

Дон Файла

«45-секундная презентация или уроки на салфетках»

Азбука успеха. Как построить крупную и успешную многоуровневую организацию

ПРЕДИСЛОВИЕ

Из этой «45-секундной презентации...» вы узнаете все, что нужно знать для успешного начала большого бизнеса. Вовсе не обязательно заучивать подробности «презентации» - достаточно запомнить основные положения. Напишите их на листе бумаги и показывайте всем, с кем общаетесь.

Не обязательно знать больше того, что «представлено на презентации». И еще: однажды вы поймете, что должны ознакомить с этой информацией каждого, потому что каждый способен начать свой бизнес и преуспеть в нем — но, конечно, только если этого захочет, должно быть хоть немного желания, без него ничего не получится.

Секрет системы, которой мы учим, в том, что не надо много говорить. Разговоры — ваш злейший враг. Чем больше вы будете говорить, тем больше вашим потенциальным партнерам будет казаться, что они не способны заниматься предлагаемым делом, что у них не хватит для этого времени. Фактор времени — это первая причина, по которой люди отказываются начать свой бизнес.

После того как ваши друзья прочтут слова «45-секундная презентация», они наверняка зададут вам какой-нибудь соответствующий вопрос. Но если вы ответите на него — неважно, о чем вас спросят, — то проиграете. Что бы вы ни ответили, вам зададут еще пять вопросов, потом еще и еще — вас засыпят ими! Так что уйдите от ответа. Просто скажите, что обо всем они узнают в свое время, что система постепенно все объяснит сама. Пусть ваши друзья сначала познакомятся с первым уроком на салфетке и лишь после этого обращаются к вам.

Никогда не настаивайте на том, чтобы будущие клиенты сразу прочитали всю книгу. Придет время, и они сами пожелают сделать это. Порекомендуйте им для начала познакомиться с первыми четырьмя уроками. Последовав

вашему совету, большинство из них обязательно увлекутся и прочитают книгу до конца.

Лишь тогда ваши потенциальные партнеры поймут, что такое сетевой маркетинг. А это очень важно, потому что причина номер один, по которой люди не занимаются сетевым бизнесом, — непонимание его сути. После прочтения этой книги MLM станет им доступен, они будут готовы к презентации компании, товаров и маркетингового плана. Повторяю: того, что вы узнаете из «45-секундной презентации...», вполне достаточно для успешного ведения MLM-бизнеса.

Чем еще можно будет воспользоваться?

В работе вам помогут дополнительные материалы и, конечно, ваша команда. Материалы — это аудио- и видеозаписи, предоставленные компанией, которую вы будете представлять, а команда станет поддержкой в работе со спонсором.

Давайте предположим, что у вас появились первые потенциальные партнеры, вы провели 45-секундную презентацию, а они прочитали эту книгу. Теперь пригласите будущих сотрудников на ланч. При этом известите их, что пригласили и спонсора — человека, который поможет понять основы бизнеса.

Важный вопрос: кто платит за ланч? Вы. Ведь спонсор вам жизненно необходим. Еще много раз вам придется оплачивать его ланч или ужин, прежде чем вы сами сможете профессионально рассказывать о бизнесе.

Однажды к нам на семинар в Германии пришел мужчина и, пытаясь приобщить нас к своему бизнесу, сказал: «У вас будут все условия для начала работы и, пока вы в моей даун-линии — ежедневный бесплатный ланч».

Так что приятного аппетита и посмотрите, как будет процветать ваш бизнес!

ВВЕДЕНИЕ В МЛМ

Многоуровневый маркетинг (MLM Multi-Level Marketing) — один из самых быстро распространяющихся сегодня способов продажи товара. Однако его часто понимают неверно. Многие воспринимают его как моду восьмидесятых годов. Но этот бизнес распространяется и будет распространяться. В девяностых годах прошлого столетия через компании многоуровневого маркетинга проходили товары и услуги общей стоимостью 100 миллиардов долларов — смотрите, с какими результатами мы вошли в XXI век!

Цель этой книги — объяснить, используя примеры, что такое многоуровневый маркетинг и как знакомить с ним других.

Книгу следует рассматривать в качестве практического руководства. Она создана, чтобы помочь вам подготовить людей для своей MLM-организации. Добавьте эту информацию в их начальный багаж знаний о вашей программе.

Книга включает в себя десять основных способов успешного ведения MLM-бизнеса (десять уроков на салфетках). Концепция этих десяти уроков, которая изложена в этой книге, разрабатывалась в течение нескольких лет начиная с 1973 года. Я был вовлечен в многоуровневый маркетинг в 1969 году и был тогда на первой ступени.

Перед тем как перейти к десяти урокам, позвольте ответить на один из самых часто задаваемых вопросов, который, в сущности, является ключевым: «Что такое многоуровневый маркетинг?»

Термин «маркетинг» означает продвижение товара или услуги от производителя или поставщика к покупателю, а слово «многоуровневый» имеет отношение к системе организации и вознаграждения людей, которые способствуют продвижению товара или услуги.

Остановимся пока на термине «многоуровневый» как на самом общем.

Он настолько общий, что под ним маскируется много незаконных пирамид и дистрибьюторских схем. Вы даже можете встретить такие их названия, как «одноуровневый маркетинг», «разветвленный маркетинг» и «объединенный маркетинг».

На самом деле существует только три основных метода продвижения товаров.

1. **Розничная торговля** — я уверен, этот способ известен каждому. Продуктовый магазин, аптека, универмаг... Вы ходите туда почти каждый день.
2. **Прямые продажи** — такой способ продаж, когда торговые, страховые, рекламные и другие агенты приходят к потенциальным покупателям на работу или домой и предлагают свои товары или услуги — от страховки до кухонных принадлежностей и т. д.
3. **Многоуровневый маркетинг** — о нем мы будем говорить в этой книге. Его не следует путать с двумя другими методами, особенно с прямыми продажами, которые очень часто принимают за MLM.

В этот список иногда включают такой метод продвижения товара, как почтовый заказ. Но его можно отнести к MLM или — что бывает чаще — к прямым продажам.

Наконец, существует еще один метод. Его часто ошибочно относят к MLM. Это пирамидные продажи, они незаконны. Одна из основных причин их

незаконности — в отсутствии продвижения товара или услуги. А если нет движения товара, то как мы можем назвать это маркетингом? Такие пирамиды могут быть многоуровневыми, но их никак нельзя отнести к многоуровневому маркетингу.

Большинство возражений против многоуровневого маркетинга сводится к тому, что люди просто не видят разницы между MLM и прямыми продажами. Это заблуждение объясняется тем, что многие известные MLM-компании принадлежат Ассоциации прямых продаж и принимают участие в программах продаж «дверь в дверь», названных так из-за того, что продавец приходит к покупателю домой.

Есть несколько характерных черт, которые позволяют отличить MLM от торговли в розницу и от компаний, занимающихся прямыми продажами. Самое существенное различие заключается в том, что в MLM вы работаете только на себя.

Занимаясь этим бизнесом, особенно вне своего дома, вы имеете право на существенные налоговые льготы. Не будем вдаваться здесь в подробности налогового законодательства. Эту информацию можно получить у бухгалтера или в специальной литературе.

Работая на себя, вы делаете оптовые закупки у компании, которую затем представляете. Это значит, что можно использовать эту продукцию самим. Более того, вам даже следует это делать. Многие люди занимаются MLM-бизнесом именно из-за возможности делать оптовые закупки.

Вы можете закупать товар оптом, продавать его в розницу и получать прибыль. Самая распространенная ошибка в понимании MLM — это убеждение в том, что для успешного бизнеса обязательно нужно что-то продавать. Конечно же, этот вопрос нельзя оставить без внимания. Некоторые программы даже требуют некоторой квоты розничных продаж для того, чтобы определить размер премии. Хотите, можете заниматься продажами, а можете разработать собственные программы, но для того чтобы получать большую прибыль, нужно создать собственную структуру.

Это важно: пусть ваши продажи станут естественным результатом создания собственной ветки. Между тем многие люди ошибаются, стараясь сделать все наоборот — строить свою сеть, увеличивая объем продаж.

Слово «продажа» вызывает негативные эмоции у подавляющего большинства людей. Однако в MLM-бизнесе не нужно продавать товары в традиционном смысле этого слова. В то же время товар нужно продвигать — иначе его никто не купит. Мы определяем продажу как «привлечение людей для того, чтобы продать то, что им не нужно». Итак, повторим еще раз:

ТОВАР НУЖНО ПРОДВИГАТЬ — ИНАЧЕ ЕГО НИКТО НЕ КУПИТ!

Еще одно название MLM-бизнеса — сетевой маркетинг. Создавая торговую структуру, вы тем самым строите сеть, по которой будут проходить ваши товары. Розничные продажи — это основа сетевого маркетинга. В MLM, или в сетевом маркетинге, дистрибьюторы распространяют товары среди своих друзей, соседей и родственников. Они никогда не обращаются к незнакомым людям.

Чтобы достичь успехов в этом бизнесе, необходим баланс (равновесие): вы должны спонсировать людей — учить MLM-бизнесу и, одновременно, продавая товар друзьям, соседям и родственникам, создавать основную сеть покупателей.

Не пытайтесь продавать все самостоятельно. Помните, что сетевой маркетинг и MLM-бизнес основаны на создании структуры, внутри которой каждый дистрибьютор лишь в незначительной степени занимается розничными продажами. Этот способ намного эффективнее.

MLM-компаниям нет необходимости тратить большие суммы на рекламу. Почти вся реклама основывается на устной передаче информации. Именно поэтому они имеют возможность вкладывать больше денег в развитие товарного производства и в результате добиваются более высокого качества товаров по сравнению с теми, которые поступают в розничную торговлю. Вы можете разделить со своим другом распространение этой высококачественной продукции по типам — то есть каждый продает свое, то же, что и раньше, только усовершенствованное. Вы просто заменяете прежнюю торговую марку той, что придумаете сами в процессе работы.

Итак, вы видите, что вовсе не нужно ходить из дома в дом, пытаться продать что-то незнакомым людям. Во всех сетевых, или MLM-программах, которые мне известны, утверждается, что, если вы просто делитесь качеством товаров или услуг с друзьями, это — продажа. (Мы предпочитаем использовать слово «делиться» вместо «продавать», потому что именно делимся товаром или услугой.)

Еще одно отличие MLM от прямых продаж — спонсирование других дистрибьюторов. При прямых продажах и даже в некоторых MLM-компаниях это называется привлечением новых членов. Однако спонсирование и привлечение новых членов — не одно и то же. Спонсируя человека, вы учите его тому, чем занимаетесь сами, — созданию собственного бизнеса.

Подчеркиваю: **существует большая разница между спонсированием и обычным наймом на работу.** Спонсирование предполагает взятие вами обязательства поддерживать человека, которого вы вовлекли в свой бизнес, он должен стать вашим другом. В противном случае он будет обычным наемным работником, что не приведет к успеху.

В данном отношении все, что вам нужно, — это желание помочь людям создать собственное дело. И книга, которую вы сейчас держите в руках, окажет вам неоценимую помощь в разъяснении другим, что и как надо делать.

Спонсирование — это то, что заставляет многоуровневый маркетинг развиваться. А когда ваша структура развивается, вы становитесь преуспевающим, независимым бизнесменом. В этом случае вы сам себе хозяин!

Вы работаете в сотрудничестве с компаниями, которые занимаются прямыми продажами. Если захотите оставить какую-то компанию и работать в другом месте, вам придется начать все сначала. Согласно MLM-программам, которые я знаю, вы можете переехать в другой район страны, но остаться поручителем группы, которую оставили. MLM-программы позволяют много заработать. Но в каких-то компаниях этого можно достичь быстрее, а в каких-то — медленнее. Однако в любом случае ваш доход зависит не от продаж, а от создания собственной структуры (ветки). Безусловно, некоторые MLM-программы позволяют заработать, занимаясь только продажами, но повторяю: настоящий успех возможен лишь при создании собственной структуры.

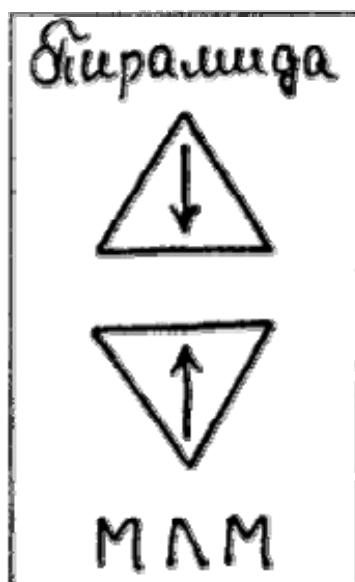
Люди, делающие первые шаги в MLM-бизнесе, рассчитывают заработать 50, 100 или 200 долларов в месяц, но потом они понимают, что, если серьезно заняться этим делом, можно получать ежемесячно 1000 и даже 2000 долларов. Напомню еще раз, что такие деньги можно заработать, только занимаясь созданием собственной структуры.

Цель этой книги — дать информацию, необходимую для того, чтобы вы могли быстро создать такую структуру, и помочь вам уверенно развиваться в MLM-бизнесе.

Если человек думает, что многоуровневый маркетинг — незаконный бизнес, нечто вроде пирамид, то будет трудно положиться на него.

В беседе с такими людьми вам следует рассказать о том, как можно отличить многоуровневый маркетинг от пирамид. Один из примеров, которым вы могли бы воспользоваться, демонстрирует рисунок ниже. Пирамида строится сверху вниз, и наверху оказываются только те, кто стоял там в самом начале. В треугольнике MLM все начинают снизу, и у всех есть возможность создать большую структуру. Причем любой человек, если захочет, может выстроить сеть, во много раз большую, чем у его спонсора.

Ваша главная цель — перед тем как принять человека в свою MLM-команду, доходчиво рассказать, используя такие схемы, о MLM-бизнесе, о его отличии от розничных и прямых продаж.



Как я уже говорил, в девяностых годах через MLM проходило более 100 миллиардов долларов ежегодно. Это действительно грандиозный бизнес!

Большинство даже не подозревают, насколько он грандиозен! Многоуровневому маркетингу уже около 35 лет. Некоторые компании, существующие примерно 20 лет, получают ежегодную прибыль в размере миллиарда долларов!

Я знаю компанию, получившую за первый год работы более двух миллионов долларов прибыли. На следующий год ее прибыль составила уже 15 миллионов долларов, а на третий — 75 миллионов. К пятому году работы компания рассчитывает получить миллиард долларов. Принципы, изложенные в этой книге, делают такую цель вполне достижимой.

Многоуровневый маркетинг — один из самых удобных способов внедрения нового товара на рынок без многомиллионных затрат как для изобретателя, так и для производителя.

Урок на салфетке № 1. "Дважды два четыре"

Вас заинтересовало, почему уроки — «на салфетках»? Да просто на Западе встречи с будущими партнерами проводятся обычно в небольших ресторанчиках — и салфетки всегда под рукой.

Чтобы привлечь людей в свою команду, чтобы они с самого начала пошли в правильном направлении, обязательно используйте приемы, о которых говорится на этом уроке.

A handwritten multiplication table for 2x2, showing the progression from 2x2=4 to 2x8=16. The numbers are written vertically in a column, with horizontal lines separating the rows. The numbers are: 2, 4, 8, 16. The multiplication signs are written to the left of each row.

В результате ваши ученики будут следовать поговорке «Под лежащий камень вода не течет», они поймут, что, для того чтобы заработать много денег в MLM, нужно «завладеть всем миром».

Кроме того, они узнают, насколько важны умение работать с людьми и желание помочь им начать собственное дело.

Сначала напишите в столбик: $2 \times 2 = 4$ — и т. д. (см. рис.).

Иногда в шутку мы говорим, что с человеком, который не может понять этого, будет весьма трудно работать.

A handwritten multiplication table for 3x3, showing the progression from 3x3=9 to 3x27=81. The numbers are written vertically in a column, with horizontal lines separating the rows. The numbers are: 3, 9, 27, 81. The multiplication signs are written to the left of each row. A double-headed arrow at the bottom indicates the difference between 16 and 81 is 65.

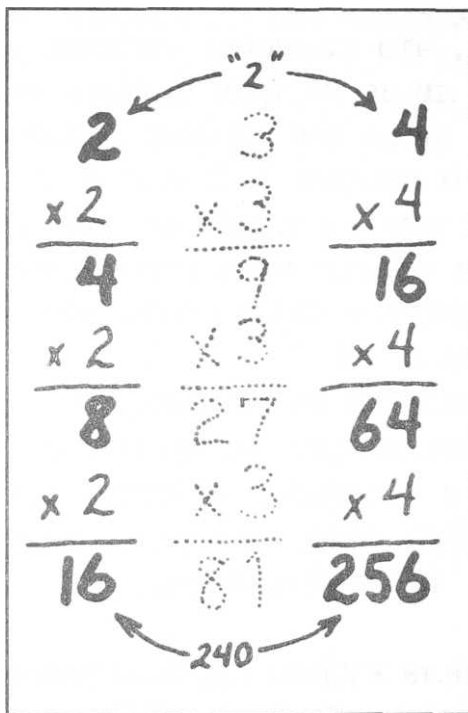
Справа от этого столбика напишите: 3×3 — и так далее, поясняя: «Здесь вы привлекаете к работе троих человек и учите их, как привлечь еще троих, чтобы стало девять. Затем рассказываете первым трем привлеченным, как научить тех девяти заинтересовывать еще кого-то. Теперь у вас уже 27 человек. А если вы снова проделаете эту операцию, получится 81».

Отметьте разницу между числами 16 и 81. Обратите на это внимание собеседника и спросите, согласен ли он с тем, что это весьма ощутимая разница. А затем покажите, что настоящая разница — всего лишь в единице!

Просто каждый из ваших сотрудников заинтересовал на одного человека больше. Обычно такой пример впечатляет. Продолжайте в том же духе, и результат будет еще лучше.

