

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

«Мои мечты бесполезны, мои планы - всего лишь прах. Мои цели недостижимы, во всем этом нет проку, если они не закрепились действием.»

Удача не станет ждать. Если я стану медлить, она обвенчается с другим и покинет меня навсегда.

Тщательно наметьте свой маршрут, дабы не дрейфовать вечно».

Ог Мандино

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	
MLM - немного истории.....	
Рождение MLM - индустрии.....	
Период зрелости.....	
Феномен MLM.....	
Спонсорство - что это такое?.....	
Законы лидерства.....	
Обязанности спонсора.....	
Личные цели.....	
Личный вклад.....	
Инструменты маркетинга.....	
План действий.....	
Важная информация.....	
LEAD GENERATOR.....	
Разговор по телефону.....	
Ваши первые звонки по телефону.....	
Методика разговора по телефону.....	
Личная встреча.....	
Как подготовиться к встрече.....	
Первая стадия - сбор информации.....	
Вторая стадия - свойства и выгода.....	
Третья стадия - завершение сделки.....	
«Убеждающие» слова.....	
Общение без слов.....	
Анализ встречи.....	
Продвижение продукта.....	
Презентация продуктов компании.....	
Бизнес-брифинг.....	
Приглашение на бизнес-брифинг.....	
Этикет бизнес-брифинга.....	
После брифинга.....	
Как преодолеть возражения.....	
Планирование.....	
Первые 90 дней.....	
В вашу записную книжку.....	
Словарь терминов многоуровневого маркетинга.....	

Многоуровневый маркетинг — это более, чем бизнес. Ведущие ученые мира предполагают, что он изменит будущее мира, в котором мужчины и женщины станут свободными в своих делах; сами будут определять свою судьбу, свою занятость, время и место работы: не будут больше подчиняться всевозможным начальникам, боссам и бюрократам.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Если у человека есть талант и он не может его использовать - это значит, что он потерпел поражение. Если у него есть талант и он использует только половину таланта, то это значит, что он потерпел поражение наполовину. Если же у него есть талант и человек научился использовать его полностью, то он победитель и триумфатор в очень тяжёлой борьбе.

Томас Вульф

Добро пожаловать в мир сетевого маркетинга. Вы только что приняли важное решение присоединиться к удивительному миру сказочной реальности. Более того. Ваше решение может полностью изменить Вашу жизнь.

Итак, сейчас Вы имеете свой собственный бизнес, своё дело. Каждый человек, начиная своё дело, имеет определённые идеи, полон желаний учиться, предан своей мечте и готов работать.

Многие люди, так же как и Вы, устали от работы с 9 до 18, устали от необходимости работать на кого-то, устали от необходимости реализовать чужие мечты и решили работать для себя. Вы тоже приняли такое решение и стали начальником самому себе, т.е. свободным человеком.

Но теперь Вы одновременно являетесь президентом компании, её секретарём, председателем, и Вы же отгружаете товар и делаете массу других дел. Вы решили делать все для того, чтобы бизнес рос, работал и процветал. Другие люди, подобные Вам, доказали на собственном примере, что все это реально.

Возьмите на себя обязательство, что Вы будете работать, как минимум, один год, что Вы будете прилагать все свои усилия и не повернете назад. Вы обязуетесь не бросать это дело в течение одного года. Пусть Ваши друзья знают, что Вы хотите взобраться на вершину успеха и не собираетесь возвращаться назад. Вы поняли основное правило? **НЕЛЬЗЯ БРОСАТЬ НАЧАТОЕ ДЕЛО!**

Работа, которую Вам необходимо проделать, не очень сложная, но для получения ожидаемых результатов и большой прибыли она должна производиться тщательно и настойчиво.

Наш бизнес - это бизнес повторения. Мы учимся делать простые вещи, а затем повторяем это хорошо и часто.

Тот факт, что Вы читаете эти страницы, говорит о Вашем интересе к личному совершенствованию и росту собственного денежного дохода. Для того, чтобы этот учебник оказал Вам хорошую помощь, необходимо иметь два основных качества:

- искреннее желание узнать правду, правду о том, как Ваши **ДЕЙСТВИЯ** соответствуют Вашим **НАМЕРЕНИЯМ**;
- желание и готовность взять на себя ответственность за достижение собственного успеха и счастья и готовность делать всю необходимую работу.

Для того, чтобы что-то построить нужно иметь план работы и инструменты. Этот учебник обеспечит Вас этой важной информацией. Он даст Вам начальные знания и будет служить путеводителем в увлекательном путешествии по миру сетевого маркетинга (СМ).

И последняя мысль. Поражение в бизнесе происходит не из-за того, что у человека нет способностей. Поражение происходит из-за того, что часто человек не хочет взять на себя ответственность за свой собственный успех.

Ваша компания сетевого маркетинга и ее компенсационный план высоко надежны и привлекательны. Ее продукты уже доказали свое качество на рынке. Таким образом, единственное новое звено в данной системе - это Вы. И Вы обязательно добьетесь результата, если составите единое целое с системой и возьмете на себя ответственность за собственный успех. Пусть этот учебник поможет вашему успеху и счастью.

А теперь давайте начнем!

Единственное ограничение, которое налагается на наши способности, - это наша неспособность признать собственные неограниченные возможности. Нам необходимо применить усилие для того, чтобы понять, что наши возможности огромны и безграничны. Нам необходим энтузиазм по отношению к делу или нашему занятию, Нам нужны усилия для того, чтобы продолжать даже тогда, когда результаты наших усилий и наши друзья говорят нам о том, что мы должны сдаться. Нам нужны усилия для того, чтобы правильно себя чувствовать по отношению ко всему, что происходит, как к радости, так и к скорби в нашей Жизни. И нам нужны усилия, чтобы научиться любить себя больше чем, всех других, особенно, когда, мы осознаем, что терпим неудачи, что нас преследуют сомнения и трагедии,

Однако не нужно никаких усилий для того, чтобы смириться с поражением. И не требуется особых усилий для ленивого созерцания процесса поражения, поражения по отношению к будущему, поражения по отношению к собственной личности, поражения по отношению к настоящему.

Ирония заключается в том, что то единственное, что мы действительно можем контролировать - это наши отношения и чувства. И в та, же время большинство из нас проживет всю жизнь, так и не использовав возможность полного контроля над собственными чувствами и отношением к событиям и вещам. Но именно

наши отношения определяют наши решения: читать или не читать, пытаться бороться или сдаться. И именно нашим отношением мы или обвиняем самих себя в наших неудачах или обвиняем в собственных неудачах других.

Наши отношения определяют, любим ли мы или ненавидим, говорим ли мы правду или говорим ложь, действуем или сомневаемся, продвигаемся вперед или движемся назад, и нашим собственным отношением мы и только мы действительно решаем - победить или потерпеть неудачу.

Джим Рон «Сезоны жизни».

MLM - НЕМНОГО ИСТОРИИ

РОЖДЕНИЕ MLM-ИНДУСТРИИ

Бизнес - это прекрасный мир, полный возможностей, где из одного дела делают 10, из 10 - 100.

Ким У. Джунг

Давайте посмотрим на предыдущие 50 лет и вспомним, как зародился сетевой маркетинг, как он рос, развивался и, наконец, стал тем, чем он является сегодня, - феноменом общечеловеческой культуры.

Первая компания, которая начала работать по стратегии MLM, носила название «Витамины Калифорнии». Это было в 1940 году. В то время эта компания была единственной, которая использовала программу продаж с выплатой компенсаций на нескольких уровнях, откуда и пошло название «Multilevel Marketing» (многоуровневый маркетинг), или сокращенно MLM. Позднее для аналогичных программ стали также использовать термин «Сетевой маркетинг».

Компания «Витамины Калифорнии» давала своим представителям право спонсировать новых людей для участия в продажах, и зарабатывать проценты от продаж, которые производили эти люди. Сотрудники компании независимо привлекали, обучали и руководили новыми работниками. Каждый сотрудник компании имел возможность построить свою собственную организацию по продажам. Эти организации получали от компании товар и выплаты за произведенные ими продажи.

Через несколько лет двое наиболее удачливых в продажах сотрудников этой компании, Рич Де Вosz и Джей Ван Эндел, поняли огромные возможности, заложенные в концепции Multilevel Marketing. В этой концепции они нашли воплощение «Американской мечты» для всех тех, кто хотел достичь этой мечты в собственной жизни.

В 1959 году эти два человека организовали собственную компанию под названием «AMWAY» («Американский путь»). Это было рождение легенды.

В период с 1959 по 1975 гг. индустрия MLM развивалась достаточно медленно. Только около 30 фирм можно было назвать компаниями сетевого маркетинга.

Но к концу 60-х годов усилиями Глена Тернера положение стало резко меняться. Этот человек обнаружил глубокое понимание роли личного успеха и достижений в жизни человека, и довел это понимание до глубин сознания людей всех слоев общества.

Глен Тернер вошел в историю MLM как один из самых блистательных мотиваторов. Он открывал для людей новые горизонты в жизни и убеждал их, что у них есть энергия добиться любых целей. Он организовал свою компанию и занимался тем, что учил всех желающих умению добиться успеха и помогал им раскрыть/заложенный в них потенциал для реализации новых возможностей. Его программы тренинга и мотивации используются и сегодня.

ПЕРИОД ЗРЕЛОСТИ

Используя свою методику, он находил и пробуждал в людях их лучшие качества, и многие добились успеха в жизни и в бизнесе, используя эти программы. К большому сожалению, компания Глена Тернера работала с продуктами, которых никогда не существовало, и ее сотрудники (дистрибьюторы) получали деньги только за набор новых членов. И как печальный итог мистер Тернер был приговорен к 7 годам тюрьмы за мошенничество. Горький, но поучительный пример.

Начало этого периода связывают с принятием Федеральной Торговой комиссией закона "О пирамидах". Это была первая атака правительства против новой индустрии и начало героической борьбы MLM за право на существование. Главным героем этой легендарной эпопеи стала компания «AMWAY». В течение 4-х долгих лет длилась эта борьба за выживание и, как итог, - блестящая победа. В 1979 году суд принял решение, которое носит название «AMWAY-решение». В этом постановлении говорится, что компания «AMWAY» не является нелегальной пирамидой, и метод дистрибуции Multilevel Marketing является законным бизнесом.

Multilevel Marketing - это каналы продвижения товаров от производителей или продавцов (дистрибьюторов) к потребителям.

В истории MLM появились первые герои - борцы за правду Низкий поклон Вам. «AMWAY», за преданность, мужество и силу Благодаря Вам миллионы людей сохранили право на осуществление своей мечты! Именно после исторического «AMWAY-решения» окно замечательной возможности оказалось широко

открытым Множество компаний пришли в индустрию Multilevel Marketing Это был настоящий взрыв.

Но на этот же период приходится и появление самого большого количества компаний, которые характеризуются как пирамиды Пирамиду как организационную форму хорошо описал доктор Дин Блек «На определенном этапе роста любая организация, которая распределяет продукты или услуги, принимает структурное построение в форме пирамиды. Эта пирамида имеет большое количество уровней, которые постоянно увеличиваются при продвижении к ее основанию. Правительство и школы - пирамиды, церковь и армия - пирамиды, все успешно развивающиеся фирмы и компании - это тоже пирамиды.

Сила в любой многоуровневой пирамиде приходит от основания, но, взамен, от вершины поступают результаты в виде реальных действий и услуг - это закон пирамиды».

Правительство распространяет услуги вниз по пирамиде, и мы даем ему силу снизу вверх. Мы отдаем ему наши голоса. Компании отдают товары или услуги вниз, а мы отдаем им вверх наши деньги. Легальная пирамида существует в этом качестве до тех пор, пока существуют потоки в этих двух направлениях - вниз и вверх.

Если закон пирамиды нарушается, то изменяется качество - пирамида становится нелегальной. И вопрос состоит не в том, является ли организационная структура бизнеса пирамидой или нет, а в том, имеются ли реальные ценности в этом конкретном бизнесе. Наличие ценностей делают бизнес моральным, этическим и легальным. Отсутствие реальных ценностей - это обман, обманная схема. И при этом совершенно безразлично, относится ли бизнес к MLM или нет.

