

Джон Каленч

**Ваш путь к вершине в одной из самых
быстрорастущих экономических систем мира**

**ЛУЧШИЙ,
КАКИМ ВЫ МОЖЕТЕ
БЫТЬ В MLM**

Перевод с английского

*Моей прекрасной жене Ивонн -
спасибо, что ты выбрала меня.
Эта книга посвящена тебе, дорогая!*

«Знать, что Вы хотите от жизни - это Ваша задача. Показать Вам, как Вы сможете всего этого достичь с помощью сетевого маркетинга - это моя задача.

Я обещаю Вам - эта книга сделает это возможным!»

Джон Каленч

Об авторе

“Когда в 1985 г. я основал фирму “Миллионеры в движении”, сказал Джон Каленч, во всей индустрии сетевого маркетинга была огромная потребность в разъяснении и изложении принципов и подходов этого бизнеса. С того времени MLM внесли значительный вклад, чтобы восполнить этот пробел”.

Джон Каленч, ведущий инструктор, консультант и романтик этой индустрии, познакомился с сетевым маркетингом в 1979 г. В течение последующих восьми лет Джон организовал три высокоэффективные группы распределения и был президентом, директором и главным акционером своей собственной сетевой маркетинговой фирмы. В 1985 г. Джон оказался во главе сетевой организации, включающей тысячи консультантов. Он основал фирму “Миллионеры в движении” (MLM), чтобы разрабатывать специализированные программы обучения для своей сети.

Программы обучения, разработанные Джоном, сразу же были с одобрением встречены ведущими деятелями этого бизнеса во всей стране, и в феврале 1987 г. Джон принял решение превратить фирму MLM в независимую методическую фирму по подготовке кадров для всей отрасли сетевого маркетинга. Чтобы реализовать эту цель, фирма MLM рассталась с финансовыми интересами всего предприятия - ведь обучение и предоставление консультаций должны представлять собой отдельную сферу деятельности. С этого времени тысячи предпринимателей, занятых в сетевом маркетинге, посетили его семинары и рабочие группы. Ведущие специалисты и руководители бизнеса пользуются его специальными знаниями и его советами, чтобы усовершенствовать и расширить стратегические возможности своих фирм. Два года подряд фирма MLM получала награду за успехи в обучении Президента Международной Ассоциации многоуровневого маркетинга (MLMIA).

“Наша задача ясна, - говорит Джон, - мы хотим быть Вашими посланниками сетевого маркетинга во всем мире”.

“Джон Каленч - это исключительно цельная натура; он вкладывает всю душу в развитие сетевого маркетинга. Его книга, которую Вы держите в руках, дает очень ясные и потенциальные знания о создании большой маркетинговой организации. Эту ценную книгу Джона с успехом используют как наши новые члены, так и наши опытные консультанты”.

Уэйн Б., Уотсон (Wayne B. Watson), Президент Life Trends International.

“Профессиональные и этические уроки Джона с гордостью выполняют все занимающиеся сетевым маркетингом. Каждый может применить эти оправдавшие себя и испытанные принципы. И все, кто это делает, достигнут своей Высшей Формы... с вдохновением и эффективно!”

Дорис Вуд (Doris Wood), Президент MLMIA. Советник TWIG.

“Если Вы прочтете эту книгу, то просто почувствуете удовлетворение собой, своим бизнесом и своим будущим. В течение ряда лет мы посещаем и помогаем проводить семинары Джона... эта книга - полезный справочник, который должен иметь каждый”.

*Шерон и Джон Фарнсуорт (Sharon & John Farn-worth)
Исполнительные директора (5-й уровень) Sunrider International.*

“Эта удачная книга Джона Каленча открыла для меня огромные перспективы в нашем динамичном бизнесе. Живо написанная и полная ценных советов эта книга действительно должна быть рекомендована каждому, кто занят в сетевом маркетинге. Я приветствую это дело!”

*Дж. Ф. Роберт Болдек (J.F. Robert Bolduc) Соучредитель/
Сопредседатель Matol Botanical international. Председатель MLMIA.*

“Вы будете постоянно обращаться к этой книге. Она легко читается и содержит прекрасные истории и бесчисленные наставления, которые хочется заучить”.

*Том “Большой Эл” Шрэйтер (Tom “Big Al”Schreiter), Автор серии
книг “Big A I”.*

“Книга Джона включает СЕРДЦЕ сетевого маркетинга. Ни одна из известных мне книг не описывает путь к успеху в нашем бизнесе так полно и живо, как эта книга. Фирма Light Force гордится тем, что в комплект материалов для каждого нового консультанта мы вкладываем экземпляр этой книги. Спасибо, Джон, за этот замечательный вклад в наш динамичный бизнес!”

*Поп Мак-Элви (Pope Mc. Elvy), вице-президент фирмы The Light
Force Company.*

Предисловие

Лучший, каким Вы можете быть в Многоуровневом маркетинге... Вы действительно хотите этого? Пожалуйста, подумайте об этом. Вы действительно хотите достичь высшей формы?

И если Вы дадите хорошо продуманный и идущий от всего сердца ответ “Да!”, то тогда я могу Вам гарантировать, что книга Джона Каленча поможет Вам в этом.

Книга “Лучший, каким Вы можете быть в MLM” - это книга о Вас и Вашем будущем в возможно самом замечательном и захватывающем бизнесе в мире.

Сначала Вам предстоит рассмотреть вопрос, почему Вы хотите заниматься этим бизнесом. Джон покажет Вам, как раскрыть Ваши способности и как поставить перед собой ряд задач, чтобы реализовывать основную цель жизни. Потом Вы узнаете о четырех видах топлива, которые зарядят Ваши цели и намерения мощной животворной энергией.

Приготовьтесь к искусно обставленному путешествию в самопознание. Вы изучите практические и испытанные методы, которые Вы сможете использовать для построения личного и делового стиля жизни, который превзойдет Ваши самые смелые мечты и желания. Эта книга полна обещаний и возможностей - специально для Вас!

Возможность достижения всех Ваших жизненных целей, найти эффективный, реальный и в финансовом отношении достойный профессиональный путь, развить и реализовывать полностью свой личный человеческий потенциал, познать достижимую мечту о финансовой свободе и особым образом вносить свой вклад в жизнь других.

А обещания? Это самое лучшее из всей книги. “Лучший, каким Вы можете быть в MLM” - эта книга покажет Вам, как Вы это можете достичь!

Джон сопровождает Вас шаг за шагом по всем вопросам основания и дальнейшего развития вашего собственного бизнеса в системе Многоуровневого/Сетевого маркетинга. Вы откроете в себе и сможете немедленно использовать способности помогать другим и устанавливать связи. Вы научитесь проводить профессиональные презентации, которые дадут реальные результаты. Кроме того, Вы научитесь правильно отвечать на возражения и сможете использовать проверенную методику привлечения, которая обеспечит Вам растущий состав постоянных клиентов и стабильный приток новых компаньонов для Вашего бизнеса. О том, как устраивать встречи дома, как проводить обучение новых консультантов или как без усталости умножать свои усилия, - в книге Вы все это найдете!

Джон Каленч говорит деловым голосом многолетнего опыта. Он

уже был там, где Вы находитесь теперь, и он знает, что функционирует, а что нет. Джон лучше всего разбирается в этом бизнесе. Он уже создал организацию консультантов с финансовым оборотом в миллионы долларов, он основал и руководил своей собственной фирмой Сетевого маркетинга, а при посредничестве своей теперешней фирмы “Миллионеры в движении (Millionaires in Motion - МИМ) он помог организовать успешные бизнес-фирмы Сетевого маркетинга. Два года подряд фирма МИМ получала Президентскую награду за успехи в обучении Международной ассоциации Многоуровневого маркетинга как признание за выдающуюся деятельность. Джон действительно прекрасный инструктор в организации бизнеса.

Джон основательно снял все тайны с этого загадочного и сложного бизнеса. При чтении книги Вы нередко поймаете себя на том, что, отложив ее, скажите сами себе: “Это просто замечательно!” или: “Ах, ВОТ как это делается!” Я прочел почти все книги на тему Многоуровневого маркетинга. Одни были хорошими, другие - менее удачными, однако не было ни одной, написанной так полно и тщательно, как эта.

Книга подробна, полностью увлекательна, практична и полна открытий, которые Вы немедленно захотите использовать. Его личный стиль превращает чтение в радость. Кажется, что Джон это хороший друг, который сидит с Вами у Вас дома делится с Вами своими знаниями и опытом, чтобы Вы могли сразу этим воспользоваться.

Уже несколько лет я просто ждал появления ТАКОЙ полной книги по Многоуровневому маркетингу, и я очень ценю Джона за то, что он ее написал. Я настолько ценю эту книгу, что каждому абоненту нашего информационного бюллетеня я дарю по одному экземпляру! Это просто обязательное чтение для всех, кто хочет добиться успеха в бизнесе. Лучшее всего, чтобы Вы перечитывали ее снова и снова, а также позаботьтесь о том, чтобы каждый новый консультант или консультант в Вашей организации поучал бы экземпляр книги прежде, чем высохнут чернила на бланке его контракта. Если Вы это сделаете, я гарантирую Вам успех в сетевом маркетинге.

Джон Фогг (John Fogg). Редактор “Upline”

Как работать с этой книгой

Эта книга отличается от других, которые Вы могли прочитать, и, возможно. Вы должны иначе к ней подойти.

У меня есть несколько предложений, как Вы сможете работать с этой книгой, и мне хотелось бы Вам их представить.

В первую очередь, не пугайтесь обилия информации, содержащейся в этой книге. В конце концов, она представляет собой результат более чем десятилетнего опыта обучения и подготовки тысячи людей.

Я не жду, что Вы сядете и сразу все прочтете. Возможно, немногие из Вас это сделают - и это все в порядке вещей. Сэр Френсис Бэкон сказал однажды: “Одни книги нужно откусывать, другие

предназначены для того, чтобы их пропитывали, и очень немногие необходимо хорошо пережевывать и переваривать”. Эта книга относится к тому сорту книг, которые нужно “хорошо пережевывать и переваривать”. Такая же существенная, как если бы я дал Вам рыбу, которой Вам хватило бы на целый день, или научил бы Вас ловить рыбу на удочку, что позволило бы Вам кормить себя всю жизнь. Но чтобы научиться и стать мастером в ловле на удочку, требуется время. И я поставил перед собой задачу: сделать из Вас мастера (или мастерицу) в рыбной ловле на удочку. Так что дайте себе время.

Во-вторых, эта книга ориентирована на практического пользователя. Я не считаю себя большим писателем. Я предпочитаю разговорный стиль. Так что это - разговорная книга. Рассматривайте ее как разговор между собой и мной. Мне хотелось бы, чтобы Вы это поняли. В-третьих, эта книга является книгой о деле. Это также книга типа:

“Как я это делаю”. Преподаваемые мною принципы обучения уже полностью оправдали себя. Вы ни в коем случае не являетесь подопытными кроликами.

Сначала прочтите раздел “Ваше введение” и главы первую и вторую. Лучше всего, если бы Вы смогли прочитать все эти три раздела вместе и сразу. Заставьте себя сразу сделать требуемые упражнения. Вы многое узнаете о чрезвычайно важном вопросе “Почему Вы занимаетесь этим бизнесом?” Вопрос “почему?” - это неизбежный вопрос, если Вы действительно серьезно хотите достичь высшей формы в многоуровневом бизнесе!

Потом одну за другой прочтите остальные главы. Читайте, учите, что Вы должны делать в различных областях Вашего многоуровневого маркетингового бизнеса, и применяйте на практике известные принципы и методики. Я хочу обратить Ваше внимание на то, что в этой книге ради упрощения Многоуровневый маркетинг или Многоуровневый/Сетевой маркетинг я называю просто - Сетевой маркетинг. Это одно и то же, это только вопрос личного вкуса. Итак, будем использовать более современный термин “Сетевой маркетинг”. Независимо от того, что Вы откроете для себя в каждой главе, я уверен, что Вы много раз сделаете для себя открытия при чтении этой книги. Книга содержит прекрасные идеи, которые нацелены на достижение таких же прекрасных результатов. Используйте их и смотрите, что происходит. И если Вы достигнете результатов, обусловленных реализацией этих идей, то поделитесь ими с другими участниками в Вашем Сетевом маркетинговом бизнесе.

Вам не нужно ждать, когда Вы дойдете до главы X в описании всей системы Обучение новых консультантов, а уже с первых глав начните рассказывать и передавать другим отдельные главы книги. В этом заключается смысл всей книги.

Наилучший обучающий успех мы имеем в тех предметах, которые мы сами срочно вынуждены учить.

В-четвертых, Вы знаете историю, когда молодой человек в Нью-Йорке спросил всемирно известного скрипача, как лучше всего пройти в Карнеги-Холл? Выдающийся музыкант ответил; “Упражняйся, упражняйся, упражняйся!”

Здесь то же самое. Эта книга - хранилище хороших идей - так и ДОЛЖНО быть. Но эти идеи становятся живыми, когда Вы их используете.

“ЗНАНИЕ ТОЛЬКО ТОГДА ЯВЛЯЕТСЯ СИЛОЙ, КОГДА ОНО ВОПЛОЩАЕТСЯ В ДЕЛА”. Это несколько напоминает историю старого морского котика, которого спросили: “ЕСЛИ человек упадет в воду с этого мола, он утонет?” Старый морской котик ответил: “Он не умрет, если упадет в воду, но он умрет, если там останется”. Итак, читайте эту книгу и сразу то, чему Вы научились, превращайте в дела. Я знаю, что принципы работают, и многие годы я помогаю тысячам людей успешно применять их, - но Вы этого еще не знаете. И Вы это лишь тогда узнаете, когда сами проверите. Согласно этому действуйте по пословице: Если это работает - давайте делать дальше!

У меня есть еще одно предложение: когда Вы книгу прочтете, то начните читать ее еще раз. А потом еще раз. Третий раз - это самый прекрасный вариант. Даже если Вы будете читать книгу в двадцатый раз, я обещаю Вам, что Вы каждый раз научитесь чему-то новому.

И думайте о том, чтобы работать “элегантно”, если Вы заставите эту книгу работать на себя.

Каждый раз, когда Вам предстоит обучать новых консультантов, то до начала учебной программы проявите настойчивость, чтобы они прочитали раздел “Ваше введение”, а также первую и вторую главу. Если они поймут, “ЗАЧЕМ” (“почему”) они занимаются этим бизнесом, то будет очень легко научить их тому, “КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ”. Этот проверенный метод обеспечит Вам и Вашим деловым партнерам быстрый и надежный старт.

И если Ваши консультанты проработают книгу главу за главой и начнут самостоятельно применять усвоенные принципы, то Вы запустили в действие мощную нерушимую систему дублирования.

Эта книга - ключ к тому, чтобы самым быстрым и надежным путем достичь финансовой безопасности.

Желаю хорошего чтения!

Ваше Введение: ЧТОБЫ ПОНИМАТЬ МНОГОУРОВНЕВЫЙ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ, НЕОБХОДИМО В НЕГО ВЛЮБИТЬСЯ

Вам бы хотелось открыть в Вашей жизни новые горизонты неограниченных возможностей? Да? Отлично! Вы можете это сделать: влюбиться в сетевой маркетинг. Я не думаю. Что Вы это должны сделать ради денег. Я не думаю также, что Вы все это должны считать некой “довольно сомнительной идеей”. Я полагаю, что Вы должны действительно влюбиться. Если Вы очень полюбите этот бизнес так же, как Вы любите то, что производит или продает Ваше предприятие, то успех для Вас неизбежен. Однако что же такое любовь? Именно об этом идет речь в данном введении.

Прошло уже больше десяти лет, как я впервые познакомился с этой индустрией.

Я был приглашен в дом одного из друзей, чтобы принять участие в деловой презентации, как мы это теперь называем. Я сидел и слушал человека, который рассказывал о предприятии и возможности бизнеса, который тогда называли многоуровневым маркетингом (Multi-Level Marketing - MLM).

Он нарисовал на доске несколько кругов. Тогда я впервые увидел эти круги. Вы их уже знаете: этот круг означает Вас, эти пять кругов означают тех, кому Вы лично содействуете, а эти 25 кругов означают тех... и так далее. Меня это буквально поразило!

По дороге домой я никак не мог выбросить из головы эти круги. Я был настолько взволнован, что мне казалось, что я должен взорваться. Никогда еще за всю свою жизнь я не был так воодушевлен каким-либо делом.

О ЧЕМ ВООБЩЕ ИДЕТ РЕЧЬ?

Меня воодушевило не фирма и не ее продукты. Это был также и не тот случай, когда бы я подумал: “После стольких лет бесперспективной работы у меня, наконец, появился шанс добиться успеха”. У меня уже было успешное дело - моя медицинская фирма из года в год все больше росла и процветала.

Это был не тот случай. Скорее всего, это был случай, когда мне впервые в моей жизни был продемонстрирован принцип бизнеса, абсолютно очевидный и правильный сам по себе.

Это был путь - достичь в жизни всего, чего я хотел достичь,

ПОМОГАЯ ДРУГИМ! Это ^был путь, который ставил мой успех в жизни в зависимость от того, насколько сильно я поддерживаю других и служу им. Невероятно!

В ту ночь я лежал в постели, смотрел в потолок и в своих представлениях я видел окно в мир небывалых возможностей.

Всю ночь я думал о том, как эта невероятная система **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** свободного предпринимательства позволила бы мне наилучшим образом реализовать свой потенциал и, кроме того, позволила бы мне внести самые существенные и позитивные изменения в жизнь других.

Когда я лежал тогда с широко открытыми глазами и в полном волнении, я знал, что буду заниматься этим бизнесом всю мою оставшуюся жизнь.

ЦЕЛЬ ЖИЗНИ

Я знал, что я должен поставить перед собой цель - цель жизни, которая направила бы мою энергию и помогла бы мне оптимально реализовать это новое начинание. Всю ночь я думал об этом. И когда утром следующего дня взошло солнце, я понял, что обрел свою цель.

Моя цель жизни звучит так: прежде чем умереть, я должен найти миллион друзей.

И к этому я стремился каждый день со времени той длинной и удивительной ночи десять лет тому назад. И я знаю безо всякой тени сомнения, что пока я буду придерживаться этой цели, все в моей жизни будет улаживаться само собой.

Я совершенно не беспокоюсь о деньгах. Пока я придерживаюсь своей цели - найти миллион друзей, - деньги сами приходят. Есть такое выражение: “Делайте то, что Вы любите, и деньги придут!” Вот я и делаю то, что люблю, и деньги действительно приходят!

Я редко забочусь о том, какие решения я должен принять в определенных ситуациях. Эти решения возникают автоматически. Если что-либо служит выполнению моей цели - приобрести миллион друзей, - то я это делаю! Если нет, - то я не делаю этого. Это просто фантастика!

Эту цель я смог поставить перед собой только потому, что впервые в жизни я нашел систему, которая приблизила осуществление этой гигантской задачи и сделала ее достижимо близкой. Пожалуйста, поймите меня правильно” До того как я познакомился с Сетевым маркетингом, эта цель, которая сегодня является таким мощным и постоянным стимулом моей жизни, была для меня совершенно немислимой и... даже невообразимой. Сетевой маркетинг сделал это возможным!

ЧТО ВАМ РЕАЛЬНО ПРЕДЛАГАЕТ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Причина того, почему я Вам это рассказываю, состоит не в том, чтобы вдохновить Вас на выбор для себя цели - приобрести миллион друзей, хотя если бы Вы этого захотели, это было бы прекрасно. Причина состоит в следующем.

Сетевой маркетинг - это действительно уникальная и оригинальная система, и я убежден в том, что она откроет для Вас новые горизонты так же, как она открыла их для меня и для тысяч других людей.

Если Вы осознаете неисчерпаемый потенциал сетевого маркетинга, то Вы сможете начать, выполнять свои самые заветные желания и мечты - те желания и мечты, о реализации которых до этого Вы не могли даже и подумать.

Каким образом? Сетевой маркетинг делает невозможное возможным. Сетевой маркетинг действует как движущая сила. Он сокращает Ваше время ученичества. Он быстрее и шире раскрывает и развивает Вашу индивидуальность. Он позволяет Вам достичь большего и внести больший вклад в Ваш собственный мир. Сетевой маркетинг - это система, которая дает возможность применить Ваши собственные созидательные способности, а также оказать весьма положительное воздействие на жизнь сотен, тысяч и даже миллионов людей. Позвольте мне объяснить это.

ПРАВДА О СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Никакая другая из известных мне систем, которая поддерживает людей, будь это в спорте, в мире бизнеса или в области межличностных отношений так не уважает свободу и собственную ответственность каждой отдельной личности, как это имеет место в Сетевом маркетинге. С первого дня в системе Сетевого маркетинга Вы свободны и независимы!

ВЫ ОПРЕДЕЛЯЕТЕ, с кем Вы хотите вместе работать - с какой фирмой, с какими Продуктами или услугами и **КАК** Вы с этим хотите работать.

ВЫ ОПРЕДЕЛЯЕТЕ, как Вы работаете: посредством личных контактов, по телефону, по переписке, маленькими группами или с помощью больших мероприятий. Вы принимаете решение по каждому отдельному аспекту Вашего бизнеса. **ВЫ ОПРЕДЕЛЯЕТЕ**, поскольку это **ВАШ БИЗНЕС**.

Занимаясь Сетевым маркетингом, Вы останетесь в стороне от большей части обычных организационных и финансовых забот обычного предпринимательства. Фирма, с которой Вы сотрудничаете как независимый консультант или как просто консультант, избавляет Вас от этих отчасти действительно обременительных задач.

Привлечение денежных средств, управление, ведение бухгалтерского учета, обработка данных, разработка продуктов, общие аспекты производства, упаковка, маркетинг, изменение плана маркетинга, изготовление вспомогательных (для продажи) средств, складирование, отправка - это задачи фирмы, а НЕ ВАШИ.

В чем же состоят Ваши задачи? Хороший вопрос! Ваша задача состоит в том, чтобы делать следующие три вещи.

1. ИСПОЛЬЗУЙТЕ И ЛЮБИТЕ ПРОДУКТЫ.

Только так пойдет дело - и это хорошо! Сетевой маркетинг предлагает некоторые из самых необычных продуктов и услуг в мире. Этот бизнес наполнен уникальными и фантастическими продуктами, которые дают ошеломительные результаты.

Это продукты, которые помогли сбавить вес и остаться стройными многим людям, даже тем, которые раньше безуспешно использовали диету. Это продукты питания и поддержки здоровья, которые снимают болезненные симптомы и поддерживают естественный процесс оздоровления организма.

В системе Сетевого маркетинга Вы найдете средства по уходу за телом и бытовые средства, которые делают невозможное. Очистительные средства, шампуни, мыло, зубные пасты, отличающиеся от своих существующих в розничной продаже аналогов намного более высоким качеством и более высокой ценностью. Чтобы поверить в это, Вы должны их опробовать.

Есть услуги, предоставляемые в области дальней связи, которые могли бы сэкономить для Вас небольшое состояние. Имеются приборы и добавки, которые повышают мощность Вашего автомобиля и одновременно экономят спирт-ректификат, оказывая при этом щадящее экологическое воздействие. Сетевой маркетинг превратил очистку воды в частном домашнем хозяйстве в бизнес объемом в 1 миллиард долларов. Отдельные услуги в рамках Сетевого маркетинга дали возможность некоторым людям принять участие в путешествиях или в инвестиционных фондах, которые раньше были доступны только богатым и знаменитостям.

Перечень выдающихся продуктов и услуг можно продолжать бесконечно. Наша индустрия предлагает одни из самых невероятных продуктов высочайшего качества, которые когда-либо видел этот мир.

Поэтому первый пункт должен быть для Вас очень легким - любите Ваши продукты! Будьте сами Вашим самым лучшим клиентом - тогда Вы просто не сможете проиграть!

2. РЕКОМЕНДУЙТЕ ВАШ ПРОДУКТ ДАЛЬШЕ И ДЕЛИТЕСЬ ИМ С ДРУГИМИ.

Это так просто. Вы уже делаете это каждый день. Мы все делаем это. И мы вовсе не можем делать иначе, в противном случае мы проводили бы свою жизнь в роли неких тайных агентов!

Если мы посмотрим какой-либо выдающийся фильм или в одном из оригинальных мест попробуем отличное блюдо, то совершенно естественно сообщить об этом другим. Хоть раз в своей жизни Вы уже что-то делали по рекомендации Вашего друга, будь то книга, место отдыха или, возможно, даже покупка автомобиля. Вы говорили с другими людьми, которые делились с Вами своим Опытом, и Вы принимали решение с учетом этой информации или рекомендации.

Профессиональные руководители маркетинга знают, что для гарантии устойчивого успеха они должны достичь реализации трех факторов:

Они должны добиться от Вас, чтобы Вы попробовали их продукт.

Они должны добиться от Вас, чтобы Вы постоянно пользовались или намеревались постоянно пользоваться их товаром или услугой. И самое главное - то, о чем мечтают все руководители маркетинга.

Вы должны быть в таком восторге от продукта, чтобы начать рекомендовать его другим.

Предприятия Сетевого маркетинга вознаграждают Вас за то, что Вы дальше рекомендуете их продукты. Они знают, насколько ценными являются Ваши рекомендации для сбыта их продуктов. Поэтому они предпочитают поощрять Вас как независимого консультанта или просто консультанта.

Это примерно также, как если бы Вам платили за то, что Вы являетесь хорошим другом. Если Вы открываете для себя какой-либо оригинальный продукт или какую-либо замечательную услугу со множеством преимуществ, то Вы естественно расскажите об этом своим друзьям.

В системе Сетевого маркетинга Вам за это платят. Рассматривайте это как своего рода вид финансовой благодарности. И чем больше у Вас дружеских контактов, тем больше будет Ваш потенциал, чем больше Ваш вклад в жизнь других, тем больше будет Ваше вознаграждение.

3. ПРИОБРЕТАЙТЕ ДРУГИХ.

Когда другие увидят, как Вы с удовольствием создаете Ваш бизнес, когда они увидят, что это просто, что Вы зарабатываете деньги, что люди активно работают в Вашей организации, то они начнут серьезно задумываться о том, чтобы включиться в Ваш бизнес.

Сетевой маркетинг не имеет ничего общего с тактикой “выкручивания рук” другим. Более того, речь идет о том, чтобы

представить другим возможность самим принять решение. Этот бизнес основывается на СОРТИРОВКЕ. Вы все время представляете возможность до тех пор, пока Вы не найдете нужного человека в нужное время. И ничего больше.

Вы приобретаете различное число людей - сколько найдете или сами этого хотите. Если Вы приобретаете других, то Вы берете на себя ответственность научить их тому, что Вы уже умеете. Вы учите Ваших людей выполнять три следующие задачи:

1. Использовать и любить продукт.
2. Делиться этим с другими.
3. Привлекать других людей в бизнес.

ВСЕ НАХОДИТСЯ В ВАШИХ РУКАХ

Масштабы успеха в Вашем бизнесе определяете Вы. Только Вы измеряете и оцениваете Вашу работу. Нет никакого босса, который сказал бы Вам, как и когда Вы что-то должны сделать.

Имеют значение только Ваши собственные этические и деловые представления. Ваши мысли и чувства находят свое выражение в результатах, которых Вы добиваетесь. Вы получите честное и щедрое вознаграждение за Ваши усилия - и при этом напрямую. В этом бизнесе нет никого и ничего, что могло бы помешать Вам между делом достаточно заработать или завоевать величайшую вершину успеха. **ВСЕ НАХОДИТСЯ В ВАШИХ РУКАХ.**

Ни у кого даже с лучшим образованием, с богатым наследством, с большим талантом или прочими преимуществами нет большего шанса чем у Вас добиться успеха в сетевом бизнесе.

В этом бизнесе мы все равны. В этом бизнесе успех зависит от того, как мы сочетаем нашу свободу с нашими обязанностями.

КАК ВЫВИДИТЕ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

К. Дин Блэк, доктор философии, - человек, которого я глубоко уважаю. В своей выдающейся брошюре “Упрощенное руководство по достижению успеха во Многоуровневом маркетинге” он дает наиболее краткие и ясные объяснения того, как функционирует эта система. Ниже мы приводим разъяснения доктора Блэка в отдельных выдержках:

Если люди не делают успехов, если рушатся их планы, если они раздражены и лишены мужества, то это означает, что они видят вещи не такими, каковы они есть на самом деле. Если они изменили взгляд на вещи, если они познают правду, то они вновь смогут двигаться вперед и стать счастливыми.

Успешные консультанты познают правду о четырех определенных вещах: 1 - о сетевом маркетинге; 2 - о предприятии (фирме); 3 - о самих себе; 4 - о других людях.

Не достигшие успеха консультанты не имеют ясного

представления по одному или по нескольким из этих четырех вопросов.

ПОЗНАТЬ ПРАВДУ О МНОГОУРОВНЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Многие люди отвергают Многоуровневый маркетинг, однако в самом принципе нет ничего, что можно было бы отрицать, а критиковать можно лишь то, как некоторые работают, используя этот принцип. Далее следуют факты и принципы многоуровневой системы:

1. МНОГОУРОВНЕВЫЕ ИЛИ ПИРАМИДАЛЬНЫЕ СТРУКТУРЫ СЛУЖАТ РАСПРЕДЕЛЕНИЮ. Достигнув определенной величины, каждая организация, продающая продукты или услуги, приобретает форму пирамиды со многими уровнями, которая книзу становится все шире. Делегирование создает пирамиду со многими уровнями. Наше правительство представляет собой такую пирамиду, наши школы и церкви - тоже. Все успешные фирмы, продающие продукты и услуги, в конечном итоге приобретают форму пирамиды.

2. В КАЖДОЙ МНОГОУРОВНЕВОЙ СТРУКТУРЕ СИЛА ИДЕТ СНИЗУ. Наше правительство распределяет услуги сверху вниз, его сила, однако, поступает снизу в виде голосов избирателей. Маркетинговые фирмы сбывают свои продукты также сверху вниз, сила же их состоит в тех деньгах, которые поступают снизу вверх. Пирамидальные системы можно представить также в виде реки, которая течет в двух направлениях: сначала сверху вниз, и затем снизу вверх. Определенные ценности текут вниз; встречным потоком вверх устремляется сила. Если по какой-либо причине ценности перестают поступать вниз, то заканчивается также встречный поток силы (в форме денег или голосов избирателей и система терпит крах).

3. МНОГОУРОВНЕВЫЕ СТРУКТУРЫ ФУНКЦИОНИРУЮТ ЛИШЬ В ТОМ СЛУЧАЕ, ЕСЛИ НЕСУТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДСТАВИТЕЛИ САМОГО НИЖНЕГО УРОВНЯ. Эта идея принадлежит отцам - основателям Многоуровневого маркетинга. Они заявляли, упрощенно выражаясь, что каждый должен делать для себя то, что он может делать. То, что мы не можем делать, следует передать для исполнения на более высокий уровень. Мы, например, не можем строить наши собственные дороги или школы, поэтому эту задачу берет на себя город. То, что не может сделать город, берет на себя государство и т.д. Если верхние уровни берут на себя те задачи, которые также хорошо могут сделать на нижнем уровне, то система начинает хромать, все замедляется и система терпит крах. Многоуровневый маркетинг - это не что иное, как экономическая система, которая переносит ответственность на самый - низкий уровень - на отдельных личностей - и поэтому Многоуровневые маркетинговые формы растут так быстро. Это означает также, что каждая Многоуровневая маркетинговая фирма может быть настолько сильна, насколько сильны характером ее

консультанты (дистрибьюторы). Многоуровневые маркетинговые фирмы терпят крах в том случае, если ведущие представители или исполнители забывают, что сила лишь тогда устремляется вверх, если вниз поступают настоящие ценности. Другими словами: если люди хотят делать деньги, не предоставив сначала какой-либо истинной ценности. Примером самых плохих систем являются системы, созданные по типу снежного кома, единственная ценность которых состоит в том, что они позволяют завербовать других, что однако не является истинной ценностью. В других случаях отдельные лица пытаются создать иллюзию ценности, предлагая при этом продукты, которые однако не являются главными профилирующими продуктами данного бизнеса и которые стоят значительно меньше тех денег, которые за них запрашивают. Подобные иллюзии всегда раскрываются, поток денег вверх прекращается и фирма терпит крах.

Кроме того, многоуровневые маркетинговые фирмы прекращают свою деятельность или в лучшем случае приобретают дурную славу в тех случаях, когда исполнители не проявляют достаточно характера. Некоторые консультанты используют для приобщения людей коварный обман. Другие постоянно ругаются и пытаются уничтожить друг друга. Некоторые организации находятся в состоянии борьбы, распускают слухи. Эти и другие человеческие недостатки в MLM-фирмах проявляются чаще, чем в обычных фирмах, поскольку именно в них людям предоставлено так много свободы. Помимо тех причин, которые действуют всегда, MLM-фирмы терпят крах не из-за самой концепции Многоуровневого маркетинга, а из-за того, что принцип этой концепции не всегда честно и правильно соблюдается. Итак, верьте в концепцию Многоуровневого маркетинга, будьте всегда честными и искренними и довольствуйтесь только самым лучшим.

ВЕРИТЬ В ПРИНЦИП МНОГОУРОВНЕВОГО МАРКЕТИНГА.

Что это точно означает? Это означает, соблюдать и ценить естественную структуру. Доктор Блэк приводит два следующих примера, которые я хочу непременно с Вами обсудить

“Если Вы смотрите на Ваших клиентов и консультантов как на источник получения денег, то Вы, по всей вероятности, не очень далеко продвинетесь. Они будут презирать Ваши эгоцентрические интересы и отделятся от Вас. Если же, наоборот, Вы будете рассматривать их как возможность служить другим и поддерживать их, то это вдохновит и покорит их”. “Рассматривать как возможность служить другим и поддерживать их”.

Я не могу Вам еще раз не подчеркнуть, как важен этот пункт. Если Вы из всей книги почерпнете только этот один пункт и примите его всем сердцем, то Вы будете владеть ключом к достижению успеха в Сетевом маркетинге.

Вот еще один пример доктора Блэка:

“В душе человек ощущает либо полноту, либо пустоту жизни, в соответствии с этим он раскрыт или замкнут и создает около себя такое окружение, которое точно отражает его чувства. Смотрите на полноту жизни и смотрите, каким образом Вы можете помочь другим также видеть всю полноту жизни”.

И еще раз: “Каким образом Вы можете помочь другим...” Друзья - вот о чем здесь идет речь. Это именно то, что позволит сетевому маркетингу работать также и для Вас!

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ - КАК САМА ЖИЗНЬ

Сетевой маркетинг обладает сходной естественной (природной) структурой, которую Вы обнаруживаете в Вашей повседневной жизни. Поэтому эта уникальная форма бизнеса представляет собой нечто совершенно особенное - она является отражением реальной жизни.

Что происходит, если Вы ведете себя эгоистично или эгоцентрично? КАК Вы думаете в этом случае о себе и о других? Насколько Вы удовлетворены, как протекает Ваша жизнь в этих обстоятельствах?

Что происходит, если Вы открыты и честны по отношению к другим? Как Вы чувствуете себя в этом случае? И как протекает Ваша жизнь?

В системе Сетевого маркетинга с последствиями Вашего поведения дело обстоит также, как и в жизни: они отражаются на Вас - прямо и непосредственно. Вы сами являетесь источником Вашего успеха или вашей неудачи.

Вам точно известно, что происходит с нациями, организациями и отдельными личностями, которыми руководят зависть, нечестность, безответственность и страх. Как заметил доктор Блэк: люди и сама жизнь сторонятся этого. Такая же судьба ожидает тех в Сетевом маркетинге, кто руководствуется этими же пороками.

С другой стороны люди и сама жизнь поворачиваются к тем, кто готов служить и оказывать поддержку. То же самое относится и к сетевому маркетингу.

ПРАВИЛЬНО ПОНИМАТЬ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Основная причина того, почему люди терпят неудачу в Сетевом маркетинге, заключается в том, что они его неправильно понимают. Они не понимают его основные принципы и поэтому не могут использовать их в своем поведении.

В нем заключен большой вызов. Только в том случае, если Вы действительно понимаете систему Сетевого маркетинга и его

движущие силы, то Вы сможете его действительно полюбить. Я думаю, что для того, чтобы добиться успеха в Сетевом маркетинге, Вы ДОЛЖНЫ ВЛЮБИТЬСЯ В НЕГО.

Когда той ночью десять лет назад я представлял себе Сетевой маркетинг, то я в действительности еще не совсем его понимал. Моя голова была полна всеми возможностями и указаниями, которые предлагает эта система. Я знал, что я открыл нечто грандиозное, - однако что же в точности это было, я не знал, хотя и очень сильно хотел это себе представить.

Я лежал без сна в своей постели. Потолок комнаты был как экран, полный возможностей, указаний и картин, которые не давали мне покоя. Когда взошло солнце, я уже точно знал, о чем идет речь в этом бизнесе. Я понял его и полюбил. За прошедшие годы моя любовь выросла и превратилась в огонь страсти.

ЧТО ВЫ ДОЛЖНЫ ДЕЛАТЬ?

ВЫ ДОЛЖНЫ ЕГО ПОЛЮБИТЬ! Это один из тех немногих случаев, когда иначе ничего не получится.

А как Вы можете это сделать? Есть две возможности: первая состоит в том, чтобы влюбиться подобно знаменитой “любви с первого взгляда”. Так это произошло со мной. Но я испытал также и вторую возможность: я научился это любить.

Может быть, с помощью этой книги я смогу помочь Вам и Вашим друзьям влюбиться в Сетевой маркетинг. Однако полной уверенности у меня нет, так как решение вопроса о том, сможете ли Вы это сделать или нет, находится в Ваших руках, а не в моих.

Как и всегда **Я УБЕЖДЕН, ЧТО СМОГУ ПОКАЗАТЬ ВАМ, КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ СМОЖЕТЕ НАУЧИТЬСЯ ЛЮБИТЬ ЭТОТ БИЗНЕС.** Это - моя задача. Ее выполнение состоит в том, чтобы как и Вас научить других, каким образом они смогут добиться успеха в сетевом маркетинге. Я научил уже тысячи людей и тем самым на целый отрезок пути приблизился к реализации моей цели - приобрести миллион друзей.

ВЫ ГОТОВЫ НАЧАТЬ?

Да? Прекрасно! Но сначала я хочу Вам рассказать, что мы будем делать.

СМЫСЛ ЭТОЙ КНИГИ

Старая поговорка гласит: “Самый лучший способ овладеть какой-либо специальностью - это начать ее преподавать”. И это подтверждается полностью, на 100 процентов! Поэтому эта книга не носит характера обычного учебного пособия типа “Помоги себе сам”. Эта книга - скорее, методическое пособие, которое Вы можете

использовать для того, **ЧТОБЫ ОБУЧАТЬ И ТРЕНИРОВАТЬ ВАШИХ ЛЮДЕЙ И ТАКИМ ОБРАЗОМ ПОМОЧЬ ИМ ДОСТИЧЬ УСПЕХА.**

На основе собственного опыта как преподавателя, который подготовил тысячи людей и сделал их учителями и инструкторами Многоуровневого маркетинга, я знаю, что это самый быстрый и самый эффективный путь обучения и одновременно достижения успеха.

В процессе чтения книги Вы познакомитесь со многими новыми и ценными приемами, указаниями и методами, которые Вы сможете сразу начать использовать для увеличения Ваших возможностей и Вашей эффективной деятельности. Уже следующий телефонный разговор или ближайшую бизнес-презентацию Вы сможете планировать в соответствии с этими новыми методиками.

Это также должно получиться, поскольку таково было мое намерение. Однако для Вас истинная ценность этой книги заключается в ее тайне. Вы откроете эту тайну, если Вы на собственном опыте увидите, как все приходит в равновесие, и впервые поймете, какой простой, легко воспроизводимой и исключительно эффективной является эта система построения программ обучения.

ЭТА КНИГА РАЗДЕЛЕНА НА ДВЕ ЧАСТИ

Главы первая и вторая отвечают на вопрос, **ПОЧЕМУ** Вы занимаетесь этим бизнесом. Если Вы поняли **ПОЧЕМУ**, то считайте, что Вы овладели уже 90 процентами всего бизнеса. Вы быстро поймете, что Вы должны помочь Вашим людям тоже ответить на этот вопрос, **ПОЧЕМУ**. Этому я Вас тоже научу.

Следующие шесть глав поведут Вас шаг за шагом через все основополагающие аспекты этого бизнеса, от привлечения новых консультантов до организации больших деловых презентаций. На этом пути Вы откроете сотни идей, которые Вы сразу же сможете применить, чтобы увеличить Ваш успех и успех Ваших людей.

В главе X “Обучение новых консультантов” сходятся все нити, а глава XI покажет Вам, как Вы сможете многократно продублировать себя, с тем, чтобы создать большую организацию. Организацию, которая сможет дать Вам такой доход, который обеспечит Вам на всю оставшуюся жизнь не только финансовую независимость, но и финансовую **СВОБОДУ**.

ДАВАЙТЕ ТЕПЕРЬ НАЧНЕМ

Еще только один пункт:

Как я узнаю, что Вы овладели этими принципами и стали выдающимся учителем и преподавателем многоуровневого маркетинга?

Это довольно просто - **ВЫ ДОЛЖНЫ СТАТЬ В НЕМ ЛУЧШИМ СПЕЦИАЛИСТОМ, ЧЕМ Я.**

Вас это несколько пугает? Это не должно Вас пугать, поскольку именно в этом состоит моя задача. Если мои студенты лучше, чем я, то я знаю что выполнил свою задачу. Это цель моей книги. Цель - это своего рода обещание, которое я дал сам себе. И если я в жизни чем-то дорожу, то это именно тем, чтобы выполнять свои обещания!

Найдем для себя приятное окружение, где мы сможем все спокойно обсуждать. При этом у меня есть все, что нам потребуется, вплоть до спокойного места, блокнота и карандаша. Я рассчитываю, что Вы позаботитесь об этих вещах! И мне бы хотелось, чтобы Вы знали, что я рад совместной работе. Итак давайте начнем?

Глава I

ВАШИ ЦЕЛИ И НАМЕРЕНИЯ

Если Вы привлекаете в свой бизнес новых людей, то Вы должны им помочь, определить их цели и намерения. Только когда Вы знаете цели и намерения Ваших компаньонов. Вы можете привести предложение Вашего бизнеса в соответствие с теми факторами, которые действительно важны для них в жизни. Привести в согласие личные и профессиональные цели со свободой и силой сетевого маркетинга - вот первый шаг к успеху в этом бизнесе.

Если Вы подходите к книгам так же, как и я, то Вы, вероятно, пропустили разделы “Как нужно работать с этой книгой” и “Ваше введение: правильно понимать сетевой маркетинг”, чтобы сразу приступить к сути этой книги. Ваше нетерпение, быстро начать что-то делать, я могу понять. Однако информация, содержащаяся в этих двух упомянутых разделах, имеет очень большое значение для всего остального содержания этой книги. Найдите, пожалуйста, время и прочтите их. Если Вы это уже сделали, то мы можем сразу начать.

Как преподавателю сетевого маркетинга для меня очень близким является вопрос КАК делается этот бизнес. Однако едва ли одному из нас показывали, как он должен заниматься бизнесом. Основная задача спонсора Сетевого маркетинга и тренера сравнима с задачей хороших родителей.

Но каким бы важным ни казался вопрос о том, КАК делается бизнес, на первый план постоянно выходит вопрос ПОЧЕМУ. Однажды было сказано, что настоящее овладение каким-либо делом на 10% зависит от КАК и на 90 % - от ПОЧЕМУ. Если Вы понимаете ПОЧЕМУ, то КАК придет само собой. Я объясню Вам, почему это именно так.

СВЕРХЗАДАЧИ

Уже было много сказано и написано о целях. В ходе моей интенсивной работы в течение многих лет с тысячами людей на рабочих группах, семинарах и совещаниях я начал вести опрос

относительно постановки целен и обо всем, что с этим связано.

Самой большой ошибкой, которая встречается при этом, является, по моему мнению, то, что люди отождествляют свои цели с желаемым конечным результатом. Это, однако, не так! Цель - это нечто совсем другое. И очень важно, чтобы Вы как инструктор и учитель сетевого маркетинга узнали и поняли это.

ЦЕЛИ - ЭТО ФОРМА ПРИЗНАНИЯ

Большей частью наши цели основываются на результатах, которые мы желаем получить, как например, вещи, на покупку которых или на осуществление которых нам требуется больше денег. И мы очень упорно и добросовестно работаем, чтобы достичь цели. Я понял, что большинство целей, которых мы достигаем, не дают нам того удовлетворения и удовольствия, которые мы себе представляли в процессе достижения этих целей. По моему мнению, причина этого состоит в том, что мы рассматриваем цель как ответ или решение. Я бы хотел предложить, чтобы мы рассмотрели цели в другом свете.

Я бы хотел, чтобы Вы рассматривали цель не как конечный результат, а как “средство для достижения цели”.

Рассматривайте цели как своего рода признание, что Вы хотите достичь чего-то более высокого. Я вовсе не сторонник того, чтобы постоянно вести учет уровня очков. Это выясняется в сравнении и соревновании с другими. В действительности мы должны себя оценивать по нашим общественным меркам (масштабам), по тому, что мы хотим из себя сделать и к чему мы стремимся - а НЕ ПО ТОМУ, чего хотят или чего якобы достигли другие.

Можно сказать, что достижение цели - это самоутверждение и признание того, что мы находимся на правильном пути, чтобы стать той личностью, которой мы хотим стать. Некоторые называют это путем мастерства.

ВАША ЦЕЛЬ ЖИЗНИ

Когда мы были еще детьми, то многие из нас сознавали, что мы обладаем особыми талантами и способностями, имеем особые мечты, что делает нас уникальными и неповторимыми. Мы знали, что мы представляли собой нечто особенное и уникальное. Вы можете вспомнить это?

Теперь уделите себе немного времени. Подумайте о том времени в прошлом, когда Вы, будучи ребёнком, сознавали, что Вы представляете собой нечто особенное. Сконцентрируйтесь на Вашем тогдашнем убеждении и признании, что Вы были чем-то уникальным.

А теперь закройте глаза и вспомните. Дышите глубоко, расслабьтесь и вспоминайте именно об этих моментах Вашего детства. Возможно, это было во время игры, в которую Вы играли, или, возможно, это была фантастическая фигура (образ), которой Вы хотели бы стать, когда станете большим. Вспоминайте об этих прошлых мыслях и чувствах.

Очень хорошо. Вы должны знать, что это не имеет значения, хотели Вы стать машинистом, выдающимся политиком, актрисой или врачом, важным является только то чувство, которое Вы испытывали

бы, если бы Ваша мечта действительно осуществилась. А теперь давайте перенесем эти мысли и чувства на сегодняшний день - на Вашу нынешнюю ситуацию.

ЧТОБЫЛОБЫ. ЕСЛИБЫ...

А теперь следует замечательное упражнение, которое я постоянно применяю. Для этого Вам необходимо личный экземпляр этой книги или блокнот, а также спокойное местечко и некоторое время.

Расслабьтесь, чтобы дать свободный ход Вашим мыслям, и ответьте на следующие три вопроса. Пожалуйста, не давайте оценок тому, что Вы напишете ниже. Просто пишите то, что приходит Вам на ум. Никаких условий. Никаких ограничений. Дайте Вашим мыслям свободно излиться на бумагу.