Допустим, вы вовлекли в этот бизнес четырех человек. И теперь справа от « 3×3 ...» напишите: 4×4 и т. д., при этом продолжайте объяснение: «Давайте посмотрим, что будет, если каждый заинтересует всего лишь на двух человек больше. Вы привлекаете к работе четверых и учите их, как привлечь еще четверых. Затем вы помогаете своей первой четверке обучать привлеченных ими 16 человек, чтобы и те смогли привлечь еще четверых. Итого — у вас в

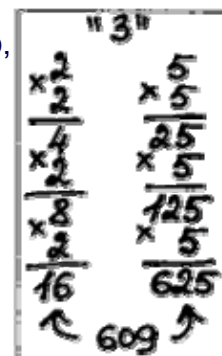
группе уже 64 сотрудника. А если спуститься еще на один уровень, их будет 256».



И снова говорите: «А теперь разница стала еще больше, но...»

На этом этапе объяснения люди обычно уже понимают, о чем идет речь, и даже могут, прервав объяснение, сказать: «Настоящее различие в том, что было привлечено всего лишь на двух человек больше!»

Закончу объяснение на цифре 5. К этому моменту, как правило, все уже могут мысленно или вслух следовать за вами. Теперь можно и не использовать такие слова, как «привлечение» и «обучение», а просто писать, комментируя: « $5 \times 5 = 25$, $25 \times 5 = 125$, $125 \times 5 = 625$. Видите, разница просто фантастическая!» Не забудьте только сказать, что настоящее различие в том, что каждому удалось заинтересовать всего лишь на трех человек больше.



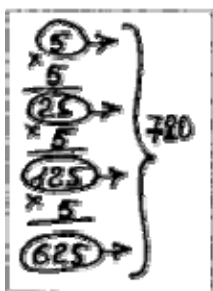
Обычно люди все хорошо понимают, когда речь идет о цифрах 1, 2 или 3, но когда мы оперируем такими цифрами, как 16, 81, 256 и 625, они теряют нить рассуждения.

В этом случае можно обратиться к колонке цифр на следующей странице..

Здесь пятерка символизирует тех привлеченных вами людей, которые всерьез заинтересованы в создании собственного бизнеса. Чтобы найти этих пятерых, вам придется вовлечь в MLM-программу 10, 15 или 20 человек.

Но сначала нужно хорошо усвоить все десять уроков на салфетках. Вы увидите, что ваши серьезно относящиеся к работе сотрудники прогрессируют намного быстрее, чем те, кто пришел к вам недавно и не знает этого материала. Книга научит вас работать с новичками, и они тоже смогут достичь успеха.

Проанализируем изображенную внизу цифровую колонку. Вы привлекли к работе пятерых человек, они привлекли еще пятерых и т. д. Сложите все обведенные цифры и получите 780 человек, намеренных серьезно заниматься



MLM-бизнесом. Это поможет вам ответить на вопрос: «Придется ли что-нибудь продавать?» — вопрос, который вы наверняка уже слышали, если не первый раз занимаетесь вовлечением людей в свой бизнес. Отвечая, адресуйте своего собеседника к этому уроку на салфетке и объясните, что $2 \times 2 = 4$ и т. д. до 780.

В любом случае, если у вас есть 780 человек, просто использующих какой-то продукт, это уже очень много. (А ведь мы еще не включили сюда «одноразовых» покупателей!)

А если у них есть двое, трое, четверо или пятеро друзей... давайте предположим, что они могут найти десять покупателей среди своих друзей, родственников и знакомых. Итого — это уже 7800 покупателей! Добавьте теперь к ним 780 дистрибьюторов в вашей собственной организации. Как вы думаете, 8580 постоянных клиентов и «одноразовые» покупатели в состоянии сделать ваше дело процветающим? В любом бизнесе можно хорошо заработать, если у вас много сотрудников и каждый из них вносит в дело свой небольшой вклад. Не забывайте при этом, что вы работаете только с группой из пяти человек, а не с целой армией!

Мы постоянно стремимся к сотрудничеству с теми, кто преуспел так же, но в других MLM-программах. Обычно люди очень удивляются скорости, с которой растет наша структура. Человек спрашивает меня, почесывая затылок: «Что вы знаете такого, чего не знаю я?»

Я спрашиваю: «А сколько у вас фронтлайнеров?» (Фронтлайнер — это тот, кто был вовлечен в работу непосредственно вами. Их еще называют дистрибьюторами первого уровня.)

Чаще всего я слышу в ответ числа от 25 до 50, иногда больше. В MLM-бизнесе есть люди, у которых более ста фронтлайнеров. Я гарантирую вам, что, после того как вы усвоите все принципы, наложенные в этой книге, вы распустите свою группу, даже если проработали с ней 6—8 лет.

Рассмотрим простой пример, который показывает, почему не выгодно иметь много фронтлайнеров.

Представьте армию: военно-морской флот, военно-воздушные силы или пехоту. От рядового до высшего командного состава в Пентагоне никто не имеет под своим непосредственным руководством более пяти-шести человек (за редким исключением). У нас есть Уэст-Пойнт¹, есть Аннаполис². Они существуют более двухсот лет. Там считают, что иметь в подчинении пять-шесть человек — вполне достаточно. А теперь вы и сами сможете объяснить, почему люди, приходящие в многоуровневый маркетинг, не могут эффективно работать с пятьюдесятью фронтлайнерами. Они просто физически не могут справиться! Вот почему многие из них терпят неудачу.

Для работы вам достаточно пяти серьезно настроенных сотрудников. Работая с ними, вы работаете и с теми, кто находится в группе нижнего уровня.

Именно поэтому они могут обходиться без вашего непосредственного руководства и в любой момент начать создание своей собственной структуры. Кроме того, это позволяет сотрудничать еще с одним серьезным партнером, не теряя связи с остальными пятью. Некоторые программы позволяют эффективно работать только с тремя или четырьмя сотрудниками, но ни одна из тех, что я знаю, не дает возможности преуспеть, если в группе более пяти человек.

Все уроки на салфетках связаны между собой, так что на вопросы, которые, возможно, возникли у вас на данном уроке, вы обязательно получите ответы по мере чтения этой книги.

Единственная причина того, что не каждый участвует в МЛМ, в том, что люди не понимают, что это такое.

1 - Разговорное название Военной академии сухопутных войск США. — Здесь и далее примеч. ред.

2 - Город, где находится Военно-морская академия США.

Урок на салфетке №2. "Синдром продавца-неудачника"

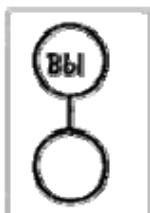
Почему многие продавцы не могут преуспеть в многоуровневом маркетинге?

На этом уроке мы поговорим о самых распространенных ошибках профессионалов, ориентированных на продажи, и о том, почему лучше привлечь к работе десять учителей, чем десять продавцов.

Нет, это не ошибка. Я думаю, профессиональный продавец может быть очень полезен, если, как и все остальные, тщательно изучит все десять уроков на салфетках.

Многих эти слова сбивают с толку, но не забывайте: они еще не понимают, что MLM — метод маркетинга. Мы не занимаемся вовлечением в прямые продажи, а хотим заинтересовать людей MLM-программой.

Рассмотрим следующую ситуацию. Вы представляете продавцу-профессионалу высококачественный товар, а он не хочет вас слушать. Такие люди, как он, могут сами устроить презентацию. Нам не нужно учить их продавать. Они — профессионалы. Мы просто должны рассказать им, как привлекать к работе других людей, как учить их и как строить успешно развивающуюся MLM-структуру — в том числе и абсолютно ничего не продавая.



Если вы сможете поговорить с ними и объяснить это, а также рассказать, чем отличается многоуровневый маркетинг от прямых продаж, то их мнение изменится. Рассмотрим несколько примеров.

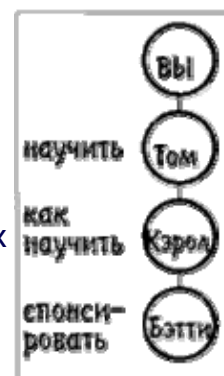
Большинство людей (особенно продавцы) думают так: «Если я привлек кого-то в бизнес, значит я сдублицировал себя». Нарисуйте один круг, а под ним второй — то есть сначала бизнесом занимался один человек, а теперь двое. Звучит логично, но это не так. И вот почему. Если спонсор (условно обозначенный в верхнем круге) уйдет, уйдет и тот, кого он привлек, — он просто не сможет продолжить работу. Вы должны объяснить людям, с которыми работаете, что, если они действительно хотят упрочить свое положение, им придется спуститься по крайней мере на три уровня.

Если спонсор ушел, а у вас еще не было никакой возможности убедиться в том, что его программа работает, значит, работать она не будет. В конце концов, он — ваш спонсор и, конечно, знает о программе больше вас.

Допустим, вы спонсор. (Нарисуйте круг и напишите в середине слово «Я».)

Вы привлекли к работе Тома. (Под первым кругом нарисуйте второй и напишите «Том». Соедините круги линией.)

Теперь, если вы оставите Тома, он не будет знать, что нужно делать (так как вы ничему не научили его), и это — конец цепочки. Если же вы научили Тома работать и он привлек к работе Кэрол, то вы начинаете укреплять свои позиции.



Но если Том не знает, как научить Кэрол привлечению других людей, вы опять потерпите фиаско. Нужно рассказать Тому, как ему следует учить Кэрол, чтобы она могла привлекать новых людей. Тогда она сможет заинтересовать Бетти или кого-нибудь еще.

Итак, вы образовали три уровня. Теперь, даже если вы уйдете (работать с кем-то другим или уедете в другой регион страны), эта подгруппа будет продолжать свою работу. Я подчеркиваю: вам следует образовать три уровня! Если вы не сделали это, считайте, что у вас ничего нет.

Пройдя эти три уровня, вы получаете ключ к успешному бизнесу, более успешному, чем в любой другой MLM-программе, даже если не будете поддерживать связь со своей группой.

А вот что происходит с «продавцом». Он смотрит на демонстрацию товаров, слушает или читает отзывы о них... И, вооружившись этой информацией, меняет точку зрения и начинает «продавать как сумасшедший», ведь он работал в области прямых продаж и не имеет никаких проблем при общении с людьми.

Великолепно! Теперь вы можете сказать своему суперпродавцу (назовем его Чарли): «Чарли, если вы хотите заработать больше деньги — не нужно продавать все самому. Вам следует привлекать к работе других».

И что же делает Чарли? Он работает без устали. Хороший продавец может привлекать к работе трех-четыре человек каждую неделю.

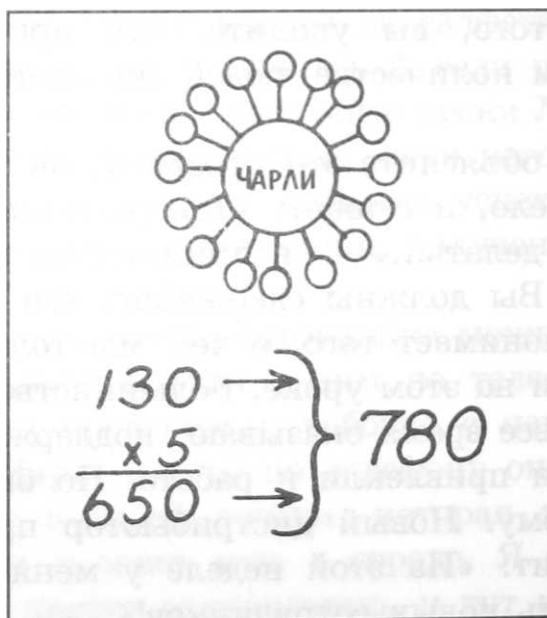
Но здесь возникает проблема: люди уходят так же быстро, как и были привлечены. Если вы не работаете с ними непосредственно (а это невозможно, если в вашей группе более пяти человек), новички оказываются без поддержки и оставляют этот бизнес.

Энергичный, но оставшийся без поддержки Чарли не понимает, что случилось, и уходит, чтобы найти еще что-то, что можно продать. Тогда распадается и цепочка людей, привлеченных Чарли.

Большинство из тех, кто добился больших результатов в MLM-бизнесе, не имеют опыта продаж. Они также могут не быть профессиональными учителями, но большинство из них набрались опыта именно в процессе преподавания. Я знаю одного учителя начальной школы, который после двух лет работы в MLM-

бизнесе зарабатывал более 50 тысяч долларов в месяц, просто рассказывая, как нужно учить других.

Давайте, используя цифры, посмотрим, где Чарли допустил ошибку. Допустим, он, как суперпродавец, заинтересовал 130 человек. Каждый из них привлек еще 5. Получилось 650. А всего у Чарли — 780 человек. Впечатляет?



Спросите у своих сотрудников: «Как вы думаете — что можно сделать быстрее: заинтересовать работой пятерых человек и научить их обучать других или...»

Здесь кто-нибудь может спросить: «А чему я могу их научить?»

Ответьте: «Научите их тому, что узнали сами, читая эту книгу, — десяти элементарным методам MLM. Люди должны четко знать все десять, но сначала — первые четыре. Объясните им, что $2 \times 2 = 4$, расскажите, почему многие терпят неудачу, начиная заниматься этим бизнесом, и так далее».

Как думаете, сколько времени вы потратите на то, чтобы привлечь к работе 130 человек? А сколько людей уйдет к тому времени, когда вы привлечете сто тридцатого? Вы обнаружите, что быстро теряете их. Кроме того, вы увидите, что при таком большом количестве людей снижается темп работы.

Если объясните это продавцу, он поймет, в чем дело, и скажет: «Теперь я знаю, что должен делать...» — и примется за работу.

Но!.. Вы должны сдерживать его рвение. Он не понимает того, о чем мы только что говорили на этом уроке. Большинство людей в MLM все время оказывают поддержку тем, кого они привлекли к работе. Но бывает и по-другому. Новый дистрибьютор приходит и говорит: «На этой неделе у меня появилось пять новых сотрудников!»

«Отлично», — отвечаете вы, дружески похлопывая его по плечу.

На следующей неделе он приводит еще пятерых. А что же стало с первой пятеркой? Все ушли.

Нужно хорошо разобраться в причинах, вызывающих «синдром продавца-неудачника». Это позволит понять, почему необходимо постоянно поддерживать связь с теми, кого вы первоначально вовлекли в работу. Всегда обращайтесь внимание своих сотрудников на то, как важно помогать новичкам.

После того как я привлек человека к работе, самое важное для меня — помочь ему заинтересовать кого-нибудь еще, а не искать нового сотрудника для себя. Я не хочу останавливаться здесь на этом вопросе. Мы еще будем возвращаться к нему в других главах.

Из всех десяти уроков на салфетках первые четыре самые важные. А если у вас совсем нет времени, прочитайте уроки № 1 и 2. Вы можете познакомить с ними кого-нибудь еще и объяснить, что добились успеха в бизнесе благодаря информации, полученной как раз из этих уроков.

Привлечь нового сотрудника можно, даже просто разговаривая с ним по телефону. В одной из программ я работал с парнем по имени Карл. Как-то по телефону он рассказал мне о своей дочери, которая живет в Теннесси и знает всех в городе. Я ответил, что это просто великолепно, и тут же добавил, что мне нужно кое-что передать ей. Я попросил Карла взять бумагу и карандаш и написать: « $2 \times 2 = 4$ » — а также мое дальнейшее объяснение. Затем я посоветовал ему не откладывая позвонить дочери и передать все это, чтобы она смогла сразу начать действовать в правильном направлении. Карл сделал так, как я сказал. Это сработало и пошло на пользу им обоим.

Урок на салфетке №3. "Четыре вещи, которые вам необходимо сделать"

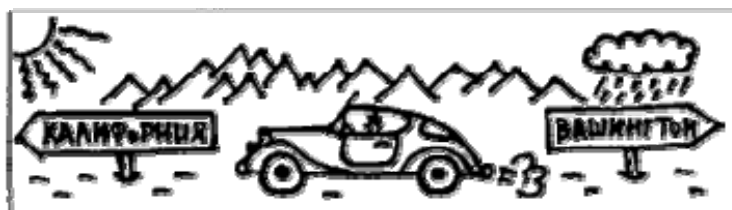
Сначала мы рассказали вам лишь об отдельных аспектах, которые следует принять к сведению, затем о том, чего вам не нужно делать в процессе развития своей структуры. А теперь давайте поговорим о четырех шагах, которые необходимо сделать, чтобы преуспеть в MLM-бизнесе. Их нужно сделать *обязательно!*

Все, кто работает в многоуровневом маркетинге и имеет доход 100 тысяч долларов, 200 тысяч долларов и больше, непременно выполняли эти четыре действия.

Для того чтобы помочь запомнить их, предлагаю вам наглядный аналог, который вы также можете использовать при разговоре с новичками.

Итак, представьте, что вы со своей семьей решили отправиться на машине из дождливого Вашингтона в солнечную Калифорнию.

Солнце Калифорнии — та вершина, к которой вы должны стремиться, работая в своей MLM-программе.



Первое, что вам нужно сделать, — это вставить ключ зажигания и завести машину. В MLM нет никого, кто заработал много денег, не начав работать. Количество денег, необходимое для начала, зависит от компании и от программы, которую вы выбрали. Сумма может колебаться от 0 до 12, 45, 100, 200, 500 долларов и даже больше.



Второе, что вы должны сделать, чтобы достичь цели (Калифорнии), — это обеспечить себя бензином и маслом (товарами) на всем пути — иными словами, точно так же, как машина требует постоянного пополнения бензина, ваш бизнес требует постоянного увеличения оборота товаров. Лучшее всего MLM работает, когда вы продаете ходовой товар.



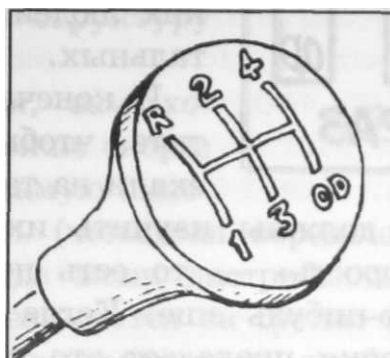
При этом вы фактически выступаете распространителем продукции компании, которую представляете.

