

Дон Файлла

«СИСТЕМА: три ступени построения успешной MLM-организации»

Система: спонсируйте на расстоянии – это просто!	4
Глава 2. Используйте аплайн и инвестируйте в свой бизнес	18
Глава 3. Дистанционное спонсирование и поддержка	24
Глава 4. Урожай успеха: принципы которые помогут вам преуспеть в сетевом маркетинге.....	33
Глава 5. Как использовать значок «стань хозяином своей жизни» и пособие «45-секундная презентация уроки на салфетках».....	53
Глава 6. Как использовать систему на «холодном рынке»	55
Глава 7. Афоризмы и забавные фразы от дона и нэнси фэйлла	64

Наша цель

Эту книгу мы написали для того, чтобы научить людей инструктировать других по вопросам создания собственного домашнего бизнеса в процессе тренингов, продолжительность которых — десять минут или даже меньше. Вы никогда не начнете заниматься своим бизнесом по-настоящему, пока не спонсируете хотя бы одного человека. Чем быстрее вы это сделаете, тем лучше.

Интересно, что, если человек изучил Систему, ему не нужно прикладывать много усилий, чтобы она заработала. Прочитав эту книгу, вы поймете, почему каждый, кто захочет, может построить организацию сетевого маркетинга.

Пособия для сетевого маркетинга

Возможно, у вас лучшие в истории сетевого маркетинга компания, продукты и маркетинговый план. Сравним их с автомобилем. Возможно также, что у вас лучшие мотивационные диски, книги и другие пособия. Пусть это будет «бензин». Однако, если вы не научились дублировать свои усилия, вы никуда не приедете.

Узнать то, чему вас хотят научить Дон и Нэнси Фэйлла, означает понять, как управлять вашим «автомобилем». Изучив все пособия, которые предлагают Дон и Нэнси, вы не только станете классным «водителем» — вы сможете участвовать в гонках Формулы-1! До встречи на старте!

Система

Введение. Подружись и подружи своих друзей.

Первая ступень. 45-секундная презентация.

Вторая ступень. Прочитайте книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» или прослушайте ее аудиоверсию.

Третья ступень. Представьте свой «автомобиль» — компанию, продукты и маркетинговый план. Используйте для этого необходимые пособия.

СИСТЕМА: СПОНСИРУЙТЕ НА РАССТОЯНИИ – ЭТО ПРОСТО!

Нулевая стадия: ключ к успеху

Первая ступень: 45-секундная презентация

Вторая ступень: Читайте или слушайте на пiske книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках»

Третья ступень: презентация «автомобиля» — компании, продуктов, маркетингового плана

Занимаясь спонсированием, вы наверняка столкнетесь с людьми из других городов и стран, которые приехали познакомиться с вами. Им есть прямой смысл развивать свой бизнес там, откуда они прибыли, там, где прошло их детство и большая часть жизни. Возможно, они недавно переехали в ваш город или прожили в нем пару лет. Если так, ваши новые соседи - не лучшие кандидаты. Кто же лучшие? Те, кого вы знаете всю жизнь.

Начиная работать в сетевом маркетинге, большинство людей не знает, как эффективно использовать Систему и как спонсировать на расстоянии. Новых дистрибьюторов часто учат сначала развивать бизнес в своем населенном пункте. Для того чтобы это сделать, люди обычно предпринимают следующие шаги:

- 1) организуют встречи и рассказывают на них о новых возможностях, открывающихся перед кандидатами;
- 2) приглашают кандидатов к себе домой или приходят к ним и устраивают для них презентации;
- 3) организуют презентации один на один.

Все это хорошо для данного населенного пункта, но не годится для спонсирования на расстоянии. Совершенно невозможно заниматься такими вещами в 2500 милях от дома.

Вот почему мы учим людей спонсировать и обучать на расстоянии. Научившись этому, вы сможете делать то же самое для тех, кто находится от вас на расстоянии 25 или 5 миль или на соседней улице.

Это важно, потому что, спонсируя новых кандидатов, вы даете им возможность работать с даунлайном в моменты его наибольшей активности. Многие неудачники сетевого маркетинга просто не добрались до своих лучших кандидатов.