Законный MLM, или сетевой маркетинг, - это реально существующая система дистрибьюции и продажи, в рамках которой независимые стороны контракта зарабатывают комиссионные от продажи продуктов или услуг, которые им передает производитель. Единственный способ зарабатывания денег в этом бизнесе - продажа продукта. Выплата вознаграждения только за набор людей (сотрудников) - это обман, это нелегальная пирамида!

ФЕНОМЕН MLM

Период с 1979 по 1983 гг. в индустрию MLM пришло более 5 миллионов мужчин и женщин по всей Америке. Возникли сотни компаний, которые применяли эту бизнес-стратегию. Это было время массового предпринимательства. Новые компании зарождались в подвалах, гаражах, пустых складах, любой человек мог реализовать свой продукт и свою мечту о том, как преуспеть в этой жизни.

MLM стал школой социального предпринимательства! Не было опыта и не было капиталов, но были мечта, горячее желание, энергия созидания и непоколебимая вера в возможность реализовать эту мечту.

Реальная возможность построения своей мечты для всех людей на Земле - это возможность участвовать в индустрии MLM.

MLM зародился в США, но постепенно стал достоянием всей общечеловеческой культуры. В этом глубокий смысл феномена стратегии Multilevel Marketing.

"СПОНСОРСТВО" ЧТО ЭТО ТАКОЕ?

Для каждого человека в этом мире припасено достойное место, Так пусть же каждый отыщет его, чтобы жить полной жизнью - на нашей земле.

Ким У. Джунг

Одним из достоинств любого предприятия сетевого маркетинга является то, что в этих предприятиях не существует взаимоотношений «начальник - подчиненный». Тем не менее, субординация существует, и она определена самой иерархией предприятия: существуют сотрудники, стоящие в структуре над Вами, и сотрудники, которые входят в построенную Вами структуру, т.е. стоящие под Вами.

Все сотрудники, стоящие в структуре выше Вас, являются для Вас информационными спонсорами. Среди них особое место занимает сотрудник, стоящий непосредственно над Вами в структуре, - это Ваш основной спонсор и это тот самый человек, который пригласил Вас в этот бизнес. Таким образом, этот человек имеет перед Вами определенные обязательства.

Каждый из нас, в свою очередь, становится спонсором, как только у него появляются первые сотрудники. Вы являетесь информационным спонсором для всех сотрудников своей структуры и, в первую очередь, для своей первой линии, для тех людей, кою Вы пригласили к сотрудничеству и взяли на себя ответственность за их успех. Для своей первой линии Вы - основной спонсор.

Основные задачи спонсора:

- быть лидером для своих сотрудников;
- лично участвовать в продвижении сотрудников к успеху,
- работать над созданием собственного имиджа;
- нести ответственность за чистоту и этику бизнеса.

ЗАКОНЫ ЛИДЕРСТВА

Для того чтобы справиться с этими задачами, чтобы быть успешным спонсором, **ВОСПИТАЙТЕ В СЕБЕ ЛИДЕРА!**

Те, кто считает себя лидером, - **СОВЕРШЕНСТВУЙТЕСЬ!** Если Вы не лидер - **РАБОТАЙТЕ НАД СОБОЙ!**

Спонсор может указать **Вам** путь к успеху, но добиться успеха должны Вы сами. Лидерство - это основной элемент динамичной культуры MLM.

Лидер должен уметь делать очень многие вещи. Его роль меняется в зависимости от ситуации. Но существуют общие положения, о которых Вы должны помнить всегда, - это законы лидерства.

Лидерами становятся, а не рождаются

Лидером дано стать тому, кто осознал свою миссию и готов жертвовать собой ради коллектива, из которого вышел.

Ким У. Джунг

Перестаньте ждать и прикидывать шансы, действуйте и стремитесь к поставленной цели. Только действия приведут к результату. Следуйте законам лидерства, тренируйтесь, используйте для этого любую возможность - и Вы станете лидером.

Лидер должен иметь мечту.

Для того, чтобы добиться успеха, нужно уметь мечтать, быть преданным своей мечте и настойчивым в ее достижении. Именно мечта, опирающаяся на веру в ее осуществимость, является источником созидательной энергии и вдохновения.

Лидер - вдохновитель и мотиватор

Позиция лидера особенно важна для каждого работающего в MLM, поскольку стратегия нашего бизнеса строится на человеческих взаимоотношениях. Старайтесь понять ценности людей, с которыми Вы намерены сотрудничать. Фокусируйте внимание на тех, кто готов к взаимопониманию и сотрудничеству. Ваша задача - помочь им направить свой опыт, образование, природные способности и воображение на достижение цели. Не тратьте время на тех, кто не хочет или не готов принять Вашу поддержку. Учитесь распознавать ситуацию, в которой нет возможности для выигрыша.

Лидер концентрирует внимание на решении проблемы

Лидер умеет выделить главное и сосредоточиться на решении задачи. Очень важно «не размениваться по мелочам».

Лидер готов принимать решения

Ничто так не деморализует организацию, как нерешительность. Совершенно не обязательно, чтобы все Ваши решения были правильными. Самое главное - это то, чтобы Вы принимали решения и брали на себя ответственность за их выполнение и результат. Часто люди боятся принимать решения, опасаясь ошибиться. Нерешительность приводит к нестабильности и неуверенности. То, что Вы готовы принимать решения, важнее, чем то, что все Ваши решения правильны. По мере накопления опыта Ваши решения будут все лучше и лучше.

Лидер принимает ответственность за ошибочные действия

Нет ничего более вредного для организации, чем лидер, который всегда прав. Настоящий лидер - это тот, кто берет на себя ответственность за любые ошибки в работе организации. Не занимайтесь обвинениями и поиском виноватых - проанализируйте ситуацию, извлеките уроки, сделайте выводы и двигайтесь дальше. Лидер продвигает людей, которых он ведет за собой.

Лидер всегда выдвигает на первое место тех людей, которыми он руководит. Выдвижение людей на первые роли дает им огромное преимущество, в первую очередь - демонстрирует объективную оценку их результатов.

Лидер находится впереди и является примером

Лидер говорит: «Идите за мной!» Неудачники говорят: «Идите и сделайте это». Настоящий лидер всегда подает пример своими действиями. То, как Вы намерены двигаться вперед, определит движение всей Вашей организации. Люди, которые находятся ниже Вас в структуре, всегда смотрят вверх, чтобы увидеть в Вас лидера. Очень важно, чтобы в жизни у Вас на первом месте были преданность, честь и приверженность своему делу. Это дает ощущение гордости за свое поведение и является самым убедительным примером для подражания. Неуклонно стремитесь достичь совершенства - личного, профессионального и Вашей организации. Итак, самое главное - занять позицию лидера и именно с этой позиции рассматривать обязанности

спонсора:

ОБЯЗАННОСТИ СПОНСОРА

***Забываясь о счастье других, мы находим свое собственное.
Платон***

- обеспечивать своих сотрудников информационными материалами о компании и ее товарах/услугах учить своих сотрудников строить организацию учить своих сотрудников продавать продукт обеспечивать сотрудников продуктами компании помогать проводить презентации и бизнес-встречи помогать оформлять документы учить своих сотрудников работать со структурой обеспечивать текущей информацией о встречах, презентациях, собраниях и пр.
- стремиться, чтобы Ваши сотрудники получали помощь и необходимую информацию именно от Вас - это будет повышать Ваш авторитет
- нести ответственность за чистоту и этику бизнеса в Вашей организации

ЛИЧНЫЕ ЦЕЛИ

Кажется чудом, как некоторым удается взяться за свою жизнь. Весь мир не просто что-то значит для них, он как будто для них специально создан. ..В чем же их секрет? Дело в том, что они хорошо знают, чего хотят, и находят средства, чтобы добиться этого. Они работают ради достижения целей, и эти цели, очевидно, их удовлетворяют; на середине пути они не меняют направления.

М. Барго

Принципы постановки целей

Многие менеджеры считают, что личные цели помогают добиться больших перемен, если они отвечают следующим критериям:

- человек чувствует себя лично заинтересованным в их достижении;
- возможно успешное продвижение к ним малыми шагами;
- установлены временные пределы;
- четко установлен конкретный конечный результат.

Зачем нужно ставить себе цели

Установление целей позволяет приобрести критерии, позволяющие судить, важно ли то, что Вы делаете. Не имея целей, люди обычно тратят силы впустую. Они часто чувствуют себя деморализованными или расстроенными и некритически воспринимают чужое влияние. Конечно, люди могут оказать помощь в прояснении или установлении целей для своих подчиненных, но те, кто сам несет ответственность за собственные распоряжения и стандарты, чувствуют себя увереннее и более способны распоряжаться своей судьбой. Чем большую ответственность они несут, тем больше их чувство самоуважения.

Как нужно ставить себе цели

Обычно цели устанавливаются на определенный период. Сейчас мы обсудим процесс определения целей, их утверждения и приведения в действие.

Первое: определение Ваших потребностей.

Наиболее эффективно устанавливать цели в ситуации, которая Вас не удовлетворяет или может стать таковой.

Для установления личных целей проанализируйте текущую ситуацию и ответьте на вопрос: «Чего Вы хотели бы добиться?» Для этого Вам потребуется воображение и определенная свобода - свобода от тех ограничений, которые Вы сами для себя раньше установили

Второе: оценка Ваших возможностей.

Большинство людей делает выбор из знакомых для себя возможностей. Однако истинный выбор гораздо шире. Поэтому для прояснения возможностей проанализируйте ситуацию, хорошенько подумайте и, если надо, попросите помощи у окружающих.

В мире существует обычай предоставлять место человеку, чьи слова и действия показывают, что он знает, куда он идет.

Наполеон Хилл

Разумный выбор нельзя осуществить, пока не определены все имеющиеся возможности.

Третье: принятие решения о том, что Вам нужно. Списка возможностей недостаточно; необходимо знать, к чему Вы стремитесь и чего хотите добиться. Это может показаться очевидным, но определить, что Вам нужно, не всегда просто. Необходимо найти ответ на три ключевые вопроса:

- Что является для Вас важным?
- На какой риск Вы готовы пойти?
- Как Ваши решения повлияют на окружающих?

Четвертое: выбор.

Когда Вы наконец определили диапазон имеющихся возможностей и прояснили Ваши потребности и желания, необходимо сделать выбор. Сделанный выбор означает, что все свои усилия Вы направите на некоторое конкретное направление. Однако не исключено, что иной выбор, иное направление привело бы Вас к более удовлетворительному и желанному результату.

Не существует универсальных рецептов осуществления оптимального выбора. Это Ваш выбор, и конечно, Вы выберете наиболее привлекательный с Вашей точки зрения вариант.

Пятое: уточнение цели.

Часто цели выражают в общем виде, например: «Я хочу больше рисковать в своей работе». Такие программные утверждения, вероятнее всего, останутся благими намерениями, если они не будут конкретизированы. Настоящая цель всегда конкретна!

Шестое: установление временных границ.

Время - это ресурс, с которым следует обращаться экономно. Занимаясь слишком многим одновременно, трудно добиться результата во всем, поэтому Ваша задача - разумно распределять время. Помните: время предоставляет возможности, и управление временем обеспечивает расширение этих возможностей. Если цель не имеет временных границ, то нет возможности следить за своими успехами.

Седьмое: контроль своих достижений.

Чтобы следить за своими достижениями, необходимо найти какую-либо меру успеха. И хотя это не всегда просто, но совершенно необходимо. Сделав это, Вы сможете ощутить следующие преимущества наблюдения за своими результатами:

- возможность эффективно оценить свою работу;
- чувство удовлетворения от реальных результатов на пути к намеченной цели;
- оперативное выявление возможных ошибок и, при необходимости, изменение плана действий.

Для достижения успеха надо ставить цели несколько выше, чем те, которые в настоящее время могут быть достигнуты.

М. Планк

Задумайтесь, часто ли Вы не достигали поставленной цели? Каковы причины? Отметьте причины, наиболее характерные для Вас.

- Цели, в которых, нет серьезной заинтересованности, обычно не достигаются. *Действительно ли Ваши цели важны для Вас?*

Да Нет

- Бывает, что люди устанавливают цели, которых почти невозможно добиться, а потом удивляются своей неудаче. *Реальны ли Ваши цели?*

Да Нет

- Вполне достижимые цели могут быть не реализованы из-за того, что на преодоление препятствий не было затрачено достаточно сил.