Не забывайте того, о чем мы говорили на первом уроке: не стремитесь к большому количеству лично приглашенных дистрибьюторов, это в MLM не действует.

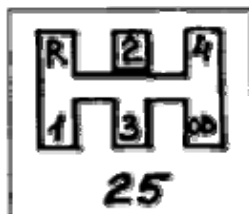
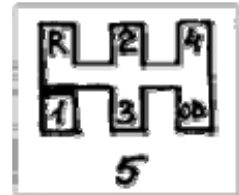
Чтобы узнать все тонкости этого бизнеса, лучше всего работать в команде, распространяющей ходовой товар. Почти все MLM-компании принадлежат именно к этой категории. Неходовая продукция обычно распространяется в розницу или путем прямых продаж, но не всегда.

Кроме того, самостоятельное использование товаров повышает вашу заинтересованность. Вместо того чтобы тратить большие суммы на рекламу, MLM-компании вкладывают деньги в развитие производства, вследствие чего получают продукцию, качество которой намного выше той, что обычно поступает в розничную торговлю.

Третье, что нужно сделать, — перейти на самую высокую скорость. Разумеется, вы понимаете, что стартовать с такой скоростью нельзя. Все мы начинаем с нейтральной передачи. (Кстати, отмечу, что речь не идет об автоматической коробке передач.)



Вы можете сидеть в машине с работающим мотором, но если не переключитесь с нейтральной передачи, то никогда не тронетесь с места. Чтобы «машина вашего бизнеса» поехала, вам необходимо привлечь кого-нибудь еще. Когда вы делаете это, вы «включаете первую скорость». Вам придется сделать это пять раз, то есть привлечь к работе пятерых серьезно настроенных сотрудников. В дальнейшем мы поговорим о том, как отличать таких людей от всех остальных.



И конечно, вы захотите, чтобы эти люди ехали на такой же скорости. Вы должны научить их «включать первую скорость» — то есть привлекать к работе кого-нибудь еще. Когда каждый из вашей пятерки проделает это пять раз, вы перейдете «на вторую передачу» — у вас будет уже 25 человек.

Итак, вы рассказываете своим ближайшим пятерым сотрудникам, как им научить свои пятерки «переходить на первую скорость».

После этого в команде у каждого из них также по 25 человек. Они едут на первой передаче. А у вас уже 125 человек, вы — на третьей и располагаете дистрибьюторами третьего уровня.



Хотите узнать, насколько увереннее машина идет на четвертой скорости? Развивайте свою структуру дальше!

Разумеется, вам хочется как можно скорее перейти на самую высокую скорость (четвертая передача). Это произойдет, когда ваши дистрибьюторы первого уровня «переключатся на третью передачу».

Естественно, вы хотите, чтобы ваши сотрудники догнали вас. Ведь когда они перейдут на следующую скорость, вы будете ехать на самой высокой. Как переключиться на самую высокую скорость?

Просто помогите своим сотрудникам научить их людей тому, как надо переключаться на третью передачу.

И четвертое: делитесь своими товарами с теми, кто «едет вместе с вами в Калифорнию. Дайте им возможность увидеть выгоду от их использования. А когда они захотят узнать, где эти товары можно приобрести, — просто поделитесь с ними. Некоторые считают, что частично это означает розничную продажу.



Повторяю: для успеха в своем бизнесе эти четыре шага вам нужно сделать обязательно! Мы не учим вас торговать. Вам не придется продавать товары в обычном смысле этого слова. Вы просто поделитесь ими со своими друзьями. Можете даже делиться с незнакомыми людьми. Когда они увидят достоинства вашего товара и маркетингового плана, они станут вашими новыми друзьями.



Совсем не обязательно стремиться к большому количеству покупателей. Десять или даже меньше — вполне достаточно. Пункт 4 (см. рис. вверху) — всего лишь малая часть того, что мы делаем. И даже если зачеркнуть его, все равно можно доехать до Калифорнии — благодаря трем первым.

Но имейте в виду: если вы не выполните пункт 3 (развитие своей структуры) и слишком много внимания уделите пункту 4 (именно так делают многие продавцы)» то вам не преодолеть весь путь. Вспомните уроки № 1 и 2, свяжите их с тем, что было сказано сейчас, и вы сможете начать собственный MLM-бизнес.

При общении с новым сотрудником стремитесь к тому, чтобы в его подсознании хорошо отпечатались цифра 5.



Все, что ему нужно, — это найти пятерых человек, серьезно настроенных на работу.

Спрашивая у своих сотрудников, как они действуют, вы можете услышать такой ответ: «Я не могу найти никого, кто хотел бы заниматься продажами». Опять — слово «продажа»!

Перестаньте искать продавцов! Ищите тех, кто хочет зарабатывать 600, 1200, 1500 долларов каждый месяц и при этом не ходить ежедневно на работу. Вы знаете таких людей? И вы, и любой другой ответит: «Конечно, все хотят этого! Каждый хотел бы зарабатывать деньги таким способом!»

А между тем поверьте: это займет у вас всего 5—10 часов в неделю. «Почему бы не попробовать?» — часто слышим мы в ответ.

Некоторые думают, что достаточно включиться в MLM-программу, а дальше все пойдет само собой. Но это не так. Помните, что машина, на которой мы едем в Калифорнию, не имеет автоматической коробки передач.

Люди учатся в колледже, в университете, чтобы занять определенное место в обществе, и в этом нет ничего нелогичного. Возможно, вы один из них. Вы учитесь дни, ночи, недели, годы но сколько сможете заработать после окончания учебы?

Посвятите 5—10 часов в неделю изучению этих десяти уроков на салфетках. Освоив их, вы можете поделиться своими знаниями. Книга, которая сейчас в ваших руках, — ключ к вашему успеху.

Возможно, вы впервые слышите о концепциях многоуровневого маркетинга. Мы сейчас и не ждем от вас знаний, достаточных для обучения других людей. Но не откладывайте изучение MLM!

И еще: чтобы начать работу в программе многоуровневого маркетинга, вам необходим человек, который оказывал бы поддержку (спонсор). Если ваш спонсор — настоящий, он обязательно поможет вам работать с вашей первой пятеркой сотрудников. Заметьте: вам оказывают поддержку. Спонсор научит вас, как нужно разговаривать с друзьями, когда вы будете показывать им эту книгу.

Теперь несколько слов о достижении целей, которые вы перед собой поставили. К тому времени, когда вы подниметесь по лестнице своей MLM-программы на одну пятую, вам следует знать и понимать все десять уроков на салфетках. А пройдя три четверти пути, вы должны уметь учить других. Если же вы находитесь на вершине или рядом с ней, то от вас уже требуется умение не просто учить своих сотрудников, а учить их так, чтобы они, в свою очередь, могли обучать других. Этим умением вы можете овладеть за относительно короткое время.

Можно изучать эту книгу и/или слушать кассету, посвященную этому же вопросу. Читайте и/или слушайте снова, снова и снова... Если вы задались целью достичь большего и вам пришлось пройти материал пять, шесть или даже десять раз, если вы изучали его целый год, значит, вы сможете зарабатывать две, три, четыре, даже шесть тысяч долларов в месяц. Как думаете, стоит потратить на это 5—ю часов в неделю?

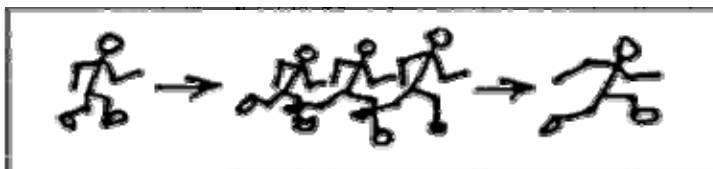
Не правда ли, это отличный повод «пойти в школу»? Взгляните на книги, по которым вы учитесь в колледже. Разве с их помощью можно заработать столько денег?

Добро пожаловать в Университет MLM!

Урок на салфетке №4. "Закладываем прочное основание"

Если вам не удастся объяснить своему новому дистрибьютору, насколько важен правильный старт, это непременно повлечет за собой падение его интереса к бизнесу. Вот почему я настаиваю на том, чтобы новички не начинали отсчет времени своей работы в этом бизнесе до тех пор, пока не закончится их стажировка.

Многие приходящие в MLM-бизнес неправильно начинают работу. Они смотрят на лидеров, сравнивают себя с ними и думают, что никогда не смогут достичь таких же высот. И это лишает их энтузиазма.



Нарисуйте бегущих людей. Стрелками покажите, что один человек бежит медленнее основной группы, а другой быстрее. (Возможно, вам будет легче, если вы обведете их в кружки.) Человек, стремящийся сохранить свое лидерство, будет бежать быстрее, чем тот, кому нужно догнать остальных. Но так как в этой гонке нет «финишной черты», все ее участники могут стать

победителями. У меня в офисе висит цитата из проповеди моего пастора. Вот она:

ПРОИГРЫВАЕТ ТОЛЬКО ТОТ, КТО БРОСАЕТ НАЧАТОЕ.

Но для того чтобы хорошо бегать, нужно тренироваться. Начав работать с новым человеком, обязательно скажите ему, что первое время (от двух до шести недель) он будет проходить стажировку. И только следующий месяц после нее будет первым месяцем его самостоятельной работы.

В стажировку входят: чтение литературы, общение со спонсорами и другими заинтересованными людьми, изучение товаров, с которыми предстоит работать. Все это позволит правильно начать бизнес. Не позволяйте своим новым сотрудникам приступать к самостоятельной работе до тех пор, пока они не усвоят всю необходимую информацию и не станут относиться к делу серьезно. Только выполнив все эти требования, они будут готовы взять правильный старт и бороться за лидерство.

Одно из достоинств уроков на салфетках заключается в том, что вы можете поделиться ими со своими новыми дистрибьюторами, с теми, кого еще только планируете заинтересовать. Кроме того, занятия тренинговыми программами подводят людей к самомотивации. Каждый раз, когда я знакомлю свою аудиторию с уроком № 1 «Дважды два — четыре», я волнуюсь, думая о тех возможностях, которые дает MLM-бизнес.

После того как вы прочитаете и поймете то, о чем я собираюсь рассказать на следующих страницах, у вас появятся мотивация и способность видеть новые возможности для строительства здания своего бизнеса.

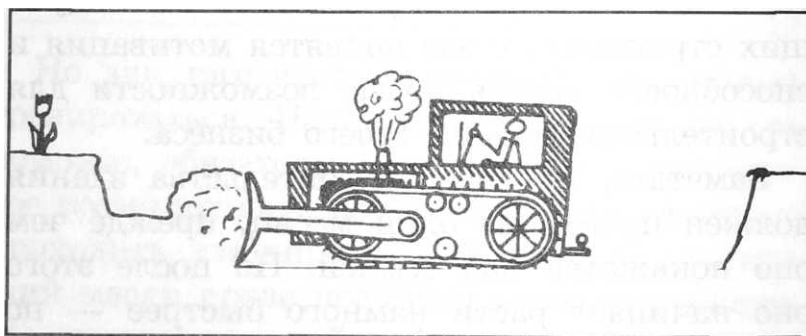
Заметьте, с начала строительства здания должен пройти не один месяц, прежде чем оно покажется над землей. Но после этого оно начинает расти намного быстрее — по этажу в неделю!



Представьте, насколько высоким может стать здание вашей организации, и тщательно продумайте, как его сделать таким.

Когда вы работали со своей первой пятеркой, настраивая их на серьезную работу, вы, образно говоря, рыли котлован для фундамента своего здания, используя лишь лопату. Это — первый уровень.

А когда каждый из вашей пятерки привлечет еще пятерых человек, это равносильно тому, что вы будете использовать бульдозеры. Это — второй уровень, у вас 25 человек.



Если же вы рассказали своей пятерке, как им следует учить своих людей, чтобы они могли привлечь кого-то еще, — это все равно что рыть котлован экскаватором. Вы — на третьем уровне, у вас 125 человек, и вы уже дошли до твердого грунта. Теперь можно начинать строительство фундамента вашего здания.

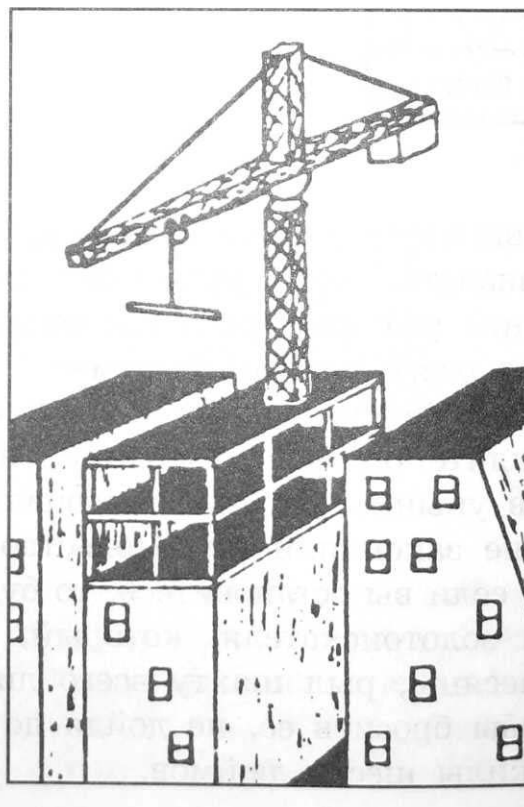


Когда вы достигнете четвертого уровня, это будет означать, что фундамент построен, ваше здание уже виднеется над землей и теперь будет расти намного быстрее.

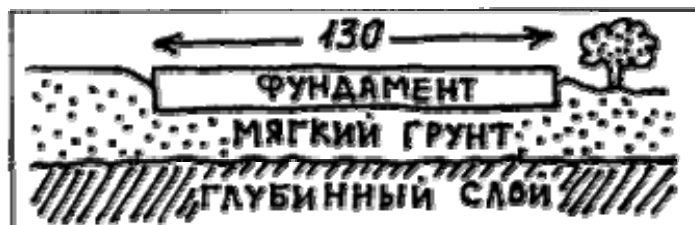
Если вы в бизнесе уже несколько месяцев, но не видите особых изменений, • не стоит впадать в уныние. Это просто означает, что вы еще не закончили строительство фундамента. И если вы остановитесь, то будете похожи на золотоискателя, который, работая долгие месяцы, рыл шахту всего лишь для того, чтобы бросить ее, не дойдя до золотоносной жилы шести дюймов.

Теперь давайте снова вернемся к продавцу. С ним происходит то же самое. Он бросает начатое ради чего-то еще в тот момент, когда так близок к тому, чтобы увидеть, как начнет расти здание бизнеса.

До тех пор пока вы не достигнете четвертого уровня, не ждите никаких видимых результатов. Однако это не значит, что вам нужно стремиться к пятому. Если ваши фронтлайнеры достигнут четвертого уровня, это уже будет означать, что начали возводиться этажи.



На рисунке внизу видно, как выглядит фундамент «здания бизнеса» у человека, имеющего 130 дистрибьюторов. Но заметьте, что этот фундамент все равно не будет надежным, если привлечь к работе только тех, кто покупает товар лишь для себя, или оптовых покупателей, — даже если в группе у этого человека будет 780 сотрудников.



Возвращаясь к примеру о поездке в Калифорнию, можно сказать, что такой человек слишком долго едет на первой скорости и, возможно, никогда не перейдет на вторую.

Усвойте эти уроки на салфетках и применяйте их! Только так вы сможете двигаться вперед. Стройте свой фундамент на прочном основании (на твердых породах) — и добьетесь высоких результатов!

Позднее, усвоив урок № 9 «Мотивация и отношения», вы поймете, почему так важно строить здание своего бизнеса на прочном основании.

Прежде чем перейти к следующему уроку, еще раз напомним о том, что с первыми четырьмя вам следует познакомить своих новых друзей как можно

скорее. А остальные уроки могут быть рассмотрены и после того, как они начнут самостоятельную работу.

Урок на салфетке №5. "Корабли в море"

Итак, вы работаете в этом бизнесе неделю, две, месяц или другой срок, необходимый для того, чтобы решить, будете ли вы серьезно заниматься им или нет. В любом случае вы уже привлечете к работе какое-то количество людей и ваша организация начнет развиваться.

Эта «презентация» (урок № 5) посвящена работе с группой. Вы убедитесь, что с группой работать интереснее, чем с одним человеком.

Мы все так часто слышим фразу: «Вот когда приплывет мой корабль...»³ Мне вспоминается пессимист, который шутит по этому поводу: «Когда мой корабль приплывет, я буду на автобусной остановке или в аэропорту».

Работая в MLM-бизнесе, вы никогда не упустите свой корабль! Если вы усвоите этот урок, то, когда ваш корабль придет, вы уже будете ждать его на причале.

Иногда я спрашиваю людей, есть ли у них шанс получить большое • наследство.

Реальность такова, что у большинства вероятность этого равна нулю. Многим просто неоткуда ждать такого корабля. Однако многоуровневый маркетинг может сотворить для них настоящее чудо!

Это одна из причин, почему я столь восторженно говорю об MLM: он дает людям надежду. Надежду на то, что им не придется тридцать-сорок лет работать на свою компанию, просто чтобы дослужиться до пенсии и уволиться — и только после этого получить право посмотреть мир, живя тем временем на доход, в два раза меньший, чем раньше.

MLM же дает людям реальную возможность осуществить свои мечты — и не через тридцать-сорок лет.