1. Если бы я не должна была (не должен был) работать, чтобы обеспечить себе жизнь, то чем мне больше всего хотелось бы заниматься? (то есть, делать то, что Вы любите) _____

2. Если бы мне дали миллион долларов, не облагаемых налогом, то что первое я бы с ними сделал (а)? (Не давайте, пожалуйста, ответа типа “Оплатил свои счета” или “Вернул бы свои долги”. Естественно, Вы бы это сделали. Забудьте о простом ВЫЖИВАНИИ. Мы говорим о БОЛЬШИХ деньгах. Я бы хотел, чтобы Вы пошли и подумали, что же В ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ Вы больше всего хотели бы сделать.) _____

3. Если бы я узнал(а), что мне осталось жить шесть месяцев, то что бы я стал (а) делать в оставшееся время моей жизни? (Речь идет о шести месяцах полного здоровья. Никаких болезней или болей. Что бы Вы стали делать?) _____

Когда Вы закончите это прекрасное упражнение, то уделите себе немного времени и внимательно прочитайте Ваши ответы - сделайте это как можно быстрее.

Некоторые Ваши слова покажутся Вам смешными или невероятными. Это хорошо. Некоторые прямо бросятся Вам в глаза! Но и это нормально. Это упражнение должно прояснить для Вас ГЛАВНОЕ. То, что является сутью Ваших слов.

Замечательный вопрос, который Вы должны задать себе относительно всего написанного Вами, звучит так: если я делал(а) то или другое или владел(а) тем или другим, что бы это мне дало?

Возможно, Вы должны будете неоднократно задавать себе этот вопрос для каждого из Ваших ответов. И каждый раз, когда Вы отвечаете на этот вопрос. Вы будете на один шаг приближаться к главной сути Вашего ответа.

Вы постигните эту суть, когда Вы не сможете ответить на данный вопрос никаким другим образом. Когда это произойдет, то не задавайте себе больше вопросов. Примите этот ответ, и если он Вам нравится, - примите его всем сердцем.

МЕЧТЫ И НАДЕЖДЫ

Суть тех мечтаний, которые были у Вас в детстве и которые Вы в данном упражнении открыто изложили, является указанием на ту жизнь, которую Вы ведете, и на ту личность, которой Вы хотите быть. Суть тех мечтаний - это ключ к Вашей истинной цели жизни. Пожалуйста, уясните себе, что КАЖДЫЙ ИМЕЕТ ЦЕЛЬ ЖИЗНИ.

ТЕПЕРЬ ЗАПИШИТЕ ЭТО

Прежде чем я попрошу Вас написать цель Вашей жизни, мне бы хотелось, чтобы Вы поняли, почему Вы должны это сделать.

- Возможно Вы слышали поговорку; “Человек - это то, что он есть” Хотя я в этом и не вполне уверен, но одно я могу Вам сказать:

“Вы - это то, что Вы себе представляете!”

Наши мысли очень сильны. Они определяют то, что происходит в нашей жизни и то, что из этого получается. Возможность сконцентрировать Ваши мысли - это записать их.

Написание - это эффективная деятельность. С написанием чего-либо Вы берете на себя обязательство и одновременно закрепляете Ваши слова в своем подсознании. Если Ваши обязательства имеют позитивный характер и составлены в настоящем времени, то Ваше подсознание зафиксирует их как уже свершившийся факт. Ваше подсознание будет так трактовать каждый аспект Вашей жизни, как если бы Ваши представления уже стали реальностью. Потрясающе, не правда ли?

меня с собой был блокнот, и я трудился над тем, чтобы записать цель моей жизни. Это было то, что я давно уже собирался сделать. Том спал в кресле рядом со мной, так что момент был выбран правильно.

Я писал и писал, свои слова я подбирал тщательно и обдуманно. Я упорно работал, и прошло полтора часа, прежде чем у меня был готов единственный простой абзац.

Когда я, наконец, закончил, меня охватило приподнятое настроение! Я думал, что могу лопнуть от переполнявших меня чувств. Я вскочил со своего места и взволнованно бегал туда-сюда с широкой улыбкой на лице. Больше всего мне хотелось выбежать вперед и каждому по бортовому радио сообщить ЕЕ! Это был один из самых замечательных моментов моей жизни!

Каким образом?

Итак, если Вы открыли Вашу настоящую цель жизни - (ее можно было бы также назвать назначением в жизни), - то Вы будете обладать неисчерпаемой и необычной силой, которая позволит Вам, совершать великие дела во всех областях. Это подобно тому, как если бы Вы прорвали плотины, которые до сих пор сдерживали Ваши созидательные энергетические силы, и теперь этот поток энергии беспрепятственно устремляется в Вашу жизнь.

Прилив силы, который Вы при этом ощущаете, поистине невероятен. Этой силой является Ваша страсть.

ЦЕЛЬ ЖИЗНИ = СТРАСТЬ

Дорогие друзья, страсть (увлеченность) - вот ключ к Вашей персональной силе!

Знали ли Вы когда-нибудь человека, который прожил свою жизнь с истинной страстью? Может быть. Вы читали книгу о таком человеке, или смотрели подобный фильм. Подобные истории в жизни действительно заслуживают внимания, не правда ли?

Вы помните речь доктора Мартина Лютера Кинга? Или радость молодого президента Кеннеди и его непоколебимую уверенность в том, что человек ступит ногой на Луну? Может быть. Вы вспомните Ганди с его твердой решимостью привести свой народ к свободе?

Подумайте на минуту об этих людях. Чем они обладали, что вело их ко все более великим достижениям?

Я думаю, ответ таков: страстность! При этом личный стиль жизни не имеет значения. Все выдающиеся мужчины и женщины несут в себе огонь страсти. И их ЦЕЛЬ ЖИЗНИ является горючим для этой страсти.

Эти люди имели еще одно общее свойство - их цели были значительней, чем сама их жизнь.

ВЫ ТОЖЕ НЕОБЫКНОВЕННЫ

Очень часто говорят об “обыкновенном” человеке. Я думаю, однако, что нет обыкновенных людей! Я зарабатываю себе на жизнь, сотрудничая с тысячами так называемых “обычных” людей (они даже сами себя так называют), однако с ОБЫКНОВЕННЫМ человеком мне еще предстоит познакомиться!

Да, возможно в течение какого-то периода времени они живут совершенно обыкновенно. Однако когда они узнают и открывают для себя истинную цель жизни и понимают, какие возможности предоставляет им жизнь, то показывают мне, насколько они необыкновенны в действительности. Я обещаю Вам: если человек открывает истинную цель жизни, и Вы помогаете ему обрести нечто действительно важное для его жизни, то будьте осторожны! Его убежденность и обязательство (приверженность) зажигают огонь и даже взрываются! Это фантастика!

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ

Раз мы заговорили о приверженности, то остановимся на этом вопросе. Приверженность - это не свойство, которое мы должны развивать. Это нам присуще. Это врожденная способность, которая ждет того момента, когда ее откроют. Однако как мы должны открыть это свойство? В процессе открытия нашей жизненной цели.

Вы можете быть привержены лишь тому делу, которое совпадает с Вашей жизненной целью. Мне бы хотелось привести Вам одно из лучших определений понятия приверженность (commitment), которое я когда-либо слышал. Оно принадлежит В. Г. Мюррею, члену второй экспедиции в Гималаи. *“Пока нет приверженности на 100 процентов, всегда есть колебание, всегда есть возможность отступить назад, всегда может быть бездействие. Все инициативы и созидательные дела подчиняются истине, которая может проигнорировать тысячи идей и разрушить великоленные планы: в тот момент, когда человек связывает себя определенными обязательствами и берет на себя ответственность за какое-либо дело, то вступает в силу провидение. Начинает происходить много вещей, которые кому-то помогают и, которые, в другом случае, вообще бы не смогли произойти. После принятия данного решения возникает целый поток событий, который несет с собой бесчисленные непредвиденные происшествия, встречи, а также формы материальной помощи и поддержки, о которых человек никогда не мог даже мечтать”*.

Я испытываю величайшее восхищение от следующих строк Гете:
“То, что ты всегда можешь делать или то, что ты мечтаешь сделать, - делай! Смелость владеет гениальностью, властью и волшебной силой”.

“Гениальность, власть и волшебная сила”... и вот у Вас есть несколько милых мелочей в Вашем рабочем чемоданчике! Вы так не думаете? Так давайте заставим их служить Вашим собственным целям!

ЦЕЛИ - ЭТО МАЛЕНЬКИЕ ШАГИ

Теперь у нас есть большой мощный образ действительно замечательных масштабов - Ваша цель жизни. Однако как Вы хотите реализовать этот образ? Ответ таков: шаг за шагом.

Старая китайская поговорка гласит: путешествие в тысячу миль начинается с первого шага. Ваши цели представляют собой этот первый шаг, а также все шаги, которые за ним последуют. Ваши цели держат Вас на правильном пути Вашего путешествия к бесконечной цели - Вашей Цели Жизни. Кроме того, эти цели делают Ваше путешествие приятным смелым предприятием.

ЦЕЛИ ПОМОГАЮТ САМЫМ РАЗЛИЧНЫМ ОБРАЗОМ

Цели помогают нам попасть туда, куда мы хотим прибыть. Это можно сравнить с длительной поездкой. Сначала прибывают в определенный пункт на географической карте, затем следуют в ближайший город, переезжают на следующую автодорогу, через границу и так далее. Цели показывают нам, находимся ли мы на верном пути или свернули с пути и необходимо провести корректировку курса.

Важным фактором является то, что цели помогают нам достичь воодушевления. Каждый раз, когда мы достигаем цели, мы испытываем прилив сил, который дает нам возможность достичь следующую цель и т.д.

Если Вы ставите перед собой цель, берете на себя обязательство, постоянно видите цель перед собой, приближаетесь к ней шаг за шагом и достигаете её, то Вы действительно что-то совершили. Однако еще важнее не то, что Вы совершили, а то, каким Вы СТАЛИ.

Личность какого типа ставит перед собой цели и достигает их? Правильно, - УСПЕШНАЯ ЛИЧНОСТЬ. Личность какого типа превращает для себя в привычку, ставить перед собой цели и выполнять их? Правильно, УСПЕШНАЯ ЛИЧНОСТЬ. Личность, которая все больше развивает в себе страсть, которая помогает ей следовать выбранной цели жизни. Это сильная личность. Это личность, которая может дать СИЛЫ и другим.

Я скажу Вам о жизненной цели личности, которая сотрудничает со “многими необычными людьми”, - ее жизненная ЦЕЛЬ ВСЕГДА ТЕСНО СВЯЗАНА СО СТРЕМЛЕНИЕМ ПОМОГАТЬ ДРУГИМ И ПРИДАВАТЬ ИМ СИЛЫ!

СЛЕДУЙТЕ ВАШЕЙ ЖИЗНЕННОЙ ЦЕЛИ

Ваша цель жизни подобна маяку, который освещает для Вас правильный путь и предупреждает Вас об отклонениях от этого пути. Ваши цели - это путевые указатели, которым Вы следуете, чтобы самим СТАТЬ Вашей целью жизни. Поэтому я говорю, что Ваша цель жизни бесконечна.

Ваша цель жизни - это нечто иное, нежели то, что Вы делаете. Цель жизни это то, чем Вы ДОЛЖНЫ БЫТЬ И ЧЕМ ВЫ ДОЛЖНЫ ЖИТЬ. Здесь есть очень большое и важное различие. Жизнь, следуя Вашей цели жизни, делает Вас тем, что Вы ЕСТЬ. В этом заключено значение слова БЫТЬ. Подумайте о том, что наша жизнь - это БЫТИЕ (от слова “быть”, а не от слова “делать”).

Имея ясную, точно определенную цель жизни. Вы не сможете сбиться с пути, что бы не происходило в Вашей жизни. Вы будете знать, какие решения служат Вашей цели жизни, а какие - нет.

В плохие времена Ваша цель жизни может помочь Вам преодолеть все круги испытаний. Без цели жизни Вы не будете знать, ради чего Вы боретесь со всеми трудностями. Если Ваша цель жизни высоко стоит перед Вами, а Вы застряли в долине сомнений, то за следующей горой Вы все равно увидите свет. Вы преодолеете Ваши трудности и превратите препятствия в путевые столбы. И в конце пути Вы из темноты поднимитесь к яркому свету Вашего успеха. Ваша цель жизни и вытекающая из нее страсть предадут Вам силы, чтобы сделать это, независимо от того, как трудна может быть жизнь.

ЧТО ТАКОГО ОСОБЕННОГО В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ?

Сетевой маркетинг - это прекрасная среда, для того чтобы помогать другим на пути к успеху. Вместе с тем он дает Вам возможность, внести значительный вклад в жизнь других. Он вознаграждает Вас в профессиональном, личном и финансовом отношении, только за то, что Вы являетесь такими, какие есть.

Неплохо для побочной деятельности! Итак, позвольте нам сказать о том, что Вы сможете. СДЕЛАТЬ, чтобы достичь Вашей цели и как Вы можете СТАТЬ стремящейся к жизненной цели личностью, которой Вы хотите стать, посредством сетевого маркетинга.

ВАШ УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Прежде всего, рассмотрите с одной стороны Вашу цель жизни, с другой стороны - Ваш бизнес в сетевом маркетинге.

А теперь задайте себе основной вопрос: “Являются ли мой бизнес, моя фирма, ее стратегия и люди, эти товары или услуги прекрасным

средством, чтобы поддержать меня на моем пути следования моей жизненной цели?”

Ответами могут быть только “да” или “нет”. “Может быть” - это неправильный ответ!

Важно, чтобы при ответе на этот вопрос Вы были честными перед самим собой. Если Вы действительно верите в то, что есть какой-либо лучший и более быстрый путь достижения того, чего Вы хотите - прекрасно. Я предлагаю Вам: прекращайте заниматься Вашим бизнесом и начинайте делать то, что Вы любите и действительно хотите делать. Вы можете и дальше продолжать заниматься тем, чем и занимались, если Вы хотите. Однако это не в Ваших интересах и не в интересах других, чтобы Вы продолжали Ваш бизнес. Вы просто не сделаете то, что необходимо для того, чтобы самим генерировать энергию (силу) и передавать ее другим. Вы понимаете теперь, почему это так важно честно ответить на этот вопрос прежде чем Вы вложите деньги и затратите время?

Если Вы можете ответить “Да” - то это ВЕЛИКОЛЕПНО! Это означает: “Да, мой бизнес в системе сетевого маркетинга, эта фирма, эти продукты или услуги, люди в фирме, вся концепция являются прекрасным средством, чтобы поддержать меня на пути следования моей цели жизни. Они принесут мне необходимое, чтобы расширить сферу моего влияния, чтобы повысить мои знания бизнеса и укрепить мое самосознание”.

Если Вы можете все это себе сказать, то я спрошу Вас, почему бы не заниматься бизнесом со страстью?

Почему не признать то, что есть в действительности? А именно, есть возможность так построить Вашу жизнь, как Вы того хотите, и прожить ее полно и насыщено. Прекращайте играть в одиночку. Возьмите себе за безусловное правило **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** работать до тех пор, пока это дело функционирует.

Если у Вас есть только восемь часов в неделю, то включайтесь на восемь часов еженедельно. Делайте все, чтобы эти восемь часов использовать максимально продуктивно. Если Вы можете выделить 60 или 80 часов в неделю - то используйте их!

Может быть. Вы не знаете, что Вы должны делать? Все в порядке. Я могу Вам помочь.

Я обещаю научить Вас, как Вы можете использовать те проверенные и мощные принципы, которые содержатся в этой книге. Я сделаю из Вас **МАСТЕРА ПО ОБУЧЕНИЮ И ТРЕНИРОВКЕ**. Я покажу Вам, как Вы сможете использовать Ваш бизнес в сетевом маркетинге, чтобы осуществить Ваши жизненные мечты. Это мое обещание.

Возможно, это звучит смело, но я могу легко выполнить свое обещание. Вы знаете уже, что Ваш успех на 90% зависит от ответа на вопрос “Почему?”. Ответ на вопрос “Как?” составляет оставшиеся 10%. И это будет показано в последующем изложении.

ПОСТАВИТЬ СОБСТВЕННЫЕ ЦЕЛИ

Начнем с важного. Деньги. Многие люди чувствуют притягательность сетевого маркетинга из-за денег. Это факт, что этот бизнес дает исключительные возможности достичь феноменального дохода. Однако, дорогие друзья, РЕЧЬ ЗДЕСЬ ИДЕТ НЕ ТОЛЬКО О ДЕНЬГАХ!

Следуйте Вашей Цели Жизни - и деньги придут сами. Возьмем название моей фирмы - “Миллионеры в движении” (Millionaires In Motion). Иногда у людей возникает неправильное представление. “Это название не имеет ничего общего с деньгами. Это название связано с моей целью жизни - ПРИОБРЕСТИ МИЛЛИОН ДРУЗЕЙ.

Я очень уважаю наш язык и словарь, но я считаю, что в слово “миллионер” вкралась ошибка. В словаре сказано, что “миллионер” - это тот, кто имеет 1 миллион долларов или больше. А не следует ли называть миллионером того, кто имеет миллион чего-то более ценного? Кроме того, сравните миллион друзей с миллионом долларов. Чего бы Вы хотели больше?

Я знаю многих самостоятельных людей в этом бизнесе. Многие зарабатывают сотни тысяч и даже миллионы в год. И хотя многие из них начинали из-за денег, очень скоро они признавали, что не только деньги определяют основу этого бизнеса.

Возможно, сначала Вам нужно заработать столько денег, чтобы Вы смогли признать этот факт. Я слышу, как Вы сейчас говорите: “Эй, Джон! Мне бы хотелось испытать это СЕГОДНЯ!”

Я знаю это, и поверьте мне, что Вы скоро сделаете это. Вы станете более счастливым, наполненным успешным, если Вы заранее поймете этот факт. Деньги могут компенсировать несколько пропущенных лет, но не все. Далеко не все!

ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЯ ЛИДЕРОМ

Каждая ведущая личность в сетевом маркетинге знает, что её успех непосредственно зависит от успеха людей в их организации. Я знаю, когда Вы станете выдающимся тренером, то Вы сможете содействовать всей Вашей организации добиться успеха. И когда Вы сделаете это, то деньги сами потекут в Вашу жизнь и на Ваш счет.

Есть еще нечто, что Вы должны знать о деньгах. Деньги - это только символ покупательной способности. Сами по себе они не представляют ценности. Если Вы работаете над своими целями. Вы не должны ограничиваться только деньгами. Сосредоточьтесь на том, что Вы хотите ИМЕТЬ, ДЕЛАТЬ и каким Вы хотите БЫТЬ.

СУТЬ ВАШИХ ЦЕЛЕЙ

Надежный путь к тому, чтобы поставить перед собой действительные цели, - это раскрыть суть этих целей.

Возьмите каждую из любых целей и, как в случае с Вашей целью жизни, задайте себе вопрос: “Если я достигну эту цель, что мне это даст?” Ставьте этот вопрос постоянно до тех пор, пока не дойдете до голой сути Вашей цели.

Итак, Ваша цель станет четким представлением, которое Вы сможете использовать, чтобы создать то качество жизни, к которому Вы стремитесь. Я Вам скажу: наилучший путь к тому, чтобы сделать цель по внутренней сути своей, состоит в том, чтобы результаты этой цели у Вас были все время перед глазами. Это мощная магнетическая сила. В следующей главе я дам Вам несколько хороших приемов, как это точно сделать.

Еще одно слово на тему, как сделать цели по внутренней сути своими. Как правило, Вы не можете сразу достичь своей цели. Попробуйте закрыть глаза и вообразить себе “мерседес” на Вашей площадке парковки. Конечно, этого нет. **ОДНАКО ЧУВСТВО ОБЛАДАНИЯ ЭТИМ МЕРСЕДЕСОМ ВЫ СМОЖЕТЕ ТЕПЕРЬ РАЗВИВАТЬ.**

Что означает для Вас этот “мерседес” - свободу или безопасность? Возможно, обладание таким автомобилем дает Вам глубокое чувство удовлетворения и собственной значимости. Теперь Вы можете **НЕМЕДЛЕННО** испытать эти чувства! И как я уже сказал: внутреннее чувство свободы, удовлетворения и собственной значимости - это наилучший путь, к тому, чтобы сделать представление о “мерседесе” или о предмете Других Ваших целей реальностью.

У ВАС ЕСТЬ КЛЮЧ

Я хочу быть честным с Вами. Ключ к этой главе и к Вашему успеху с помощью этой книги заключается в том, чтобы найти доступ к источникам Ваших чувств. Имея цель жизни и будучи убежденными, что сетевой маркетинг полностью сочетается с этой целью, Вы высвобождаете свою страсть, мой друг, и можете все сделать возможным!

“Ну, хорошо, Джон, - теперь говорите Вы, - моя цель жизни ясна. Я хочу изучить сетевой маркетинг как возможность, которая даст мне все, чего я хотел достичь в своей жизни. Но это только сейчас, в это мгновение. Мне ясно, что энтузиазм будет убывать. Возможно, даже значительно. Как мне поддержать его? Как мне научиться овладеть этим бизнесом и действительно добиться успеха?”

Вы великолепны! Вы все время ставите правильные вопросы. Итак, вперед... Перелистайте, пожалуйста, страницу и я покажу Вам,

как ИЗ ЭТОЙ ИСКРЫ ВЫ СМОЖЕТЕ РАЗЖЕЧЬ ОГОНЬ СТРАСТИ. Когда Вы этому научитесь, Вы сумеете основательно изменить Вашу собственную жизнь и жизнь тысяч, а может быть и миллионов других людей.

В соответствии с этим в остальных главах этой книги я покажу Вам простую, надежную и проверенную программу “шаг-за-шагом”, которая сделает Вас мастером тренировки и обучения сетевому маркетингу! А теперь начнем!

Глава II

ЧЕТЫРЕ ВИДА ТОПЛИВА

Давайте из той искры, которую Вы зажгли, когда раскрыли для себя цепь жизни, разожжем ярко горящий огонь страсти. Нам будет удаваться это, пока мы будем добавлять в огонь топливо, с тем чтобы он горел сильнее и ярче, чем когда-либо прежде. Я сообщу Вам четыре “вида топлива” для обеспечения стабильного успеха: сила воображения, непоколебимая вера, образование и окружение, которое нас поддерживает.

Что такое В ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ страсть?

Я думаю, что страсть - это непоколебимая вера, безграничное обязательство, она подобна безусловной любви к самой жизни. Поэтому Ваша цель жизни является источником Вашей страсти. Попробуйте однажды испытать подобное глубокое и сильное чувство к чему-то другому - просто ничего не получится.

Истинную и глубокую страсть Вы можете почувствовать к любимому человеку или любимому проекту, а также к виду спорта или хобби. И в каждом из этих случаев Вы испытаете уникальное чувство самореализации Вашей жизненной цели. Страсть и цель жизни однозначно идут рука об руку, они - неразделимы.

Страсть - это горячее чувство. Поэтому в нашем языке есть такие выражения, как “горящая страсть” или “пламя страсти”. Это одно из очень сильных чувств.

Страсть исходит из самого сердца Вашего бытия. И если у Вас есть ясный образ Вашей жизненной цели, если Вы испытываете страсть и если то, что Вы в своей жизни делаете и от этого получаете, является прекрасным средством, чтобы реализовать Вашу цель жизни, - то у Вас есть прямая связь с источником Вашей созидательной энергии.

ИТАК. КАК ПОДДЕРЖАТЬ ЭТОТ ОГОНЬ СТРАСТИ?

Следующий замечательный вопрос. Как вообще Вы поддерживаете огонь? Вы подкладываете топливо.

Вы знаете, почему Вы занимаетесь этим бизнесом. Это - Ваша искра желания. Мы добавим четыре различных вида топлива, которые Вам необходимы, чтобы поддерживать горящее пламя, чтобы сделать из него никогда не потухающее пламя, сильную движущую страсть, которая позволит Вам достигнуть все Ваши цели и полностью насладиться достижением цели Вашей жизни! Вот эти виды топлива:

Сила воображения
Непоколебимая вера

Образование и знание
Окружение, которое Вас поддерживает
Рассмотрим каждый пункт.

ТОПЛИВО № 1 - СИЛА ВООБРАЖЕНИЯ

“Картина говорит больше, чем тысяча слов”. Знаете ли, я не совсем уверен, что это так. Я думаю, что картина говорит больше, чем МИЛЛИОНЫ СЛОВ, возможно, даже еще больше. Это именно так, при условии, что эта картина или это представление (образ) изображают то, что Вы действительно хотите иметь и то, что довольно сильно закрепилось в Вашей голове.

Мы должны дать возможность нашему сознанию представлять в образах то, что мы хотим достичь в жизни. Мы должны развивать нашу способность образного мышления, должны научиться развивать мысленные образы, которые формируют нашу созидательную энергию и направляют ее на то, что мы хотели реализовать в жизни.

ПРОСТАВЛЕНИЯ СТРАХА

Когда я начинал работать в этом бизнесе, то представление о том, что мне придется говорить и выступать перед многими людьми, вызывало у меня смертельный страх. Да, это правда, и, кроме того, в этом нет ничего необычного! Каждое исследование, посвященное страху, показывает, что на первом месте стоит страх перед выступлением на публике. Хотя это и вызывает удивление, но я действительно могу это понять.

Знаете ли Вы, что такое страх? В своей естественной первобытной форме страх - это механизм самосохранения. Когда человек еще жил в пещерах, именно страх позволял ему все время на один шаг опережать саблезубого тигра. В то время такой страх был необходим, он все еще остается таковым. Именно это чувство страха удерживает нас от того, чтобы просто так не выходить на улицу с напряженным движением. Этот страх мы испытываем, когда мы думаем о войне, о последствиях, которые нам угрожают в случае противоправного или даже криминального поведения.

И это чувство исходит от тех образов, которые возникают в нашей голове.

Есть однако другой вид страха, который не является естественным. Я называю его “искусственным” страхом (в отличие от естественного страха). Я называю его так, поскольку он представляет собой не тот первоначальный защитный страх, который нам служит. Это вызываемые нами самими полные страха образы неведомого будущего, которые тем самым сковывают нашу жизнь и наши возможности.

Я расскажу Вам одну историю, во время которой мне бы хотелось, чтобы Вы представили себе следующее:

СТАРЫЕ ЛЬВЫ ВСЕ-ТАКИ МОГУТ ОХОТИТЬСЯ

Природа восхищает меня и я использую много примеров из жизни природы на своих семинарах и рабочих группах. Один особый пример взят из жизни львов.

По мере старения львы теряют свою силу, подвижность, а также зубы. С определенного момента они перестают быть опасными охотниками. Тем не менее они сохраняют свое место в стае, поскольку их участие в охоте остается таким же важным, как и прежде.

Стая львов выбирает стаю антилоп для нападения. Молодые сильные львы приближаются к стаду с одной стороны, старые львы - с другой. В определенный момент старые львы бросаются и с громким рычанием имитируют нападение. Испуганные антилопы инстинктивно бросаются в противоположную сторону - прямо в зубы и пасти поджидающих их молодых львов.

Мы люди тоже являемся животными. Однако нам дарована способность уметь делать различия между настоящими опасностями жизни и кажущимися, воображаемыми опасностями. Мы - не антилопы, приговоренные из-за глупости и страха к тому, чтобы стать ужином для львов.

Мы можем это сделать намного лучше. Однако часто нам это не удастся. Почему? Ведь иногда мы впадаем в сумасшествие.

ВЫ ТОЖЕ СОШЛИ С УМА?

Вы, конечно, знаете, что определение сумасшедшего звучит так: это тот, кто больше не может распознавать реальность. Возьмем просто выше приведенный пример. Те антилопы просто сошли с ума. Они не сумели распознать реальность.

Если бы они смогли в какой-то момент подумать, то они поняли бы, что старый беззубый лев не может ничего сделать с ними. Они должны были посмотреть на старого рычащего льва и сказать:

“Что это ты мурлычешь?”, - затем перепрыгнуть через его голову и оказаться на свободе.

Конечно, антилопы так не думают. Насколько нам известно, только людям свойственен такой ход мыслей. Однако мы длительное время допускаем, что какие-то необоснованные страхи относительно неопределенного будущего бродят в наших головах. При этом каждый раз у нас возникает чувство, что мы можем СОЙТИ С УМА.

Так же как я со своим страхом, когда должен был говорить перед группой людей.

Когда я начинал в этом бизнесе, то мне посчастливилось

познакомиться с людьми, которые точно знали, что именно я переживал. Они знали, что я сам чувствовал себя “сумасшедшим” и помогли мне, превратить мои страхи в одну из моих самых сильных способностей. Сегодня я выступаю перед сотнями людей настолько естественно, уверенно и легко, что мне просто никто не верит, когда я рассказываю о своих прежних страхах! Однако это правда! Итак, я научился тому, что я должен был сделать.

ИЗБАВИТЬСЯ ОТ СТРАХОВ

Со временем я научился ОБРАЗНО ПРЕДСТАВЛЯТЬ себе положительный результат деловой презентации, которого я хотел добиться, еще до ее проведения.

Я начинал представлять себе небольшую встречу в квартире или в доме. В конце встречи гости аплодируют, жмут мне руку и говорят:

“Джон, эта возможность великолепна, спасибо, что ты рассказал нам об этом”. И они говорят: “Это просто невероятно! Я сразу же включусь в этот бизнес. Я смогу действительно увидеть, что он сможет мне дать. Это здорово! Спасибо, что ты предоставляешь нам эту возможность”.

Перед встречей я всегда ходил взад-вперед и все снова и снова представлял себе, какую выгоду смогут извлечь люди из этой презентации. Какие мотивы двигали бы ими. Они смогли бы узнать, как с помощью их собственного бизнеса в сетевом маркетинге они смогли бы реализовать их мечты и желания. Я концентрировался на том, как великолепно они бы себя чувствовали и как они смогли бы извлечь из этой встречи наилучшие результаты.

Я начинал с малого - с группы в четыре-пять человек. Через короткое время я выступал уже перед более крупными группами.

Десять лет спустя я говорю уже перед тысячами людей всего мира - без труда и просто - при этом я получаю большое удовольствие и достигаю великолепных результатов.

Это упражнение на представление я провожу постоянно перед каждым семинаром или рабочей встречей. И знаете, почему? Ведь я все еще иногда бываю немного сумасшедшим, даже после стольких лет. Итак, я себе просто представляю, как сильно людям нравится мой доклад, как они достигнут для себя бешеных результатов, намного более существенных, чем они когда-либо думали. При этом я не представляю себе, как Я это достигну, а только каких результатов достигнут МОИ СЛУШАТЕЛИ.

ПЯТИЛЕТНИЕ ИГРАЮТ МОЦАРТА

Прочтите следующую историю - она действительно того заслуживает. В Филадельфии есть одна довольно передовая

музыкальная школа. Мне кажется, она называется “Новая школа”. В нее принимают детей, которых в замечательном возрасте обучают удивительнейшим вещам. Вся концепция основывается на том, что мы имеем гораздо больше способностей, чем используем в жизни. Дети, которые рано начинают упражняться, смогут достичь удивительных успехов. Я бы хотел показать Вам чудесную методику школы.

Эти дети с четырех или пяти лет учатся играть на скрипке. Однако хотите узнать, как выглядит первый урок? Все - дети, родители, учителя, друзья, празднично одетые собираются в школьном театре. Один за другим дети со скрипкой и смычком в руках поднимаются на сцену (подумайте: речь идет о ПЕРВОМ уроке). Когда ребенок доходит до середины сцены, он кланяется, вся публика аплодирует, одобрительно свистит, кричит: “Браво! Браво!” После этого ребенок уходит со сцены и садится на свое место. И это все. Первый урок закончен. Разве это не замечательно! Представьте себе ту картину, которая складывается у детей об игре на скрипке!

КЛЮЧ К ВИЗУАЛИЗАЦИИ

Есть нечто, что я считаю крайне интересным. Я никогда об этом не задумывался, пока один из друзей не обратил на это внимание. Я никогда не осознавал, что мое воображение успешного результата моего выступления НИКАК НЕ НАПРАВЛЕНО НА МЕНЯ! Я целиком и полностью сосредоточиваюсь на том, что получают от этого мои слушатели. Я никогда не воображаю себя Джоном Великим в окружении обожающих фэнов. Я вижу ИХ, людей, которые получают от моего выступления так много позитивного, что они беспрерывно хлопают. Я вижу их как успешных и вдохновенных людей, и это важный момент!

Ваши представления являются наиболее эффективными, если они сосредоточены на том вкладе, который Вы вносите в жизнь других - точно так же, как и в случае с целью Вашей жизни. Переносите Ваше внимание с себя на других. Это тот результат, которого Вы должны достигнуть. И Вы должны быть уверены в том, что Вы хотели получить - и даже больше - если Вы сможете им достичь ДЛЯ СЕБЯ того же результата.

Для того чтобы Вы привыкли представлять себе конечный результат. Вы должны упражняться в этом. Один из лучших вариантов такого рода упражнения называется “собирать богатства”.

СОБИРАТЬ БОГАТСТВА

“Собрание богатств” - это коллаж из картинок, который возбуждает Ваш процесс визуализации образов. Он состоит из картинок, изображающих то, что Вы хотите ДЕЛАТЬ, ИМЕТЬ, или

чем Вы хотите БЫТЬ. Это коллекция тщательно подобранных изображений, которые показывают Вам те результаты, которых бы Вы хотели достичь в Вашей жизни. “Собрание богатств” включает картинки, которые точно изображают эти результаты, а также такие картинки, которые своим содержанием или чувством, которое они вызывают, настойчиво приближают Вас к тому, чего Вы хотите достигнуть.

“Собрание богатств” может иметь любую форму, любой размер и состав. Вы можете оформить его в виде большого плаката, в виде книги и даже фотоальбома, который можно перелистывать. Возможно сделать несколько маленьких коллекций (небольшого формата), возможно, одну для автомобиля, еще одну - на зеркало в ванной, одну - в Ваш карманный календарь и так далее. Ваше собрание состоит из картинок, которые Вы вырезали из журналов или нарисовали сами. Одна из моих коллекций выглядит следующим образом:

ДОМ НА ХОЛМЕ

Я живу в Южной Калифорнии - одном из прекрасных мест на этой земле. Несколько лет тому назад я каждый день по дороге в свой офис проезжал мимо нескольких красивых отдельно стоящих домов. Они были действительно прекрасны! И я мечтал о том, что когда-нибудь буду жить В ОДНОМ ИЗ ЭТИХ ДОМОВ.

На один из этих домов обратил особое внимание. Однажды, когда я уже что-то слышал о методике “коллекции богатств”, я собрал всё свое мужество и поехал в этот дом, чтобы сфотографировать его. Я миновал въезд, достал фотокамеру, подошел к входной двери и позвонил. Мне открыла приятная женщина, и я сказал: “Здравствуйте, меня зовут Джон Каленч. Каждый день я проезжаю по этой дороге в свой офис и я влюбился в этот дом. Я недавно начал свой новый бизнес, дела идут настолько хорошо, что через пару лет я смогу купить этот дом. Я уже давно мечтал о таком доме. Мне не хотелось бы быть назойливым, но может быть. Вы разрешите мне сделать несколько фотографий Вашего дома, чтобы я мог каждый день смотреть на него и таким образом концентрироваться на своей мечте?” Некоторое время женщина смотрела на меня довольно иронично. Потом улыбнулась и сказала:

“Входите, Джон, я буду рада, если Вы сделаете фото. Я позову моего мужа, мы вместе покажем Вам дом”.

Они были действительно любезны. Они показали мне весь дом, чудесный вид из него, просто-напросто все. Они пригласили меня сесть, предложили бокал вина и мы час проговорили о нас, чем мы занимаемся, о доме и еще о многом другом. Что это был за день!

Мы сделали много фотографий. Даже сделали снимки, где был снят я - в комнате дома своей мечты.

Когда я уходил, я спросил, могу ли я время от времени осматривать дом, они ответили утвердительно, и я так и делал,

Я проявил снимки и сделал из них фантастическое “собрание богатства”, которое представляло мой дом. Я смотрел на него ежедневно по несколько раз. Дело дошло до того, что я мог, закрыв глаза представлять себя в любой из комнат этого дома. Это было замечательно!

Спустя немногим более года у меня уже было достаточно денег, чтобы купить этот дом. Я позвонил владельцам и спросил, не хотят ли они продать дом. Они сказали, что нет.

В последующие месяцы мы регулярно виделись, но они не хотели продавать дом. Они чувствовали себя в нем хорошо, и я мог их вполне понять. Однажды, когда я был у них, они сказали: “Знаете ли, Джон, один наш хороший друг, который живет через пару домов выше по склону холма, обедал у нас. Он сказал, что возможно, продаст свой дом и вернется на свою родину. Позвоните ему и поговорите с ним”.

Именно так я и сделал. Его дом был несколько выше по склону холма и был очень похож на дом моей мечты. Там был большой сад и еще лучший вид. Чтобы кратко закончить длинную историю, скажу: я заключил фантастическое соглашение с владельцем и приобрел этот дом. И хотя это был не точно такой дом, как в моей коллекции “собрания богатств”, я был более чем доволен. Кроме того, я мог в любое время видеть внизу тот первый дом моей мечты. Впрочем, владельцы того дома стали моими хорошими друзьями.

Разве это не безумная история? Однако это правда. Метод “собрания богатств” очень эффективен. Вот еще одна удивительная история.

БОГАТСТВО ИЗ ОЛИМПИЙСКОГО ЗОЛОТА

Вы помните Брюса Дженнера, чемпиона Олимпийских игр, обладателя золотой медали по десятиборью? Он уже был довольно хорошим спортсменом, но никто не мог представить его победителем и обладателем золотой медали в олимпийском десятиборье и, в первую очередь, он сам. Но когда он решил завоевать эту медаль, то победа стала для него несомненной.

Он сделал большой коллаж и повесил его над своей постелью. Коллаж состоял из снимков, изображавших Дженнера в момент победы в каждом отдельном виде десятиборья: Дженнер побеждает в прыжках в высоту, Дженнер первый в беге - опять победа! Дженнер выигрывает прыжки с шестом и так далее. Каждую ночь перед сном он долго смотрел на эти снимки. Каждое утро первое, что видел, был он сам - Брюс Дженнер - обладатель олимпийской золотой медали! Остальное, как говорится, уже история.

Ваше “собрание богатств” может быть для Вас таким же мощным

средством, как моя коллекция - для меня или коллаж Брюса Дженнера - для него.

Предположим, Вы хотите новый автомобиль. Хорошо, возьмите фотоаппарат. Вашу семью и все в автомагазин. Попросите продавца помочь Вам в оценке специального оформления: марка, модель, цвет; специальное дополнительное оснащение, то есть все. Попросите его показать Вам автомобиль. Садитесь с Вашей семьей в автомобиль и попросите продавца щелкнуть Вас несколько раз - в ВАШЕМ автомобиле. Если это необходимо, поищите другой автомагазин, чтобы найти точно такой автомобиль, который Вы хотите. Когда все будет сделано, поблагодарите продавца, сообщите ему, какого числа Вы заберете автомобиль и отдайте проявлять Вашу фотопленку.

Когда Вы получите готовые снимки, возьмите один или два для Вашей “коллекции богатств”, где уже есть другие снимки. Разглядывайте Вашу коллекцию ежедневно по несколько раз. Вы наполняетесь образами, которые Вас волнуют и которые Вам напоминают о том, что Вы хотите достичь. Кроме того, слова и изображения Вашей “коллекции богатств” представляют собой уже свершившийся факт. Это - не то, что будет КОГДА-ТО в будущем. Наоборот, Вы видите, как Вы СЕГОДНЯ едете в Вашем автомобиле, как Вы СЕГОДНЯ наслаждаетесь Вашим отдыхом, то, что Вы также хотите иметь, делать и быть - ТЕПЕРЬ И СЕГОДНЯ.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВАШЕ “СОБРАНИЕ БОГАТСТВ” ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ВАШИХ ЦЕЛЕЙ И ВАШЕЙ ЦЕЛИ ЖИЗНИ

Ваше “собрание богатств” пригодно не только для вещей, которые Вы хотели бы иметь. Вы точно так же можете его использовать для того, чем бы Вы хотели СТАТЬ или БЫТЬ. Эта методика исключительно подходит для того, чтобы наглядно показать структуру Вашей успешной организации сетевого маркетинга.

Во время следующей общей встречи попросите сфотографировать Вас вместе с ведущими лицами Вашей фирмы. Следующий снимок покажет Вас с президентом Вашей фирмы. Собирайте фотографии людей, которые проводят успешные презентации и выступают перед большими аудиториями. Хороши также слова, крупные заголовки, лозунги. Собирайте те, которые Вам действительно нравятся: “Предпринимательница года”, “Восхождение месяца” и так далее.

Смысл такого “собрания богатств” состоит в том, чтобы посылать в Ваш мозг один образ за другим, которые представляют Вас как успешную личность. Ваш мозг принимает эти изображения и переводит их в подсознание как уже свершившийся факт.

Обратите внимание, Ваш мозг не различает вымысел и правду. Если Вы мне не верите, то проведите следующее упражнение.

Закройте глаза, расслабьтесь и пусть кто-нибудь из Ваших друзей

или членов семьи в самых ярких красках во всех подробностях описывает, как Вы стоите на цыпочках на очень узком наружном карнизе здания Центра всемирной торговли в Нью-Йорке, и причем, на самом верху - на 10-ом этаже! Оставайтесь там пока не почувствуете дуновение ветра и при этом все время смотрите вниз - на крошечные автомобили и людей, похожих на муравьев. Как Вы себя чувствуете? Надежно и безопасно? Вряд ли. Ваше подсознание ни секунды не оценивало, НАСТОЯЩАЯ это ситуация или нет. Оно сразу включилось, чтобы спасти Вас.

Эту бессознательную (инстинктивную) силу Вы можете также использовать для других целей, помимо того чтобы самих себя избавить от страха.

Вы понимаете, насколько это удивительно? “Собрания богатств” действительно обладают силой. И поверьте мне: даже если в Вашей жизни были годы сомнений в самих себе, то пройдет немного времени до того, как Ваше собрание богатств передвинет стрелку весов в Вашей голове в сторону признания: “Я могу это сделать”.

Теперь мне бы хотелось призвать Вас к тому, чтобы Вы перечислили и расставили среди них приоритеты: Ваши цели - путевые указатели и формы признания, которые бы Вам хотелось получить в своей жизни как результат Вашей деятельности в бизнесе.

Как Вы видите себя через год считая с сегодняшнего дня? Что бы Вы хотели по истечении года ИМЕТЬ, ДЕЛАТЬ и чем (кем) БЫТЬ на основе вашего бизнеса в сетевом маркетинге? Запишите все, что придет Вам на ум, затем прочитайте весь список и выберите пять наиболее важных для Вас пунктов. Сделайте, пожалуйста, это упражнение сейчас!

В течение ближайших 12 месяцев я буду _____

Как Вы видите себя через три-пять лет? Что Вы хотели бы ИМЕТЬ, ДЕЛАТЬ и чем (кем) БЫТЬ на основе Вашей новой деятельности в бизнесе? Напишите еще раз все, что Вам приходит на ум. Затем прочтите перечень и выберите пять самых важных для Вас пунктов. Сделайте, пожалуйста, это упражнение сейчас! В течение ближайших трех - пяти лет я буду _____

На основе Ваших целей - десяти важнейших целей на ближайшие пять лет. Вы должны составить Ваше “собрание богатств”. Ваша цель жизни должна быть также включена в эту коллекцию, только эта цель передается образному воспроизведению. Если Вы это сделаете, то это пробудит в Вашем характере страсть, которая сделает Вас неукротимым. Та страсть, которая притягивает других людей, поскольку им понравится Ваше воодушевление!

ТОПЛИВО Ns2 - НЕПОКОЛЕБИМАЯ ВЕРА

Вы когда-нибудь задавались вопросом, почему люди в сетевом маркетинге говорят: “Ты должен просто влюбиться в свои продукты?” Причина состоит в том, что многие люди, если Вы с ними говорите о преимуществах Ваших товаров и возможностях бизнеса, ответят Вам: “Нет, спасибо, меня это не интересует”.

Если Вы не уверены, что продукты **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** дают те преимущества, которые обещать, если Вы сомневаетесь в том, что этот бизнес **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** прост и доставляет удовольствие; если Вы не верите, что Ваши помощники Вас **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** поддерживают и помогут Вам создать успешный бизнес, - то что в этом случае произойдет? Правильно - Вы услышите пару раз слово “нет” и откажетесь продолжать бизнес.

Вы должны быть в состоянии принять к сведению слово “нет” и сказать самим себе: “Я знаю, что мои продукты и мой бизнес являются стоящими. Все произошло потому, что время для работы с ними было выбрано неправильно”. Поблагодарите - и продолжайте работать дальше. Это и есть непоколебимая вера.

Как развивают непоколебимую веру? Вот одна такая возможность. Я хотел бы, чтобы Вы большими черными буквами как бы начертали и запечатлели у себя в голове следующие слова:

*ЭТОТ БУДЕТ, ЭТОТ НЕ ХОЧЕТ,
ЧТО Ж - СЛЕДУЮЩИЙ, ПОЖАЛУЙСТА.*

В сетевом маркетинге Вы не должны заниматься уговорами. Вы не должны никого уговаривать красивыми словами или манипулировать словами.

Сетевой маркетинг - это бизнес “сортировки”. Вы верите в Вашу фирму и в Ваши товары на основе Вашего собственного опыта и на этой уверенности базируется Ваше предложение. Вы рекомендуете другим Ваши товары или услуги. И некоторые **ЗАХОТЯТ** ими пользоваться, другие **НЕ ЗАХОТЯТ**, ну и что? Следующий, пожалуйста!

В этом бизнесе речь идет о том, чтобы использовать **ПОДХОДЯЩУЮ ВОЗМОЖНОСТЬ** в **ПОДХОДЯЩЕЕ ВРЕМЯ** с **ПОДХОДЯЩИМИ ЛЮДЬМИ**.

Ничто Вам так сильно не поможет при разработке основного принципа достижения успеха в этом бизнесе, как непоколебимая вера.

Вы скажете: “Безумие” и “Как я приду к ЭТОМУ” Хороший вопрос, ответ звучит так.

КОМУ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ?

Некоторое время тому назад на американском телевидении была передана с назвавшим “Кому Вы доверяете?” Этот важный вопрос Вы должны задать самим себе. В конечном счете есть только один человек, которому Вы можете действительно безоговорочно доверять. Вы уже понимаете, кто этот человек...

ЧЕЛОВЕК В ТВОЕМ ЗЕРКАЛЕ

У меня есть хороший друг, которому с давних пор приходится биться в бизнесе. Он одержимый парень, однако ему пришлось бороться с массой трудностей. Его друзья не всегда его поддерживали. Он занялся неподходящим для него бизнесом и один уважаемый им человек хотел уговорить его прекратить заниматься этим бизнесом. Но он любит людей и сетевой маркетинг и хорошо чувствует себя в нем. Он целиком и полностью верит в себя и знает, что это только вопрос времени и подходящей ситуации, и он достигнет успеха.