Вложили ли Вы в достижение цели достаточно сил и внимания?

Да Нет

- Возникновение новых обстоятельств может сделать некоторые Ваши цели устаревшими.

Сохраняют ли Ваши цели актуальность?

Да Нет

- Без помощи и поддержки многие проекты обречены. Установление на ранних этапах работы взаимосвязей с окружающими помогает продвижению вперед.

Достаточно ли Вы привлекли к делу окружающих?

Да Нет

- Во многих случаях люди признают себя побежденными слишком рано, когда настойчивость могла бы привести к успеху.

Не слишком ли рано Вы сдались?

Да Нет

Как Вы, наверно, поняли, постановка целей в первую очередь нужна для Вас, для того, чтобы Вы могли сфокусировать на них свое внимание. Ум не может достичь результатов, пока перед ним нет четко поставленных задач. Смысл действий начинается только после того, как будут установлены цели. Именно тогда появляется реальная энергия для их выполнения.

Поставьте перед собой конкретные цели, связанные с Вашим бизнесом.

Каким будет мой доход в течение первых 30 дней

Каким будет мой доход в течение 90 дней
Ежемесячный доход к концу 1 -го года
Сколько времени ежедневно я буду работать
Сколько дней в неделю я буду работать
Какого уровня в карьере я хочу достичь
Когда я достигну 7-т уровня квалификации
Когда я достигну 3-го уровня квалификации
Когда я достигну высших ступеней квалификации
Когда я стану частью руководства компании

ЛИЧНЫЙ ВКЛАД

Каждый раз, когда Вы честны и поведение Ваше честно, сила успеха будет продвигать Вас вперед к еще большему успеху. Каждый раз, когда Вы обманываете, даже когда это немного "белой" лжи, возникает мощная сила, которая отбрасывает Вас назад.

Джозеф Цукерман

Следующий шаг — оценка Вашего вклада. Ваших личных активов, которые Вы приносите в новый бизнес. Это важно для того, чтобы построить правильные взаимоотношения с Вашим спонсором и будущими сотрудниками. Эта начальная информация поможет определить тот объем необходимой поддержки со стороны спонсора, который даст Вам возможность как можно быстрее овладеть знаниями во всех областях нового бизнеса.

Будьте честны перед самим собой. И только тогда Вы начнете расти и набирать силу.

Помните, Вы можете получить полное и широкое обучение во всех областях нового вида деятельности.

Сначала сами проставьте баллы (от 1 до 10), а затем попросите сделать это Вашего спонсора.

ВАШИ АКТИВЫ	БАЛЛЫ ОТ 1 до 10
Ваша оценка	Оценка спонсора
Умение разговаривать по телефону	
Умение вести беседу	
Умение руководить	
Любовь к людям	
Страсть желаний	
Желание учиться	
Уверенность в собственных силах	
Решительность	
Настойчивость	
Рабочие навыки	
Задатки лица	

100 %-ная преданность мечте, делу	

Проанализируйте результаты. Возможные расхождения в оценках — это расхождения в том, как воспринимаете себя Вы, и Вас воспринимают другие.

Более объективную информацию по этому вопросу Вы получите после выполнения следующего теста.

ТЕСТ "КАКИМ ВЫ КАЖЕТЕСЬ ОКРУЖАЮЩИМ И КАКОВЫ ВЫ НА САМОМ ДЕЛЕ?"

Ответьте, пожалуйста, на каждый вопрос. В графе "Итог" поставьте цифру "1", если в этой группе больше ответов "Да", и цифру "0", если больше ответов "Нет". Не надо долго думать, пишите первое, что приходит в голову

Группа 1	Да	Нет
Есть у Вас чувство юмора? Доверчивы и откровенны ли Вы с друзьями? Легко ли Вам просидеть больше часа не разговаривая? Охотно ли Вы одалживаете свои вещи? Много ли у Вас друзей?		
итог		

Группа 2	Да	Нет
Умеете ли Вы занять гостей? Свойственны ли Вам точность и пунктуальность? Делаете ли Вы денежные сбережения? Любите ли строгий стиль в одежде? Считаете ли, что правила внутреннего распорядка необходимы?		
Итог		

Группа 3	Да	Нет
Проявляете ли Вы публично свою антипатию к кому-либо? Заносчивы ли вы? Силен ли в Вас дух противоречия? Стараетесь ли стать центром внимания в компании? Подражают ли Вам?		
итог		

Группа 4	Да	Нет
Употребляете ли Вы грубые слова, разговаривая с людьми, которым это неприятно? Любите ли похвастать накануне экзамена, <i>что</i> все знаете? Имеете ли обыкновение делать замечания, читать нотации и т.д.? Бывает ли желание во что бы то ни стало поразить друзей? Доставляет ли удовольствие высмеивать мнение других?		
итог		

Группа 5	Да	Нет

Предпочитаете ли профессии жокея, актера, теледиджастора профессиям инженера, лаборанта, библиографа? Чувствуете ли себя непринужденно в обществе малознакомых людей? Предпочитаете ли заняться вечером спортом, вместо того, чтобы посидеть спокойно дома и почитать книгу? Способны ли Вы хранить секреты? Любите ли праздничную атмосферу?		
---	--	--

итог

Группа б	Да	Нет
Строго ли соблюдаете в письмах правила пунктуации? Готовитесь ли заранее к воскресным развлечениям? Можете ли точно отчитаться в своих покупках и расходах? Любите ли наводить порядок? Свойственна ли Вам мнительность?		
итог		

РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕСТИРОВАНИЯ

Итоги групп			КАКИМ ВЫ КАЖЕТЕСЬ ОКРУЖАЮЩИМ
1	2	3	
0	0	0	Вы сдержаны, замкнуты, никто не знает, о чем Вы думаете. Понять Вас трудно.
0	0	1	Не исключено, что о Вас говорят: «Какой несносный характер!» Вы раздражаете собеседников, не даете им возможности высказаться, навязываете свое мнение и никуда не делаете уступок. Похоже? Не совсем? Тогда хорошо.
0	1	0	Такие люди как Вы в школьные годы бывают примерными учениками, вежливыми, аккуратными, дисциплинированными, всегда с хорошими отметками. Учителя уважают их и доверяют им. Что же касается товарищей, то одни считают таких «задаваками», другие предлагают им дружбу
0	1	1	Возможно, кое-кто считает Вас человеком, которому постоянно кажется, что его обижают. Вы ссоритесь из-за пустяков. Иногда бываете <в хорошем настроении, но это случается нечасто. В общем. Вы производите впечатление обидчивого и мнительного человека.
1	0	0	Вас часто считают надежным человеком (хотя в действительности Вы чуть-чуть легкомысленны). Вы веселы и разговорчивы, делаете подчас меньше, чем обещаете. Другьям нетрудно увлечь Вас за собой, и поэтому они иногда думают, что Вы легко поддаетесь влиянию других. Однако в серьезных вещах Вы умеете настоять на своем.
1	0	1	Вы производите впечатление человека не слишком застенчивого, иногда даже, простите, невежливого. Стремясь к оригинальности, противоречите другим, а подчас и себе, опровергая сегодня то, что утверждали вчера. Вы кажетесь человеком беспечным, неаккуратным, необязательным. Но стоит захотеть - и станете проворным и энергичным. Вам не хватает того, что называется уравновешенностью.
1	1	0	Вы очень нравитесь окружающим. Вы общительны, серьезны, уважаете мнение других, никогда не оставляете друзей в трудную минуту. Но (к сведению окружающих) дружбу Вашу заслужить нелегко

1	1	1	Вы любите командовать окружающими. Но неудобство от этого испытывают только самые близкие люди. Со всеми остальными Вы сдерживаетесь. Высказывая свое мнение, не думаете о том, как отзовутся на людях Ваши слова. Окружающие подчас избегают Вас боясь, что Вы обидите их.
Итоги групп			КАКОВЫ ВЫ НА САМОМ ДЕЛЕ?
1	2	3	
0	0	0	Вас привлекает все новое. У Вас пылкое воображение, однообразие Вам в тягость. Но мало кто доподлинно знает Ваш характер. Вас считают человеком спокойным, тихим, довольным своей судьбой, тогда как в действительности Вы стремитесь к жизни, наполненной яркими событиями.
0	0	1	Скорее всего. Вы застенчивый человек. Это видно, когда Вам приходится иметь дело с незнакомыми людьми. Самим собой бываете только в кругу семьи или ближайших друзей. В присутствии посторонних чувствуете себя скованно, но стараетесь скрыть это. Вы добросовестны, трудолюбивы, у Вас есть много хороших замыслов, идей, проектов, но из-за своей скромности Вы нередко остаетесь в тени.
0	1	0	Вы очень общительны, любите встречаться с людьми, собирать их вокруг себя. Как только Вы остаетесь одни, все пропало! Вам трудно даже запереться в комнате, чтобы написать какую-нибудь важную бумагу. Очень силен дух противоречия: постоянно хочется сделать что-нибудь не так как другие. Иногда поддаетесь такому порыву, но большей частью сдерживаетесь.
0	1	1	Вы сдержанны, но не робки, веселы, но в меру, общительны, вежливы со всеми. Привыкли, что Вас часто хвалят. Хотели бы, чтобы Вас любили безо всяких усилий с Вашей стороны. Без общества друзей Вам не по себе. Вам приятно делать добро людям. Но Вас можно упрекнуть в некоторой склонности к витанию в облаках.
1	0	0	Вы склонны высказывать и яростно защищать весьма парадоксальные мнения. Поэтому у Вас немало противников, даже друзья не всегда понимают. Но Вас это мало волнует. Очень жаль*
1	0	1	Вам придется выслушать не очень приятные слова. Как это Вам удалось подобрать такое сочетание букв? Характер довольно трудный. Крайне неуступчивы. Недостаточно развито чувство юмора. Не переносите шуток. Часто критикуете чужие действия и заставляете других поступать на свой лад. А если Вам не подчиняются, начинаете злиться. Поэтому у Вас мало друзей.
1	1	0	Вы - большой оригинал и любите удивлять друзей. Если кто-нибудь даст "Совет, делаете все наоборот только ради того, чтобы посмотреть, что из этого получится. Вас забавляет, а других раздражает. Только самые близкие друзья знают, что Вы не так самоуверенны, как кажется.
1	1	1	Вы энергичны. Всюду чувствуете себя на своем месте. Всегда владеете собой. Общительны. Но похоже, что любите общество друзей только при условии, что Вы играете в нем главную роль. Любите быть арбитром в спорах и любите игры. Окружающие признают Ваш авторитет, так как в Ваших суждениях всегда есть большая доля здравого смысла. Но тем не менее. Ваше стремление — вечно получать — утомляет окружающих.

ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

Успех это максимальное использование возможностей, которыми Вы обладаете.

Зиг Зеглер

Так же, как и в других профессиях, у нас есть свои собственные инструменты, которыми мы пользуемся ежедневно и которые необходимы нам в работе.

Перед тем, как мы пойдем дальше, очень важно, чтобы Вы уделите время и ознакомились с этими инструментами.

Первый инструмент, а точнее, набор инструментов. Вам очень хорошо знаком. Различные возможности этого набора Вы постоянно используете буквально во всех видах своей деятельности

Да, конечно, этот инструмент - **Вы сами.**

Какие же Ваши качества, умения, свойства, навыки понадобятся Вам в нашем бизнесе? Вот далеко не полный список:

<i>внешний вид</i>	<i>культура общения</i>	<i>энтузиазм</i>
<i>манера держаться</i>	<i>эрудиция</i>	<i>желание учиться</i>
<i>аккуратность</i>	<i>умение слушать</i>	<i>речь</i>
<i>достоинство</i>	<i>одежда</i>	<i>умение вести беседу</i>
<i>вера в успех</i>	<i>манера говорить</i>	<i>подготовка лектора</i>
<i>лексика</i>	<i>ответственность</i>	<i>навыки невербального общения</i>

Этот список можно продолжать долго. И конечно, сегодня каких-то навыков у Вас может не быть, над какими-то качествами Вам захочется поработать дополнительно - это нормально. Главное - чтобы у Вас было постоянное желание совершенствовать, пополнять и улучшать набор этих инструментов.