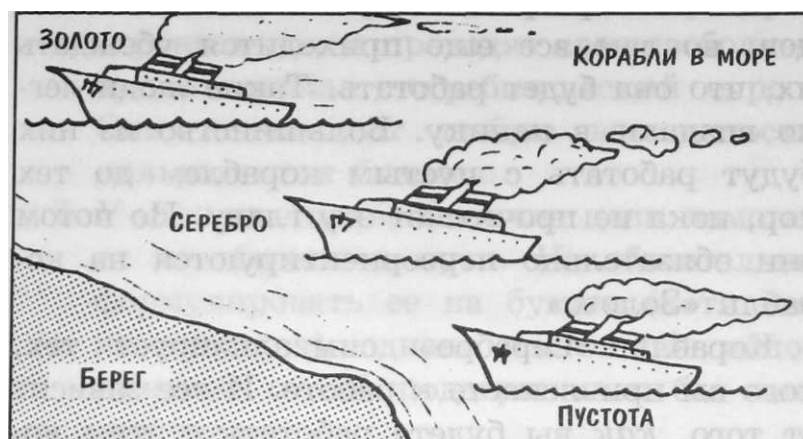
Многие боятся начинать собственное дело. А MLM-бизнес позволяет им, ничем не рискуя, попробовать свои силы.

А теперь я расскажу, как следует поступать, чтобы ваш корабль пришел, — иными словами, о том, как идти наверх, к успеху.

³ - В тексте дан буквальный перевод этой фразы. Ее русский эквивалент: «Вот когда я разбогатею...»

Когда приплывет ваш корабль, вы сможете заработать на любом грузе, какой бы он ни привез.

Нарисуем три корабля, плывущих в море, и берег, где вы ждете прихода «своего» корабля.



Назовем первый корабль «Золото», второй — «Серебро», а третий — «Пустота». Эти корабли олицетворяют людей в вашей организации, которым вы прямо или косвенно оказываете поддержку. Они могут находиться на любом уровне, но ниже вашего.

Итак, какому же кораблю вы будете помогать добираться до берега? Кораблю «Золото»? Конечно! Так почему же многие люди настроены на работу с пустым кораблем? Потому что они не знают того, о чем говорится в этой главе.

Корабль «Золото» — это люди, которых привлекли к работе, но потом оставили без поддержки. Возможно, они будут продолжать работу, а возможно, и нет. Ведь они не знают, что здание процветающего бизнеса строится больше в глубину, чем в ширину.

Корабль «Пустота» — это те, кто участвует в MLM-программе уже несколько месяцев, но вам все еще приходится убеждать их, что она будет работать. Такие люди легко впадают в панику. Большинство из них будут работать с пустым кораблем до тех пор, пока не прочитают эту главу. Но потом они обязательно переориентируются на корабль «Золото».

Корабль «Серебро» символизирует тех, кого вы привлекаете к работе. И все зависит от того, как вы будете работать с этим кораблем. Именно от вас зависит, что он привезет: золото или пустоту.

Пятерка серьезно относящихся к работе сотрудников — то же, что пять «золотых кораблей». Все просто: чем больше у вас кораблей, груз которых можно превратить в золото, тем меньше людей вам придется привлекать к работе для того, чтобы найти пятерых серьезных сотрудников.

Вот как можно определить «золотые корабли», или самых ценных людей:

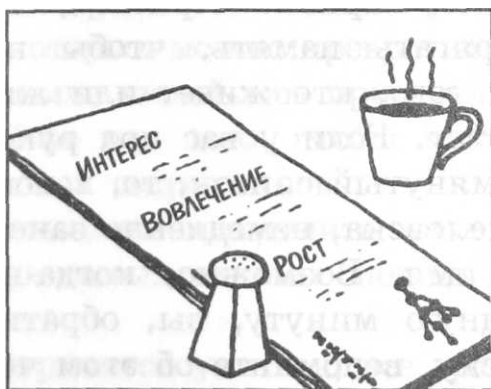
1. **Они стремятся учиться**, все время задают вопросы.
2. **Они просят помощи** и находят человека, который помогает им в работе.
3. **Они волнуются за бизнес**. У них достаточно знаний для того, чтобы понять, что программа будет работать, и это придает им настойчивости.
4. **Они берут на себя ответственность**. Они покупают товары, с тем чтобы распространить их, и проводят свое свободное время, изучая потребительский спрос. Они используют любую возможность для развития бизнеса.
5. **У них есть цель**. Наличие цели помогает не сбиться с пути. Не обязательно формулировать ее на бумаге (хотя это не повредит), однако постоянное напоминание о ней поддерживало бы ваш энтузиазм.
6. **У них есть список всех своих знакомых**. Они составляют его, чтобы ни о ком не забыть. К примеру, вы отправляетесь туда, где не были продолжительное время. Приехав, начинаете напрягать память, чтобы вспомнить имя того, кто живет или жил по соседству. Если у вас под рукой вышеупомянутый список, то, вспомнив этого человека, немедленно занесите туда его имя. Возможно, когда-нибудь, в трудную минуту, вы, обратившись к списку, вспомните об этом человеке и поймете, что именно он сможет вам помочь.
7. **Они вам рады**. Они с нетерпением ждут вашего прихода независимо от того, пришли ли вы по делу или просто так.
8. **Они позитивно настроены**. Мы все любим находиться рядом с такими людьми, ведь их настрой передается и нам!

Этот список можно было бы продолжить, еще долго перечисляя признаки, по которым можно распознать «золотой корабль».

Единственное различие между «серебряным» и «золотым» кораблями заключается в том, что «серебряный» находится в бизнесе не достаточно долго для того, чтобы добраться до сути и начать относиться к делу серьезно.

А теперь я хочу рассказать о трех важных словах. Поняв, в чем заключается их важность, вы поймете, что заставляет работать все MLM-программы.

Вот эти слова: *интерес, вовлечение, рост*.



Первое, что нужно сделать, — это заинтересовать человека делом, которым вы занимаетесь. Заинтересовав его, сделайте так, чтобы он включился в работу. А начав работать, человек будет стремиться к постоянному росту своего бизнеса.

Вызывайте интерес к многоуровневому маркетингу, объясняя различные методы движения товаров по рынку (розничная торговля, прямые продажи, MLM), а также показывая людям урок № 1 из этой книги.

Вовлекайте их в работу, «возьмите их с собой в Калифорнию» (см. урок № 3).

А рост придет сам, когда люди поймут и начнут использовать все десять уроков на салфетках.

Очень важно, чтобы те, с кем вы работаете, понимали: когда вы приходите к ним или разговариваете с ними по телефону, вы не оказываете на них давление, а просто хотите помочь.

Когда вы звоните некоторым людям, у вас возникает ощущение, что их абсолютно не волнует ваш звонок. Объясню причину такой реакции: они думают, что вы давите на них. Это характерно для «пустых кораблей».

С другой стороны, когда вы звоните человеку — «золотому кораблю», он понимает, что вы хотите помочь. Это будет чувствоваться даже по тону разговора.

У «пустых кораблей» нет целей, они не составляют списка своих знакомых, у них нет серьезного отношения к работе, и, кроме того, они, как правило, настроены скептически. Этим людям вы вынуждены постоянно все доказывать.

Знайте, что, если вы работали с «пустыми кораблями» больше, чем с «золотыми», то первые, если пойдут ко дну, потянут за собой и вас. Вот почему мы советуем держаться подальше от «пустых кораблей» и работать с «золотыми» или помогать набираться опыта «серебряным». Проводите больше времени с «золотыми кораблями», помогая им формировать свои подгруппы.

Иногда еще не утонувшие (то есть не бросившие работу) «пустые корабли», а также «серебряные», не превратившиеся пока в «золотые», просто смотрят на вас — плывущего впереди, вместо того чтобы звать на помощь. Если у человека бизнес не ладится и его корабль идет ко дну, спасти положение невозможно, вы неизбежно повредите днище.

Если же люди зовут вас, хотят работать с вами, развивать бизнес, вы можете помочь им. Но, спасая, вы рискуете утонуть вместе с ними.

Общаясь со своими дистрибьюторами, спрашивайте о том, как у них идут дела: сколько у них «золотых», сколько «серебряных кораблей» и т. д.

И вот что еще очень важно: никогда не спрашивайте своих новых дистрибьюторов, сколько они продали товаров за прошедшую неделю! Если вы так делаете, то противоречите тому, что говорили раньше, — ведь вы утверждали, что им не придется ничего продавать.

Они просто собираются делиться товаром с друзьями, спонсорами и строить свою организацию.

Если вы спрашиваете людей о продаже, они могут подумать, что вы заинтересованы только в деньгах (возможно, они окажутся правы).

Деньги придут сами, если вы будете постоянно искать возможность помочь своим людям преуспеть. Зиг Зиглар говорит об этом так: «Вы можете получить все, что хотите в этом мире, просто помогая другим людям получить то, что желают они».

Если хотите поговорить с теми, кому непосредственно оказываете поддержку, используйте подходящий повод: позвоните сначала их даун лайнерам, узнайте, нужна ли кому-то из них помощь, а затем уже позвоните своему подопечному и сообщите, что разговаривали с одним из его дистрибьюторов, что он чем-то обеспокоен и что вам всем нужно встретиться.

Объясните сотрудникам, что вы делаете это не для того, чтобы проверить, как они работают, а для того, чтобы узнать, не нужна ли им помощь. Проверка работы сотрудников входит в обязанности менеджеров тех компаний, которые занимаются прямыми продажами. У нас же в многоуровневом маркетинге такого нет. Сейчас вы должны уже понимать разницу между этими видами деятельности.

В заключение урока хочу обратиться к вам: не считайте себя «пустым кораблем». Если бы вы были им, то не стали бы читать эту книгу. А если вам кажется, что до прочтения этой книги вы все-таки были именно «пустым кораблем», то, возможно, сейчас вы уже «золотой корабль» или «серебряный», который скоро станет «золотым». Итак, вперед!

Урок на салфетке №6. "Приглашение третьего лица"

Тема этого урока — разведка, и она неразрывно связана с нашим предыдущим разговором. Разведкой мы называем приглашение третьего лица. Очень важно, чтобы ваши люди знали, что это такое и как этим нужно пользоваться.

Поясню: если я знаю Кэрл, то не буду спрашивать у нее, заинтересована ли она в дополнительном доходе. И вот почему: она, возможно, хочет, чтобы я думал, что у нее в финансовом отношении все в порядке, и поэтому может ответить так: «Дополнительный доход меня не интересует».

На самом же деле нужно сказать примерно следующее: «Я начал интересный бизнес и хотел бы попросить тебя помочь мне. Ты случайно не знаешь кого-нибудь, кто был бы заинтересован в дополнительном доходе?»

Заметьте, что «третьим лицом» может быть кто угодно. Я просто спрашиваю ее, знает ли она кого-нибудь.

Проведем небольшой эксперимент. Спросите у работника бензоколонки, бакалейщика, парикмахера, уборщиков и т. д., знают ли они кого-нибудь, кто хотел бы иметь дополнительный доход, и наблюдайте за их реакцией.

В большинстве случаев вы услышите: «А что нужно делать?»

Причина такого вопроса проста. Ведь люди, желающие подзаработать, — они сами, и поэтому они заинтересованы в дополнительной информации.

Когда ваши собеседники задают этот вопрос, не пускайтесь в пространные объяснения. Многие чувствуют себя оскорбленными, когда им приходится идти куда-то, чтобы целых полтора часа выслушивать рекламу какого-нибудь товара, абсолютно не представляя зачем. (Некоторые компании специально учат своих сотрудников ничего не говорить.)

Ваш ответ должен быть таким: «Знаете ли вы что-нибудь о многоуровневом маркетинге?» Они могут ответить либо «да», либо «нет». Если ответят «да», спросите, что они знают. Поговорите об этом бизнесе в целом (используйте главу «Введение в MLM»). Обратите внимание на главные особенности и преимущества работы в многоуровневом маркетинге.

А затем, если им все еще будет интересно, обратитесь к программе, в которой работаете сами. Объясните, что всего лишь за час вы можете рассказать целую историю. Не пытайтесь «вбить» в людей программу где-нибудь на перекрестке улиц или на рабочем месте. Без полного обзора темы вы, скорее всего, просто запутаете их.

Обучая своих сотрудников, вы должны придерживаться намеченного плана, тогда никаких трудностей не возникнет.

Помогая тем, кого вы привлекли в этот бизнес, вы обязательно будете сталкиваться с новыми людьми, которых тоже можно заинтересовать.

При разговоре о многоуровневом маркетинге можно рассказать и о той программе, в которой работаете сами.

Некоторые стараются не заниматься привлечением новых людей. Причина — в боязни услышать в ответ слово «нет». Это называется «боязнь отказа».

Рассмотрим такую ситуацию. Молодой человек впервые пришел на танцы. Он через весь зал направляется к девушке и приглашает ее на танец, но она отказывает ему. И молодой человек уходит, решив больше никогда не приглашать девушек танцевать. Он абсолютно уверен, что все видели, как его отвергли.

А другой парень, если приглашенная девушка не хочет с ним танцевать, приглашает другую, потом еще одну... и танцует весь вечер.

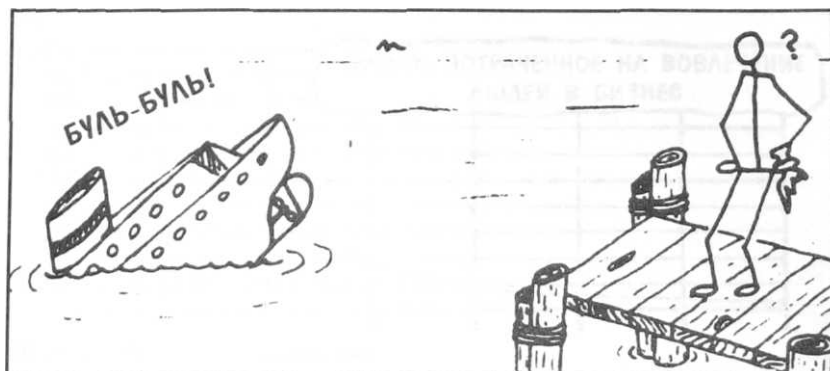
Чтобы побороть боязнь отказа, нужно перехитрить свой разум, и тогда вы легко сможете начинать разговор с любым человеком.

Нарисуйте себя стоящим на причале в ожидании своего корабля. Но помните: сначала необходимо отправить его в плавание. И лучше не один, а несколько. Если вы отправите только один корабль, то велика вероятность того, что в итоге вы получите «пустоту». Но чем больше ваших кораблей в плавании, тем больше у вас шансов дожждаться золота. И именно с этими, «золотыми кораблями» вам нужно работать в дальнейшем.

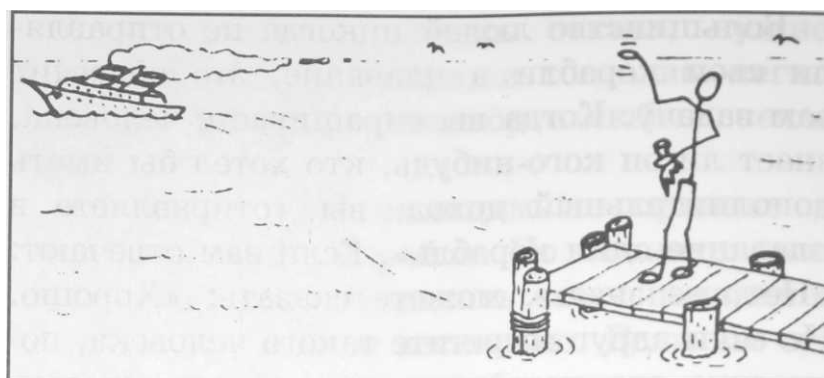
Большинство людей никогда не отправляли свои корабли в плавание, это облегчит вам задачу. Когда вы спрашиваете человека, знает ли он кого-нибудь, кто хотел бы иметь дополнительный доход, вы «отправляете в плавание один корабль». Если вам отвечают: «Нет, не знаю», можете сказать: «Хорошо. Но если вдруг встретите такого человека, попросите его позвонить мне» — и оставьте свой телефон. Обратите внимание: вы не получили отказ.

Спустив корабль на воду, можно ожидать только одно из двух: либо он поплывет, либо утонет.

Но даже если утонет, что из того! Ведь вы стоите на причале!



А если корабль плывет — великолепно! Отправляйте его в плавание и помогите вернуться с золотом.



Люди, которых вы познакомите с уроками № 5 и 6, начнут делиться с вами соображениями по поводу того, как они могут стать «золотыми кораблями», ведь они хотят, чтобы вы обязательно работали вместе с ними. Воспользуйтесь их приглашением!

Урок на салфетке №7. "На что потратить время"

Ниже изображен график, наглядно показывающий, на что вам следует тратить свое время. Вначале оно будет полностью уходить на вовлечение людей в бизнес.



«Но, — спросите вы, — разве я не должен выделять время на учебу, ведь первые несколько недель идет стажировка?» Все верно. Но не забывайте — ваш спонсор поможет вам работать. Это составляющая стажировки. И даже когда всю работу делает спонсор, вы постепенно зарабатываете себе право тоже быть спонсором.

В MLM-программах вы можете оказывать поддержку сразу после того, как помогли вам.

Итак, начав свой бизнес в MLM, помните: чтобы преуспеть, нужно обязательно найти и привлечь к работе пятерых человек, которые настроены так же серьезно, как и вы. Возможно, придется поработать с большим количеством людей, прежде чем найдете тех, кто вам действительно нужен.

Постепенно время, затрачиваемое на привлечение новых сотрудников, будет уменьшаться. Почему? Потому что однажды вы все-таки найдете одного ценного партнера, потом второго, третьего, четвертого и, наконец, пятого. Тогда вам уже больше не придется заниматься поиском новых людей. Учитите этому свои «золотые корабли». В том числе расскажите им, как нужно учить своих сотрудников привлекать к работе других. Оказавшись на третьем или четвертом уровне, они больше не будут нуждаться в поддержке, и вы сможете начать поиск еще одного ближайшего партнера.

Когда у вас появится пятерка надежных людей, уделяйте работе с ними 95% своего времени. Оставшееся время распределите таким образом: обслуживание покупателей из числа ваших друзей — 2,5%, «семена» — 2,5%. Когда ваша пятерка «соберет урожай» и ей не придется больше «поливать и окучивать», вы сможете работать с посаженными «семенами» и помогать им «взойти».

Подчеркну: делая все это, вы занимаетесь продвижением товара, поскольку оно, это продвижение, является естественным результатом работы с людьми.

