमिकता क्या है?

संभावित ग्राहक : सच कहूँ तो इनमें से कोई भी नहीं...

आप : कोई भी नहीं?

संभावित ग्राहक : नहीं, इनमें से कोई भी अभी मेरे लिए महत्वपूर्ण नहीं है।

आप : (सामान्य रूप से) अच्छा, अगर इनमें से कोई प्राथमिकता महत्वपूर्ण होती, तो कौन सी होती?

संभावित ग्राहक : अगर कोई प्राथमिकता महत्वपूर्ण होती... तो शायद आर्थिक स्वतंत्रता ही होती।

आप : आर्थिक स्वतंत्रता ही क्यों?

संभावित ग्राहक : क्योंकि पैसे का होना काफ़ी महत्व रखता है और...

अब आप पाँच ठोस सोने के सवालों को पूछना जारी रख सकते हैं।

मौन की शक्ति

सवाल पूछने के बाद जब तक आपका संभावित ग्राहक अपना जवाब पूरा न दे दे, आप एकदम चुप रहें। प्राथमिकता चुनने में उसकी सहायता करने के सारे प्रलोभनों पर क़ाबू पाएँ, क्योंकि यह विचार पूरी तरह उसका होना चाहिए, आपका नहीं। उसे आपको बताना चाहिए कि वह आपके बिज़नेस में क्यों शामिल होना चाहता है। संभावित ग्राहक के जीवन में शायद पहली बार किसी ने उससे इतने महत्वपूर्ण सवाल पूछे हैं और उसे ख़ुद जवाब देने का अवसर दिया होगा। अगर आपके संभावित ग्राहक से पहले भी नेटवर्क मार्केटिंग के लिए किसी ने पूछा होगा तो भी शायद पहली बार ही किसी ने उससे यह सवाल पूछकर चुप्पी साधी होगी। आपके संभावित ग्राहक के जवाब उस प्रतिबद्धता के बारे में भी बताएँगे जो वह बिज़नेस में लंबी अवधि के लिए अपनाएगा।

भेड़ों को बकरियों से अलग कैसे करें?

पाँच ठोस सोने के सवालों के जवाब संभावित ग्राहक जितनी गंभीरता और गहराई से देगा, उससे आपको यह पता चल जाएगा कि वह

Scanned by CamScanner

व्यवसाय में कितना प्रेरित और प्रतिबद्ध रहेगा। यदि उसके जवाब लापरवाहीपूर्ण, अविश्वसनीय या असंतोषजनक हों तो आपको सावधानी से यह सोचना होगा कि आपको उसे नेटवर्क मार्केटिंग में शामिल करने का निमंत्रण देना चाहिए या नहीं। जब तक आपके संभावित ग्राहक के सीने में आग न हो, तब तक वह शिकायत करने के सिवा कुछ और नहीं करेगा। अगर पाँच ठोस सोने के सवालों के उसके जवाब कमज़ोर हों तो बेहतर होगा कि आप कोई नया ग्राहक खोज लें। जो संभावित ग्राहक कमज़ोर प्रतिक्रिया देते हैं उनकी कार्यशैली भी कमज़ोर होगी और वे लगातार आपका समय बर्बाद करेंगे। प्राथमिकताओं और सपनों से भरे ग्राहक निश्चित ही सफल होंगे, भले ही आप उनकी सहायता करें या न करें।

> **प्राथमिकता वाले संभावित ग्राहक हमेशा सफल होंगे,**
> **आप केवल इस प्रक्रिया की गति बढ़ा सकते हैं।**

नेटवर्क मार्केटिंग व्यवसाय बनाना एक बगीचा लगाने की तरह है। आप ज़मीन खोदते हैं, खाद डालते हैं, घास-फूस को हटा देते हैं और यह सुनिश्चित कर लेते हैं कि यह बुरे मौसम से बचा रहे। पर फिर भी कुछ ही बीज उग पाते हैं जबकि बाक़ी नष्ट हो जाते हैं। आप केवल यह कर सकते हैं कि आप उन्हें खाद-पानी दें और घास-फूस को हटा दें। मज़बूत बीज आपकी देखभाल के बिना भी पनप जाएँगे।

अगर आप कमज़ोर बीज बो रहे हैं तो आपको हमेशा उनकी देखभाल करनी होगी और उनके बढ़ने की आशा करनी होगी। यह सोचने की ग़लती कभी न करें कि एक कमज़ोर बीज को प्रोत्साहन दिया जाए तो वह एक मज़बूत और सुंदर पौधे में बदल सकता है। ऐसा कभी-कभार ही होता है। असली रहस्य है मज़बूत बीज बोना। यही पाँच ठोस सोने के सवालों का लक्ष्य है- इसके पहले कि आप उन्हें बोने का फ़ैसला करें ये सवाल बीज की संभावित शक्ति का परीक्षण करेंगे।

अगर कोई संभावित ग्राहक सवालों का जवाब देते समय मज़बूत नहीं लगता तो वह आपके लिए ग़लत ग्राहक हो सकता है। शायद

उसका समय-निर्धारण ही ग़लत हो। या वह केवल आपके सामानों का ख़रीदार ही बन सकता हो। आप भले ही कितने भी संभावित ग्राहकों को प्रायोजित करें पर अपना अधिकतर समय मज़बूत बीजों को दें।

समूह के साथ सूची का प्रयोग

थोड़े से अभ्यास के बाद आप देखेंगे कि आपने संभावित ग्राहकों के समूह के सामने प्रस्तुति करने का आश्चर्यजनक तरीक़ा खोज लिया है। आप या तो तैयार *पी.एम.एफ़.* सूची का इस्तेमाल कर सकते हैं या समूह के लोगों से पूछ सकते हैं कि वे नेटवर्क मार्केटिंग समूह में क्यों शामिल होना चाहेंगे। तैयार सूची के साथ आप किसी से भी यह सवाल पूछ सकते हैं, 'आपकी पहली प्राथमिकता क्या है?' और फिर रुक जाएँ। इसी प्रक्रिया को दूसरे और तीसरे संभावित ग्राहक के साथ दोहराएँ और बहुत जल्दी आप पाएँगे कि पूरा समूह आपको बता रहा होगा कि वे इस बिज़नेस में क्यों शामिल होना चाहते हैं।

अगर आप प्रस्तुति के दौरान हाथ से सूची बनाना ज़्यादा पसंद करते हों तो प्राथमिकता बताने वाले हर व्यक्ति से आप पूछ सकते हैं, 'आपने इसी को क्यों चुना?' और फिर सभी सवालों को एक-एक कर पूछते जाएँ। यह बड़ा मज़ेदार होगा जब पूरा समूह एक-दूसरे को बताएगा कि शामिल होना क्यों महत्वपूर्ण है- और इस दौरान आपको कुछ भी नहीं कहना पड़ेगा। आपको केवल अपना सिर हिलाते जाना है और उनका उत्साह बढ़ाना है।

3

योजना दिखाएँ

यहाँ पर अधिकतर नेटवर्क मार्केटिंग कार्यकर्ता बहुत अच्छे होते हैं। यहाँ पर आप यह बताते हैं कि आपकी योजना उन आशाओं, सपनों और

Scanned by CamScanner

डरों का समाधान है जो आपने दूसरी कुंजी 'सही बटन ढूँढ़ें' द्वारा खोजे थे। आपको दिए गए प्रशिक्षण से आपको अपनी व्यावसायिक योजना को प्रस्तुत करने का ऐसा तरीक़ा निस्संदेह मिल जाएगा जो आज़माया हुआ होगा और जिससे अपेक्षित परिणाम प्राप्त होंगे।

फिर भी, यह अत्यंत महत्वपूर्ण है कि आप अगले वक्तव्य को समझ लें :

> *व्यावसायिक योजना केवल एक समस्या का समाधान है,*
> *या एक सपने को साकार करने का तरीक़ा है।*

समाधान तार्किक रूप से सही होना चाहिए। पर तर्क का प्राभाव केवल दिमाग़ पर पड़ता है। पाँच ठोस सोने के सवाल भावनाओं के ताले को खोलते हैं और संभावित ग्राहक को प्रेरित करते हैं कि वे अपने समाधान स्वयं खोजें। अगर आपने समाधान देने से पहले ही सामने वाले के प्राथमिक प्रेरणा घटक को नहीं खोजा है तो हो सकता है कि संभावित ग्राहक उस समय तो उत्साहित हो जाए पर बाद में वह भावनात्मक रूप से प्रेरित या प्रतिबद्ध नहीं होगा।

इसी कारण अधिकतर संभावित ग्राहकों का उत्साह कुछ ही दिनों में ठंडा पड़ जाता है।

उदाहरण के तौर पर–

'तो इसका मतलब है कि आप अपना भाग्य स्वयं बना सकते हैं
और आपके पास अपने परिवार के साथ बिताने के लिए
ज़्यादा समय होगा।'

या

'इसका मतलब है कि आप आराम से रिटायर हो सकते हैं और
आपको हर वह आराम मिलेगा जो आपके अनुसार
आपको चाहिए।'

जब आप व्यावसायिक योजना बनाते समय अपने संभावित

Scanned by CamScanner

ग्राहक के ही शब्दों को दोहराते हैं तो यह बात उनके लिए व्यक्तिगत बन जाती है। यह अर्थपूर्ण और प्रेरणादायक बन जाती है, क्योंकि वे विचार व शब्द उनके होते हैं, आपके नहीं।

4 सौदा पक्का करें

अगर आप इन तकनीकों का पूरी तरह पालन करते हैं तो अपने संभावित ग्राहक से अपनी योजना में शामिल होने के लिए आग्रह करना कोई बड़ी बात नहीं रह जाती। उनके खुद के भीतर इतना उत्साह पैदा हो जाना चाहिए कि वे बिज़नेस शुरू करने के लिए बेताब हो जाएँ। हमेशा अपनी प्रस्तुति को इस नज़रिए के साथ रखें जैसे तत्काल शुरुआत करना एक स्वाभाविक प्रक्रिया हो। आपकी शैली व्यावसायिक तो हो, परंतु सहज भी हो, जैसे आप हर रोज़ यही सब करते हैं।

जब आपको लगे कि आपके संभावित ग्राहक ने बिज़नेस में शामिल होने का मन बना लिया है तो याद रखें, आप उसे तुरंत शामिल होने का निमंत्रण अवश्य दें।

हमेशा विश्वासपूर्ण व निश्चित बने रहें और उसे बताएँ कि आप उसे शामिल करना चाहते हैं। आज ही- न कि अगले दिन।

यह पद्धति काम क्यों करती है?

चार कुंजियों वाली पद्धति 'हाँ' तक पहुँचने का आज़माया हुआ नुस्ख़ा है इसलिए इससे अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए आपको इस फ़ॉर्मूले का पूरी तरह पालन करना है। मैं जिन नेटवर्क मार्केटिंग कार्यकर्ताओं से मिला हूँ उनमें से अधिकतर *'बर्फ पिघलाएँ'* स्तर पर अच्छा प्रदर्शन करते हैं। उन्होंने सीख लिया है कि लोगों से दोस्ताना ढंग से बात कैसे की जाए और किस तरह उनसे तालमेल बैठाया जाए। अधिकतर नेटवर्क मार्केटिंग कार्यकर्ता *'सही बटन ढूँढ़ें'* स्तर पर अधिक प्रभावी नहीं होते हैं- वे *बर्फ पिघलाएँ* से सीधे *सही बटन दबाएँ* पर पहुँच जाते हैं। यह मान भी लिया जाए कि व्यावसायिक योजना की

Scanned by CamScanner

उनकी प्रस्तुति श्रेष्ठ रहती हो, तो भी यह आवश्यक नहीं है कि संभावित ग्राहक शामिल होने के लिए प्रेरित हो जाएँगे क्योंकि वे भावनात्मक रूप से तैयार नहीं हो पाते।

यही प्रमुख कारण है जिसकी वजह से कई संभावित ग्राहक आपकी योजना की प्रस्तुति से रोमांचित तो हो जाते हैं, पर एक-दो दिन बाद ही उनका उत्साह पूरी तरह से ठंडा पड़ जाता है। कुछ नेटवर्क मार्केटिंग कार्यकर्ता तो योजना दिखाने में इतने तल्लीन हो जाते हैं कि वे विचार को बेच तो सकते हैं पर वे इतना ज़्यादा बोलते हैं कि उन्हें इसे वापस ख़रीदना पड़ता है।

आपकी व्यावसायिक योजना आपके संभावित ग्राहकों के उन कष्टों का समाधान है जिन्हें वे दूर करना चाहते हैं और उन लाभों का समाधान है जो वे प्राप्त करना चाहते हैं। इसलिए योजना दिखाने का तब तक कोई अर्थ नहीं है जब तक कि आप संभावित ग्राहक का प्राथमिक प्रेरणा घटक न खोज लें और उन्हें इसके बारे में आवेशित न कर दें।