Как лучше всего спонсировать на расстоянии? Необходимо использовать то, что мы называем Системой. С помощью Системы вы сможете за 12 минут объяснить по телефону преимущества сетевого маркетинга человеку, находящемуся на расстоянии 2500 миль от вас. За это время вы успеете сказать все, включая «здравствуйте» и «до свидания», а в промежутке заинтересовать кандидата сетевым бизнесом.

Система (и ее пособия) буквально работает за вас. Введение в Систему займет всего две минуты. Таким образом вы сэкономите драгоценные часы междугородных телефонных переговоров — ведь они обходятся очень дорого.

«НУЛЕВАЯ» СТАДИЯ: КЛЮЧ К УСПЕХУ

К Системе ведут три ступени, каждая из которых будет подробно описана ниже. Но есть еще «нулевая стадия», пройти которую необходимо для успешного претворения Системы в жизнь. Например, представьте себе, что вы беседуете по телефону с другом, с которым давно не общались. Беседа подходит к концу (я не советую вам поднимать этот вопрос в начале беседы, потому что на вас может обрушиться целый шквал вопросов), и вы задаете другу вопрос вроде: «Скажи, Билл, ты когда-нибудь думал о том, чтобы стать хозяином своей жизни?»

Обычно следует небольшая пауза — ваш друг размышляет и не сразу понимает, что, собственно, вы имеете в виду. Так что вы продолжаете: «Знаешь, Билл, если сложить то время, которое люди тратят на сон, еду и работу, а также на дорогу и другие рутинные дела, то для себя у них остается не больше пары часов в день. И даже эти часы они не могут провести как хотят, потому что у них нет на это денег».

Продолжайте: «Вот почему я задал тебе этот вопрос. Я знаю способ, как стать хозяином своей жизни. Можно построить собственный домашний бизнес, и я знаю Систему, с помощью которой это очень легко сделать. Каждый сможет. Не надо быть продавцом, и это не займет много времени. Билл, если тебе это интересно, я прямо сейчас расскажу о том, как начать».

Что ответит Билл? Он может сказать: «Знаешь, Дон, на самом деле мне это неинтересно. Мне нравится каждый день ходить на работу — пусть она мне безнадежно надоела».

Он также может сказать: «Конечно, пришли мне материалы. Мне интересно узнать подробнее, о чем ты говоришь».

Самое важное на этой стадии — как можно быстрее закончить разговор и повесить трубку. Если позволить собеседнику начать задавать вопросы, вы потеряете контроль над процессом презентации и, скорее всего, потеряете кандидата, не дождавшись даже того, чтобы он по-настоящему заинтересовался. Затем вам надо сделать выбор: послать ли ему материалы первой ступени или сразу первой и второй (в зависимости от того, насколько перспективен данный кандидат).

В большинстве случаев рекрутирование на расстоянии оказывается эффективнее, нежели личное. Труднее вовремя прекратить разговор с человеком, смотрящим вам в глаза, нежели просто повесить трубку. Вы должны всего лишь позволить Системе подготовить почву за вас. Вот для чего нужна Система и ее пособия.

Еще один пример: Предположим, вы сидите за ланчем с приятелем. В ожидании счета вы говорите: * «Кстати, Билл, ты никогда не думал о том, чтобы стать хозяином своей жизни?»

Объяснив, о чем вы говорите, и предложив ему ознакомиться с первыми шагами по пути нового бизнеса, вы, возможно, услышите от него вопрос: «Ладно, что вы продаете?»

Ответив на этот вопрос, вы рискуете потерять кандидата прямо здесь и сейчас. Вместо того чтобы рассказывать о продукте, ответьте, например, так: «Я ничего не продаю. Я — тренер, и я ищу людей, которые хотели бы научиться сами и научить своих друзей, как стать хозяевами собственной жизни. Если тебе это интересно, Билл, я буду рад рассказать о первых двух ступенях и помочь тебе преодолеть их — и только потом я стану отвечать на твои дальнейшие вопросы. На самом деле ты получишь ответы на свои вопросы в ходе моего рассказа — прежде, чем задашь их. Ну а затем, если вопросы у тебя все же останутся, мы вернемся к ним».