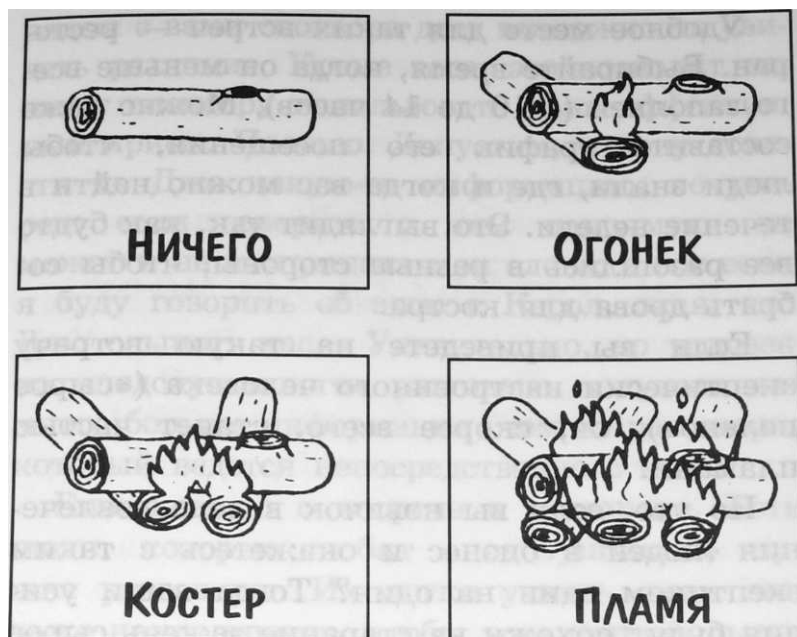
Урок на салфетке №8. "Шипение жарящегося мяса помогает продавать бифштексы"

Еще одно название этого урока, которое мы иногда используем, — «Разжигание пламени». Представьте себя в походе. Вы без труда заметите, что если разметать поленья в костре, то огонь погаснет. Снова сложите их вместе — огонь разгорится. Так что если у вас только одно полено — то считайте, что нет ничего.

Если воспользуетесь двумя поленьями или добавьте к одному полену хотя бы прутик, будет слабый огонек.

Если подложите третье полено — разгорится костер.

А добавив четвертое, вы увидите, как вспыхнет пламя!



Точно так же и с людьми. Однажды на очередную встречу с вами — скажем, в ресторане — ваш спонсор придет не один, и его спутник превратит «костер» вашей беседы в «пламя». Вы должны уловить энергию, исходящую от этого человека (не исключено, что таким человеком окажется случайный сосед по столику).

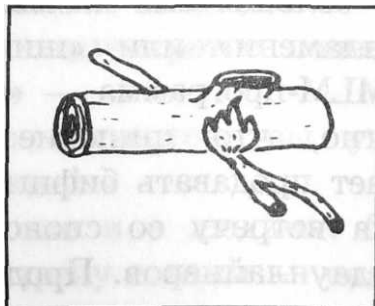
Если же вас не трое, а четверо, энергии будет намного больше! Мы называем это «разжиганием пламени» или «шипящей сессией». Ваша MLM-программа — «бифштекс», а всем известно, что шипение жарящегося мяса помогает продавать бифштексы.

Берите на встречу со спонсором одного-двух своих даунлайнеров. Продемонстрируйте им это «шипение» и ждите результатов. Удобное место для таких встреч — ресторан. Выбирайте время, когда он меньше всего заполнен (с 10 до 14 часов). Можно даже составить график его посещения, чтобы люди знали, где и когда вас можно найти в течение недели. Это выглядит так, как будто все разошлись в разные стороны, чтобы собрать дрова для костра.

Если вы приведете на такую встречу скептически настроенного человека («сырое полено»), он, скорее всего, станет частью пламени.

Но что, если вы новичок в деле вовлечения людей в бизнес и окажетесь с таким скептиком один на один? Тогда ваши усилия будут похожи на старание зажечь сырое полено от одного тоненького прутика.

Так как вы еще недолго работаете в этом бизнесе, вас можно сравнить с прутиком. А ваш спонсор, проработавший больше, — полено. Именно с полена и прутика начинается костер.



Иными словами, только присутствие рядом с вами спонсора даст возможность увидеть различие. Кроме того, это позволит вашему спонсору использовать один эффективный прием. Поясню. Допустим, я хочу донести до Джо какую-то информацию, но уверен: если говорить с ним напрямую, он может и не воспринять мои слова; а вот если я буду говорить об этом с Кэрл, зная, что Джо слышит нас... Удивительно, но человек из «подслушанного» разговора получает намного больше информации, чем из разговора, который ведется непосредственно с ним.

Еще кое-что о встрече в ресторане. Есть люди, которые любят «подслушивать» чужие разговоры. Их легко узнать, ведь они даже наклоняются, чтобы услышать больше. Имейте в виду, они могут быть очень заинтересованы. После того как ваша встреча закончится и все начнут расходиться, задержитесь на несколько минут. Дайте этим людям возможность приблизиться к вам. Они не подойдут к столику, когда за ним сидят четыре человека, но если вы будете один, это вполне возможно.

Мы всегда начинаем «раздувать пламя» по мере прихода людей. Когда собираются все, мы сообщаем друг другу приятные новости, касающиеся работы. Да и потом говорим только о бизнесе и не решаем никаких мировых проблем. Просто делимся своими идеями о том, как вести дела, как привлекать новых людей.

Свои встречи мы обычно заканчиваем примерно такими словами? «Просто подумай! Это не сложнее, чем каждый день ходить на работу!» Звучит заманчиво, особенно если в вашей группе есть люди, которые все еще работают по найму и сейчас вынуждены уйти, так как перерыв на ланч закончился. При расставании вы можете сказать такому человеку (допустим, его зовут Ник): «Увидимся позже, Ник, но помни...» И вполне вероятно, что он перебьет вас и сам продолжит фразу: «Да, я знаю. Просто подумать! Это не сложнее, чем каждый день ходить на работу». Ник будет заинтересован в том, чтобы как можно скорее добиться того же, что и вы.

Урок на салфетке №9. "Мотивация и отношение"

Один из самых важных уроков в этой книге — урок, посвященный мотивации. Он даст четкое представление о том, как работать с людьми, чтобы их заинтересовать.

Напишите на листе бумаги слово «мотивация», затем нарисуйте две стрелки: одну направленную вниз, другую вверх.



Стрелка, направленная вниз, — это мотивации, идущая сверху, стрелка, направленная вверх, — подъем мотивации. Мотивацию сверху мы называем «горячей ванной», а подъем — величина постоянная. Поясню. Возможно, многие из вас уже бывали на встречах, цель которых — поддержать мотивацию. Вы уходили оттуда воодушевленными и начинали (быть может, не в первый раз) работу в своей MLM-программе. Но, как правило, через пару недель или месяцев весь ваш энтузиазм пропадал. Отсюда вывод: чем горячее кажется вода в ванне, тем быстрее вы... замерзнете.

Я видел людей, которые через несколько дней или недель после таких встреч впадали в депрессию. Почему?

У них была огромная мотивация, но им никто не объяснил, что и как нужно делать! Вот почему они потерпели неудачу.

Даже чтение этой книги может стать «горячей ванной», так же как и посещение семинаров, встречи со спонсором, изучение литературы, продвижение товаров. Но будет ошибкой считать, что всего этого не следует делать; напротив, это делать необходимо.

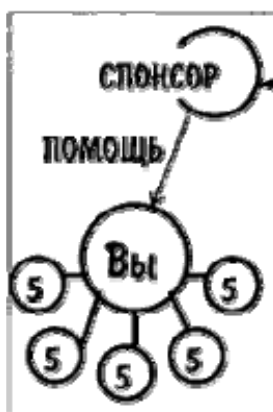
Прежде чем начать разговор о способах подъема мотивации, мне бы хотелось поговорить об отношении к делу. Представьте, что вы собираетесь провести с кем-то беседу о своем бизнесе. Этот человек ничего не знает о нем, уровень его отношения к вашему бизнесу — нулевой. А у вас, для того чтобы разговор был эффективным, этот уровень должен быть на отметке как минимум 50 градусов. Если он ниже, откажитесь от разговора, иначе это приведет к дальнейшему падению уровня.

Человек, которого вы хотите привлечь к работе, уже пришел на встречу с вами, он откликнулся на ваше приглашение, ваш бизнес заинтересовал его! Если уровень его интереса достигнет 65 градусов, это значит, что человек захотел наконец стать богатым. Но здесь может возникнуть проблема. Еще до того, как люди получают возможность научиться чему-то, они начинают рассказывать другим об этом бизнесе. Но так как они еще не знают, как управлять собой, то иногда проигрывают в беседах с теми, кто настроен скептически, уступают их доводам.

Даже близкие родственники и друзья могут быть разочарованы, решив, что согласились работать с человеком, который просто хочет разбогатеть на них, а не с тем, кто действительно хотел бы помочь им построить свой бизнес, — с настоящим спонсором. В таком случае уровень их интереса к бизнесу опустится ниже 50 градусов. В данной ситуации вам нужно опять встретиться с этими людьми, ответить на вопросы, которые у них возникли, и уровень их интереса, возможно, поднимется градусов до 70. В этот раз он останется таким чуть дольше, но потом снова опустится ниже 50 градусов.

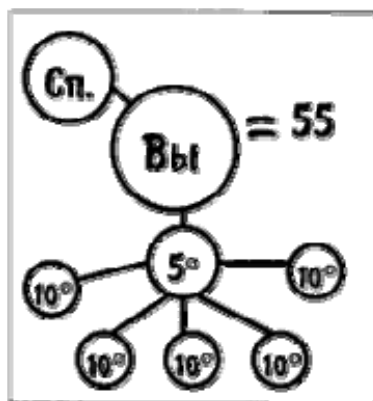
Что же следует предпринять, чтобы уровень интереса к бизнесу всегда держался на отметке «50»? Другими словами, вам нужно, чтобы этот уровень не прыгал вверх-вниз, как мячик, а был стабильным. Мы знаем только один способ добиться этого: мотивация снизу.

А теперь — о способах мотивации снизу. Итак, у вас есть спонсор. Ваш спонсор, который поможет привлечь для вас новых людей. Начнем с первых пяти (см. рисунок).

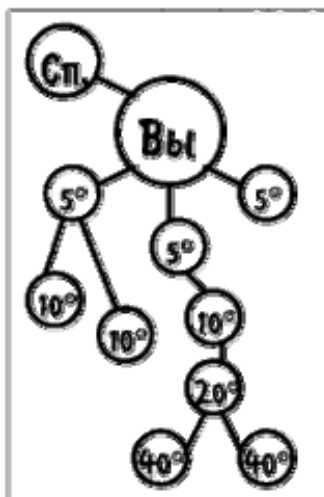


Когда вы поддерживаете пятерых человек, вы находитесь на уровне только 25 градусов. И снова хочу предостеречь от ошибки. Не работайте с большим количеством людей: они будут так же быстро уходить, как и приходили.

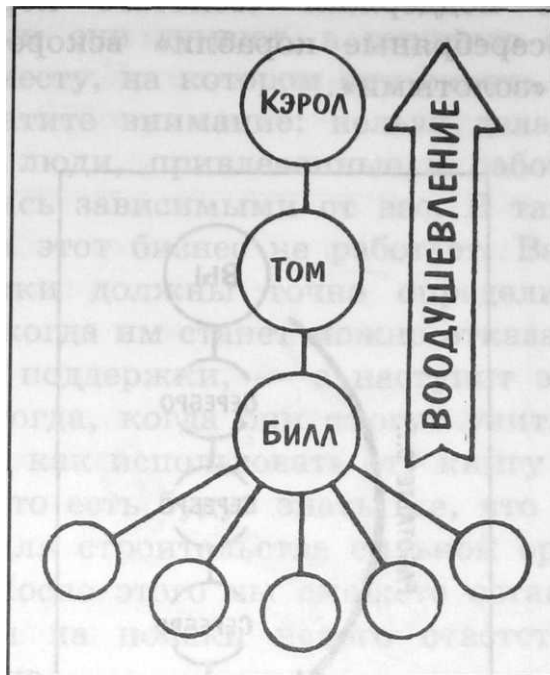
Ваш спонсор помог вам найти пять человек, а вы в свою очередь поможете этим пятерым работать со своими сотрудниками. Их 5 градусов — 10 градусов для вас. Каждый из ваших людей, находящийся на втором уровне, — 10 градусов для вас. Заметьте: если вы помогли одному из пяти человек привлечь также пятерых, это даст вам возможность достичь уровня 50 градусов.



Третий уровень — это еще 20 градусов, четвертый — 40. Чем дальше, тем горячее. Вы оцените этот феномен по достоинству только тогда, когда он станет реальностью. И потом вы захотите, чтобы то же самое как можно скорее произошло и с вашими людьми. Уверен, они это оценят!



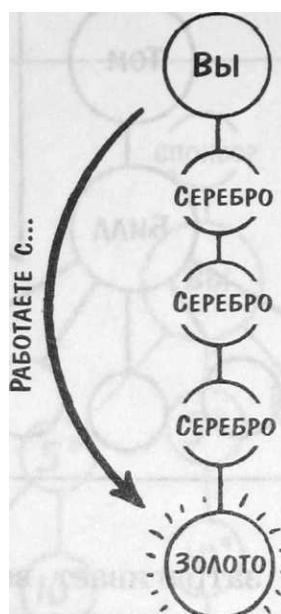
Возьмем такой пример. Кэрл оказывает поддержку Тому, а Том — Биллу. Кэрл звонит Биллу и узнает, что он на прошлой неделе нашел пятерых ценных партнеров и настроен на работу с ними.



Это событие затрагивает всю сеть сотрудников. Их воодушевление растет (стрелка направлена вверх). Вот почему мы называем это «подъем мотивации». Помогите своим людям поддерживать их людей.

А теперь — об очень важном. Люди, которым вы оказываете поддержку, — «серебряные корабли». Все начинают с этого.

У каждого есть по крайней мере один друг. Встречайтесь со своими людьми и помогайте им привлекать к работе друзей. И в какой-то момент вы найдете «золотой корабль». Не теряйте времени, спускайтесь по ветке и начинайте работу с ним. В результате поддержки «золотого корабля» ваши «серебряные корабли» вскоре тоже станут «золотыми».

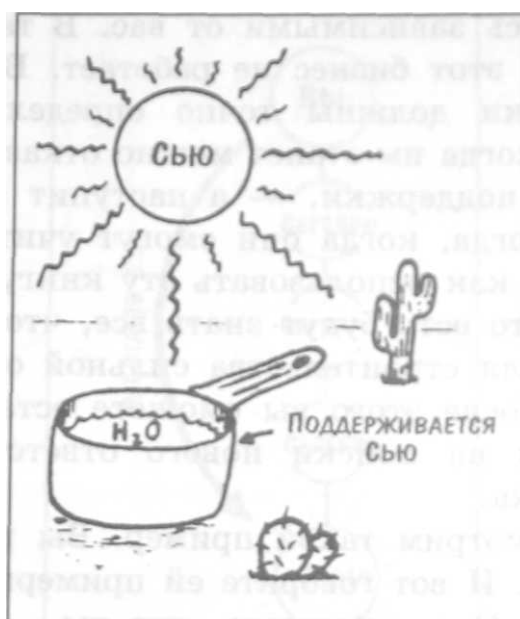


Иначе говоря, если вслед за «серебряным кораблем» появляется «золотой», то человек, который вовлек его в работу («серебряный корабль»), скажет: «Послушай, лучше будет, если мы объединим свои усилия». Нет более действенного средства мотивации, чем работа с теми, кто стоит на один уровень (или несколько уровней) ниже вас. А еще говорят так: «Чтобы заставить людей быстро и результативно работать, нужно поднести не паяльную лампу к тому месту, которым они думают, а горящую свечу к тому месту, на котором они сидят».

Обратите внимание: нельзя делать так, чтобы люди, привлеченные к работе, становились зависимыми от вас. В такой ситуации этот бизнес не работает. Ваши сотрудники должны точно определить момент, когда им станет можно отказаться от вашей поддержки, — а наступит этот момент тогда, когда они смогут учить своих людей, как использовать эту книгу в работе, — то есть будут знать все, что необходимо для строительства сильной организации. После этого вы сможете оставить их и уйти на поиски нового ответственного человека.

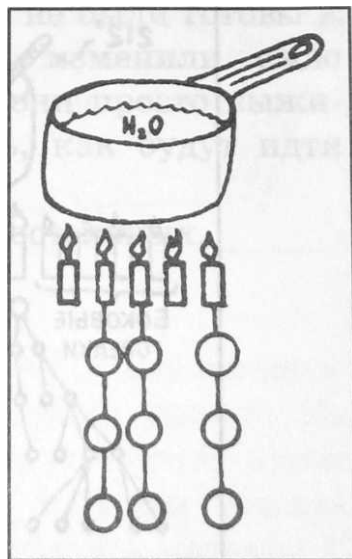
Рассмотрим такой пример. Вы работаете со Сью. И вот говорите ей примерно следующее: «Сью, представь, что ты — солнце. Нет ничего, что бы обладало большей энергией, чем солнце». И продолжаете: «А тот, с кем ты работаешь, — кастрюля с водой» (но даже если именно вы привлекли Сью к работе, не присваивайте себе роль солнца, а ее не называйте кастрюлей).

Итак, в вашей группе есть «солнце». В таком случае вода должна была бы закипеть. Но посмотрите, что происходит в реальности. Даже если вы поставите кастрюлю с водой в самый знойный день самого знойного года в центре самой знойной пустыни — все равно вода не закипит. Вода начинает кипеть при **212** градусах по Фаренгейту (**100** градусов Цельсия). Она не закипит ни при **210**, ни при **211** градусах — только при **212**.



Итак, если вы находитесь на уровне 212 градусов, а для эффективной работы нужно всего 50, вы можете в любое время и с кем угодно говорить о том, чем занимаетесь. Этого направления и нужно придерживаться. Но повторяю: ни солнце, ни спонсор не заставят «воду закипеть».