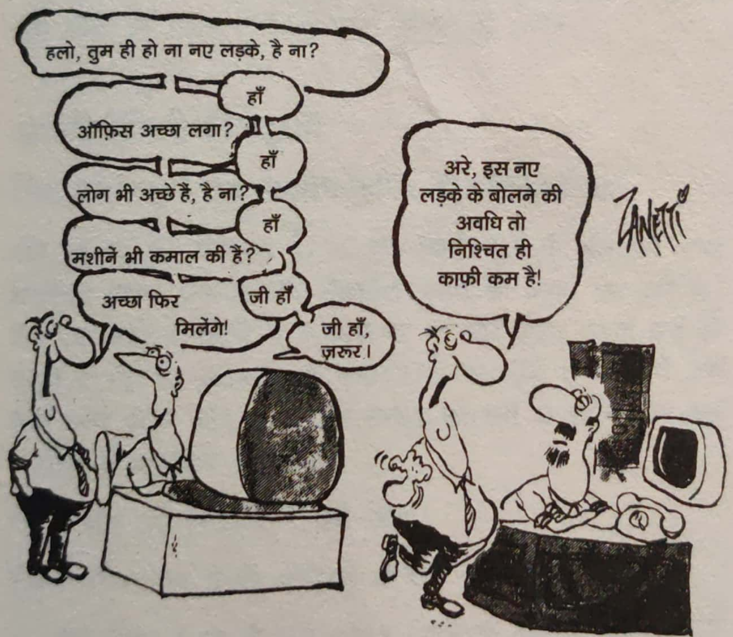
अगर आप *सही बटन ढूँढ़ें* में श्रेष्ठ हों तो आपको *सौदा पक्का करें* की स्थिति के बारे में अधिक चिंतित होने की आवश्यकता नहीं है। अगर आप जानते हैं कि संभावित ग्राहक को किस तरह भावनात्मक रूप से विचलित किया जा सकता है तो वे अपनी समस्याओं के लिए स्वयं समाधान खोजना प्रारंभ कर देंगे।

इस तरह *सही बटन ढूँढ़ना* और उसे *दबाना* और अपना नेटवर्क बनाना आपके लिए एक सरल कार्य बन जाएगा।

Scanned by CamScanner

खंड तीन

सशक्त प्रस्तुति के छह महत्वपूर्ण उपाय



Scanned by CamScanner

यहाँ पर छह छोटे परंतु बहुत प्रभावी उपाय दिए गए हैं जो आपकी प्रस्तुतियों को दमदार बना देंगे।

उपाय 1 : पुल बनाना

पुल बनाना एक तकनीक है जो चर्चा को जारी रखती है और उस परिस्थिति को टालती है जिसमें या तो आप बहुत ज़्यादा बातें करते हैं या आपका संभावित ग्राहक बहुत कम बातें करता है।

अगर आप कोई महत्वपूर्ण सवाल पूछें और जवाब में आपको एक छोटा सा उत्तर मिले तो आप कुंठित हो जाएँगे।

असली ज़िंदगी की कहानी

किस तरह स्यू ने एक भावहीन व्यक्ति को प्रभावित किया

यहाँ पर स्यू का उदाहरण है, जो एक डिस्ट्रीब्यूटर थी और वह अपने संभावित ग्राहक फ्रेड के साथ तालमेल बनाने का प्रयास कर रही थी। फ्रेड एक कंप्यूटर कंपनी में काम करता था और उसने अपनी लंच की छुट्‌टी में स्यू को मुलाक़ात का समय दिया था। फ्रेड शुरुआत में ज़रा रूखा नज़र आया और वह बातूनी स्वभाव का नहीं था इसलिए स्यू शुरू में थोड़ी निरुत्साहित हो गई।

स्यू : आप इस बिज़नेस में कैसे आए?

फ्रेड : मेरी हमेशा से ही कंप्यूटरों में रुचि थी।

इस संबंध में स्यू के पास अधिक जानकारी नहीं थी, इसलिए उसे बात बढ़ाने के लिए अगला सवाल पूछना पड़ा।

स्यू : आपको कंप्यूटर के बिज़नेस में सबसे अच्छी बात क्या लगती है?

फ्रेड : यह लगातार बदलता रहता है।

दोबारा दिए गए इस छोटे जवाब ने स्यू को फिर से मजबूर कर

दिया कि वह अगला सवाल पूछे ताकि बातचीत का सिलसिला जारी रह सके। समस्या यह थी कि अगर वह ढेर सारे अच्छे सवाल भी पूछती तो भी कुछ समय बाद बातचीत किसी इंटरव्यू की तरह लगती जिसमें स्यू की भूमिका पुलिस कमिश्नर जैसी हो जाती।

छोटे जवाब देने वाले संभावित ग्राहक को सँभालने का श्रेष्ठतम तरीक़ा यह है कि उनसे चर्चा करते समय पुल बनाए जाएँ। शक्तिशाली पुल हैं :

अर्थात/यानी...
उदाहरण के तौर पर...
फिर...
इसलिए...
तब आपने...
इसका मतलब है...

हर पुल के बाद आपको चुप हो जाना चाहिए। सौभाग्य से, स्यू ने पुलों का उपयोग करना सीख लिया था और फ्रेड के साथ उसकी चर्चा इस तरह चली–

स्यू : आप इस व्यवसाय में कैसे आए, फ्रेड?

फ्रेड : मेरी हमेशा से ही कंप्यूटरों में रुचि थी।

स्यू : यानी...

फ्रेड : यानी... नेटवर्क सिस्टम को बड़े और मध्यम आकार की कंपनियों में लगाना।

स्यू : इसका मतलब है...

फ्रेड : इसका मतलब है कि मैं किसी भी कंपनी की कार्यप्रणाली में सुधार के लिए ऐसा सॉफ़्टवेअर तैयार करने में सहायता करता था जिससे ज़िंदगी आसान हो जाए।

स्यू : उदाहरण के तौर पर?

फ्रेड : उदाहरण के तौर पर, कल ही की बात लें। कल मैंने एक कंपनी

में अपना सिस्टम लगाया। उस कंपनी में गंभीर लेखांकन समस्याएँ थीं। उन्होंने मुझे बुलाया और...

इस मामले में स्यू ने न केवल सफलतापूर्वक एक क़िला जीत लिया था बल्कि वह इंटरव्यू लेने वाले की तरह भी नहीं लगी थी। और उसने ज़्यादा शब्दों का प्रयोग भी नहीं किया था। वह फ्रेड के बारे में अधिक से अधिक उपयोगी जानकारी प्राप्त कर रही थी और वह अपने पहले नंबर के विषय पर बातें कर रहा था- वह ख़ुद।

जब आप पुल का प्रयोग करें, तो यह तीन काम करें-

1. आगे की ओर झुकें, हथेली खोलकर आगे करें।
2. पुल के आख़िरी अक्षर को थोड़ा खींचें।
3. पीछे टिक जाएँ और चुप हो जाएँ।

बात बढ़ाने के लिए पुलों का प्रयोग

हथेली खोलकर आगे की ओर झुकने से दो संकेत संप्रेषित होते हैं। पहला तो यह कि बिना शब्दों के ही इससे यह पता चलता है कि आप ख़तरनाक नहीं हैं और दूसरा संकेत यह कि इससे श्रोता को यह

Scanned by CamScanner

पता चलता है कि अब बातें करने की उसकी बारी है क्योंकि आपने नियंत्रण उसके हाथ में सौंप दिया है। पुल के आख़िरी अक्षर को खींचने से यह लगभग एक सवाल के रूप में बदल जाता है, जबकि यदि इसे न खींचा जाए तो यह एक वक्तव्य की तरह लगेगा।

उदाहरण के तौर पर :

फ्रेड : ताकि बिज़नेस ज़्यादा अच्छे ढंग से चल सके।

स्यू : यानी... ?

फ्रेड : यानी इससे लोगों की ज़िंदगी ज़्यादा आसान हो जाती है और वे अपने ग्राहकों को बेहतर सेवाएँ दे सकते हैं। आप जानती ही होंगी अधिकतर कंपनियों में कोई अच्छा सिस्टम नहीं होता और...

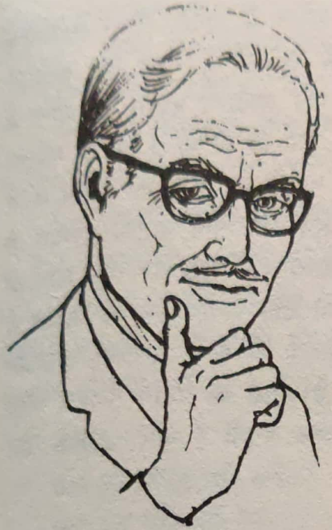
यदि पुल के आख़िरी अक्षर को नहीं खींचा जाए तो यह एक विचार या वक्तव्य की तरह लगेगा, जो अपमानजनक भी लग सकता है।

जब आप पुल का प्रयोग कर लें तो इसके बाद चुप हो जाएँ। अनंत सी प्रतीत होती ख़ामोशी से न घबराएँ और अपने ज्ञान के मोती बिखेरने के लालच से बचें। पुल के प्रयोग के बाद कुछ देर तक चुप्पी छा सकती है। आपकी खुली हथेली यह बताती है कि अब आपने बोलने की ज़िम्मेदारी संभावित ग्राहक को दे दी है, इसलिए अब आप उसे ही बोलने दें।

सुनने की देहभाषा

यहाँ एक उदाहरण दिया जा रहा है कि पुल बनाने से किस तरह छुपी हुई प्रेरणाओं को सामने लाया जा सकता है और संभावित ग्राहकों से किस तरह जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

नियंत्रण दे देने के बाद आप पीछे की ओर टिक जाएँ और अपने हाथ को अपनी ठुड्डी पर रख लें और इस तरह मूल्याकन की स्थिति



में आ जाएँ। इससे सुनने वाले को तत्काल यह मालूम पड़ जाता है कि उसे बातचीत शुरू करनी है क्योंकि आप पीछे टिके हुए हैं।

उदाहरण के लिए, अगर आपके संभावित ग्राहक ने आर्थिक स्वतंत्रता को अपनी पहली प्राथमिकता चुना है-

आप : आपकी पहली प्राथमिकता क्या है?

संभावित ग्राहक : आर्थिक स्वतंत्रता।

आप : आपने इसी को क्यों चुना?

संभावित ग्राहक : क्योंकि यह महत्वपूर्ण है। ज़िंदगी में मैं जो भी करना चाहता हूँ उसके लिए मुझे पैसों की ज़रूरत है।

आप : (आगे झुकते हुए, हथेली खुली रखकर) यानी...?

संभावित ग्राहक : यानी मेरे पास अपने बच्चों को अच्छी शिक्षा देने के लिए और आरामदेह ज़िंदगी जीने के लिए पर्याप्त पैसा होना चाहिए।

आप : (आगे झुकते हुए, हथेली खुली रखकर) आरामदेह यानी...?

संभावित ग्राहक : यानी मेरे पास लंबी छुट्टियों पर जाने के लिए पैसा हो, मैं नई कार ख़रीद सकूँ और कभी-कभी थोड़ी-बहुत विलासिता की चीज़ें भी ख़रीद सकूँ।

आप : उदाहरण के तौर पर?

संभावित ग्राहक : उदाहरण के तौर पर अगर मैं यात्रा करना चाहूँ तो मैं इस योग्य बन सकूँ कि...

'यानी' और 'उदाहरण के तौर पर' इन दोनों पुलों का प्रयोग करने से आपका संभावित ग्राहक वह सब बताने लगेगा जो वह सोचता

है, अनुभव करता है और विश्वास करता है, और, सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि आप ज़्यादा बातें नहीं कर रहे हैं। पुल एक तरह से खुले सवाल होते हैं। प्रस्तुतियों में उनका श्रेष्ठतम प्रयोग तब होता है जब लोग अपने बारे में ज़्यादा बातें न कर रहे हों या वे आपके सवालों का छोटा जवाब दे रहे हों। जब आप पहली बार पुलों का प्रयोग करेंगे तो आपको अजीब लगेगा (ख़ासकर तब जब आप बातूनी स्वभाव के हों) क्योंकि पुल के प्रयोग के बाद बातचीत में कुछ देर तक ख़ामोशी छा जाती है। पर आपके श्रोता को तो छोटे जवाब देने की आदत है इसलिए उसे चर्चा में ख़ामोशी की आदत भी होगी, इसलिए उसे यह ख़ामोशी पूरी तरह स्वाभाविक लगती है। पुलों का प्रयोग मज़ेदार होता है क्योंकि उनसे प्रस्तुतियाँ अधिक रोचक बनती हैं और आपको मौन नियंत्रण की शक्ति भी मिलती है।

उपाय 2 : सिर हिलाने की तकनीक

अधिकतर लोग यह नहीं जानते कि सिर हिलाना एक सशक्त और विश्वास दिलाने वाली तकनीक है। अधिकांश देशों में सिर हिलाना या गर्दन ऊपर-नीचे करना सहमति दर्शाता है। इसका अर्थ है शरीर को झुकाना या नीचे करना, जो यह बताता है, 'मैं आपके सामने झुक जाता हूँ, मैं आपकी इच्छाओं के अधीन हूँ।' तो यह एक तरह की झुकने की क्रिया है।

सिर झुकाने की तकनीक के दो सशक्त उपयोग हैं। देहभाषा हमारी अंदरूनी भावनाओं की बाहरी अभिव्यक्ति है। अगर आप सकारात्मक महसूस करते हैं तो बोलते समय आपका सिर अपने आप नीचे की ओर हिलने लगेगा। अगर आप तटस्थ अनुभव करते हों और फिर भी जान-बूझकर अपना सिर हिलाने लगें तो आप सकारात्मक भावनाएँ अनुभव करने लगेंगे। दूसरे शब्दों में, सकारात्मक भावनाओं से सिर नीचे की ओर हिलने लगता है- इससे उलटा भी बिल्कुल सही है। सिर हिलाने से भी सकारात्मक भावनाएँ उत्पन्न होती हैं।

Scanned by CamScanner

अगर आप सकारात्मक अनुभव करते हैं तो अपना सिर हिलाना शुरू कर देंगे। अगर आप अपना सिर हिलाना शुरू कर देते हैं तो आप सकारात्मक महसूस करने लगेंगे।

सिर हिलाने की क्रिया संक्रामक होती है। अगर मैं आपकी बातों पर सिर हिलाता हूँ तो आप भी सिर हिलाने लगेंगे- भले ही आप मेरी बात से सहमत न हों। सहमति और सहयोग प्राप्त करने का यह एक अद्भुत मंत्र है। फिर अपने हर वाक्य को शाब्दिक सहमति के शब्दों के साथ समाप्त करें-

है ना?
क्या आप ऐसा नहीं करेंगे?
क्या यह सही नहीं है?
ठीक है ना?