Однажды вечером я пришел на одно мероприятие, в котором он каждый раз принимал участие. В течение всего вечера он все время смотрел в свой карманный календарь. Его поведение вызвало мое любопытство, после окончания мероприятия я подошел к нему и спросил: “Почему ты все время смотришь в свой календарь?”

Он ответил, что нашел одно стихотворение и вклеил его в свой календарь. Когда он падает духом, неуверенно себя чувствует и сомневается в своем решении, он читает это стихотворение. Оно называется: “Человек в твоём зеркале”. Прочтите его и Вы.

*Когда ты однажды получаешь то, к чему стремишься,
И становишься королем на один день.
То посмотри в зеркало и увидишь себя,
И послушай, что тебе скажет этот человек.
Это не мать, не отец или жена,
Которые здесь находятся.
Человек, суждение которого здесь больше всего ценится,
Это человек в твоём зеркале.
Ему ты должен нравиться, а не другим,
Потому что только он остается верен тебе до конца.
И ты выдержишь твое самое трудное испытание,
Если он скажет, что он твой друг.
Возможно ты ловкий, многое сделал,*

*И хочешь и дальше идти своим путем,
Но человек в зеркале говорит: "Ты - ничто!"
Ты не можешь смотреть ему в лицо.
Ты можешь годами обманывать мир,
Если ты смиришься с бесчестьем.
Но последняя расплата - это слезы и боль,
Если ты обманешь человека в зеркале.*

Анонимный автор

Это стихотворение находится теперь и в моей записной книге.

УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ ВОЗНИКАЕТ ИЗ КОМПЕТЕНЦИИ

Вы должны развивать уверенность в себе. Английское слово confidence - или уверенность в себе - происходит от латинского корня и означает "ДОВЕРЯТЬ СЕРДЦЕМ". Разве это не замечательно? Итак, или ДОВЕРЯЙТЕ этому бизнесу СЕРДЦЕМ, или Вы вообще им не занимаетесь. Никакой другой человек не сделает это для Вас. Уверенность в себе приходит изнутри.

Используйте продукты. Узнайте, насколько они хороши и как функционируют. По возможности, посещайте каждую конференцию, каждую школу и другие мероприятия Вашей фирмы. Если Вы это делаете, то Вы будете постоянно знакомиться с людьми, которые непосредственно пользуются плодами успеха Ваших продуктов и Вашей фирмы. Прежде всего в начале это может стать большой помощью. Сделайте это. Это действует.

Вы знаете, почему я так настаиваю на том, что обучение настолько важно? Итак, хорошо образованная личность - это компетентная и уверенная в себе личность. Он или она знают, что и когда следует делать.

Может быть. Вам повезло. Возможно, Вы один из немногих людей, у которых эти способности являются врожденными. Но если Вы такие же, как я и миллионы других, то Вам необходимо обучение и упражнения - только так Вы приобретете компетентность, которую я Вам обещаю. Обучение - это моя ответственность. За упражнения отвечаете Вы.

Я думаю об этом серьезно. Мне ясно, что доброе в этой книге Вы увидите сразу, но секрет этой книги откроется Вам только в самом конце. "А! Вот теперь одно с другим сходится! С ума сойти!"

ТОПЛИВО №3 - ОБРАЗОВАНИЕ - ЗНАНИЯ

Это имеет очень большое значение! Есть люди, достигшие определенного уровня, которые готовы разделить с Вами все свои знания. Вы должны быть только открыты для того, чтобы воспринимать эти знания. Вновь изобретать колесо - это противоречит принципу

сетевого маркетинга.

Теперь я хочу высказать Вам свое признание в том, что Вы относитесь к высшим 20% от числа всех, занимающихся этим бизнесом. Вы настолько высокого мнения о себе, о своих мечтах и своем бизнесе, что Вы готовы вложить деньги и затратить время, чтобы усвоить знания, содержащиеся в этой книге.

Вы знаете, что меня все время удивляет: количество людей, которые считают, что образование и знания стоят слишком дорого. Есть даже люди, которые считают слишком высокой стоимость этой книги!

Вероятно, есть люди, которые на уход за ВНЕШНОСТЬЮ в среднем тратят до \$600 в год - на прически, спреи, фены, шляпы и так далее, однако которые пугаются, когда им предлагают заплатить \$ 100 за семинар или курс обучения, или даже \$14.95 за эту книгу. Тем, которые считают, что образование и знание слишком дорогое удовольствие, я могу лишь сказать: Вы просто никогда еще не испытали, насколько дорого обходится Незнание!

Одна единственная идея, которую Вы можете почерпнуть из книги, курса обучения или семинара, может помочь Вам заработать тысячи и даже десятки тысяч долларов. Один из моих деловых партнеров почерпнул из одного экономического журнала (который он выписывают за \$100 в год) идею для бизнеса и неделю спустя продал ее одному клиенту за \$7000! Знание - сила, особенно в финансовом отношении. Бенджамин Франклин сказал очень метко:

“ВОЗЬМИТЕ ВСЕ, ЧЕМ ВЫ ВЛАДЕЕТЕ - СПРЯЧЬТЕ ЭТО В ВАШЕЙ ГОЛОВЕ. И ЭТО У ВАС НИКТО НЕ СМОЖЕТ УКРАСТЬ”.

Наш разум - вот что отличает нас от животных. Вы постоянно должны в него вкладывать. Выгода от этих вложений очень высока.

Я признаю в Вас личность, которая представляет собой нечто особенное. И я обещаю Вам: Ваша открытость и готовность принесут Вам большие успехи. Это только вопрос времени, причем даже очень скорого времени!

ТОПЛИВО №4 - ОКРУЖЕНИЕ, КОТОРОЕ ВАС ПОДДЕРЖИВАЕТ

Если бы Вы достигли феноменального успеха в сетевом маркетинге... Если бы Вы вошли в десятку лучших консультантов в мире... Если бы Вы были лидером среди ведущих представителей, если бы Вы были “консультантом года”, то есть личностью, которая была бы вдохновляющим примером для всех участников Вашей фирмы. Вашего общества, то тогда Ваша жизнь выглядела бы иначе? Само собой разумеется?

Я говорю не о скромности и не о том, что из-за своего успеха Вы забыли своих старых друзей. Я говорю о том, где бы Вы оказались, что бы вы делали и кто бы составил Ваше окружение. Все эти факторы

изменились бы и, вероятно, очень резко.

А почему бы некоторые из этих изменений не осуществить уже ТЕПЕРЬ? Это не значит, что Вы должны имитировать успех. Это так же, как если бы Вы полностью изменили свою кредитную карточку, чтобы только поддержать иллюзию успеха. Я полагаю, что Вы должны использовать Ваше окружение как пример и стимул для реализации Ваших желаний.

Старая поговорка гласит: “Если ты хочешь успеха - окружи себя успешными людьми”.

Точно так же можно сказать: “Ты не можешь летать как орел, пока ты сам окружаешь себя индюшками” Я не говорю о том, чтобы Вы начали избегать Ваших закадычных друзей или начали пропускать дружеские воскресные посиделки. То, что я Вам хотел бы предложить, так это так организовать свое окружение, чтобы каждый аспект этого окружения содействовал Вашему стремлению к более высоким уровням личного и делового успеха.

“Собрания богатств”, нерушимая вера в Ваши продукты и фирму, а также обязательство постоянно заботиться об образовании и пополнении знаний составляет часть Вашего окружения. Однако есть еще и другие аспекты.

ОКРУЖИТЕ СЕБЯ УСПЕХОМ

Вы знаете, что я открыл у успешных людей? Они довольствуются только самым лучшим. Конечно они сохраняют свои любимые привычки. Я знаю одного очень успешного менеджера, занимающего очень высокое положение, который любит такие большие сэндвичи, что их надо держать обеими руками, и больше всего любит пить пиво из банки, хотя его стол сервирован тарелками по \$260 за штуку. Наверное, он любит смотреть до телевизору бокс. Но я не об этом.

Я хочу сказать, что во всем, что Вы делаете или говорите, во всем как Вы живете, постоянно должны стремиться к самому лучшему. Окружите себя мужчинами и женщинами, которые разделяют ваши представления, желания и цели. Оторвитесь от массы. Читайте лучшие книги, смотрите лучшие фильмы, ешьте самые лучшие блюда, просто делайте все, чтобы добиться возможности окружить себя всем самым лучшим.

Найдите в Вашей фирме людей, которые являются признанными лидерами. Учитесь у них - ЕСЛИ Вы сможете общаться и дружить с этими людьми - ТО ДЕЛАЙТЕ ЭТО! Это не дерзость. Это просто умный прием.

КОМУ ВЫ ДОЛЖНЫ СЛЕДОВАТЬ?

Каждый человек, который во всем хочет достичь самого лучшего, должен, по моему мнению, иметь примеры, которым он может следовать. Он должен тщательно выбрать свойства и личности, которые он уважает и которыми восхищается. И потом смотреть на них, как на блестящие примеры и образцы, которым он сможет подражать.

У меня лично есть несколько таких образцов. Одним из них является мой отец. И вовсе не из-за успехов в бизнесе, а из-за его бескорыстной любви к моей матери - его жене. Я никогда не знал другого человека, который бы так искренне и с гордостью проявлял свою любовь и признательность к самому главному человеку в его жизни. Я не могу Вам передать, насколько я бываю растроган, когда я их вижу. Признаюсь Вам, что я хотел бы испытать в своей жизни подобную любовь. Мой отец - это, если хотите, мой герой, блестящий пример, которому я хочу следовать. А кто Ваши образцы?

ХОРОШО ВЫГЛЯДЕТЬ

Одежда делает людей! Надевайте костюм и галстук или красивое платье, если Вы принимаете участие в совещаниях. Одевайтесь как профессиональные и успешные люди и Вы будете себя соответственно чувствовать. Вступите в члены Международной ассоциации многоуровневого маркетинга (MLMIA). Выписывайте лучшие публикации. Читайте лучшие книги. Слушайте лучшие кассеты. Окружите себя положительными, энергичными, сильными и успешными людьми.

Не пускайтесь в негативные разговоры, и не ведите разговоров типа: "... вот такова жизнь!.." Находите и культивируйте высшее качество и наивысший успех. Это касается Вашего окружения и всего, что вы делаете и говорите.

Я знаю, что эти четыре вида топлива превратят Вашу искру желаний в огонь страсти! С сотнями и тысячами других людей это уже произошло. Я еще раз их назову:

Топливо №1: сила воображения. Топливо №2: нерушимая вера. Топливо №3: образование и знание. Топливо №4: окружение, которое поддерживает Вас. Вы признаете, что эти четыре вида топлива смогут ежедневно придавать Вам новые силы и энергию? Вы признаете, что сможете в любое время подпитываться Вашей страстью и вновь добавлять свежее топливо, чтобы пламя страсти горело сильнее и ярче, чем когда-либо прежде? Вы признаете, что Вы все это сможете делать всегда, когда Вы захотите?

Эти четыре вида топлива - замечательный источник силы. И все они всегда доступны, поскольку ВЫ НОСИТЕ ИХ В СЕБЕ!

ИТАК, ВЫ ВЛАДЕЕТЕ ЭТИМ!

Итак, что же еще осталось сказать? Теперь Вы знаете все. Выходите и покоряйте мир!

Что Вы теперь скажете? Не хватает еще одного маленького пункта? А какого именно? Ах, Вы хотите знать, как?

Вероятно, Вы относитесь к тем людям, которые считают, что дела важнее слов, и охотно дали бы вызов человеку - любителю говорить много слов.

Ну что же, друг мой, я принимаю Ваш вызов. Я обещаю Вам, что в остальной части книги я покажу Вам, как это делается.

Я уже говорил Вам, что на 90% этот бизнес зависит от понимания зачем это делается, и, возможно, меня спросите, а почему же 90 % этой книги посвящено тому, как делается этот бизнес. Это хороший вопрос. И знаете ли, я не вполне уверен, почему это именно так.

Но я имею нерушимую веру в то, что я Вам преподаю и в Ваш успех. И когда Вы прочтете эту книгу, у Вас тоже будет такая уверенность.

ВАЖНОЕ УКАЗАНИЕ

Для меня ясно, что многие из Вас при первом прочтении книги не сделают упражнения из раздела “Цели и цель жизни”. Мне это известно потому, что я сам поступил бы точно так же: с твердым намерением сделать эти упражнения когда-нибудь позднее!

Если Вы намереваетесь сделать именно так, то я настоятельно Вас прошу, сделать эти упражнения незамедлительно и именно сейчас. Это настолько важно, чтобы Вы понимали, ЗАЧЕМ Вы занимаетесь этим бизнесом, ПРЕЖДЕ чем Вы узнаете КАК следует им заниматься. На этом построена вся книга. И от этого зависит Ваш будущий успех в сетевом маркетинге.

Я бы предложил Вам письменные упражнения сделать карандашом, так как Вы будете расти в личном и деловом плане и захотите, возможно, то или другое написать по-новому.

Глава III

ОБУЧЕНИЕ - ВАШ ПЕРВЫЙ ШАГ

Обучение - это основа Вашего успеха в этом бизнесе. Как я уже сказал, самый быстрый и надежный путь освоить какое-либо дело состоит в том, чтобы, начать учить этому делу других. Если Вы поймете, почему обучение столь важно и сможете начать Вашу собственную программу подготовки, то сделаете первый большой шаг к созданию постоянно растущего, прочного и успешного бизнеса сетевого маркетинга и вступите на оптимальный путь к достижению истинной финансовой свободы.

Всех людей, которые включаются в систему Сетевого маркетинга, я разделяю на две основные группы.

Первую группу людей я называю “Сиджи и Сьюзи” - творцы (созидатели). Эти люди знают, что в каждой области есть проверенные и испытанные принципы, которые ведут к желаемому успеху. Они знают, что могут учиться у экспертов и могут достичь таких же - или даже еще больших успехов, если будут точно следовать приемам, позволившим экспертам достичь того, что они имеют и знают. Сиджи и Сьюзи - это люди, очень сильно стремящиеся к получению знаний.

Иногда их фирма или их спонсоры организуют учебу, которые Сиджи и Сьюзи с энтузиазмом посещают. Им нужны только одно или два открытия типа “А! Вот как это делается!”, которые смогли бы значительно повлиять на дальнейшее развитие их бизнеса.

Может также случиться, что у Сиджи и Сьюзи нет возможности, посещать учебу, или их спонсируют руководители, которые не предоставляют им требуемого обучения. Но “творцы” выходят из положения и получают необходимые знания другим путем. При этом им не нужно изобретать велосипед. Они догадываются, иногда даже и самостоятельно, какие принципы и процессы гарантируют успех. Знания об этом они получают от других лиц, на семинарах или с помощью таких учебных пособий, как кассеты и книги.

Однако Сиджи и Сьюзи составляют только около 20% занятых в нашем бизнесе. Другие 80% составляют люди, которых я называю Херман и Хермине. Эти люди действуют по принципу: “Авось, дело пойдет”.

СЛОМАТЬ СТЕРЕОТИП МЫШЛЕНИЯ

Основное различие между этими двумя парочками заключается в их соответствующем настрое.

Сиджи и Сьюзи искренне от всего сердца верят, что они

действительно заслуживают успеха и связанного с ним стиля жизни.

Херман и Хермине - еще не настолько в этом убеждены. Их чувство собственного достоинства развито еще очень слабо. Возможно они испытали много поражений, вследствие этого они считают, что **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НИКОГДА** не смогут добиться успеха.

Херман и Хермине сделали негативный образ мыслей своей привычкой, которая неизбежно влечет за собой неудачу. Лишь очень редко они используют главную составляющую любого успеха:

А ИМЕННО ВЕРУ В ТО, ЧТО ОНИ СМОГУТ ДОБИТЬСЯ УСПЕХА! Итак, они должны, в первую очередь, сломать свой стереотип мышления.

МОДЕЛИ МЫШЛЕНИЯ. КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ

Есть высказывание, в котором утверждается, что модели мышления сами по себе ложны и не работают. Я с этим не согласен. Я утверждаю, что модели мышления, которые **НЕ РАБОТАЮТ**, являются ложными.

Сиджи и Сьюзи - творцы обладают моделью мышления, которая говорит им, что они добьются успеха. Такая модель мышления помогает им и придает им силы!

Стереотип мышления людей типа “может быть, получится”, наоборот, оказывает негативное воздействие: он ограничивает возможности людей. Они могут только подчиниться своей ложно понимаемой судьбе и сказать себе: “Может быть, получится!” В действительности они не верят в то, что у них есть шанс, то есть с таким стереотипом мышления у них, честно говоря, действительно нет никакого шанса.

Сетевой маркетинг дает возможность каждому очень просто при очень незначительном риске или вообще без всякого риска создать свой собственный бизнес. Однако фантастические возможности, Предоставляемые этим бизнесом, - будь то истинные возможности или воображаемые, привлекают очень многих людей типа “Херман и Хермине”.

Следствием этого является то, что они прыгают от одной Возможности к другой в надежде, что уж в следующий раз каким-то образом у них дело пойдет. Они действительно верят в то, что непременно достигнут успеха, если им повезет найти “отличный продукт” или удастся своевременно напасть на “настоящую возможность”.

Само собой разумеется, абсолютно необходимо найти продукт или фирму, работая с которыми Вы могли бы с воодушевлением “найти себя”. Однако успех приходит не извне, он рождается изнутри. Как сказал Антон Чехов: “Человек - это то, во что он верит”.

ОБУЧЕНИЕ НАЧИНАЕТСЯ С ВАШЕЙ ВЕРЫ

Каков однако самый большой вызов, который Вы должны принять для себя при создании большого и успешного бизнеса в сетевом маркетинге?

Знаете ли Вы, что большинство людей думают, что самый большой вызов состоит в том, чтобы изучить все, что касается маркетинга данного продукта, и затем передать эти знания другим. Или этот вызов состоит в том, чтобы овладеть принципами построения бизнеса и показать другим, что они смогут делать то же самое. Или чтобы стать хорошим продавцом или даже хорошим руководителем. Однако, ни одно из этого не верно.

Самый большой вызов, который Вы должны принять на себя при построении большого успешного бизнеса, состоит в том, чтобы постоянно находить новые пути, которые позволят Вам изменить системы мышления тех людей, с которыми Вы работаете, и повысить уровень их самосознания. - А начать Вы должны с САМИХ СЕБЯ.

СТАНЬТЕ ВДОХНОВЕНИЕМ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

Когда я начинал в этом бизнесе, то одна из моих целей состояла в том, чтобы создать сильную систему обучения на основе мотивации. Я начал обучать людей на этой основе, и знаете, к какому выводу я пришел? Мотивация - это не верный путь.

Теперь я ставлю перед собой цель - ВДОХНОВИТЬ людей. Различие между этими двумя подходами состоит в том, что мотивация это проходящее явление. Это только побуждение извне. Вдохновение - это нечто совсем другое.

Когда Вы вдохновляете других. Вы зажигаете в них, так сказать, ВНУТРЕННИЙ СВЕТ. Вы помогаете им познать их собственный потенциал. Мотивация может быть побудительной и волнующей, однако у многих она не сохраняется надолго, поскольку, как правило, она не подходит для существующего стереотипа мышления.

Вы можете увлечь других рассказывая им истории о фантастическом успехе, или заряжать их энергией, однако если они уверены, что не добьются успеха или что они “не способны” к этому, то можете все это спокойно забыть. Такая информация хоть и является весьма сильной, однако она существует только вне человека.

Вдохновение исходит ИЗНУТРИ. Если Вы учите человека с помощью мотивации, то это значит, что Вы дали ему рыбу. Если же Вы вдохновляете человека, то это значит, что Вы учите его ловить рыбу. Когда Вы вдохновляете людей, то Вы меняете их стереотип мышления и помогаете им изменить их жизнь!

Основа успешного бизнеса в Сетевом маркетинге, которую сначала и должна создать Ваша программа обучения, состоит в том,

чтобы включить успех в систему мышления.

СНОВА И СНОВА. И СНОВА

Повторение - это как капли, долбящие камень. Через годы в нем образуются прочные углубления. В этой книге я буду несколько раз повторять ключевые темы. Поскольку эти темы просто очень важны!

Итак, я буду повторять их несколько раз. Повторение - это очень важный аспект каждой программы обучения. Не бойтесь снова и снова повторять действительно важные разделы. Это лучший способ усвоения. Далее следует первый вопрос, к которому в этой книге я буду постоянно возвращаться.

НАИБОЛЕЕ ЧАСТАЯ ОШИБКА ПРИ ОБУЧЕНИИ

Теперь я назову Вам ошибку, которую, по моему мнению, наиболее часто делают при обучении Сетевому маркетингу:

УЧИТЕЛЯМИ, КАК ПРАВИЛО, ЯВЛЯЮТСЯ САМЫЕ ОПЫТНЫЕ И НАИБОЛЕЕ УСПЕШНЫЕ КОНСУЛЬТАНТЫ.

Конечно, это так, но эти опытные учителя заняты в бизнесе уже полгода, год или больше. За этот период времени они усвоили огромный объем знаний о продуктах, фирме, о планировании маркетинга, о бизнесе в целом и о принципах успеха в Сетевом маркетинге.

Это естественный процесс, однако мы очень часто забываем, как много потребовалось времени, для того чтобы мы все это усвоили. И вот мы берем двух-трех новых консультантов и пытаемся довести их до нашего уровня знаний ЗА ПЕРВЫЕ НЕСКОЛЬКО ЧАСОВ. Но это же немислимо.

В конечном итоге у обучающихся, которые на короткое время пребывают в восторге от возможностей нашего бизнеса, создаются перегрузки. Эти люди просто не могут представить себе всю важность того, что мы им рассказывали. Мы запикиваем в них так много информации, что даже у самого умного и подготовленного человека будет полная путаница в голове!

Вы когда-нибудь представляли кому-то Ваш маркетинг-план, который с первого же раза поняли? Там все очень запутанно. А если люди запутались и у них все смешалось в голове, то вполне естественно они подумают: “Я это просто никогда не сделаю. Это вообще может быть не то, что мне надо”.

ПОДУМАЙТЕ ОБ ЭТОМ

Если Вы уже достаточно долго занимаетесь этим бизнесом, то вспомните тех людей, которые, как Вам казалось, были в полном

восторге от Вашего бизнеса. Однако тогда, когда эти люди узнавали, ЧТО требуется для достижения успеха, они вообще исчезали и Вы никогда больше не слышали о них. Или Вы были вынуждены больше выслушивать отговорки, почему они ничего не сделали.

Подумайте об этом! Не могло ли быть так, что те люди слишком много услышали “как”, прежде чем они достаточно ясно поняли “почему?” Не могло ли быть так, что они очень много узнали о системе и методике бизнеса, прежде чем они достаточно полно уяснили для себя причины (основания) для принятия решения.

Итак, если бы для них была полная ясность в том, почему возможность заниматься этим бизнесом для них и их будущего так важна, то, возможно, их доверие могло бы быть достаточно сильным, чтобы преодолеть те начальные стадии сомнений, страха и осуждения.

ОДИН ШАГ К ДРУГОМУ

То, к чему я клоню, заключается в следующем: я думаю, что обучение должно быть разделено на отрезки, и что новые люди, приходящие в бизнес, должны заканчивать курс обучения для новых консультантов, составленный кратко и сжато. Я думаю, что те сведения, которые они, в первую очередь, должны будут открыть для себя и освоить, станут также первыми предметами, которым они начнут учить других!

Смысл такой системы обучения состоит в том, чтобы дать новому консультанту ряд определенных знаний, а не заваливать его уймой информации, тем более что на начальном этапе работы в бизнесе он ею, по всей вероятности, не сможет воспользоваться.

Я не хочу пока называть Вам точный объем Вашей программы обучения. В главе X “Обучение новых консультантов” я покажу Вам, как должно выглядеть, где происходить и как правильно организовать это обучение.

В данном разделе и во всем содержании книги вплоть до главы 10 мне бы хотелось добиться того, чтобы Вы поняли отдельные составные части всего процесса обучения. Позднее Вы увидите, как эти составные части объединяются в одно целое.

Впрочем, если Вы не можете удержаться, чтобы сразу же не начать применять эти идеи, так это в порядке вещей. Я, однако, хотел бы Вам порекомендовать по меньшей мере трижды прочесть всю книгу, прежде чем вы начнете использовать эти методы обучения.

ОСНОВА ВООДУШЕВЛЕНИЯ

С какими бы продуктами или с какой бы фирмой Вы не имели дело, каждый, занятый в сетевом маркетинге, работает в БИЗНЕСЕ ВООДУШЕВЛЕНИЯ!

Самые успешные в нашем бизнесе - это те люди, которые могут легко и непринужденно делиться с другими своим воодушевлением. Мы называем это “передать воодушевление”.

Лучше всего они могут помочь другим передавать свое воодушевление в том случае, если Вы им поможете действительно полно осознать, каким, поистине, замечательным является их бизнес!

Другими словами: если они решаются поделиться с другими своими возможностями, то это означает, что они уже обладают определенной степенью воодушевления. То, что мы должны сделать, это показать им, как наиболее эффективно они могут ПЕРЕДАТЬ другим это воодушевление. Именно такую цель должно выполнять обучение новых консультантов.

Я вовсе не думаю сделать из каждого человека эксперта по продуктам или по бизнесу, однако я хочу помочь им научиться ДАРИТЬ им воодушевление относительно продуктов и бизнеса.

Воодушевление - это замечательная вещь. Она обладает замечательным свойством - неограниченно возрастать и расширяться, а именно в прямой зависимости от того, сколько мы уже передали и подарили другим.

Не играет никакой роли, сколько воодушевления Вы уже раздали. Вы будете обладать еще большим воодушевлением, чем прежде. Это объясняется тем, что воодушевление не подпитывается извне, оно возрастает изнутри.

Воодушевление можно заменить другим словом - энтузиазм. Это понятие состоит из греческих слов “энтос” (что означает “внутри”, “внутренний”) и “теос” (что означает “бог”, “дух”). Слово “энтузиазм” означает дословно “внутренний бог или дух”. Вы уже, наверное, хоть раз видели настоящих энтузиастов - разве они не являются полным воплощением этого понятия?

ОТКУДА ВОЗНИКАЕТ ВООДУШЕВЛЕНИЕ?

Оно является производным нашей страсти. Поэтому я начал эту книгу с введения об этом замечательном Сетевом маркетинге - каким подарком он является, насколько он могущественен и увлекателен. Если Вы однажды поймете и полюбите этот бизнес, то поверьте, что Вы непременно захотите передать другим Ваше воодушевление, связанное с этим бизнесом. За это Вы можете поручиться!

По этой же причине глава 1 посвящена изложению Ваших целей и цели Вашей жизни. Если люди определяют свою жизненную цель и поймут, что Сетевой маркетинг является прекрасным средством следовать этой цели и достичь ее, то их энтузиазм легко и совершенно естественно начинает из них бить ключом.

Это придаст Вам столь большую силу, что Вы сможете думать о цели жизни. И если мы для горения страсти нашей жизненной цели

используем четыре вида топлива - всегда и везде, когда и где мы захотим, - то нас уже не удержать!

Я очень советую Вам порекомендовать Вашим людям прочесть раздел “Ваше введение”, а также главы I и II, прежде чем они начнут посещать занятия для новых консультантов. В этом случае Вам не потребуется ломать неправильно функционирующие системы мышления, которые у них, возможно, сложились.

Ваши люди узнают, ПОЧЕМУ они участвуют в бизнесе и ПОЧЕМУ они хотят добиться успеха. Вам не потребуется учить их развивать энтузиазм. Ваша задача будет просто состоять в том, чтобы направить имеющуюся силу созидательной страсти и энергии в правильное русло.

Проще говоря. Ваши люди будут знать, КУДА они хотят прийти, а Вы должны будете только показать им, КАК они туда могут пойти.

Ваша программа обучения для новых консультантов, конечно, должна дать основные знания о продуктах и фирме, однако Вы должны обратить внимание на то, чтобы это были действительно ОСНОВНЫЕ знания.

НОВОГО КОНСУЛЬТАНТА ДОЛЖЕН УЧИТЬ НОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

Еще раз: я думаю, что НОВОГО консультанта должен обучать именно новый консультант, а не старый сотрудник, который уже два года в этом бизнесе.

Задача состоит не в том, чтобы первые знания, которые получает новый консультант, включали специальную информацию о продуктах или о второй половине третьего раздела маркетинг-плана. Такими сложными техническими деталями они смогут заниматься позднее.

Я думаю, что обучение новых консультантов должен вести относительно новый консультант, который достиг большого успеха. Это должен быть человек еще довольно новый в бизнесе, энергетически заряженная личность.

А почему это так важно?

Потому что Сетевой маркетинг живет на основе принципа ДУПЛИЦИРОВАНИЯ (копирования).

Новому консультанту едва ли сразу удастся стать дубликатом опытного профессионала который уже много лет в бизнесе и зарабатывает \$50000 в месяц. Большинство новых людей увидев его только один раз сразу придут в уныние, по той причине, что они даже не могут себе представить, что смогут стать столь же успешными.

Их учителем должен стать тот, КОГО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО СМОЖЕТ ДУПЛИЦИРОВАТЬ КАЖДЫЙ. И это лицо обучает новых консультантов двум основам бизнеса: первая основа - продукты, то сеть НЕКОТОРЫЕ знания о продуктах, и вторая основа - бизнес, то

есть опять НЕКОТОРЫЕ знания бизнеса.

Я ни в коем случае не утверждаю, что нет места для испытанных и успешных профессионалов. Совсем напротив. Помимо того, что эти люди представляют собой истинный и постоянный источник вдохновения, они являются также богатейшим источником помощи Вашей маркетинговой сети. Они все уже прошли тот путь, на котором находится новый консультант. Они как бы созданы для того, чтобы учить современным принципам управления, поскольку они являются лидерами.

Я хочу сказать, что с самого начала обучение нового консультанта должен вести довольно еще “новый” консультант. Для этого есть два основания. Во-первых, такой консультант - это пример (образец) и модель. Во-вторых, как в Ваших собственных интересах, так и в интересах Ваших людей, как можно скорее начать учить других в рамках программы обучения. Не забывайте, что я Вам уже сказал: Вы овладеете сетевым маркетингом, если будете учить ему других. Чем раньше Вы и Ваши люди начнут учить других, тем лучше. И не верьте, пожалуйста, что пройдут бесконечные месяцы, прежде чем Вы подготовите хорошего учителя. На примере системы, содержащейся в этой книге, я покажу Вам, как Ваши новые консультанты уже через две-три недели будут в состоянии инструктировать и обучать других!

Прежде чем мы обратимся к отдельным элементам Вашего обучения новых консультантов, мы должны обсудить еще один вопрос.

БОЛЬШЕ. ЧЕМ ТОЛЬКО УЧЕНИЧЕСКАЯ ЗАРПЛАТА

Сетевой маркетинг - это система, при которой можно начать зарабатывать уже в процессе обучения. Здесь не так, как в традиционных профессиях, требующих годы на обучение и образование, оплачиваемые зачастую самим обучаемым. Вы изучаете Сетевой маркетинг в процессе работы в нем, то есть обучаетесь делом и за это Вам будут платить!

Это довольно революционный подход. Итак, сделаем еще один важный и решительный шаг.

Вы будете не только зарабатывать в процессе получения Вами образования, но Вы сможете еще быстрее и глубже учиться, что также положительно скажется на Вашем заработке, ЕСЛИ ВЫ НАЧНЕТЕ УЧИТЬ ДРУГИХ ТОМУ, ЧЕМУ ВЫ САМИ КАК РАЗ УЧИТЕСЬ.

В настоящее время мы придаем большое значение воспитанию наших детей. Наша задача как родителей состоит в том, чтобы передать нашим детям существующие в нашем обществе ценности и позаботиться, чтобы они стали надежными и сильными личностями. Однако спросите любых родителей: кто при этом учится больше всего: дети или родители?

Совершенно очевидно: мы сами учимся гораздо лучше в процессе

обучения других. КОГДА ВЫ УЧИТЕСЬ, ВЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ ВСЕХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ. ВЫ СТРЕМИТЕСЬ К ТОМУ, ЧТОБЫ ОВЛАДЕТЬ ВАШЕЙ СПЕЦИАЛЬНОСТЬЮ, ЧТОБЫ ОТКРЫТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ И ЛУЧШИЕ ПУТИ ПОНИМАНИЯ. Монахи дзен-буддисты называют это “духом новичка”. Это основополагающий аспект моего подхода.

Программа обучения для новых консультантов, с которой Вы познакомитесь в этой книге, настолько проста для дублирования, что Вы уже через несколько дней и недель овладеете ее принципами и будете делиться этими принципами с другими.

Подумайте теперь о том, какие знания Вы уже получили о цели жизни и о четырех видах топлива, питающих страсть, с которой следует заниматься Сетевым маркетингом.

Когда Вы еще раз прочтете первые две главы, а потом прочтете и в третий раз и начнете применять эти принципы в жизни и в Вашем бизнесе, то поверьте, что Вы сможете показать другим, как им вновь открыть их жизненную цель.

Вы могли бы кого-то научить использовать четыре вида топлива? Составлять “коллекцию богатств”? Каково значение образования и знания или нерушимой веры? Если Вы прочли эти главы и научились их понимать, применяя многое на практике, то тогда, да, Вы можете показать другим, как они могут в этом следовать за Вами!

Я знаю, что Вы сможете достигнуть всего этого и даже более того, поскольку я наблюдал, какое несметное число людей прошли уже этот процесс. В этом состоит замечательная сила этой уникальной системы обучения. Она раскрывает Ваши природные способности - учиться и делиться с другими тем, чему Вы научитесь.

Поймите меня, пожалуйста, поскольку здесь речь идет не о том, чтобы стать совершенным и безупречным. Речь идет о том, чтобы приблизиться к овладению сетевым маркетингом. И Вы преодолели уже большой отрезок этого пути.

Ниже дан краткий обзор всей моей системы обучения. В остальной части книги она рассмотрена более подробно.

ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ НОВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Глава IV. ПРОДУКТЫ

Любите Ваши продукты или услуги. Станьте тонким знатоком преимуществ Ваших продуктов. Имейте всегда наготове правильный ответ (или знайте, где можно его получить). Уясните для себя, кто Ваш лучший клиент. Учитесь делиться с другими Вашим воодушевлением естественно и энергично, чтобы другие считали это (и Вас!) неотразимым!

Глава V. ПОИСКИ КОМПАЬОНОВ

Никакого бизнеса на основе уговаривания, только бизнес на основе сортировки (отсева). Работайте легко (не жестко). Определите приоритеты. Используйте телефон для необходимых разговоров.

Глава VI. ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЛАТЬ ВСЕ ПРОСТО И ДОСТУПНЫМ ДЛЯ ДУПЛИЦИРОВАНИЯ.

Учитывается не то, ЧТО Вы говорите, а КАК Вы это говорите. Или еще лучше: как Вы добьетесь от Ваших компаньонов, чтобы ОНИ это говорили! Сила журнала презентаций. Помогайте Вашим компаньонам делать правильный выбор снова и снова.

Глава VII. ВОЗРАЖЕНИЯ

90% всех возражений составляют ПОВТОРЯЮЩИЕСЯ возражения - они постоянно выдвигаются и опровергаются. Если Вы их выучите, то будете в случае необходимости во всеоружии. Научитесь быть детективом. Научитесь определять скрытый вопрос в выдвигаемых возражениях, отвечать на него и превращать его в ценное вспомогательное средство.

Глава VIII. СТРЕМИТЬСЯ И ДОБИВАТЬСЯ

Обслуживание и удовлетворение клиентов - это все. Ваш “бизнес в коробке” позволит Вам легко организовываться и станет исключительно продуктивным. Как большой мастер рассказывать правдивые истории Вы достигнете удивительных результатов - это Ваш ключ к власти и успеху.

Глава IX. ПРЕЗЕНТАЦИИ И ВСТРЕЧИ

Встречи (конференции) могут доставлять удовольствие, они могут вдохновлять, быть простыми и доступными для подражания и могут обеспечить резкий подъем и рост в бизнесе. Пять ключевых вопросов рассмотрены в IX главе - это целое состояние!

Глава X. ТРЕНИНГ ДЛЯ НОВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Воспитывайте Ваших детей правильно! Как подготовить их к реальной действительности? В этой главе шаг за шагом Вы получаете общую картину всей системы обучения - целый заряд сжатой энергии

для Вашего бизнеса!

Глава XI. ДУПЛИЦИРОВАНИЕ

Ваши орлята должны взлететь высоко! В этой главе Вы узнаете, что Вы должны делать в первые два дня, две недели и два месяца после того, как “вылупились” Ваши орлята. Если Вы поймете и будете применять эти принципы, то Вы сами обеспечите себе успех и финансовую свободу!

И вот у Вас теперь есть все эти возможности. Теперь Вы можете этому радоваться. Я надеюсь, что следующие несколько часов, пока Вы будете читать эти главы, можно будет отнести к самым напряженным, самым поучительным и продуктивным часам в Вашей жизни.

В Ваших руках лежит ключ к успеху в этом бизнесе. Много лет люди искали этот ключ. Это звучит дерзко? Но это не так. Дерзость - это необоснованное зазнайство. Мне бы не хотелось, чтобы Вы это так поняли. Я хочу сказать следующее:

Во-первых, ВЫ держите ключ В ВАШИХ руках - это от меня не зависит. Без Вас эти испытанные методы и принципы не значат абсолютно ничего.

Во-вторых, все, чему Вы здесь учитесь - работает действительно! Чтобы убедиться в этом, Вы должны просто начать применять описанные принципы. Выберите что-то одно и опробуйте сами. Вы сразу увидите, насколько эффективны и точны эти методы.

Вы готовы к необыкновенному успеху?

Отлично! Давайте продолжим.

Далее речь идет о продуктах!

Глава IV ПРОДУКТЫ

Ваши продукты - это основа основ Сетевого маркетинга. Я уже неоднократно говорил Вам: Вы сами должны стать Вашим лучшим клиентом. Наш бизнес базируется на разделении и сортировке (в отличие от бизнеса на основе уговаривания), а отсюда следует, что нет ничего, что могло бы заменить Вашу любовь к Вашим продуктам. Вы можете испытать два вида любви: любовь с первого взгляда или любовь, пришедшая со временем. В этой главе мы I рассмотрим оба варианта.

Вы когда-нибудь были знакомы с людьми, которые испытывали страстную любовь к чему-то определенному? Возможно, это был футбол, искусство, музыка - не играет никакой роли. Важным является то, что они образуют мощную силу этого мира!

Как это происходит? Некоторые причины этого мы уже обсудили: цель жизни, страсть, воодушевление. Люда с такими характеристиками просто неотразима.

Таблицы очков и правила игры в футбол могут оставить Вас совершенно равнодушным, но та радость и воодушевление, которые испытывает истинный фанат к этому виду спорта, иногда могут Вас просто захватить и увлечь.

Представьте себе, пожалуйста, следующую ситуацию: Ваша подруга открыла для себя новый продукт; который полностью изменил ее жизнь. Она выглядит совершенно иначе, чем при Вашей последней встрече. На десять лет моложе, цветущая и полная энергии, светится счастьем и здоровьем!

“Что с тобой случилось?”, - спрашиваете Вы её. И Ваша подруга рассказывает Вам свою историю.

ИЗ ЛЮБВИ К ДЕЛУ

“Джон, я просто не могу поверить! Я так взволнована, что просто лопну, если не поделюсь с тобой. Ты помнишь те многие экзотические диеты, которым я постоянно следовала? Долгое время я пыталась сидеть на какой-либо диете - то на одной, то на другой, но даже если я худела, я тотчас же набирала вес. Мои платья уже негодились. Я выглядела ужасно и чувствовала себя соответственно.

Теперь все изменилось! Только за три недели я похудела на 9 кг - и это было три месяца назад! За это время я не набрала веса! Сегодня мой вес меньше, чем в студенческие годы! Я не испытываю голода, так как я просто ем все, что мне нравится! Я выгляжу фантастически и

чувствую себя так же! Что ты думаешь? Я не выгляжу ненормальной?

И еще кое-что я хочу сказать тебе. Джон, - мне это не стоит ни цента! Наоборот, за последний месяц мне заплатили даже \$600! Ты знаешь, что я делаю? Я просто разговариваю с людьми, как я, например, разговариваю с тобой. Больше ничего! Этим я зарабатываю деньги на мой новый автомобиль! Ты должен это себе просто представить!”

Скучно, не правда ли? Вообще никакого воодушевления. Только еще одна бедная девушка, которая с грехом пополам пробивается в этой жизни. Знаете ли, я в этом бизнесе знаю так много людей, любовь и воодушевление которых по отношению к их продуктам действуют просто заразительно, и мой дом все больше и больше заполняется самыми различными продуктами! Я просто не могу устоять перед человеком, который так воодушевлен и просто влюблен в свои продукты. Такие люди просто удивительны! Они полны жизни и любви. В Сетевом маркетинге действительно работают “из любви к делу”.

КИТАЙСКАЯ ПОГОВОРКА

Меня давно восхищает философия восточных стран, особенно мудрость китайцев.

В Китае старая поговорка гласит: если кто-то делится с Вами чем-то ценным, а Вы из этого извлекаете выгоду, то Вы обязаны точно так же поделиться с другим.

Китайцы имеют в виду нашу обязанность дать другим то, что было дано нам. Это означает, так сказать, поддерживать непрерывный дальнейший поток добра. В моих глазах именно таким является процесс, когда мы делимся друг с другом в Сетевом маркетинге.

Если Вам стали известны преимущества какого-либо продукта или какой-либо услуги и Вы делитесь этим с другими, то Вы выполняете тем самым естественную обязанность. Кстати, китайский язык составлен из иероглифов, и иероглиф “обязанность” означает также и “дорогу домой”. Интересно, не правда ли?

В разделе “Ваше введение” я упомянул, что Сетевой маркетинг, по моему мнению, является отражением природного хода вещей. Мне кажется просто правильным, что мы делимся с другими тем, что нам было дано.

Можно сказать также, что познакомиться с каким-либо удивительным продуктом или услугой и НЕ ПОДЕЛИТЬСЯ ЭТИМ с другим, было бы проявлением эгоизма. Во всяком случае, мне приятно представлять, что мы делаем другим добро, когда мы делимся с ними нашими продуктами; то есть мы отдаем то, что было дано нам.

ЗАВИСИМОСТЬ БИЗНЕСА ОТ ПРОДУКТА

Некоторые утверждают, что именно сама возможность заниматься бизнесом привлекает людей, и что в этом, собственно, и заключается истинная ценность Сетевого маркетинга. Я придерживаюсь другого мнения.

Без отличного продукта не было бы никакого бизнеса Сетевого маркетинга.

Никакой даже самый прибыльный маркетинг-план мира не обеспечит Вам стабильного дохода, если продукт или услуга не обладают настоящей ценностью для потребителя. Это мы постоянно наблюдали в этом бизнесе.

В прошлом некоторые фирмы Сетевого маркетинга пытались продавать через свою сеть средние и даже просто плохие продукты. Поначалу некоторые из них делали хорошие обороты, но в какой-то определенный момент терпели крах. Рыночная площадь - это, в конечном счете, и судья и палач.

П.Т. Барнум сказал: “Каждую минуту на свет рождается один дурак. При современных темпах рождаемости люди, которых можно было бы отнести к разряду дураков, составляют предельно малую часть. Нет, люди отнюдь не глупы. Наоборот. Потребители все больше и больше требуют от всех товаров и услуг, которые они покупают или оплачивают, максимально высокого качества”.

В Сетевом маркетинге Вы можете заработать ТОЛЬКО от продажи продуктов или услуг. Плохие продукты - это плохой заработок. Для Сетевого маркетинга характерна система оплаты, которая поддерживает Вас и вознаграждает Вас за Ваши непосредственные усилия. БЕЗ СИЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ИЛИ УСЛУГ НЕТ НИКАКОЙ СТАБИЛЬНОЙ ЦЕННОСТИ.

ПРОДУКТЫ, УЛУЧШАЮЩИЕ И ИЗМЕНЯЮЩИЕ ЖИЗНЬ

Независимо от того каким бизнесом Вы занимаетесь, будь то продукты питания и диетические продукты, финансовые услуги, водяные и воздушные фильтры, витамины, туристические клубы, программы телепередач, экологически чистые продукты для автомобилей, инвестиционные фонды или продукты для поддержания здоровья, - Ваш продукт или услуга это самая важная составляющая часть Вашего бизнеса.

Продукты - это движущая сила каждого бизнеса сетевого маркетинга. А самые лучшие продукты могут улучшить качество жизни другим или вообще основательно изменить всю жизнь.

Я открою Вам одну из высших истин маркетинга: “ПОЧТИ КАЖДЫЙ ПРОДУКТ УЛУЧШАЕТ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ”.

“Если это так, - скажете Вы, - то почему же тогда не КАЖДЫЙ

продукт имеет полный успех?”

Хороший вопрос. А вот и ответ. Это объясняется тем, что те, кто предлагает соответствующий продукт или соответствующую услугу, упускает возможность сказать **СООТВЕТСТВУЮЩИМ ЛЮДЯМ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ВЕЩИ**.

Они упускают возможность показать и объяснить людям преимущества Ваших продуктов и услуг, т. е., что от этого клиент будет иметь.

Что же это за соответствующие вещи, которые Вы должны сказать и кто те соответствующие люди, которым Вы это должны сказать?

Еще один хороший вопрос, который, кроме того, представляет собой вторую часть Вашего курса обучения для новых консультантов.

ЗНАНИЕ ПРОДУКТОВ

Каждое эффективное занятие для новых консультантов должно их сразу максимально вовлечь. На таких занятиях я обычно раздаю “**ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА**” (пример такого рабочего листка приведен в главе X). Итак, мы начинаем.

ПРЕИМУЩЕСТВА

А теперь проведем действительно мозговую атаку. В рамках занятия для новых консультантов мы откроем совместными усилиями те преимущества (выгоды) наших продуктов, которыми сможет воспользоваться потребитель.

А теперь - важная мысль. Мы говорим не о фактах и подробностях, а также не о технических данных. Мы говорим о **ВЫГОДАХ**, которыми будет пользоваться потребитель. Преимущества - это **РЕЗУЛЬТАТЫ**, которые достигнет потребитель, если использует Данный продукт.

Очень часто консультанты путаются в каких-то технических подробностях, которые сами они считают замечательными. Эти факты бывают важны лишь настолько, насколько они усиливают те выгоды, которые получает потребитель от Вашего продукта. Люди хотят знать, что **МОЖЕТ СДЕЛАТЬ ДЛЯ НИХ** Ваш продукт или Ваша услуга.

Отдельные составные части продукта могут быть очень интересными и повышают ценность продукта, однако Ваши потенциальные клиенты и компаньоны (участники Вашего бизнеса) хотят знать, как этот продукт может улучшить их жизнь.

Итак, в ходе этой мозговой атаки каждый участник называет одно преимущество продукта и преподаватель записывает его на доске (позднее участники могут записать). Возникающая в ходе такого занятия энергия - значительна!

Важно: при проведении мозговой атаки слово “нет” -

недопустимо. Ничто не сдерживает свободный поток идей так сильно, как слова “нет, это не так” или “нет. Вы не правы”

Возможные ошибки можно поправить позднее. В этот момент Ваши новые консультанты должны думать только о том, какими выгодами будет пользоваться потребитель Ваших продуктов. Важно, что консультанты НАЗЫВАЮТ эти преимущества - это играет большую роль в общем контексте. После такой мозговой атаки эти преимущества закрепляются в сознании.