И даже если руководители всех компаний, занимающихся многоуровневым маркетингом, приедут в ваш город на встречу с вами, вода все равно не закипит. Они просто помогут вам преодолеть пятидесятиградусную отметку, а дальше вы должны все сделать сами. И помните: ваш спонсор обязательно поможет.



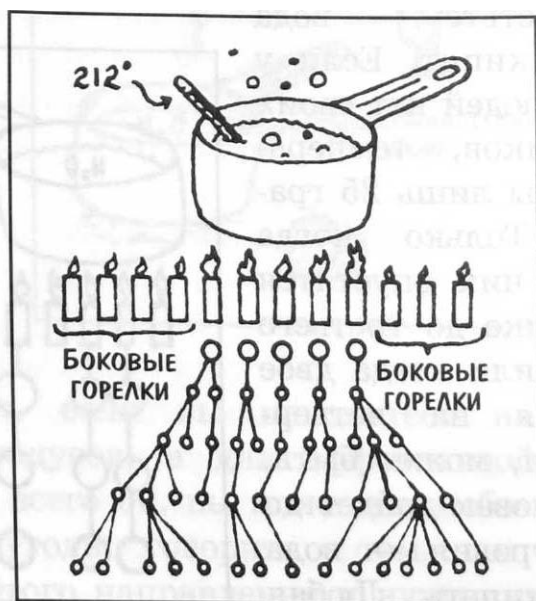
Другими словами, вы знаете людей, которых не знает ваш спонсор. Он поможет привлечь их к работе. Как только вы привлекли человека в бизнес, вы, говоря образно, зажгли под кастрюлей с водой одну горелку. А когда в вашей группе пять человек, кастрюля стоит на пяти горелках, и это самый эффективный способ вскипятить воду.

Но заметьте — вода еще не кипит. Если у ваших людей нет своих сотрудников, температура воды лишь 25 градусов. Только когда трое из них опустятся по цепочке до третьего уровня, или когда двое опустятся на четвертый, или, может быть, один человек дойдет до пятого уровня — вода начнет кипеть. Любая комбинация, приводящая к числу 212, заставит вашу воду кипеть. Как только она закипит, «солнце» (спонсор) может уйти. После того как вы объясните все это своим сотрудникам, они поймут: когда вы звоните им, вы просто хотите помочь зажечь еще одну горелку, чтобы вода закипела быстрее.

Чем больше групп будет под вами, тем быстрее «закипит вода».

Во всех MLM-программах, если у вас есть человек с кипящей водой, ситуация может выглядеть так, как показано на рисунке внизу. Заметьте, у вас есть и другие люди, у которых дела идут так же хорошо. Вода может закипеть у любого, и необязательно у того, кого привлекли к работе первым. Раньше всех

она закипит у того, кто серьезно относится к делу и строит свою структуру вглубь.



Когда вода закипит, вы можете переключиться на работу с пятью другими сотрудниками. Не забудьте, что кастрюля может стоять только на пяти горелках. (Мы говорили о таком способе построения сети на уроке № 1.) Даже если у вас, скажем, 15 человек, все равно самая большая отдача бывает тогда, когда работа ведется с группой из пяти человек. Вам, возможно, придется привлечь к работе от 10 до 20 сотрудников, прежде чем вы сможете найти пятерых самых ценных. А что же с другими? Их горелки остаются в стороне.

Итак, когда кастрюля стоит на пяти горелках и вода в ней кипит, вы можете уйти на поиск новых людей. Но сначала сообщите тем, кто остался в стороне, что происходит. Между прочим, вы можете обнаружить, что люди, которые раньше не были готовы к серьезной работе, теперь изменили свою точку зрения. Возможно, они просто выжидали и хотели посмотреть, как будут идти дела у вас.

Словом, не забудьте об остальных.

Урок на салфетке №10. "Пятиугольник роста"

На этом уроке мы займемся забавным математическим упражнением, в котором снова используется «волшебная» цифра 5. Оно весьма способствует мотивации людей, вовлекаемых в MLM-бизнес.

Этот «пятиугольник роста» очень важен как показатель того, насколько быстро может расти ваша организация, если вы используете принципы, изложенные в этой книге.

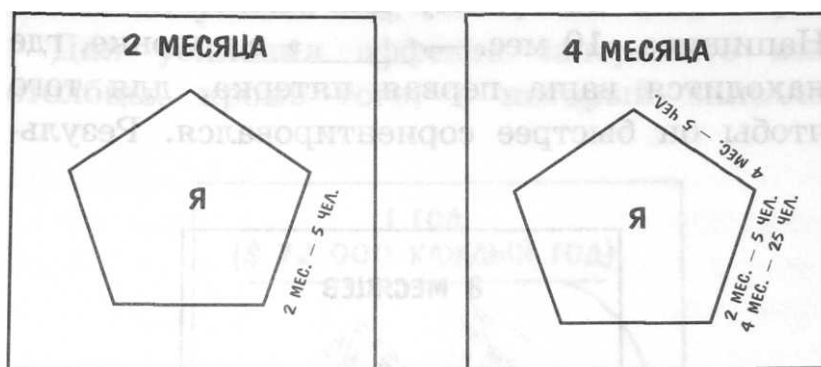
Итак, нарисуйте пятиугольник и напишите в центре слово «Я».



Пятиугольник будет символизировать месяц вашей стажировки. Давайте понаблюдаем, как в течение следующих двух месяцев будет расти ваша структура. (Можно использовать любую сторону этой фигуры.)

Вы пришли в бизнес и за два месяца привлекли пять человек, которые настроены на серьезную работу. (Напишите: «2 мес. — 5 чел.» вдоль одной из сторон пятиугольника.)

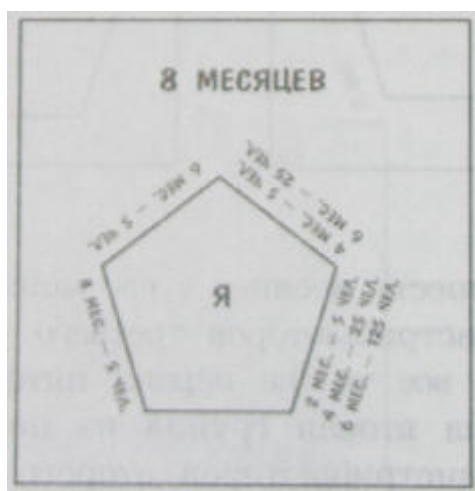
Спустя еще два месяца (то есть в конце четвертого) ваша первая пятерка, научившись тому, что знаете вы, даст 25 дистрибьюторов; второго уровня. К этому времени вы подготовите еще одну пятерку.



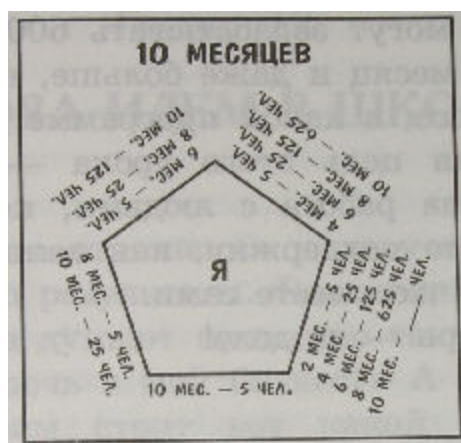
Через шесть месяцев у вас может появиться 125 дистрибьюторов третьего уровня. Их вам дала все та же первая пятерка; кроме того, ваша вторая группа из пяти человек даст 25 дистрибьюторов второго уровня. И не забывайте, что вы соберете к этому времени еще пять человек.



К концу восьмого месяца ситуация может выглядеть как на рисунке внизу. А теперь дайте своему собеседнику ручку и попросите нарисовать диаграмму для десяти месяцев.

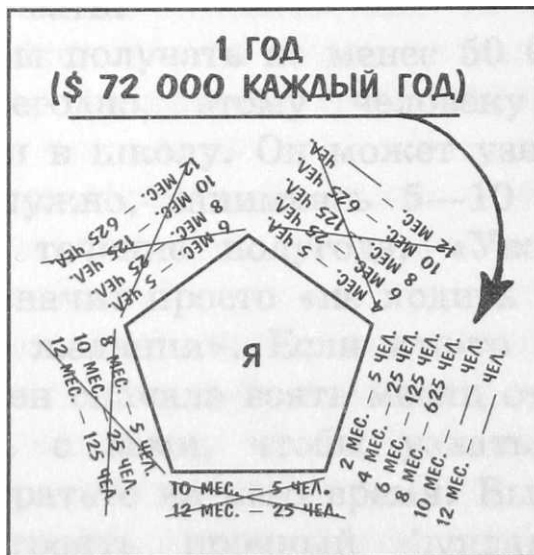


Напишите «10 мес. — _» в колонке, где находится ваша первая пятерка, для того чтобы он быстрее сориентировался. Результат превысит 3000 (если быть точным — он равен 3125). Как это будет выглядеть, показано на рисунке.



А теперь «пройдите» пятиугольник так, чтобы получился год.

Для усиления эффекта зачеркните все столбцы, кроме того, в который вписана ваша первая пятерка. Обратите внимание собеседника на то, что все сделано лишь одной группой, причем эти люди не были связаны с группами, которые вы зачеркнули. Они могут зарабатывать 6000 долларов каждый месяц и даже больше, в зависимости от того, в какой программе действуют.



Главная цель этого урока — показать, как важна работа с людьми, которым вы оказываете поддержку, как важно научить их тому, что умеете сами.

А теперь — за дело!

Глава 12. Снова идем в школу

От вашего отношения к делу напрямую зависят его результаты. Большинство дистрибьюторов думают примерно так: «Кого я могу привлечь в мой бизнес?» А я думаю, что за этим стоит вот какой подтекст: «Кому теперь я дам возможность уйти со своей постоянной работы?»

Если человек, в котором вы заинтересованы, проработал всего 1—3 года, но вы уверены в том, что ему следует уволиться, и знаете, как убедить его в этом за 2 минуты, то почему бы не попробовать?

Но чтобы получать не менее 50 000 долларов ежегодно, этому человеку нужно опять идти в школу. Он может узнать все, что ему нужно, занимаясь 5—10 часов в неделю в течение полугода. «Уволиться» для него значит просто «не ходить на работу против желания».

Если кто-то говорит, что согласен сначала взять месяц отпуска и поработать с вами, чтобы узнать, что к чему, не тратьте на него время. Вы не сможете построить прочный фундамент за 30 дней. Это можно сделать по меньшей мере за 6 месяцев.

Школа, о которой я упомянул, учит вовлечению в бизнес. На еженедельные занятия в ней уходит от трех до пяти часов, включая вашу дорогу туда и обратно.

Остальное время тратится на аудиозаписи, в которых содержатся советы по поднятию мотивации, информация о программе, в которой вы работаете. Кроме того, вы будете встречаться со своим спонсором, посещать различные семинары и т. д. Все это можно делать одновременно с чем-нибудь еще, абсолютно не связанным с вашей работой в MLM.

Проводя свои семинары в Канаде и Соединенных Штатах, я спрашивал слушателей: «Знает ли кто-нибудь колледж с четырехгодичным курсом, после окончания которого можно было бы, проработав 1—3 года, получать не менее 50 000 долларов в год?»

Никто не мог ответить на мой вопрос. Никто никогда не учился в таком колледже. Однако в MLM это возможно — вот чем он привлекателен.

Все, что вам необходимо знать, можно изучить за шесть месяцев.

Помните, как вы для обучения в колледже покупали массу книг? И возможно, с трудом заставляли себя прочитать хотя бы одну из них? Помните тревожное ожидание экзамена в конце семестра? А когда вы ходили в школу, вам кто-нибудь платил за это? Потом вы учились в колледже, и вам тоже за это не платили — так почему же вас беспокоит то, что вы так мало сделали за первые несколько месяцев работы в MLM? Помните: вы — в школе MLM.

Некоторые люди разочаровываются уже после нескольких недель работы в этом бизнесе. Но я думаю, что им не следует так себя настраивать, ведь они еще не закончили шестимесячное обучение в MLM-школе. Если вас прооперирует студент-медик, проучившийся всего несколько недель, вы уверены в том, что будете довольны результатом?

Спросите врача, юриста или кого-нибудь еще, сколько времени им понадобилось, чтобы овладеть своей профессией? И они скажут, что стали специалистами в своем деле только после окончания колледжа, а не в тот день, когда впервые пришли туда.

А когда вы спрашиваете человека о том, сколько он проработал в MLM, ваш собеседник, как правило, начинает отсчет времени с даты подписания дистрибьюторского соглашения или заявления. На самом же деле отсчет следует начинать с того дня, когда он начал работать, полностью осознавая свои действия.

Слишком много дистрибьюторов приходит в MLM, надеясь сразу же начать зарабатывать большие деньги. Но сначала необходимо пройти школу, что займет шесть месяцев. Это равнозначно традиционной учебе в колледже. Только для студентов колледжа этого срока недостаточно. Им требуется еще три с 1—3 половиной года на постижение всех тонкостей, прежде чем они приступят к работе. Чтобы преуспеть в MLM, вы должны научить преуспевать еще кого-то.

Если ваши дистрибьюторы заинтересованы в сумме, которую хотят заработать, включая деньги за обучение и работу с нижней веткой, им нужно оставить свое прежнее место работы. Чем быстрее они это сделают, тем быстрее достигнут успеха. Но это требует времени.

Прежде чем учить других, вы должны научиться всему сами. Если в вашей организации есть сотрудники, которые сталкиваются с трудностями при общении со своими друзьями, то это, возможно, оттого, что последние не представляют, как через 1—3 года смогут оставить работу, при этом все равно получая деньги. Они просто не верят в такую возможность.

Чтобы показать людям, как заработать большие деньги за период от шести месяцев до трех лет, воспользуйтесь тем, что сказано ниже. Чтобы это понять и рассказать другим, потребуется всего несколько минут.

Допустим, у вас есть новый дистрибьютор. Вы говорите ему: «Как вы думаете, среди тех, кого вы знаете, и среди тех, с кем вы встретитесь с моей помощью, найдутся ли к концу месяца пять человек, которые захотели бы заниматься этим бизнесом — людей, которые хотели бы приобрести новые знания и через 1—3 года оставить свою постоянную работу?»

Большинство скажут: «Все, кого я знаю, хотели бы этого».

Не идите со своим дистрибьютором на встречу сразу с пятью кандидатами. Это ошибка. Вы должны встречаться с каждым человеком индивидуально. Не исключено, что кто-нибудь из них будет настроен скептически, и тогда при групповой встрече он может «сбить с толку» остальных.

Кроме того, после пяти бесед у вашего дистрибьютора появится больше опыта. Он станет настоящим экспертом, работая со своими дистрибьюторами тогда, когда вы станете экспертом, работая со своими.

Если вы сможете к концу первого месяца привлечь пятерых ответственных дистрибьюторов, значит, сможете помочь им найти через три месяца свою пятерку. А когда ваши люди начнут помогать своим, вы уже будете работать с целой группой и научите ее делать то же самое.

К концу шестого месяца вам нужно быть на третьем уровне. А если это займет год? Посмотрите на рисунок на с. 104. Линии по обеим сторонам цифр (—5— и т. д.) символизируют ваших оптовых покупателей, или тех, кто хочет работать независимо от вас.

В данном случае вам необходимо иметь в общей сложности 155 хороших дистрибьюторов.

-Вы-	
Конец 1-го месяца	-5-
Конец 3-го месяца	-25-
Конец 6-го месяца	-125-

Если вы правильно строите бизнес, то в процессе работы вам обязательно будут встречаться люди, которые не захотят пользоваться вашей поддержкой. Многие из них станут или оптовыми, или розничными покупателями.

Допустим, каждый из ваших дистрибьюторов нижнего уровня имеет десять друзей-покупателей.

Это значит, что у вас — 1550 друзей-покупателей (10 x 155).

А теперь учтем еще и ваших дистрибьюторов: $1550 + 155 = 1705$. Итак, всего у вас 1705 покупателей. Учтем также, что покупатель-дистрибьютор приобретает товаров больше, чем покупатель-друг. И вот почему.

Покупатель-дистрибьютор:

- 1) лучше знает весь ассортимент товаров;

- 2) он может закупать товар оптом и к тому же часто пользуется им лично;
- 3) он покупает товары, в том числе чтобы давать их людям в качестве образцов.

Вам следует помогать всем своим дистрибьюторам использовать образцы товаров так же эффективно, как и вы.

Пунктирная черта под цифрой 155 символизирует ваших еще не учтенных оптовых покупателей.

-Вы-			
Конец 1-го м-ца	-5-	x	155 Дистрибьюторы
Конец 3-го м-ца	-25-		10 Друзья
Конец 6-го м-ца	-125-		1550 Клиенты
		+	155 Опт. покупатели

			1705 Всего покупателей

А теперь умножим 1705 на 30 долларов, чтобы узнать общую сумму продаж по группе за месяц. Большинство из вас работают в программах, где выручка от ваших собственных ежемесячных продаж составляет сумму, большую, чем 30 долларов. Я использую этот пример просто из-за своей консервативности. А кроме того, я не хочу вмешиваться в ваши планы. Дойдя до третьего уровня, вы спросите: «А что, если это заняло бы не шесть месяцев, а год? Стоило бы тогда этим заниматься?»

Умножьте 30 долларов на общее число клиентов (1705) — результат составит 51150 долларов. Напомню: вы работали только с пятью серьезными дистрибьюторами.

При общем объеме ежемесячных продаж, превышающем 50 000 долларов, без учета оптовых продаж, вы будете зарабатывать от 2000 до 6000 долларов каждый месяц.

Причина такого разброса суммы заработка в том, что не у всех может быть 10 друзей-покупателей. У кого-то их меньше, у кого-то больше.