Когда вы разговариваете по телефону с человеком, находящимся на расстоянии сотен миль от вас, он знает, что вы далеко, и обычно не задает много вопросов. Вы говорите: «Хорошо, я пошлю тебе книгу, и ты поймешь, в чем состоит наш бизнес. В этой книге есть ответы на большинство твоих вопросов».

Итак, вы представили идею, и у вас есть человек, ожидающий от вас дальнейшей информации. Что он получит? Вы пошлете ему книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» и попросите его прочитать четыре первые главы. Скорее всего, он увлечется чтением книги и дочитает ее до конца.

ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ: 45-СЕКУНДНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Задачи «нулевой стадии» — завязать отношения с человеком и пробудить в нем решимость построить свой бизнес. Если вы на этом этапе начнете рассказывать о своем «автомобиле» — компании, продуктах, маркетинговом плане и так далее — первая его реакция будет такой: наверное, для всего этого надо быть прирожденным продавцом или хотя бы иметь опыт продаж. Между тем 95% людей не являются продавцами по своей природе, и вы рискуете получить отказ. Это не тот результат, который вам нужен.

Начните с мечты. Для этого проведите с кандидатом беседу о том, как бы он хотел построить свою жизнь, если бы стал ее хозяином.

Эффективный способ завязать такой разговор — носить значок с надписью: «Стань хозяином своей жизни». Мой собственный опыт говорит о том, что это производит удивительный эффект. Многие, очень многие люди подходили ко мне и спрашивали: «Как мне стать хозяином своей жизни?»

Когда такое происходит, отвечайте: «Прежде чем я вам отвечу, позвольте задать вам вопрос. Вы знаете кого-нибудь, кто любит путешествовать или ездить куда-либо в отпуск?» Вы можете ожидать ответа как «да», так и «нет».

Большинство ответят: «Да, я и сам люблю». Если ответ «нет» — вам не повезло. Зачем вам спонсировать человека, который не знает никого, кто любил бы получать удовольствие от жизни? Заметьте: вы не спрашиваете собеседника, любит ли он сам путешествовать. Вы говорите о третьих лицах, спрашиваете, «знает ли он кого-нибудь?»

Большинство людей ответят на ваш вопрос утвердительно, и вы можете продолжить: «Вы знаете, что для путешествия необходимы три вещи: время, деньги и здоровье. Если я расскажу вам, как получить все это, вам это будет интересно?»

Если вам ответят «нет», разговор окончен. Разве это не здорово: понять, что вы попусту потеряли время, спустя всего пять минут после начала разговора, и не потратили нескольких часов на организацию домашней встречи и «презентации возможностей»?

Если ответ положительный — вам остается только вручить кандидату свою визитку с логотипом «Стань хозяином своей жизни» и текстом «45-секундной презентации» на обратной стороне. Вам потребуется 45 секунд, чтобы сказать об этом. А прочитать текст большинство людей успеет за 30 секунд. Закончить надо словами: «Если вам это интересно...» Кроме всего прочего, этот подход отмечает одну из распространенных отговорок людей, не желающих заниматься бизнесом: «У меня нет времени». Заметьте: мы не отнимаем у людей много времени (подробнее об этом ниже).

Сейчас самое время вручить кандидату книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». В ней объясняется, что такое сетевой маркетинг и как преуспеть в этом бизнесе. Ваш следующий вопрос: «Скажите, что для вас значит быть хозяином своей жизни?» Это одновременно и самая сложная, и самая простая часть презентации.

Простая — потому что она не включает диалога. Сложная — потому что вам придется помолчать и послушать. Для прирожденных продавцов это всегда непросто.

Поймите: чем больше человек говорит, тем более перспективным кандидатом он может стать. На «горячих сессиях» (позже я объясню, что это такое), я обхожу стол и задаю этот вопрос каждому человеку. Можете спросить своего друга: «Что бы ты делал, если бы твоя жизнь полностью принадлежала тебе?»

Если человек надолго задумывается и в конце концов отвечает, что не знает, вы можете спросить: «Ну ладно. Вы любите путешествовать?» Если

ответ отрицательный или человек говорит, что никогда не задумывался об этом, — он, скорее всего, малоперспективный кандидат.