Второй набор инструментов " материалы компании. Они различны в разных компаниях и обычно включают:

<i>буклеты</i>	<i>брошюры</i>
<i>статьи</i>	<i>специальные журналы</i>
<i>образцы</i>	<i>сертификат качества</i>
<i>этикетки</i>	<i>аудио- и видеоматериалы</i>
<i>значки</i>	<i>техническая документация</i>
<i>сувениры компании</i>	<i>оценки экспертов и специалистов</i>

Эти материалы обычно выдаются и покупаются в компании. Дополнительные технические средства делают нашу работу более эффективной. Их диапазон очень широк - от авторучки и телефона до компьютера и автомобиля - и зависит от Вашего желания и возможностей. Безусловно, определенную часть дохода от бизнеса необходимо вкладывать в инструменты маркетинга.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

Сначала приходит мысль, затем мысль преобразуется в идеи и планы, затем - воплощение этих планов в реальность. Начало, как Вы видите в Вашем собственном воображении.

Наполеон Хилл

Каждый успешный бизнес имеет бизнес-план. Бизнес-план начального периода Вашей деятельности в MLM-компании включает в себя следующие разделы:

1. Вступление в компанию:

Вы пользуетесь продуктами компании, стали ее сотрудником, владеете информацией о продуктах и имеете о них собственное мнение, готовы рекомендовать продукты другим людям, имеете необходимые информационные и рекламные материалы. Вы имеете прямого спонсора и знакомы с сотрудниками, стоящими выше в структуре.

2. Составление списка Ваших потенциальных сотрудников и/или клиентов:

Это список Ваших друзей и знакомых, с которыми Вы намерены встретиться и побеседовать о компании, ее продуктах и возможном сотрудничестве в MLM-бизнесе.

3. Прямые продажи:

Вы рассказываете, рекомендуете, предлагаете продукты компании людям по Вашему списку (телефонные звонки, договоренность о встрече, индивидуальные и групповые презентации).

4. Построение своей структуры:

а) Вы предлагаете совместный бизнес людям, которые уже начали пользоваться продуктами компании (индивидуальные и групповые бизнес-бриффинги),

б) Вы рассказываете о продуктах компании и одновременно предлагаем совместное сотрудничество с компанией как новую открывающуюся возможность.

5- Учеба: Вы учитесь сами и учитите своих сотрудников новому бизнесу.

Первый пункт плана Вы уже выполнили,
Вы - сотрудник компании, имеете спонсоров и готовы приступить к работе.
Заполните, пожалуйста, следующую страницу.

ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

*Успех не придет к Вам. Вы сами должны дойти до него.
Марва Коллинз*

О компании, с которой Вы сотрудничаете:

Название _____

Юридический адрес:

Город _____ улица _____

Дом/корпус _____

Почтовый адрес _____

Индекс _____ Страна _____

Город _____ улица _____

Дом/корпус _____

Телефоны и факсы _____

О Ваших спонсорах:

Ваш прямой спонсор _____

Компьютерный номер _____

Телефон днем _____ вечером _____

Индекс _____ Страна _____

Город _____ Улица _____

Дом/корпус _____ Квартира _____

Ваш спонсор (2-й UPLINE)

Телефон днем _____ Вечером _____

Ваш спонсор (3-й UPLINE)

Телефон днем _____ Вечером _____

Ваш спонсор (4-й UPLINE)

Телефон днем _____ Вечером _____

LEAD GENERATOR

Далее в плане - список Ваших потенциальных клиентов и, возможно, сотрудников. Это очень важный пункт бизнес-плана. Отнеситесь к этому заданию серьезно, так как это Ваш ключ к успеху. Заполните следующие бланки 100 именами знакомых Вам людей. Очевидно, что в Ваш список попадут близкие друзья и родственники - это те люди, с которыми Вам легче всего связаться. Однако не думайте, что Вам будет легко говорить с ними о Вашем новом бизнесе. Напротив, эти люди хорошо знают Вас, и поэтому будьте готовы к тому, что им трудно будет поверить в серьезность происшедших с Вами перемен. Самый убедительный довод для близких людей - это Ваш успех.

Пусть в этом списке обязательно будут люди, связанные с бизнесом. Не смущайтесь, что эти предприниматели сейчас, возможно, добились большего успеха в бизнесе, чем Вы, - в нашем бизнесе неограниченные возможности для продвижения.

Смело включайте в свой список самых различных людей, с которыми Вы знакомы или мало знакомы:

- с кем Вы работаете или работали;
- с кем Вы учились или учитесь;
- с кем служили в армии;
- своих соседей по дому или даче;
- с кем проводили отпуск;

родственники;
члены различных клубов;
кого поздравляете в праздники;
друзей своих знакомых и т.д.

Составляйте список без предубеждения, не принимайте решения за других людей - они сделают это самостоятельно!

ЭТО БИЗНЕС СОРТИРОВКИ, А НЕ УБЕЖДЕНИЯ!

LEAD GENERATOR

К бизнесу— и, вообще говоря, ко всякому Делу — лучше всего относиться как к растущему дереву: бережно выращивать его, защищать от вредителей, вносить удобрения, заботиться, чтобы саженец в полной мере получал свет и тепло... Тогда дерево принесет плоды и со временем можно будет собрать хороший урожай.

Пол Хакен

Имя, фамилия

Телефон

Помните, если план не осуществляется, то вместо того; чтобы понапрасну расстраиваться, надо заменить его другим. Вот и вся хитрость!

Наполеон Хилл

Имя, фамилия

Телефон

По самой своей природе человек, чем старше он становится, тем больше противится переменам, особенно переменам к лучшему.

Джон Стейнбек

Имя, фамилия _____

Телефон _____

Большинство людей отказываются от борьбы именно тогда, когда они уже почти добились успеха. Они выходят на линию одного ядра. Они сдаются в последнюю минуту игры, когда им остался всего один дюйм до того, чтобы победить.

Росс Перро

Имя, фамилия _____

Телефон _____

РАЗГОВОР ПО ТЕЛЕФОНУ

Кто не умеет говорить, карьеры не сделает Наполеон Бонапарт

Первые дни очень важны для успешного начала Вашего нового бизнеса. Обязательно работайте вместе с Вашим спонсором или с кем-то по Вашей линии сверху (UPLINE). Начните работать с первого дня, с первых часов. Очень важно начать и получить первые результаты.

Вот некоторые шаги:

- * Выберите из своего списка 5 человек, которым Вы намерены позвонить в первую очередь. Это не обязательно должны быть первые 5 человек в списке - некоторые спонсоры вообще рекомендуют начинать с конца. Постарайтесь сделать выбор случайным образом. Это те люди, с которыми Вы будете разговаривать в первую очередь.
- * Составьте план телефонного разговора : как Вы поздороуетесь. как начнете разговор, что сообщите своему собеседнику, и самое главное - какова Ваша цель, чем Вы завершите разговор. Не обсуждайте по телефону серьезных вопросов - договоритесь о встрече или пригласите собеседника на презентацию
- В первый день поговорите с намеченными пяти людьми и договоритесь с ними о встречах. Даты встреч, а так же презентаций и бизнес - брифингов заранее согласуйте со своим спонсором - первые встречи лучше проводить вместе с ним. На каждую встречу приглашайте не более двух человек.
- Возьмите на себя обязательство позвонить определенному количеству людей каждый день - и делайте это.

ВАШИ ПЕРВЫЕ ЗВОНКИ ПО ТЕЛЕФОНУ

Скоро Вы почувствуете, что Ваши телефонные звонки дают результаты. Постарайтесь как можно быстрее превратить телефон в собственного друга и использовать его возможности для построения Вашего бизнеса и достижения наибольшего успеха. Помните о том, что Вы всегда можете воспользоваться советами и помощью спонсора.

Возьмите на себя обязательство звонить определенному количеству людей в течение дня, недели, месяца. Помните, что телефон нужен не для того, чтобы проводить презентации. По телефону нужно назначать встречи. Будьте профессиональны, дружелюбны и, главное, обо всем говорите с энтузиазмом.

Ниже приведен подробный анализ этого этапа Вашей работы.

МЕТОДИКА РАЗГОВОРА ПО ТЕЛЕФОНУ

Мой секрет успеха заключается в умении понять точку зрения другого человека и смотреть на вещи и с его и со своей точек зрения.

Генри Форд

Перед разговором:

- продумайте удобное время для звонка;
- перед тем, как звонить, четко определите цель разговора;
- составьте план разговора.

Продумайте и запишите ответы на следующие вопросы

- Что сказать о себе и компании, в которой работаете?
- Какие вопросы задать собеседнику, чтобы он, заинтересовавшись, захотел встретиться с Вами?
- Как завершить разговор и договориться о встрече?

Во время разговора:

Если Вы хотите привлечь человека на свою сторону, сначала убедите его, что Вы его искренний друг.

- начните разговор со слов «Доброе утро (день, вечер)»;
- назовите полностью свое имя и имя собеседника;
- спросите, удобно ли Вашему собеседнику разговаривать сейчас;
- не будьте категоричны в разговоре;
- старайтесь говорить более низким голосом, он звучит более внушительно;
- будьте вежливы и учтивы, независимо от течения разговора говорите деловито, но не сухо и чопорно;
- говорите эмоционально, пусть в Вашем голосе звучат энтузиазм и воодушевление;
- изредка называйте своего собеседника по имени;
- стройте разговор, исходя из интересов собеседника;
 - избегайте штампов и слов-паразитов;
 - будьте конкретны, договариваясь о времени и месте встречи или о следующем телефонном разговоре;
 - всегда просите передать, что Вы звонили.

После разговора:

Преуспевающие коммерсанты, которых я знаю, правильно оценивая свои способности, никогда не останавливаются на пути самосовершенствования. Они задаются вопросом: «Есть ли еще что-то, что я мог бы сделать лучше?».

Пэт Бейли

- обязательно запишите результаты разговора - общее отношение собеседника к полученной информации, договоренность о месте и времени встречи, договоренность о дате и времени следующего звонка, кто кому должен позвонить;
- сделайте оценку проведенного разговора
 - Я составил план разговора
 - Мой голос звучал бодро и деловито
 - Я был сдержан и не говорил лишнего
 - Я не использовал штампов
 - Я не употреблял слов-паразитов
 - Я внимательно слушал и задавал наводящие вопросы
 - Я построил беседу, исходя из интересов собеседника
 - Я сумел заинтересовать собеседника
 - Я договорился о встрече;
- проанализируйте полученные результаты.

ЛИЧНАЯ ВСТРЕЧА

КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ВСТРЕЧЕ

Вы можете подумать: «Это слишком большая работа. Стоит ли на нее тратить так много времени?» На самом деле Вы не тратите, а с пользой расходуете время. Слишком редко люди продумывают линию поведения прежде, чем отправиться на встречу. Догадываетесь, кто делает это? Да, те, кто достиг вершин профессионализма.

Ребекка Л. Морган «Искусство продавать: как стать профессионалом.

Вы должны отчетливо представлять себе, как Вы будете вести себя при встрече. Если Ваш подход будет правильным. Вы, скорее всего, получите ожидаемый результат.

Ниже Вы найдете вопросы, ответы на которые нужно знать, собираясь на встречу. Вы можете скопировать эти данные для личного пользования и применять их перед каждой очередной встречей. Применительно к Вашей конкретной ситуации вопросы могут быть несколько иными.

"Принцип земляники со сливками"^{ff}: Лично я люблю землянику со сливками, но рыба

почему-то предпочитает червяков. Вот по' чему, когда я иду на рыбалку, я думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба.

Дейл Карнеги

1. Что я знаю о собеседнике?
2. Что я знаю о его бизнесе, работе?
3. Какие вопросы мне следует задать?
4. Что может заинтересовать собеседника в первую очередь?
5. Какова выгода для собеседника в моем предложении?
6. Каков желательный результат встречи?
7. Что может мне возразить собеседник и как мне отвечать ему?

Возражение _____ Мой ответ _____

8. Необходимые материалы для беседы.

ПЕРВАЯ СТАДИЯ - СБОР ИНФОРМАЦИИ

Этой стадии следует уделить основное время встречи. Главная цель - установление доверительных отношений. Говорите о том, что интересно собеседнику, но соблюдайте меру. Ваша задача - вести разговор в том русле, которое представляет интерес для Вас. Сведите посторонние разговоры к минимуму. Все вопросы, которые Вы задаете, должны быть связаны с предметом вашей деловой встречи.