При проведении такого упражнения. Вы, вероятно, каждый раз будете изучать что-то новое. И если Вы научите Ваших новых консультантов наилучшим образом представлять другим преимущества продуктов, то это позволит Вам повысить доходы от продаж и производительность ПО МЕНЬШЕЙ МЕРЕ в десять раз.

НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

В качестве следующего шага научите каждого нового консультанта отвечать на вопросы, которые наиболее часто задают относительно Ваших продуктов или услуг.

Вы можете заранее их подготовить, написать на листке бумаги и раздать такие вопросы вместе с хорошими разумными ответами и объяснениями.

Убедитесь, что Ваши новые консультанты, воодушевление которых велико, но может легко пропасть, - хорошо подготовлены к ответам на эти вопросы. Не допускайте, чтобы они были вынуждены по методу проб и ошибок в одиночку разбираться, что работает, а что нет. Ваша задача состоит в том, чтобы заботиться о них. И если Вы хотите ввести их в этот бизнес, то они должны знать, какие вопросы задают наиболее часто.

Вы можете провести мозговую атаку и по этой теме, чтобы выявить эти вопросы или добавить новые вопросы к уже составленному Вами заранее списку. Попросите новых консультантов еще раз назвать эти вопросы, а если есть необходимость, то Вы или наиболее опытные консультанты могут дополнить этот список.

На вопросы следуют ответы. Некоторые Вы можете уже подготовить письменно, однако Вы должны все время давать возможность новым консультантам отвечать на эти вопросы.

Исключительно подходят для таких ситуаций круговые игры. Составьте команды или пары, которые должны задавать друг другу вопросы о продукте или услуге. Возникающая при этом энергия впечатляет. Ваши консультанты быстро понимают, что они действительно должны знать, и как лучше всего и наиболее продуктивно они могут поделиться с другими своим воодушевлением,

Если Вы подготовили людей к ответам на эти вопросы, то готовьте их к реальной жизни. Вы сведете к минимуму чувства боязни

и уныния, которые могут возникнуть у них в первые несколько недель пребывания в бизнесе. И если Вы это сделаете, число выходящих из бизнеса будет резко падать, а Ваш доход будет столь же стремительно расти!

НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ВАШУ ФИРМУ

Следующее относится скорее всего к сетевой маркетинговой фирме, чем к обычной фирме: **ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ПРИНАДЛЕЖИТ ЗАМЕЧАТЕЛЬНОЙ ФИРМЕ.**

Большинству людей нетрудно относиться с воодушевлением к своей фирме и ее людям.

Если Вы ищете для себя пример нерушимой веры, то посмотрите на руководящий состав Вашей фирмы. Их ответственное отношение к Продуктам и к Вам привело их на тот уровень, где они сейчас находятся. Ваше руководство поддерживает Ваш бизнес и всю фирму в хорошем состоянии.

Любая фирма Сетевого маркетинга имеет выдающихся людей в высших уровнях управления. Те, с которыми я познакомился, знают точно, что бизнес их консультантов зависит от их продуктов. Точно также они знают, что бизнес фирмы зависит от консультантов. Исходя из этого, они концентрируют свое внимание, созидательные силы и поддержку на том, чтобы сделать Ваш бизнес настолько простым и успешным, насколько это возможно. Ведущие руководители Вашей фирмы вносят свой вклад в повышении ценности Ваших продуктов или услуг, как если бы они были их составной частью. А впрочем, они таковыми и являются.

Поскольку многие продукты Сетевого маркетинга должны быть опробованы и испытаны, то в значительной части информации о продуктах, которую Вы передаете другим, говорится непосредственно и о самой фирме. Выберите время и изучите эту информацию. Информация о фирме может в значительной степени содействовать воодушевлению Ваших новых консультантов и может прежде всего потребоваться, когда Вы перейдете к разделу “Презентации” Вашей программы обучения новых консультантов.

КТО. СКОРЕЕ ВСЕГО. БУДЕТ...

Это упражнение тоже очень подходит для активизации Ваших людей. Этот рабочий листок имеет заголовок: “Преимущества продукта, и кто, скорее всего, будет пользоваться моими продуктами (услугами)”. (Пример такого рабочего листка приведен в главе X). И в этом случае очень уместна методика мозговой атаки.

Когда Вы проводите мозговую атаку по преимуществам продукта, то Вы научили Ваших дистрибьюторов говорить соответствующие

правильные вещи. Теперь научите их, кто те соответствующие (правильные) люди, с которыми они должны разговаривать.

Соедините упражнение на тему “Кто, скорее всего, будет...” с преимуществами продукта, которые Вы до этого перечислили. Из этого упражнения Ваша группа почерпнет целый ряд возможностей. Поскольку они концентрируются на преимуществах, то им будет приходиться на ум уже все больше людей, которые смогут получить выгоды от преимуществ этих продуктов. Это количество будет больше, чем они это себе могли представить.

Больше мы не делаем никаких упражнений на тему продуктов. Я уже сказал Вам, что эта система проста. Упражнение под названием “Кто, скорее всего, будет...” является прекрасным завершением раздела о продуктах, и мы непосредственно переходим к следующему разделу.

ЗНАНИЕ БИЗНЕСА

Об этом мы будем говорить в следующей главе. Раздел о знании бизнеса начинается с поиска.

Глава V

ПОИСКИ ЗОЛОТА

Теперь, когда Вы усвоили первые шаги Вашей программы обучения. Ваши люди имеют хорошие основные знания о продукте или услуге и готовы постигать основы бизнеса. В этой главе, однако, речь идет не о плане маркетинга. Здесь все вращается вокруг вопроса, как делается этот бизнес. В этой главе мы будем заниматься подробностями процесса “поисков золота”, то есть поисков подходящих участников (заинтересованных лиц, компаньонов) этого бизнеса. Эти поиски (применим также термин “изыскания” или “разведка”) - собственно живительный сок Вашего бизнеса. И, как Вы увидите, различие между изысканием и продажей делает сетевой маркетинг самой уникальной и мощной системой продажи сбыта в мире.

Я бы хотел поделиться с Вами одним секретом. Только будьте внимательны, поскольку его нелегко уловить.

Скажем я, владелец золотой жилы (золотоносного рудника). Да настоящей золотоносной жилы. И это месторождение является одним из богатейших в мире.

А теперь я сделаю Вам необычное предложение. Я сообщу Вам где находится моя золотая жила, чтобы Вы могли прийти туда и добыть столько золота, сколько хотите.

Я хотел бы повторить это предложение. Я разрешаю Вам, взять столько золота, сколько Вы хотите. Но есть, однако, одно условие. Вы можете только один раз спуститься в этот рудник и только один раз выйти из него.

Итак, что Вы сделаете в первую очередь? Вы сразу помчитесь на этот рудник и соберете только золота, сколько сможете взять и унести голыми руками? Можно сделать и так. Но если Вы сообразительны, то Вы сначала пойдете домой и запасетесь необходимыми инструментами, чтобы собрать целое состояние.

Итак, я на самом деле имею такую золотую жилу. Вы тоже. Эта золотая жила называется - Сетевой маркетинг. И если Вы хотите стать мастером-изыскателем, то Вы должны работать с инструментами мастера-изыскателя. Именно об этом идет речь в этой главе.

ЧТО ТАКОЕ СТАРАТЕЛЬ?

Понятие “старатель” происходит от латинского слова “prospector”, что означает “относящийся к перспективе”. В Сетевом маркетинге мы называем поиски подходящих участников

(интересующихся лиц, компаньонов) также термином “изыскание”, а того, кто ведет эти поиски, а следовательно, и Вас, мы называем “изыскателями” или “старателями”.

Старателями называли прежде всего золотокопателей прошлого века. Вы, наверное, представляете себе такого старателя в образе бородатого грязного мужчины в запачканной рабочей одежде с мулами, нагруженным лопатой и другим инструментом. Так выглядел старатель того времени.

Сегодня он выглядит иначе. И деятельность по изысканию тоже совсем другая.

Есть слова, которые связаны с понятием изыскания и на которые я хочу обратить Ваше внимание. Старатель - это тот, кто ИССЛЕДУЕТ определенную ОБЛАСТЬ (территорию) на предмет поиска ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ, таких как, золото, алмазы или нефть.

Что же такое изыскание? В первую очередь - это исследование. Не изготовление, уговаривание, убеждение или продажа, а именно ИССЛЕДОВАНИЕ. Вы тоже исследуете территорию. Как выглядят границы этой территории? Без учета условий маркетинг-плана Вашей фирмы границы этой территории определены только в Вашей голове.

Что ищет старатель? Природные богатства. Он ищет не то, что было сделано или изготовлено. Он ищет нечто естественное, природное, то, что уже существует. Это - нечто, имеющее большую ценность, чем золото, нефть или алмазы.

Я хочу рассказать Вам одну из самых прекрасных историй, которая существует о сетевом маркетинге. Это история заимствована у великого ныне покойного рассказчика историй Эрла Найтингейла - основателя фирмы Nigbtینگale-Conant, которая уже много лет выпускает одни из лучших в мире учебных и познавательных кассет. История называется.

“ПОЛЯ. ПОЛНЫЕ АЛМАЗОВ”

Никто не знает, кто первый рассказал эту историю, однако в любом случае она должна быть правдивой, поскольку она происходит в тысячах вариантов с тысячами людей во всем мире.

Человеком, который сделал эту историю знаменитой (по меньшей мере в США) был доктор Рассел Херман Конуэлл, который жил в 1843-1925 годах. Конуэлл рассказывал эту историю по всему миру и собрал таким образом пожертвования на общую сумму 6 миллионов долларов, которые он использовал для основания Тэмплского университета в Филадельфии. Тем самым, он осуществил свою мечту о создании передового учебного заведения для бедных, но способных молодых людей.

Конуэлл рассказывал эту историю под названием “Поля, полные алмазов” свыше 6000 раз, и его рассказы везде собирали большие массы

людей. Вы, может быть, знаете эту историю, а может быть, нет.

Однако сама по себе история не так важна (наверное, Вы спросите, а начну ли я вообще ее когда-нибудь рассказывать?), важным является то, что эту историю мы переносим на наши условия жизни.

В истории “Поля, полные алмазов” рассказывается об одном фермере, который жил в Африке в те времена, когда были открыты большие месторождения драгоценных камней. Когда однажды один человек рассказал ему, как многие люди загребают миллионы на своих алмазных рудниках, то этот фермер тотчас же продал свою ферму и отправился в путь в поисках месторождения алмазов.

Он странствовал по всему континенту, однако не нашел никаких алмазов. Спустя много лет он вернулся без единого пфеннига, больной и полностью сломленный - в результате он бросился в реку и утонул.

Задолго до того, как он покончил с собой, человек, купивший его ферму, нашел на дне ручья, пересекавшего его участок, большой странного вида камень. Он взял его и положил на каминную полку в своем доме.

Однажды к нему зашел как раз тот человек, который рассказывал первому владельцу фермы об открытиях алмазных месторождений. Он рассмотрел камень и сказал новому владельцу, что это, наверное, один из самых крупных и ценных алмазов, которые когда-либо были обнаружены. К изумлению посетителя, владелец фермы ответил: “В самом деле? В моих полях полно таких камней”.

Чтобы кратко закончить историю, скажу: ферма, которую продал первый владелец, чтобы пойти искать алмазы, оказалось местом одного из самых богатых в мире месторождений алмазов.

Доктор Конуэлл обращал внимание своих слушателей на то, что первый владелец фермы фактически владел несметными богатствами, но он сделал большую ошибку - погнался за чем-то мнимым и лучшим, прежде чем как следует изучил то что имел.

Затем доктор Конуэлл имел обыкновение говорить, что каждый из нас - такой же, как первый владелец фермы. Независимо от нашего места жительства или рода деятельности каждый из нас окружен полями, полными алмазов, - если мы только разглядим их. Может быть, с первого взгляда, они и не покажутся нам такими, как это было с камнем в этой истории.

Теперь Вы ясно понимаете, о чем идет речь в этой главе. Мы будем исследовать большую территорию на Вашем дворе, которая полна ценных природных богатств.

СПИСОК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ

Первое, о чем я говорю в этой деловой части обучения новых консультантов - это СПИСОК (ПЕРЕЧЕНЬ) ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ бизнеса. С помощью рабочего листка (пример такого

рабочего листка приведен в главе X), в рамках обучения я предлагаю своим людям провести исследование их потенциальных компаньонов и заинтересованных лиц, готовых участвовать в этом бизнесе.

Я не встречал еще ни одного человека в этом бизнесе, который работал бы без списка имен. Пусть Ваши люди поработают во время обучения над составлением их рабочего списка имен. Когда такие списки будут составлены, то Вы покажете им, как они должны будут выделить главные группы.

СТО ИМЕН ИЛИ БОЛЬШЕ

Попросите каждого нового консультанта записать КАЖДОГО человека, который придет им на ум. Я предлагаю сделать список примерно из 100 имен. Это совсем нетрудно, поскольку согласно статистике каждый взрослый человек в возрасте свыше 21 года знает по меньшей мере 700 человек!

Если некоторые из Ваших людей будут испытывать трудности с этим упражнением, то Вы можете попробовать следующее: Попросите Ваших новых консультантов достать их записные книжки (конечно, Вы должны их заранее предупредить, чтобы они взяли эти книжки на занятия) и выписать фамилии оттуда. Хорошим источником имен могут быть также и визитные карточки.

После этого они должны будут поставить перед собой следующие вопросы: “Кого я знаю по моей работе?”, “Кого знаю из друзей детства?”, “Кого знаю по моему хобби?”, “Кого знаю по моему клубу?” и так далее.

Можно также воспользоваться именами, которые были включены при составлении списка “Кто, скорее всего, будет использовать мои продукты”.

Кому требуется помощь, может провести дома мозговой штурм: четыре или пять членов семьи и друзья могут добавить много имен в список потенциальных участников. Ваши консультанты удивятся и обрадуются, какое большое количество дополнительных имен поможет внести такой мозговой штурм.

Помните, что мы здесь исследуем - только всю определенную область. Ни одно имя нельзя выпускать из поля зрения. Главные пункты этого списка мы определим позднее. В данный момент для нас годится каждое имя.

ПОЧЕМУ 100 ИМЕН?

Позвольте мне объяснить это следующим образом. Когда многие из новых консультантов решаются поговорить с людьми об их бизнесе или продукте, то сразу им на ум приходят четыре или пять человек, которых они знают. Они не записывают имена этих людей, а помнят

их и сразу звонят одному из них.

Вполне вероятно, что это лицо по той или другой причине, совершенно не связанной с Вашим консультантом, не проявит ни к бизнесу, ни к продукту никакого интереса. И если этот человек, которому Вы позвонили, не проявил никакого интереса, то он может стать одним из трех-пяти человек, которые сказали нет. Можно считать, Ваш консультант потерял таким образом 20-30% своих потенциальных участников! Очень плохое начало. Если же Ваш консультант имеет список в 100 имен и один из тех, к кому он обратился, не выразил интереса, то в этом случае он может просто сказать: “Не имеет значения, пока я вычеркиваю твое имя из моего списка, но позвоню позднее”. Число отказов составляет один процент. Это как раз немного.

Теперь Вы знаете, почему так важно иметь список в 100 имен? Подумайте о двух вещах. Во-первых, мы ведем разведку. Мы изучаем возможности, чтобы выяснить, где мы можем вести поиски золота.

Во-вторых: НЕКОТОРЫЕ ХОТЯТ, ДРУГИЕ - НЕТ, НУ И ЧТО, СЛЕДУЮЩИЙ, ПОЖАЛУЙСТА! При списке в пять человек не так-то уж много раз можно будет сказать: “следующий!”

РАЗВЕДКА: ШАГ ВТОРОЙ-ПРИОРИТЕТЫ

В составленном Вами списке определите основные группы, чтобы выбрать, тех людей, которые с готовностью и открыто воспримут Ваше деловое предложение.

Первая группа - группа А, которую Вы можете определить с помощью Ваших людей, состоит из наиболее перспективных в этом отношении людей (ЛЮДЕЙ С ДВОЙНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ). Эти люди полные энергии, деятельные натуры, общество которых всегда доставляет удовольствие. Благодаря своему жизнерадостному и дружелюбному характеру они притягивают к себе других людей. И если они восторгаются каким-то делом, то они расскажут об этом всему свету!

Моя сестра именно из таких людей. Я очень горжусь ею. Она - первая миллионерша в нашей семье. Своим успехом в ее маклерском бизнесе она, по моему мнению, в значительной степени обязана своей кипучей энергии и притягательной натуре.

Люди с удовольствием работают в ее фирме. Она так радостна и счастлива и, прежде всего, она любит людей. Она является притягательной личностью, которую другие считают просто привлекательной. Но она притягивает не только людей. Ее последний комиссионный чек составил свыше 1 миллиона долларов! Представьте себе! И лишь потому, что она является оптимистической натурой. Она, разумеется умна и хорошо разбирается в своем бизнесе, однако КЕМ она является и КАКОВА она имеет очень большое значение в успехе.

Следующая группа людей - группа Б - это ПОЗИТИВНЫЕ

(ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ) ЛЮДИ. Самый простой способ, как идентифицировать их, состоит в том, чтобы пометить крестиком имена всех негативных людей. Однако не вычеркивайте этих негативных людей из списка (впрочем, тех людей, которые говорят “будем реалистами”, можно, вероятно, отнести к негативному типу). Оставьте их в покое.

Третья группа людей состоит из УСПЕШНЫХ ЛЮДЕЙ, то есть тех людей, которые чего-то достигли в жизни. Не делайте относительно этих людей никаких скороспелых выводов. Эти люди заслуживают высокого доверия.

Очень часто повторяющаяся ошибка - выпускать из поля зрения людей, добившихся успеха. Мы полагаем, что они слишком заняты и не нуждаются “в золоте” и так далее. - Однако успешные люди раньше всех распознают возможность хорошего бизнеса.

Подумайте: успешные люди имеют большое влияние, и если им очень нравится то, что они видят, то они берутся за дело обеими руками и успешно формируют бизнес, прежде чем Вы вообще его осваиваете. И Вы хотите, конечно, чтобы Ваши люди составляли свои списки с ориентацией на успех. Итак, убедите их в первую очередь включать в список победителей (выигравших).

Примечание: если Вам попалась на глаза энергичная, позитивная и очень успешная личность, как, например, моя сестра, то поставьте ее в самую верхнюю часть Вашего списка!

ДРУЖЕСКИЕ ДЕЛА ИЗДАЛЕКА

. Не имейте никаких предубеждений против тех, кто проживает далеко от Вашего места жительства. Если они живут внутри областей или стран, включенных в Ваш маркетинг-план, то Вы должны отнести их также к группе высокого приоритета. При наличии правильно действующей системы (об этом будет сказано в главе VIII) не играет никакой роли, живет ли Ваш потенциальный компаньон (участник) непосредственно рядом с Вами или на другом конце страны. Есть телефон - нет расстояний, не считая только тарифов за телефонные разговоры.

В случае сетевого маркетинга Вы можете ПО ТЕЛЕФОНУ организовать успешно ориентированный на всю страну бизнес.

Ничто так не передает настроение человека, как голос. Кроме того, современные технологии средств связи, такие, как циркулярные схемы связи и факсы, дают исключительные возможности поддерживать контакты со множеством людей на больших расстояниях.

Использование телефона - это третий шаг в Вашей системе разведки (изысканий).

РАЗВЕДКА: ШАГ ТРЕТИЙ - ПОЗВОНИ!

Теперь Вы приглашаете Ваших участников узнать кое-что о Вашем бизнесе и продукте. **БУДЬТЕ ПРИВЕТЛИВЫ ПО ТЕЛЕФОНУ** Некоторые люди воспринимают телефон как что-то холодное и обезличенное. Сделайте Ваш телефон приветливей

Поставьте на Ваш письменный стол или туда, где стоит Ваш телефон, зеркало и напишите на нем крупными буквами слово **УЛЫБКА**. Делайте свои звонки по телефону перед этим зеркалом с широкой **УЛЫБКОЙ**.

Одна моя студентка смогла избавиться от страха перед телефоном таким образом. Она вырезала из журналов и наклеивала перед собой на зеркало снимки улыбающихся и обнимающихся людей. Сделайте для себя удовольствием разговор по телефону. Напишите сами себе краткие вдохновляющие послания типа: “Прекрасно, что ты позвонил!” или “Возможность - уникальна! Спасибо за твой звонок”. И наклейте подобные высказывания там, откуда Вы звоните по телефону

ТЕЛЕФОН ПРЕДНАЗНАЧЕН ДЛЯ ДОГОВОРЕННОСТЕЙ

ВЫ должны использовать телефон главным образом для того, чтобы договориться (согласовать условия договора или соглашения), а не для того, чтобы устраивать презентации по телефону! **СЛИШКОМ ЧАСТО** мы пытаемся сразу по телефону заполучить кого-либо для своего бизнеса. Телефон - это совершенно неподходящее средство для проведения продаж или презентации, Вы ведь не профессионал телемаркета.

Есть, конечно, исключения. Исключением является, например, тот случай, когда Ваш потенциальный участник проживает за 1000 км от Вас!

Второе исключение было бы возможным, если Вы, например, занимаетесь продуктами, которые каждый может себе позволить и без больших усилий может апробировать. Договоритесь с Вашим заинтересованным участником, что Вы высылаете ему образец, чтобы он мог его опробовать и убедиться, насколько хороши эти продукты. В этом случае действуйте.

Не рассказывайте заинтересовавшемуся лицу обо всех деталях и подробностях продуктов, а говорите ему о том, какими замечательными эти продукты считаете Вы и другие участники. Делитесь Вашим энтузиазмом и личным опытом с Вашим собеседником. Скажите ему, что Вы цените его мнение и хотели бы знать, как он относится к этим продуктам. Спросите у него, не надо ли послать ему образец. Если по какой-либо причине продукт ему не понравится, он сможет вернуть Вам его обратно. Этот метод Вы можете, конечно, приберечь для Ваших наиболее значительных потенциальных участников, если Вы этого хотите.

ГАРАНТИЯ ВОЗВРАТА ДЕНЕГ

Многие фирмы Сетевого маркетинга дают гарантию полного удовлетворения их продуктами или гарантию возврата денег. Такая гарантия является вполне обычной, а во многих странах она законодательно закреплена для случаев, когда что-то продается по телефону или через почту.

Нам присуще то, что мы очень неохотно требуем назад свои деньги. Эта особенность в сочетании с тем фактом, что большинство продуктов Сетевого маркетинга действительно **ВЫСОЧАЙШЕГО КАЧЕСТВА** и **СООТВЕТСТВУЮТ РЕКЛАМНЫМ ОБЕЩАНИЯМ**, превращают такую гарантию в относительно безрисковое дело. Если Вы кроме того на самом деле в восторге от результатов Ваших продуктов, то и другие наиболее вероятно будут с удовольствием пробовать эти продукты.

Вы, конечно, знаете о научно доказанном эффекте плацебо. Различным людям раздают средство, имитирующее медикамент, но в действительности не являющееся лекарством. Одна треть группы испытуемых утверждает, что почувствовала улучшение, еще одна треть считает, что не произошло никаких изменений, и последняя треть не могла определить, произошло улучшение или нет. Многие фирмы сетевого маркетинга на основе их исключительных продуктов могут еще удвоить этот процент, а именно до 60% и выше.

И если Вы правильно расставили приоритеты, то можете вполне достигнуть таких, а может быть, и еще лучших результатов.

Итак, если Вы работаете с продуктом, имеющим продажную цену от \$20 до \$70, то Вы можете исходить из того, что большинство людей внешне готовы испытать этот продукт на основе Вашей рекомендации. Скажите им просто, что они должны опробовать этот продукт в течение некоторого времени, и что Вы вложите в посылку счет. Если продукт им понравится и они извлекут из него действительную и важную пользу, то они смогут оплатить этот счет.

ПЯТЬ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗГОВОРОВ ПО ТЕЛЕФОНУ

Есть пять правил, которые Вы, по моему мнению, должны соблюдать при телефонных разговорах. Эти правила значительно повысят эффективность Ваших телефонных разговоров. Вот они:

1. Во-время ли я звоню?
2. Передавайте Ваше воодушевление или настроение.
3. Делайте комплименты Вашему потенциальному компаньону.
4. Предоставляйте гарантию.
5. Определите цель Вашего звонка.

Теперь рассмотрим эти правила по отдельности.

1. **ВОВРЕМЯ ЛИ Я ЗВОНЮ?** Звонили ли Вам когда-либо в тот момент, когда у Вас совершенно не было настроения разговаривать? Как Вы реагировали на звонок? Насколько внимательно Вы слушали и были ли расположены к разговору? Со всеми нами это однажды уже бывало. Поэтому сначала справьтесь, вовремя ли Вы звоните. Это является вежливой формой обращения, что обеспечит Вам готовность Вашего собеседника выслушать Вас.

2. **ПЕРЕДАВАЙТЕ ВАШЕ НАСТРОЕНИЕ.** Многие люди думают, что передача сообщений - это обмен информацией между двумя или несколькими лицами. В определенной мере это тоже имеет место. Однако действительно эффективное общение предполагает передачу не только голый информации, но и **ВООДУШЕВЛЕНИЯ** одного лица другому лицу.

Конечно, то, что Вы говорите, имеет большое значение. Однако то, **ЧТО МЫ К СКАЗАННОМУ ЧУВСТВУЕМ**, по моему мнению, гораздо важнее.

Вы совсем не должны быть экспертами в области продуктов или бизнеса, чтобы уметь хорошо говорить. Наоборот, такие знания на уровне экспертов могут даже затруднить настоящее и эффективное общение.

Задумайтесь над тем, что в этом бизнесе речь идет о копировании (дублировании). Значительно легче научиться делиться своим энтузиазмом, чем пытаться передавать кому-то знания, усвоенные за много лет.

Чем больше Ваше воодушевление и энтузиазм, тем раньше и быстрее Вы добьетесь успеха. Вы сами должны стать Вашим лучшим клиентом! Если Вы увидите, что все меньше людей стали интересоваться Вашими продуктами или бизнесом, то пересмотрите степень Вашего воодушевления - Я готов поспорить, что оно уже вдет на спад.

В этом бизнесе есть старое высказывание, которое гласит: если ты вначале состоишь на 90% из энтузиазма и на 10% из знаний, то через некоторое время эти соотношения меняются до наоборот: 10% приходится на воодушевление и 90% составляют знания. Перед тем как это произойдет. Вы должны позаботиться о повышении своего энтузиазма или подыскать для себя новый продукт.

3. **ДЕЛАЙТЕ КОМПЛИМЕНТЫ ВАШЕМУ ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ КОМПАЬОНУ.** Очень важно сделать по телефону комплимент Вашему потенциальному компаньону, поскольку этим Вы достигаете двойной цели.

Во-первых, тем самым Вы проясняете и подчеркиваете, почему для Вас так важно, позвонить именно ЕМУ. И во-вторых. Вы действительно завладеваете его **ПОЛНЫМ** вниманием!

Кого Вы лучше слушаете: того, кто звонит Вам и говорит о том, что его интересует, или того, кто звонит Вам и говорит о том, что он высоко ценит Ваше мнение, поскольку Вы являетесь профессионалом,

или поскольку Вы обладаете чутьем или хорошим вкусом? Это срабатывает.

4. ПРЕДОСТАВЛЯЙТЕ ГАРАНТИЮ. Как часто кто-либо пытался продать Вам что-то, настойчиво уговаривая Вас, уговаривая и уговаривая? И чем больше Вас уговаривали, тем больше Вы сопротивлялись. Это - естественный процесс. Мы так делаем в цепях самозащиты.

Дайте Вашему потенциальному компаньону почувствовать, что он не берет на себя никаких обязательств, если он встретится с Вами. Оставьте необходимое свободное пространство для его природного любопытства. И дайте ему понять, что это предлагается не каждому. Этим Вы укрепите его интерес.

5. ОПРЕДЕЛИТЕ ЦЕЛЬ ВАШЕГО ЗВОНКА. Если Ваша цель состоит в согласовании срока, то предложите собеседнику на выбор возможные сроки, которые могли бы его вполне устроить. Никогда не спрашивайте: “Когда мы можем встретиться?” Если хотите прислать ему образец товара, то просто исходите из того, что он уже хочет иметь этот товар. Скажите ему, что Вы намерены сделать (послать ему образец) и спросите его, куда Вы должны его прислать.

Исходите всегда из того, что потенциальный клиент хочет именно то, что Вы ему предлагаете. Если Вы всегда исходите из этой предпосылки, то это, как правило, и будет в действительности. Ниже приведен пример, в котором соблюдены все пять правил.

“Хелло, Бетти, говорит Джон Каленч. У Вас есть сейчас несколько минут для меня? Да? Ну, отлично!

Причина моего звонка следующая: я познакомился с чем-то, что меня полностью захватило и просто привело в бурный восторг. При этом я подумал о Вас, поскольку Вы популярная и уважаемая личность и я знаю, что Вы сможете добиться благодаря этому большого успеха!

Я, конечно, не хочу Вам ничего обещать, Бетти. Я не совсем уверен, что это вполне пригодится Вам. Я бы с удовольствием с Вами встретился и поделился некоторыми идеями. Я убежден в том, что Вы познакомитесь с великолепным бизнесом. Вы увидите, что он нам очень понравится и при этом мы можем заработать много денег.

Итак, обед за мой счет! Какой день для Вас больше подойдет, дорогая Бетти, вторник или четверг?”

В этом разговоре соблюдены все пять правил. Я рекомендую Вам подготовить несколько записей для предстоящих разговоров. Вы не должны, конечно, быть заменой компьютера, - просто запишите важнейшие моменты: почему Вы звоните (почему Бэтти так важна для Вас); почему, возможно, ей это не подойдет; что бы Вы хотели сделать; и в заключении - выбор возможных дней для соглашения.

Составив такое простое руководство. Вам не придется все время думать, что Вы, собственно, хотите сказать. И в своем разговоре Вы сможете сконцентрироваться на том, чтобы передать собеседнику свой энтузиазм.

НЕКОТОРЫЕ ИЗ НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫХ ВОПРОСОВ

Если Вас спрашивают: “Что это такое?”, то я рекомендую **СКАЗАТЬ ЭТО. НЕ ПЫТАЙТЕСЬ ИЗБЕЖАТЬ ЭТОГО ВОПРОСА!**

Расскажите несколько слов о фирме или продукте, производимом ей, а затем переходите к цели Вашего разговора. Но и здесь не следует спешить. Когда Вы избегаете вопроса или ведете себя так, как будто Вам хотелось, чтобы собеседник ничего не спрашивал, - это не создает хорошего впечатления.

Если Ваше воодушевление настоящее, то Вы охотно будете отвечать на вопросы и расскажете кое-что о Вашем бизнесе. Если же это не так, то Ваш собеседник это в любом случае обязательно заметит. Люди обладают природной интуицией, если речь идет о нечестности, и она срабатывает при любой попытке увернуться от вопроса.

Наиболее ценными чертами, которыми Вы обладаете, занимаясь этим бизнесом, являются Ваша целостность и честность. Если Вам задают вопрос, то правдиво ответьте на него и переходите к цели Вашего разговора.

У МЕНЯ НЕТ ВРЕМЕНИ

Возможно, реакция Вашего собеседника будет такой: “Я не знаю, Джон, я довольно занята. Я не думаю, что заинтересуюсь этим”. В этом случае Вы можете ответить: “Я хорошо Вас понимаю, Бетти. Это как раз одна из причин, почему я позвонил Вам. Вы относитесь к людям, которые много уже сделали. Бетти, если через 20-30 минут Вы не найдете в этом ничего притягательного и увлекательного, я обещаю Вам, никогда больше не говорить на эту тему. Обед, как и прежде, за мой счет! Какой день Вам больше подходит - вторник или четверг?”

И если Ваш потенциальный участник после Вашей презентации не найдет в этом бизнесе ничего увлекательного, то не давите на него. Держите Ваши обещания.

МЕНЯ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСУЕТ

С этим возражением Вы обходитесь следующим образом: выясните точно, **ЧТО** именно не интересует Вашего собеседника? Спросите, например: “Бетти, я могу это понять. Однако не можете ли Вы мне точно сказать, **ЧТО** именно Вас не интересует? Продукты и их преимущества? Или предложение участвовать в бизнесе?”

Если Ваш собеседник называет последнее, скажите ему, что Вы его понимаете и просите испытать продукты. Передайте ему Ваше воодушевление и не забудьте упомянуть о Вашей гарантии.

Но иногда высказывание “меня это не интересует” служит только маской совершенно другой проблемы. Возможно, он или она переживают как раз теперь трудные времена. Возможно, он или она относятся к тем людям, которые однажды уже имели плохой опыт с какой-то другой фирмой многоуровневого маркетинга. Самое лучшее, что Вы можете сделать, это выяснить, к чему, собственно, она или он не испытывают интереса, и почему.

Если Ваш собеседник просто не интересуется - то все в порядке. Ни в коем случае не оказывайте на него давления! И всегда оставляйте для себя возможность возобновить контакт.

ПОДДЕРЖИВАТЬ СВЯЗЬ

“Бетти, я понимаю, что в данный момент Вас это не интересует. Но я очень ценю Ваше мнение и мне бы хотелось поддерживать с Вами связь. Могли бы мы с Вами договориться, что я позвоню Вам позднее еще раз и расскажу Вам, как идут дела, ну, скажем, через месяц”.

Заручитесь обещанием, что Вы сохраните связь с Вашим собеседником. Как правило, ответ “нет интереса” означает только то, что просто не наступил нужный момент. Ничто так не успешно, как сам успех - и Ваш потенциальный компаньон по мере роста Вашего успеха сам станет более восприимчивым и открытым. Нужный момент может наступить быстрее, чем Вы или он можете себе представить.

И помните: наш бизнес основан на принципе сортировки. И так ...ОДНИ - ХОТЯТ, ДРУГИЕ - НЕТ, НУ И ЧТО - СЛЕДУЮЩИЙ, ПОЖАЛУЙСТА!

Сохранять контакт с другими - это совершенно необходимо для успеха в Вашем бизнесе. Мне самому очень часто звонили консультанты в неподходящий момент. Однако они сохраняли связь со мной. И часто через пару месяцев я уже более благосклонно отвечал на их предложение. Люди могут радоваться успеху другого. Если я слышу о человеке, который делает успехи в своем бизнесе, я очень радуюсь за него. Обратите внимание на то, чтобы сохранять связь и делиться своим успехом с другими. Это действует!

Некоторые эксперты утверждают, что многие люди реагируют только при четвертом или пятом обращении к ним. Я не знаю, насколько это верно, но я уверен, что настойчивость, или как я это называю бесконечное терпение, окупают себя. В этом случае тоже годится требование: “Делайте это!”

Кроме того. Вы должны ВСЕГДА благодарить Вашего собеседника, вне зависимости от исхода разговора.

Благодарите его за его мнение, благодарите за его поддержку, благодарите его за уделенное Вам время. Это позволит Вам быть уверенным, что он будет рад, если Вы позвоните в следующий раз.

ДРУГОЙ ПОДХОД - ПРОСИТЕ СОВЕТА

Очень успешный метод в представлении кому-либо делового предложения, состоит в том, чтобы попросить у него совета - этот метод относится, впрочем, ко всем важным вопросам. Он особенно хорошо срабатывает с членами семьи, друзьями или даже со знакомыми, мнением которых Вы, в силу их опыта, очень дорожите.

Скажите просто, что Вы хотите начать один бизнес или даже уже начали, и что хотите представить Ваши продукты и Ваш бизнес, чтобы узнать их мнение. Люди любят давать советы, особенно если дать им понять, что они являются экспертами в какой-либо области. Велика возможность, что он или она назовут именно те преимущества, которые Вы уже сами определили. И тогда Ваш эксперт станет Вашим новым клиентом или консультантом.

Я предлагаю Вам подготовить план разговор: один для членов семьи и друзей, и второй - для знакомых и людей, которых Вы не очень хорошо знаете. Просто выбирайте разные слова для разных людей.

УЧИТЕСЬ ЛЮБИТЬ ВАШ ТЕЛЕФОН

Один умный человек сказал однажды: “СКОРОСТЬ, С КОТОРОЙ ПОЯВЛЯЮТСЯ ТЕ ВЕЩИ, КОТОРЫХ МЫ ХОТИМ ДОСТИЧЬ ИЛИ КОТОРЫЕ МЫ ХОТИМ ИМЕТЬ В НАШЕЙ ЖИЗНИ, НАХОДИТСЯ В ПРЯМОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ СКОРОСТИ, С КОТОРОЙ МЫ УЧИМСЯ ОБРАЩАТЬСЯ С ЭТИМИ ВЕЩАМИ”.

Чем скорее Вы сделаете телефон своим другом, тем скорее Вы сможете воспользоваться его невообразимой силой, чтобы организовать Ваш успешный бизнес. Возьмите за правило обзванивать определенное число потенциальных участников в день, в неделю и в месяц - выполняйте это! Вы удивитесь, как легко Вам будет пользоваться телефоном через несколько дней. Я бы хотел Вас убедительно попросить приобрести телефонный аппарат который Вам нравится и который Вам приятно использовать. Сегодня есть очень большой выбор.

БЕСКОНЕЧНЫЙ СПИСОК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ

Когда я начинал в этом бизнесе, я написал список из 100 имен и сразу начал работать. Я договаривался о сроках с людьми категории А и провел несколько презентаций. И произошло нечто удивительное.

Многие из моих людей “категории А” начали использовать продукты, по они не хотели сразу входить в бизнес. Однако они рекомендовали мне четверых или пятерых членов семьи или друзей, которым, как они полагали, тоже должны понравится продукты. Вскоре

мой перечень насчитывал до 150 имен И К НЕМУ ПОСТОЯННО ДОБАВЛЯЛИСЬ НОВЫЕ ИМЕНА ЛЮДЕЙ КАТЕГОРИИ А, КОТОРЫЕ МНЕ НАЗЫВАЛИ МОИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ УЧАСТНИКИ!

Это продолжалось очень-очень долго, пока я не перешел к людям группы Б и В. И когда четверо или пятеро из рекомендованных мне людей использовали мои продукты и проявляли свой интерес к участию в бизнесе, я снова звонил своему первоначальному потенциальному участнику и говорил ему, что он может иметь уже готовый бизнес, если он захочет его иметь. Как правило он хотел. И еще кстати одно - все эти люди были не знакомы мне, я их не знал!

ВАШ “ПЛАМЕННЫЙ РЫНОК”

Это понятие, которое мы часто используем в нашем бизнесе, чтобы охарактеризовать тех членов семьи и друзей, которые вначале составляют большую часть наших потенциальных участников, никогда мне по настоящему не нравилось. Если в самом деле существует “пламенный” рынок, то должен быть и “ледяной” рынок. Я не могу в это уяснить. Единственный “ледяной” рынок - это рынок в Исландии.

Это - факт, что Вы рано или поздно начнете говорить с чужими людьми и затем спонсировать их, чтобы организовать Ваш бизнес. Подумайте об этом.

Через два или три года Вы будете иметь большой и успешный бизнес в сетевом маркетинге. Ваша организация будет насчитывать 50 или 100 человек ведущего состава и тысячи консультантов. Вы можете мне сказать, скольких из этих людей Вы уже сегодня знаете? Факт заключается в том, что Вы большинство из этих людей вообще еще никогда не встречали!

БИЗНЕС НА ОСНОВЕ СОРТИРОВКИ

Как уже было сказано, в этом бизнесе речь идет не о том, чтобы уговаривать людей, а о том, чтобы их сортировать и найти тех из них, которые готовы использовать Ваши продукты и вступить в Ваш бизнес.

Я вспоминаю, как в детстве я смотрел телевизионное интервью с одним профессиональным футболистом. Это был защитник клуба Baltimore Colts и звали его Эрл Линкомб - Бит Дадди. У него была могучая фигура и он был очень хорошим игроком. Репортер спросил его: “Эрл, как Вы объясните Вашу жуткую способность всегда оказываться около мяча?” Бит Дадди широко ухмыльнулся и сказал:

“Это просто. Я берусь за каждого игрока, пока не нахожу игрока с мячом”. Он тоже, так сказать, основал свой бизнес на сортировке.

Обдумайте: Вы ведете разведку. Вы исследуете уже имеющиеся богатства. Телефон - это одно из Скорейших средств провести

сортировку Ваших потенциальных участников и самым быстрым путем привести Ваш бизнес к успеху. А как обстоят дела с другими возможностями, кроме использования телефона?

ГОВОРИТЕ С ЧУЖИМИ

Почему так много людей боятся говорить с чужими? Не считаете ли Вы, что заботливое предупреждение: “Никогда не говори с чужими”, которое мы постоянно слышали детьми, настолько крепко засело в нашем сознании, что мы уже будучи взрослыми продолжаем так поступать?

Причина может быть и эта, а может быть, и другая. Фактом является то, что все успешные участники Сетевого маркетинга разговаривают с чужими, и получают от этого огромное удовольствие.

СДЕЛАЙТЕ МИР ВАШЕЙ “УСТРИЦЕЙ”

В мире есть так много великолепных людей, ценных как жемчужины. Сейчас они, правда, все еще для Вас чужие. Как же Вы можете получить к ним доступ? Как Вы можете преодолеть существующие барьеры, чтобы создать постоянно растущий поток новых знакомств? Как Вы сделаете чужих людей друзьями?

Ответ на этот вопрос - один из самых прекрасных во всех книге.

Ответ гласит: С УДОВОЛЬСТВИЕМ!

Так просто: Вы хотите развлекаться и получать удовольствие? Прекрасно! Есть некоторые развлекательные вещи, которые Вы сможете делать.

СТАНЬТЕ ХОДЯЧЕЙ РЕКЛАМОЙ ДЛЯ ВАШИХ ПРОДУКТОВ И ВАШЕГО БИЗНЕСА

По мере возможности, носите всегда с собой ваши продукты. Если Вы общаетесь с чужими людьми, то показывайте им Ваши продукты; выставляйте их там, где Вы в этот момент находитесь; предлагайте людям образец - разрешайте им пробовать или нюхать; сделайте так, чтобы люди как бы просто “уткнулись носом” в этот продукт или так, чтобы он как бы сам свалился им на колени (ну, это, конечно, следует понимать не так буквально!).

Я хочу этим сказать следующее: привлекайте внимание, где только и когда только Вы можете. Позаботьтесь о том, чтобы люди проявляли интерес и задавали вопросы. Ваш бизнес является также и агитационным бизнесом, поэтому - рекламируйте!

Значки или булавки - это высокий класс. Да, именно значки! Если Ваша фирма имеет значки, то носите их. Особенно тогда, когда

это может произвести впечатление.

Если говорить честно, поначалу я недооценил эту идею с ношением значков. Однако опыт научил меня относиться к этому по-другому. Значки действуют настолько хорошо, что в это едва ли можно поверить!

Одна фирма изготовила значок с надписью: “Хочешь похудеть. Спроси меня, как?” Я разговаривал со многими консультантами и они говорили мне, что им, для того чтобы получить новых потенциальных участников, достаточно было просто ходить по городу и ждать, пока их кто-нибудь спросит: “Как?”

Я знал одну очень удачливую женщину, которая занималась фильтрами для воды. Она носила значок с надписью: “Вода бутылочного качества по цене всего липы. 3 цента за 3 литра”. Она говорила мне, что люди в супермаркете, покупавшие воду по цене \$ 1 за 3 литра, спрашивали ее, соответствует ли действительности надпись на ее значке. Она не выходила из дома без этого значка. Ее бизнес приносит ей доход свыше \$260000 в год!

Если Ваша фирма не имеет таких значков, то Вы можете некоторые из них изготовить сами. Подобные аппараты относительно недороги и многие изготовители значков предлагают свои изделия по вполне умеренным ценам. Объединитесь с некоторыми из Ваших людей и закажите себе значки.

Другой возможностью являются наклейки. Использование наклеек даже на щитках автомобильных стекол может творить чудеса!

Один из консультантов, который ездит на предоставленном ему фирмой “Мерседес”, снабдил щиток автомобильного стекла надписью:

“Я получил этот автомобиль БЕСПЛАТНО - спрашивайте у меня, как Вы можете подучить Ваш автомобиль”. Его номер телефона указан на этом же щитке. В результате он имеет примерно восемь звонков в неделю.

Значки, наклейки, блокноты, майки, открытки, шариковые ручки, зажигалки... Есть много возможностей для того, чтобы передать Ваше послание и именно так, чтобы ЛЮДИ ВАМ ПОЗВОНИЛИ. Будьте изобретательны и развлекайтесь. Люди считают это высоким классом.

Ну, уж раз мы заговорили об изобретательности...

ДВЕРНАЯРУЧКА ДОРИС

Одной из моих хороших приятельниц, известной во всем нашем бизнесе, является Дорис Вуд. Уже семь лет она является президентом нашего отраслевого объединения - Международной Ассоциации многоуровневого маркетинга (MLMIA). Как консультант сетевого маркетинга она стоила более 1 млн. долл., и сегодня она является активным консультантом фирмы. Дорис принципиально уклоняется от тех дел, которые не доставляют ей удовольствия. У Дорис есть особый

метод привлечь людей к ее бизнесу. Она просит фирму по оборудованию квартир показать ей набор дверных ручек. Из этого набора она выбирает одну, которая ей больше подходит, - как правило, это впечатляющая изящная хрустальная ручка. Это однако может быть ручка из дерева, латуни или какого-либо другого материала. Эту Дверную ручку Дорис всегда носит с собой.

Если она приходит в магазин, то кладет ее на прилавок. В ресторане она кладет ее на стол. Она берет ее с собой в путешествия на автомобиле, самолетом, одним словом, всюду. Многие люди не могут удержаться, чтобы не спросить у нее, для чего служит эта ручка. Это ключевой момент для Дорис. Она смотрит на человека, улыбается и говорит: “Я так рада, что Вы меня об этом спросили. Эта ручка напоминает мне о том, чтобы я рассказала Вам, что и для Вас широко открыта дверь в замечательный бизнес, а именно...” Дорис называет фирму или продукт и может быть уверена, что заинтересовавшийся человек выслушает ее с вниманием. Разве это не великолепно?

Дорис является специалистом в определенной сфере, которая может привести к большому успеху в сетевом маркетинге. Она разбирается В ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ПРИРОДЕ. Она знает, что многие люди не очень любят свою работу. Она знает также, что человек, способный шутить и живущий полной жизнью, действует на других людей очень притягательно. Кроме того, она знает, насколько трудно заговорить с чужим человеком, поскольку часто не хватает смелости сделать первый шаг - и она заботится о том, чтобы чужие люди ЗАГОВОРИЛИ с ней. Это просто замечательно.

НОВЫЙ СПОСОБ ОТПРАВЛЯТЬ ПИСЬМА

Закройте глаза и попытайтесь представить себе, что делают те люди, которые целый день обрабатывают Вашу деловую и служебную корреспонденцию? Вероятно, в этом нет ничего увлекательного или волнующего.

А что если бы эти люди получили бы вместе с письмами Ваше личное послание или предложение с приглашением испытать Ваши продукты или услугу или узнать нечто новое о фантастически перспективном бизнесе? Вы должны отправлять Вашу корреспонденцию именно таким образом, оплатив при этом почтовые расходы. Попробуйте делать так.