Помните: неважно, о чем человек мечтает — об огромном доме, о лодке, самолете, автомобиле или иных приобретениях. Может быть, он хочет уделять больше времени своей семье, общественной жизни или политике. О чем бы человек ни мечтал — этого можно достичь, влившись в наш бизнес.

Самое главное состоит вот в чем: если у человека вообще нет мечты — это не кандидат. Даже если он случайно вольется в бизнес, он станет просто оптовым покупателем, но никогда не превратится в активного дистрибьютора. Вот почему необходимо предоставить человеку слово и услышать его ответ.

После того как он закончит отвечать на ваш вопрос, вы говорите: «Что ж, я полагаю, что, суммировав все время, которое вы тратите на сон, работу, на дорогу туда и обратно и другие ежедневные обязанности, мы получим следующий результат: у среднего человека остается всего пара часов для себя».

Дайте собеседнику поразмышлять над вашими словами 22 секунды. И пять секунд — на очередной вопрос: «Скажи мне, Билл, что для тебя значит быть хозяином своей жизни?» Семнадцать секунд на то, чтобы сказать: «Конечно, время сна можно не учитывать».

И всего одна секунда понадобится, чтобы спросить: «Ты хотел бы распоряжаться большей частью своей жизни?»

Когда я веду семинары, я спрашиваю присутствующих: «Кто из вас хотел бы распоряжаться большей частью своей жизни? Иметь время, деньги и здоровье и делать то, что хочется?» Просто от неожиданности обычно все сразу же поднимают руки.

Позвольте мне объяснить, почему, как мне кажется, этот подход так хорошо работает. Во-первых, потому что большинство людей не распоряжаются по-настоящему своим временем. Однако они не понимают этого. Они так заняты выживанием, тем, чтобы свести концы с концами, что им некогда остановиться и подумать. У них нет времени даже на то, чтобы спросить себя о чем бы то ни было.

Образно говоря, вы как бы кладете камешек каждому в туфлю. В вашу туфлю когда-нибудь попадал камешек? Вы идете дальше и надеетесь, что он как-нибудь сам собой выскочит. Но этого не происходит. Рано или поздно вам придется что-то предпринять, верно?

Итак, вы положили каждому в туфлю по камешку. Можно сказать и иначе: вы посеяли зерно, которое рано или поздно прорастет. Они приходят на работу, и у них неудачно складывается день. Босс предъявляет к ним претензии.

«Камешек» становится больше. Их дети говорят: «На той неделе наша школьная команда выезжает на загородную игру. Ты сможешь поехать со мной?»»

А папаша отвечает: «Прости, сынок. Я не смогу, мне надо на работу». И «камешек» еще немного увеличивается. Вот что важно: внедрив в сознание человека концепцию в целом, вы посеяли зерно, которое непременно прорастет.

Ключевая идея этого подхода состоит в том, что, как только человек приближается к тому рубежу, на котором он говорит: «Пожалуй, пора что-то сделать с этим камешком в моей туфле», он просто обречен на домашний бизнес в сетевом маркетинге. Нет другого выхода в рамках здравого смысла.

Если кто-то ответит: «Что ж, Дон, я ведь могу выиграть в лотерею», я спрошу его, купил ли он лотерейный билет на этой неделе. И кроме того, видели ли вы когда-нибудь, что происходит с людьми, выигравшими в лотерею? Через три-пять лет они оказываются в худшем материальном положении, нежели до выигрыша. Что случилось с тем парнем, который три года назад выиграл 3,6 миллиона долларов? В течение двух недель его атаквали друзья, прося одолжить им денег, и он в конце концов умер от сердечного приступа.

Можно, конечно, заняться каким-либо иным бизнесом, кроме сетевого маркетинга. Некоторые из вас уже занимаются этим, остальные наверняка знают кого-то, кто имеет свой бизнес. Правда, однако, состоит в том, что этот бизнес не позволяет им стать хозяевами своей жизни. Например, мы с моей женой Нэнси много лет назад открыли кафе и владели им около четырех лет. За это время у нас было всего три выходных дня. Кафе было открыто круглосуточно 7 дней в неделю, у нас работали 35 тинейджеров. Это был ужас! Так что мы хорошо знаем, что такое НЕ быть хозяевами своей жизни.