Задавайте вопросы! Они нужны для того, чтобы лучше узнать собеседника, его нужды, проблемы и т.д. В начале беседы задавайте больше «открытых*» вопросов. «Открытые» вопросы - это такие вопросы, отвечая на которые, нельзя ограничиться ответом «да» или «нет».

Только после того, как Вы получите достаточно информации о собеседнике, переходите к своим предложениям.

ВТОРАЯ СТАДИЯ - СВОЙСТВА И ВЫГОДА

Не победить, а убедить - вот что достойно славы.

В. Гюго

Кратко перечислите основные свойства и характеристики своей компании, товара или услуги. Ваши аргументы обязательно должны иметь количественное выражение.

Помните: Вашего собеседника интересуют не просто свойства товара **или** услуги, а выгода или польза, которую они ему принесут. Исходите из интересов клиента! Используйте фразы типа «Это обеспечит Вам...» «Для Вас это прекрасная возможность...» «Вам это даст...» «Это означает, что Вы получите.. » «Таким образом. Вы сможете...» Ключевые слова - «Вам», «Вас», «Вы».

Возможные цели Вашего собеседника при совершении сделки или заключении контракта:

- заработать деньги;
- сэкономить деньги;
- сберечь время;
- повысить свой престиж;
- улучшить здоровье;
- получить признание;
- обрести спокойствие, чувство уверенности;
- обрести удобства, комфорт;
- получить возможность выбора;
- получить удовлетворение, испытать удовольствие и чувство надежности.

ТРЕТЬЯ СТАДИЯ - ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ

После завершения представления товара или услуги компании не делайте паузы - переходите к завершению сделки. Проверяйте степень заинтересованности собеседника, задавая ему вопросы типа:

«Что Вы думаете об этой идее?»

«Что Вас больше всего заинтересовало из этого?».

Напишите свои вопросы, которые помогут Вам определить готовность собеседника к завершению сделки'

"Нет не направлено лично против Вас, оно означает лишь отказ от делового предложения."

Шейли Марри Беттел

В ответах на эти вопросы Вы можете почувствовать сопротивление или сомнения собеседника. Это проявление его озабоченности. Сделайте так, чтобы он поделился с Вами своими сомнениями. Это очень важная часть беседы

Ваша линия поведения:

- попытайтесь понять причину сомнения: хорошо работают фразы типа:
«Мне кажется, что-то мешает Вам принять решение» «Пожалуйста, будьте откровенны. Почему Вы сомневаетесь?» «Вас что-то не устраивает?» «Что мешает Вам выбрать этот товар/услугу?»
- внимательно слушайте:
начинайте говорить только после того, как выслушаете все сомнения собеседника; делайте пометки, чтобы не забыть, о чем следует сказать в первую очередь,
- попросите уточнить и сообщить подробности,
- убедитесь, что собеседник называет истинную причину;
- используйте фразы амортизаторы: «Я разделяю Вашу озабоченность» «Многие поначалу испытывают такие же сомнения» «Я понимаю, почему Вы так считаете» и т.п.
- пользуйтесь классическим методом «Согласись и опровергни»; обратите внимание на ключевые слова:
«Я сам так же думал **вначале, однако...**» «Вы абсолютно правы, **на первый взгляд** это именно так, и **в то же время...**»
«Безусловно, это производит именно **такое первое впечатление, и при этом...**»
- не говорите фраз типа «Я знаю, что Вы чувствуете» «**Вам надо** сделать то-то и то-то» - у многих людей эти фразы вызывают раздражение;
- проверяйте, как собеседник воспринимает Ваши объяснения;
- избегайте споров;
старайтесь, чтобы в Вашем голосе не звучало раздражение, будьте доброжелательны, даже если Вам приходится повторять одно и то же несколько раз, никогда не произносите фраз типа «Да, но...», они отвергают доводы собеседника и провоцируют его на спор,
- отвечайте кратко;
- не принимайте отказ на свой счет;
каждый человек имеет право выбора, и если Ваш собеседник отказался от Вашего предложения, то это не означает, что Вы сделали что-то не так.

Завершение сделки предполагает, что оба участника берут на себя определенные обязательства. Сделки завершаются по-разному в зависимости от конкретной формы деятельности заключение контракта, договоренность о дополнительной встрече или демонстрации и т.д.

Придя к соглашению, повторите то, о чем Вы договорились, установите дату и время следующей встречи, а затем поблагодарите его. Самое главное - не уходите прежде, чем не получите от него определенного решения.

«УБЕЖДАЮЩИЕ» СЛОВА

*Существует один единственный способ заставить кого-либо сделать что-то
Всего один Надо заставить человека захотеть сделать это. Запомните, других
способов нет*

Дейл Карнеги

Как Вы, наверно, уже поняли, завершение сделки - наиболее сложная часть беседы. Частично Ваш успех может зависеть от того, правильно ли Вы выбираете слова. Есть слова, которые мотивируют людей и оказываются наиболее «убеждающими»

Отметьте среди приведенного ниже списка слов те, которые Вы могли бы использовать в своих беседах:

Активность
Вкус
Восхитительный
Выразительный
Гармоничный
Глубокий
Гостеприимный
Дом
Единственный
 в своем роде Замечательный Здоровье
Качество
Красота
Личность
Любовь
Модный
Молодость Надежный
Настоящий
Незаменимый
Недорогой
Научный
Обходительный
Огромный
Оригинальный Общительный
Патриотизм
Первоклассный
Популярный
Привлекательный
Предельный
Предмет гордости
Престиж
Прогресс
Развлечение
Разумный
Рекомендуют
Радость
Роскошный
Смелый
Современный
Стиль
Спорт Самостоятельность
Увлечение
Уникальный
Успешный
Чистый
Ценность
Шикарный
Экономия времени
Экономичный
Эффектный
Эффективный
Элегантный

ОБЩЕНИЕ БЕЗ СЛОВ

Если у Вас нет чувства игры, если Вам не забавно участвовать в деле - спросите себя, зачем Вы этим занялись,

Пол Хокен

Отправляясь на встречу, мы, как правило, составляем план беседы, репетируем первые фразы и ключевые моменты предстоящего разговора, продумываем аргументы и контраргументы, и, тем не менее, это не гарантирует нам желательного течения разговора. В чем дело?

Психологи установили, что в беседе лишь 7% информации мы передаем при помощи вербальных средств

(только слов), 38% -за счет звуковых средств (включая тембр голоса» интонацию звука), остальные 55% содержатся в визуальных ощущениях (невербальное общение, или язык жестов: поза, жесты, мимика).

Большинство исследователей считают, что вербальный канал мы используем сознательно для передачи необходимой информации, в то время как невербальное общение происходит независимо от нашего желания и является основой для установления тех или иных межличностных отношений.

Когда Вы встречаетесь с человеком, его впечатление о Вас основывается главным образом на том, как Вы одеты, выглядите, двигаетесь, разговариваете. Люди больше доверяют жестам, чем словам. Если слова не совпадают с невербальными «высказываниями», то словам не верят. Умение квалифицированно провести беседу во многом зависит от Вашей подготовленности в части невербального общения.

Вот на что следует обращать внимание в первую очередь:

- визуальный контакт (контакт глаз):
 - смотрите прямо на собеседника - тогда о Вас будут думать как об откровенном и прямом человеке;
 - не смотрите в пол или потолок;
 - бегающий взгляд производит неприятное впечатление.
- поза:
 - не сутультесь, держитесь прямо - это свойственно людям, уверенным в себе;
 - не поддерживайте голову руками - это создает впечатление усталого, изнуренного человека;
 - не склоняйте голову набок - это признак неуверенности, не скрещивайте руки или ноги - это закрытая позиция, барьер между Вами и собеседником;
 - расстояние до собеседника должно быть таким, чтобы он чувствовал себя комфортно (если он отодвигается, не приближайтесь);
 - располагайтесь в открытой позиции достаточно близко к собеседнику, немного наклонившись вперед и держа голову прямо.

Когда я стараюсь распознать истинные чувства людей, я полагаюсь на Мои глаза больше, чем на уши, ибо говорят, имея в виду, что я их услышу, и Соответственно выбирают слова, но им очень трудно помешать мне увидеть то, чего они вовсе, может быть, не хотят мне показывать

Ф. Честерфилд

- жесты:
 - жестикуляция придает речи большую выразительность;
 - основное правило - чувство меры;
 - избавьтесь от неприятных и отвлекающих собеседника привычек.
- выражение лица:
 - должно соответствовать тому, о чем Вы говорите;
 - лишь искренняя улыбка красива;
 - когда Вы слушаете, лицо должно выражать внимание.
- походка, движение:
 - уверенные, целеустремленные;
 - не суетитесь, движения должны быть размеренными;
 - не привлекайте к себе чрезмерного внимания.
- темп речи:
 - Ваша задача - говорить с той же громкостью и скоростью, что и Ваш собеседник, это помогает установить контакт;
 - слишком медленно говорят тугодумы;
 - слишком быстро говорят легкомысленные болтуны.
- слова-паразиты:
 - свойственны необразованным и непрофессиональным людям.
- интонация:
 - уверенный в себе человек говорит уверенным голосом;
 - не говорите слишком тихо и монотонно - это не убеждает, а усыпляет;
 - не говорите слишком громко и резко - это настораживает и пугает
 - не произносите незаконченных фраз.
- внешний вид:
 - аккуратность, опрятность в одежде, прическе и т.д.;
 - скромность, изысканность, чувство меры;
 - имидж преуспевающего человека;
 - для женщин не рекомендуются крупные украшения, мини-юбки, плотно облегающая или просвечивающая одежда (все это отвлекает собеседника от темы разговора).

АНАЛИЗ ВСТРЕЧИ

Настоящий профессионал сразу после проведенной беседы анализирует результаты встречи. Чтобы анализ

был логическим и объективным, делайте это, используя бланки, приведенные ниже. Скопируйте эти бланки и заполняйте их после каждой беседы.

Делайте это профессионально. Будьте откровенны. Делайте выводы и устраняйте недостатки.

Признавшись в своей слабости, человек становится сильнее.

О. Бальзак

1. Что я сделал хорошо?

- Пришел вовремя
- Выглядел соответствующим образом
- Начал беседу с приветствия, улыбнулся
- Задавал вопросы, чтобы понять положение и проблемы собеседника
- Естественно перешел от вопросов к описанию своего товара (предложения) и выгод, которые он обеспечит для собеседника
- Говорил лишь о тех преимуществах, которые имеют значение для собеседника
- Убедился, что собеседник воспринял мои объяснения
- Выслушал все возражения и ответил на них
- Спокойно отнесся к высказанным сомнениям и озабоченности собеседника
- Внимательно слушал
- Успешно завершил беседу и предложил оформить контракт

2. Чего не следует делать в будущем? _____

3. Что следует делать иначе? _____

ОЦЕНКА БЕСЕДЫ

1. Начало беседы	Оценки		
	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Представился четко и вежливо?			
Поприветствовал собеседника, приветливо улыбнулся?			
Здороваясь с клиентом, говорил приятным голосом?			

Конкретные замечания в предложения

2. Переход к обсуждению дел	Оценки		
	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Свел ли к минимуму "светские разговоры"?			
Плавное перевел разговор на цель визита/беседы?			

Конкретные замечания и предложения

3. Сбор информации	Оценки		
	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Большой частью говорил клиент?			
Задавал "открытые" вопросы?			
Избегал говорить о своем предложении на этом этапе?			
Внимательно слушал?			

Конкретные замечания и предложения

4. Особенности/Выгоды

	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Естественно перешел к этому этапу?			
Показал, какую выгоду сулит собеседнику мое предложение?			
Во время беседы следил за реакцией собеседника?			

Конкретные замечания и предложения

5. Заключительный этап

	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Предложил перейти к завершению сделки?			
Смягчил каждое возражение и ответил на него по существу?			
Удачно ли реагировал на сомнения собеседника?			

Конкретные замечания и предложения

6. Внешнее впечатление

	Отлично	Работать еще	
	1	2	3
Проявлял интерес к собеседнику?			
Имелись ли словесные или физические "тики"?			
Выглядел ли профессионально?			
Гон голоса был приятный и уверенный?			
"Заразил" ли собеседника своим энтузиазмом?			