जब वक्ता और श्रोता दोनों अपने सिर हिलाते हैं तो श्रोता को सकारात्मक भावनाओं का अनुभव होता है और इससे सकारात्मक परिणाम निकलने की अधिक संभावना होती है। सिर हिलाने की कला आसानी से सीखी जा सकती है और एक सप्ताह के भीतर आप इसे अपने देहभाषा संकेतों का स्थायी हिस्सा बना सकते हैं।

सिर हिलाने की तकनीक का दूसरा लाभ यह है कि इससे चर्चा आगे बढ़ती है। यह इस तरह होता है। जब आप एक खुला सवाल पूछ लेते हैं या एक पुल का उपयोग करते हैं और श्रोता जवाब देता है, तो आप उसके जवाब देते समय अपने सिर को हिलाएँ। जब वह बोलना ख़त्म कर चुके तो भी अपने सिर को एक बार प्रति सेकंड की दर से पाँच बार हिलाना जारी रखें। सामान्यतः चार सेकंड बाद ही श्रोता दोबारा बोलना शुरू कर देता है और आपको अधिक जानकारी देने लगता है। और जब तक आप पीछे की ओर टिके हैं और आपका हाथ आपकी ठुड्डी पर रहता है तब तक बोलने के लिए आप पर कोई भी दबाव नहीं होता। इस तरह से आप एक प्रश्नकर्ता की तरह नहीं लगेंगे। जब आप सुनें तो अपने एक हाथ को अपनी ठुड्डी पर रखें

Scanned by CamScanner

और उसे धीरे-धीरे थपथपाएँ। इन संकेतों के अध्ययन से ज्ञात हुआ है कि इनसे संभावित ग्राहकों को लंबे समय तक बोलते रहने का प्रोत्साहन मिलता है।

पुरुष का ठुड्डी सहलाना

महिला का ठुड्डी सहलाना

उपाय 3 : न्यूनतम प्रोत्साहक

जब दूसरा व्यक्ति बोल रहा हो तो न्यूनतम प्रोत्साहकों के प्रयोग द्वारा उसे बोलते रहने के लिए प्रोत्साहित करें। न्यूनतम प्रोत्साहक यह हैं :

अच्छा...
आह...
सच?
फिर क्या हुआ?

न्यूनतम प्रोत्साहक दूसरे व्यक्ति द्वारा दी जा रही जानकारी की मात्रा में दोगुनी से भी अधिक वृद्धि कर सकते हैं।

सिर हिलाने की तकनीक और पुलों के साथ मिल जाने के बाद, न्यूनतम प्रोत्साहक आपके सबसे प्रभावी यंत्र बन जाते हैं जिनके द्वारा आप अपनी प्रस्तुति को बेहतर ढंग से जारी रख सकते हैं।

Scanned by CamScanner

उपाय 4 : आँखों पर क़ाबू कैसे करें?

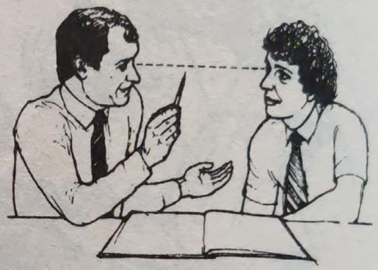
शोध से पता चला है कि आमने-सामने की प्रस्तुति में किसी व्यक्ति के दिमाग़ तक पहुँची जानकारी में से 87% आँखों के माध्यम से पहुँचती है, 9% कानों के द्वारा और शेष 4% अन्य इंद्रियों के द्वारा।

उदाहरण के तौर पर, अगर आपका संभावित ग्राहक आपके बोलते समय आपकी दृश्य-प्रस्तुति की ओर देख रहा हो और आपका संदेश उसके द्वारा देखी जाने वाली चीज़ से संबंधित न हो, तो वह आपके संदेश का केवल 9% ही ग्रहण कर पाएगा। अगर आप यात्रा के बारे में बातें करते समय एक घर की तस्वीर बनाने लगेंगे, तो उसे आपकी बात समझने में ख़ासी मुश्किल होगी। अगर आपकी बातें आपकी दृश्य-प्रस्तुति से संबद्ध हैं तो भी वह आपके संदेश का केवल 25 से 30 प्रतिशत तक ही ग्रहण कर पाएगा और वह भी तब, जब वह दृश्य-प्रस्तुति की ओर देख रहा हो, न कि सीधे आपकी ओर।

अधिकतम नेत्र नियंत्रण बनाए रखने के लिए अपनी प्रस्तुति की ओर इशारा करने के लिए एक पेन का प्रयोग करें। और साथ ही साथ आपका संभावित ग्राहक जो देख रहा हो, उसे शब्दों में स्पष्ट करें। इसके बाद आप नेत्र केंद्र उपकरण से अपने पेन को हटा लें और उसकी तथा अपनी आँखों के बीचोंबीच रख लें और बोलते समय अपना सिर

Scanned by CamScanner

हिलाते रहें।



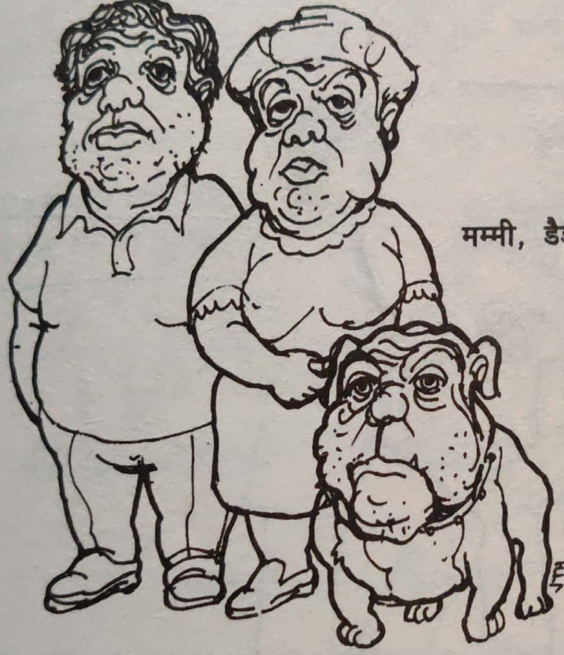
नेत्र–नियंत्रण के लिए पेन का प्रयोग

पेन के ऊपर से अपने संभावित ग्राहक की आँखों में देखें और पेन से इशारा वहीं करें जहाँ आप देख रहे हों। इससे आपके संभावित ग्राहक के सिर पर चुंबकीय प्रभाव पड़ने से वह सिर उठाकर आपकी आँखों में देखेगा और तब आप जो कह रहे हैं वह पूरी तरह से देखेगा और सुनेगा और आपके संदेश का उस पर अधिकतम प्रभाव पड़ेगा। यह सुनिश्चित कर लें कि आप जब बोल रहे हों तो आपके दूसरे हाथ की हथेली दिख रही हो ताकि भयहीन वातावरण निर्मित हो सके।

उपाय 5 : प्रतिरूपण

जब दो लोग एक-दूसरे के साथ मानसिक रूप से एकाकार होते हैं तो उनके शरीर भी आपसी तालमेल दिखाने के लिए प्रेरित होते हैं और वे एक जैसी मुद्राएँ यहाँ तक कि एक जैसे हाव-भाव अपना लेते हैं। इस व्यवहार का उद्देश्य दोनों के बीच तालमेल बनाना और संघर्ष टालना है। इस शब्दविहीन व्यवहार से आप यह कहते हैं, 'मैं भी आपके जैसा ही हूँ और मैं आपसे तथा आपके दृष्टिकोण से सहमत हूँ।'

दूसरे व्यक्ति के साथ 'एकाकार' होने की शुरुआत गर्भावस्था में ही हो जाती है जब हमारी देह-क्रियाएँ और दिल की धड़कन हमारी माँ की लय से तालमेल बना लेती हैं। इसलिए प्रतिरूपण एक ऐसी अवस्था है जिसके प्रति हमारा स्वाभाविक झुकाव रहता है।



मम्मी, डैडी और रोवर

परिणामस्वरूप, जिन लोगों के साथ हमारा तालमेल बैठ जाता है हम अपने आप ही उनकी नक़ल करने लगते हैं। आप इसे व्यावसायिक बैठकों या सामाजिक उत्सवों में उन लोगों के साथ होते देख सकते हैं जिनकी एक-दूसरे से अच्छी पटती है। इसी कारण कई सालों तक एक साथ रहने के बाद लोग एक-दूसरे की तरह दिखने लगते हैं। फिर वे एक कुत्ता ख़रीद लेते हैं जो उन दोनों की तरह दिखता हो।

बंदर जो देखता है, वही करता है

अगले चित्र में खड़े दो लोग प्रतिरूपण का उत्कृष्ट उदाहरण प्रस्तुत करते हैं। वे एक जैसी मुद्राओं में खड़े हैं, उन्होंने अपने गिलास एक ही

Scanned by CamScanner

तरह से पकड़े हुए हैं – शायद उनके पेय पदार्थ भी एक ही हों – उनकी पोशाक एक सी है और उनका शब्दप्रयोग भी एक जैसा है। यदि एक व्यक्ति अपनी जेब में हाथ डालता है तो दूसरा उसकी नक़ल करता है। अगर दूसरा अपने वज़न को अपने दूसरे पैर पर डालता है तो उसका दोस्त भी वैसा ही करता है। जब तक ये दोनों आपस में सहमत होंगे और उनमें तालमेल बना रहेगा, तब तक प्रतिरूपण या प्रतिबिंबन चलता रहेगा।

प्रतिबिंबन दर्शाता है कि तालमेल बन चुका है।

प्रतिरूपण से सामने वाला व्यक्ति 'सहज' होता है। यह तालमेल बनाने वाली एक प्रबल तकनीक है। धीमी गति के वीडियो शोध से पता चलता है कि इसमें एक ही समय में पलक झपकाना, नथुने फुलाना, भृकुटी उठाना और यहाँ तक कि पुतली फैलाना और सिकोड़ना भी शामिल है। यह उल्लेखनीय है, क्योंकि इतने सूक्ष्म-संकेतों की जान-बूझकर नक़ल नहीं की जा सकती।

अच्छा तालमेल बनाना

सामने वाले व्यक्ति की देहभाषा और शाब्दिक भाषा को प्रतिबिंबित करना तत्काल तालमेल बनाने का बहुत बढ़िया तरीक़ा है। जब आप किसी नए व्यक्ति से मिलें तो आप उसकी बैठने की मुद्रा, देह-कोण, हावभाव और आवाज़ के लहज़े को प्रतिबिंबित करें। जल्दी ही उसे ऐसा लगने लगेगा कि आपमें ऐसा कुछ है जो उसे पसंद आ रहा है। वह शायद आपको 'इनके साथ मेरा स्वाभाविक तालमेल है' की श्रेणी में रखेगा। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि वह आपमें अपनी छवि देखता है।

प्रतिबिंबन द्वारा तालमेल बनाना

चेतावनी : नई मुलाक़ात में प्रतिरूपण शुरू करने में जल्दबाज़ी न करें। जब से मैंने अपनी पुस्तक 'बॉडी लैंग्वेज' लिखी है, बहुत से लोग प्रतिरूपण तकनीकों के बारे में जागरूक और जानकार हो चुके हैं और इन तकनीकों को 10 करोड़ से ज़्यादा लोग टीवी और वीडियो पर देख चुके हैं। प्रतिरूपण से पहले कुछ मिनट का इंतज़ार करने में अक्सर समझदारी होती है।

पुरुषों और महिलाओं के बीच प्रतिरूपण असमानताएँ

भावों की अभिव्यक्ति के लिए पुरुषों और महिलाओं के दिमाग़ अलग-अलग तरह से बने हैं। अधिकतर महिलाएँ चेहरे के भावों का

सहारा लेती हैं जबकि पुरुष शरीर की गतियों और संकेतों के द्वारा अपने भावों को अभिव्यक्ति करते हैं।

सामान्यतः एक महिला दस सेकंड की सुनने की अवधि में वक्ता के भावों पर प्रतिक्रिया देते हुए औसतन चेहरे के छह भावों का प्रयोग करती है। उसका चेहरा वक्ता की भावनाओं को प्रतिबिंबित करता है। ध्यान से देखने वाले को ऐसा लगता है मानो दोनों महिलाओं के साथ एक साथ घटनाएँ घट रही हों।