На одном семинаре пару лет назад, где присутствовало около 300 человек, я попросил поднять руки тех, кто ожидает значительного наследства. Шесть человек подняли руки. Я обратился к остальным: «Хотели бы вы быть на их месте? Ждать чьей-то смерти 10, 20 или 30 лет с неясными шансами?» Все засмеялись.

Есть всего несколько вещей в жизни, которые можно гарантировать на 100%. В двух вещах мы уверены: мы все в один прекрасный день родились на свет и когда-нибудь все мы умрем. И есть еще одна вещь, которую можно на 100% гарантировать: если вам приходится работать и у вас есть друзья, которые работают, то никому из вас не стать хозяевами своей жизни, если вы не решитесь заняться на дому сетевым маркетингом.

Отговорки: как отмести их при помощи Системы

Отговорка номер один — «у меня нет времени». Можно ли понять людей, которые ссылаются на отсутствие времени после того, как вы отняли у них два или три часа для презентации или встречи? Помните: то, как ведете свой бизнес вы, является для них наглядным примером их будущей деятельности. Они не могут представить себя тратящими столько времени на презентации. Этой отговорки легко избежать, отняв у людей как можно меньше времени.

Отговорка номер два — люди не понимают сути нашего бизнеса. Прочитав книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках», они непременно поймут ее. Вы сможете сказать, что научили их «водить машину».

Давая книгу своим подопечным, попросите их прочитать первые четыре «Урока на салфетках». Это название возникло потому, что я часто проводил встречи с кандидатами в кафе и рисовал на салфетках схемы и графики. Вот почему во всем мире моя книга известна как «Уроки на салфетках».

Еще одно. Никогда не просите кого-либо прочесть всю книгу целиком. Она будет поставлена на полку «до лучших времен», «когда у меня появится свободное время». Предложение прочесть первые четыре главы — это психологический ход. Одолев первые четыре главы, большинство читателей будут так заинтересованы, что дочитают книгу до конца. И они поймут суть сетевого маркетинга.

Большинство рекрутеров совершает ошибку, начиная с «автомобиля» — компании, продуктах, маркетингового плана. Они тратят часы на то, чтобы изучить все это, а потом обучают этому своих лучших кандидатов — и гробят все на своем пути. Почему? Потому что они не обучают «вождению».

Наша философия очень проста. Мы учим людей «рулить», прежде чем показать им «автомобиль». Вот аналогия, которая разъяснит мою мысль.

Представьте себе, что вы приобрели новенькую гоночную машину. Одолжите ли вы ее лучшему другу, чтобы он прокатился вокруг квартала, если он не имеет прав? Спортивный автомобиль — опасное средство передвижения.

В сетевом маркетинге в этой роли выступает бренд компании. Рекрутеры часами рассказывают кандидатам о достоинствах своего «транспортного средства». Они подписываются сами, начинают рекрутировать — и «разбиваются»! Это происходит, потому что никто предварительно не обучил их вождению. Зачем рисковать тем, что ваш

кандидат потеряет лучших потенциальных дистрибьюторов еще до того, как они поймут, чем, собственно, собирались заниматься? Прочитав книгу, они научатся «водить машину».

Итак, прежде всего, это очень сильный ход — предложить человеку «стать хозяином своей жизни». Спросив человека, что, по его мнению, значит быть хозяином своей жизни, и услышав от него в ответ: «Спасибо, нет. Я вполне доволен своей жизнью. Мне нравится ходить на нудную работу до конца жизни», — вы можете не рассчитывать на этого кандидата. И вы потратите на это всего 30 секунд своего времени.

Поймите: если бы я каждый раз, разъясняя кандидату концепцию сетевого маркетинга, устраивал двух-пятичасовые презентации, я бы выдохся много лет назад. Сколько всего таких презентаций вы можете провести в день? Я ограничиваюсь 30 секундами. После этого я позволяю методическим пособиям работать за себя. Этот подход именно таков: львиную долю работы выполняют пособия.