Собственно говоря, ни одно письмо не должно быть отправлено из Вашего дома без подобного приглашения. Это простая и недорого стоящая возможность представить Ваши продукты и бизнес сотням людей.

ПЕРВЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Знаете ли Вы, что средний человек за первые несколько минут Вашего с ним знакомства делает о Вас до 40 различных оценок? Я нахожу это невероятным! Как Вы выглядите, Ваша улыбка, смотрите ли Вы ему в глаза или нет, Ваша прическа, что Вы говорите и как Вы это говорите, насколько хорошо Вы слушаете, Ваш язык тела... Все это и многое другое оценивается в эти первые две или три минуты.

Есть много пособий на тему о том, как произвести хорошее первое впечатление, при этом дается слишком много идей и предложений, чтобы можно было все их перечислить в этой книге. Поинтересуйтесь книгами на темы: маркетинг, ведение разговоров, нейролингвистическое программирование. Подумайте над старой поговоркой:

“По одежке встречают...” Что-то в этом есть, и имеется ряд пособий на эту специальную тему. И подумайте еще о том, что образование и знания очень важны.

ИТАК. ЧТО ВЫ ДОЛЖНЫ ДЕЛАТЬ?

Представьте себе, что Вы находитесь на приеме или на другой встрече. Вам представляют людей, которых Вы раньше не знали. В какой-то момент Вас спрашивают: “Кто Вы по профессии?” или “В какой области Вы работаете?” Что Вы отвечаете на это? В этом случае перед Вами открывается блестящая возможность провести свою агитацию и оставить о себе положительное впечатление. На своих рабочих группах и семинарах я прошу участников отвечать на эти вопросы в рамках проведения занятий.

Один из участников, который с успехом работал как страховой агент, последние несколько месяцев начал заниматься продажей продуктов по поддержанию здоровья в рамках сетевого маркетинга. Бизнес шел неплохо, но все же не так хорошо, как он надеялся. Я попросил его сказать, чем он зарабатывает на жизнь. Он дал мне два различных ответа: “Я занимаюсь Сетевым маркетингом”. И “Я работаю с фирмой такой-то. Мы продаем то-то и то-то”. Это не очень хороший ответ. А теперь поработаем над тем, чтобы ответ звучал иначе. В конце концов он пришел к следующему ответу: “Я ЗАНИМАЮСЬ БИЗНЕСОМ В ОБЛАСТИ ЗДОРОВЬЯ И ПОВЫШЕНИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ. О ЧЕМ БЫ ВЫ ХОТЕЛИ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, УСЛЫШАТЬ?”

Разве это не прекрасно? Спустя несколько недель я встретил его снова и узнал, что его бизнес пошел в гору!

Вам потребуется немного времени для того, чтобы придумать несколько эффективных ответов на эти вопросы. Обдумайте ответ, который наиболее подходит к Вашей личности и Вашему бизнесу.

Повышение Вашего самосознания - вот немедленный результат этого ответа. Я обещаю Вам, что те несколько минут, которые Вам необходимы на обдумывание эффективных ответов, будут самыми продуктивными моментами, которые Вы вообще сможете уделить Вашему бизнесу,

САМОЕ ВАЖНОЕ ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

. Запомните, пожалуйста, следующее изречение, чтобы оно вошло в Ваше сознание:

ЛЮДЯМ БЕЗРАЗЛИЧНО, КАК МНОГО ВЫ ЗНАЕТЕ, ПОКА ОНИ НЕ УЗНАЮТ, ЧТО ОНИ ВАМ НЕ БЕЗРАЗЛИЧНЫ.

Другими словами: учитесь быть откровенными и входить в положение других (ставьте себя в положение других). Задавайте вопросы и внимательно слушайте, когда на них отвечают. Это, возможно, важнейший ключ к успеху в этом бизнесе и в жизни в целом.

ВСЕ ЭТО - ТОЛЬКО ИГРА

Поиски - это игра. Вся жизнь - это игра! Это не значит, однако, что как тому и другому отношусь легкомысленно. Я говорю так, чтобы показать следующее: если Вы к этим поискам и к жизни в целом подходите с творческим, игровым и веселым настроением, то и сама жизнь приобретает совершенно новые и волнующие очертания.

Поиски - это игра количества. Если Вы усвоили принципы, а также некоторые приемы и методики, описанные в этой книге, то Вы вскоре убедитесь: **ЧЕМ К БОЛЬШЕМУ КОЛИЧЕСТВУ ЛЮДЕЙ ВЫ ОБРАЩАЕТЕСЬ, ТЕМ БОЛЬШЕ ВАШ УСПЕХ.** Это так просто.

Верный путь потерпеть неудачу в этом бизнесе - это недостаточное количество людей, к которым Вы обращаетесь. И, наоборот, верный путь, гарантирующий успех в этом бизнесе состоит в том, чтобы обращаться к постоянно растущему числу людей. Возможно, чтобы достичь этого, Вам потребуется несколько выйти из Вашей “зоны комфорта”. Сделайте это. Каким образом? Чем больше Вы будете превращать чужих людей в своих друзей, тем скорее делание денег станет Вашей привычкой.

Превратите все это просто в игру. Пойдите в магазин игрушек и купите 10 маленьких металлических или стеклянных шариков. Положите их в карман или в портмоне. Каждый раз, когда разговариваете с незнакомым человеком, то перекладывайте шарик в другой карман или в портмоне. И не ложитесь спать, пока первый карман не опустеет!

Не думайте о том, что Вы должны сказать. Вы не должны сразу начинать говорить о Вашем бизнесе. Просто начните разговор.

Мерой успеха является то, со сколькими незнакомыми людьми

Вы пытаетесь начать разговор. При этом вскоре Вы настолько освоитесь, что каждый день будет на пять-десять человек больше, кто захочет узнать о Вас и о том, что Вы делаете. Если Вы начинаете эту игру, то Вы должны просто начать разговор. И каждый раз перекладывайте шарик в другой карман независимо оттого, долго или кратко длится Ваш разговор. Каждый шарик означает успех. Через несколько недель Вы станете специалистом в том, чтобы превращать незнакомых людей в своих друзей. У Вас никогда не будет недостатка в потенциальных компаньонах для Вашего бизнеса. И еще важный момент: Вы превратите мир в свою устрицу.

Подумайте еще раз:

**ОДНИ ХОТЯТ, ДРУГИЕ - НЕТ, НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ.
СЛЕДУЮЩИЙ, ПОЖАЛУЙСТА!**

Знаком в поисках является и знатоком в игре. А не хотелось ли Вам стать также и специалистом по проведению деловых презентаций? Вы в самом деле этого хотите? Отлично - тогда читайте, дальше.

Глава VI

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Теперь самое время обратиться “лицом к лицу” к следующему аспекту Вашего бизнеса - Презентации. В данной главе все темы обсуждений вращаются вокруг Ваших потенциальных участников (как потенциальных клиентов, так и потенциальных компаньонов). Эта глава представляет собой один из самых основополагающих и важных разделов каждой программы обучения для новых консультантов и для всего бизнеса. Вам хотелось бы знать, как можно без труда организовать все Ваши деловые презентации и сделать их Вашим настоящим удовольствием? Вчитывайтесь.

Презентация Вашего бизнеса - это основа Вашего бизнеса. Я говорю здесь не об информационных вечерах для консультантов и гостей и не о деловых презентациях для многих потенциальных участников. Здесь идет речь о презентации бизнеса от человека к человеку. Об очень небольших неформальных презентациях бизнеса или о личных беседах со спонсором.

Вы уже составили Ваш список потенциальных участников. Вы уже усвоили также необходимые навыки эффективного использования телефона и знаете, как согласовывать сроки встречи и разговора с “правильными людьми”. Теперь самое время научиться, как Вы должны этим потенциальным участникам бизнеса в рамках презентации от “человека к человеку” сказать нечто правильное.

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ - ЭТО ПОДАРОК

Когда нам предстоит дать презентацию, многим из нас трудно попросить потенциального участника уделить нам 30 или 40 минут или даже целый час их времени. У нас бывает такое чувство, как будто мы навязываемся. Эти люди очень заняты и их время очень ценится.

Я смотрю на это так: словарь определяет понятие “представлять, давать презентацию” другими словами ПОДАВАТЬ, ПРЕДЛАГАТЬ, а само слово “презент” означает “ПОДАРОК”.

Каждый раз, когда Вы садитесь с другим человеком и делитесь с ним Вашими продуктами и Вашим бизнесом, то Вы предлагаете ему подарок.

Ваше время тоже очень дорого. Тот факт, что, высоко уважая себя и Вашего потенциального участника, Вы нашли время, чтобы поделиться с ним тем, что, по Вашему убеждению, может иметь для него очень большое значение - этот факт делает Вас самих чем-то особенным!

Очень важно постоянно помнить об этом факте, особенно вначале. Поскольку Вы и Ваши новые консультанты не всегда сможете заручиться согласием Ваших потенциальных участников, попробовать продукт или войти в бизнес. Однако если для Вас ясно, что Ваша презентация - это ПОДАРОК, то Вы всегда будете себя хорошо чувствовать, предлагая ЕГО другому, вне зависимости от того, примет он его или нет!

Какой человек бегаёт по округе и постоянно делает другим подарки? Конечно, только хороший человек, а Вы именно таковым и являетесь!

ВОЗНАГРАЖДАЙТЕ СЕБЯ ЗА УСПЕХ

Есть форма личного поощрения, которой я охотно поделюсь с другими и которая в самом деле работает!

Заведите сберегательную книжку на Ваше имя с приложением “Фонд поощрения!” Каждый раз, когда Вы провели успешную презентацию это значит каждый раз, когда Вы нашли человека, чтобы поделиться с ним Вашим подарком, и даже независимо от исхода встречи внесите \$ 10 на сберегательную книжку.

Смотрите на эти взносы, как на “аплодисменты”, которые Вы за служили за Вашу презентацию. Если Вы заслужили “продолжительную овацию”, то внесите \$20.

Если Ваш список насчитывает 20 или 30 имен высшего приоритета, то Ваш “Фонд поощрения” вскоре возрастет до нескольких сотен марок. Что Вы должны делать с этими деньгами? Вознаграждайте себя! Вы это заслужили.

ПЯТЬ ШАГОВ К ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Далее представлена методика, которая позволит Вам проводить презентации эффективно и результативно.

Шаг 1 - Завоюйте внимание Вашего потенциального участника.

Шаг 2 - Раскройте его интересы.

Шаг 3 - Определите требования.

Шаг 4 - Предоставьте ему выбор.

Шаг 5 - “Вы сделали правильный выбор”.

Позвольте нам рассмотреть каждый шаг в отдельности. Как я уже упомянул в предыдущей главе, первое впечатление - самое важное. Это относится к презентациям точно так же, как и к изысканиям. Подумайте о вещах, которые мы уже ранее обсуждали: Ваш внешний вид, как Вы говорите и слушаете, язык Вашего тела и особенно тот факт, что ЛЮДЯМ БЕЗРАЗЛИЧНО, КАК МНОГО ВЫ ЗНАЕТЕ, ПОКА ВЫ НЕ ДАДИТЕ ИМ ПОНЯТЬ, ЧТО ОНИ ДЛЯ ВАС НЕБЕЗРАЗЛИЧНЫ. Этот вывод имеет особое значение. Я объясню Вам, почему.

УСТАНОВИТЬ НЕМЕДЛЕННЫЙ ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ

Сначала Вы должны завоевать внимание Вашего потенциального участника. Это получается быстрее и лучше всего, если Вы покажете ему, что он для Вас что-то значит.

Сделайте ему сразу комплимент, как Вы это делаете во время телефонного разговора для согласования срока встречи. Дайте ему понять, почему он для Вас что-то значит и почему встреча с ним так важна для Вас.

Если Вы показываете Вашему потенциальному участнику, что Вы к нему хорошо относитесь и уважаете его, то это быстро приводит к тому, что и он будет к Вам хорошо относиться и уважать Вас.

Свой разговор Вы можете начать с серьезного вопроса: “Как Вы живете?”, при этом внимательно выслушайте ответ: Очень многие люди не искренне задают этот вопрос и не искренне на него отвечают. Если Вы задали этот вопрос и действительно внимательно слушаете ответ, то это показывает Вашему потенциальному участнику, что он в самом деле для Вас что-то значит. Его ответ может дать Вам бесценные указания на то, как Вам организовать Вашу презентацию, учитывая его потребности.

Не довольствуйтесь незначущими или стандартными ответами. Если Ваш потенциальный участник уклоняется от ответа, то осторожно попытайтесь “выудить” у него: “Честно, Боб, как в самом деле у тебя идут дела?” И будьте внимательным слушателем. Это очень хорошее начало. Это не только показывает, что он для Вас что-то значит, но и задает тон всей презентации, поскольку с самого начала Вы зарекомендовали себя хорошим СЛУШАТЕЛЕМ.

А умение слушать, в отличие от умения говорить - это ключ к эффективному и успешному проведению презентаций.

Бог дал нам один рот и два уха. Вам не кажется, что Он хотел нам этим что-то сказать?

РАСКОВАННОСТЬ

РАСКОВАННАЯ И СВОБОДНАЯ АТМОСФЕРА имеет огромное значение для того, чтобы можно было вообще установить личный контакт. Тот, кто напряжен или некомфортно чувствует себя в своем окружении, не может правильно слушать. Вы должны позаботиться о том, чтобы Ваш потенциальный участник почувствовал себя РАСКОВАННЫМ.

Максуэлл Мальц, автор популярной и революционной книги “Психокибернетика”, открыл, что люди только тогда искренни и восприимчивы к переменам, если они находятся в свободном и раскованном состоянии. Вне зависимости от того, чего Вы хотите достичь Вашей презентацией. Вы должны будете в любом случае

повлиять на ЧУВСТВА Вашего потенциального участника.

И если он открыт и доступен для Вас и для Вашего желания, то Ваша презентация изменит те чувства, которые он испытывает к Вашим продуктам и Вашему бизнесу. Поэтому раскованность очень и очень важна. И Ваше поведение определяет степень раскованности Вашего потенциального участника.

БУДЬТЕ ЗЕРКАЛОМ

Я не хочу углубляться в детали этого процесса. Сами эти детали заслуживают целой книги. Однако отражение - это простой метод, привести собеседника в раскованное, откровенное и готовое к восприятию состояние. Ключ к этому состоит в том, чтобы наблюдать за осанкой, техникой дыхания, языком тела и другими особенностями манеры поведения Вашего собеседника и тонко воспроизводить (отражать) их. Попросту говоря. Вы должны делать то, что делает Ваш потенциальный участник.

Положите ногу на ногу, если он так делает. Сядьте к нему лицом или боком, в зависимости от того, как он сел сам. Воспроизведите ритм его дыхания, используйте похожую мимику и жесты, а также наклонитесь вперед или назад, если он сам отклонится вперед или назад.

Это то, что мы постоянно и неосознанно делаем. Понаблюдайте за парами или небольшими группами людей и посмотрите, как люди отражают друг друга.

Еще одним ключом является язык. Люди всегда имеют какую-либо манеру говорить. Если Вам удастся установить, какую манеру разговора предпочитает Ваш собеседник, то Вы сможете сразу установить с ним контакт.

Послушайте внимательно и определите, какие из следующих выражений он употребляет больше всего:

“Я это так вижу...” - преобладает визуальная доминанта. “Я это так слышу...” - слуховая ориентация. “Я чувствую...” - ведущими являются чувства и эмоции. “Я думаю...” - эти люди скорее всего интеллектуалы.

Если вы выяснили преобладающую манеру речи Вашего собеседника, то Вы можете соответствующим образом построить Ваши вопросы и замечания. “Вы видите к чему я клоню?”, или “Насколько это приемлемо?”, или “Как Вы это чувствуете?”, или “Что Вы об этом думаете?”.

Если Вы этого еще никогда не делали, то Вас ждет большая неожиданность.

Есть выдающийся источник, который значительно глубже рассматривает научные основы установления контактов между людьми. Этот источник называется “Нейролингвистическое

программирование”, сокращенно НЛП. НЛП занимается очень дифференцированными и специфическими возможностями установления контакта посредством отражения, включая такие аспекты, как язык, движение глаз, изменение цвета кожи и многое другое.

Однако я к этой науке отношусь весьма и весьма осторожно. В чьих-то нечистых руках методика НЛП может привести к тому, что появится возможность манипулировать людьми. А это именно то что я абсолютно и полностью отвергаю. Отношения, построенные на манипулировании людьми, обречены на провал.

Искусство и наука НЛП чисты и позитивны. Основные ее принципы, как и принципы сетевого маркетинга разумны и даже гениальны. Характер общения людей с это методикой определяется тем, **ДЕЙСТВУЮТ ЛИ ОНИ НА БЛАГО ДРУГИХ ЛЮДЕЙ, ИЛИ ОНИ МАНИПУЛИРУЮТ ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ БЕСЧЕСТНЫМ И СКРЫТЫМ ОБРАЗОМ.**

РАССКАЖИТЕ МНЕ ПОБОЛЬШЕ ОБ ЭТОМ.

Есть исключительная возможность заставить других людей побольше рассказать о себе, а также рассказать о том, что для них важно.

Если Вы попросите кого-либо о чем-то побольше рассказать, то этот человек, как правило, будет считать Вас хорошим и чутким слушателем, который действительно интересуется тем, о чем думает и что чувствует его собеседник.

ШАГ ВТОРОЙ РАСКРОЙТЕ ЕГО ИНТЕРЕСЫ.

То, что Вы должны определить на начальной стадии Вашего разговора, - это действительные интересы Вашего собеседника. При этом Ваша просьба рассказать ему побольше об этом поможет Вашему собеседнику раскрыться перед Вами. Это особенно важно в отношении его опыта в бизнесе и его ожиданий.

После того как Вы создали прочную основу взаимных отношений, спросите Вашего собеседника, занимался ли он когда-нибудь бизнесом самостоятельно. Спросите, участвовал ли он когда-нибудь в сетевом маркетинге. Если он ответит на вопрос отрицательно, то спросите его, что он об этом знает. Используйте просьбу “Расскажите мне побольше об этом”, чтобы уточнить его замечания и узнать его точку зрения в этой области.

Соберите его позитивные и негативные мысли и чувства. Эта информация Вам необходима, чтобы успешно провести следующую часть Вашей презентации.

НА ВСЕХ НЕ УГОДИШЬ.

Есть люди на этом свете, которые едва ли могут быть чем-то довольны. Позвольте рассказать Вам историю о таком человеке.

Он приходил в один и тот же определенный ресторан и стал его завсегдатаем. Он всегда садился за один и тот же стол и заказывал все время одну и ту же еду.

Официант проявлял особый интерес к этому человеку. Однажды вечером, после ужина, он спросил у него все ли в порядке. Человек ответил, что еда и обслуживание были великолепны, но ему очень хотелось хлеба, а ему подали к сожалению только один кусок. Официант взял его слова на заметку.

В следующий раз, когда этот человек опять пришел в ресторан, официант подал ему к его законному обеду два куска хлеба. После того, как он поел, официант опять спросил у него, все ли было в порядке. Человек опять ответил, что доволен едой и обслуживанием, но ему к сожалению подали лишь два куска хлеба. Официант опять взял его слова на заметку.

При следующем посещении ресторана официант поставил на его стол хлебницу, по меньшей мере, с четырьмя кусками хлеба и в конце спросил у него, доволен ли тот едой и опять получил ответ, что ему больше всего нравится хлеб и что ему хотелось, чтобы ресторан в этом отношении был бы на большей высоте.

Официант сообщил менеджеру о желаниях этого посетителя и вместе они составили план.

В тот день, когда этот человек вновь заказал свой столик, пекарь ресторана постарался и испек огромный каравай хлеба. Больше метра в длину! Когда посетитель занял место за своим столиком, официант и менеджер поспешили на кухню и принесли сверхогромный каравай хлеба, который они вручили этому посетителю перед едой. Когда хлеб уже лежал на столе - он был так велик, что края его свисали со стола, - они внимательно смотрели на посетителя и напряженно ждали, что же он на это скажет.

Посетитель недовольно посмотрел на хлеб и сказал: “Я вижу, что опять лежит только один кусок!” Мораль этой истории такова:

есть люди, которые вечно недовольны.

Основной вывод: если Вы находитесь в обществе господина или госпожи такого типа, то не трагьте, пожалуйста, ни свое время, ни время других. Поставьте правильно вопросы, чтобы выяснить, не идет ли речь в данном случае о таком человеке, а затем: “Одни хотят; другие - нет, это не беда. Следующий, “пожалуйста!” И следуйте дальше по избранному Вами пути.

СКАЖИТЕ КАКОВЫ ВАШИ НАМЕРЕНИЯ

Заинтересовавшимся собеседникам Вы можете заранее сказать, каковы Ваши намерения. Например:

“Боб! В ближайшие 25-30 минут я намерен сообщить Вам некоторые важные факты о моей фирме, о ее направлении и принципах работы и о великолепных людях, которые в ней работают.

Я покажу Вам мои продукты, чтобы Вы смогли их попробовать (понюхать, опробовать - в зависимости от того, что больше всего подходит). Кроме того, я расскажу Вам о бизнесе, но не во всех подробностях, а в общих чертах, чтобы Вы могли понять его принципы.

“Боб! Если в конце этой краткой презентации Вы мне скажете, что не нашли для себя ничего интересного в этом, я обещаю Вам никогда опять не заговаривать с Вами на эту тему. Если же Вы признаете ценность продуктов и выскажете заинтересованность в бизнесе, то я хотел кратко поговорить о том, как бы Вы могли начать. Согласны?”

Со вступлением такого рода Ваш собеседник точно знает, что его ожидает. Это помогает ему почувствовать себя раскованным и проявить искренность. Кроме того он знает, что Вы от него ждете, и для него не будет неожиданностью, если Вы его спросите, хочет ли он испытать продукты или присоединиться к бизнесу. Позвольте мне теперь остановиться еще на трех важных вопросах.

ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ УСТАНОВЛЕННОГО ВРЕМЕНИ

Придерживайтесь тех временных рамок, которые Вы назвали Вашему собеседнику. Если по истечении этого времени он хочет продолжить разговор с Вами на эту тему, то Вы, естественно, можете пойти ему навстречу. И все же держите слово и оставайтесь в рамках тех 25 минут, которые Вы назвали в начале Вашего разговора.

У НЕГО ЕСТЬ ИНТЕРЕС

Следующий пункт состоит вот в чем: я всегда исхожу из того, что мой собеседник проявит интерес к продукту и бизнесу. Если же это не произойдет, то он Вам сам скажет об этом, когда Вы спросите его:

“Все в порядке? Договорились?”

Если Ваш собеседник отклонит предложение об участии в бизнесе, то Вы можете построить Вашу презентацию на основе продуктов (вспомните гарантию Вашей фирмы об удовлетворении потребителя). О возможности участия в бизнесе Вы можете поговорить с ним в другой раз, после того как у Вашего собеседника будет время познакомиться с преимуществами Ваших продуктов. Считается выгодным оставить для себя эту возможность открытой. Третий вопрос заключается в следующем:

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ПРОСТОЙ И ДОСТУПНОЙ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ

Одной из самых больших ошибок, которую постоянно делают люди в нашем бизнесе, является то, что они пытаются в течение одной презентации выложить всю информацию, которая имеется по этой теме. Однако прямо противоположное отношение дает возможность проводить самые лучшие и эффективные презентации. Подумайте, мы хотим “правильным людям сказать нечто правильное”. В данном случае “меньше” означает “больше”.

Люди, с которыми Вы разговариваете, будут принимать решение, сотрудничать ли с Вами или нет, основываясь на двух соображениях: “Важен ли для меня этот продукт и этот бизнес?” и “Могу ли я себе представить, что сумею работать с другими так, как работают со мной?” Второе соображение многими людьми отчетливо даже не осознается, но оно, вероятно, вообще самое важное.

РЕЧЬ ИДЕТ НЕ О ПРОДАЖЕ

Вы слышали когда-либо о том, что профессиональным продавцам приходится трудно в нашем бизнесе? Причем это объясняется не тем, что они не умеют продавать, а именно тем, что они это ТАК ХОРОШО умеют!

Вы думаете, большинство могут себе представить, что они смогут продавать как профессиональные продавцы? Конечно, нет. Возможно, большинство из них вообще не хотят этого. Это, то же самое, что считать экспертами себя. Основанием для моего утверждения, что большинство людей даже не осознают второе соображение, является то, что мы неохотно признаемся в своей неуверенности относительно того, сможем ли мы что-то сделать или нет.

Если Ваш собеседник полагает, что ему придется продавать или стать экспертом по продуктам и плану маркетинга, то он усомнится в приемлемости этого бизнеса для себя. Он будет придумывать разные отговорки, чтобы обосновать отсутствие своего интереса к этому. А все дело в том, что он просто не может представить себя в роли продавца или эксперта по продуктам.

Итак, ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ПРОСТОЙ И ДОСТУПНОЙ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ (ДУПЛИЦИРОВАНИЯ).

Если Вы проводите ее просто и доступно для повторения, то Вы даете этим возможность Вашему потенциальному участнику представить себя на Вашем месте в роли человека, проводящего результативные презентации и успешно участвующего в сетевом маркетинге.

Очень хорошую возможность для достижения этого дает “книга презентаций”.

ВАША “КНИГА ПРЕЗЕНТАЦИЙ”

“Книга презентаций” - это реестр (папка) размером 210х297 мм, в которой находятся фотографии, литература о фирме, графические иллюстрации и так далее. Эта книга может сказать Вашему потенциальному участнику тысячи слов (привести факты, цифры или идеи) о продуктах и фирме.

Все мы знаем поговорку: “Картинка скажет больше, чем тысячи слов”. Однако как часто мы склоняемся к тому, чтобы использовать слова, в то время, как картинка была бы значительно эффективней? И что является более доходчивым: приводить кому-либо тысячи слов или дать ему возможность перелистать несколько страниц с картинками и фотоснимками? Кроме того, составление “книги презентаций” доставляет массу удовольствия.

ПРОВЕДЕНИЕ ВСТРЕЧ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ “КНИГИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ”

Я призываю людей проводить встречи для составления “книги презентаций”. Итак, действуйте.

Организуя специальную встречу - при этом должны присутствовать все новые консультанты и некоторые старые “волки”. Вы должны либо сами предоставить материалы, либо сказать Вашим людям, что они должны принести с собой: три папки формата А4, самоклеящиеся страницы, которые Вы используете для фотоальбома, папки для документов из прозрачного пластика, цветную тонированную бумагу, фломастеры, ножницы, клей, а также множество журналов и газет.

Пусть опытные консультанты в начале встречи расскажут, почему они используют определенные картинки или графические изображения. Через некоторое время Ваши люди начнут по кругу высказывать новые идеи и предложения, что вызовет взрыв творческой инициативы.

Пусть Ваши люди вырежут заголовки и страницы рекламы, картинки, таблицы и фотографии из газеты Вашей фирмы, из сообщений и брошюр. Я уже видел некоторые совершенно фантастические “книги презентаций”.

Творческие возможности человека просто безграничны. Подобная встреча доставляет массу удовольствия и вызывает большое воодушевление. Ваши люди будут очень гордиться своими “книгами презентаций”. Это замечательно!

ШАГ ТРЕТИЙ: ОПРЕДЕЛИТЕ ТРЕБОВАНИЯ

Теперь начните давать им ту информацию, которая им необходима, чтобы они ЗАХОТЕЛИ ИМЕТЬ ДЛЯ СЕБЯ Ваши продукты и Ваш бизнес.

СНАЧАЛА-СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

После титульного листа в качестве первого раздела должно следовать позитивное описание индустрии сетевого маркетинга. Мы исходим при этом из того, что большинство Ваших потенциальных участников интересуются бизнесом, и поэтому именно описание бизнеса должно быть также содержанием первой части Вашей презентации.

Людей, с которыми Вы будете иметь дело в ходе презентаций, можно разделить на три группы.

Самая маленькая группа состоит из тех, кто уже знают и поддерживают Сетевой маркетинг. Вторая группа состоит из людей, которые никогда еще о нем не слышали. И, вероятно, самая большая группа включает, к большому сожалению, людей, которые имеют предубеждения относительно сетевого маркетинга или уже имели неудачный опыт участия в нем. К какой из этих групп относится Ваш потенциальный участник Вы уже узнали, когда спрашивали его, что он знает о нашем бизнесе.

В идеальном случае все наши потенциальные участники сразу должны были бы понять, что Сетевой маркетинг - это полностью законная и исключительно эффективная методика рыночной системы. Это - надежная и испытанная система распределения, которая в настоящее время является самой быстро развивающейся отраслью экономики Америки. Это жизнеспособный пример свободного предпринимательства в его чистейшей форме, - поскольку Сетевой маркетинг предоставляет каждому человеку возможность и свободу, самим распорядиться своей жизнью и реализовать наилучшим образом свой потенциал в любом отношении.

Отныне Ваша “книга презентаций” должна содержать факты и изображения, которые позволят наглядно показать Вашему потенциальному участнику преимущества этого бизнеса. Используйте графические изображения и убедительные истории о большом успехе фирмы и отдельных лиц. Ищите достоверные публикации и положительные статьи о Сетевом маркетинге. Будущее нашей индустрии никогда не было столь многообещающим, как сегодня.

ВЕРЬТЕ НЕ ВСЕМУ. ЧТО ВЫ СЛЫШИТЕ

Если Вы слышите что-то негативное о нашей индустрии - выясните это дело! Не допускайте, чтобы какие-то истории, которые Вы знаете понаслышке, определяли бы Ваше отношение к нашей индустрии! Что бы ни случилось, хорошее или плохое, всегда есть ясные и очевидные или законные причины этого. Постарайтесь узнать факты. И тогда Вы станете одним из знающих и подготовленных профессионалов. И подумайте над словами доктора Дина Блэка, который так метко сказал:

“Какие бы причины ни были, фирмы многоуровневого маркетинга терпят крах не из-за самой концепции Многоуровневого маркетинга, а из-за того, что принципы этого маркетинга не выполняются честно и искренне. Верьте в концепцию многоуровневого маркетинга, будьте всегда честны и откровенны и довольствуйтесь только самым лучшим “.

И еще одно: В Вашей “книге презентаций” Вы могли бы отвести одну страницу, на которой, в случае необходимости, можно будет отмечать различия между незаконной системой по типу “снежного кома” и законной фирмой по Сетевому маркетингу. Вы можете снабдить эту страницу одним или двумя крупными заголовками с кратким описанием каждой из этих систем. Слова доктора Блэка, приведенные в первой части этой книги в разделе “Ваше введение”, безусловно дадут некоторые идеи для Вашей инициативы.

НЕЗАКОННАЯ СИСТЕМА ПО ТИПУ “СНЕЖНОГО КОМА”

Система по типу “снежного кома” - это вид незаконной лотереи, при которой игрокам платят за то, чтобы они уговаривали других участвовать в этой системе. Сетевой маркетинг или структурное распределение - это РАСПРЕДЕЛЕНИЕ продуктов через структурированную систему.

Маркетинг означает движение продукта или услуги от предлагающего к конечному потребителю. Единственный способ заработать деньги состоит в том, чтобы двигать продукты или услуги. Людям, занятым бизнесом в Сетевом маркетинге, НИКОГДА не должны платить только за одно содействие или спонсирование.

Первая часть Вашей “книги презентаций” имеет наибольшее значение. Если Вам не удалось ЗАРАНЕЕ убедить собеседника, отнеситесь с полным доверием к сетевому маркетингу, то может случиться так, что Ваш собеседник решит в любом случае отклонить Ваше предложение, независимо от того, что именно Вы ему предлагаете.

Поэтому в начале разговора сразу спросите Вашего собеседника, какого он мнения о Сетевом маркетинге. Если Вы заговорили на эту тему с самого начала Вашего разговора, то тем самым Вы создаете

нужную атмосферу для остальной части Вашей презентации. Помогите Вашему потенциальному участнику понять, какой на самом деле перспективной и привлекательной является наша индустрия.

ФИРМА

Самый главный вопрос, который постоянно возникает в голове Вашего потенциального участника, звучит так: “ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ВАША ФИРМА ЧЕСТНОЙ (ДОСТОЙНОЙ ДОВЕРИЯ) И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ?” Используя силу изобразительных средств, Вы можете за несколько минут подтвердить, что Ваша фирма заслуживает полного доверия.

Например, каждая хорошая фирма имеет справочные издания с фотографиями основателей и ведущих руководителей. В этих изданиях кратко рассказывается об этих людях, об их опыте работы и немного о принципах и стратегии фирмы. Здесь же обычно приводится фотография главы фирмы. Это тоже Вы должны показать Вашему потенциальному участнику.

Используйте в каждом случае разноцветные фломастеры, чтобы отметить определенные места в тексте. Вы можете показать это отмеченное место и одновременно прочитать его вслух - этот метод усиливает впечатление. Если Ваша фирма занимается этим бизнесом уже несколько лет, то продемонстрируйте график ежегодного роста товарооборота.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СВОЮ ФОТОГРАФИЮ

Представьте себе: Вы показываете Вашему потенциальному участнику “книгу презентаций”, перелистываете страницу и Ваш собеседник видит фотографию, на которой Вы сняты вместе с ведущими руководящими сотрудниками Вашей фирмы. Этих людей можно часто встретить на ЗАНЯТИЯХ, конференциях и встречах. Возьмите с собой фотокамеру и попросите, чтобы Вас сфотографировали вместе с этими руководящими лицами. Это покажет вашему потенциальному участнику, что Вы серьезно занимаетесь этим бизнесом, и естественно также, что Вы пользуетесь большим уважением в самой фирме. Такие фотографии действуют впечатляюще.

ПРОДУКТЫ

Подумайте над тем, чтобы выделить цветными фломастерами важнейшие преимущества Ваших продуктов или услуг. Обратите внимание Ваших потенциальных участников именно на эти места и расскажите что-нибудь об этом.

Теперь самое время, представить Ваши продукты. Если у них хороший вкус, то дайте возможность Вашему потенциальному участнику их попробовать. Все продукты, которые Вы можете ему показать, или те, которые он может попробовать, понюхать или потрогать, являются исключительно действенной поддержкой Вашей презентации. Ничего не давайте ему читать. В течение всей презентации он должен быть сосредоточен на Вас, на Вашей “книге презентаций” и, прежде всего, на продуктах. Не давайте ему ничего, что могло бы его отвлечь. Брошюры, проспекты, которые он может взять с собой, Вы передадите ему позднее.

ПРЕИМУЩЕСТВА. ПРЕИМУЩЕСТВА, ПРЕИМУЩЕСТВА

Очень важно, чтобы Вы были сконцентрированы на преимуществах продуктов. Не называйте никаких фактов и цифр. 95 % всех людей, которые будут Вам встречаться, захотят узнать, что Ваш продукт **МОЖЕТ СДЕЛАТЬ ДЛЯ НИХ**. Лучше всего, если Вы сообщите о том, как подействовали эти продукты на Вас и на других.

В прошлом году в США было продано 2,8 миллиона сверл диаметром 1/2 дюйма. И каждому человеку, который купил такое сверло, **НУЖНО БЫЛО ОТВЕРСТИЕ ДИАМЕТРОМ В 1/2 ДЮЙМА!** Эксперт по продуктам - это впечатляющее явление, однако он или она одновременно представляют собой значительную и вызывающую глубокое уважение личность.

Так что проводите свои презентации просто и в доступной форме.

ПЛАН

Следующий обсуждаемый вопрос - Ваш план маркетинга. Но и в этом случае большинство склонны говорить об этом слишком много слов. Пожалуйста, не делайте этого!

Обсудите только самые важные пункты. Только самые значительные части и разделы Вашего плана маркетинга включите в качестве составной части в Вашу “книгу презентаций”. Покажите Вашему потенциальному участнику, как и где он может заработать деньги, а также на каком уровне он может оказаться через один, два или три года. Сетевой маркетинг позволяет мне сотрудничать с тысячами людей во всем мире. Многие из этих людей являются абсолютными лидерами по своему заработку в их теперешних фирмах. По моим наблюдениям, 50% этих людей не полностью понимают их план маркетинга **И ЭТО ДЛЯ НИХ БЕЗРАЗЛИЧНО!**

Покажите Вашему потенциальному участнику график плана маркетинга и расскажите ему, как он может стать консультантом. Объясните ему, что он получит в этой должности. Обратите его внимание на те преимущества, которые даст ему его деятельность в

качестве консультанта.

Избегайте детальных объяснений, особенно таких тем, как условия квалификации и поддержание однажды уже достигнутой стадии плана маркетинга. Обратите внимание на то, что такие вопросы рассматриваются только во время специальной учебы. Дайте ему столько информации, сколько ему нужно, чтобы он смог принять обоснованное решение. Помните: Ваш потенциальный участник хочет только знать, функционирует ли план маркетинга, а вовсе не то, КАК он функционирует! Держите также наготове историю о пути к успеху других консультантов, на которые Вы смогли бы сослаться.

Если Ваш потенциальный участник является старым “волком” в этом бизнесе, то он будет задавать Вам специальные вопросы, которые его интересуют. Если он будет это делать, то ответьте на эти вопросы и продолжайте Вашу презентацию.

ПОДДЕРЖКА И ОБУЧЕНИЕ

В качестве следующего вопроса обсудите с Вашим потенциальным участником, какую поддержку и помощь можете оказать ему Вы и Ваша фирма.

Назовите все события, встречи и программы обучения, которые организуются в Вашем окружении; назовите необходимые продажные документы и вспомогательные средства (пособия), которые предоставляет Ваша фирма. Но и здесь Вы должны избегать слишком детальных подробностей.

Расскажите Вашему потенциальному партнеру, как великолепна программа обучения и как прекрасно представлены продукты и план маркетинга в справочных изданиях фирмы. Обратите его внимание на то, как великолепны люди, с которыми Вы имеете дело, и какое удовольствие это Вам доставляет. Дайте ему понять, насколько быстро он овладеет бизнесом и какую помощь и личную поддержку Вы ему окажете. Разделите с ним Ваш успех и успех других - это действует исключительно заразительно. Покажите ему фотографии Ваших успешных руководителей высшего звена и Ваших спонсоров. Вы должны также присутствовать на этих снимках, чтобы показать Вашему потенциальному партнеру, что эти люди поддерживают Вас и они же будут поддерживать его. Дайте ему понять, что эти люди делают все, чтобы план маркетинга функционировал.

МАЛЕНЬКАЯ ПОХВАЛА ПОЧТЕ

Разве было бы не прекрасно, если бы Ваш потенциальный партнер через несколько дней после вступления в бизнес получил бы открытку от одного из этих успешных людей? Просто с тем, чтобы его поприветствовать и предложить поддержку. Это было бы прекрасное первое впечатление!

ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ: ПРЕДОСТАВЬТЕ ВЫБОР

Ваш потенциальный партнер уже готов принять решение. В этот момент объясните ему, что предлагается ему на выбор. Заранее разъясните ему, какой выбор он имеет.

“Я думаю, Боб, Вы могли уже, между прочим, понять, почему я в восторге от этих продуктов и от этого бизнеса. Если Вы решите начать сегодня, то что бы Вы хотели начать? Вы хотели бы начать использовать продукты, чтобы наслаждаться их преимуществами? Или Вы хотели бы также воспользоваться представившейся возможностью участия в самом бизнесе? Какая из этих возможностей Вам больше подходит. Боб?”

Если Ваш потенциальный участник сначала хочет использовать продукты, чтобы ознакомиться с их преимуществами, то это вполне нормально. Помогите ему выбрать продукты и напомните ему о гарантии фирмы, что покупатель будет удовлетворен.

Если он в состоянии понять, какую великолепную возможность Вы ему предлагаете и он хочет создать свой собственный бизнес - отлично! Определите, какие продукты он хотел бы иметь и сразу на месте сделайте его Вашим клиентом по розничной торговле. Продажа через розничную торговлю по ряду причин очень важна.

Ряд продаж через розничную торговлю и получаемая при этом прибыль могут финансовым образом компенсировать то время, которое Вы затратили на презентацию. Если все люди Вашей организации поставят целью проведение продаж по розничной торговле в рамках их презентаций, то месячные объемы продаж и связанные с ними заработки будут постоянно расти. Кроме того, Ваш потенциальный партнер поймет, как он может сразу зарабатывать на продаже продуктов.

ВАЖНЫЙ ПУНКТ

Я не могу особо не отметить этот вопрос. **НИКОГДА НЕ ДОПУСКАЙТЕ, ЧТОБЫ ИЗ КАЖДОГО ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРА ДЕЛАТЬ КЛИЕНТА ПО ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ.** Возможность иметь право закупать продукты по оптовым ценам - это большая настоящая выгода. Если Вы каждого потенциального партнера превратите в клиента по оптовой торговле, то позднее он будет делать то же самое (копировать Вас), и все внутри Вашей организации потеряют эту важную возможность зарабатывать.

По моему мнению розничная торговля значительно содействует повышению торгового оборота, что достигается прежде всего за счет новых консультантов.

Проводить презентации и одновременно осуществлять продажи - вот ключевой момент на пути Вашего нового консультанта к достижению успеха. Объясните ему, что он сможет закупать по оптовым

ценам, после того как, будет подано его заявление. Этот факт заставит его скорее справиться с составлением этого заявления. Помогите ему на листе заполнить это заявление и возьмите на себя обязательство передать его Вашей фирме.

ШАГ ПЯТЫЙ: “ВЫ СДЕЛАЛИ ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР”

Очень важно сказать Вашему потенциальному участнику, что он сделал правильный выбор - вне зависимости от того, решил ли он купить продукты или принять участие в бизнесе. Вспомните те комплименты, которые Вы говорили ему в начале, и скажите ему еще раз, почему именно он для Вас имеет столь большое значение. Объясните ему, что Вы будете ему помогать, с тем чтобы его деятельность совместно с Вашей фирмой привела бы его к полному успеху.

В этом случае звонок или письмо как раз прекрасные идеи! Я расскажу Вам историю, чтобы объяснить Вам это. В Сан-Диего есть прекрасный магазин мужской одежды. В нем самый большой выбор одежды европейских фирм. Я люблю покупать в этом магазине. По непонятным мне причинам я могу покинуть этот магазин только тогда, когда оставляю в нем, по меньшей мере, 500 долларов. Только после этого я думаю над моим поведением и меня часто терзают сомнения и раскаяние. Однако затем, спустя какое-то время, я получаю открытку от Поля - владельца этого магазина. В ней он пишет, как приятно ему было меня вновь увидеть, как высоко он ценит мои знания, как хорошо на мне смотрятся новые вещи, которые на других людях выглядели бы вызывающе. Эта открытка и несколько строк, обращенных ко мне, всегда достигают своей цели. Прочитав ее, ко мне возвращается хорошее настроение и я больше не раскаиваюсь в покупке.

Вы видите, как такой профессиональный и чуткий образ действий может побороть чувство раскаяния или сожаления со стороны Вашего потенциального участника или клиента?

Я ПРИЗЫВАЮ ВАС СТАТЬ ЛИДЕРОМ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Мне бы хотелось призвать лично Вас стать мастером в проведении презентаций Вашего бизнеса. Итак, беритесь за дело:

запишите на пленку презентации. Скажите Вашему потенциальному участнику, что Вы хотите усовершенствовать Ваш рассказ о бизнесе, и спросите его, не будет ли он возражать, если Вы свои разговор с ним запишете на пленку. По всей видимости, он вряд ли будет возражать.

Магнитофон - это прекрасный инструмент. Он показывает Вашим потенциальным участникам, насколько серьезно Вы относитесь к тому, что Ваш собеседник занимает активную позицию

сотрудничающего с Вами человека. Если Вы записали Вашу презентацию, на пленку, то постоянно прослушивайте ее. Ищите возможность лучше и эффективней выразить свои мысли. Одним из важнейших аспектов Вашей презентации являются вопросы, которые Вы задаете потенциальным участникам. Ищите возможности формулировать наиболее разумные вопросы. Рассмотрите Вашу презентацию самым подробным образом, чтобы выявить те места, которые Вы могли бы улучшить.

Проделайте это в течение двух недель с Вашей первой презентацией. Затем запишите на пленку Вашу следующую презентацию и сравните обе записи. Повторяйте такие шаги от 60 до 90 дней, и я обещаю Вам, что Ваши презентации станут в десять раз лучше, чем в начале. Таким образом, Вы овладеете искусством эффективной презентации. Есть какие-нибудь возражения? В следующей главе мы подробно займемся процессом принятия решения. Мы обсудим методику, которая покажет Вам и Вашим консультантам, как следует ставить вопросы и отвечать на них, чтобы Ваши потенциальные участники приняли правильные решения и для себя, и для Вас.

Предстоит большая работа, не правда ли? Итак, Ваша презентация должна длиться не более 20 - 25 минут. Это для Вас неожиданность? Однако, в этом нет ничего удивительного. Намного дольше ОБЪЯСНЯТЬ презентацию, чем ее ПРОВЕСТИ.

Вы находитесь в таком же нетерпеливом ожидании, как и я? Вы можете уже предчувствовать, какую силу могут дать эти знания Вашим новым консультантам? Вряд ли я могу ожидать, что Вы сразу начнете читать следующую главу - в ней речь идет целиком о возражениях.

Глава VII ВОЗРАЖЕНИЯ

А теперь посмотрим, сможем ли мы быстро пройти через лабиринт возражений против сетевого маркетинга. Возражения я называю “возможности в рабочей одежде”. Они предназначены как раз для того, чтобы прояснять и устранять непонимание, недоразумения и ошибки, а также для того, чтобы преодолеть сопротивление и избавиться от сомнений. Возражения могут сделать отношения между Вами и Вашими потенциальными партнерами более искренними и тем самым могут привести к положительному результату. Вы готовы? Тогда вперед!

Одно Вы должны знать о возражениях - они могут возникнуть в любое время: в начале, в середине и даже после окончания Вашей презентации; во время встреч, во время разговоров по согласованию сроков - то есть везде и любое время.

БУДЬТЕ БОЙСКАУТОМ

Ключом к успешному обращению с возражениями является девиз бойскаутов: “Всегда готов!”

Я не могу себе представить более ужасной ситуации для нового консультанта, чем когда он вынужден один на один остаться с возражениями, на которые он не знает, как отвечать. Именно поэтому для Вас очень важно научить и потренировать Ваших консультантов, прежде чем они “останутся без присмотра”. В этом заключается одна из сторон Вашей ответственности как спонсора.

ВМЕСТЕ КАК КОМАНДА

Есть прекрасная идея сопровождать Ваших консультантов на их первых презентациях. Берите их с собой на Ваши собственные презентации, с тем чтобы они смогли узнать, как они проходят. В главе XI “Копирование” мы подробно рассмотрим эту тему.

Если Вы присутствуете на презентации Вашего нового консультанта, то пусть он объяснит своим потенциальным партнерам, что Ваше присутствие вызвано необходимостью Вашего участия в тренировке и поддержке, кроме того, Вы можете ответить на возможные вопросы. Такой “командный подход” является прекрасной методикой для тренировки новых консультантов и отработки начальной серии продаж и спонсирования.