यहाँ दस सेकंड की एक सामान्य श्रृंखला दी जा रही है जिसमें एक महिला के चेहरे से उसके सुने हुए भाव प्रदर्शित हो रहे हैं।

दुख आश्चर्य क्रोध खुशी भय आकांक्षा

महिलाएँ वक्ता की आवाज़ के लहज़े और देहभाषा के द्वारा कही हुई बातों का मतलब समझती हैं और अपने समझे हुए भावों को अपने चेहरे के भावों द्वारा व्यक्त करती हैं। ठीक यही एक पुरुष को करना होता है अगर उसे महिला का ध्यान अपनी तरफ़ खींचना हो या उसे सुनने के लिए मजबूर करना हो। अधिकतर पुरुष सुनते समय चेहरे की अभिव्यक्ति को लेकर हतोत्साहित हो जाते हैं पर अगर आप इसे सीख लेते हैं तो इससे आपको बहुत फ़ायदा होगा।

कई लोग कहते हैं, 'वह सोचेगी कि मैं अजीब हूँ।' पर शोध से पता चलता है कि जब कोई पुरुष महिला की भावनाओं को अपने चेहरे के माध्यम से प्रतिबिंबित करता है तो वह महिला उस पुरुष को अधिक बुद्धिमान, दिलचस्प और आकर्षक समझती है।

जनता में भावनाओं को छुपाने की विकासवादी आवश्यकता के कारण (ताकि संभावित आक्रमण से बचा जा सके) अधिकतर पुरुष

Scanned by CamScanner

सुनते समय मूर्तियों की तरह भावहीन दिखते हैं।

यहाँ दस सेकंड की एक वैसी ही सामान्य शृँखला है जिसमें एक पुरुष का चेहरा उसके सुने हुए भाव दिखा रहा है।

दुख आश्चर्य क्रोध खुशी भय आकांक्षा

यह पुरुष की सुनने की शैली के बारे में मज़ाकिया दृष्टि है, पर इसमें हमें सच्चाई की झलक दिखती है। सुनते समय पुरुष जो भावहीन नक़ाब ओढ़ लेते हैं उससे उन्हें लगता है कि वे स्थिति के नियंत्रण में हैं, पर इसका यह अर्थ नहीं है कि उनमें भावनाएँ नहीं होतीं। ब्रेन स्कैन से पता चलता है कि महिलाओं की तरह ही पुरुष भी भावनाओं को उतनी ही तीव्रता से महसूस करते हैं, परंतु सबके सामने उनका इज़हार करने में झिझकते हैं।

पुरुष के व्यवहार को प्रतिबिंबित करने की कुंजी यह समझ लेने में है कि वह अपने भावों का इज़हार करने के लिए अपने पूरे शरीर का सहारा लेता है- केवल चेहरे का नहीं। बहुत सी महिलाएँ एक भावहीन पुरुष को प्रतिबिंबित करना काफ़ी कठिन मानती हैं पर अगर वे ऐसा कर लेती हैं, तो उन्हें इसके सकारात्मक परिणाम मिलते हैं। अगर आप एक महिला हैं तो इसका मतलब है कि आपको अपने चेहरे के भावों को कम से कम करना होगा ताकि आप भयावह न लगें। सबसे महत्वपूर्ण बात यह कि आप वह प्रतिबिंबित न करें जो आपकी राय में सामने वाला पुरुष महसूस कर रहा है। अगर आपकी राय ग़लत हुई तो परिणाम विनाशकारी होंगे। आपको सिरफिरा या अजीब समझा जाएगा। जो महिलाएँ सुनते समय चेहरा गंभीर बनाए रखती हैं उन्हें पुरुष अधिक बुद्धिमान, कुशल व समझदार समझते हैं।

उपाय 6 : गति निर्धारित करना

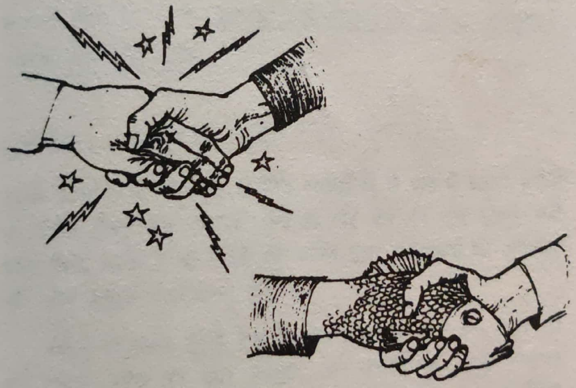
आवाज़ का लहज़ा, उतार-चढ़ाव और बोलने की गति भी प्रतिरूपण के दौरान एक से हो जाते हैं ताकि तालमेल बेहतर बन सके। इसे गति निर्धारित करना कहते हैं और ऐसा लगता है मानो दो लोग एक ही सुर में गा रहे हों। आप अक्सर देखेंगे कि वक्ता अपने हाथों से ताल देकर समय गिनता है जबकि श्रोता अपने सिर झुकाने की लय के द्वारा उससे तालमेल करता है। जब संबंध प्रगाढ़ होते हैं तो देह और भाषायी स्थितियों के प्रतिबिंबन में कमी आ जाती है क्योंकि दोनों लोग एक-दूसरे की आगे आने वाली भावनाओं का अनुमान लगा लेते हैं। दूसरे व्यक्ति के साथ गति निर्धारण तालमेल बनाने का प्रमुख माध्यम बन जाता है।

कभी भी सामने वाले व्यक्ति से ज़्यादा तेज़ गति से न बोलें। सर्वेक्षण से पता चलता है कि यदि कोई उनसे ज़्यादा तेज़ी से बात करता है तो कई लोग 'दबाव' में आ जाते हैं। किसी व्यक्ति के बोलने की गति उसके दिमाग़ द्वारा जानकारी के सचेतन रूप से विश्लेषण करने की क्षमता दर्शाती है। सामने वाले व्यक्ति के समान या उससे कम गति से बोलें और उसके लहज़े के उतार-चढ़ाव को प्रतिबिंबित करें। गति निर्धारण बहुत महत्वपूर्ण है, ख़ासकर फ़ोन पर अपॉइंटमेंट लेते समय क्योंकि वहाँ पर आवाज़ ही आपका एकमात्र अस्त्र है इसलिए आपको इस क्षेत्र में अभ्यास करने की आवश्यकता है।

Scanned by CamScanner

खंड चार

सकारात्मक प्रभाव डालने की छह सशक्त तकनीकें



ख़राब प्रभाव डालने के दो श्रेष्ठ तरीक़े

Scanned by CamScanner

पहला प्रभाव डालने के लिए आपको दोबारा अवसर नहीं मिलता है। शायद आपने अपनी दादी से यह सुना होगा। और यह बताने के लिए उन्हें कंप्यूटर यंत्रों की आवश्यकता भी नहीं पड़ी होगी, जिनके अनुसार चार मिनट से भी कम समय में लोग आपके बारे में 90% राय बना लेते हैं। या यह कि लोग तत्काल आपके बारे में कम से कम 25 निर्णय कर लेते हैं जिनमें आपकी उम्र, आय, शिक्षा, अधिकार, मित्रता और विश्वसनीयता सम्मिलित हैं। वे तो यहाँ तक निर्णय ले लेते हैं कि बिना कोई गारंटी लिए आपको कितना रुपया उधार दिया जा सकता है। सौभाग्य से इनमें से चार क्षेत्र ऐसे हैं जिन पर आपका थोड़ा-बहुत नियंत्रण होता है। ये हैं- आपका हाथ मिलाने का तरीक़ा, मुस्कुराहट, पोशाक और व्यक्तिगत स्थान।

तकनीक 1 : हथेली की शक्ति

हमारी देहभाषा के सर्वाधिक सशक्त संकेतों में से एक है हमारी हथेली का प्रयोग, जिसे हम अक्सर अनदेखा कर देते हैं। जब इसका सही प्रयोग किया जाता है तो हथेली की शक्ति द्वारा प्रयोगकर्ता को अधिकार और मौन प्रभुता मिल जाते हैं।

हथेली के संकेत मुख्य रूप से तीन प्रकार के होते हैं : ऊपर की ओर हथेली, नीचे की ओर हथेली, और हथेली-बंद करके नोकदार तर्जनी। हर स्थिति में शक्ति के अंतर को हम इस उदाहरण में दिखा रहे हैं। मान लीजिए आप किसी को कमरे के अंदर ही दूसरी जगह पर जाने के लिए कहते हैं। हम यह मान लेते हैं कि आप अपनी आवाज़ का लहज़ा एक सा रखते हैं और अपने शब्द तथा चेहरे के भाव भी एक से रखते हैं, केवल आपकी हथेली की स्थिति बदल जाती है। ऊपर की ओर हथेली (चित्र A) अभयदान का संकेत है और इस प्रार्थना पर जिस व्यक्ति से जगह बदलने के लिए कहा जा रहा है वह भयभीत महसूस नहीं करेगा। यह संकेत आदिकाल से प्रयुक्त किया जा रहा है जब गुफ़ामानव इसके द्वारा यह बताता था कि उसके हाथ में कोई हथियार नहीं था।

Scanned by CamScanner

जब आपकी हथेली नीचे की ओर मुड़ी होती है (चित्र B) तो आप तत्काल अधिकार जताना चाहते हैं। जिस व्यक्ति से आप बात कर रहे हैं वह यह महसूस करेगा कि उसे आदेश दिया जा रहा है और वह आपकी बात का बुरा भी मान सकता है- ख़ासकर तब जब उसे लगे कि आपको इस तरह आदेश देने का कोई अधिकार नहीं है।

अगर आप प्रस्तुति दे रहे हैं और हथेली को लगातार नीचे की ओर रखे हुए हैं तो श्रोता आपको नकार देंगे।

चित्र C में बताई गई उंगली एक तरह की प्रतीकात्मक छड़ी बन जाती है जिसके माध्यम से वक्ता श्रोता को प्रतीकात्मक रूप से पीटकर उससे आत्मसमर्पण करवाना चाहता है। उंगली दिखाना सबसे अधिक चिढ़ाने वाले संकेतों में से एक है, विशेषकर तब जब श्रोता वक्ता के शब्दों के साथ समय की लय बना रहा हो।

नीचे-हथेली और उंगली दिखाने के संकेतों पर किए गए शोध से पता चलता है कि श्रोता इन संकेतों का प्रयोग कर रहे वक्ताओं को अधिक आक्रामक, शक्तिशाली, घमंडी या अक्खड़ बताते हैं और वक्ताओं द्वारा क्या कहा गया यह ठीक से नहीं बता पाते। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि श्रोता तो वक्ता के दृष्टिकोण के बारे में ही निर्णय ले रहा होता है और उसकी बात को ठीक से सुनता ही नहीं है।

अगर आपको उंगली उठाने की आदत है तो प्रयास करें कि आप हथेली-ऊपर और हथेली नीचे की स्थितियों का अभ्यास करें। आप पाएँगे कि इन स्थितियों के सम्मिश्रण से आप अधिक आरामदेह माहौल बना सकते हैं और अपने श्रोताओं पर अधिक सकारात्मक प्रभाव डाल सकते हैं।

तकनीक 2 : हाथ मिलाना

हाथ मिलाना गुफामानव युग का अवशेष है। जब भी गुफामानव मिलते थे, वे अपने हाथ आगे करके हथेलियाँ ऊपर करके यह दिखाते थे कि उन्होंने कोई भी हथियार नहीं पकड़ा या छुपाया है। हवा-में-हथेलियाँ उठाने का यह संकेत सदियों संशोधित हुआ है और एक हथेली-उठी हुई या हृदय-पर-हथेली जैसे बहुतेरे संकेतों में बदल गया है। इस प्राचीन अभिवादन प्रतीक का आधुनिक प्रकार है हथेलियों द्वारा एक-दूसरे को जकड़ा जाना और हथेलियों को हिलाना- यह मुलाक़ात के प्रारंभ और अंत दोनों वक़्त होता है। सामान्यतः हाथ तीन से पाँच बार जुड़ते हैं।

हम पहले ही बता चुके हैं कि किसी आदेश में हथेली-ऊपर और हथेली-नीचे की स्थितियों का क्या प्रभाव पड़ता है। आइए, इसे ध्यान में रखते हुए हम हाथ मिलाने में इन दोनों स्थितियों की प्रासंगिकता खोजें।

कल्पना कर लें कि आपने किसी नए व्यक्ति से हाथ मिलाकर अभिवादन किया है। तीन मूलभूत प्रतिक्रियाओं में से एक संप्रेषित होगी :

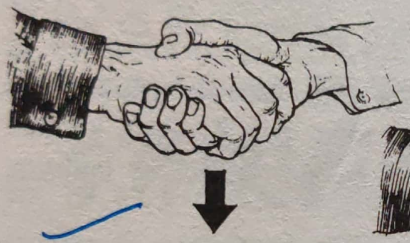
1. **अधिकार :** यह व्यक्ति मुझ पर हावी होने या अधिकार जमाने का प्रयास कर रहा है। बेहतर होगा कि मैं चोकस रहूँ।
2. **समर्पण :** मैं इस व्यक्ति पर अधिकार जमा सकता हूँ। यह वही करेगा जो मैं चाहूँगा।
3. **समानता :** मैं इस व्यक्ति को पसंद करता हूँ। हम दोनों की ख़ूब जमेगी।