В завершение — короткая история. Недавно мы с Нэнси завтракали с нашим другом Маком. Мы не виделись с ним много лет. Стоит ли говорить, что Мак проявлял искреннее любопытство к нашему образу жизни и работе. Мы как раз только что вернулись из круиза, а через три месяца собирались в шестидесятидневное путешествие по Панамскому каналу. Также мы недавно купили нашим мальчишкам новенький «Корвет» последней модели. Все это очень заинтересовало Мака. Он не мог больше сдерживаться и в конце концов спросил меня: «О'кей, Дон. Скажи мне, что вы продаете?»

Мой ответ включает в себе ключ к пониманию того, как быстрее всего и эффективнее всего построить свой бизнес. Я ответил: «Мак, мы продаем возможности. Мы помогаем человеку стать хозяином своей судьбы. Сетевой маркетинг — единственный реальный путь к этому».

«Теплый рынок» и «холодный рынок»

Термин «теплый рынок» означает знакомых вам людей. «Холодный рынок» — все остальные. (В главе 6 мы подробнее поговорим о «холодном рынке».) Многие расскажут вам, как они пытались спонсировать незнакомцев. И при этом они не желают говорить со своими друзьями. У этой группы людей одна из двух проблем. Они не верят в то, чем занимаются, или не понимают этого.

Если человек верит, что каждый может стать хозяином своей жизни в течение одного года или трех лет, и понимает суть сетевого маркетинга достаточно хорошо, чтобы суметь объяснить ее в течение нескольких минут,

или у него хотя бы есть книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках», в которой все это объясняется, — почему он должен предоставить эту замечательную возможность незнакомцу, а не лучшему другу?

Еще о времени, деньгах и здоровье

Много ли вы знаете людей, у которых есть и первое, и второе, и третье? А многие ли из ваших знакомых хотели бы это иметь? Молодежь, которая много работает, у которой есть деньги и здоровье, нет времени. Люди постарше, выйдя на пенсию, имеют много времени, однако им обычно не хватает денег. Они не могут съездить к своим внукам, когда захотят. И они стареют — что можно сказать об их здоровье?

Преуспев в сетевом маркетинге, вы получите все три компонента счастья: время, деньги и здоровье — максимум за три года. Это замечательно — делать, что хочешь, когда хочешь и общаться с теми, с кем хочешь.

ВТОРАЯ СТУПЕНЬ: ЧИТАЙТЕ ИЛИ СЛУШАЙТЕ НА ДИСКЕ КНИГУ «45-СЕКУНДНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, ИЛИ УРОКИ НА САЛФЕТКАХ»

Вторая ступень состоит в том, чтобы понять суть сетевого маркетинга («правила вождения»), иными словами — понять, как преуспеть в этом виде бизнеса. Люди, которые не понимают нашей методики обучения, обычно переходят от формирования мечты («Стань хозяином своей жизни») сразу к «автомобилю» (рассказывают о компании, продуктах, маркетинговом плане и так далее). Позвольте мне объяснить вам, в чем здесь ошибка.

Предположим, вы организовали производство автомобилей — однако никто в радиусе 300 миль не умеет водить машину. Сколько машин вы рассчитываете продать? Вам придется создать курсы автовождения и обучать людей основам вождения. Научившись водить машину и получив права, все они захотят купить автомобиль. Еще один пример. Предположим, я завтра подарю вам новенький «Ламборджини». Если вы не знаете, как им управлять, вы далеко на нем не уедете. Автомобиль верно послужит вам, если вы умеете им пользоваться.

Люди в нашем бизнесе любят пересаживаться с одного «автомобиля» на другой, более престижный — и так до бесконечности в надежде наконец провести свою «золотую сделку». Почему же они не преуспевают? Они не могут далеко уехать ни на одной из этих «машин», потому что, сев за руль самой первой, так и не научились водить. Вам необходимо овладеть «основами автовождения». И это можно сделать, поняв то, что написано в книге «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках».

Итак, в качестве второй ступени мы предлагаем кандидатам эту самую книгу. Прочитав десять «уроков на салфетках», человек поймет, что он может построить свой бизнес, не обладая талантами продавца. Он также поймет, что каждый может построить мощный бизнес, если посвятит этому от пяти до десяти часов в неделю в течение шести месяцев, тратя это время на обучение.