Однако не всем консультантам по душе эта методика; многие

воспринимают появление на презентации спонсора как бы признаком их слабости перед лицом присутствующих потенциальных участников. Однако правда заключается в обратном. Ваше присутствие сразу вызывает уважение, и потенциальный участник немедленно настраивается на положительный лад. Именно потому, что люди **ХОТЯТ, ЧТОБЫ ОНИ БЫЛИ УСПЕШНЫМИ ЛЮДЬМИ**. Это совершенно естественно. И это определяет раскованную и чуткую атмосферу для проведения презентации. Кроме того, это делает спонсора экспертом. А это в его интересах. Опыт постоянно показывает, что хорошая подготовка - это ключ к успеху в этом бизнесе. Это прежде всего относится к обращению с так называемыми возражениями.

ШАНС ИЛИ ЛОВУШКА?

Возражения - это возможности в рабочей одежде. Возражения могут быть ловушкой для нового консультанта. Для опытного профессионала они дают шанс. При этом речь идет не о каком-либо вызове принять эти возражения и ликвидировать их. Речь идет о **ВОЗМОЖНОСТЯХ**. Почти все возражения открывают новые возможности взаимного понимания - и они дают Вам блестящую возможность поделиться своим воодушевлением и убежденностью с Вашим потенциальным партнером.

Я прошу Вас считать, что **ВОЗРАЖЕНИЯ - ЭТО НЕ ЧТО ИНОЕ, КАК ХОРОШО ЗАМАСКИРОВАННЫЕ ВОПРОСЫ**.

Поэтому я никогда не учу, как “трактовать” или “преодолевать” возражения. Я только показываю моим людям, как они должны отвечать на вопросы. Если Вы столкнетесь с возражением, то это всего лишь означает, что Ваш потенциальный партнер еще не располагает достаточной информацией, чтобы принять обоснованное решение. **ВОЗРАЖЕНИЯ ОЧЕНЬ МАЛО СВЯЗАНЫ, ЕСЛИ ВООБЩЕ СВЯЗАНЫ, С ЛИЧНЫМ ОТКАЗОМ (ОТКЛОНЕНИЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ)**.

Иногда возражения используют, чтобы затянуть процесс принятия решения.

Возражение может быть основано на одном или нескольких вопросах, которые остались без ответа. Возражение может представлять собой по сути скрытый вопрос. Ваша задача состоит в том, чтобы помочь Вашему потенциальному партнеру раскрыть и сформулировать его **ИСТИННЫЙ** вопрос, чтобы затем ответить на него.

ШЕСТЬ ШАГОВ К У СПЕХУ

Каждый человек может использовать эту систему. Она функционирует в любой отрасли бизнеса и в любой ситуации. Я знаю это, поскольку десять лет тому назад, еще до того, как я открыл для

себя Сетевой маркетинг, я работал в медицинском бизнесе, и там точно так же функционировали эти шесть шагов.

Суть этой системы заключена в ее широкой эффективности. Вы можете ее использовать, чтобы раскрыть вопрос, лежащий в основе возражения. Чтобы вынести его на поверхность, не допустив эмоционального взрыва. Чтобы честно и полно ответить на вопрос, для того, чтобы Ваш потенциальный партнер полностью понял бы ответ и эмоционально не почувствовал бы себя неудовлетворенным. Это означает, конечно, что Вам в каждом случае удастся привлечь Ваших потенциальных участников к использованию продуктов в бизнесе.

Это означает, однако, что Вы можете обещать Вашему потенциальному участнику абсолютную ясность, и что Вы можете жить с полной уверенностью, что в любой ситуации Вы делаете все возможное. Итак, далее приведены шесть шагов к успеху. И помните: возражение - это всего лишь скрытый вопрос.

ШАГ№1: СЛУШАЙТЕ ТАК, КАК ВЫ НИКОГДА НЕ СЛУШАЛИ

Настройте Ваш слух и внимательно слушайте Вашего потенциального участника. Никогда не прерывайте ход его речи, прикусите язык, если надо, и никогда не считайте, что Вы знаете, о чем он хочет сказать в следующий момент. Я расскажу Вам историю.

ИСТОРИЯ БИЛЛИ

Примерно 14 лет тому назад у меня был друг в Сан-Диего по имени Билли. Это был один из самых приятных людей, с какими я мог тогда познакомиться. Мы играли с ним в одной команде. Билли был невысокого мнения о себе, не знал себе цену. Он был столяром, правда, не очень любил свою работу, но зарабатывал хорошие деньги и продолжал работать.

Однажды после игры мы вместе сидели в пиццерии и я рассказал ему о приятно проведенном времени с моей очень хорошей знакомой Линн Диете во время моей последней поездки. После этого Билли пришел ко мне и сказал: “Джон, можно мне сопровождать тебя в твоей следующей поездке в Атланту?”

Я был ошеломлен. Билли еще никуда никогда не ездил! Он был настолько тихий и застенчивый человек и никогда не думал, что способен, действительно что-то очень хорошо делать или вообще делать что-то другое.

Я был чрезвычайно изумлен, что он вообще попросил меня об этом. Я сказал: “Билли, я лечу через 46 дней. Вот время моего рейса. Если ты купишь билет на этот же рейс, то мы сможем вместе полететь в Атланту, а там, на месте я уже позабочусь обо всем”. Он был ошеломлен! Я никогда не забуду выражения его лица.

В течение оставшихся недель Билли ни о чем больше не говорил, кроме как о своем полете в Атланту и о том, как он познакомится с одним из великолепных людей штата Джорджия.

Мы прилетели в Атланту. Линн встретила нас в аэропорту и разместила у себя дома. Она должна была уладить еще какие-то дела и мы договорились, что встретимся позднее и пойдем в город. Я решил, что это прекрасная возможность пройтись по Пич-Три-Лейн и показать Билли достопримечательности.

Мы гуляли по Пич-Три-Лейн и я показывал Билли достопримечательности - резиденцию губернатора и др., как вдруг Билли схватил меня за руку и сказал: “Джон, ты видел? Ты видел?”. Я отвечал: “Нет, а что?” и оглядывался по сторонам. Билли сказал: “Да, вот - какая хорошенькая?”. Я ответил: “Ах, да, я видел”, - и мы шли дальше.

Через несколько минут Билли опять схватил меня за руку:

“Джон, ты видел, ты видел?” “Нет, а что Билли?” Он отвечал:

“Это была чудесная милашка!”

И это повторялось много раз, и каждый раз было одно и то же: “Смотри, смотри, что за милашка!” Потом Билли опять схватил меня за руку и спросил: “Ты видел, ты видел?” По правде говоря, мне это уже надоело. И я сказал: “Да, да, Билли, я видел”. Только тогда он понял, что я ничего не видел. Билли посмотрел на меня как-то странно и спросил: “Тогда зачем ты сюда приехал?!” После этого случая я уже больше не был уверен, что знаю, что именно кто-то хочет сказать.

ШАГ № 2: БУДЬТЕ ДЕТЕКТИВОМ

При этом Вы должны как бы проникнуть в суть завуалированных возражений и узнать о чем на самом деле спрашивает Ваш потенциальный партнер.

Например, предположим. Ваш собеседник говорит: “Ах, да, это одна из тех систем по типу “снежного кома”, о которых я слышал”. Такое возражение выдвигается очень часто. О чем же на самом деле спрашивает собеседник? Большинство из нас в такой ситуации занимают оборонительную позицию и начинают защищать весь бизнес. Человек, однако, просто хочет знать, все ли в этом бизнесе законно.

То же самое относится и к возражению типа: “У меня просто нет времени для этого”. Разве в этом нет скрытого вопроса, который звучит примерно так: “Могу ли я, располагая ограниченным временем, добиться успеха?”

Вот первое указание: возражения выглядят так же как факты, ЕСЛИ ОНИ НА САМОМ ДЕЛЕ ЯВЛЯЮТСЯ ВОПРОСАМИ. Для того чтобы выявить эти скрытые вопросы, всегда добавляйте к своим высказываниям слова: “Это правильно?” Потом Вы можете отвечать на вопросы Ваших потенциальных участников. Наилучший образ действий начинается со следующего шага.

ШАГ №3: ВЫСКАЖЕТЕ ОДОБРЕНИЕ И ОТНОСИТЕСЬ К ВОЗРАЖЕНИЮ СЕРЬЕЗНО

... и просите сделать пояснение, если это необходимо. Это делается так.

“Крис! Это хорошо, что ты спрашиваешь”. Теперь обратите внимание на нечто очень важное. Никогда не говорите “НО” и не начинайте затем защищаться. Просто примите к сведению то, что она говорит, и подождите некоторое время.

Если ВЫ не понимаете, что она имеет в виду, или если Вы не уверены, что ОНА это понимает, то расспросите.

“Крис! Я не знаю точно, что ты этим имеешь в виду. Ты не могла бы это как-то иначе сказать, выразить другими словами?” Или: “Крис! Объясни мне это, пожалуйста, подробнее”.

Этим Вы сразу избавляете Вашего потенциального участника от замешательства и стеснения. Беседа превращается теперь в расследование, в котором вы оба участвуете и пытаетесь установить правду и определить наилучшие возможности. Это нечто совсем иное, чем “опровергать возражения”.

ШАГ № 4: ПОДХОДИТЕ ИНДИВИДУАЛЬНО К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ УЧАСТНИКАМ

Делайте это, рассказывая историк”. Остерегайтесь слишком интеллектуальных ответов, напичканных фактами. Не играет никакой роли, насколько хороши эти ответы и насколько Вы правы. Вы просто ОТОДВИНУЛИ в сторону высказывания, а вместе с ними задвинули в сторону и САМОГО ПОТЕНЦИАЛЬНОГО УЧАСТНИКА. Лучше расскажите историю, точно так же, как Вы это делаете, когда объясняете преимущества Вашего продукта, тогда не возникнет никакой угрозы, а Вы будете апеллировать не только к разуму, но и к чувствам собеседника. Это всегда наилучший вариант. Ваши ответы должны быть разумными и одновременно должны импонировать чувствам Вашего собеседника.

«Большинство возражений в нашем бизнесе встречаются довольно часто. Если Вы знаете наиболее распространенные возражения и отвечаете на них как на скрытые вопросы, то эти возражения становятся Вашими скрытыми шансами. В конце главы мы приводим простой пример занятия, показывая при этом как пользоваться составленным опросным листком “Возражений”, чтобы помочь Вам и Вашим сотрудникам, справиться с возражениями.

Чтобы ответить на большинство возражений, я охотно использую подход, называемый “Чувства и результат”. Например, при ответе на вопрос о затратах времени.

Обратите внимание сначала на то, как ЧУВСТВУЮТ себя Ваши потенциальные партнеры.

Затем создайте настоящую доверительную атмосферу, сказав собеседнику, что Вы себя ЧУВСТВОВАЛИ примерно так же. Затем сообщите о результате, который Вы получили, о том, как все на самом деле функционирует или обстоит ИЗ ВАШЕГО СОБСТВЕННОГО ОПЫТА. “Крис, я точно знаю, как ты себя чувствуешь. Время - это нечто очень ценное, не правда ли? Я тоже думал, что будет очень трудно найти время для этой деятельности. Однако к моему удивлению, я обнаружил, что эта деятельность настолько гибкая, что вначале я смог столько уделять времени (меньше или больше) этой работе, сколько я сам хотел. И знаешь ли, что произошло через несколько месяцев? Мне эта работа доставляла такое большое удовольствие, а оказываемая поддержка была столь велика, что мой успех возрастал с каждой неделей. Я все больше и больше уделял времени Сетевому маркетингу, и поскольку свой теперешний успешный бизнес я веду из своего дома, то у меня остается больше времени для моих детей, теперь я могу играть в гольф два раза в неделю вместо одного”.

Впрочем, НИКОГДА НЕ ЛГИТЕ. Если Вы это делаете, то я обещаю Вам, что Вас когда-нибудь обязательно уличат. Самое трудное - вспоминать, кому и когда что-то солгал или рассказал лживую историю. И в следующий раз, тогда Вы снова встретитесь с этим человеком, Вы должны продолжать ему лгать - это же ужасно! Кроме того, правда - пусть это будет краткая история и не такая впечатляющая, как выдуманная, - всегда будет убедительней. Это сработает.

ШАГ № 5: ПОДОЖДИТЕ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ

Как и при организации поездки за границей, перепроверьте, правильно ли Вас услышали и поняли, что именно Вы хотели сказать.

“Ты понимаешь, Крис, что я имею в виду?” Или: “Ты видишь, что это может случиться и с тобой?” Или: “Это и тебя касается, Крис?”

Не стройте никаких догадок. Вспомните историю Билли. Всегда подождите подтверждения - тогда следующий шаг (№ 6) будет для Вас самым простым делом в мире.

ШАГ № 6: ПРЕДОСТАВЬТЕ ИМ ВЫБОР

.. тех вещей, которые они могут делать, чтобы прийти в бизнес. Они могут сделать этот последний шаг лишь тогда, когда Вы выявили все скрытые вопросы Ваших потенциальных партнеров. Если же это не сделано, то проверьте еще раз, и если остались еще сомнения или возражения (как скрытые вопросы), то вернитесь к шагу № 1 и проследите и обсудите каждое возражение еще раз шаг за шагом. Повторяйте этот процесс столько раз, сколько необходимо, чтобы быть уверенными. Теперь близится время принятия решения.

Если этот момент настал, то ПРЕДОСТАВЬТЕ ИМ ВЫБОР. Если

Ваши потенциальные партнеры удовлетворены Вашим ответом (шаг № 5), то решение принимается совершенно автоматически. Задайте им вопрос (шаг № 6), который замкнет круг Вашей презентации.

Например, если я обсудил с Крис ее проблемы со временем, если мы поговорили на тему “ЧУВСТВА И РЕЗУЛЬТАТ” и если она в конце разговора согласилась, что все что я ей сказал, вполне разумно, то я мог бы сказать ей следующее:

“Это прекрасно, Крис! Есть много возможностей для начала. Ты можешь получить некоторые продукты, чтобы попробовать. Затратить на это пару недель и сама определи их преимущества. И помни, Крис, что дается гарантия возврата денег в случае, если продукты не понравятся”.

“Если теперь ты убеждена, что это дает тебе интересный шанс, то мы можем сразу оформить твое заявление. Вначале я буду помогать тебе, и помни, пока фирма обрабатывает твое заявление, ты можешь начать непосредственно заказывать продукты и получить полную скидку, положенную консультанту. Между тем, мы сможем начать организовывать твой бизнес. Итак, Крис, какой путь для тебя самый лучший, чтобы прийти в бизнес?”

Необходимо, чтобы Вы, желая подвести Ваших потенциальных участников к принятию решения - будь это связано с покупкой продукта, с сотрудничеством в качестве консультанта по продуктам или с участием в первой встрече, - предоставили ему или ей выбор между двумя возможностями. Потратьте на это время, целые дни или сделайте все, что необходимо, чтобы поставить их перед выбором.

ВЫБОР - ЭТО ПОДАРОК

Мне бы хотелось, чтобы Вы совершенно ясно поняли одно. **ПРЕДОСТАВЛЯЯ ВЫБОР ВАШИМ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ УЧАСТНИКАМ, ВЫ ДЕЛАЕТЕ ДЛЯ НИХ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НЕЧТО ХОРОШЕЕ.**

Принять решение для некоторых людей очень трудно, поскольку они, если им не предоставлено никакого выбора, видят перед собой одно единственное гигантское решение, связанное с очень сложным процессом его принятия.

Сделать выбор - это совсем просто. Можно выбрать одну или другую возможность. Когда их спрашивают, какой выбор они делают, то это помогает им сосредоточиться на той или иной альтернативе. Право такого выбора дает им возможность сделать выбор между двумя положительными альтернативами. Если Вы получили подтверждения на протяжении всего процесса обсуждения, то выбор состоит в том:

либо инвестировать в продукты, либо стать консультантом по продуктам. Или обе возможности вместе. Итак, если Вы подошли к последнему шагу и предоставляете возможности на выбор, то речь идет

не о ДА или НЕТ, а речь идет только о ДА. Вопрос состоит лишь в том, какой ДА выберет Ваш потенциальный участник!

ЧТО ДЕЛАТЬ С ДАЛЬНЕЙШИМИ ВОЗРАЖЕНИЯМИ?

Поступите с ним просто так, как с первым, третьим или пятым возражением. Вернитесь к первому шагу и затем один за другим пройдите все шаги, пока Вы не завершите процесс с ДА или НЕТ.

КАК ОБСТОЯТ ДЕЛА С ОТВЕТОМ “НЕТ”

Для меня всегда будет ДА, пока они не сказали НЕТ. Если они все еще бомбардируют меня возражениями - тогда это выглядит иначе. Это вопросы, а не ответы. Ответ НЕТ - это прямой ответ. И я уважаю ответ НЕТ, независимо от того, что лично я придерживаюсь, возможно, совершенно другого мнения.

“Меня это не заинтересовало”. “Это просто ничто для меня”. “Я желаю Вам всего хорошего, но я не хочу в этом участвовать”. Это серьезные отказы. Что Вы тогда делаете? Воспринимаете это НЕТ таким, какое оно есть. Поблагодарите себя. Держите дверь открытой И ИДИТЕ ДАЛЬШЕ К СЛЕДУЮЩЕМУ “ДА!”

Хотя мы привели здесь пример презентации, Вы можете использовать эти шесть шагов применительно к любой ситуации, как, например, при согласовании сроков или при последующих разговорах.

РАБОЧИЙ ЛИСТОК “ВОЗРАЖЕНИЯ”

Хорошим вспомогательным средством для того, чтобы потренировать сотрудников Вашей организации в обращении с возражениями, является РАБОЧИЙ ЛИСТОК “ВОЗРАЖЕНИЯ” (пример в главе X). Вы можете их отпечатать и заносить в них наиболее часто встречающиеся возражения, с которыми придется вступать в конфронтацию Вам и Вашим сотрудникам. Вы можете провести также творческий мозговой штурм по обсуждению каждого из возражений. Затем поработайте над каждым возражением в виде игры по кругу. Попросите отдельных лиц или группу людей определить, какие вопросы скрываются за этими возражениями и пройдите по ним все шесть шагов. Затем спросите различных людей, как они ответили на каждое возражение.

От 90 до 95% всех возражений, с которыми Вы встречаетесь, это те возражения, на которые уже постоянно отвечали сотни и даже тысячи консультантов. Вы столкнетесь, вероятно, с одним или двумя возражениями, которые являются типичными для Вашего продукта или для предлагаемой Вами возможности участия в бизнесе. Большинство

же возражений постоянно повторяются. И в этом случае подготовка - это ключ к успеху. Поэтому Ваша программа подготовки должна включать и рабочий листок “ВОЗРАЖЕНИЯ” и обсуждение возможных вариантов ответов на самые основные вопросы (вспомните знаменитую поговорку: “Профилактика (в данном случае - подготовка) - лучше, чем лечение”).

Независимо от того, какой аспект сетевого маркетинга мы обсуждаем или исследуем, ключ к успеху лежит в правильной подготовке. Превратить возражение в просьбу предоставить больше информации и найти в нем скрытый вопрос - вот абсолютно надежный путь подготовки.

Херман и Хермине (“Может, дело пойдет”) готовятся, строя надежды. Сиги и Сьюзи (“Творцы”) ведут подготовку, осваивая испытанные принципы достижения успеха, и тренируются затем до тех пор, пока не овладеют ими полностью.

МОЗГОВОЙ ШТУРМ МОЖЕТ ПОРОДИТЬ ПЕРВОКЛАССНОГО ИНСТРУКТОРА

Мозговой штурм - это великолепный метод ПРОИНФОРМИРОВАТЬ сотрудников и сотрудниц Вашей сетевой организации, ПОЗНАКОМИТЬ ИХ С ДЕЛОМ И ПОДВЕСТИ К ПОНИМАНИЮ. Вы можете провести специальное познавательное занятие по теме “Возражения”, а также по ряду других подобных тем.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОБУЧЕНИЕ

Имеете ли Вы дело с небольшим собранием дома или с расширенной встречей по программе обучения в отеле в центре города, Вы можете с помощью мозгового штурма сразу вызвать воодушевление, высвободить творческую энергию и подвести к высокому уровню активного обучения.

Возьмем тему “Как отвечать на возражения”. Руководитель обучения определяет рамки. Он или она объясняют поставленную задачу и основные правила. В данном примере цель состоит в том, чтобы найти возражения - как можно больше. В этом случае есть только одно основное правило - нет никаких плохих возражений. Каждое принимается всерьез и каждое записывается в блокнот.

Руководитель говорит: “Хорошо, теперь назовите самое серьезное возражение, которое Вы когда-либо слышали или которое Вы могли бы подставить”. Руководитель может продолжать вовлекать группу, отчетливо говоря, что он или она ожидают в качестве следующего шага. Например: “Прекрасно, теперь назовите мне самое глупое возражение, которое Вы когда-либо слышали. Теперь - самое трогательное возражение. Теперь - самое смешное”. И так далее.

Когда одна страница - заполнена, вырвите ее, повесьте на видное для каждого место на стене и переходите к следующей.

Прекращайте занятие, прежде чем Вы (как руководитель) почувствуете, что энергия для этой темы уже спадает. Скажите людям, что не нужно записывать возражения - они смогут это сделать позже.

ВОЗЬМИТЕ ВЕРХНЮЮ ДЕСЯТКУ

Теперь попросите каждого выбрать на вывешенных листках от пяти до десяти самых часто встречающихся возражений. Попытайтесь выявить до десятка таких возражений. Руководитель записывает эти десять возражений на новом листке бумаги, оставляя между ними по несколько сантиметров места для примечаний. Попросите всех участников сделать то же самое в их рабочих листках “Возражения” (скопируйте формат такого листка из главы X).

Пройдитесь по каждому возражению отдельно и попросите группу вести дискуссии по скрытым вопросам, которые лежат в основе каждого возражения. Смотрите затем, чтобы они не уклонялись от темы и проведите их через каждое возражение. Когда такой скрытый вопрос выявлен и всеми обсужден, то запишите его непосредственно под соответствующим возражением. И пусть участники сделают то же самое в своих рабочих листках.

Когда работа с десятью основными возражениями будет закончена, то спросите группу, нет ли у них еще особенно трудных для них возражений, записанных на первоначальных листках. Если время позволяет, то обсудите с ними и эти возражения.

ОТВЕЧАЙТЕ НА ВОПРОСЫ

Как только скрытый вопрос, лежащий в основе каждого из десяти возражений, будет выявлен и сформулирован, попросите группу ответить на него. Для этого Вы можете устроить мозговой штурм и вовлечь всю группу целиком. Вы можете разбить группу на команды по три-пять человек и просить отвечать на вопросы этими небольшими по составу командами. Вы можете образовать пары, которые должны будут задавать вопросы и отвечать на них. Работайте с командами или парами. Всегда хорошо собрать потом опять всю группу и выбрать из нее нескольких людей, которые смогут представить другим наиболее удачные ответы. Обсудите со всей группой, понравилось ли ее участникам само это упражнение. При этом дайте всем возможность углубить их опыт в области сотрудничества. Это упражнение приводит всех участников к взаимному уважению. Это великолепное упражнение!

ИТАК, ЧТО ВЫ СДЕЛАЛИ?

1. Вы образовали сеть! И почувствовали прилив творческой энергии. Это НИКОГДА не дает плохого результата.

2. Все люди (один или двое во всем большом зале могут быть исключением, но таких немного) в самом деле чувствуют себя создателями перечня “Возражений”, поскольку они сами его составили.

3. Концепция стала ясной, поскольку ОНИ РАЗМЫШЛЯЛИ НАД НЕЙ! Это нечто совсем другое, чем если бы кто-то стоял здесь и говорил им, что они должны делать.

4. Ваши участники проинформированы (цели, вопросы и ответы на самом рабочем листке), приобщены (они участвуют в процессе) и увлечены (они увидели на прекрасном примере, какой сильной, творчески эффективной и веселой может быть сетевая работа).

5. Само собой разумеется, что любой относительно новый воодушевленный и заряженный энергией консультант может провести такое занятие. Это еще один пример того, что люди учатся, объясняя или обучая чему-то других. А именно об этом и идет речь в книге “Лучший, каким Вы можете быть в MLM”.

Как еще Вы можете использовать мозговой шторм в Вашей организации? Почему Вы не даете Вашим людям собираться, чтобы провести мозговой шторм по ЭТОМУ вопросу? Следующая глава:

позвольте нам “оставаться с мячом!”

Глава VIII ОСТАВАТЬСЯ С МЯЧОМ

Вы можете представить себе, каковы будут успехи у игроков в гольф, теннис или бейсбол, если они начнут терять свое воодушевление, как только прикоснутся к мячу? Видимо, не очень. Они утратят энергию, способность выдерживать дистанцию, даже ведение мяча будет страдать. То же самое случится с сотрудниками сетевого маркетинга, которые не “остаются с мячом”. Эта глава даст Вам еще один ключ к усовершенствованию Вашего бизнеса - это проверенная и практичная методика курирования (ведения) клиентов или заботы о них.

Вы помните Хермана и Хермине - “Может, дело пойдет?” Позвольте мне сообщить Вам о том, что они продолжают делать.

Они затратили значительную часть своего времени, энергии и даже денег на то, чтобы найти своих потенциальных партнеров. Они подготовили также ряд людей, которые начали заниматься их продуктами или пользоваться их услугами. На начальной стадии при поддержке этих сотрудников они достигли даже некоторого успеха в создании их бизнеса. Однако затем они “откинулись назад” и начали ждать, когда эти люди подобно ракетам устремятся в небеса успеха! Те, однако, этого не сделали. Почему?

НАЗАДКБИЗНЕСУ

Я твердо убежден в том, что когда Ваш потенциальный участник однажды стал сотрудником, заполнил заявление и начал работать с продуктом, то **ДЛЯ ВАС ПРИШЛО ВРЕМЯ, ВЫСОКО ЗАСУЧИВ РУКАВА ПРИНЯТЬСЯ ЗА РАБОТУ**

Херман и Хермине - “Может, дело пойдет?”, по всей видимости, полагают, что они свою работу уже сделали. И, что теперь для них пришло время “откинуться назад”, с полной надеждой смотреть в будущее и радоваться первому большому вознаграждению.

Так Сетевой маркетинг для Вас с успехом не будет работать. И самое решающее здесь слово - работать.

ЗАБОТА

Я уже упомянул, что ключевым моментом к стабильному успеху в сетевом маркетинге является воодушевление.

Может быть, супруги Херман и Хермине думают, что все остальные тоже будут воодушевлены их продуктом и планом, поскольку

они сами так относятся к ним. Вы знаете, как это называется:

“Это так прекрасно - ЭТО РАСКУПАЕТСЯ САМО СОБОЙ”. Однако в данном случае это не так. Это требует работы. И особый вид работы, который необходим - это ЗАБОТА О КЛИЕНТАХ.

Примерно два года назад я для журнала Fortune опросил 500 фирм, с целью определить, куда, по их мнению, выгодней всего вкладываются их деньги, время, способности и вспомогательные средства. И что. Вы думаете, куда? Исследования и разработки, реклама, продажа? Нет это оказалось...

ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ И ЗАБОТА О НИХ

Эти исключительно успешные фирмы, владеющие многими миллиардами долларов, установили, что собственно работа начинается, когда они уже осуществили продажу.

“Осуществить продажу” означает как раз только это - осуществить ОДНУ ЕДИНСТВЕННУЮ ПРОДАЖУ. Никакой бизнес не имеет успеха, если он делает только это.

Позаботиться о том, чтобы клиент был и ОСТАВАЛСЯ довольным, с тем, чтобы он постоянно приходил и с воодушевлением рекомендовал дальше Ваш продукт или Вашу услугу, поскольку он или она полностью удовлетворены, - ВОТ ЭТО путь к созданию полностью успешного предприятия. И это, в первую очередь, относится к Сетевому маркетингу, где Ваш довольный клиент становится Вашим активным консультантом по продукту. Ключ опять лежит в обслуживании и заботе о клиентах.

ПРОСТАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА

Теперь я представляю совсем простую и очень эффективную систему, которую Вы можете использовать в своей заботе о Ваших людях, с тем чтобы успех стал бы просто НЕИЗБЕЖЕН для Вашей фирмы.

Позвольте мне отметить один интересный пункт, прежде чем я объясню Вам эту систему.

Вам хотелось бы узнать, что я нашел общего у ВСЕХ добившихся успеха фирм и консультантов этого бизнеса? Это следующее – ВСЕ ПРИМЕНЯЮТ СИСТЕМУ, КОТОРУЮ Я ВАМ ХОЧУ ОБЪЯСНИТЬ! В самом деле. Конечно, все используют свои собственные варианты, имеют небольшие особенности при обращении с тем или другим, однако суть системы у всех одна и та же.

ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ СЛЕДУЮЩЕЕ

Я прошу Вас запомнить все, что я Вам расскажу. Представьте себе, что Вы идете в магазин канцелярских принадлежностей или письменных товаров. Находите там ящики того цвета, который Вам нравится. Берете один небольшой, чтобы Вы всегда могли иметь его при себе. Берете несколько пачек картотечных карточек. Лучше всего линованных. Покупаете разделители двух типов: с числами от 1 до 31 - для дней месяца и с числами от 1 до 12- для месяцев года.

Каждый раз, когда кто-то начинает работать с продуктами или с услугами, независимо от того, является ли он непосредственным клиентом или консультантом. Вы на него заполняете карточку. Запишите имя, адрес и номер телефона (домашний и рабочий, если ему туда можно позвонить). Запишите также все особенности и личные данные: имя супруга (и), имена детей, возможные особые интересы или внутренние особенности, которые Вы считаете важными.

В одном из разделов карточки запишите, что Вы узнали о том, что люди хотят или что им больше всего нравится в продукте или в бизнесе. Пишите кратко и точно. Пишите только важную информацию о человеке, который Вам может быть полезен.

КТО ЗНАЕТ, ЧТО КАЖДОГО ОЖИДАЕТ?

Как консультант Вы должны хорошо знать, что обычно чувствуют люди, когда они начинают использовать Ваш продукт или предлагать Вашу услугу. Если Вы сами только начинаете, то очень важно и для Вас знать это. Попросите Вашего спонсора также помочь Вам и сообщить, что Вас ожидает.

Если Вы, например, имеете дело с продуктами питания или средствами для похудения, то большинство клиентов начинают ощущать или распознавать преимущества продукта только спустя несколько дней. Поэтому для Вас целесообразно проявить о них заботу именно тогда, когда они начинают видеть их отличие от других продуктов.

При этом Вы получите целый ряд непосредственных преимуществ. Во-первых, Ваши клиенты чувствуют себя комфортно, если они знают, что Вы лично интересуетесь тем, как у них идут дела. Они увидят, как сильно Вы о них заботитесь - и это всегда срабатывает.

Кроме того, это факт, что люди всегда приобретают и позитивный и негативный опыт. Если Вы сразу показываете, что Вы заботитесь о Ваших клиентах и цените их, то Вы заботитесь тем самым о том, чтобы исполнились все позитивные ожидания Ваших клиентов. Это обеспечивает прекрасный старт для Вашего продукта.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВАШУ ОРГАНИЗАЦИОННУЮ СИСТЕМУ

Сегодня, скажем, 19-е число такого-то месяца и сегодня вечером Вы подвели Мэри к тому, что она должна начать использовать Ваш продукт. Вы знаете по опыту, что большинство людей ощущает преимущества продукта спустя два-три дня. Карточку Мэри, которую Вы ранее заполнили. Вы с 19-го числа переставляете на 22-е число - на три дня позже.

Утром 22-го числа первое, что Вы должны сделать, садясь за свой письменный стол, это открыть ящик картотеки и вынуть все карточки, стоящие под 22-м числом.

Вот и менеджер в ящике! Теперь наберите номер телефона Мэри (он записан на карточке) и спросите: “Как у тебя идут дела?” Вы сразу узнаете одно из двух: или она еще не начала использовать Ваш продукт, или она уже его использует. Если она еще не начала использовать продукт, Вы можете ее ободрить, чтобы она начала это делать. Содействуйте реализации позитивных ожиданий.

“Мэри, совершенно ничего нельзя ожидать, пока не попробуешь. Дружище! Ты себя прекрасно почувствуешь!”

Вы можете предложить ей различные возможности того, как начать использовать продукт. Попробуйте увязать это с какой-то выгодой или какой-то сферой ее жизни, которая в самом деле ей очень по душе. Вы записали ее особенности в информационном разделе ее карточки. Если она начала работать с продуктом, то ее ответ на Ваш вопрос “Как идут дела?” скажет Вам об этом. Если это так, то проверьте, все ли ей ясно, во всем ли она разобралась.

ПРЕИМУЩЕСТВА, ПРЕИМУЩЕСТВА. ПРЕИМУЩЕСТВА

Если она еще не увидела никакого преимущества, то теперь как раз самое время, чтобы Вы назвали ей одно из преимуществ, которое поможет ее порадовать. Не рассказывайте ей всех технических подробностей о продукте. Расскажите ей историю о Вас или о ком-то другом, это будет самое правильное для нее и пробудит ее любопытство к тому, что именно Вы сами от нее хотите.

“Мэри, я знаю, как сильно ты интересуешься тем-то и тем-то (эту информацию Вы возьмете из ее карточки). Моя знакомая Шерон, которая тоже этим занимается, начала использовать продукт две недели назад, и вчера она мне рассказала, что...”

Завершите это предложение какой-либо подлинной историей о ком-то, кто уже достиг тех успехов, которых хотелось бы достичь Мэри, и лучше всего расскажите о ком-то, с кем можно идентифицировать Мэри. Например, о том, кто, как и Мэри, любит работать в саду, а теперь проводит там еще больше времени, просто потому, что отлично себя чувствует и ощущает еще больший прилив сил.

Если речь идет об услуге, как, например, о предоставлении скидки на телефон для дедовых целей, то Вы можете рассказать, что миссис такая-то совершает теперь еще больше сделок. Она не чувствует больше себя неловко, если ей нужно вести необходимые разговоры по телефону. При обслуживании старой телефонной фирмой такие разговоры были просто слишком дорогим удовольствием.

Постарайтесь, чтобы рассказываемая Вами история перекликалась бы со стилем жизни и с особыми преимуществами, важными для Вашего клиента.

КАК ОБСТОИТ ДЕЛО С НЕГАТИВНЫМИ РЕАКЦИЯМИ?

В начале приема нового продукта, предназначенного для улучшения здоровья, иногда люди чувствуют себя ХУЖЕ, прежде чем наступит улучшение. Это вполне обычное явление, которое объясняется совершенно просто. Но Ваш клиент все-таки, возможно, беспокоится и даже пытается, отказаться от продукта, если Вы ему вовремя не поможете. Если Вы позвоните в подходящий момент, то сможете успокоить клиента, рассказав ему, что его организм освобождается от шлаков, а после того, как Вы дадите ему понять, что с ним происходит; он почувствует себя уверенней.

ИСПОЛЬЗОВАТЬ ШАНС

Это относится не только к клиентам и продуктам, но хорошо подходит для решения проблем, связанных с консультантами и бизнесом.

Если Вы звоните, чтобы узнать как идут дела у Вашего нового сотрудника, то Вы узнаете, начал ли он свою работу, что он делает, есть ли у него проблемы и так далее, и в этом случае Вы сможете использовать Вашу картотеку.

Возможно, Вы должны еще раз указать Вашему сотруднику на его цели. Если они записаны у Вас в карточке на этого сотрудника, то тогда все легко. Как и в случае с использованием продукта, в данном случае Вам тоже не надо вдаваться в технические детали плана маркетинга. Используйте различные истории и рассказывайте о своем личном опыте, чтобы наглядно представить отдельные пункты.

“Ты знаешь, Мэри, у меня тогда то же самое получилось, когда я начинал. Мне об этом сказал мой спонсор, и, боже мой, наверное, в этом есть много общего”.

В этом примере, как и во многих других. Вам не надо приводить технические подробности - просто расскажите о Вашем опыте.

Первые дни и недели - трудное время для клиентов и новых консультантов. К сожалению, не каждый, с кем они вступают в контакт, поддержит то, что они делают. Если Вы найдете время, для того чтобы

продолжать помогать и поддерживать их, а также дать им понять, что Вы всегда на месте и что Вы заботитесь о них, то может произойти решительная перемена. Вы видите, как могут быть исключительно важны эти телефонные звонки с предложением помощи?

Какой интервал времени считать слишком большим для таких звонков? Ждать месяцы - это слишком долго.

А какой интервал времени был бы слишком коротким? Звонить раньше, чем через два-три дня - это слишком рано для случая прямых продаж. В зависимости от вида Вашего продукта или Вашей услуги такие звонки должны делаться лучше всего с периодичностью от одного раза в три дня до одного раза в неделю.

А как обстоят дела со звонками Вашим новым серьезным сотрудникам? Я предлагаю делать такие звонки ежедневно!

Я испытал целый ряд различных методик и установил, что лучше и продуктивней всего, поддерживать связь ежедневно. Это позволит Вам руководить людьми, позволит Вам помочь им выполнить их договоренности и справиться с делами прежде, чем они превратятся в проблемы. Это содействует также появлению новых шансов.

Одна из лучших возможностей, определить, насколько серьезно относится к делу Ваш новый сотрудник, это определить, звонит ли ОН ВАМ. Вы должны, возможно, приложить все силы к тому, чтобы достичь договоренности о том, чтобы ОН звонил ВАМ каждый день.

СОБИРАЙТЕ КАЖДУЮ ИСТОРИЮ, КОТОРУЮ ВЫ СЛЫШИТЕ

Как сделать так, чтобы у Вас всегда наготове были ПОДХОДЯЩИЕ истории в НУЖНОЕ время для НУЖНЫХ клиентов или новых сотрудников?

С самого первого дня занятия бизнесом заведите специальный ящик для историй. Вы можете отвести для историй часть карточного ящика или завести совершите новый отдельный ящик. Этот ящик представляет собой собрание всех историй, которые Вы услышите во время встреч и от других консультантов о Ваших продуктах и о шансах Вашего бизнеса.

Возьмите себе в привычку присутствовать на каждом собрании, при каждой встрече, где только возможно. Подходите к людям с сердечной улыбкой и дружески подавайте руку. Сначала представьтесь, затем спросите, каков опыт Вашего собеседника в бизнесе, и внимательно слушайте его историю. Спросите, как его имя, чем он зарабатывает себе на жизнь, кто познакомил его с продуктом или с бизнесом, что именно он использует, какие преимущества он при этом видит и так далее. Каждый раз, когда Вы присутствуете на одном из таких собраний, Вы должны по меньшей мере унести с собой от трех до шести новых историй для Вашего ящика истории.

Не будьте слишком критичными, что касается качества или возможной степени интереса данной истории. Какая-либо история, которая лично для Вас неинтересна, может быть именно тем, что надо для кого-то другого. Снабдите все истории соответствующим индексом, который основан на описании (в одном или двух словах) достоинств этой истории или описании группы людей, к которой относится эта история. Вы не поверите, как быстро и без труда Вы заполните Ваш ящик великолепными волнующими историями. Причем Вы никогда не сможете сказать, что Вам хватит их собирать.

В случае, если у Вас их накопится так много, что Ваш архив их просто не будет вмещать, то посылайте их мне. Я люблю эти истории. Я никогда не перестану собирать эти прекрасные истории!

СТАНЬТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ РАССКАЗЧИКОМ ИСТОРИЙ

Не пытайтесь, пожалуйста, стать экспертом по Вашему продукту. Не пытайтесь также стать экспертом по маркетингу. Если Вы непременно хотите стать экспертом, то станьте им в деле собирания и рассказывания историй.

Вы знаете, кто является наиболее удачливыми сотрудниками в Сетевом маркетинге? Это профессионалы в рассказывании историй. Самые лучшие продавцы, самые лучшие преподаватели и самые удачные руководители - все они выдающиеся рассказчики. И самое прекрасное, чем отличается рассказывание историй - это абсолютная простота повторения! Каждый из нас ВСЮ ЖИЗНЬ слушает и рассказывает истории!

Помните, 95% людей не интересуется фактами. А те 5%, которые ими интересуются, будут Вам сразу задавать конкретные деловые вопросы. Ответьте на них, сделайте то, что они от Вас хотят. И помните, что эти люди тоже хотят познакомиться и узнать о тех преимуществах, которые могут дать им продукты или шанс заняться бизнесом. А каким образом лучше всего передавать дальше эти преимущества? Правильно, расскажите одну из историй.

ЗАБОТА: СЛЕДУЮЩАЯ ДАТА ТЕЛЕФОННОГО ЗВОНКА

Позаботьтесь о том, чтобы при каждом телефонном разговоре Вы договорились, что через два-три дня Вы вновь созвонитесь, чтобы узнать, как идут дела, и в любом случае запишите эту дату.

“Мэри, я рад, что у тебя дела идут хорошо. Это просто отлично! Ты согласна, если я через два-три дня, скажем, в пятницу или в субботу, снова позвоню? В какой из дней это сделать лучше?”

Подумайте о том, что лучше всего предоставить выбор ей, когда именно Вам позвонить, кроме того, это хороший способ помешать ей

начать раздумывать над чем-то.

Как только Вы закончите разговор, то запишите результаты разговора на карточке Мэри: сделайте специальную заметку о той истории, которую Вы ей рассказали, и поставьте карточку на 25-ое или 26-ое число, в зависимости от того, на какое число Вы договорились.

Когда наступит 25-е или 26-е число, то у Вас будет, вероятно, три или четыре карточки с именами людей, которых Вы опекаете. На все это Вы потратите 20 или 30 минут или, самое большое, 45 минут. Призовите сами себя к порядку и проведите все эти телефонные звонки. Через две-три недели это войдет у Вас в привычку. И поверьте мне, это САМОЕ ПРОДУКТИВНОЕ время, которое Вы отдаете Вашему бизнесу.

Итак, Вы звоните Мэри и говорите: “Как идут дела у тебя?” Если она ВСЕ ЕЩЕ не добилась каких-либо явных и ощутимых результатов и не осознала преимуществ данного продукта (услуги или шанса участия в бизнесе), то что делаете Вы?

Вы рассказываете ей ЕЩЕ ОДНУ историю. На этот раз Вы рассказываете о ком-то другом. Потом Вы продолжаете звонить и рассказывать следующую историю, пока не произойдет одно из двух:

либо она совсем упадет духом и скажет “я прекращаю”, поскольку она не увидела никаких преимуществ, либо ОНА РАССКАЗЫВАЕТ ВАМ ИСТОРИЮ СВОЕГО УСПЕХА!

ИСКРА ШАНСА

Успех Мэри объясняется ее верой. Эта система основана на том, что она дает прямой непосредственный опыт убедиться в ценности продукта или самого бизнеса. Вера действует здесь как искра или пламя, которое разжигает желание узнать и испытать еще больше. Вы можете работать над этой искрой и постепенно превращать ее в огонь! Знаете, что еще? У Вас появилась еще одна прекрасная история для Вашего собрания историй.

При наличии такой системы опеки и заботы о Ваших клиентах и сотрудниках ВЫ ОТЛИЧАЕТЕСЬ от всех других, продающих! В самом деле, подумайте об этом.

Что случилось ПОСЛЕ ТОГО, как Вы в последний раз что-то купили: автомобиль, мебель, одежду, еду, что угодно? Разве кто-нибудь позвонил и спросил: “Как у Вас идут дела? Как Вам понравился автомобиль, кушетка или кексы?” Я могу поспорить, что таких звонков было очень немного. А те немногие, которые сделали это, без сомнения, хотели, чтобы Вы ощутили это как нечто особенное, а Вы, вероятно, так и подумали, что это • нечто совершенно необычное.

Забота о клиентах и сотрудниках очень эффективная методика! При этом Вы вступаетесь за Ваш продукт, за Вашего клиента или нового консультанта. Вы будете считаться интересующимся и ответственным

человеком. Друзья, Вы знаете, что это означает? Это ставит Вас в разряд исключения. Вы - это один на миллион. И когда-нибудь это сделает Вас миллионером. В самом деле? Я хочу так думать.

ВЫ СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДУКТАМ ПИТАНИЯ?

Мне бы хотелось привести один отрывок из статьи, которую я написал для учебного пособия по нашему бизнесу “Успех в многоуровневом маркетинге”, эта статья высоко оценена. В ней идет речь об одном важном вопросе и о той ловушке, в которую неизбежно попадают многие люди в нашем бизнесе.

Это, конечно, совершенно естественно. Вы начинаете использовать продукт, который в положительном смысле, меняет Вашу жизнь, а Ваше врожденное любопытство влечет Вас к тому, чтобы узнать еще больше.

Как действует продукт? Почему организм реагирует одним или другим образом? Как мы можем определить, когда мы в самом деле здоровы, а когда нет? Как мы дошли до такого состояния? Что представляет собой отдельные добавки в продукте и на что они действуют? Как они получены? Из чего изготовлены? Возможна ли передозировка? Что является активной составляющей продукта? Каково место продукта в соответствии с градацией науки о питании? Есть ли другие продукты, действующие аналогичным образом? Какие научные исследования проведены по данному продукту? Какая независимая лаборатория провела испытания продукта?

Знаете ли Вы, что наука о питании является одной из самых молодых научных дисциплин? вспомните-ка, когда Вы впервые услышали о микроэлементах, о волокнах или холестерине? Пять или десять лет тому назад? Я хочу поспорить, что не раньше.

В самом деле, специалисты по питанию как с научными степенями, так и без, посвятившие свою жизнь изучению связи между питанием и здоровьем, почти каждый день открывают новые данные. Эти новые данные часто доказывают, что ранее приводившиеся данные или мнения относительно питания были ложными.

Можно также сказать, что в настоящее время знание о питании является делом мнения каждого. Каждый имеет право защищать свое мнение. Разговаривайте с Вашим потенциальным участником о питании, широко откройте дверь для возможных дебатов, вместо того чтобы просто односторонне передавать ему свое воодушевление.

Если мы постоянно все больше и больше приобретаем знаний о питании, то можно сказать, что все, что мы восприняли нашими глазами и ушами, - все снова выходит через наш рот. То есть, тем больше мы сами выдаем так называемых фактов. А это НЕ ПРОБУЖДАЕТ у людей интереса или желания испытать какой-либо

продукт, а особенно продукт питания.

Кроме того, знать массу фактов - это все равно, что быть самым быстрым стрелком дикого Запада. Всегда найдется тот, кто еще быстрее. ВСЕГДА найдется тот, кто знает еще больше фактов. Если Вы пытаетесь продавать продукт или предлагать участие в бизнесе с помощью фактов, рано или поздно появится тот, кто располагает большим количеством лучших фактов.

В любом случае, получайте информацию. Конечно, желание расширять знания и понимание питания и здоровья будут расти, и Вы, конечно, будете иметь дело со все большим и большим объемом знаний.

Может быть, это наиважнейший принцип: оставлять другим свободное пространство, с тем чтобы их естественное желание смогло расти в соответствии с их собственными представлениями о времени. В результате их воодушевление сохранится и не будет заменено чрезмерным упором на факты или цифры.

Маркетинг состоит из признаков и преимуществ. Признаки поддерживают преимущества. Люди покупают не признаки, а преимущества. Они хотят знать, КАКИЕ ВЫГОДЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ИМ этот продукт

Кроме того, о чем лучше всего сообщать - о признаках или преимуществах? И что проще всего поддается повторению и воспроизведению?

“Расскажите историю”. Это имеют в виду успешные деятели сетевого маркетинга, когда говорят: “чем больше Вы рассказываете - тем больше Вы продаете”.