Конкретные замечания и предложения

ОБЩАЯ ОЦЕНКА ВСТРЕЧИ

*Труднее всего поговорить по душам с самим собой.
В. Хочинский*

Для того, чтобы оценить успешность проведения встречи в целом, просуммируйте все баллы, которые Вы поставили себе в предыдущих шести таблицах, найдите свою графу и прочитайте рекомендации.

Для получения более объективной информации попросите своего спонсора поприсутствовать на очередной Вашей встрече и оценить результаты по этой же методике.

Сравните результаты и сделайте выводы.

Общее количество баллов	РЕКОМЕНДАЦИИ
20-25	Вы достигли высокой квалификации и вполне можете работать самостоятельно. Передавайте свой опыт своим сотрудникам.
26-35	Ваше мастерство растет. Отшлифуйте детали, поработайте с диктофоном.
36-45	Уделяйте больше времени подготовке к встрече. Проводите репетиции бесед. Участвуйте в тренингах. Обратитесь за советом к спонсору. Успех придет.
46-60	Пока воздержитесь от самостоятельного проведения встреч. Попросите помощи у спонсора. Проработайте еще раз материалы в этой книге.

Двенадцать способов склонять людей к своей точке прения:

- единственный способ победить в споре - это уклониться от спора:
- проявляйте уважение к мнению других,
- если Вы неправы, признайте это сразу и чистосердечно,
- вначале проявите свое дружеское отношение:
- пусть Ваш собеседник с самого начала отвечает вам «да, да».
- дайте собеседнику возможность выговориться;
- пусть собеседник почувствует, что идея принадлежит ему самому,
- честно попытайтесь увидеть вещи с точки зрения другого:
- проявляйте сочувствие к мыслям и желаниям других,
- взывайте к благородным побуждениям,
- придавайте своим идеям наглядность, инсценируйте их,
- бросайте вызов.

Дет Карнеги

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА

Тот день, когда Вы полностью возьмете на себя ответственность за собственное будущее и прекратите искать оправдания сомнениям, станет днем начала движения к вершинам

О. Дж. Симпсон

Продвижение продукта - самая важная часть деятельности в нашем бизнесе. Если Вы учите людей только набирать новых членов, то Вы закончите именно этим. Вы превратитесь в машину, которая набирает людей. Однако, если никто не продвигает продукт конечному погребю гелю, то машина скоро лишится энергии и прекратит свою работу.

До тех пор, пока товар / услуга продается, Ваша машина будет продолжать успешно работать. Во - первых, и это самое главное, вам сачим необходимо стать потребителем продукта, т. е. Вы должны стать лучшим покупателем и потреблять продукты лично. Все виды продуктов должны присутствовать в Вашем доме и Вашей повседневной жизни. Вы никогда не сможете эффективно работать в этом бизнесе, если не будете лично пользоваться продуктами фирмы. Вы являетесь самым лучшим доказательством продукции компании. Есть как минимум четыре сильных аргумента в пользу личного использования продуктов компании:

- Вы можете использовать все те уникальные особенности продукта, которые делают продукт конкурентоспособным на рынке. У Вас всегда будет возможность поделиться прекрасными продуктами со всеми, с кем пожелаете.

- Вы станете хорошо разбираться во всех особенностях продукта, если будете использовать его лично. Вы узнаете все потребительские свойства продукта в процессе их употребления. Вам будут известны все "плюсы" и «минусы» продува

- Если Вы лично используете все продукты компании, то Вы развиваете в себе веру и уверенность, необходимые для того, чтобы распространять продукты эффективно. Люди станут покупать потому, что увидят Ваше личное отношение к продуктам, а не потому, что Вы сможете объяснить свойства продукта. Чем дольше Вы будете использовать продукты компании, тем выше будут Ваши уверенность и энтузиазм

- Объем Ваших продаж возрастет только из-за того, что люди будут постоянно видеть продукты компании, которые Вы используете на виду у всех. Если это, например, система охраны автомобиля и она установлена на Вашем автомобиле, то люди постоянно будут Вас спрашивать об этом продукте и у Вас будет прекрасная возможность провести удачную презентацию. Все это позволяет проводить продажи в розницу и, возможно, набирать новых членов.

Очень важно понять, как прямые продажи должны быть включены в Ваш бизнес-план. Есть два направления продвижения продукта:

- целенаправленная продажа в розницу
- продажа в розницу как следствие того, что Вы привлекли кого-то к сотрудничеству

Основные преимущества прямых продаж заключаюся в следующем:

- прямые продажи дают немедленный доход,
- практика продаж повышает Ваш опыт общения и знания психологии покупателя. Вы получаете доход и проходите обучение,
- Ваши личные продажи - очень важный пример для сотрудников Вашей организации. Ваша организация всегда будет повторять то, что делаете Вы. Важно, чтобы каждый Ваш сотрудник продвигал продукт И лишь впоследствии, по мере роста Вашей организации. Ваша энергия будет направлена на работу с другими в целях оказания помощи для достижения успеха.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ

В чем заключается эта сила, я не могу сказать; все, что я знаю, это то, что она существует и то, что она достигается только тогда, когда человек в таком состоянии ума, что он знает точно, чего он хочет, и он полон решимости не бросать того, что он начал оелать до тех пор, Пока он не достигнет этого.

Александр Грехэм Бэлл

Цель презентации - предоставить потенциальным клиентам исчерпывающую информацию о продуктах или услугах, предлагаемых компанией. Коллективные презентации проводят успешные сотрудники компании (весьма вероятно, что это кто-то из Ваших UPLINE), которые владеют всей необходимой информацией.

Коллективные презентации проводятся, в первую очередь, для того, чтобы помочь в работе начинающим сотрудникам. Вы имеете право по договоренности со спонсором приглашать на эти презентации гостей. В начале Вашей деятельности на презентациях желательное присутствие спонсора - он поможет Вам ответить на вопросы Ваших гостей после окончания информационной части. Данная форма работы является весьма эффективной и поучительной для начинающих дистрибьюторов, а также наглядной и убедительной для гостей.

Индивидуальные или домашние презентации Вы будете проводить по личной договоренности со своим клиентом. В начале работы в них также желательное участие Вашего спонсора.

После сбора информации (см. раздел «Личная встреча») проводите презентацию, придерживаясь следующего плана:

Вступление* Расскажите свою историю. Почему Вы выбрали именно данную компанию?

О компании. Необходимо кратко изложить историю зарождения компании, характер ее деятельности, возможно, профессиональный опыт ее руководителей и их послужной список, более подробно остановиться на вопросе о том, какое место занимает компания на рынке.

Продукты. Это самая главная часть презентации. Подробно опишите все продукты компании, охарактеризуйте их качество и конкурентоспособность. При описании продуктов следует привести статистические данные по стране и на мировом рынке. Очень эффективным является использование графических материалов.

БИЗНЕС-БРИФФИНГ

Каждая ситуация, если правильно ее использовать, становится возможностью.

Вильям Стэффорд

Цель бизнес-бриффинга состоит в том, чтобы предоставить потенциальным сотрудникам подробную информацию по всем вопросам, связанным с построением бизнеса по распространению продуктов или услуг, предлагаемых компанией история и текущее состояние компании, краткий обзор продуктов, представление о MLM, компенсационный план компании, возможности обучения, карьера и т.д. Бизнес-бриффинги проводят успешные сотрудники компании (весьма вероятно, это кто-то из Ваших UPLINE), которые владеют всей необходимой информацией.

Бизнес-бриффинги проводятся, в первую очередь, для того, чтобы помочь в работе начинающим сотрудникам. Вы имеете право по договоренности со спонсором приглашать на бизнес-бриффинги своих гостей. При этом желательное присутствие спонсора - он поможет Вам ответить на вопросы Ваших гостей после окончания информационной части бизнес-бриффинга. Данная форма работы является весьма эффективной и поучительной для начинающих, а также наглядной и убедительной для гостей. Гости имеют возможность обменяться мнениями с другими гостями, побеседовать с успешными сотрудниками компании, что намно[^] го облегчает решение присоединиться к новому бизнесу. Кроме того, бизнес-бриффинги демонстрируют, что этот бизнес живет и дает доход большому количеству людей.

БИЗНЕС-БРИФФИНГ - ЭТО ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕУСПЕВАЮЩИХ ЛЮДЕЙ

ПРИГЛАШЕНИЕ НА БИЗНЕС-БРИФФИНГ

Вот примеры телефонных звонков с приглашениями на бизнес-бриффинг

• «Привет, _____ Это такой-то _____

Я недавно начал работать с одной новой компанией (название компании, чем занимается) Ты слышал что-нибудь об этой компании. Прекрасно! Я занимаюсь созданием новой дистрибьюторской сети для этой компании и думаю, что для тебя это тоже может быть интересным. Я был бы очень рад работать вместе с тобой. Я уже договорился, что ты будешь моим гостем на бизнес-бриффинге в такой-то день _____ в таком-то месте _____ в такое-то время _____.

Ты сможешь прийти?»

• «Привет, _____ Это такой-то _____

Я собираюсь заняться новым делом. Ты уже давно занимаешься бизнесом, и я очень уважаю твое мнение. Не можешь ли ты оказать мне услугу и уделить примерно час времени для того, чтобы помочь разобраться в этом деле. Кстати, для тебя оно тоже может оказаться интересным. Я договорился о том, что ты будешь моим гостем на бизнес-бриффинге в такой-то день ___ в таком-то месте _____ в такое-то время _____.

Ты сможешь прийти?»

ЭТИКЕТ БИЗНЕС-БРИФФИНГА

Сознание своих сил увеличивает их

Л. Вовенарг

Собираясь на бизнес-бриффинг. Вы *должны* одеться соответствующим образом - Вам нужно показать Вашему потенциальному сотруднику, что бизнес-бриффинг - это собрание успешных людей.

Вам вместе с Вашим, гостем следует прийти заранее и занять место поближе к трибуне или центру комнаты.

Постарайтесь организовать разговоры Вашего гостя с успешными сотрудниками из компании, присутствующими на этой встрече. Они расскажут, каких результатов они достигли и как это сделать, как они оценивают возможности, предоставляемые компанией для своих сотрудников. После этих разговоров Ваш *гость*, вероятно, почувствует себя более уверенным и более значимым. Когда бриффинг начнется, находитесь рядом со своим гостем, будьте очень внимательны и записывайте. Если Ваш гость будет задавать вопросы во время выступления, скажите ему, что Вы готовы ответить на его вопросы, но после окончания бриффинга. Не разговаривайте во время бриффинга. Если Вам необходимо выйти, то не возвращайтесь назад до тех пор, пока выступление не закончится.

ПОСЛЕ БРИФФИНГА

Продемонстрируйте Ваш энтузиазм от собрания. Помните, что результат на 20% зависит от того, что Вы знаете и скажете, к на 80% от того, как и в какой форме Вы передадите Ваш интерес и Вашу уверенность по отношению к этой возможности, которую предоставляет компания.

Задайте Вашему гостю вопрос: «Ну, что ты думаешь по поводу того, что только что услышал и увидел? Есть ли причина, из-за которой мы не сможем заполнить форму прямо сейчас и прямо здесь?» Вполне возможно, что Вы услышите какие-либо причины отказа либо возражения.

КАК ПРЕОДОЛЕВАТЬ ВОЗРАЖЕНИЯ?

Каждая проблема несет в себе счастливую возможность, причем настолько мощную, что она поглощает проблему. Самые громкие истории успеха произошли с теми людьми, которые признали наличие проблемы и превратили эту проблему в счастливую возможность.

Джозеф Цукерман

В течение нескольких первых дней вашего нового бизнеса различные возражения будут казаться Вам непреодолимыми преградами, которые мешают продвижению вперед, но через некоторое время Вы начнете относиться к возражениям как к новым возможностям.

Будьте благодарны за возражения и принимайте их с энтузиазмом как дополнительную возможность углубить свои знания в новой для Вас области, возможность продолжить серьезный разговор с потенциальным дистрибьютором о Вашем бизнесе.

Скоро Вы поймете, что возражения - это не что иное, как вопросы, которые очень сильно замаскированы.