यह प्रतिक्रियाएँ अचेतन द्वारा संप्रेषित होती हैं।

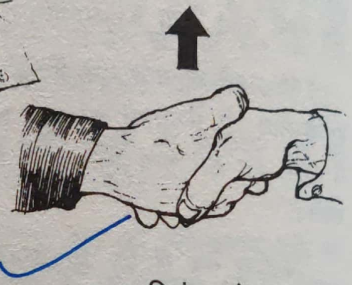
अधिकार संप्रेषित होता है जब आप अपने हाथ को घुमा लेते हैं (गहरी शर्ट) ताकि आपकी हथेली हाथ मिलाते समय नीचे की ओर रहे (चित्र 1)। आवश्यक नहीं है कि आपकी हथेली बिल्कुल नीचे फ़र्श की ओर ही रहे, हो सकता है कि यह दूसरे व्यक्ति की हथेली से तुलनात्मक रूप से नीची रहे और इससे यह सिद्ध होता है कि आप सामने वाले

Scanned by CamScanner

को अपने नियंत्रण में लेना चाहते हैं। चौवन सफल वरिष्ठ प्रबंधन अधिकारियों के समूह के अध्ययन से यह बात सामने आई कि न केवल उनमें से बयालीस ने हाथ मिलाने की पहल की बल्कि हाथ मिलाने के प्रबल नियंत्रण का भी प्रयोग किया। हाथ मिलाने की यह शैली तालमेल बनाने के लिए अच्छी नहीं है क्योंकि अधिकतर लोगों को यह आक्रांत करने वाली लग सकती है। यह पुरुषों द्वारा ही अधिक इस्तेमाल की जाती है।



1. नियंत्रण लेना



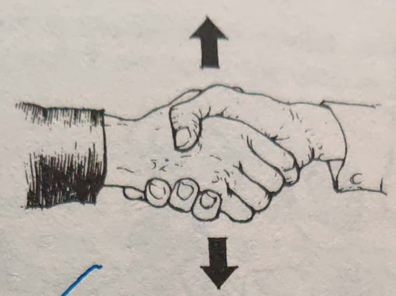
2. नियंत्रण देना

ठीक उसी तरह जिस तरह कुत्ते अपनी पीठ के बल लेटकर और आक्रमणकर्ता को अपना गला दिखाकर अपना समर्पण दर्शाते हैं। अधिकारपूर्ण हाथ मिलाने से उलटा है अपनी हथेली को ऊपर की ओर रखना (चित्र 2)। यह विशेष तौर पर तब प्रभावकारी होता है जब आप दूसरे व्यक्ति को नियंत्रण देना चाहते हैं या उसे यह समझाना चाहते हैं कि वह नियंत्रण में है। इसके द्वारा यह भी जताया जा सकता है कि आप आक्रांत हो सकते हैं।

हाथ मिलाकर तालमेल कैसे बनाया जाए

हाथ मिलाकर तालमेल बनाने के दो नियम हैं- पहला, अपनी हथेलियों को सीधा रखें, न अधिकारपूर्ण मुद्रा में, न ही समर्पण की मुद्रा में, बल्कि समान। इससे हर एक आरामदेह व भयहीन महसूस करेगा। दूसरे, आप भी उतना ही दबाव डालें जितना आप पर डाला जा रहा है।

Scanned by CamScanner



3. समानता

इसका यह मतलब निकलता है कि यदि आपको 10 लोगों के किसी समूह से मिलवाया जा रहा है तो आपको कई बार अपने दबाव को बदलना पड़ेगा और हाथ के कोणों में भी कई तरह के सामंजस्य करने पड़ेंगे।

हाथ मिलाने की इस शैली में न कोई विजेता होता है, न ही पराजित और न ही कोई डरा हुआ महसूस करता है। इससे हर व्यक्ति आरामदेह स्थिति में होता है और वह नए विचारों के प्रति रुचि दिखा सकता है, क्योंकि तब हम एक-दूसरे के प्रति कम निर्णयकारी होते हैं।

हाथ ऐसे न मिलाएँ

नए लोगों का 'डबल-हैंडर' या दोनों हाथों से अभिवादन न करें। हालाँकि इसका लक्ष्य स्वागत, गर्मजोशी और प्रगाढ़ता की भावनाएँ संप्रेषित करना होता है पर सामने वाले पर इसका बिल्कुल उल्टा प्रभाव होता है। उसे लगता है कि आप गंभीर नहीं हैं, कम विश्वसनीय हैं या आप छुपे हुए उद्देश्यों से प्रेरित हैं। हमेशा एक हाथ से ही हाथ मिलाएँ।

Scanned by CamScanner

नए लोगों से हाथ मिलाते समय दोनों हाथों का प्रयोग न करें।

तकनीक 3 : बाएँ हाथ में सामान पकड़ना

यह तकनीक पहली नज़र में साफ़ दिख जाती है पर बहुत कम लोग इस ओर ध्यान देते हैं। फ़ोल्डर, काग़ज़, ब्रीफ़केस, पर्स या गिलास अपने बाएँ हाथ में पकड़ने की आदत डालें। हम एक-दूसरे से हाथ मिलाते समय अपने दाएँ हाथ का प्रयोग करते हैं, इसी तरह कुर्सी खिसकाने और अलविदा करने के लिए भी दाएँ हाथ का प्रयोग करते हैं। उदाहरण के तौर पर अगर आपको किसी से मिलवाया जाता है और आपने अपने दाएँ हाथ में कोल्ड ड्रिंक पकड़ रखा है तो आपको अपने ड्रिंक को अपने बाएँ हाथ में थामने के लिए मजबूर होना पड़ता है। अगर आप ऐसा सफलतापूर्वक कर भी लें और किसी के जूते पर एक बूँद भी न गिरे तो भी नए व्यक्ति को एक ठंडा, गीला हाथ मिलता है और उसके लिए यही आपका पहला प्रभाव होता है- ठंडा और गीला। अगर आप दाएँ हाथ में दस्तावेज़ पकड़े हों और दरवाज़ा खोलने, कुर्सी खिसकाने

Scanned by CamScanner

या हाथ मिलाने के लिए अपना हाथ बदलते हैं तो आपके हाथ से दस्तावेज़ गिर सकते हैं और आपको मूर्ख समझा जा सकता है।

तकनीक 4 : मुस्कुराहट की शक्ति

इंसान ही इकलौता प्राणी है जो होंठों को पीछे करके अपने दाँत दिखाता है पर आपको काटता नहीं है। मुस्कुराने का उद्गम एक तुष्टिकरण संकेत के रूप में हुआ है और बंदरों और चिंपाजियों द्वारा भी इसका प्रयोग यही दर्शाने के लिए किया जाता है कि वे धमका नहीं रहे हैं।

मुस्कुराहट एक प्राचीन तुष्टिकरण संकेत है।

इस संकेत में हमारे शोध दर्शाते हैं कि आप इसका जितना अधिक इस्तेमाल करेंगे, लोग आपके उतने ही पास खड़े होना चाहेंगे, आपको अधिक देखना चाहेंगे, आपको छूने के लिए अधिक प्रेरित होंगे और आपके साथ लंबे समय तक रहना चाहेंगे। दूसरे शब्दों में आपके बिज़नेस और व्यक्तिगत जीवन के लिए मुस्कुराहट बड़े फ़ायदे की चीज़ है क्योंकि यह दर्शाती है कि उनको आपसे कोई ख़तरा नहीं है।

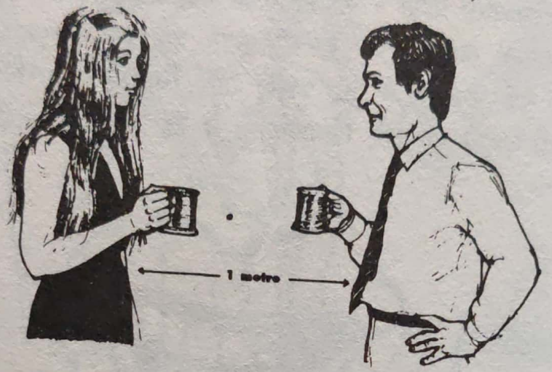
तकनीक 5 : क्षेत्रीय सम्मान

हममें से हर एक के शरीर के चारों ओर दूरी का एक बुलबुला होता है जिसे व्यक्तिगत स्थान (personal space) के नाम से जाना जाता है। इसकी चौड़ाई जनसंख्या घनत्व पर निर्भर करती है और उस

Scanned by CamScanner

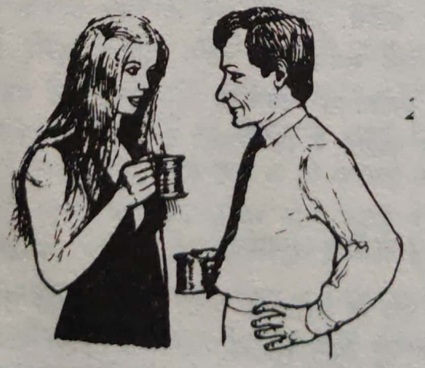
संस्कृति पर भी जिसमें वह व्यक्ति रहता है।

उदाहरण के तौर पर, अधिकतर मध्यवर्गीय लोग जो अँग्रेज़ीभाषी देशों से आते हैं उनकी व्यक्तिगत स्थान की आवश्यकता 46 सेमी. (18 इंच) होती है और इसीलिए बिना डर की स्थितियों या सहज सामाजिक स्थितियों में वे एक मीटर दूर खड़े रहते हैं (चित्र 1)।



1. अधिकांश अँग्रेज़ीभाषी शहरों में खड़े होने की दूरी।

यूरोप, भूमध्यसागर और दक्षिणी अमेरिका के कई हिस्सों में व्यक्तिगत स्थान आवश्यकता 30 सेमी. (12 इंच) तक कम होती है। इसका मतलब यह है कि वहाँ के निवासी एक-दूसरे के इतने पास आराम से खड़े रह सकते हैं जिसे अधिकतर पश्चिमी देशों में 'घुसपैठ करने वाला' समझा जाएगा।



2. भूमध्यसागरीय देशों में खड़े होने की दूरी।

Scanned by CamScanner

चित्र 2 में अगर दोनों लोग भूमध्यसागरीय प्रदेशों से हैं तो वे इस दूरी पर एक-दूसरे के साथ सहजता का अनुभव करेंगे। पर अगर उनमें से एक लंदन का हो और दूसरा रोम का तो लंदनवासी शायद यह समझेगा कि सामने वाला अधिक प्रगाढ़ता या आक्रामकता का प्रदर्शन कर रहा है। अगर आप किसी के पास खड़े हैं और आप देखते हैं कि हर बार जैसे ही आप उसके पास आते हैं, सामने वाला थोड़ा पीछे हट जाता है तो आप दूरी बनाए रखें और उसके अधिक पास जाने का प्रयास न करें। इसके द्वारा वह आपको यह बता रहा है कि सहजता का अनुभव करने के लिए उसे इतना व्यक्तिगत स्थान चाहिए।

एक बहुत संवेदनशील विषय

अँग्रेज़ी न बोलने वाली कई संस्कृतियों में स्पर्श को संप्रेषण की सशक्त अभिव्यक्ति माना जाता है और इन संस्कृतियों में यह प्रभावी संप्रेषण के लिए आवश्यक होता है। इस तरह के मामलों में आपकी रणनीति बिल्कुल आसान है- जितनी बार आपको छुआ जा रहा है, उतनी ही बार आप स्पर्श को लौटाएँ। अगर सामने वाला आपको नहीं छू रहा है तो आप भी उसे न छुएँ। उदाहरण के तौर पर अगर वह व्यक्ति इतालवी या फ्रांसीसी हो और लगातार आपको छू रहा हो तो आपको भी उसे छूना पड़ेगा अन्यथा वह यह सोच सकता है कि आप उसे पसंद नहीं कर रहे हैं।

तकनीक 6 : सफलता के लिए पोशाक

कपड़े आपके शरीर का 90% तक हिस्सा ढँकते हैं और इसलिए आपकी पोशाक का लोगों पर काफ़ी प्रभाव पड़ता है। आपके कपड़ों से आपकी विश्वसनीयता, योग्यता, अधिकार, सामाजिक सफलता व व्यावसायिक स्थिति का अनुमान भी लगाया जाता है।

हालाँकि इस खंड में हम पोशाक के सभी पहलुओं का विश्लेषण करने नहीं जा रहे हैं, फिर भी मैं आपको उचित पोशाक का फ़ॉर्मूला बता देता हूँ। इस क्षेत्र में महिलाओं से अधिक ग़लतियाँ हो सकती हैं

Scanned by CamScanner

क्योंकि महिलाओं के पास पुरुषों की अपेक्षा पोशाक की अधिक शैलियाँ, रंग व डिज़ाइन होते हैं। हालाँकि अधिकांश पुरुषों के पास कम चुनाव (और कम कपड़े) होते हैं, फिर भी अधिकतर पुरुषों के पास इतनी बुद्धि नहीं होती है कि वे मैचिंग का ध्यान रखें।

> आदमी और सर्कस के जोकर में क्या अंतर होता है?
> जोकर जानता है कि वह अजीब कपड़े पहने हुए है।

इसके अलावा आठ में से एक पुरुष लाल, नीले या हरे रंग के प्रति रंग-अंधत्व का शिकार होता है।