В следующей главе мы рассмотрим организацию встречи.

Глава IX.

ВАШ БИЗНЕС НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ

Пойдемте на встречу... БОЛЬШУЮ ВСТРЕЧУ. На грандиозную самопрезентацию Вашего бизнеса. Ее цель состоит в том, чтобы держать мотор Вашей фирмы в состоянии полной готовности. Такая встреча действует как трансформатор, который резко повышает энергию движения к успеху каждого участника в равной степени, включая Вас, Ваших потенциальных клиентов и компаньонов, новых консультантов и “старых волков”. Далее речь идет об одной из таких встреч...

Наблюдали ли Вы когда-нибудь, находясь на борту самолета, как пассажиры туристического класса пытаются хоть одним глазком заглянуть в первый класс? Мне доставляет большое удовольствие наблюдать за людьми в этот момент. Там ведь и трава зеленей. Первый класс - это что-то особенное.

ПЕРВЫМ КЛАССОМ

Первым классом в Вашей фирме Сетевого маркетинга является “большое деловое собрание”. Это большая встреча раз в неделю, два или три раза в месяц, на которую каждый приходит в хорошем виде и с еще лучшей готовностью слушать, и рассказывает всем остальным о своем успехе.

Подобные деловые собрания могут проводить вместе все сотрудники Сетевого маркетинга Вашей фирмы в Вашем непосредственном окружении. При этом не играет никакой роли, если в этой встрече принимает участие ряд различных организаций нижнего уровня. Чем больше - тем лучше. Пятьдесят человек - вполне нормально. Сто и более человек - великолепно! Совместные действия создают и поддерживают подъем, я еще вернусь в этой главе к вопросу о движущей силе совместных действий.

Участвовать в деловой встрече - это все равно, что быть членом одного из элитарных клубов. Это что-то особенное. Это как первый класс.

Поскольку Вы, конечно, уже провели Вашу свою “родную” презентацию для Вашего потенциального участника, я уверен, что он уже начал использовать Ваш продукт или услугу. Я также уверен, что Вы показываете ему, что очень заботитесь о нем, постоянно проявляя необходимое внимание. Теперь, когда он медленно начинает ощущать преимущества продукта или услуги, он, возможно, начинает испытывать и некоторое любопытство по отношению к самой фирме.

Итак, теперь самое время расширить его маленькое и ограниченное представление и предоставить ему более обширный вид. Это “возможность путешествовать первым классом”. Об этом идет речь на деловом собрании (презентации).

ПОЧЕМУ ДЕЛОВОЕ СОБРАНИЕ?

Позвольте мне вначале поставить вопрос. Деловые собрания необходимы? Я утверждаю, что ДА. Почему? Потому что они что-то дают! Они действуют, однако, особым образом, и то, что в результате таких встреч получается, делает их исключительно эффективными.

Я наблюдал фирмы, которые используют концепцию делового собрания, так и фирмы, которые не делают этого. Те фирмы, которые используют эту форму, добиваются более крупных успехов и быстрее развиваются, уходя в отрыв от тех фирм, которые не используют такой методики. Хорошая презентация возможностей придает Вашей фирме совершенно другое измерение и дает силу именно в тот момент, когда ей это наиболее необходимо - в начале.

Хотя в данной главе внешняя форма делового собрания приведена в совершенно традиционном виде (отель, служащие, регистрация, работа), не держитесь только этой формы. В настоящее время есть, например, новые технологии, которые позволяют фирме Сетевого маркетинга и консультантам принимать все элементы хорошего делового совещания и передавать их по телефону! Наглядным примером могут быть дискуссии на конференциях. А недавно я услышал такое, что меня просто ошеломило!

Один друг дал мне номер телефона и сказал, что я должен по нему позвонить. В условленное время я так и сделал. Телефонист приветствовал меня и сказал, чтобы я немного подождал и послушал музыку, а разговор начнется через две минуты.

Теперь я могу честно признаться, что я с трудом вытерпел эту музыку. Все остальное было выдающимся и интересным, но без музыки было бы лучше! Я бы с большим удовольствием послушал бы в течение этих двух минут какие-либо справочные данные о фирме, или поговорил бы о нашей напряженной отрасли бизнеса, но эта музыка с магнитофонной ленты... Во всяком случае, через две-три минуты я, как и было обещано, услышал следующее:

“Хэлло! Добро пожаловать на такую-то по счету деловую презентацию бизнеса. Я в таком восторге от этого продукта и от фантастической возможности, предоставляемой здесь для участия в бизнесе. Это прекрасно, что Вы дарите нам две-три минуты и Вы сами сможете узнать, что несет с собой эта прекрасная встреча. За все годы, что я работаю в Сетевом маркетинге, я никогда не испытывал ничего подобного! Знаете ли Вы, собственно, сколько людей сегодня подключены? Свыше тысячи людей по всем США и в Канаде! Разве

это не великолепно!? Итак, начнем!”

“Боб в Сан-Диего, Вы меня слышите?” - “Хэлло, Джон, я готов, и с нетерпением жду, когда начнется!”

“Салли во Флориде, Вы на линии?” - “Конечно, Джон, это прекрасно, что я снова здесь”.

“Дэвид в Нью-Йорке, Вы нас слышите?” - “Хэлло, Джон, что будет сегодня?”...

Итак, разговор продолжался.

Пять человек - все новые консультанты, которые только несколько месяцев назад начали заниматься бизнесом, а также президент фирмы вместе приняли участие в конференции по телефону. Она широко велась в форме, которую я представлю в этой главе. Это было удивительно! Все наиболее важное было сказано, на все главные вопросы были получены ответы. В результате предстала картина взрывного роста, полная напряженного внимания и воодушевления, и касающаяся как продуктов и фирмы, так и бизнеса в целом. Люди рассказывали свои истории, которые были весьма интересны, информативны и увлекательны. Это было просто прекрасно! Я действительно был поражен! 1000 людей, рассеянных по всей Северной Америке, удобно сидели на своих стульях и диванах у себя дома и принимали участие в деловом собрании фирмы. Были отдельные группы консультантов, которые собирались вокруг телефона в доме кого-либо из говоривших, и после окончания двадцатиминутного разговора устраивали свои собственные небольшие встречи с обсуждением результатов.

Популярность и эффективность конференции по телефону как раз в этой сфере бизнеса подготовили почву и проложили путь для телевизионных шоу, передаваемых через спутниковые системы. Фирмы и руководство этих фирм производят свои собственные шоу-программы, имеющие феноменальный успех. Некоторые из этих шоу-программ передаются даже в прямом эфире, так что зрители могут звонить и задавать вопросы. Джон Нейсбитт оказался прав: высокие технологии и высокая степень общения (контакта) между людьми - неразрывно связанные вещи. Будущее уже началось!

То, к чему я клоню, заключается в следующем: структура делового собрания может быть совершенно различной. Я покажу Вам эту структуру на примере одной классической встречи в отеле. Во всем моем описании обратите внимание, однако, на то, что Вы можете использовать основные принципы таких встреч по Вашему усмотрению.

Теперь рассмотрим, что же может способствовать проведению презентации.

ВООДУШЕВЛЕНИЕ И СОМНЕНИЯ

Что испытывает каждый, кто только начинает ощущать преимущества продукта или услуги вместе с совершенно новоиспеченным консультантом?

1. чистое воодушевление и
2. необходимую долю сомнения, которую мы все имеем, когда начинаем что-то новое.

Это абсолютно естественно. Билл говорит мне: “Джон, я в таком восторге от этих продуктов и от этого бизнеса”. Я говорю: “Билл, все пойдет совершенно замечательно”. Билл думает: “Да, но... Что будет, если ... Смогу ли я?”... И так далее.

Презентация бизнеса может полностью рассеять все сомнения начального периода.

Я действительно силен в проведении “надежных стартовых программ” и не знаю лучшего способа, чтобы содействовать уверенному и сильному старту новых консультантов, чем проведение таких деловых встреч. И потенциальный клиент или компаньон, которому все еще присущ менталитет туристического класса в отношении предоставленной возможности участия в бизнесе, сможет с помощью такой презентации расширить свое представление о нашем бизнесе до уровня “первого класса”.

КОМУ ПРЕДНАЗНАЧЕНА ПРЕЗЕНТАЦИЯ?

Презентация предназначена потенциальным клиентам и компаньонам каждого, а также новым консультантам! Можно считать вполне нормальным, если во время презентации потенциальный сотрудник впервые имеет дело с продуктом и с возможностью участия в бизнесе.

Хотя каждый из участников извлекает для себя что-то полезное, цель презентации - дать возможность Вашим гостям (потенциальным участникам и новым консультантам) впервые свободно затянуть в фантастический мир этого бизнеса.

Презентация - это формальное (официальное) введение в фирму и в сеть.

Они знакомятся с другими людьми, которые как и они являются новичками в отрасли и как раз только начинают. Они встретят опытных и добившихся успеха консультантов, они больше узнают о фирме и о том, какие возможности она предоставляет. Самое главное, однако, состоит в том, что они получают собственный непосредственный опыт общения с увлекательной, сильной профессиональной организацией, к которой они могут и должны присоединиться.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЗДАЕТ БЛАГОПРИЯТНУЮ ОБСТАНОВКУ

По этой причине эти презентации так подходят для Ваших потенциальных клиентов и компаньонов. Вы показываете и рассказываете Вашим сотрудникам, что все возможности, о которых Вы говорили во время своей презентации, реальны и в самом деле осуществимы.

Фирма действительно существует. Продукты и услуги действительно существуют и функционируют. И есть десятки, даже сотни и тысячи людей, как и они сами, которые с успехом занимаются этим бизнесом. Они узнают, что все это подлинное, поскольку во время презентации они смогли лично познакомиться с некоторыми из этих людей.

Презентация делает осязаемым еще нечто, а именно: знание того, что они не одиноки! Поверьте мне, что это одно из самых больших сомнений, которое испытывает каждый потенциальный участник и каждый новый консультант. Они оглядываются вокруг и видят всех этих благополучных людей и новичков, но будучи, однако, уверенными в том, что это возможно - иметь успех в бизнесе - они никак не могут в это поверить!

Интересен тот факт, что люди, начинающие работать в Сетевом маркетинге, имеют два противоположных желания. Они хотят поскорей начать, поскольку знают: “Чей черед, тот и будет”. Однако, с другой стороны, они хотят иметь надежное дело, которое, как уже убедились другие, функционирует. Хорошая презентация дает как воодушевление относительно многообещающего шанса оказаться на первом уровне, так и вселяет уверенность в дело, участие в котором многих людей уже с успехом оправдало себя.

ЭЛЕМЕНТЫ ХОРОШЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Хорошая презентация - это фактически произведение искусства. Каждая из них уникальна сама по себе, а также уникальна в отношении продуктов и самой фирмы. Организация презентаций требует определенных усилий по созданию и проведению сетевой работы. Все консультанты и руководители собираются в определенном месте, чтобы предпринять эти усилия. Поскольку каждый работает в рамках сети, то проведение презентации - это вопрос сотрудничества, а не конкуренции. Не возникает никаких проблем, кто состоит в чьей организации или кто стоит на нижнем уровне. Презентация - это дело семейное. Большая закулисная работа, необходимая для проведения презентации, распределяется между всеми группами консультантов в данной области.

Я предлагаю, чтобы ответственность передавалась руководством

отдела продаж всем по очереди. Таким образом, каждая группа принимает участие в различных этапах презентации и вносит свой вклад в ее организацию и проведение. Это помогает также каждому при обучении ею людей. В ходе этой главы я расскажу об отдельных видах деятельности по подготовке и проведению презентаций. Далее несколько основополагающих вопросов, которые должны быть частью любой презентации.

ПОДХОДЯЩЕЕ МЕСТО ВСТРЕЧИ

Прежде всего презентация проводится в отеле или каком-либо известном помещении, предназначенном для общественных мероприятий. Такие деловые встречи не должны проводиться дома, в гаражах или других свободных помещениях любого характера. При определенных условиях может подойти зал, где обычно проходят церковные мероприятия. Решающее требование состоит в том, что место должно сразу вызывать чувство душевного комфорта и нести в себе атмосферу успеха. Безусловно подойдет известное разумно выбранное место для проведения больших мероприятий в хорошем районе парковой зоны.

Если отель велик, то позаботьтесь о том, чтобы кто-то встречал Ваших гостей в вестибюле и показывал им, где происходит встреча. Не полагайтесь на таблички или указатели в отеле. Конечно, нет ничего хуже, чем заблудиться в отеле и бродить по нему в поисках места, где находится конференц-зал. В случае необходимости Вы должны проводить людей в зал.

РЕГИСТРАЦИЯ

Следующий вопрос - это место проведения и организация регистрации. Лучше всего поставьте стол для этой цели вне пределов зала. Иногда это невозможно, но я думаю, что так было бы лучше.

Здесь Вы официально приветствуете Ваших гостей. Посадите за стол регистрации самых приветливых и вежливых сотрудников. Найдите людей, обладающих самой обаятельной улыбкой и самой приятной манерой поведения. Помните о том, насколько важно первое впечатление. Посадите туда тех, кто в первую очередь должны знакомиться с Вашими гостями.

ЗНАЧКИ С ИМЕНЕМ НЕОБХОДИМЫ

Многие люди плохо запоминают имена. Именные значки разгрузят память каждого участника и создадут атмосферу раскованности. Я предлагаю использовать значки с разноцветными

краями. Так, Ваши гости получают значки одного цвета, а “старые волки” - другого.

Объясните людям цветовую схему в тот момент, когда Вы заполняете их цветовой Именной значок. Теперь они будут знать, что они правильно обращаются к тем людям, которым хотят задать вопрос или что-то сказать. Система с разноцветными именными значками помогает также опытным консультантам, когда они представляются Вашим гостям. А когда пять или шесть человек подходят к кому-то и говорят:

“Хэлло, меня зовут так-то, прекрасно, что Вы здесь” - люди чувствуют, что им здесь рады, они чувствуют себя раскованно, у них складывается хорошее впечатление.

ЗНАКОМЬТЕСЬ КАК МОЖНО С БОЛЬШИМ ЧИСЛОМ ЛЮДЕЙ

Поставьте перед собой задачу - поговорить при проведении презентации с каждым гостем. Узнайте, как он или она прибыли на встречу, какие продукты они испытали и как эти продукты им понравились. Попросите их рассказать о том, что они ожидают от бизнеса. При этом не только Вашим гостям будет интересно, но это и для Вас хорошая возможность собрать новые данные об опыте других и, в любом случае, пополнить Ваше собрание историй.

ОБЩИЙ ВИД И ЗВУКИ

Я придаю большое значение музыке при проведении презентаций - и даже при проведении учебных занятий. Музыка создает правильный тон (неумышленная игра слов) и придает особый подъем всему происходящему.

Выберите что-то энергичное, жизнеутверждающее. Не берите каких-либо экзотических или слишком своеобразных произведений. Выберите музыку, которая благоприятно действует на людей и как бы приглашает их прийти в зал: окрыляющую, положительно действующую и вселяющую надежду музыку. Не делайте очень громким звук, постарайтесь, чтобы музыка не заглушала разговоры людей.

Я был в Торонто, в Канаде, на одном семинаре. Несколько руководителей привели меня в один прекрасный ресторан с круговым обзором (на 360°) и видом на весь вечерний город. И хотя многие гости были уже на месте, было как-то тихо. Я это не сразу заметил, но потом понял, что мы чувствовали себя довольно скованно. Вы знаете, конечно, такую атмосферу: приглушенные голоса, расслабленность, почти полное отсутствие энергии. Внезапно я увидел, что люди встали, начали рассказывать, их голоса стали громче. Наша группа тоже оживилась. Энергетика помещения полностью изменилась. Я подумал, уж не

добавили ли нам что-то в вино, и когда официантка подошла к нам, я спросил ее, что же случилось. Она ответила: “О! Они включили музыку. Это всегда так, как только включается музыка”.

ДЕМОНСТРАЦИЯ ПРОДУКТА

Устройте в зале презентацию Вашего продукта в хорошем оформлении. Выберите наиболее инициативных и творческих консультантов и поручите им разработать и изготовить это оформление. Я имею в виду, не просто поставить пару бутылок на столе, а сделать настоящую хорошую выставку! Как натюрморт. Есть много небольших и недорогих вещей, которые Вы можете использовать, чтобы оформить стол для действительно соответствующей презентации продукта. Используйте небольшие деревянные подставки или обтянутый материалом картон, чтобы можно было выставить продукты на столе на разной высоте. Вы можете использовать недорогие рамки или небольшие настольные подставки, чтобы выставить различные каталоги фирм, цитаты довольных клиентов, интересные таблицы или графики и тому подобное.

Вы можете использовать также некоторые элементы реквизита. Например, для демонстрации продукта питания можно использовать такие элементы, как пшеничные колосья, свежие овощи и т.д. Для презентации продукта по поддержанию диеты можно использовать фотографии “До” и “После”, сантиметр и напольные весы и т.д.

Используйте Вашу фантазию и придумайте что-то особенное. То внимание, которое Вы уделите презентации Вашего продукта, окупится во многих отношениях. Тот факт, что продукт будет высоко оценен и создастся целая группа людей, высоко ценящих Ваш продукт, - это лишь два момента из этих аспектов.

СТУЛЬЯ. МЕНЬШЕ ОЗНАЧАЕТ БОЛЬШЕ.

В первую очередь позаботьтесь о том, чтобы Вам каждый подтвердил, прибудет ли он и сколько гостей он возьмет с собой. Поставьте меньшее количество стульев, чем число ожидаемых людей. Запасные стулья аккуратно сложите сзади и поручите кому-либо по мере увеличения числа прибывающих участников выставлять новые стулья.

Вид пустых стульев создает впечатление, что презентация плохо посещается, вне зависимости от того, сколько людей на самом деле здесь находится. Если постоянно будут подносить новые стулья, то люди подумают: “Боже мой, тут будет происходить что-то интересное!”

НАЧАЛО ПРЕЗЕНТАЦИИ

Прежде всего начинайте вовремя и оканчивайте точно по времени. Это признак профессиональности. В этом случае все Ваши сотрудники смогут выполнить свои договоренности, а Вы должны с уважением отнестись к старанию Ваших гостей прибыть в точное время. Я предлагаю 45 минут для официальной части презентации как оптимальную продолжительность. Голова может воспринимать что-то, пока сохраняется усидчивость. Итак, максимум не более одного часа! Можно, однако, много сделать до и после официальной части презентации. Подумайте о том, что я уже сказал: Вы должны до презентации постараться поговорить как можно с большим количеством людей. Это позволит гостям освоиться и создать положительный настрой в ожидании оратора и самой встречи. После презентации сообщите Вашим гостям, что люди готовы ответить на вопросы и поговорить об опыте работы в бизнесе. Это также хорошая возможность для того, чтобы лучше познакомиться, это дает время Вашим потенциальным клиентам и сотрудникам заполнить их заявления, купить продукты или записаться на учебные занятия.

ПЕРВЫЙ ВЫСТУПАЮЩИЙ

Тщательно подберите его. Вам нужен человек с сильной личной энергией и воодушевлением. Нужен человек, к которому люди с самого начала почувствуют расположение. Это вовсе не должен быть самый знаменитый и самый умный человек-звезда Вашей сетевой системы. Было бы даже хорошо, чтобы он был новым консультантом. В таком случае Вашим гостям будет легче себя с ним идентифицировать. Некоторые люди как раз предлагают для этой роли своих “суперстар” (сверхзвезд). Я полагаю, что это скорее отпугнет людей, а не ободрит. Первый оратор представляется и всех приветствует. Он сразу начинает с восторженного изображения сетевого маркетинга. Он со всей ясностью доводит до сознания каждого в этом зале, что это за фантастический бизнес. Что это - примета будущего, что это - ведущая форма предпринимательства XXI столетия, и как они могут присоединиться к бизнесу сегодня!

Раздел “Ваше введение” содержит много ценной информации о нашей индустрии, которую Вы здесь можете использовать. В действительности мне хотелось бы, чтобы была хорошая книга, в которой бы было дано объяснение концепций и принципов нашего бизнеса, и из которой люди могли бы отчетливо узнать, какие необыкновенные возможности ожидают их в сетевом маркетинге. Это был бы прекрасный источник для консультантов, особенно в ходе их презентаций, а также в данной части деловой презентации бизнеса.

Теперь Вы направляете этот вызов мне. Вы говорите: “Хорошо,

Джон, но если у Вас есть эта прекрасная идея и Вы считаете, что такая книга действительно необходима и настолько важна, то напишите ее”.

Ну, хорошо, ничего не могу сказать против. Принимаю предложение! Об этом будет идти речь в моей следующей книге. Просто написанная книга для широкой массы людей, которая обратит внимание всего мира на Сетевой маркетинг. Прекрасная идея. Благодарю!

Теперь, после того как выступающий привлек внимание и интерес людей к бизнесу, он сразу наглядно рассказывает о своем опыте, полученном при обращении с продуктом и в самом бизнесе. Кратко и приятно - действительно симпатичная, радостная и убедительная история успеха. Затем оратор продолжает свое выступление, перейдя к следующим трем вопросам, к которым он заранее подготовился при составлении своей речи.

ФИРМА, ПРОДУКТ И БИЗНЕС

Сначала выступающий рассказывает о самой фирме. Попросите его сделать общий краткий обзор с упором на стратегию фирмы и достигнутый ею успех. Избегайте любых деталей и рассказывайте истории, когда это возможно. Скажите о росте фирмы, о количестве новых прибавившихся консультантов и т.д. Постарайтесь дать картину сильной, успешной, явно очень хорошо руководимой и постоянно растущей фирмы.

Следующий этап выступления: продукты или услуги. И вновь не вдавайтесь в детали продукта или в технические подробности. Это должен быть только краткий обзор. Лучше всего рассказать собственную историю или одну-две хорошо знакомых истории (здесь опять пригодится Ваш ящик с собранием историй). Покажите, если это возможно. Ваш продукт. Как и в первой части выступления при рассказе о фирме, проведите и эту часть презентации живо и эффективно - прекрасные продукты, которые действительно что-то дают людям.

Затем перейдите к профессиональным возможностям. Еще раз подчеркните, дайте обзорную характеристику и продолжите придерживаться личного опыта. Попросите выступающего сказать о том, как он (она) начинал и что произошло за это время. Попросите его (ее) рассказать о своих планах на будущее. Дайте возможность публике отметить, насколько они воодушевлены, как они уже создают и расширяют свой бизнес, и насколько кажется само собой разумеющимся, что выступающий добился успеха и уже ведет дело с большим размахом!

Предоставьте выступающему возможность использовать доску - или даже две. Это делает все сказанное нагляднее и помогает оратору сосредоточиться на том, как с воодушевлением и подъемом рассказать об отдельных пунктах или вопросах. Это также удачный способ,

позволяющий оратору использовать написанные лозунги или ключевые слова, не прибегая к листочкам и запискам.

Расскажите об обеспечении начального периода и покажите публике все преимущества, которые получает человек, становясь консультантом. Скажите, что консультант получает продукты по оптовым ценам, он получает актуальную информацию от фирмы, он получает материалы в поддержку проведения продаж, а также имеет другие ощутимые привилегии, предназначенные консультантам. И еще раз подчеркните: “Показывайте и рассказывайте”. Расскажите о начальных инвестициях и переходите к краткому изложению плана маркетинга сначала и до уровня разделения. Не вдавайтесь в детали. Большинство планов маркетинга и получения доходов слишком сложны, чтобы их можно было понять за столь короткое время.

Есть какие-либо вопросы? Ну, конечно. Итак, у Вашего гостя сложилось довольно позитивное представление о фирме, продуктах и шансе участия в бизнесе. У него возникли также некоторые вопросы. Очень важные вопросы. Если быть точным, то пять основных вопросов. Вот они:

1. Является ли этот бизнес простым?
2. Понравится ли он мне?
3. Могу ли я при этом заработать деньги?
4. Получу ли я при этом помощь?
5. Подходящий ли сейчас момент для меня, чтобы присоединиться к этому бизнесу?

Ответы на эти вопросы являются ключом к тому, чтобы превратить гостя в сотрудника, а также чтобы обеспечить стремительный старт для каждого Вашего нового консультанта. Это главная цель презентации.

Итак, как Вы должны дать правильные ответы на эти вопросы? “Большое спасибо за вопрос. Пусть выйдет на сцену кто-нибудь из тех людей, которые заняты в этом бизнесе уже пять-десять лет и зарабатывают до \$20000 в месяц, и который скажет: “Посмотрите на меня”.

Большинство гостей лишь с большим трудом могли бы идентифицировать себя с этим “суперстар” (сверхзвездой). Это вопрос отношения.

Двадцать тысяч долларов в месяц - это четверть миллиона долларов в год. Как отнесется тот, кому потребуется, вероятно, десять лет, чтобы заработать столько денег, к возможности получить такую сумму за один год? На этой стадии его знакомства с Сетевым маркетингом - никак! Что подумает человек, который рассчитывает лишь на возможность подработать при частичной занятости в бизнесе, и который испытывает растущий страх перед всем, а именно, в частности, перед выступлением на публике, да еще если ему придется столкнуться с таким опытным профессионалом, целиком посвятившим себя этому бизнесу и являющимся, кроме того, отточенным блестящим

супероратором? - “Я - нет, я никогда так не смогу”.

Как уже было сказано, есть более подходящие места, где опытные руководители продаж могут сыграть большую роль. При проведении презентаций я охотней ввожу их в действие совсем в конце или даже после официальной части встречи. На людей производит большое впечатление, когда их отводят в сторону и говорят: “Как Вы относитесь к тому, чтобы познакомиться с миссис (такой-то)? Она входит в первую десятку сотрудников всей фирмы и будет одним из Ваших руководителей?”

ИГРАЙТЕ ТУШ ДЛЯ СРЕДНЕГО ЧЕЛОВЕКА

А теперь оратор говорит примерно следующее: “Дорогие слушатели! Теперь я все рассказал Вам о фирме, продуктах и возможностях бизнеса, и мне хотелось бы, чтобы Вы послушали также некоторых из наших новых людей, которые, как и Вы, лишь недавно - несколько недель или месяцев - начали заниматься этим бизнесом. Мне бы хотелось, чтобы они Вам рассказали, как им удалось создать свою организацию. Подойдите и расскажите нам об этом”.

Первый оратор превращается теперь в регулировщика движения. Люди выходят на сцену, рассказывают свои краткие одно-двухминутные истории успеха и, улыбаясь, садятся на свои места. Эти люди уже подучили образование. Поэтому Вы будете уверены, что будут даны ответы на все пять ключевых вопросов. Постарайтесь смешать этих людей, чтобы выступали люди различных типов, разного роста и с разной фигурой, с различным складом мыслей и различным образом действий внутри Вашей отрасли бизнеса и т.д. Важным является то, чтобы они с их историями ответили на пять ключевых вопросов.

ПОДЛИННЫЕ ИСТОРИИ И ОБУЧЕНИЕ

Я не хочу, однако, этим сказать, что люди должны придумывать эти истории. С фальшивыми историями дело не пойдет. Кроме того, нет ничего более убедительного, чем правда, а в этом бизнесе так много историй достижения успеха, что нет никакой необходимости что-то придумывать. Я хочу этим сказать, что людей, которые будут выступать с сообщениями, Вы должны подготовить в том отношении, чтобы они в любом случае ответили на все пять ключевых вопросов. Это необходимо.

“Хэлло, меня зовут Норман Нормал и я рад присутствовать на этой встрече. Два месяца назад я начал заниматься тем-то и тем-то. Я испытал продукты, произошло то-то и то-то, и я восхищен.

Затем я вступил в сетевую группу Натали, которая просто великолепна. Натали показала мне, как все функционирует. Она помогла мне отправить мой договор (контракт) и составить мой первый

заказ. Затем она пришла со мной на мою первую презентацию, я провел две продажи и стал спонсором одного консультанта! Это было прекрасно. Я едва мог в это поверить, я никогда раньше ничего не продавал!

Мне это очень нравится. Я работаю восемь часов в неделю, а в этом месяце мое вознаграждение и моя прибыль от прямых продаж позволила мне внести мой частичный платеж за “автомобиль в рассрочку” и приобрести мобильный телефон, о котором я мечтал больше года! Все так любезны со мной. Это просто отлично! Вы должны тоже прямо здесь принять участие в этом, Друг мой! Если я могу, то и Вы тоже сможете!”

И Норман Нормал сходит со сцены и оказывается в кругу довольных, радостных аплодирующих людей! Никогда не забывайте об аплодисментах. Независимо от того, сколько раз Вы уже слушали Нормана или кого-то другого. Уделите внимание каждому и выразите признание, которого он заслуживает. Для него это чрезвычайно важно, но еще важнее это для Ваших гостей. И если у Вас на этой неделе нет гостей, то, высказав Норману должное признание, перенесите его энергичное выступление на следующую неделю, когда у Вас, возможно, соберутся пятеро гостей.

Я ТОЖЕ МОГУ ЭТО

Этот вопрос очень простой - и очень далеко идущий! Вы хотите, чтобы Ваши гости сказали себе: “Если он или она это могут, то я, конечно, тоже это смогу”. А если некоторые из Ваших выступающих консультантов громко это скажут; то еще лучше.

ПОСМОТРИМ. ЧТО ВАШИ ГОСТИ ЗДЕСЬ УВИДЕЛИ И УСЛЫШАЛИ.

Они увидели и слышали Нормана и знают теперь, что все очень просто и можно работать с удовольствием; Норман за первую неделю провел две продажи и спонсировал своего первого консультанта. Они знают теперь, что получают необходимую помощь, поскольку Норман рассказал, что Натали ему помогала, и что все должно быть просто прекрасно! Они знают теперь, что смогут зарабатывать деньги. Признание Нормана в том, что это позволило ему оплатить свой взнос за автомобиль и приобрести мобильный телефон, сделало этот вывод особенно очевидным.

И последний вопрос: “Подходящий ли сейчас момент для меня, чтобы присоединиться к этому бизнесу?” Норман дал уже и на него хороший ответ. “Это просто отлично. Вы должны прямо сейчас принять участие. Друг мой! Если я это могу, Вы тоже это сможете!” Эти слова показывают, что время всегда подходящее для того, чтобы

присоединиться к бизнесу и начать, если только есть желание. И если на презентации прозвучит целый ряд историй успеха людей, которые начали действовать в этом бизнесе две-три недели или несколько месяцев назад, то это и означает, что любой момент является подходящим, чтобы начать!

После того как в общей сложности истекнут 45 минут, оратор говорит: “Это было великолепно. Большое спасибо всем! Это была официальная часть нашей презентации. Вы можете еще остаться и с удовольствием побеседовать. В Вашем распоряжении будут сотрудники, которые ответят на Ваши вопросы. У нас есть бланки заявлений и все необходимое для начального периода всем, кто бы хотел уже сегодня начать свой бизнес с нами”.

В любом случае сообщите, пожалуйста, о сроке проведения следующей презентации. Назовите также сроки проведения других специальных мероприятий, особенно следующих занятий для новых консультантов. Призовите людей к участию. Сообщите им, что это прекрасная возможность сделать хороший старт. Если они не хотят, то сообщите им, что они могут встретиться со своим спонсором и провести отдельные индивидуальные занятия.

Попросите оратора завершить встречу следующими словами:

“Еще раз большое спасибо, что Вы пришли. Мы Вас очень ценим и, прошу Вас, постарайтесь в любом случае получить ответы на все Ваши вопросы. Приятного вечера!” Вновь включите музыку.

Дайте Вашему потенциальному участнику бланк заявления и помогите ему в начальной стадии. Теперь самое время познакомить Ваших новых консультантов с некоторыми более успешными и опытными руководителями, присутствующими на презентации. Это показывает признание Вашего нового делового партнера и укрепляет его (ее) в правильности принятого решения.

ВРЕМЯИДАТЫ

Для проведения деловых презентаций лучше всего подходят вторник, среда или четверг. Самое лучшее время начала - 19.30 вечера, а время открытия - 19.00 часов.

Я обычно провожу занятия для новых консультантов в субботу в первой половине дня, и если презентация происходит в четверг, то остается лишь несколько дней, прежде чем они закончат обучение.

Если Ваша группа небольшая, то Вы можете рассмотреть вопрос о том, чтобы провести занятия для новых консультантов сразу после презентации. Сделайте 15-минутный перерыв и начинайте.

Занятия можно провести примерно за два - самое большое за два с половиной часа. В любом случае объявите, что сразу после встречи будут проведены занятия для новых консультантов. Хотя при этом придется и задержаться, но зато будет обеспечен быстрый и мощный старт для новых сотрудников.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СИНЕРГЕТИКУ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЖИГАТЕЛЬНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Крупные мероприятия имеют одно большое преимущество перед небольшими приватными встречами. Это преимущество называется - синергия. Синергия - это математическое понятие, которое означает, что уникальная способность целого больше, чем уникальная способность суммы отдельных частей этого целого. Футуролог Бакминстер Фуллер внедрил эту концепцию в сознание человеческого общества и нашел для ее объяснения следующую формулу. (Пожалуйста, наберитесь терпения и внимательно все прочтите. Если Вы это поймете, то у Вас в руках будет эффективнейшее средство в области создания сетевых систем.)

Возьмите число людей, присутствующих на встрече, и умножьте это число на такое же число или число присутствующих людей в квадрате. Из полученного числа вычтите число участников. Затем полученный результат разделите на два и Вы получите общее число связей между всеми присутствующими.

Например: если Вы проводите встречу дома и в ней участвуют пять человек, то этот расчет выглядит так:

5 (число людей) $\times 5 = 25 - 5$ (число людей) $= 20 : 2 = 10$ - число связей между всеми присутствующими. Даже если присутствуют пять человек, могут быть установлены 10 различных связей между ними. Теперь предположим, что во встрече участвуют 60 человек, и посмотрим сколько синергетических связей они вместе образуют:

$$60 \times 60 = 3600 - 60 = 3540 : 2 = 1770.$$

Это составляет одну тысячу семьсот семьдесят возможных связей на одной встрече!

А если все эти связи все вместе несут в себе свойство огромного воодушевления по отношению к продуктам, уверенности и лояльности по отношению к фирме, а также часть устремления и взаимную поддержку, то какая энергия скапливается в этом случае в помещении к концу этой презентации? Огромная движущая сила? Конечно!

Синергия - это тайна большой силы в сетевом маркетинге. Она объясняет, каким образом организация, насчитывающая лишь 1000 сотрудниц и сотрудников, может достичь результатов, для достижения которых в обычном случае потребовалось бы полмиллиона человек. Вы можете использовать силу синергии в любой области Вашего бизнеса (в особенности во время динамичных и продуктивных презентациях!). Что ж, пришло время узнать, что же это за программа тренинга для новых консультантов.

Вы готовы? Отлично!

Глава X

ОБУЧЕНИЕ НОВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Все отдельные элементы, которые мы обсудили - цели и задачи, системы мышления и разведка, презентации и возражения, заботы о новых клиентах и партнерах и проведение презентаций бизнеса, - все это части эффективной системы обучения, которая призвана дать необходимый импульс Вашей успешной сетевой маркетинговой фирме. При чтении предстоящей главы у Вас, вероятно, будет много прекрасных “переживаний-открытий”. Теперь наступил момент объединить все эти отдельные элементы в единую всеобъемлющую программу обучения для новых консультантов, которая принесет успех каждому в Вашей общей организации сетевого маркетинга.

Как Вы знаете, я придерживаюсь мнения (и оно оказалось реалистичным), что общение - это то, что гарантирует Ваш успех в этом бизнесе. А поя успехом я подразумеваю настоящую и стабильную личную и финансовую свободу.

А знаете ли Вы, что гарантирует хорошее обучение? Хороший танец. Вы удивлены? Позвольте мне объяснить.

Танцуете ли Вы в Датском Королевском балете или у Дана и Долорес в Датском Королевском Диско-ансамбле, что выделяет Вашу манеру танца, что заставляет людей стоять и аплодировать. Это - хореография.

Хореография означает, что каждый шаг или каждое движение совпадает с музыкой и плавно переходят одно в другое. Отдельные шаги - это Ваша техника. Слить все это в единый непрерывный, динамичный поток - это Ваша хореография.

ОБУЧЕНИЕ ХОРЕОГРАФИИ

Если Вы владеете правильной хореографией для Вашей программы обучения, то Ваши новые сотрудники, буквально скользят от одного шага к следующему. В такой программе нет ничего статического или скачкообразного; она создает значительный стимул к успеху, поскольку каждый шаг строится на другом и ведет к следующему.

Вы начинаете с определения их целей и смысла. Научите их разжигать огонь воодушевления и энергии, чтобы добиться успехов. Затем проведите их по всем шагам: 1-2-3-4-5: разведка и исследования, презентации, возражения, помощь новым клиентам и партнерам, презентация бизнеса и обучение их собственных новых консультантов.

Каждый из этих “шагов” плавно переходит в следующий. И

каждый шаг - это практический опыт. Ваши новые консультанты составляют свои собственные списки потенциальных участников, проводят презентации и оказывают помощь своим собственным сотрудникам, приводят с собой гостей на презентации бизнеса и начинают обучать своих собственных новых консультантов.

Вы учитесь быть успешным консультантом, в то время как они становятся успешными консультантами. Этот принцип обучения делом намного эффективней, чем если бы они где-то часами сидели, в то время как кто-то им объяснял, как это делается. Если Ваши новые консультанты закончили первый цикл обучения, то они в состоянии обучать своих собственных новых консультантов. В этом своеобразии данного принципа. Вы не только научили людей основам работы в этом бизнесе, но и научили их умению учить других с тем, чтобы и другие люди могли работать в этом бизнесе.

Мы можем также говорить “о зарплате во время обучения”! Отлично!

ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР ВРЕМЕНИ

Хорошая хореография при проведении программы обучения во многом зависит от выбора времени. Вспомните, что презентация бизнеса проводится во вторник, в среду или четверг вечером. Если вы работали не с маленькой группой и начальную стадию обучения новых консультантов уже провели сразу после презентации (в тот же вечер), то наилучшее время для начала программы обучения в субботу утром. Поэтому я чаще всего придерживаюсь проведения презентаций в четверг - остается наименьший интервал времени до начала программы обучения в субботу.

СОЗДАТЬ ПРАВИЛЬНУЮ ОСНОВУ

Самый лучший совет, который я могу Вам дать: *Как только Ваш потенциальный партнер принимает решение стать новым консультантом, дайте ему или ей один экземпляр Этой книги.* Пусть это будет Вашим первым действием в качестве спонсора, и попросите Вашего нового партнера по бизнесу прочесть раздел “Ваше введение” и первые две главы прежде, чем Вы начнете с ним “вытанцовывать” Вашу формальную программу обучения.

Подумайте о том, насколько важны системы мышления и веры. Они создают определенный контекст к содержанию Вашей системы обучения и для Вашего отношения к Вашему новому консультанту. Поэтому столь важно прочитать эти главы. Это создаст определенную основу для Вашей программы обучения.

В разделе “Ваше введение” и в первых двух главах впечатляющим образом раскрыты основы их нового предприятия. Они помогут им

влюбиться в Сетевой маркетинг и осознать их шанс в том, что с помощью этого бизнеса они смогут сделать и иметь все, а также стать тем, о чем они мечтали в жизни. Попросите их прочитать раздел “Ваше введение” и первые две главы и сделать письменные упражнения. При этом они смогут определить их собственные цели и задачи, а также научиться включать свое воодушевление, используя четыре движущие силы: силу воображения, нерушимую веру, знание и образование, а также поддерживающее их окружение. Если только Ваш новый консультант осознал явную связь между его (ее) целями и тем, что работа в Сетевом маркетинге поможет ему (ей) их осуществить, то считайте, что у Вас есть еще один новый партнер! Теперь он созрел для того, чтобы научиться основам этого бизнеса. И время, которое вы теперь оба затратите, будет намного продуктивней и эффективней для Вас обоих!

Поговорите с ними, если возможно, (хотя бы по телефону), чтобы продумать их цели и намерения до начала формальной программы обучения. Это создает более тесную связь и улучшит отношения между Вами. Это позволит Вам лучше показать, что для них важно в их жизни и даст Вам возможность, оказать им более сильную и эффективную поддержку.

Теперь перейдем к формальной части Вашей программы обучения новых консультантов.

Новые консультанты нуждаются в обучении со стороны новых консультантов.

Я уже упоминал об этом в главе III, но это настолько важно, что мне бы хотелось это еще раз повторить. Для обучения новых консультантов нужно использовать новых консультантов. А почему бы Вам не попросить новых консультантов обучать новых консультантов? Если у Вас есть хорошая хореография для практической программы обучения, то это идеально. Слишком часто сотрудники хотят выбрать самых лучших и опытных старых “волков” для проведения обучения. Однако как и при проведении презентации бизнеса, следует отдать предпочтение успешному консультанту, который занят этим бизнесом несколько недель или месяцев.

Почему? Поскольку они с самого начала достоверней и убедительней, и что еще важнее - их легче копировать и их проще взять за образец! Они хотят, чтобы их учителя были наглядной моделью: воодушевленные жизнерадостные люди, у которых могут учиться другие. Они хотят также постоянно тренировать новых тренеров.

Если Ваша организация строится на том, чтобы растить в своих рядах тренеров, то такая организация будет быстро расти. Новые консультанты, обучающие новых консультантов, хорошие сильные тренеры, тренирующие тренеров и тренеры тренеров, и так до ведущих позиций...

Это эффективная сетевая система!

ПОДХОДЯЩЕЕ МЕСТО ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ НОВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Дома или в отеле. Оба варианта подходят. Позаботьтесь только об окружении, соответствующем профессиональным рабочим занятиям в течение двух-двух с половиной часов. Никаких домашних животных. Никаких детей.

Позаботьтесь о том, чтобы присутствовало несколько Ваших новых консультантов, которые уже имеют некоторый практический опыт по обучению новых консультантов. Они окажут Вам большую помощь при работе с вопросами и ответами, при поведении мозгового штурма, а также в рассказывании историй о том, как то или другое лучше всего функционирует. Вы можете также каждому из них поручить вести отдельные части программы обучения. Это очень хорошая методика для того, чтобы подготовить их к организации собственных учебных мероприятий.

РАБОЧИЕ ЛИСТКИ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ

Подготовьте заранее рассортированную стопку материала для раздачи каждому в отдельности. Добавьте также информационный материал и рабочие анкеты, которые Вы хотите обсудить. Примеры некоторых таких рабочих анкет приведены в конце главы.

Если Вы обсуждаете вопросы, по которым они должны делать заметки или что-то записывать, то, как я предлагаю. Вы должны заранее составить эти записи и на занятии раздать им по экземпляру копии; Нельзя, чтобы люди одновременно слушали, воспринимали, делали упражнения и принимали в чем-то участие. Посмотрите, не лучше ли, чтобы он внимательно слушали и целиком “были здесь” вместо того, чтобы отвлекаться, занимаясь подробными записями.

ПОКАЗЫВАТЬ И РАССКАЗЫВАТЬ

Я упоминал, что Ваша программа обучения должна быть приближена к практике. Без сомнения. Вы будете постоянно многое рассказывать Вашим людям. Но важно также, чтобы Вы каждый раз что-нибудь “показывали”.

Лучше всего Вам непосредственно вовлекать их в процесс. Поэтому я использую творческий мозговой штурм и игры с ролями при выполнении каждой учебной программы.

Поясняю это: когда в конце занятий участников просят заполнить опросный лист; то что, как Вы думаете большинство отвечает на вопрос, что им больше всего понравилось в занятиях? Правильно, угадали. Восемьдесят процентов и даже больше отвечают: “Игры с выполнением

ролей”.

Различные рабочие листки, о которых я говорю, помогают участникам непосредственно включаться в процесс обучения. Например, используйте игровые упражнения с выполнением ролей, когда Вы говорите о возражениях или о наиболее часто задаваемых вопросах относительно продукта или шанса участия в бизнесе. Прежде чем Вы назовете им преимущества продукта, попросите лучше их самих определить эти преимущества. Это является наиболее эффективной учебной методикой по трем причинам:

1. Они сделали это сами. Это дает им ощущение, что они самостоятельно пришли к этой идее.

2. Они работали вместе единой группой. Творческий мозговой штурм и игры с выполнением ролей - это существенные аспекты активной сетевой работы. Они знают теперь, что могут рассчитывать друг на друга, если речь идет о творческом потенциале или о поддержке.

3. Память улучшается во много раз. Если им просто раздать список, то они заучивают его с трудом. Если же они сами составляют список, то они намного лучше его запоминают.

ТРИ СТАДИИ ОБУЧЕНИЯ

Программа обучения новых консультантов состоит из трех частей: сначала мы обсуждаем системы мышления, затем - продукт и после этого - бизнес.

Рассмотрим ключевые моменты каждого из этих трех разделов. Я подготовил для Вас мини-перечень вопросов, которые Вы должны подготовить для каждой из этих стадий. Пожалуйста, вернитесь к каждой из предыдущих глав, чтобы получить подробные разъяснения по каждой специальной теме.

СТАДИЯ ПЕРВАЯ: системы мышления 15-20 минут
Контрольный список участников

Поработайте главы I, II и III

Подготовьте сообщения об успехах и доказательства

Пример - карты “богатств”

В главе III я говорил о системах мышления. А. Чехов сказал: “Человек подставляет собой то, во что он верит”. Как это правильно. Ваши новые консультанты должны верить в то, что они смогут справиться с этой работой и смогут сделать это с успехом.

Вспомните: когда мы говорили о презентации бизнеса, то отметили, что есть пять вопросов, на которые должен ответить каждый потенциальный партнер, прежде чем он (она) примет решение в пользу участия в этом бизнесе. Повторим еще раз эти вопросы:

1. Является ли этот бизнес простым?
2. Может ли он доставить мне удовольствие?
3. Могу ли я при этом заработать деньги?

4. Получу ли я при этом помощь и поддержку?

5. Является ли этот момент подходящим для меня, чтобы именно теперь начать заниматься бизнесом?

Хотя на презентации бизнеса Вы ответили на эти вопросы, Вы должны на первой стадии Ваших занятий для новых консультантов еще раз однозначно разъяснить эти вопросы. Если только возможно, то сделайте это с помощью сообщений о достижении успеха и доказательств. Поделитесь Вашим собственным опытом и ответьте на каждый из выше приведенных вопросов. Попросите некоторых опытных консультантов рассказать об их историях достижения успеха и их восторженном отношении к бизнесу. Это создаст у новых консультантов правильное позитивное отношение к этому бизнесу и покажет им, что они тоже добьются успеха. Во всяком случае, работая с каждым, убедитесь, что они придерживаются точки зрения и системы мышления людей типа Сиджи и Сьюзи - “Созидатели”.

Если кто-то готов, то попросите его показать его “карту богатств”, чтобы каждый смог убедиться в наглядной силе фотографий и изображений. Чтобы этот материал детально проработать, обратитесь опять к следующим разделам книги: “Ваше введение”; глава I, “Ваши цели и намерения”; глава II, “Четыре вида топлива”; и глава III, “Обучение: Ваш первый шаг”.

СТАДИЯ ВТОРАЯ: знания о продукте (45-60 минут)

Контрольный список участников

Проработайте главу IV

Подготовить диаграммы, таблицы, подставки, фломастеры

Продукты для презентации

Рабочие листки “Преимущества продукта”

Рабочие листки “Наиболее частые вопросы”

Проще говоря, Вы сами должны быть Вашим лучшим клиентом.