Когда Ваш собеседник задает вопросы, всегда слушайте его очень внимательно. Не важно, какой это вопрос - не прерывайте его и не думайте, что Вы знаете, что он хочет сказать. После того, как вопрос задан, никогда не спорьте с человеком, задавшим его.

Научитесь использовать правило: чувствую, понял, нашел. Например: я представляю, как ты к этому относишься, я относился к этому вопросу так же, как и ты, и теперь разреши мне сказать тебе то, что я понял.

После того, как Вы обсудили опасения Вашего потенциального дистрибьютора, попытайтесь высказать предложение, которое вернет его к решению присоединиться к Вашему бизнесу. Например, Вы можете сказать: «Ну, если у тебя нет других вопросов, то тогда давай заполним форму контракта».

Вы скоро поймете, что большинство людей имеют одинаковые возражения. Далее следует перечень наиболее часто встречающихся возражений и вариантов того, как на них следует реагировать. Пожалуйста, уделите время и ознакомьтесь с этими возражениями.

ПРИМЕРЫ ВОЗРАЖЕНИЙ И КОНТРАРГУМЕНТОВ

Я слишком занят, у меня нет времени

Я понимаю, что ты имеешь в виду, время действительно ценно. Я точно так же чувствовал, что не могу найти время для нового дела, но, к своему удивлению, я понял, что этот бизнес очень гибкий, и в начале я посвящал ему совсем немного времени.

Я не умею продавать

Большинство успешных дистрибьюторов различных компаний никогда ранее не продавали. Но продукты компании MLM «Продают сами себя», и это дает возможность практически любому человеку успешно производить продажи и иметь доход выше среднего. А так как ты вступаешь в MLM-компанию, то у тебя будут люди, которым нравится продавать, и они будут делать это и получать доход, но при этом ты также будешь иметь доход.

У меня нет денег

Все зависит от того, как отнестись к этому предложению. В свое время меня тоже смущал вопрос первоначального вложения денег в собственное дело, но я решил сделать этот шаг и внес _____ долларов для того, чтобы начать этот бизнес. За эту сумму я получил набор дистрибьютора (вот он), но это не главное. Главное то, что это действительно мой собственный бизнес с прекрасными возможностями - и всего за _____ долларов. Разве это большая сумма для того, чтобы начать свое дело?

Я хочу подумать об этом

Прекрасно! Я с большим удовольствием дам тебе всю дополнительную информацию, которая поможет тебе разобраться в этом вопросе. И, пожалуйста, обращай ко мне, я буду рад "продолжить наш разговор. Когда мы сможем встретиться?

Я не знаю, где и кому это можно продать

Многие люди в тот момент, когда они присоединялись к нашему делу, имели небольшой круг знакомых. Но в этом бизнесе нет необходимости лично привлекать большое количество людей. Достаточно несколько энергичных и заинтересованных сотрудников, а они дадут начало целой армии. Более того, обучающая программа поможет создавать списки потенциальных дистрибьюторов. Самое главное - начать работать.

ПЛАНИРОВАНИЕ

Этот единственный шаг - выбор цели, и то, что Вы верны этой цели, меняет все,

Скотт Рид

Таблица, размещенная ниже, может помочь Вам достичь поставленных целей в намеченные сроки.

Возьмите на себя обязательство, что работая совместно со своим Спонсором, в последующие 30 дней Вы будете набирать по 10 очков каждый день.

Полученные Вами результаты позволят выявить два интересных и очень важных момента:

•во-первых. Вы обнаружите, что ключ к успеху заключается в постановке цели, в настойчивости и в действиях для достижения этой цели. Вы поймете силу выполнения данного обещания.

•во-вторых, возможно. Вы поймете, почему у Вас нет такого успеха в бизнесе, который Вы хотите иметь, и придете к выводу, что причина этого заключается в том, что Вы не смогли следовать своим намерениям даже в течение 30 дней.

ТАБЛИЦА ПОКАЗАТЕЛЕЙ

	Код	Ваша деятельность	Очки
ПР Продажа в розницу (объем в \$):			
от ___ \$ до ___ \$.....			1
от ___ \$ до ___ \$			2
_____ \$ и более			3
(диапазоны определите самостоятельно в зависимости от стоимости продуктов/услуг Вашей компании)			
Установите новые контакты с потенциальными сотрудниками			2
Проведите телефонный разговор и назначьте встречу			1
Посетите лично презентацию или бизнес-бриффинг... 1		Посетите обучающий семинар	3
ДП Проведите бизнес-бриффинг или презентацию дома ...			3
ПГ Посетите совместно со своим гостем презентацию			

		или бизнес-брифинг.....	4
СС	Спонсируйте нового сотрудника	2	
ЗД	Помогите своему сотруднику разместить заказ	на покупку продукции/ оформить документы	3
ПШ	Проработайте материалы учебника с новым	сотрудником	4
ПС	Помогите тем, кто ниже Вас по линии, выполнить	пункты с 1 по 5	1
	Помогите тем, кто ниже Вас по линии выполнить пункты с 6 по 11.....		2

Используйте данный календарь для того, чтобы каждый день записывать собственные результаты. Приведенная выше система кодирования облегчит Вам учет результатов по итогам ежедневной работы. В конце месяца просуммируйте все пункты по каждой категории, и Вы получите интересный материал для анализа.

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС

Общее количество баллов за месяц: По видам деятельности:

ПЕРВЫЕ 90 ДНЕЙ

*Возможно увеличить свой доход в пять, десять, пятьдесят раз? Возможно?
Конечно/ Вы можете делать самые невероятные вещи уже сегодня, если просто измените свою философию и пойдете по новому пути к успеху!
Это изменит Вашу жизнь.*

Джим Рон

Золотая возможность, которую Вы хотите найти, находится в Вас самих. Она не в вашем окружении, она не в отсутствии удачи или счастливого шанса или помощи других, — она только в Вас,

Орисон Свит Марден

Последующие 90 дней очень важны для Вашего бизнеса. У Вас появится своя собственная история успеха первых 90 дней, и она станет наглядным примером Вашей карьеры в компании. Помните, у Вас есть только один шанс сделать все правильно.

В течение первое месяца Вы должны звонить Вашему спонсору каждый день. Двигайтесь вперед, наращивая скорость в достижении прогресса, в ежедневных действиях, в своих успехах. При всех затруднениях прибегайте к помощи своего спонсора. Активно используйте телефон, но только для организации встреч.

Начиная со второго месяца проводите домашние презентации и бизнес-брифинги.

Работайте со структурой! Воспитайте в себе лидера!

К этому времени Вы уже сможете обучать лидеров своей собственной организации умению достигать цели и магии дубликации (DUPLICATION). В этом Вам тоже будет оказывать помощь Ваш спонсор.

Через некоторое время Вы исчерпаете свой LEAD GENERATOR. Следует регулярно его пополнять. По статистике каждый человек имеет около 500 знакомых. А это значит, что Вы использовали только пятую часть своих возможностей. Существует еще очень большое количество людей, которым, возможно, будут интересны Ваши предложения. Вспомните о них!

КАЧЕСТВА, КОТОРЫЕ НУЖНО В СЕБЕ РАЗВИВАТЬ

Ключ к окружающим меня лежит во мне самом.

А. Сент-Экзюпери

**ПОМНИТЕ:
ЧТОБЫ СТАТЬ УСПЕШНЫМ, НЕОБХОДИМО:**

- желание работать
- постоянное самосовершенствование и желание учиться
- страсть, энтузиазм
- понимание того, что для улучшения существующего положения дел нужно самому стать лучше
- относиться к себе критически и работать над устранением недостатков
- признать, что постоянство и упорство - это ключ к успеху
- верить компании, с которой Вы сотрудничаете
- вести дела профессионально и согласно этическим нормам

УДАЧЛИВЫЕ ЛЮДИ ВСЕГДА ГОТОВЫ ДЕЛАТЬ ТО, ЧЕГО НЕУДАЧЛИВЫЕ ДЕЛАТЬ НЕ ХОТЯТ

В ВАШУ ЗАПИСНУЮ КНИЖКУ

ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ ДОЛЖНЫМ ОБРАЗОМ

1. Примите решение прямо сейчас о том, что добьетесь успеха
2. Поверьте в то, что Вы добьетесь успеха
3. Запишите Ваши цели на бумаге
4. Определите преимущества, которые Вы получите, если добьетесь поставленных целей
5. Определите положение, в котором Вы сейчас находитесь
6. Установите календарную дату для достижения поставленных целей
7. Попробуйте учесть все возможные препятствия, которые Вам необходимо преодолеть
8. Определите навыки и знания, которыми Вам необходимо овладеть, чтобы добиться поставленных целей
9. Определите, как получить эти знания
10. Дайте себе слово» что Вы никогда не отступите от принятого решения и будете следовать поставленной цели несмотря на все возникающие трудности и препятствия

КАК РАЗВИТЬ СОЗНАНИЕ УСПЕХА

11. Развивайте в себе позитивное отношение к событиям, людям, ситуациям; сохраняйте это отношение в себе
12. Примите на себя ответственность за то положение в жизни, в котором Вы сейчас находитесь
13. Развивайте в себе веру в компанию, продукт и возможность добиться успеха
14. Поддерживайте собственный энтузиазм несмотря на то, светит ли солнце или идет дождь и несмотря на все тяготы жизни
15. Настойчивость необходима для успеха; развивайте ее в себе и сохраняйте
16. Желание быть, делать и иметь все в этом мире это Ваша философия
17. Дисциплина - это мастер-ключ к долгосрочному успеху
18. Будьте мужественны, так как мужество - это благородство в испытаниях
19. Развивайте уверенность в себе и будьте готовы преодолеть самые невероятные трудности
20. Испытывайте страсть, страсть - это энергия, которая продвигает по пути успеха

РАЗРАБОТКА ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

21. Посмотрите на свою конечную цель и определите, что Вам необходимо для того, чтобы достичь ее
22. Определите, сколько времени Вам необходимо затрачивать на бизнес ежемесячно, каждую неделю, каждый, день
23. Определите, какую сумму денег Вы думаете вложить в бизнес для того, чтобы добиться успеха
24. Определите какого рода инструменты Вам нужны, чтобы преуспеть
25. Определите, с каким количеством людей **Вам** необходимо переговорить в течение месяца
26. Определите, какое количество визитных карточек Вам необходимо раздать в течение месяца
27. Определите, какое количество презентаций Вам необходимо провести в течение месяца
28. Определите, сколько новых дистрибьюторов Вам необходимо спонсировать в течение месяца
29. Определите, сколько потребителей Вам необходимо для выполнения месячного объема продаж
30. Определите, какое количество дистрибьюторов Вам необходимо спонсировать для того, чтобы найти лидера

ИНСТРУМЕНТЫ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА В 90-Х ГОДАХ

31. Разговор по телефону между тремя собеседниками (спонсор - старший по линии)
32. Автоответчик
33. Факс
34. Абонентный ящик

35. Пейджер
36. Компьютер
37. Модем
38. Визитные карточки с указанием рода деятельности
39. Профессионально оформленный бланк
40. Магнитофон-диктофон

МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОГО НАБОРА ДИСТРИБЬЮТОРОВ

41. Личные результаты
42. Положительные отзывы Ваших клиентов
43. «Холодные» телефонные звонки (звонки знакомым Ваших знакомых)
44. Почта
45. Телефон
46. Телеграф
47. Электронная почта
48. Семинары
49. Использование компьютерных баз данных
50. Визитные карточки

КАК УСТРАИВАТЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ВАМ ВЕРИЛИ

51. Презентации должны быть короткими - не более 45 минут
52. Вы должны знать свой продукт изнутри
53. Когда говорите о компенсационном плане, то говорите только об основах
54. Если Вы недавно работаете в системе MLM, то пользуйтесь авторитетом и знаниями спонсора
55. Ваш потенциальный дистрибьютор имеет только лишь один вопрос: «Что во всем этом лично для меня?» и поэтому Вы всегда должны пытаться ответить на этот вопрос
56. Эффективная презентация должна включать в себя: рассказ об MLM, рассказ о компании, продукте, обучении и компенсационном плане
57. Будьте непобедимы, работайте профессионально и с большим энтузиазмом. Все должно быть доведено до слушателей доходчиво и непринужденно
58. Включайте фактический материал для подтверждения качества продукта и иллюстрации широких возможностей, но помните, все это должно быть подано кратко
59. Практика приводит к совершенству. Записывайте свои выступления на аудио- и видеокассеты для самооценки
60. Будьте искренни!

ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ПРЕВРАТИЛСЯ В ДИСТРИБЬЮТОРА КОМПАНИИ

61. Очень важно положительное общее впечатление; обычно Ваш потенциальный сотрудник уже принял решение задолго до Вашего предложения присоединиться к компании
62. Когда Вам говорят «нет», это не означает окончательного решения; обычно необходимо несколько встреч, чтобы человек принял Ваше предложение
63. Помните, что Ваш потенциальный дистрибьютор может принять решение, только если он получает новую информацию
64. Никогда не показывайте своего разочарования, никогда не спорьте; возможно. Вы одержите победу в споре, но в денежном отношении проиграете
65. Всегда помните о тех стандартных возражениях еще до того, как они будут произнесены
66. Помните, что лично Вы и та счастливая возможность, которую Вы предлагаете, являются для людей единственной возможностью обрести финансовую свободу
67. Не отождествляйте себя с возможностью, которую Вы предлагаете; когда кто-то говорит «нет», то он говорит «нет» не Вам, а этой возможности
68. Помните, что MLM - это просто бизнес сортировки, и поэтому не тратьте время на людей, которые немотивированы или не подходят по своим качествам для этого бизнеса
69. Никогда не сомневайтесь в возможности убедить человека в преданности делу, если Вы заинтересованы в этом деле
70. Бесспорно, что привлекая для большей убедительности тех, кто выше Вас в структуре или имеет высокий авторитет, Вы повышаете свои шансы на успех

КАК НАБРАТЬ НОВЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ И КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ОНИ ДЕЛАЛИ ВСЕ ПРАВИЛЬНО

71. Помогайте **им** установить краткосрочные и долгосрочные цели
72. Поддерживайте личный контакт со своими дистрибьюторами
73. Важно, чтобы они осознавали, для чего они занимаются этим бизнесом, - это прибавляет энергии
74. Они должны быть преданы этому делу и заниматься им хотя бы в течение одного года
75. Помогите им разработать план для достижения их целей
76. Помогите им составить список потенциальных клиентов и дистрибьюторов
77. Планируйте совместные встречи с **их** гостями в течение первых 30 дней
78. Поощряйте их действия, если они достигнут установленного уровня в течение 30 дней
79. Разработайте для них план на 90 дней по прибыли
80. Учите их правильно определять будущих лидеров и проводить с ними 80% своего рабочего времени

КАК СОХРАНИТЬ АКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРАЯ РАБОТАЕТ ПОД ВАМИ

81. Для продуктивной работы Вашей организации очень важно быть в постоянном контакте с ней
82. Ежемесячно устанавливайте связь со всеми членами своей структуры
83. Обеспечивайте сотрудников своей структуры текущей информацией, своевременно сообщайте о всех мероприятиях компании и Вашей структуры
84. Вы должны иметь личный контакт по телефону с Вашими прямыми сотрудниками (DOWNLINE) хотя бы раз в неделю
85. Организуйте соревнование по объемам продаже и закупок и по набору новых членов
86. Поощряйте своих лучших сотрудников. Не оценивайте, а цените их за достигнутые результаты, даже если они невелики
87. Регулярно обучайте их рационально пользоваться телефоном
88. Организуйте регулярные встречи и собрания для Вашей структуры
89. Создайте рабочую группу по активизации деятельности структуры
90. Будьте ответственным лидером и поддерживайте тех, кто ниже Вас по линии, в течение 24 часов в сутки

ИСТОЧНИКИ ДЛЯ ПОСТОЯННОГО САМООБРАЗОВАНИЯ И САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

- 91-Дебби Баллард «Как преуспеть в Вашем собственном бизнесе сетевого маркетинга»
92. Джим Рон «Сезоны жизни»
93. Джесси Грехэм Скотт «Успех в сетевом маркетинге»
94. Борг Хэддес «Кто украл американскую мечту?»
95. Джон Калиндж «Самая большая возможность в истории человечества»
96. Том Биг, Эл Шрейтер. Серия «BIG AL»
97. Зиг Зеглер «Как стать победителем»
98. Том Хопкинс «Как продавать для «чайников»
99. В. Эндрехт «Магия MLM»
100. «Честш1К MLM». Ежемесячное издание Центра профессио-ь в многоуровневого маркетинга

Мы стали тем, чем стали, и достигли данного положения только потому, что вначале нами овладела мечта о достижении этого,

Дональд Куртис

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

Buy-Back Policy Политика возврата	Правила, устанавливаемые производителем и определяющие порядок возврата непроданной продукции с полным или частичным возмещением убытков
Benefits Возмещение	Все виды компенсации, включая накладные расходы, комиссионные, премиальные, сверхплановые доходы и побочные приработки, такие как страховка, поездки и транспортные средства
Consultant/ Distributor Консультант/ Дистрибьютор	Человек, который заключает соглашение, платит вступительный взнос, если необходимо, и способен представлять товары производителя в качестве независимого продавца и вербовщика
Direct Sales/ Direct Selling Прямой сбыт	Метод сбыта, при котором производители или крупные фирмы по сбыту товаров находят потребителя своих товаров посредством непосредственного торгового контакта (продажи). Все варианты многоуровневого маркетинга применяют прямой сбыт, но отнюдь не все фирмы прямого сбыта используют многоуровневый маркетинг
Downline Нисходящая линия	Линия спонсорства от конкретного дистрибьютора до всех уровней спонсорства вниз
Dual Marketing Дуальный маркетинг	Термин применяется фирмой Mary Kay Cosmetics, чтобы подчеркнуть тот факт, что сама фирма не занимается вербовкой для сбыта своей продукции
Front Leading/ Front-end Loading Начальная загрузка	Незаконная практика, которая принуждает новых дистрибьюторов закупать товары для вхождения в дело. В то время, как большинство профессионалов согласны в том, что это хорошо для новичков - приобрести достаточное количество товара, чтобы 1 [ознакомиться с продукцией фирмы " ни одна уважаемая фирма не требует и не принуждает новых дистрибьюторов вкладывать сотни или ты- ^с " ячи долларов в товары, чтобы начать дело
Generation Поклоение	Все дистрибьюторы в сети после достижения определенного уровня результативности; обычно относится к отделившимся сетям
Leg нога (дистри- бьюторов)	Линия дистрибьюторов, которая начинается с лица, спонсированного персонально Вами, и продолжающаяся вниз от этого дистрибьютора
Level Уровень (спонсорства)	Обычно определяется в соответствии с иерархией спонсирования внутри дистрибьюторской сети. Тому, кто персонально спонсирован дистрибьютором, присваивается первый уровень. Тот, кто спонсирован дистрибьютором первого уровня, получает второй уровень относительно исходного спонсора и т.д.
Matrix Матрица	Вид компенсационного плана, который позволяет создать организацию заданного размера и структуры. Например, дистрибьютору может быть разрешено спонсировать не более установленного числа лиц, а каждому из них может быть позволено то же самое. Любой индивидум, спонсированный сверх разрешенного предела, автоматически заполняет пустые места в нисходящей линии (т.е. на следующем уровне вниз)
Network Marketing Сетевой маркетинг	Синоним многоуровневого маркетинга. Метод сбыта, при котором потребители имеют возможность стать дистрибьюторами, которые в свою очередь^ создают нисходящие ветви, и все уровни участвуют в прибылях своего уровня или нижележащих уровней

Overrides	Деньги, заплаченные за продукцию отделившихся ветвей
Сверхплановые доходы	
Pyramid or Ponzi Scheme	Незаконная (в большинстве развитых стран) предпринимательская деятельность, внешне напоминающая вполне законный сетевой маркетинг и отличающаяся тем, что доход извлекается исключительно за счет вербовки новых членов и сбора с них взносов без перемещения реальных товаров или услуг
Пирамида или схема Понзи	
PV, BV	Используется многими фирмами сетевого маркетинга при расчете комиссионных и сверхплановых доходов вместо долларовых значений
Критический оборот, торговый оборот	
Renewals	Многие фирмы сетевого маркетинга требуют, чтобы индивид подтверждал свое желание быть дистрибьютором ежегодно, подписывая некоторый документ и внося небольшой взнос. Такой процесс исключает выпадение из функциональных ролей в компании
Перерегистра- ция	
Sales Volume	Вычисляется и как объем индивидуальных (Ваших личных) продаж^ что
Объем продаж	обозначается PSV (Personal Sales Volume), и как групповой объем продаж (что продано вами всеми в Вашей нисходящей линии), обозначается GSV(Group Sales Volume)
Saturation	Точка, в которой все потенциальные клиенты уже привлечены. Крайне
Насыщение	маловероятна
Sponsor (-Ing)	Демонстрация товаров и плана Вашей компании потенциальным дистрибьюторам
Спонсор	и агитация их за вхождение в дело. Чрезвычайно важный момент в построении
(-ирование)	многоуровневого маркетинга
Stairstep	Вид компенсационного плана, в котором каждый индивид и их нисходящая линия
/	(организация) могут стать независимыми после того, как это лицо достигнет
Внеакaway	заданного уровня результативности. Первичный спонсор отделения продолжает
Ступень /	собирать вознаграждения ^сверхплановые походы с группового объема продаж
Точка	отделившейся ветви
отделения	
Upline	Линия спонсорства от отдельного дистрибьютора до всех спонсорских уровней
Восходящая	вверх
линия	
Uftilevel	Компенсационный план, который позволяет дистрибьютору спонсировать столько
Одноуровневая	людей, сколько он пожелает, без отделения ветвей. Такая схема обычно больше
схема	относится к прямому сбыту

Создай свой бизнес!

www.lambre-online.com

ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

Новая система продвижения товаров и услуг, зародившаяся в Соединенных Штатах и носящая название Multilevel Marketing (MLM) - дословный перевод «Многоуровневый маркетинг», - в русской экономической литературе стала именоваться «сетевым маркетингом» (СМ). Этим термином мы и будем пользоваться в нашей книге.

Сетевой маркетинг (СМ) - это система сбыта на законных основаниях, позволяющая потребителям стать распространителями и создавать новые уровни-сети. При этом все сети участвуют в прибылях своей сети и ни-злежащих сетей.

Вы никогда не задавались вопросом, почему наименьшая войсковая единица с далекой древности, как правило, не превышает десяти-двенадцати человек? Многие ученые считают, что в группе такой численности легче всего достичь взаимопонимания и наивысшей координации действий, объясняя этот психологический феномен врожденной, на генетическом уровне программой, заложенной в человека. При образовании таких групп иерархическая лестница, система подчинения выстраивается как бы сама собой с добровольного согласия всех членов группы и не является жесткой структурой. По этой лестнице, выстроенной совместными усилиями, любой член группы лишь благодаря своему таланту и энергии, может свободно шагать вверх, не вызывая при этом негативных эмоций ^ других членов группы.

Поэтому сетевой маркетинг (СМ), основанный на неограниченном развитии способностей и возможностей человека, широко распространился по всему миру, захватив как развитые, так и развивающиеся страны. Приходя на смену «управленческой экономике», он становится одним из важнейших социоэкономических факторов нашего времени.

Сетевой маркетинг, как новое явление в экономической жизни, требует нового подхода и к человеческому общению, взаимоотношениям между людьми. Именно это становится одной из важнейших составляющих профессионального мастерства специалиста, работающего в сфере сетевого маркетинга. Оно проявляется в его способности к эффективным контактам с представителями различных социальных слоев.

Книга, которую Вы собираетесь изучить, основана на рациональной методике обучения, вобравшей в себя мировой опыт и настроенная на решение задач, присущих российской действительности. Эта методика обладает высокой степенью доступности, быстро осваивается и легко применима на практике. Она открывает перед осваивающими ее читателями широкие возможности по повышению профессионального мастерства, а главное - позволяет самостоятельно контролировать степень освоения необходимых для работы в сетевом маркетинге навыков.

Данная методика на основе базовых знаний сетевого маркетинга формирует высокий уровень профессиональных умений, развивает способность учиться, мыслить продуктивно и обосновывать правильность своих мыслей и рассуждений.

Создай свой бизнес!

www.lambre-online.com