उचित व्यावसायिक पोशाक का रहस्य इस सवाल के जवाब में छुपा है- आपका संभावित ग्राहक आपको किस तरह की पोशाक में देखना चाहता है? उनकी राय में विश्वसनीय, खुशमिज़ाज, अधिकारपूर्ण, समझदार, सफल और मिलनसार लगने के लिए आपको किस तरह के कपड़े पहनने चाहिए? आपको कौन सा सूट, शर्ट, ब्लाउज़, टाई, स्कर्ट,

Scanned by CamScanner

जूते, घड़ी, मेकअप या हेयर स्टाइल चुनना चाहिए? उनकी राय में- आपकी राय में नहीं।

याद रखें, आपके संभावित ग्राहक का विचार अधिक महत्वपूर्ण है इसलिए उसी के हिसाब से कपड़ों का चयन करें। यह हर इलाक़े में अलग होता है और जलवायु के मान से पोशाक की शैलियाँ भी बदलती हैं, पर आप अपने इलाक़े के सफल लोगों की मानक वेशभूषा के मानदंडों के अनुरूप ही अपनी वेशभूषा चुनें।

कुछ लोग कहेंगे, 'पर रिचर्ड ब्रैन्सन और बिल गेट्स को देखिए। वे तो ऐसे कपड़े पहनते हैं मानो अभी हवादार सुरंग में से निकलकर आ रहे हों।' ये लोग अपवाद हैं, नियम नहीं। अगर हम सब इन्हीं की तरह के कपड़े पहनने लगें तो दूसरे हम पर विश्वास करना या हमारा अनुसरण करना बंद कर देंगे। अगर आप दुनिया के सबसे अधिक सफल नेताओं और बिज़नेसमैन को देखेंगे, तो आप पाएँगे कि उनकी वेशभूषा स्तरीय होती है। और यही सबसे सुरक्षित मानक है। अपनी पसंद या अपने आराम के हिसाब से अपने कपड़ों का चयन करके स्वयं की राह में बाधा खड़ी न करें। अपने संभावित ग्राहक की अपेक्षाओं के हिसाब से कपड़े पहनें।

अपने संभावित ग्राहक की तरह के कपड़े पहनने से वे आरामदेह तो अनुभव करेंगे, पर इसका अर्थ यह नहीं है कि वे आपका अनुसरण करना चाहेंगे।

खंड पाँच

देहभाषा :
संकेतों को किस तरह पढ़ें

कई लोग स्पष्ट चीज़ों को नहीं देख पाते।

आप क्या देख पाते हैं?

Scanned by CamScanner

हममें से शायद हर कोई यह जानता है कि उसके व्यवहार से उसका दृष्टिकोण समझा जा सकता है। जब मैंने 1976 में *बॉडी लैंग्वेज* लिखी थी, तब मुझे यह आभास भी नहीं था कि दुनिया पर इसका इतना ज़्यादा प्रभाव पड़ेगा। इसकी 33 भाषाओं में चालीस लाख से अधिक प्रतियाँ बिकीं।

हमारे मूल देहभाषा शोध और उसके बाद हुए अनगिनत अध्ययनों से यह पता चलता है कि आमने-सामने की मुलाक़ातों में आपके श्रोताओं पर आपके संदेश का प्रभाव इस तरह होता है :

शब्द : समग्र प्रभाव का 7% से 10%

स्वर : समग्र प्रभाव का 20% से 30%

देहभाषा : समग्र प्रभाव का 60% से 80%

यह दर्शाता है कि आपके देखने के ढंग, हावभाव, मुस्कुराहट, वेशभूषा और चलने के तरीक़े से सामने वाले पर सबसे अधिक प्रभाव पड़ता है। आपके द्वारा प्रयुक्त शब्दों के प्रभाव से तीन गुना अधिक महत्वपूर्ण होता है, शब्दों को कहने का आपका तरीक़ा।

पढ़ने के तीन नियम

नियम 1 : संकेत समूह को पढ़ना

हर भाषा की तरह देहभाषा भी शब्दों, वाक्यों, वाक्यांशों और विरामों से मिलकर बनती है। हर संकेत एक अकेला शब्द है, जिसके कई अलग-अलग अर्थ हो सकते हैं। जब आप एक शब्द को दूसरे शब्दों के साथ एक वाक्य में रखते हैं तभी आप पूरी तरह इसका अर्थ समझ सकते हैं। संकेत जिन वाक्यों में आते हैं उन्हें हम संकेत समूह कह सकते हैं।

कभी भी किसी संकेत का अकेले विश्लेषण न करें। उदाहरण के तौर पर सिर खुजाने के कई मतलब हो सकते हैं- डेन्ड्रफ़, पिस्सू, पसीना, अनिश्चितता, भुलक्कड़पन या झूठ, जिसका सही अर्थ उसी समय दिखाई दे रहे अन्य संकेतों पर निर्भर करता है। सही अर्थ समझने

के लिए हमेशा पूरे संकेत समूह को पढ़ें जो कम से कम तीन संकेतों से मिलकर बना हो।

1. आलोचनात्मक मूल्यांकन संकेत समूह

चित्र 1 एक सामान्य आलोचनात्मक मूल्यांकन संकेत समूह दर्शाता है- शरीर के सामने एक हाथ, दूसरा हाथ चेहरे पर, अंगूठा ठुड्डी को सहारा देता हुआ, पैर आर-पार और भौंहें चढ़ी हुईं।

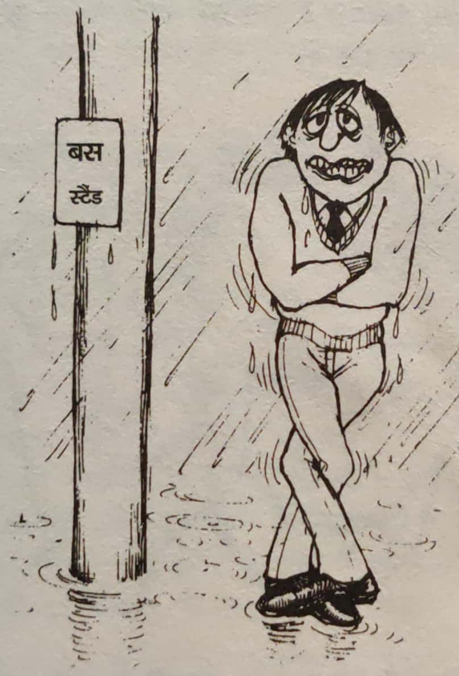
> कभी भी अकेले संकेत को पढ़ने का प्रयास न करें– ऐसा नाक में खुजली के कारण भी हो सकता है।

पुस्तक के इस खंड में हम संकेतों का एक-एक करके विश्लेषण तो करेंगे, पर सामान्यतः संकेत इस तरह नहीं देखे जाते हैं- वे तो समूहों में दिखते हैं।

Scanned by CamScanner

नियम 2 : पृष्ठभूमि का विचार करें

संकेत समूहों का विश्लेषण उस पृष्ठभूमि में होना चाहिए जिसमें वे नज़र आते हैं। उदाहरण के तौर पर अगर कोई व्यक्ति बस स्टैंड पर अपने हाथ और पैर आर-पार बाँधकर खड़ा हो, उसकी ठुड्डी नीचे हो और मौसम ठंडा हो तो इस बात की संभावना अधिक है कि उसे ठंड लग रही है, न कि वह सुरक्षात्मक मुद्रा में है।



2. ठंडा, न कि सुरक्षात्मक

अगर कोई इन्हीं संकेतों का प्रयोग तब करता है जब आप मेज़ पर उसके सामने बैठकर उसे अपना विचार बेचने का प्रयास कर रहे हों तो इसी संकेत समूह का आप यह अर्थ निकाल सकते हैं कि वह व्यक्ति परिस्थिति को लेकर शायद नकारात्मक या सुरक्षात्मक रुख़ अपना रहा है।

Scanned by CamScanner

नियम 3 : सांस्कृतिक भिन्नताओं का ध्यान रखें

एक संकेत जो एक देश में एक चीज़ का प्रतीक होता है, दूसरे देश में वह किसी दूसरी चीज़ का प्रतीक हो सकता है। उदाहरण के तौर पर, चित्र 3 में दर्शाई अंगूठी मुद्रा का अर्थ पश्चिमी देशों में आम तौर पर 'ओके' या 'अच्छा' होता है। इसका 'ओके' अर्थ उन सभी देशों में मान्य है जहाँ पश्चिमी टेलीविज़न कार्यक्रम देखे जाते हैं और हालाँकि पूरी दुनिया में यह अर्थ फैल रहा है परंतु कई जगहों पर इस मुद्रा के अलग उद्गम और अर्थ भी होते हैं।

3. अमेरिकियों के लिए 'अच्छा', फ्रांसीसियों के लिए 'ज़ीरो' और यूनानियों के लिए 'अपमानजनक'

उदाहरण के तौर पर, फ्रांस में इसका अर्थ 'शून्य' या 'कुछ नहीं' होता है, जापान में इसका अर्थ 'पैसा' होता है और कई भूमध्यसागरीय देशों में यह यौन-अपमान का संकेत है।

मूलभूत देहभाषा के अधिकतर संकेत हर जगह एक से होते हैं। जब लोग ख़ुश होते हैं तो वे मुस्कुराते हैं, जब वे दुखी होते हैं या ग़ुस्सा होते हैं तो वे भौंहें चढ़ा लेते हैं या नाक फुला लेते हैं। सिर हिलाने का

Scanned by CamScanner

अर्थ भी हर जगह 'हाँ' या सकारात्मक होता है और, जैसा पहले ही बताया जा चुका है यह संकेत सिर झुकाने का एक तरीक़ा है। मुस्कुराहट शायद जन्मजात होती है क्योंकि जिन लोगों में बचपन से ही देखने की शक्ति नहीं होती और जो इसे वास्तव में कभी नहीं देख पाते, वे भी इसका प्रयोग करते हैं।

मैं इस खंड में देहभाषा संकेतों का एक आसान शब्दकोश प्रस्तुत करना चाहूँगा जो अधिकतर संस्कृतियों में समान है और ये ऐसे संकेत हैं जो आमने-सामने की प्रस्तुतियों में आपके सर्वाधिक काम आएँगे।

महिलाएँ क्यों बेहतर समझ सकती हैं?

जैसा हमने अपनी पुस्तक Why Men Don't Listen and Women Can't Read Maps में लिखा है- पुरुषों का दिमाग़ छोटे-छोटे, शब्दहीन और स्वर संबंधी संदेश समझने के लिए पूरी तरह अनुकूल नहीं होता है- इसीलिए महिलाएँ कई पुरुषों को दूसरों की आवश्यकताओं या भावनाओं के प्रति लापरवाह या 'असंवेदनशील' समझती हैं।

सार्वजनिक स्थानों पर महिलाएँ कई बार पुरुषों से यह कहती हैं, 'क्या तुमने मेरी आँख का इशारा नहीं देखा था? तुम्हें यह समझ जाना चाहिए था कि मैं पार्टी छोड़कर घर जाना चाहती थी।' वह आँख का इशारा बहुत सी महिलाओं को साफ़ समझ में आ सकता है, पर बहुत से पुरुषों को यह बिल्कुल भी समझ में नहीं आता।

> पुरुष निष्ठुर नहीं होते– उनका दिमाग़ ही इस तरह से नहीं बना होता कि वे देहभाषा के सूक्ष्म संकेतों को पढ़ सकें।

जब कोई महिला कहती है कि उसे कोई व्यक्ति समूह के विचार से आहत या असहमत दिख रहा है, तो वह वास्तव में चोट या असहमति देख रही है। उसे यह पता चल जाता है कि किस व्यक्ति की देहभाषा समूह से अलग जा रही है। अधिकतर पुरुषों को आश्चर्य होता है कि महिलाएँ किस तरह असहमति, ग़ुस्सा, चालाकी और चोट

Scanned by CamScanner

को देख सकती हैं। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि अधिकतर पुरुषों के मस्तिष्क देहभाषा के सूक्ष्म वर्णन पढ़ने के लिए उतने सक्षम नहीं होते जितने कि महिलाओं के होते हैं। इसीलिए आमने-सामने की मुलाकात में किसी महिला से झूठ बोलने का प्रयास करना नासमझी होगी- फ़ोन पर ऐसा करने में कम जोखिम है।

देहभाषा पढ़ना कैसे सीखें?