Еще раз продумайте, что я сказал относительно понятия воодушевление (энтузиазм). В этом заключен ключ.

Рабочий листок “Преимущества продукта или услуги”. Вы должны раздать в первую очередь. (Пример приведен в конце главы.) Теперь наступил момент провести мозговой штурм. Попросите Ваших новых консультантов (а также некоторых из “опытных” консультантов) назвать несколько преимуществ.

Подумайте о различии между признаками и преимуществами! Мы ищем результаты, которыми люди смогут воспользоваться с выгодой, и в данном случае нас вовсе не интересуют составные части или специальные подробности о продукте или услуге.

Напишите преимущества на доске. Отведите время; чтобы все смогли записать эти основные преимущества в свои рабочие листки. Если есть возможность, то отпечатайте и сразу же дайте новому консультанту отпечатанную копию.

Кто скорее всего воспользуется продуктом или услугой? (Эта часть рабочего листка “Преимущества продукта”.) Если в Ваших

занятиях будут участвовать люди совершенно различного склада, то они могут высказать совершенно удивительные идеи относительно того, кто скорее всего сможет оценить преимущества Вашего продукта или Вашей услуги. Я делаю это уже много лет и не перестаю удивляться, как много новых идей высказывается каждый раз. И при этом как быстро растет список возможных потенциальных клиентов.

Наиболее частые вопросы. Еще раз творческий мозговой шторм и еще один рабочий листок (пример приведен в конце главы). Напишите наиболее часто задаваемые вопросы на доске. Потом начните обсуждать каждый из них в отдельности, устраивая мозговой шторм по ответам на этот вопрос. Некоторые опытные сотрудники могут при этом помогать. Далее можно провести упражнения с игрой ролей, чтобы закрепить хорошо продуманные ответы. Эту игру с выполнением ролей Вы можете провести всей группой или разбив группу на команды.

В Сетевом маркетинге фирма играет еще большую роль, чем в традиционных областях бизнеса. Поэтому уделите немного времени, чтобы рассказать о фирме, ее основной стратегии и сотрудниках.

Не задерживайтесь долго на этой части программы. Большая часть необходимой информации содержится в документации, вручаемой консультанту.

Кратко обсудите этот вопрос и затем переходите к следующей стадии. Информация, необходимая для успешного проведения второй стадии Вашей программы обучения новых консультантов, содержится в главе IV - "Продукты".

СТАДИЯ ТРЕТЬЯ: Знания о бизнесе (1 час) Контрольный список участников

Проработайте главы с V по IX

Подготовьте диаграммы, таблицы, подставки, фломастеры

Рабочие листки "Потенциальные клиенты и партнеры"

Образец книги презентаций

Рабочие листки "Возражения"

Образец картотеки "Помощь новым клиентам и партнерам"

Календарь презентаций и учебных мероприятий. Задачи для проведения презентаций: кто мог бы участвовать.

Поиски и разведка. К тем материалам, которые Вы уже раздали, добавьте ряд рабочих листков "Перечень потенциальных клиентов и партнеров" (пример приведен в конце главы).

Научите их, как заполнять списки потенциальных участников, снабженные номерами телефонов. Если Вы определили срок для проведения учебных занятий, то попросите каждого нового консультанта принести с собой на занятия свою частную (личную) и рабочую записную книжку (адресную книжку). Попросите их составить длинный перечень потенциальных клиентов и партнеров, не делая при этом никаких поспешных выводов.

Приоритетные характеристики для списка потенциальных участников. Покажите им, как они должны для каждого человека в

этом списке определить одну из трех приоритетных характеристик:

1. Контактные энергичные люди;
2. Положительно настроенные люди;
3. Люди, добившиеся успеха.

Объясните им, почему они должны определить эти приоритеты с тем, чтобы они смогли в первую очередь вступить в контакт с теми потенциальными партнерами, которые с наибольшей вероятностью согласятся на участие в презентации.

Согласование сроков по телефону. Научите их, как пользоваться телефоном для согласования сроков (даты) встреч. Вспомните еще раз уже приводившиеся пять основных вопросов:

1. Благоприятен ли момент для разговора?
2. Передайте при разговоре Ваше воодушевление.
3. Сделайте комплимент Вашему потенциальному участнику.
4. Предложите гарантию фирмы.

5. Определите и осуществите цель Вашего звонка. В любом случае обсудите, как они должны работать с потенциальными участниками вне их сферы, используя гарантию возврата денег, предоставляемую фирмой, и другие условия продаж. Все эти вопросы рассмотрены в главе V - "Поиски золота".

Презентации. Начните с того, что покажите им различные книги презентаций, используемые Вашими консультантами. Объясните им, как книга презентаций поможет им шаг за шагом провести презентацию. Теперь самое время выбрать вечер, в который можно всем вместе потрудиться над составлением книг презентаций. Об этом говорится в главе VI - "Презентация Вашего бизнеса".

Возражения. Это достаточно эмоционально насыщенная тема. Начните с того, что разъясните им, что возражения - это "замаскированные вопросы". Объясните им, как они смогут эти камни преткновения превратить в прямой путь, если они выполняют следующие шесть шагов на этом пути:

1. Внимательно слушайте.
2. Станьте детективом - найдите скрытый вопрос.
3. Согласитесь и признайте возражение.
4. Согласитесь с собеседником - принцип "Чувство и результат".
5. Получите подтверждение.
6. Предоставьте им выбор.

Эти шесть шагов образуют сильную эффективную систему для того, чтобы углубить отношения с Вашим потенциальным участником и подвести его к тому, чтобы он сделал оптимальный выбор!

Используйте рабочий листок "Возражения" и проведите еще одно творческое занятие (образец рабочей анкеты приведен в конце главы). Людям нравится эта часть программы обучения, хотя они часто удивляются, как просто и интересно быть консультантом и отвечать на вопросы, скрытые в выдвигаемых возражениях. Вы читали об этом в главе VII - "Возражения".

Помощь и забота. Объясните им, как пользоваться картотекой. Покажите им образец такой карточки и объясните ее систему. Об этом рассказано в главе VIII - “Оставаться с мячом”.

Что теперь?

ВАШ БИЗНЕС НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ

Позаботьтесь о том, чтобы постоянно проводились презентации, с тем чтобы каждый мог привести с собой своего “свежего” потенциального партнера, чтобы склонить к участию в бизнесе. Как Вы слышали, необходимо, чтобы после каждой презентации постоянно проводили одиночные или групповые занятия для новых консультантов с тем, чтобы каждый мог начать сначала. (Если возможно, то раздайте каждому план предстоящих мероприятий.)

При такой системе работы (презентация с последующей программой обучения новых консультантов) Вы можете быстро и надежно создать сильную организацию сетевого маркетинга. Только испытайте ее сами, чтобы убедиться, насколько она эффективна!

КТО ХОТЕЛ БЫ УЧАСТВОВАТЬ?

Программа обучения новых консультантов дает хорошую возможность объяснить цель презентации, а также дает возможность новым сотрудникам принять активное участие.

Есть много возможностей участия консультантов в организации следующей презентации. То, что может сделать каждый - это рассказать свою историю. Это - важнейшая часть презентации и в ходе обучения Вы должны разъяснить новым консультантам, что в любом случае они должны ответить на пять ключевых вопросов, которые возникают в голове у каждого гостя. Вот еще раз эти вопросы:

1. Является ли этот бизнес простым?
2. Может ли он мне доставить удовольствие?
3. Могу ли я при этом зарабатывать деньги?
4. Получу ли я при этом помощь и поддержку?
5. Является ли данный момент подходящим, чтобы сейчас начать заниматься этим бизнесом?

Если Ваши новые консультанты расскажут свои истории и ответят на эти вопросы, то Ваша презентация явится сильным источником мотивации и энергии!

Необходимо проработать все, что обсуждается в главе IX - “Ваш бизнес в выставочной витрине”.

Боже мой! Как же много вопросов нужно обсудить в ходе программы обучения!

Вы все это, собственно, совершенно легко можете в продуктивном и достаточно напряженном темпе охватить в течение всего лишь двух

- двух с половиной часов! Для этого Вы должны все хорошо организовать и не позволять отклоняться от намеченной программы обучения, но я знаю, что Вам это под силу.

В течение первой недели работы новых консультантов, затратьте, по возможности, как можно больше времени на посещения первых презентаций Ваших новых консультантов. В следующей главе я подробнее остановлюсь на теме “Дублицирование”.

Фактом является то, что Вам не нужно будет проходить с ними эту программу обучения еще раз. Те принципы, которым Вы их в ходе такой программы научили, создали основу, которая настолько крепка и стабильна, что многие новые консультанты очень быстро начинают действовать самостоятельно. Вскоре Вы им не понадобится. Это как с детьми, которые закончили школу и уже стоят на своих ногах. Вы подготовили их к тому чтобы добиться успеха в реальной жизни.

ПОСЛЕДНИЙ ВОПРОС

Кто больше всего подходит, для того чтобы обучать нового консультанта? Каждый! Фактически это и должен сделать каждый.

Подумайте, что Сетевой маркетинг оставляет для нас больше личного и профессионального свободного пространства, чем любая другая система предпринимательства. Мы в самом деле заняты в свободном предпринимательстве.

Как говорят мудрые китайцы: “Две сущности - инь и янь - имеют две стороны: свою лицевую и обратную стороны. Чем больше лицевая сторона, тем больше и обратная сторона”. Лицевой стороной нашего необыкновенного бизнеса является свобода. Обратная сторона - это ответственность, сущностью ответственности является спонсирование.

Каждый спонсор - это учитель и инструктор, и каждый спонсор может организовать отличную программу обучения для новых консультантов. Это легко и доставляет удовольствие. И чем больше Вы будете посещать учебные мероприятия, тем больше Вы научитесь ценить то, что я Вам говорю.

Возьмите контрольный список участников для каждой стадии обучения, приведенной в этой главе, и проверьте. Если вы увидите, как много это обучение дает людям, как оно окрыляет людей и реализует то, что они всегда считали невозможным, и дает еще много другого, то значит, что они уже никогда не перестанут учиться и совершенствоваться. Поверьте мне. Я это знаю!

А теперь к бурному финишу - Дублицированию!

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА

рабочий листок

“Почему люди должны покупать и применять мои продукты?”
Используйте следующую анкету, чтобы определить признаки и преимущества Ваших продуктов. Люди должны услышать о преимуществах.

Продукт или набор продуктов _____

Какие преимущества получают люди? (Для чего они предназначены?) _____

Кто скорее всего будет их использовать? (Различные группы людей) _____

НАИБОЛЕЕ ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ рабочий листок

Вопрос _____

Ответ _____

Вопрос _____

Ответ _____

Вопрос _____

Ответ _____

Вопрос _____

Ответ _____

ВОЗРАЖЕНИЯ

рабочий листок

Возражение _____

Скрытый вопрос _____

Ответ _____

Подтверждение _____

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ

рабочий листок

Приоритет (А-В-С)	Комментарии
Имя	
Фамил.	
Адр.	
День ()	
Вечер ()	

Приоритет (А-В-С)	Комментарии
Имя	
Фамил.	
Адр.	
День ()	
Вечер ()	

Приоритет (А-В-С)	Комментарии
Имя	
Фамил.	
Адр.	
День ()	
Вечер ()	

Приоритет (А-В-С)	Комментарии
Имя	
Фамил.	
Адр.	
День ()	
Вечер ()	

Глава XI

ДУПЛИЦИРОВАНИЕ

Одной из основополагающих концепций сетевого маркетинга является дублирование. И причем из хороших побуждений. Дублирование обеспечивает настоящий и стабильный успех. Есть только одно но: оно имеет положительную и отрицательную стороны. В этой последней главе я представлю Вам положительную систему дублирования, с тем, чтобы Вы могли “удваивать” (дублировать) Ваши усилия по обучению, и с тем, чтобы та система, которую Вы создаете, была действительно необыкновенной фирмой сетевого маркетинга.

Итак, у Вас есть группа воодушевленных, только что обученных партнеров, которые ждут - не дождутся начать работать со своими списками потенциальных клиентов и партнеров. Прекрасно! Это волнующий момент. Теперь начнем! Как говорят на Бродвее: “Пришло время шоу!”

Однако прежде чем мы выйдем на сцену и насладимся заслуженными аплодисментами, мы должны сначала немного лучше узнать, что происходит за кулисами. Остановимся еще кратко на самом понятии “дублирование”.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ

В словаре слово “дублирование” определяется следующим образом: изготовление точной копии оригинала; что-то делать еще раз или повторять. Слово дублирование (duplicate) происходит от латинского duplicate, что означает “удваивать”. Вы слышали когда-нибудь о “концепции удвоения” в сетевом маркетинге? По большей части именно концепция удвоения объясняет, как происходит рост организации сетевого маркетинга. Вы - одни. Вы удваиваетесь и теперь Вас двое. Двое удваиваются, и получается четверо. Четверо превращаются в восемь, восемь - в шестнадцать. 16-32, 32-64, 64-128, 128-256, 512, 1024, 2048 и так далее. Таковы огромные возможности роста в системе сетевого маркетинга.

ПОЧЕМУ УДВАИВАЕТСЯ НЕ КАЖДЫЙ?

Потому что не каждый знает; что ключом к удвоению является другое родственное слово “дублировать”.

Единственный способ, который позволит Вам в количественном отношении использовать этот удваивающийся рост в Вашей сетевой

организации, а тем самым, я думаю, и цифры, каждый месяц стоящие в Вашей распечатке и в Вашем премиальном чеке, - это дублирование. Так же, как дублирование является ключом к построению постоянно растущей фирмы сетевого маркетинга, так и обучение является ключом к дублированию. Поэтому настоящая книга представляет собой учебник для тех, кто будет обучать.

ВОДЯНОЙ ГИАЦИНТ

Мне бы хотелось рассказать Вам одну очень поучительную историю о силе удвоения.

Есть плавучее водяное растение, которое называют “водяным гиацинтом”. Оно растет на поверхности озер и прудов в тропических странах.

Водяной гиацинт растет за счет удвоения. Оно удваивается каждый день. Из одного растения становится два. Из двух - четыре и т.д. Даже на больших реках или озерах при благоприятных условиях это растение может за тридцать дней покрыть всю водную гладь. Даже лодки не могут передвигаться. Водяной гиацинт растет так быстро, что просто превосходит все.

А теперь интересный момент. На 29-й день, лишь за один до того, как гладь озера может быть полностью покрыта, оказывается, что покрыта лишь половина поверхности!

Это действительно так. Пятьдесят процентов водной поверхности - вода, а другая половина - заполнена гиацинтами! Вспомните, с чего начался весь процесс: с маленького зеленого растения, которое не больше Вашей ладони! В этом - сила сетевого маркетинга.

Вначале можно с трудом представить, как велика будет переплетенная сеть растений в конечном счете. Если из двух получается четыре и из четырех - восемь, то в огромном озере, полном воды, это немного. Посмотрите-ка, однако, дальше - 1000 сотрудников, затем 2000, затем 4000... и подумайте о том, что за один день до того, как растения полностью должны покрыть поверхность водоема, озеро оказывается покрытым лишь наполовину. Странно, не правда ли?!

УДВОЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ В ОБЕ СТОРОНЫ

Удваиваться могут также и все отрицательные моменты точно так же, как и положительные. Простой вербовщик, который только носится везде и заключает с людьми договора, а затем предоставляет их самим себе, оставляя без поддержки и помощи, плохо обучает (или вовсе не обучает) очень хорошо дублирует себя. В результате создается организация, в которой все делается так, как делает он сам. Найти партнеров - заключить с ними договор - и забыть о них.

С другой стороны, спонсор, который чувствует себя

ответственным за тех сотрудников, которых он вербует, который их поддерживает, помогает им и обучает, - также хорошо “удваивается”. Как Вы видите, могут прекрасно “удваиваться” как положительные, так и отрицательные примеры. Как намерены Вы сами “удваиваться”?

ДУПЛИЦИРОВАНИЕ: СИЛА ХОРОШЕГО ПРИМЕРА

Чтобы добиться в сетевом маркетинге удвоения в его позитивном варианте, Вы должны стать хорошим примером для других.

Вспомните определение, приведенное в словаре: сделать точную копию оригинала.

Этим я вовсе не хочу сказать, что следует просто “копировать” хорошие примеры. Конечно, каждый человек неповторим и уникален. Это касается его ценностей, целей, способностей, характера и т.д. Одним из замечательных аспектов сетевого маркетинга как системы и структуры является его органическая способность предоставлять людям возможность выразить всю уникальность и индивидуальность своей жизни. Под этим я понимаю, что Вы выступаете в качестве примера системы и так будете вести бизнес, что люди смогут копировать Вас, чтобы трудиться над достижением собственного успеха.

Вы уже слышали выражение turn-key “под ключ”? Оно употребляется в бизнесе для описания имеющейся уже ситуации, когда Вам нужно только войти, повернуть ключ, и все будет делаться великолепно и само собой, т.е. все абсолютно готово - Вам остается только повернуть ключ. Этого Вы можете достичь и в Вашей сетевой организации, став примером для подражания, который смогут дублировать Ваши люди, чтобы создать их собственную организацию, лишь только повернув ключ.

И что же в этом случае является ключом? - Обучение новых консультантов.

ТРИ ВОЗМОЖНОСТИ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ

Вы можете работать по какой-либо специальности. Это делают большинство людей. Есть профессии, которые заполняют жизнь людей и одновременно являются доходными. Однако в действительности в большинстве случаев работа - это только работа - и Вы работаете исключительно ради работы! Вы делаете это только для того, чтобы оплачивать счета, и очень часто - это все, ради чего Вы работаете.

Но вы можете заставить деньги работать на себя. Это прекрасный способ зарабатывать деньги и он работает великолепно! В случае если Вы, скажем, имеете от 500 до 700 тыс. долл. в банке или в форме недвижимости, то Вы можете иметь ежемесячный доход от 5 до 10 тыс. долл. К сожалению однако, большинство людей не располагают такими счетами и состояниями. Но однажды, я уверен в этом, они будут

их иметь. Итак, что может стать теперь Вашей альтернативой? Вы можете других людей заставить работать на себя. Это и есть решение. Вы используете испытанные и проверенные методики достижения успеха и обучаете им других. Те, в свою очередь, вновь обучают других, следующие - опять других. Эта возможность зарабатывать деньги используется подавляющим большинством состоятельных людей во всем мире. Другое обозначение этой методики - принцип “остаточного дохода”.

Как сказал первый миллиардер нашей страны покойный великий Эндрю Карнеги: “Я лучше буду зарабатывать один процент в результате усилий 100 человек, чем 100 процентов в результате своих собственных усилий”.

Я считаю, что хорошо, когда у людей есть выбор. Какой из способов зарабатывать деньги подходит для Вас? Прекрасный выбор. Теперь пришло время, чтобы Вы научились “удваиваться” и заставлять других людей работать для Вас, в то время, когда они работают на самих себя.

НАУЧИТЬ ЛЮДЕЙ ЛОВИТЬ РЫБУ ИЛИ ЛЕТАТЬ КАК ОРЕЛ

Вы, наверное, знаете поговорку: “Если Вы дадите кому-то рыбу, то Вы дадите ему еду на один день. Если Вы научите его ловить рыбу, то Вы обеспечите его едой на всю жизнь”. Именно это мы и хотим сказать.

Вы хотите сразу внести ясность в Ваши отношения с Вашими новыми консультантами, чтобы они знали, что Вы научите их, как стать самостоятельными бизнесменами, а не зависимыми. Вот интересный пример из жизни, который разъясняет, как это происходит.

Орлица находит партнера на всю жизнь и начинает строить гнездо. Она начинает с крепких толстых палок и грязи, которую использует в качестве цемента для скрепления основания. Затем она вьет гнездо с помощью легких и мягких материалов, пока они не образуют удобное, мягкое и теплое место для ее яиц. Она кладет яйца, затем вылупливаются птенцы и она их кормит. У орлов бывает обычно один или два птенца.

Затем происходит нечто интересное. Орлица начинает постепенно выбрасывать из гнезда мягкий материал. Она выдергивает листья и мягкие перья и отбрасывает их в сторону, то есть гнездо становится более и более неудобным. Затем, когда она считает, что пришло время учить птенцов летать, она начинает их выталкивать из гнезда. Сначала она слегка их толкает. Затем легкие толчки становятся все сильнее. Если после нескольких сильных толчков молодой орел еще не понимает, то мать берет его и бросает из гнезда.

Когда он начинает падать, то в нем пробуждается инстинкт и он

летит. Если этого по какой-либо причине не происходит, то мать бросается вниз и подхватывает его, прежде чем он упадет на землю, летит с ним обратно в гнездо, и, отдохнув некоторое время, вновь бросает птенца вниз. Она делает так до тех пор, пока он сам не вылетит из гнезда!

Я клоню к тому, что если Вы хотите, чтобы Ваши новые консультанты летали как орлы, то, возможно. Вы должны их выбрасывать из гнезда.

СДЕЛАЙТЕ ИЗ НИХ КАК МОЖНО БЫСТРЕЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ БИЗНЕСМЕНОВ

Вы можете стать консультантом-звездой в этом бизнесе. Таких много. Мне же все-таки хотелось, чтобы Вы стали создателем звезд. Для этого необходимы две вещи: Вы должны научить Ваших сотрудников, как заниматься бизнесом, а также они должны суметь сами научить других людей участвовать в этом бизнесе.

КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?

Сначала сядьте вместе с Вашими новыми консультантами сразу после первого занятия и согласуйте определенное время, - скажем, три часа в будний день вечером или от трех до пяти часов в субботу после обеда. В это время они могут назначать встречи с важными потенциальными партнерами. Они могут проводить такие встречи дома у потенциальных партнеров или в другом подходящем месте.

Такие встречи длятся по одному часу в рамках оговоренного времени. Ваша задача состоит в том, чтобы помочь им согласовать сроки проведения первых встреч со списком потенциальных партнеров. Затем Вы сопровождаете их на эти встречи.

Пусть Ваш новый консультант представит Вас как независимого специалиста. И хотя это работа Вашего нового партнера, первые презентации проводите Вы.

Поскольку у Вас на каждый час одна встреча. Вы должны придерживаться определенного темпа. Если Вы убедили потенциальных клиентов Вашего нового консультанта использовать продукт, то просмотрите с новым консультантом карточки картотеки “Системы оказания помощи” и обяжите его регулярно звонить им. Вы можете дать ему указания, как делать эти звонки и помогать ему.

ЧТОБЫ СДЕЛАЛИ?

Вы подготовили Вашего нового консультанта, при этом Вы помогли ему получить прямых клиентов и позаботились о “быстром

старте” в его бизнесе. Очень хорошо выглядит также тот вариант, если Вы поддержали его при создании его сетевой организации, оказав также ему помощь в том, чтобы спонсировать его первых консультантов.

Поскольку Вы используете книгу презентаций, то Ваш новый консультант после первых трех-пяти встреч сможет самостоятельно вести презентации. Овладев всеми элементами программы обучения для новых консультантов, каждый из них имеет знания и опыт, необходимые для того, чтобы успешно работать. Вы видите, как эффективна эта система обучения? На четвертой, пятой или шестой презентации Вы присутствуете и говорите лишь в том случае, если в этом будет необходимость. Вы с самого начала подготовили самостоятельного партнера, который знает, как все делается. Копировать - это делать точную копию оригинала.

Три основания для эффективности этой системы:

1. Она невероятно быстрая. Вы не ждете, пока потенциальные клиенты и партнеры придут к Вам. Однажды Ваш новый консультант начал успешную многостороннюю карьеру.

2. Когда Вы занимаетесь потенциальным клиентом или партнером в качестве команды (вместе с Вашим новым консультантом), то тем самым Вы повышаете степень возможности успеха привлечения клиентов и других людей в бизнес - что важно для Вашего нового консультанта.

3. Вы научили Вашего нового консультанта также самому “удваиваться”.

Кроме того. Вы им не просто что-то рассказали. Вы им это показали. Они приобрели при этом непосредственный опыт. Все говорит о том, что в течение нескольких дней они делают с одним из потенциальных клиентов или партнеров то, чему как раз только что научились сами.

“Действуйте с успехом в многоуровневом маркетинге” - это прекрасная книга Тома Шрайтера “Большой Эл раскрывает свои секреты”, наглядно раскрывающая принцип работы командой, а также роль независимого эксперта. Том интересно и с юмором рассказывает о наиболее часто встречающихся страхах и неуверенности в себе многих новых консультантов в начальный период. Книгу весело читать, она результативна и своеобразна.

НАУЧИТЬ ПРЕПОДАВАТЬ

Далее следует проверенная программа, которая дает необыкновенные результаты!

Прежде всего, программа рассчитана на один месяц. Вы выбираете один вечер в неделю, скажем, во вторник, и проводите его у Вашего нового консультанта дома.

Позаботьтесь о том, чтобы Ваш новый консультант пригласил

от шести до восьми потенциальных участников. Ему придется не очень много работать в ходе встречи, он просто приветствует каждого и представляет им Вас. Это как большая презентация бизнеса но в маленьком масштабе, при проведении которой на первой неделе на Вашу долю приходится основная часть работы.

Представьте продукты и все материалы, которыми снабжают консультанта. Проводите это мероприятие так же, как и презентацию, и используйте при этом Вашу собственную книгу презентации. Все абсолютно непринужденно. Не занимайте всю квартиру Вашего нового консультанта. Проведите встречу за обеденным столом в столовой или за столом в одной из жилых комнат,

Вы показываете гостям продукт, при этом Вы сообщаете о преимуществах и Вашем опыте использования этого продукта. В этом месте Ваш новый консультант может сообщить об установленных преимуществах продукта и рассказать свою собственную историю. В процессе Вашего рассказа о преимуществах продукта или услуги, а также о работе фирмы в любом случае ответьте на пять ключевых вопросов: прост ли этот бизнес? Интересен ли он? Можно ли при этом заработать деньги? Помогут ли мне? Подходящий ли сейчас для меня момент, чтобы начать?

В конце встречи непременно скажите всем гостям, что через неделю в это же время Вы снова придете, и что на следующую встречу они вновь могут привести гостей - родных или друзей.

После встречи новый консультант берет на себя заботу о том, чтобы все потенциальные клиенты и партнеры получили хорошее обслуживание и остались довольны.

ВЫТАЛКИВАЙТЕ ИХ ИЗ ГНЕЗДА

Пусть в следующий раз Ваш новый консультант пригласит больше новых людей. И на этот раз он возьмет на себя часть презентации.

Попросите его делать записи, а первое задание записать на магнитофон с тем, чтобы он мог повторить то, что сделали Вы. Затем поручите ему часть или части презентации, в которых он чувствует себя более уверенно, и поручите ему провести их при второй встрече. Он может рассказать о фирме, продукте или услуге и т.д.

С каждой неделей Ваш новый консультант берет на себя все больше и больше частей презентации, а Вы делаете все меньше. К четвертой неделе Вы становитесь только специальным гостем. Ваш консультант и, возможно, один или несколько его новых сотрудников берут на себя проведение презентации.

ВЫБЕРИТЕ ПРИЕМЛЕМЫЙ ДЛЯ НИХ ТЕМП

Вне зависимости от того, сколько времени Вы отдадите Вашему бизнесу и фирме. Вы можете вполне использовать эти структуры дублирования и проведения презентаций и встреч дома. Схема этих мероприятий всегда одинакова, но она допускает большую гибкость.

Если Вы строите свой бизнес на частичном использовании своего времени, то Вы можете проводить одну или две такие встречи каждую неделю. Вы можете работать только с одним новым консультантом за один раз.

Работа в ускоренном темпе протекает так же. Только она ведется сразу с несколькими новыми консультантами и встречи устраиваются чаще.

Позвольте мне привести пример. Последний раз, когда я создал свою организацию, я очень быстро подошел к тому моменту, к которому я очень стремился, тогда моя организация резко выросла. Я был готов все сделать для этого и взять на себя все личные обязательства, которые для этого были необходимы.

Итак, я взялся за дело и в течение одной недели я спонсировал пятерых серьезных потенциальных партнеров. Затем я провел эту программу у консультантов дома, с каждым из них - четыре вечера в месяц, для меня - пять раз в неделю, чтобы по мере надобности поработать с другим консультантом при проведении презентации дома. В конце месяца я с этими пятью сотрудниками (партнерами) “Удвоился”, и они начали работать с их собственными новыми консультантами.

Сразу же после этого я спонсировал еще пятерых новых потенциальных партнеров и провел с ними ту же самую программу - обучил их, установил сроки встреч и провел презентации дома.

Я делал так в течение трех месяцев - девяносто дней. К концу этого краткого периода проходили десятки таких презентация по всему городу, но и мне не нужно было на них присутствовать! На презентации фирмы раз в месяц мои партнеры представляли мне их новых консультантов. Затем я начал проводить учебные мероприятия для передовых партнеров, на которых мы совершенствовали их методы проведения презентаций и научил их, как работать со все более растущими группами людей.

Я начал ездить и зондировать новые города. При этом я убедился в максимальном преимуществе этой системы.

Я почти на месяц покинул свою “главную штаб-квартиру” дома и создал свою фирму в другом месте. Вы, конечно, думаете, что за время моего отсутствия мой бизнес дома несколько пострадал. Напротив, он расширился! Я создал такую сильную организацию заинтересованных людей, которые знали, как следует обучать и тренировать новых сотрудников, что моя фирма и без меня все больше и больше росла. И в этом заключен ключ системы.

Два важных момента:

1. Я не прекратил спонсировать людей на первом уровне. Тем самым, моя структура выросла как в высоту, так и в ширину - и такой баланс обязательно необходим.

2. Это испытанный и на практике функционирующий метод, за счет которого Вы можете достичь как личной, так и финансов свободы.

Работаете ли Вы в бизнесе, частично используя свое рабочее время или, как я, отдавая ему все свое рабочее время, цель состоит в том, чтобы удваиваться, с тем, чтобы Вы имели других людей, которые для Вас зарабатывают деньги, независимо от того, участвуют ли они непосредственно в ежедневном или еженедельном бизнесе фирмы.

Если эта система удвоения однажды заработала, то поддерживайте сотрудников и сотрудниц в Вашей растущей организации, а также спонсируйте и тренируйте сами новых людей. Эти новые люди будут делать то же самое. Их новые люди и следующие новые люди -тоже и т.д.

И это важный момент не только данной главы, но и всей книги. Это решающий момент в каждом отдельном аспекте Вашей организации сетевого маркетинга.

ВСЬ ОТРЕЗОК ПУТИ

Если Вы сопровождаете Ваших людей на всем отрезке пути обучения, то можно гарантировать, что они смогут копировать Вас и воспроизвести Ваш пример.

Их способность научить этому других будет гарантирована. Их успех - стабильный, растущий будет гарантирован!

Профессиональный игрок редко идет на открытый риск. Он заключает хорошо продуманные пари, основанные только на сложившихся, к определенному моменту, шансах.

Обучение и тренировка дают в этом бизнесе следующее:

1. Они точно показывают Вам и Вашим новым консультантам каковы шансы.

2. Они настолько сильно влияют на шансы в Вашу пользу, что Вы и Ваши новые консультанты просто не можете не выигрывать снова и снова.

Важный момент: если у Вас есть новый консультант, который желает тратить время и деньги на эффективное обучение, то продумайте еще раз, насколько серьезно он настроен к занятию бизнесом. Ваше время стоит дорого. Поэтому посвятите его тем людям, которые сумеют это оценить.

СО СКОЛЬКИМИ ЛЮДЬМИ СЛЕДУЕТ ВМЕСТЕ РАБОТАТЬ?

Я бы сказал - с пятью людьми одновременно. Пять человек - это максимально.

Посмотрите на военных. Они годами учатся копировать, и звено подразделения редко состоит из более чем пяти человек. Это зависит от того, сколько времени Вы отдаете Вашей фирме. Больше времени - больше партнеров. Когда обучение пятерки завершено, Вы снова спонсируете еще пятерых, затем еще пятерых и так далее.

Не думайте однако ни секунды, что Вы должны непосредственно спонсировать сотни и сотни людей и каждого отдельного человека тренировать. Друзья мои, для этого не хватит жизни даже десяти людей!

Консультанты, которых я знаю и которые добились значительных успехов в этом бизнесе, спонсировали очень небольшое число людей.

Это так. Один из таких консультантов, который посвящает своей фирме часть своего рабочего времени, зарабатывает 60 тыс. долл. в год, ездит на “мерседесе”, предоставляемом фирмой, за два с половиной года проспонсировал 25 человек первого уровня! Он говорит: “Я интересуюсь только тем, чтобы спонсировать руководителей”.

Я знаю одного миллионера в сетевом маркетинге, который уже 15 лет в бизнесе и располагает огромной низкой организацией - он проспонсировал менее 100 человек. Это лишь десять процентов в год! Он видит в этом факте основу своего успеха.

Сетевой маркетинг выглядит, вероятно, как игра цифр. Это так и не так одновременно. Сетевой маркетинг - это игра “Качества связей”. Десять тренеров-звезд не заменить никаким золотом. Если они удвоятся и в каждой из их собственных организаций подготовят еще десять тренеров-звезд - то считайте, что 100 тренеров высшего класса работают для Вас!

ДОЙДИТЕ ДО КАЖДОГО

У меня есть требование к Вам. Я бы хотел, чтобы Ваш ежемесячный счет за телефон составлял от 500 до 1000 долл.! “Подождите, Каленч, Вы сошли с ума?!” Нисколько. Я бы хотел, чтобы у Вас был большой счет за телефон, который бы Вы без труда могли оплатить, ни секунды не задумываясь. Это - основа. В отличие от традиционного учения о сетевом маркетинге, я думаю, что можно и нужно спонсировать людей, находящихся на еще большем расстоянии.

Подумайте об этом. Как долго существует сетевой маркетинг? 50 лет назад было еще немного фирм.

Да, я знаю, подобные структуры уже были в традиционном предпринимательстве, в образовании и управлении. Но не было специальных фирм, которые базировались бы на принципах сетевого маркетинга, которые мы используем сегодня. Вы уже задавались

вопросом, почему?

Предшественниками современных фирм сетевого маркетинга были фирмы, которые организовывали бизнес прямо с клиентом. Как тот человек, который шел со щетками от двери к двери, или другие люди, занятые бизнесом прямых продаж. То, что вызвало к жизни систему сетевого маркетинга - это все-таки новые технологии.

После Второй мировой войны появился целый ряд различных новых технологий, которые изменили жизнь и труд американцев. Автомобиль, телефон, реактивные самолеты, копировальная техника - вот четыре из основных. Вы можете себе представить сетевой маркетинг без автомобиля, телефона, самолета или копировальной техники?

Обратите внимание, что я этим хочу сказать. Сетевой маркетинг существует благодаря успехам техники, которая каждому из нас даст возможность заниматься этим уникальным бизнесом.

Сотрудники сетевого маркетинга располагают сегодня всеми выдающимися техническими возможностями, которых вчера просто не было. Системы факсимильной связи, конференции по телефону, курьерская служба, радиотелефонная связь, видеомагнитофоны, кассетные магнитофоны и т.д. И все больше руководителей в этом бизнесе пользуются этой техникой. Персональный компьютер появился только примерно десять лет назад! Подумайте, что он изменил в этом бизнесе. Итак, в распоряжении современных сотрудников находятся все возможные и удивительные средства связи, чтобы обмениваться информацией, чтобы вести исследование и разведку, чтобы спонсировать и обучать людей больше, чем когда-либо прежде, и все это они могут осуществлять через очень большие расстояния.

БЫСТРО ПОВЫШЬТЕ КВАЛИФИКАЦИЮ ВАШИХ ЛЮДЕЙ

Я знаю некоторых руководителей продаж, которые в процессе обучения своих людей методам проведения разведки и исследования используют новейшие средства связи. В первую очередь, это аудиокассета, которая помогает распознать, являются ли люди подходящими потенциальными клиентами. После введения только одного или двух шагов эти потенциальные клиенты узнают что-то о специальной фирме, о продуктах или услугах. За счет этого консультант, когда он встречается с кем-то из них, разговаривает уже с подготовленным квалифицированным потенциальным клиентом или партнером.

Поскольку сами методы в профессиональном отношении и по своему исполнению те же самые, то я выступаю за каждую систему, которая дает заинтересованным сотрудникам преимущество при проведении разведки.

КЛЮЧ СИСТЕМЫ - ОБУЧЕНИЕ И ДУПЛИЦИРОВАНИЕ

Используя испытанные принципы и простые системы, которые я изложил Вам, Вы можете создать организацию в масштабе страны и даже всемирную организацию. Единственными границами являются ограничения соглашений о маркетинге Вашей фирмы.

Вести разведку и заботиться о новых партнерах и клиентах через большие расстояния - вполне возможно. Вы можете обучать людей, дублируя необходимый материал и, разъясняя им по телефону, что они должны делать и говорить. Вы можете использовать данную книгу. Вы можете посылать видео- и аудиокассеты. Есть возможность использования двусторонней групповой телефонной связи "конференций по телефону". Каждый аспект всего материала, который я Вам здесь объяснил, можно провести и обсудить с людьми, которые живут за 3000 миль от Вас!

Руководители высшего класса используют сегодня принципы и новые технологии, которые находятся в нашем распоряжении в значительном объеме.

Видео- и аудиокассеты фирмы позволяют продуктивно действовать и через большие расстояния. Двусторонняя групповая телефонная связь - это впечатляющий пример того, как испытанные принципы сетевого маркетинга, о которых я Вам рассказал, соединяются с новыми технологиями. Прямое послание и реклама могут помочь заинтересовать и завоевать людей, рассеянных по всей стране, и даже по всему миру. Нет, Вы не можете участвовать вместе с далеко от Вас живущими людьми в проведении их презентаций, по меньшей мере, если у них нет нескольких сот людей, которые приходят каждый четверг. В этом случае Вы можете прилетать раз в месяц. Вы можете, однако, использовать эти методики, инструменты и технику, чтобы обучать и тренировать Ваших новых консультантов, где бы они ни находились. Вы можете действовать совершенно просто и успешно.

Секрет состоит в том, чтобы старь™ методам сетевого маркетинга дать новый технологический импульс. Берите Ваш телефон, Ваш радиотелефон. Ваш модем, факс, видеоманитофон. Ваше настольное печатное оборудование и т.д. и используйте их, чтобы удвоить и дублировать то, чему Вы здесь научились.

Именно это имел в виду Джон Нэбитт, когда сказал:

"Высокие технологии - Высокая степень общения". Это - будущее сетевого маркетинга, но это также и Ваше будущее.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПОСЛЕСЛОВИЕ

Поддерживайте контакты с другими мастерами. Это совет человеку, находящемуся на верном пути, чтобы стать квалифицированным инструктором (мастером) или учителем.

Один из таких мастеров Востока несколькими словами сказал очень многое.

РЕШИТЕСЬ ВЕСТИ ДРУГИХ

Мудрый китаец Лао-Цзу несколько тысячелетий тому назад высказал замечательное изречение:

“У меня есть три ценности, которым я придерживаюсь. Первая - приветливость, вторая - бережливость, третья - скромность, которые берегут меня от того, чтобы я ставил себя выше других. Будь приветлив - и Ты сможешь стать смелым. Будь бережлив - и Ты сможешь быть великодушным. Избегай ставить себя выше других - и ты сможешь стать лидером среди людей”.

ЛИЧНОЕ ПОСЛАНИЕ

Я хочу выразить Вам свое признание.

Прежде чем я это сделаю, я хотел бы убедиться, что Вы в самом деле меня внимательно слушаете в ожидании того, что я хочу Вам сказать. Итак, сделайте мне одолжение - глубоко вдохните воздух один - два раза, а затем полностью расслабьтесь.

Представьте себе, что мы оба сидим теперь друг против друга. Мы смотрим глаза в глаза. Я хочу, чтобы Вы знали, что я считаю Вас уникальной и особенной личностью. Я знаю это по одной простой причине, потому что Вы так далеко продвинулись в чтении этой книги. Для этого нужны определенные качества, о которых у Вас, возможно, нет четкого представления. Для меня очень важно, чтобы Вы знали, каким хорошим, увлеченным и уже добившимся успеха учителем и инструктором Вы, по моему мнению, уже являетесь.

Я хочу выразить Вам свое признание за то, что Вы нашли время прочитать эту книгу. За то, что Вы являетесь человеком типа Сиги или Сьюзи - “Творцы”. Вы осознали значение образования и знаний. Это делает далеко не каждый. Вы готовы учиться. Вы задаете вопросы. Вы хотите выяснить правду. Все это важные качества для хорошего учителя.

Вам нравится наш бизнес, поскольку Вы его по-настоящему понимаете. Немногие люди делают это. Вы знаете, что он связан со смыслом Вашей жизни, и что он дает вам выдающуюся возможность осуществить многие Ваши сокровенные желания и цели.

Вы осознаете в себе силы, чтобы изменить жизнь других людей. Вы знаете и берете на себя ответственность, делиться с другими подарками, которые Вам делаются. Вы знаете, почему и как Вы должны сочетать свободу с соответствующей ответственностью. Только представьте, сколько Вы всего знаете и о чем Вы думаете. Нет ничего

удивительного в том, что я Вас считаю особой личностью.

Теперь я бы хотел высказать Вам еще одно требование. Я знаю, что я постоянно выдвигаю требования. Но я обещаю Вам, что это - последний раз, по меньшей мере в этой книге. Я хочу призвать Вас к тому, чтобы каждого нового консультанта Вы обучали и готовили настолько хорошо, что он смог бы превзойти Вас. Если сотрудники и сотрудницы в Вашей сетевой организации будут хуже, чем Вы, то скоро Ваша организация будет заполнена карликами. Если они будут лучше Вас, то у Вас будет организация, наполненная великанами. Это и есть секрет максимального успеха в этом бизнесе и секрет, о котором я Вам говорил, что открою, после того как Вы прочтете эту книгу.

И еще об одном.

Один хороший приятель недавно уговорил меня, посмотреть классический фильм под названием “Эта чудесная жизнь” с Джимми Стюартом. Хотя это классический рождественский фильм, я его раньше не видел,

В нем говорится о хорошем приветливом человеке по имени Джордж Бэйли, жизненные мечты и надежды которого потерпели крах из-за одного неосторожного действия, которое принесло ему разорение. Город и его закадычные друзья отвернулись от него, и он был готов понести наказание с лишением свободы. Жалкие условия жизни вынуждают его выбирать между жизнью и смертью. Он забирается на старый ржавый железнодорожный мост, находящийся за пределами города, крепко зажав в руке свой страховой полис. Он говорит сам себе, что мертвый он будет стоять дороже, чем живой.

Как раз, когда он хотел броситься вниз с моста, с реки раздался крик тонущего человека, зовущего на помощь. Джордж спасает его, и пока они обсыхали, старый человек по имени Кларенс, которого он спас, рассказывает ему, что он его ангел-хранитель, который был послан ему в этот час беды. Джордж начинает над этим смеяться (так, как это умеет делать Джимми Стюарт), но Кларенс настаивает на своем и говорит ему, что он наделен силой, доказать Джорджу, насколько в самом деле ценной является его жизнь.

Он переносит Джорджа в другую жизнь - в которой он никогда не был.

Весь город резко изменился и очень значительно в худшую сторону! Он называется теперь Поттерсвилль по имени ужасно богатого тирана, который до этого привел к краху Джорджа и похитил его деньги. Там, где раньше были прекрасные магазины и парки, теперь пьют и играют. Джордж встречает людей из его действительной жизни, но они совершенно изменились.

Без Джорджа Бэйли весь город и все жители вели совершенно другую жизнь. Без него сотни, даже тысячи людей стали несчастны, утратили надежду, стали нищими.

Итак, Кларенс сделал все, чтобы Джордж предпочел жизнь смерти. У меня комок стал в горле, когда я смотрел, как Джордж несется

обратно в Город, обнимает деревья, целует землю. Он распахивает дверь и зовет свою жену Мэри.

Мэри, которая безуспешно долго искала его, подходит к двери, он поднимает ее вверх со словами: “О, Мэри, я так сильно люблю тебя”. И затем кажется, что весь город приходит к нему в дом.

Каждый, кто раньше из страха забрал свои деньги из строительной сберегательной кассы, принес их назад и складывает на стол. Все начинают петь. Даже тот контролер, который несколько часов назад требовал ареста Джорджа, достает из кармана и кладет \$ 10 в общую стопку на столе и поет вместе со всеми.

Джордж смотрит на стол и среди кучи денег, которую принесли все его друзья, лежит книга “Том Соьер”. Джордж смотрит в книгу и читает написанные в ней посвящение:

“Дорогой Джордж: подумай о том, что дорого стоит тот, кто имеет друзей”.

И подпись; Кларенс.

Подобно Джорджу Вы тоже уже оказали значительное положительное воздействие на жизнь многих людей. Я прошу Вас, подумайте о том вкладе, который Вы внесли в жизнь многих людей, и поэтому Ваша самооценка должна быть выше.

Подумайте также о будущем - о том, что оно сулит! Тот шанс, который дали Вам этот бизнес и Ваша фирма, на самом деле является особым и великим подарком. И я надеюсь теперь больше, чем прежде, что Вы понимаете это и будете считать ее возможностью для постоянных еще более успешных начинаний и стабильных вложений (усилий). И поскольку Вы знаете, как следует использовать эту систему, **ВЫ РАСПОЛАГАЕТЕ НЕОБХОДИМОЙ СИЛОЙ И ТЕПЕРЬ МОЖЕТЕ ЕЕ ПРИМЕНИТЬ**. Я бы хотел высказать Вам свое признание так же за то, что Вы так увлечены и так преданны Вашей фирме, Вашим продуктам или услугам и Вашей индустрии. И что еще важнее, я хочу высказать Вам свое признание за то, что Вы так стремитесь, достичь **ВЫСШЕЙ ФОРМЫ В МНОГОУРОВНЕВОМ МАРКЕТИНГЕ**.

Для меня было удовольствием служить Вам. Я бы хотел поблагодарить Вас за то, что Вы позволили мне делать то, что я люблю больше всего на свете, а также за то, что Вы являетесь одним из **МОЕГО МИЛЛИОНА ДРУЗЕЙ**.

*Ваш друг,
Джон Каленч*

Содержание

Об авторе	3
Предисловие	5
Ваше Введение:	
ЧТОБЫ ПОНИМАТЬ МНОГОУРОВНЕВЫЙ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ, НЕОБХОДИМО В НЕГО ВЛЮБИТЬСЯ	9
Глава I. ВАШИ ЦЕЛИ И НАМЕРЕНИЯ	21
Глава II. ЧЕТЫРЕ ВИДА ТОПЛИВА	34
Глава III. ОБУЧЕНИЕ - ВАШ ПЕРВЫЙ ШАГ	50
Глава IV. ПРОДУКТЫ	61
Глава V. ПОИСКИ ЗОЛОТА	68
Глава VI. ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ	88
Глава VII. ВОЗРАЖЕНИЯ	105
Глава VIII. ОСТАВАТЬСЯ С МЯЧОМ	116
Глава IX. ВАШ БИЗНЕС НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ	126
Глава X. ОБУЧЕНИЕ НОВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ	141
Глава XI. ДУПЛИЦИРОВАНИЕ	154