Поэтому на разговор с потенциальными покупателями вам следует тратить 10—15 минут. Все зависит от того, хочет человек потратить время, чтобы узнать, как работать в этом бизнесе, или нет. Если он говорит «нет», переходите сразу к товару, и у вас будет еще один покупатель. Если же ваш собеседник говорит «да», работайте с ним дальше. И когда вы закончите свое объяснение, он будет готов войти в вашу команду.

Если бы вы, проработав на своем нынешнем месте лишь полгода, стали получать от 2000 до 6000 долларов каждый месяц, пришло бы вам в голову снова идти в школу и проводить там 5—10 часов каждую неделю, чтобы узнать, как это сделать?

Материал, содержащийся в этой главе, прост и доступен. Он объясняет механизм роста любой MLM-организации. Это одна из комбинаций строительства таких организаций, при которой необходимость продавать что-либо сводится к минимуму. Каждому по силам найти 10 друзей-покупателей. Для этого даже не нужно нанимать продавца. Когда вы закончите объяснение, оно должно выглядеть так:

-Вы-			
Конец 1-го м-ца	-5-	155	Дистрибьюторы
Конец 3-го м-ца	-25-	× 10	Друзья
Конец 6-го м-ца	-125-	1550	
		+ 155	Клиенты
		---	Опт. покупатели
		× 1705	Всего пок-лей
		\$30	
		\$ 51150	Всего заработок

Серьезный дистрибьютор — это тот, кто поставил перед собой цель учиться 5-10 часов в неделю и за шесть месяцев узнать все, что необходимо для эффективной работы. Это единственный путь к успеху.

Глава 13. Игра с числами.

Что вы будете делать, если ваши фронтлайнеры (люди, привлеченные к работе непосредственно вами) достигнут такого уровня, на котором ваша поддержка им больше не понадобится? (Это обсуждалось на уроке № 9.)

Теперь вы свободно можете отправляться на поиск новых людей и создавать новую ветку. «Ветка» — это когда организация ваших дистрибьюторов опустилась по крайней мере на три уровня.

Вместо того чтобы абстрактно размышлять о том, кого бы привлечь к работе, решитесь и сделайте конкретный выбор. Из всех, с кем вы встречались, работая с сотрудниками вашей первой пятерки, выберите того, у кого есть возможность раннего роста.

Найти такого человека — удача. Когда вы поймете, что это именно он, и поверите в него, ваш энтузиазм многократно возрастет.

Теперь у вас будет шесть дистрибьюторов-фронтлайнеров. Обратите внимание на разницу между 5 и 6, она равна 1. Продолжайте работу со своей группой: $6 \times 6 = 36$, $5 \times 5 = 25$. Разница между 36 и 25 равна 11. $5 \times 25 = 125$, $36 \times 6 = 216$. Разница между 216 и 125 составляет 91. Ваше объяснение должно выглядеть примерно так:

Вы	РАЗНИЦА	Вы
5	1	6
25	11	36
125	91	216

Все программы, отклоняющиеся от такой схемы, будут приносить деньги после пяти уровней, а большинство одноуровневых программ — после семи. Теперь ваше объяснение будет выглядеть следующим образом:

Вы	РАЗНИЦА	Вы
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625		
3125		
15 625		
78 125		

Этот расчет очень просто усвоить: в левом столбце три последние цифры — 125 и 625 — будут постоянно чередоваться, поэтому вам нужно запомнить только цифры 3, 15 и 78. В связи с этим вы можете предложить своему дистрибьютору закончить расчет самостоятельно: умножить 216 на 6 (результат — 1296) и вычесть из произведения 625, получится 671, и т. д. до седьмого уровня.

Спросите: «Как вы думаете, какой результат будет на седьмом уровне?» Дайте время подумать. Но многие и подумав не смогут ответить даже приблизительно. Разница на седьмом уровне превысит 200 000! Если быть точным, она равна 201 811. Это должно выглядеть так:

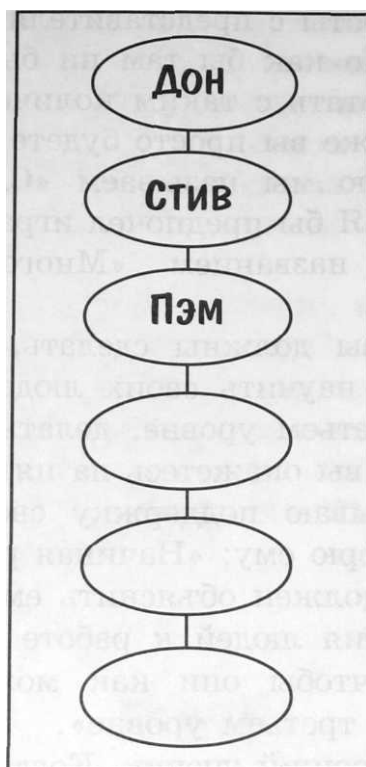
Вы	РАЗНИЦА	Вы
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	?	—
3125	?	—
15 625	?	—
78 125	201 811	—

Очевидно, что 201 811 — достаточно впечатляющий результат. Вам следует обратить внимание своего дистрибьютора на важность работы с представителями нижнего уровня. Но как бы там ни было, вы не сможете работать с таким количеством людей. К тому же вы просто будете втянуты в игру, которую мы называем «Сложение и вычитание». Я бы предпочел играть в умножение под названием «Многоуровневый маркетинг».

Все, что вы должны сделать, используя эту игру, — научить своих людей, находящихся на третьем уровне, делать то же самое. И тогда вы окажетесь на пятом. Допустим, я оказываю поддержку своему другу Стиву. Я говорю ему: «Начиная работу с новичком, ты должен объяснить ему, что после привлечения людей к работе ему нужно стремиться, чтобы они как можно скорее оказались на третьем уровне».

Стив — хороший ученик. Когда он работает с Пэм, он поддерживает ее ветку и вселяет в нее уверенность в том, что она на третьем уровне. Это материал урока № 3, а соответствующая схема показана ниже.

Идем дальше. Под вами пять уровней. Вы научили Стива, как он должен объяснять своим людям, что они на третьем уровне. Когда Стив узнает, как учить своих сотрудников тому, чему научили его вы, вы перейдете на следующий уровень. Теперь поняли, почему профессиональные учителя так хорошо работают в MLM?



Большинство «продавцов», начиная строить свою структуру, думают, что нужно просто привлекать, привлекать и привлекать новых людей. В действительности же этот бизнес построен на вовлечении и обучении, вовлечении и обучении...

Если бы вы продолжили объяснение разницы между 5 и 6 до четвертого уровня, то получили бы вот что: $1296 - 625 = 671$. А общая разница от первого до четвертого уровня составила бы 774. Таким образом, в левой колонке общее количество распространителей равно 780, а в правой — 1554. Объяснение теперь выглядит следующим образом:

Вы	РАЗНИЦА	Вы
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1296
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Итого: 780	774	1554

Итак, вы — сам себе хозяин. Умножьте 780 или 1554 на 10 друзей-покупателей. Прибавьте к этому произведению количество ваших покупателей-дистрибьюторов, а результат умножьте на 30 долларов и на 12 месяцев. Заметьте, я еще не учитываю оптовых покупателей. Видите, чего можно достичь за срок от одного до трех лет? Но вы не должны расширять свою спонсорскую деятельность без ее углубления.

Изложенный здесь материал продолжает тему, рассмотренную на уроке №1.

Сессии по бизнес-тренингу. Еженедельные встречи.

Большинство людей начинают знакомство с MLM, посещая еженедельные собрания. А потом они начинают думать, что бизнес заключается в том, чтобы привести на эти встречи как можно больше людей. Затем они прекращают этим заниматься, считая, что и так сделали достаточно. Что же происходит? Собрания никто не посещает. Это может принести разочарование.

Вот как проходит типичное собрание. В комнате (это может быть в доме или отеле) расставлены кресла, подобно тому как это делается в театре. На подставке — доска для рисунков и схем. Человек в костюме-тройке рассказывает о компании, товарах и, конечно, о маркетинговом плане. Все это занимает приблизительно полтора часа.

Из 22 человек, пришедших на собрание, — 19 дистрибьюторов и 3 гостя. Большинство из приглашенных в качестве гостей не пришли. Человек, проводящий собрание, говорит главным образом для новичков, то есть для трех человек из 22! Тем, кто был на таких встречах несколько раз, уже не интересно, даже скучно. В таких случаях мы говорим: «Встреча прогорела».

Вы видите одобрительные кивки гостей, когда выступающий говорит о компании, товарах и маркетинговом плане. Но почему же, несмотря на одобрительные жесты, эти люди отказываются начать работать? Им может понравиться, что они увидели и услышали, но все-таки они будут говорить «нет».

Причина отказа проста. Они смотрят на того, кто проводит встречу, как на «преуспевающего», и думают, что им тоже придется выступать перед аудиторией. Пожалуй, иногда им действительно нужно будет делать это. Однако большинство людей до смерти боятся публичных выступлений. Они приходят в ужас, представляя, что стоят под прицелом десятков и даже сотен взоров. Теперь вам понятно, почему они отказываются от предложенного вами дела? Важно отметить, что люди говорят «нет» не вам, а именно своим возможностям. Не принимайте их слова на свой счет.

Я доказываю это, когда провожу семинары. Я говорю: «У меня мало времени, его хватит только на одного человека. Есть ли среди вас желающие выйти ко мне и поговорить в течение трех минут? Пожалуйста, поднимите руки». Очень немногие, менее 5% от всех присутствующих, делают это. Но видели бы вы, какое облегчение появляется на лицах тех, кто поднял руку, когда я объявляю, что просто разыграл их.

Я знаю сотни людей, которые прекрасно могут вести беседу с друзьями за чашкой кофе. Но при этом их пугает уже сама мысль о публичном выступлении, независимо от величины аудитории. Даже некоторых директоров компаний бросает в холодный пот, когда они делают публичное выступление — например, на собрании акционеров.

Вы хотели бы избежать этого страха? Вы хотели бы проводить эффективные еженедельные собрания? Вы можете добиться этого. И если только узнаете — как, ваша организация будет строиться во много раз быстрее.

Мы встречаемся с потенциальными работниками один на один или на «шипящей сессии» (см. урок № 8). Причем предпочитаем делать это в ресторане, в такое время, когда в нем почти нет посетителей. Мы просим гостей принести с собой магнитофоны, чтобы они могли потом снова прослушать запись встречи или использовать ее как инструмент при работе с друзьями.

Лучше, если люди прочтут эту книгу до посещения собраний, тогда сэкономится много времени. Если они уже знают, как «ехать дальше», то вам намного проще помочь им выбрать «экипаж» (см. урок № 3).

После нескольких общих бесед о достоинствах MLM скажите своим слушателям, что вы хотели бы уделить им 20 минут, чтобы рассказать о своей компании, товарах и о маркетинговом плане. Когда вы скажете, что это занимает только 20 минут, они поймут, что любой может научиться делать то же самое. Кроме того, пока они учатся, все, что им нужно, — это аудиозаписи для работы с друзьями.

Если представление вашей компании, продукции и маркетингового плана занимает у вас полтора часа, вы можете стать слишком разборчивым по отношению к тем, кому назначаете встречу, — ведь из-за длительности их количество будет очень ограничено. А если вы сможете делать это за 20 минут, то станете продуктивно работать даже за чашкой кофе или во время перерыва на ланч.

Я бы разбил эту 20-минутную презентацию следующим образом. Три минуты — на разговор о компании. Семь минут — на беседу о товарах и раздачу образцов, а затем десять минут на объяснение маркетингового плана. Расскажите только о начальных шагах. В большинстве случаев вам не понадобится объяснять дальше для того, чтобы человек заинтересовался. В течение вашей первой встречи не пытайтесь рассказать все, что ему нужно будет изучить за последующие шесть месяцев.

Итак, две самые важные вещи в MLM — поддержка и обучение. И еще одно важное слово — «продавать» в значении «делиться».

Не следует забывать также о важности таких слов, как «привлечение», «вовлечение» и «рост». Сначала вам нужно привлечь людей в бизнес. Затем они будут вовлечены в более чем шестимесячное обучение. А что касается знаний и мотивации, они будут расти по мере продвижения вперед. Сначала люди могут прийти к мысли о том, что сумеют дополнительно зарабатывать от 300 до 500 долларов в месяц, но после шестимесячного обучения они уже рассчитывают на несколько тысяч долларов.

Если ваш потенциальный клиент забыл магнитофон, принесите свой и, после того как закончите объяснение, отдайте ему кассету с записью. Перед началом своего двадцатиминутного рассказа попросите слушателей записывать возникающие у них вопросы и пообещайте обязательно на них ответить в конце презентации. Объясните, что если вы будете отвечать на вопросы во время выступления, то не уложитесь в 20 минут.

Этот инструмент (кассета, которую вы даете своему новому дистрибьютору) позволит вам вести свой рассказ, не прерываясь каждую минуту на то, чтобы отвечать на вопросы. Кроме того, записанное на кассете будет по-настоящему качественным. Ответить в процессе выступления на один вопрос — то же что чуть приоткрыть секрет. В итоге ваше выступление будет сбивчивым, вы будете нервничать, стараясь уклониться от дальнейших вопросов. Конечно, все это пагубно отразится на качестве вашей презентации.

Если потенциальные клиенты колеблются и не могут дать окончательный ответ, просто скажите: «Прежде чем принять окончательное решение, почему бы вам не прийти на наши еженедельные тренинги и не увидеть все самим?»

Цель этих занятий — научить дистрибьюторов, как, сидя с другом за чашкой кофе, провести двадцатиминутную презентацию компании, товаров и маркетингового плана. Вводное занятие займет не более часа.

Это совсем не похоже на случайные собрания. Главное их отличие заключается в том, что на собраниях все усилия направлены на гостей, а на занятиях — на дистрибьюторов.

Замечали ли вы, что смысл беседы, которую вы просто слушаете, усваивается лучше, чем смысл разговора, который ведется непосредственно с вами? Ваши гости тренируются вместе с остальными, когда вы рассказываете дистрибьюторам, как представлять компанию, товары и маркетинговый план.

В результате такого метода обучения вы работаете с 19 дистрибьюторами и тремя гостями, которые увлеклись этим бизнесом, представив себя в работе. Один человек может быть инструктором для целого города, поэтому вам никогда не придет в голову мысль, что он хочет возвыситься над остальными ради достижения успеха.

Очень важно, чтобы ваши дистрибьюторы собирались вместе по крайней мере раз в неделю. Помните урок № 8? Вы должны держать ваши «поленья» вместе, чтобы стимулировать активность своих дистрибьюторов.

Нет необходимости тратить много денег на организацию и проведение встреч. Есть множество ресторанов, где можно заказать отдельную комнату, и это не встанет вам слишком дорого. Просто поговорите с менеджером, объясните, что вы хотите собраться отдельной группой. Начните встречу, допустим, в 20.00, а закончите в 21.30. Можно пригласить людей пораньше

(18.30, 19.00), чтобы они могли перед этим поужинать. Объясните также менеджеру, что, если все официанты будут заняты, вас не будет особо волновать скорость обслуживания.

Менеджер и/или владелец ресторана, а также обслуживающий персонал будут рады вам помочь.

Ваши расходы на встречу будут не больше тех, что вы обычно тратите на ужин для себя, включая чаевые. А тех, кто не хочет ужинать, приглашайте на 19.45.

Мы выяснили, что такой способ проведения встреч очень удобен дистрибьюторам для общения с гостями. Вы даже, возможно, захотите оплатить ужин или кофе своих гостей (воспринимайте это как вложение денег в свой бизнес).

Приглашать гостей на такие встречи можно, даже если они еще не побывали на вашей двадцатиминутной презентации. Они узнают обо всем, когда увидят, как инструктор учит дистрибьюторов. Приглашая гостя, подчеркните, что вы зовете его не просто на собрание, а на тренинг.

Глава 15. Основные вопросы и проблемы.

Как я уже отмечал на уроке № 4, ваш бизнес должен быть похож на большое здание, стоящее на прочном фундаменте. Вы не сможете увидеть это здание до тех пор, пока оно не начнет расти; но чтобы построить здание, необходимо заложить прочное основание. В MLM-бизнесе без «надежного фундамента» вы не сможете получать доходы.

Разговаривая с теми, кто не умеет заниматься продажами, скажите: «Я знаю, что вы сомневаетесь в своих способностях к этому бизнесу. Но я хочу заверить вас, что, если вы скажете "да", я буду вам помогать. А если вы все равно думаете, что не сможете справиться, давайте продолжим наш диалог».

Ведя такой разговор, задайте собеседнику (и себе) такой вопрос: «Разве стал бы я предлагать вам заняться MLM, если бы думал, что вы не справитесь?»

Возможно, вам захочется добавить: «Проработав в этом бизнесе 30 дней и узнав всего лишь то, чем занимаюсь я, вы поймете, почему я так хочу, чтобы вы не упустили эту возможность».

Мне придется что-нибудь продавать?

Нет. Товар будет двигаться сам в процессе построения бизнеса. Он просто делится между друзьями. Вы видели когда-нибудь, как происходит презентация хрусталя, кухонной посуды, пожарной сигнализации или пылесосов? Именно это большинство людей принимают за продажу. 95% всех определений термина «продажа» дано теми, кто не умеет продавать.

В их понимании продавать — это уговаривать посторонних людей купить то, что им не нужно, или то, что они не хотят покупать. Вам никогда не придется делать это в MLM-бизнесе. Во-первых, вы имеете дело с людьми, которых знаете. Во-вторых, вам следует работать с тем товаром, который им нужен, который они хотят получить.

Это пирамида?

Нет. Пирамиды незаконны. MLM не имеет с ними ничего общего. Этот вид бизнеса существует уже около 30 лет, и если бы он был незаконным, то давно бы прекратил свое существование. Этот вопрос в большинстве случаев основан на страхе потерпеть неудачу.

Человек, задающий его, боится начать работу в вашей программе. Он думает, что своим вопросом собьет вас с толку, так как большинство дистрибьюторов не знают, что ответить.

Я не могу позволить себе начать работу в этом бизнесе.