हर रोज़ पंद्रह मिनट का समय निकालें, लोगों के संकेतों को पढ़ें और स्वयं के संकेतों के बारे में भी सचेतन जागरूकता विकसित करें। देहभाषा पढ़ने की सबसे अच्छी जगह वह होती है जहाँ बहुत से लोग आपस में मिलते और चर्चा करते हैं। हवाई अड्डा मानवीय संकेतों के सातों रंगों के अवलोकन के लिए बहुत अच्छी जगह है क्योंकि वहाँ पर लोग खुलेआम उत्सुकता, ग़ुस्सा, दुख, ख़ुशी, बेताबी और दूसरी भावनाओं का इज़हार संकेतों के माध्यम से करते हैं।

सामाजिक समारोह, व्यावसायिक बैठकें और गोष्ठियाँ भी अध्ययन के उपजाऊ मैदान हैं। टीवी देखना भी सीखने का एक बेहतरीन तरीक़ा है। आवाज़ को बंद कर दें और केवल तस्वीर देखकर ही यह समझने का प्रयास करें कि क्या हो रहा है। कुछ मिनटों बाद आवाज़ चालू करके आप यह जाँच कर सकते हैं कि आपका शब्दहीन अध्ययन कितना सही है। आपको बहुत अधिक समय नहीं लगेगा जब आप बिना आवाज़ के पूरा कार्यक्रम देख सकेंगे और क्या हो रहा है यह समझ सकेंगे- जिस तरह कि गूंगे-बहरे लोग समझ सकते हैं। एक वीडियो कैमरे का प्रयोग करके प्रस्तुति देते हुए स्वयं की फ़िल्म बनाएँ और इसे बिना आवाज़ के चालू करें और अपने दोस्तों तथा रिश्तेदारों से अपनी प्रस्तुति का मूल्यांकन करने को कहें।

देहभाषा की त्वरित मार्गदर्शिका

यहाँ पर हम सबसे अधिक प्रयोग में आने वाले देहभाषा संकेतों की संदर्भ सूची दे रहे हैं जो आपकी प्रस्तुति के दौरान सहायक सिद्ध होगी।

Scanned by CamScanner

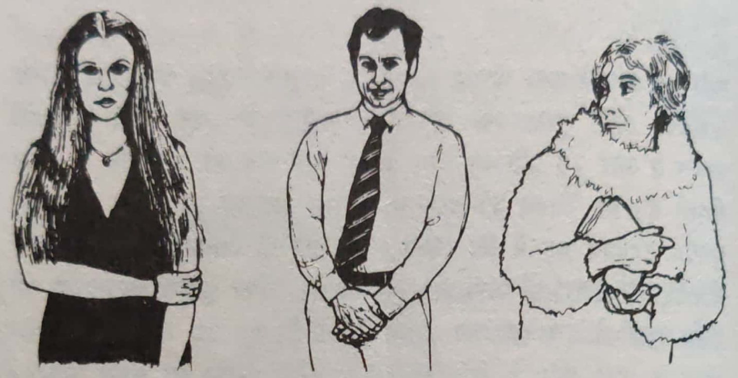
कुछ विचार और उद्गम

शरीर के सामने हाथ बाँधना या शरीर के सामने हाथ आड़े रखना एक असंबद्ध और सुरक्षात्मक दृष्टिकोण दर्शाता है। यह एक जन्मजात संकेत है और 70 प्रतिशत लोग अपनी बाईं बाँह को दाईं बाँह के ऊपर बाँधते हैं। इस आदत को बदलना लगभग असंभव सा प्रतीत होता है। इसका उद्देश्य यह है कि किसी भी प्रकार के आक्रमण से दिल और फेफड़ों की सुरक्षा हो जाए और अधिकतर वानर अथवा वनमानुष भी इसी वजह से इस मुद्रा का प्रयोग करते हैं।

यह किसी सख़्त चने को फोड़ने की तरह है।

इस संकेत में किए गए शोध बताते हैं कि सुनते समय जो श्रोता इस मुद्रा का प्रयोग करते हैं वे उन लोगों से 38 प्रतिशत कम समझते हैं जो खुली स्थिति में होते हैं। जब प्रस्तुतकर्ता के प्रदर्शन के बारे में उनसे पूछा गया तो हाथ बाँधने वाले लोगों ने छोटे वाक्यों का प्रयोग किया, नज़रें कम मिलाईं, पीछे टिककर अधिक बैठे और प्रस्तुतकर्ता के प्रदर्शन के प्रति अधिक आलोचनात्मक रुख़ अपनाया, बजाय उन

श्रोताओं के जो बिना हाथ बाँधे बैठे थे।



4. 5. 6.

हाथ बाँधने के कई सूक्ष्म तरीक़े होते हैं जैसे आधे हाथ बाँधना (चित्र 4)। अपने आपसे हाथ मिलाना (चित्र 5), जो उस स्पर्श का अवशेष है जब आपके घबरा जाने पर आपके माता-पिता आपका हाथ पकड़ा करते थे और दोनों हाथों से कोई चीज़ पकड़ना (चित्र 6)। दोनों हाथों से पर्स, गिलास या फ़ोल्डर पकड़ने का उद्देश्य सुरक्षा का एहसास प्राप्त करना होता है क्योंकि उस स्थिति में आपके हाथ शरीर के सामने होते हैं। दूसरे हाथ में पहनी अंगूठी, घड़ी या शर्ट के बटन छूने से भी वही परिणाम मिलते हैं। चित्र 7 दर्शाता है कि दाएँ हाथ पर बैठा व्यक्ति सही पृष्ठभूमि में संकेतों के समूह का प्रयोग कर रहा है। वह हाथ-बाँधने की मुद्रा का प्रयोग कर रहा है, उसके पैर खुले हैं (पुरुष आक्रामकता), एक भौंह चढ़ी हुई है (आलोचनात्मक), बंद होंठों पर मुस्कराहट है (अपने आपको पीछे हटाते हुए) और शरीर दूसरी ओर है (रुचिहीनता)। वह बाक़ी दोनों लोगों से ख़ुद को उपेक्षित महसूस कर रहा है, जबकि वे दोनों लोग प्रतिबिंबन के द्वारा एक-दूसरे के साथ तालमेल बना रहे हैं।

Scanned by CamScanner

7. दाईं ओर बैठा व्यक्ति उपेक्षित महसूस कर रहा है।

कारण और परिणाम की समस्याएँ

उदाहरण के तौर पर मान लें कि कोई व्यक्ति नकारात्मक, सुरक्षात्मक, सबसे अलग या विरोधी महसूस कर रहा है। इस बात की काफ़ी संभावना है कि वह अपने रवैए को अपने सीने के आर-पार हाथ बाँधकर शब्दहीन संकेत में व्यक्त करेगा। हमें शोध से यह भी पता चला है कि हाथ बाँधने की अवस्था में व्यक्ति की समझने की क्षमता 40 प्रतिशत कम हो जाती है और उसका रुख़ आलोचनात्मक हो जाता है।

यह साधारण प्रयोग करके देखें। पीछे की ओर टिक जाएँ और अपने हाथों को सीने पर कसकर बाँध लें। आप कैसा अनुभव करते हैं? बँधा हुआ? असहभागी? असम्मिलित? अध्ययनों से पता चलता है कि आपने किसी भी कारण से सीने के सामने हाथ बाँधे हों तो आपको इस संकेत के नकारात्मक प्रभावों का अनुभव होने लगता है। यह कारण और परिणाम की स्थिति है। आदतन हाथ बाँधने वालों का हमेशा यह दावा रहता है कि वे इस मुद्रा में अधिक 'आरामदेह' महसूस करते हैं क्योंकि हाथ बाँधने के संकेत से उन्हें उसके साथ जुड़ी भावनाओं का भी अनुभव होता है। अगर आप यह विश्वास न भी करें कि हाथ बाँधना एक नकारात्मक संकेत है तो भी आपका श्रोता अचेतन रूप से आपको नकारात्मक या ग़ैर-मिलनसार समझ बैठेगा। इसी

कारण एक ठंडे कमरे में लोगों के समूह से कोई बात मनवाना काफ़ी कठिन होता है। प्रस्तुति के समय कमरे का आदर्श तापमान 21 डिग्री होना चाहिए।

कुछ उपयोगी रणनीतियाँ

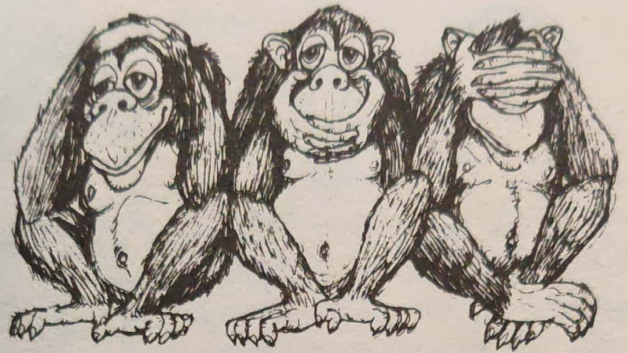
1. अपने शब्दकोश में से हाथ बाँधने की मुद्रा हटा दें। अगर आपने ऐसा नहीं किया तो आपके श्रोता आपकी बातें पूरी तरह से नहीं समझ पाएँगे। वे आपके प्रति अधिक आलोचनात्मक रुख़ अपनाएँगे और आपको कम पसंद करेंगे। खुली देहभाषा का प्रयोग करें।
2. जहाँ तक संभव हो श्रोताओं को बैठने के लिए हत्थे वाली कुर्सी दें। इससे उन्हें हाथ खुले रखने के अधिक अवसर मिलते हैं और वे चर्चा में अधिक भाग लेना चाहेंगे। बिना हत्थे वाली कुर्सियों को अधिक पास न रखें क्योंकि इससे श्रोता एक-दूसरे के स्पर्श से बचने के लिए हाथ बाँध लेंगे।
3. अगर आपके श्रोता हाथ बाँधकर बैठे हैं तो आप उनकी मुद्रा को बदल सकते हैं। आप अपने सवालों के जवाब में उनसे हाथ उठवा सकते हैं, उन्हें शारीरिक रूप से शामिल होने वाले अभ्यास दे सकते हैं। उन्हें टिप्पणी लिखने के लिए पेन और काग़ज़ दे सकते हैं या उन्हें गर्म पेय दे सकते हैं।

हाथ से चेहरे को छूना

कुछ निष्कर्ष और स्रोत

वे सभी शोधकर्ता, जिन्होंने हाथ से चेहरे के स्पर्श के संकेत का अध्ययन किया है, सहमत हैं कि इसका संबंध नकारात्मक भावनाओं से है। पश्चिमी और अधिकतर यूरोपी लोग उस समय हाथ से चेहरे को ज़्यादा छूते हैं जब वे झूठ बोलते हैं। यह एशियाई लोगों के साथ नहीं होता जो धार्मिक कारणों से सिर छूने से बचते हैं पर झूठ बोलते समय उनके पैरों की हरकत बढ़ जाती है।

Scanned by CamScanner



हाथ से चेहरा छूने के मौलिक संकेत

बच्चों में आम तौर पर देखा जाता है कि झूठ बोलते वक़्त वे अपना चेहरा छुपा लेते हैं। वयस्कों में भी यह चित्र 8 की तरह देखा जा सकता है। झूठ बोलते समय नाक की संवेदनशीलता बढ़ जाती है, जिसके कारण नाक से स्पर्श (चित्र 9) बढ़ जाता है। आँखों को हाथ से छुपाने से हम वह नहीं देखते जो हम नहीं देखना चाहते या जिस पर हमें विश्वास नहीं होता। यह आँख मलने की मुद्रा (चित्र 10) का उद्‌गम स्रोत है। कान मलना (चित्र 11) सर गर्दन को खुजाना (चित्र 12) भी यह संकेत देते हैं कि व्यक्ति अनिश्चित है या जो कहा जा रहा है उस पर वह विश्वास नहीं कर रहा है।

8.

9.

10.

Scanned by CamScanner

11.

12.

कुछ उपयोगी तकनीकें

1. हमेशा हाथ से चेहरे को छूने के संकेतों को समूहों में और उनकी पृष्ठभूमि में पढ़ें। कभी भी नाक की खुजली को धोखे का संकेत न समझें।
2. अपनी प्रस्तुति के दौरान हाथ-से-चेहरे के स्पर्श संकेतों से हमेशा परहेज़ करें, क्योंकि इनके प्रयोग से आपके श्रोता आप पर कम विश्वास करेंगे। वीडियो कैमरे के सामने अभ्यास करें या शीशे के सामने खड़े होकर रिहर्सल करें ताकि चेहरे को छूने की आपकी आदत ख़त्म हो जाए।
3. अगर आपकी प्रस्तुति के दौरान कोई हाथ-से-चेहरे के स्पर्श संकेत का प्रयोग कर रहा हो तो यह करें-

'मुझे लगता है कि आप कोई सवाल पूछना चाहते हैं, क्या आप बताएँगे कि आपका सवाल क्या है?'

इसका ज़्यादा प्रबल तरीक़ा यह है, *'आपकी देहभाषा बता रही है कि आप कुछ पूछना चाहते हैं? क्या आप बताएँगे कि आपका सवाल क्या है?'*

इस आख़िरी प्रश्न को पूछते समय सावधानी बरतें क्योंकि यह कई बार अपमानजनक लगता है। यह व्यावसायिक प्रश्नकर्ताओं द्वारा

Scanned by CamScanner

प्रयुक्त किया जाता है।

सकारात्मक देह–संकेत

1. सिर झुकाना : जब हम उस चीज़ में रुचि लेते हैं जो हम देख या सुन रहे हैं तो हम अपने सिर को एक ओर झुकाते हैं। अगर आपका संभावित ग्राहक अपना सिर एक ओर झुकाए हुए हो तो प्रस्तुति जारी रखें। अगर उसका सिर सीधा होता है या इधर-उधर हिलने-डुलने लगता है या उसका सिर उसके सीने पर गिर जाता है तो उसका ध्यान अपनी ओर दोबारा खींचें या बातचीत की दिशा बदलें।

2. गाल पर हाथ रखना : यह आपकी प्रस्तुति का सकारात्मक मूल्यांकन दर्शाता है। हाथ गाल पर टिका रहता है, पर सिर को सहारा नहीं देता। उंगली सामान्यतः कनपटी को छूती है। यदि सिर हाथ के सहारे टिकने लगते तो इसका यह मतलब है कि श्रोता की रुचि घट रही है।

3. चश्मे की नोक चूसना : कोई व्यक्ति पेन, पेंसिल या अपने होंठ भी चूस सकता है। यह मूल्यांकन का एक तरीक़ा है और तब देखा जाता है जब व्यक्ति किसी निर्णय पर पहुँचने का प्रयास करता है। परंतु यह निर्णय लेने से रोकने का भी लक्षण हो सकता है क्योंकि उसके मुँह में कोई चीज़ होने के कारण वह जवाब देने की आवश्यकता महसूस नहीं करता।

Scanned by CamScanner

4. सामने झुकना : हम उन लोगों या वस्तुओं के नज़दीक आते हैं जो हमें रोचक या आकर्षक लगते हैं। इसे शुरुआत करने वाले व्यक्ति की स्थिति न समझ लें क्योंकि दोनों ही एक जैसे दिखते हैं परंतु उनके दोनों हाथ घुटनों पर रहते हैं और ऐसा लगता है जैसे आदमी दौड़ लगाने वाला हो, शायद दरवाज़े की ओर।

5. मीनार : यह संकेत एकाकी संकेत की तरह पढ़ा जा सकता है और इससे एक ठंडे किंतु विश्वासपूर्ण रवैए का पता चलता है। सवाल यह है कि यह विश्वास किसके प्रति है? क्या विश्वास आपके साथ चलने के बारे में है? या विषय पर अपने स्वयं के ज्ञान पर विश्वास है? क्या यह उन्होंने पहले कहीं सुन रखा है? जिस पृष्ठभूमि में इसका प्रयोग किया जाता है, उसी से इसका सही जवाब मिलता है।

6. बाहर झाँकते अंगूठे : कोट की जेब, पैंट की जेब, गिरेबान के मोड़ में से अंगूठे बाहर निकल सकते हैं। बाहर निकले अंगूठे से श्रेष्ठतापूर्ण रुख़ का संकेत मिलता है- विश्वासपूर्ण और ठंडा, जो मीनार की तरह का संकेत होता है। अपने श्रोताओं के सामने इस संकेत का प्रयोग करना समझदारी नहीं होगी क्योंकि इसे घमंडी या अक्खड़ व्यवहार माना जा सकता है।

Scanned by CamScanner

7. दोनों हाथ सिर के पीछे : ऐसा आम तौर पर पुरुष करते हैं। इससे यह संप्रेषित होता है, 'मैं इसके बारे में सब कुछ जानता हूँ- मुझे सब मालूम है।' आप इस व्यक्ति से इस तरह का सवाल पूछ सकते हैं, 'मुझे लगता है कि आप इस बारे में कुछ जानते हैं- क्या आप मुझे अपना अनुभव बताना चाहेंगे?' इसका परिणाम या तो सहयोग या फिर वाद-विवाद होगा, जो इस बात पर निर्भर करता है कि संकेत किस पृष्ठभूमि में दिया गया है।

नकारात्मक देह संकेत

1. **आलोचनात्मक मूल्यांकन** : यह संकेत काफ़ी इस्तेमाल होता है और इससे श्रोता के आलोचनात्मक विचारों का प्रदर्शन होता है। तर्जनी उंगली गाल के ऊपर टिकी रहती है, अंगूठा ठुड्डी को सहारा देता है और मध्यमा उंगली या तो मुँह पर या मुँह के आस-पास होती है। 'आपका विचार क्या है?' इस तरह का सवाल उस व्यक्ति की भावनाओं को सामने ला सकता है।

2. **काल्पनिक रोयाँ चुनना** : काल्पनिक रोयाँ चुनना यह बताता है कि जो कुछ भी कहा जा रहा है व्यक्ति उससे असहमत है। जब वह व्यक्ति काल्पनिक फाहा या रोयाँ चुन रहा होता है तो वह दूसरी ओर देखने लगता है। इस तरह के व्यक्ति से 'मुझे लगता है आप कोई प्रश्न पूछना चाहते हैं?' जैसे सवाल पूछना ठीक रहेगा।

3. कॉलर खींचना : जब कोई चुपचाप ग़ुस्सा होता है, विचलित होता है या धोखा देता है तो उसकी गर्दन में सनसनाहट या झुनझुनी का एहसास होता है। इस स्थिति में उस व्यक्ति की इच्छा होती है कि वह गर्दन से कॉलर को खींचकर अलग कर ले। इस तरह के व्यक्ति से यह सवाल पूछना ठीक रहेगा, 'इस बारे में आपके क्या विचार हैं?'

4. गर्दन में दर्द : यह अभिव्यक्ति पूरी तरह बताती है कि यहाँ क्या हो रहा है। बढ़ते हुए तनाव या बढ़ती हुई कुंठा के कारण आदमी अपनी गर्दन के पिछले हिस्से को सहलाता या ठोकता है ताकि वहाँ उठ रही झुनझुनी के एहसास को शांत किया जा सके। यह एहसास तब होता है जब कोई शब्दशः आपकी 'गर्दन में दर्द' पैदा करता है। यह गर्दन में छोटी इरेक्टा पिलर (erecta pillar) मांसपेशियों की गतिविधि के कारण पैदा होता है।

5. मंद–मंद आँखें झपकाना : यह चिढ़ाने वाला संकेत उस व्यक्ति द्वारा दिया जाता है जो ख़ुद को आपसे बेहतर, समझदार, अमीर या स्मार्ट समझता है। इसके साथ ही ऐसा व्यक्ति अक्सर अपने पैर के तलवे को उठाकर अपना क़द बढ़ाने का प्रयास भी करता है। दिमाग़ जब कोई चीज़ नहीं देखना चाहता तो वह आँखों को बंद कर लेता है। हो सकता है वह व्यक्ति आपको हिकारत की नज़र से देख रहा हो।

Scanned by CamScanner

6. कुर्सी पर पैर रखना : इसके कई अर्थ होते हैं- पहला यह कि व्यक्ति आरामदेह है और आत्मविश्वास से पूर्ण है, विशेषकर जब वह कुर्सी उसकी न हो। दूसरी ओर, यह उसकी क्षेत्रीय सीमा का संकेत भी हो सकता है क्योंकि वह कुर्सी के ऊपर पैर रखकर उस पर अपना हक़ जता रहा है। समग्र रुख़ आरामदेह उदासीनता का संकेत होता है।

7. कुर्सी पर पैर फैलाकर बैठना : यह विशेष तौर पर एक पुरुष संकेत है क्योंकि यह अधिकार या श्रेष्ठता का संदेश प्रेषित करता है। कुर्सी की पीठ संभावित 'ख़तरे' से रक्षा करती है और पैर फैलाना पुरुष का प्राचीनतम अधिकार संकेत है। जो आदमी इस स्थिति में हो उससे कभी बहस न करें। इसके बजाय उसे चर्चा में शामिल करें और कुर्सी सीधी करके बैठने के लिए कहें।

8. धीमे-धीमे हाथ मलना : हाथ मलने की गति से व्यक्ति की संभावित भावनाओं का पता चलता है। तेज़ी से हाथ मलने वाला व्यक्ति किसी बात के परिणाम के प्रति रोमांचित अनुभव करता है। धीमे-धीमे हाथ तब मले जाते हैं जब उस व्यक्ति को चर्चा से लाभ होने या पैसा मिलने की आशा होती है।

Scanned by CamScanner

एक सामान्य संकेत समूह

इस दृश्य में दाईं ओर बैठी महिला ने आलोचनात्मक मुद्रा अपना रखी है और बाईं ओर बैठा आदमी खुली हथेलियों का प्रयोग करके और आगे की ओर झुककर उससे बातें करने का प्रयास कर रहा है। केंद्र में बैठा व्यक्ति मीनार संकेत का प्रयोग कर रहा है और अपने आक्रामक पैर की स्थिति से विश्वासपूर्ण और आश्वस्त रुख़ का प्रदर्शन कर रहा है।

आख़िरी शब्द

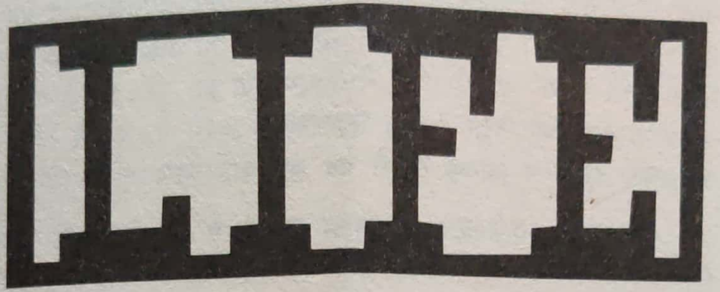
देहभाषा को समझना किसी पहेली की तरह लगता है- हममें से अधिकतर के पास यह भाषा टुकड़ों-टुकड़ों में आती है पर हम उन्हें पूरी तस्वीर में नहीं जमा पाते।

देहभाषा का पहला नियम हमेशा याद रखें- अकेले संकेत की कभी व्याख्या न करें, हमेशा समूहों का ध्यान रखें। इस बात को सुनिश्चित कर लें कि सभी संकेतों की पृष्ठभूमि और सांस्कृतिक विभिन्नताओं का ध्यान रखा गया हो।

देहभाषा पढ़ने की योग्यता का मतलब है कि हम प्रतिदिन की स्थितियों में साफ़ नज़र आने वाली चीज़ों को पढ़ सकें।

Scanned by CamScanner

अब अगले चित्र को देखें। आपको क्या नज़र आता है ?



समापन

आपने कितनी बार किसी को उच्च स्तरीय नेटवर्कर के बारे में यह कहते सुना है, 'उसमें क़ुदरती प्रतिभा है' या 'वह जन्मजात सेल्समैन है।'

आपने किसी डॉक्टर या इंजीनियर के बारे में 'क़ुदरती प्रतिभा वाले इंजीनियर' या 'जन्मजात फार्मासिस्ट' या 'जन्मजात डॉक्टर' वाक्यांश नहीं सुने होंगे। हम जानते हैं कि ये व्यवसाय वैज्ञानिक व्यवसाय है।

विज्ञान एक दक्षता या तकनीक है जिसे क्रमबद्ध अध्ययन के द्वारा प्राप्त किया जाता है और जो निष्कर्ष, प्रयोग और मापन पर आधारित होती है।

उच्च-स्तरीय नेटवर्क कार्यकर्ता 'क़ुदरती प्रतिभा वाला' या 'जन्मजात' नहीं होता। उच्च-स्तरीय नेटवर्किंग एक विज्ञान है - एक सीखने की कला - जो दूसरे विज्ञानों की ही तरह है। यह पुस्तक आपको कई सशक्त तकनीकें प्रदान करती है और यह सिखाती है कि आप उनका किस तरह प्रयोग कर सकते हैं, किस तरह अपनी प्रगति को माप सकते हैं या उसमें सुधार कर सकते हैं, और लोगों से बात करते समय किस तरह से ध्यान दे सकते हैं। नेटवर्किंग का विज्ञान एक सीखने वाली कला है जिसमें दूसरे विज्ञानों की तरह ही पूर्ण निष्ठा, लगातार मेहनत और सतत अभ्यास की आवश्यकता होती है।

Scanned by CamScanner

सफलता की यात्रा में नेटवर्क कार्यकर्ता के सामने उत्पन्न होने वाली सबसे बड़ी चुनौतियों में से एक है नकारात्मक प्रतिक्रिया के प्रति अति-संवेदनशीलता। जब आप इस पुस्तक में दी गई तकनीकों का प्रयोग करते हैं, तो आपकी समझ में आएगा कि हर 'हाँ' आपके लक्ष्यों को प्राप्त करने की दिशा में एक सकारात्मक क़दम है। अपने औसत को बनाए रखने से आपके सामने यह बार-बार सिद्ध होता रहेगा।

यह पुस्तक 'कैसे करें' के रहस्य बताती है जो कइयों के लिए सबसे बड़ी बाधा है। अब बाक़ी आप पर है।

नेटवर्क मार्केटिंग बिज़नेस बिना शोरशराबे या विज्ञापन के लगभग रातोंरात विकसित हुआ है- और अंततः यह सबसे बड़ा बिज़नेस सिस्टम बन सकता है। इसकी सफलता वितरण तंत्र पर निर्भर करती है जो पूरी तरह अपने सदस्यों के उत्साह के बलबूते पर ही चलता है। यह मनुष्य के दिमाग़ द्वारा सोचे गए सर्वाधिक महत्वपूर्ण और व्यापक अवसरों में से एक है।

इस पुस्तक से आपको ऐसी कई कुंजियाँ मिलती हैं जिनसे आप इस तंत्र के ख़ज़ाने के ताले को खोल सकते हैं और आप सफलता की ओर तेज़ गति से आगे बढ़ सकते हैं। इस पुस्तक में बताई गई हर बात आज़माई हुई है, उसका परीक्षण किया गया है और उसके तत्काल परिणाम मिलते हैं। हर चीज़ काम करेगी, बशर्ते कि आप काम करें। सफलता की चोटी पर पहुँचने के लिए अब किसी बहाने की गुंजाइश नहीं है। इसलिए अपने लक्ष्य बनाएँ और उनकी ओर बढ़ें।

– एलन पीज़

Scanned by CamScanner