В большинстве MLM-компаний любой человек может начать работу, не потратив и 100 долларов. Но до тех пор, пока он использует свое время, работая на кого-то, он не сможет позволить себе заняться MLM-бизнесом. Вот мое определение результата работы: денег должно быть больше, чем вы можете потратить, и у вас должно быть время на то, чтобы их тратить. Я считаю, что вы никогда не достигнете этого, работая на кого-то.

Моя жена/мой муж не поймет этого.

Пусть это вас не смущает. В большинстве случаев в работу включается один из супругов, и, как только он начинает преуспевать, заинтересовывается другой. Когда в MLM работает пара, получается не $1 + 1 = 2$, а $1 + 1 =$ больше. Эффект будет мощнейший.

Есть ли какое-нибудь преимущество в прямом сотрудничестве с компанией?

Нет. Я бы сказал, что это даже мешает. Чем больше дистрибьюторов между вами и компанией, тем лучше. Те, кто находится выше вас, всегда могут оказать поддержку. А работая напрямую от компании, вы работаете в одиночестве.

До какого уровня следует работать?

Чем дальше вы продвинетесь, тем лучше. Многие прекращают работу, как только начинают получать прибыль. Я думаю, что это ошибка. Помните урок № 9? Когда вы, преодолев этот уровень, продолжаете работать, вы заставляете активнее действовать и своих дистрибьюторов, а значит, ваши дела идут еще лучше.

Как мне выбрать MLM компанию?

Прочитав эту книгу, вы, вероятно, уже определитесь. Действительность свидетельствует о том, что большинство людей идут работать не в первую же компанию, о которой узнали, а туда, где работают их знакомые.

Могу ли я работать сразу в нескольких программах?

Чтобы ответить на этот вопрос, я разделю программы на две категории: большие программы, требующие активной, многогранной

деятельности, и более узкие программы, работа в которых носит ограниченный характер, например продажи по почте или некоторые виды одноуровневого маркетинга. Реальность свидетельствует о том, что эффективная работа возможна только в одной, большой программе. В сфере вашей деятельности могут быть несколько разных программ, но только до тех пор, пока вы не поймете, что ваша работа в них должна способствовать работе в главной программе. Как говорится, не стоит распыляться. Большинство дистрибьюторов, занимающихся MLM-бизнесом, стремятся работать только с одной программой — с той, которая дает им наибольшую выгоду.

У меня нет времени.

Вот четыре составляющие, необходимые для набора новых клиентов и оказания кому-либо поддержки: связи, время, энергия, знания. Если я имею дело с очень занятым человеком, то просто говорю ему: «Я не хочу отнимать у вас время, мне лишь нужен контакт с вашими деловыми партнерами. Расскажите им о MLM и как связаться со мной. Другими словами, связи — ваши, а все остальное: энергия, время и знания — мое. Вы потратите две минуты, а я — два часа».

Какая разница между рекрутированием и поддержкой?

Рекрутирование — это когда вы приводите в свою организацию человека, имеющего опыт работы в MLM. Поддержкой же считается вовлечение в работу абсолютно нового человека, причем вы берете на себя обязательство объяснить ему, как работает MLM. Рекрутирование позволяет быстро строить бизнес. Однако прочное основание можно заложить, только вовлекая в работу новых людей.

Принцип соревнования. Организуйте между своими сотрудниками соревнование по привлечению к работе новых людей. Главное условие: новичок должен подписать документ, подтверждающий, что это его первая компания. Количество привлеченных не ограничено. Как только новый работник достигает успеха, его наставник получает награду.

Мой спонсор не помогает мне. Что делать?

Поднимайтесь выше до тех пор, пока не найдете того, кто согласен вам помочь. Если ваш спонсор бездействует, не работайте с ним.

В двух часах езды от моего дома есть город, в котором живут пятеро из моих знакомых. Стоит ли мне пытаться привлечь их к работе самому или достаточно вовлечь кого-то одного и остановиться на этом, считая, что остальное сделает он?

Никогда не ставьте одного человека над другим до тех пор, пока не познакомите их друг с другом. Только так можно достичь взаимной выгоды и поддержки. Я бы сначала привлек к работе одного человека, а затем провел несколько «шипящих сессий», на которых представил бы его остальным четверем. Если они согласны сотрудничать — великолепно. Если нет — прекратите эти встречи и попробуйте заинтересовать их самостоятельной работой.

Моя компания запрещает мне работать с другой компанией.

Действительно, некоторые организации придерживаются такой политики. Они рады рекрутировать дистрибьюторов из других компаний, но категорически возражают, когда так же поступают с ними. «Идите к нам — и заработаете себе свободу» — такими словами они обычно привлекают людей. Но как только вы сделаете это, сразу же превратитесь в их собственность.

Я преуспеваю в своей компании, так почему бы мне не посотрудничать еще с одной?

Если мы хотим приобрести что-то для своей семьи, мы предпочитаем обращаться в компанию, которая выпускает нужный нам товар, и делать оптовые закупки, а не покупать в розницу. Вы можете заключить договоры с несколькими организациями и делать у них оптовые закупки, однако лишь немногие дистрибьюторы добиваются успеха в своем бизнесе, сотрудничая более чем с одной компанией.

Я уже обжегся на MLM. Моя компания тоже сулила мне доходы, на деле же — ничего.

Но это все равно что приехать в какой-нибудь город, пообедать в одном из его ресторанов и, если еда в нем не понравилась, решить, что все рестораны этого города плохие. Помните: потерпеть неудачу в MLM невозможно, возможно только выйти из него. Если ваша компания вас обманывает, найдите другую. Никогда не оставляйте бизнес. Представьте, что на вашей надгробной плите будет выбита одна из приведенных ниже надписей (в той, которая для вас предпочтительнее, на месте пропуска впишите свое имя):

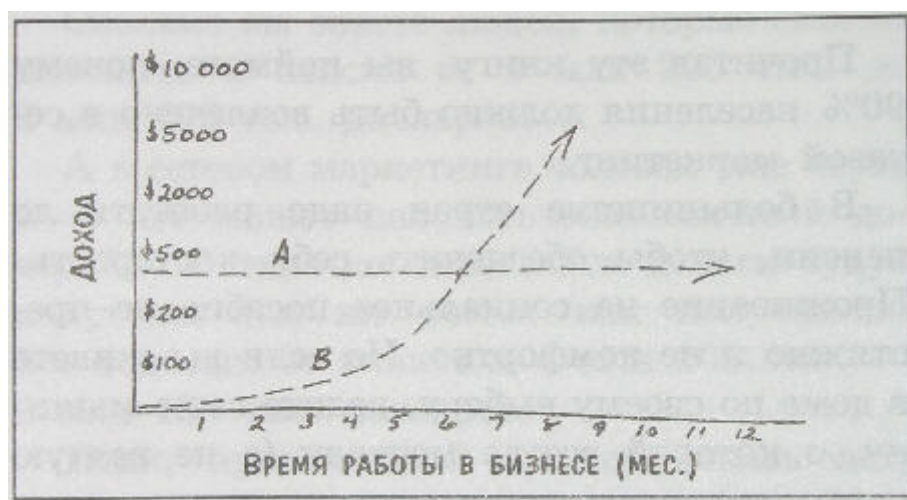
1. «Здесь лежит _____,
человек, сломленный жизнью».
2. «Здесь лежит _____,
человек, который никогда не сдавался».

Когда следует уходить со своей постоянной работы?

Многие дистрибьюторы убеждены, что они должны сделать это как можно быстрее. Это — главная ошибка. Необходимость сразу же начать зарабатывать деньги оказывает на них слишком большое давление. Очень трудно работать над строительством прочного фундамента для нового бизнеса, когда знаешь, что на этой неделе нужно платить за квартиру.

Вам не следует оставлять свою работу до тех пор, пока у вас не появится резерв — пока вы не будете получать, работая в MLM, по крайней мере в два раза больше, чем на своей нынешней работе. Помните, что в большинстве программ предусмотрена ежемесячная премия. Большинство же людей привыкли к еженедельной оплате.

Как бы вы графически показали разницу между человеком, активно занимающимся продажами и поддержкой большого количества людей, и тем, кто работает лишь с несколькими ответственными дистрибьюторами (не более пяти)?



Первого человека обозначим на графике буквой А, второго — буквой В. Поинтересуйтесь у своего собеседника, на чьем месте он хотел бы быть. Если услышите, что он желает быть на месте того, кто обозначен буквой В, спросите его: «А вы понимаете, что в таком случае не сможете много заработать в первые несколько месяцев?»

Приложение

Почему сетевой маркетинг?

Прочитав эту книгу, вы поймете почему 90% населения должно быть вовлечено в сетевой маркетинг.

В большинстве стран надо работать до пенсии, чтобы обеспечить себя в старости. Проживание на социальное пособие не престижно и не комфортно. Но если вы живете в доме по своему выбору, водите свою машину, о которой всегда мечтали (а не взятую напрокат), когда ваши кредитные карты оплачены и у вас нет неоплаченных счетов и когда вы получаете 10 тыс. долларов буквально каждый месяц, независимо от того, встаете вы с постели или нет, — такой образ жизни будет лучше, чем у многих миллионеров.

Чтобы получать 10 тыс. долларов ежемесячно, большинству людей необходимо иметь в банке 2 млн 400 тыс. долларов под 5% годовых. Представьте доход, который вы хотите иметь, и подумайте над тем, как можно его получить. Не забывайте, что в эту сумму не входят текущие расходы: налоги, закладные, покупка машины... Сколько реально денег остается?

Сейчас мы знаем, что 2 млн 400 тыс. долларов дают ежемесячный доход 10 тыс. долларов.

Возьмем половину: 1 млн 200 тыс. долларов дают ежемесячный доход 5 тыс. долларов.

Сколько вы знаете людей, которые смогли накопить к пенсии от 1 млн 200 тыс. до 2 млн 400 тыс. долларов?

А в сетевом маркетинге человек уже через 2—5 лет может получать ежемесячный доход 5—10 тыс. долларов. Эти деньги будут получены так же легко, как получаются 5% годовых от капитала 1 млн 200 тыс. — 2 млн 400 тыс. долларов.

Итак, приведенный пример доказывает, что через 2—5 лет можно иметь постоянный доход. Теперь рассмотрим доход за период от первых нескольких месяцев до одного года.

48 тыс. долларов в банке дают 200 долларов ежемесячного дохода. Много ли вы знаете людей, которые смогли сэкономить 48 тыс. долларов за три месяца, положить их в банк и получать ежемесячный доход? А вот те, кто использует нашу систему, могут создать организацию, приносящую доход 200 долларов ежемесячно.

Доходы от вкладов в банке имеют следующую зависимость:

48 тыс. долларов в банке дают ежемесячный доход 200 долларов.

24 тыс. долларов в банке дают ежемесячный доход 100 долларов.

12 тыс. долларов в банке дают ежемесячный доход 50 долларов.

6 тыс. долларов в банке дают ежемесячный доход 25 долларов.

3 тыс. долларов в банке дают ежемесячный доход 12,5 доллара.

Много ли вы знаете людей, которые могут экономить от 3 до 6 тыс. долларов ежемесячно? Большинство скажет, что не знают таких. А сколько вы знаете людей, которые могут привлечь в бизнес одного человека в месяц?

Помните, что для этого достаточно только провести 45-секундную беседу, потом одолжить эту книгу для ознакомления с первыми четырьмя уроками на салфетках, а затем организовать потенциальным клиентам встречу со спонсором. Добиться этого можно всего-навсего тремя телефонными звонками.

Согласитесь, очень выгодно, используя эту систему, каждый месяц находить себе друга и обучать его делать то же, что и вы.

Отмечу: если вы будете привлекать одного человека в месяц и обучать его, ваша организация будет выглядеть следующим образом:

1-й мес. — 2 чел.

2-й мес. — 4 чел.

3-й мес. — 8 чел.

4-й мес. — 16 чел.

5-й мес. — 32 чел.

6-й мес. — 64 чел.

7-й мес. — 128 чел.

8-й мес. — 256 чел.

9-й мес. — 512 чел.

10-й мес.— 1024 чел.

11-й мес.— 2048 чел.

12-й мес.— 4096 чел.

Такого результата вы добьетесь через год, привлекая людей и обучая их делать то же, что и вы. Через двенадцать лет вы станете финансово независимым человеком. Многие ли могут позволить себе уйти на пенсию через двенадцать лет работы по найму?

В заключение подчеркну: главное в сетевом маркетинге не количество продаж, как в торговле. К тому же продавец магазина не свободен, он зависит от управляющего. В сетевом маркетинге наоборот. Когда вы привлекаете людей в свой бизнес, вы ходите на работу для них. Вы, таким образом, выбираете своих коллег.

Все, что необходимо сделать для успешной работы в сетевом маркетинге, можно сформулировать двумя предложениями:

- 1. Найти друга.**
- 2. Организовать встречу друзей.**

БУДЕТЕ ЛИ ВЫ НАДЕЖНО ОБЕСПЕЧЕНЫ НА ПЕНСИИ

Если у вас на счете в банке находится 120 тыс. фунтов стерлингов и банковская ставка составляет 2% годовых, то ваша ежегодная прибавка к пенсии будет 2400 фунтов стерлингов, или 200 фунтов стерлингов в месяц. Соответственно, чем больше денег на вашем счете в банке и чем выше банковская процентная ставка, тем больше ежемесячная прибавка к вашей пенсии.

Используя приведенный пример, легко подсчитать, что ежемесячную прибавку к пенсии в размере 2000 фунтов стерлингов вы получите, если на счете в банке у вас будет 400 тыс. фунтов стерлингов, а банковская ставка составит 6% годовых:

$(400\ 000 : 100) \times 6 = 24\ 000$ — прибавка к пенсии за год.

$24\ 000 : 12 = 2\ 000$ — прибавка к пенсии за месяц.

ТРИ ШАГА К УСПЕХУ

Наш девиз: «Управлять своей жизнью — значит добиться успеха, занимаясь любимым делом».

Из этой книги вы узнали:

- ◆ как преуспеть в сетевом бизнесе;
- ◆ как начать домашний сетевой бизнес, не имея никаких навыков работы в MLM;
- ◆ что сетевой маркетинг — это легкий и быстрый путь обретения финансовой независимости.

Теперь от успеха вас отделяют только три простых шага.

1. Поговорите с друзьями об их жизни. Объясните, что они могут заниматься любимым делом и распоряжаясь временем по своему усмотрению, и зарабатывая деньги. Покажите им эту книгу. Пусть они посмотрят на нее. Это займет всего 30 секунд. Можете предложить им просмотреть пару страниц. Будет еще лучше, если вы разместите цитаты из этой книги на обратной стороне вашей визитки. Когда вы будете раздавать свои визитки, говорите: «Здесь кратко изложено все, что вам надо сделать».

2. Они прочтут написанное на визитке и захотят получить больше информации на эту тему. Тогда отдайте им экземпляр этой книги и посоветуйте просмотреть первые главы.

Если вы будете настаивать на прочтении всей книги сразу, они, скорее всего, поставят ее на полку и забудут о ней. А прочитав по вашему совету начальные главы, они заинтересуются и захотят узнать, чем все заканчивается, справедливо предположив, что чтение займет не более 10—15 минут. Когда же они прочтут книгу и поймут суть сетевого маркетинга, расскажите им, как построить свой бизнес. Передавая им книгу, не забудьте сказать: «Сделайте так, как здесь написано».

3. После прочтения книги и ознакомления с основами MLM вашим перспективным клиентам потребуется подходящее «транспортное средство»: им надо будет подобрать компанию, продукцию, составить маркетинговый план. Как им помочь, если они не обладают специальными знаниями? Призовите на помощь своих спонсоров. Устройте им встречу во время ланча или организуйте разговор по телефону, предложите посетить необходимые сайты и задать все интересующие их вопросы. Скажите своим будущим сотрудникам, что спонсоры от вашего имени объяснят, как следует вести свой бизнес.

Мы разработали и успешно применяем систему ведения MLM-бизнеса, на изучение которой вы потратите всего несколько часов в неделю. Если вы изучите нашу систему, то узнаете, как достичь финансовой независимости за 1—3 года, работая полный или неполный рабочий день. Я не знаю никакого другого бизнеса, который давал бы такую замечательную перспективу.

Если прочитанное вас заинтересовало и вы хотите изменить свою жизнь, свяжитесь с теми, кто дал вам эту книгу, и узнайте больше...

ОБ АВТОРЕ

Дон Фэйлла начал карьеру в сетевом маркетинге в 1967 году. Он разработал преуспевающую систему построения огромной организации, сделав акцент на том, как следует работать и чего не следует делать.

В 1981 году Дон Фэйлла опубликовал книгу «The Basics — How To Build A Large Successful Multy-Level Marketing Organisation**».

Книга разошлась 4-миллионным тиражом на 23 языках и стала библией сетевиков всего мира, работающих над созданием своего бизнеса. Это руководство к действию стало определяющим фактором в построении индустрии MLM — одного из удачайших изобретений прошлого столетия. Эта система всем дает шанс выстроить собственную успешную жизнь. И это самое важное!

Настоящее издание — обработка материала, использованного в книге «The Basics — How To Build A Large Successful Multy-Level Marketing Organisation», с учетом новых методов обучения, применяемых на семинарах Дона Фэйллы.

В настоящее время Дон, его жена Нэнси, их двое сыновей, Дуглас и Грэг, и трое внуков, Кристин, Джессика и Джошуа, живут в Калифорнии. Дон и Нэнси планируют в качестве международных наставников объехать весь мир и обучить всех желающих своей системе.

Если вы хотите связаться с Доном и Нэнси, посетите их сайт:
www.mvgatewaypage.com/trainer

Если вы хотите знать, когда Дон и Нэнси проводят презентации в Англии и в Европе, обратитесь в Network Marketing Support по адресу:

Heathcote House 1 Heathcote Road Bordon

Hants GU35 0BN UK

Tel: 00 44 (0) 1420 473383 Fax: 00 44 (0) 1420 476140 Email:
orders@aireau.co.uk Website: www.aireau.co.uk