Как вам заставить своих друзей прочитать эту книгу? Я встречал людей, в один прекрасный день преодолевших первую ступень и настолько увлеченных идеей сетевого маркетинга, что они готовы были пройти вторую ступень буквально на следующий день. Однако бывают случаи, когда со второй ступенью надо немного подождать.

Чтобы объяснить человеку суть сетевого маркетинга как следует, нужны три-четыре часа, в течение которых он усвоит десять «уроков на салфетках». Мы больше этим не занимаемся. На семинарах я иллюстрирую свою мысль следующим образом: встаю перед тремя слушателями по очереди и говорю каждому: «Для того чтобы объяснить вам суть сетевого маркетинга, мне нужно три или четыре часа». Затем я отхожу в сторону и суммирую: «Итого девять или двенадцать часов». Затем я снова подхожу к каждому и даю ему книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» — и это занимает у меня всего минуту!

Вот почему мы даем кандидатам и книги, и диски — мы не знаем, каким образом этот конкретный человек предпочитает учиться. Но мы уверены: прочитав книгу или прослушав диск, каждый поймет, в чем состоит суть сетевого маркетинга, и каждому станет ясно, что он сможет построить собственный мощный бизнес в этой сфере.

Во второй раз встав перед каждым из слушателей и объяснив, что, отдав им книгу, потратил всего минуту, я развиваю свою основную мысль. Я говорю: «Возможно, это покажется вам странным, но нам больше нравится потратить на каждого из троих человек по минуте, нежели по три-четыре часа». Конечно, всем это понятно.

После того как кандидат преодолел вторую ступень, он вернется к вам и скажет нечто вроде: «Дружище, я не хозяин моей жизни. Но я хочу им стать. Я понял основы сетевого маркетинга. Что дальше?»

ТРЕТЬЯ СТУПЕНЬ: ПРЕЗЕНТАЦИЯ «АВТОМОБИЛЯ» — КОМПАНИИ, ПРОДУКТОВ, МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА

Наконец, я готов научить вас представлять свое «транспортное средство». И это также можно сделать, не владея обширной информацией и не прикладывая больших усилий.

Прежде чем начать, позвольте мне объяснить, что под «автомобилем» я подразумеваю компанию, продукты и маркетинговый план, в котором вы участвуете как дистрибьютор. Когда доходит до «авто», каждый считает, что именно его машина — самая шикарная!

Вот обычный сценарий. Вы приходите домой к своему другу и в течение двух или трех часов рассказываете ему о своем «брендовом авто». Он в восторге, он подпрыгивает от возбуждения. Затем рассказывает о вашей компании всем встречным и поперечным. Он сам почти ничего не знает в вашем бизнесе. Вскоре он терпит крах, и вокруг него остается «выжженная земля».

Как я уже говорил, если бы у вас была по-настоящему «шикарная машина», такая, как «Ламборджини», дали бы вы своему лучшему другу покататься на ней, если бы он не умел водить?

Еще один вопрос: показав своему другу свой «суперавтомобиль» (новую компанию и продукт), позволили бы вы ему ходить по кварталу и рассказывать о нем людям, которые ничего не понимают в «автомобилях» и даже «водить» не умеют (не разбираются в сетевом маркетинге)? Может случиться «авария». Прежде чем показать им «автомобиль», мы должны обучить их «навыкам вождения».

Каков же лучший способ презентации «автомобиля»? Это зависит от вас. Есть такие формы, как встречи, вечерние собрания и так далее. Можно встречаться один на один. И еще есть специальные вспомогательные средства — буклеты, аудио-CD, видео-DVD, листовки, веб-сайты и многое другое — все это может способствовать рекламе вашего «авто».

Эти вспомогательные средства очень облегчают задачу презентации «автомобиля». Особенно полезны пособия, если вы эффективно преподнесли кандидату первую и вторую ступени. Если они восприняли концепцию сетевого маркетинга в целом, они, скорее всего, сочтут, что продавать «автомобили» (продукцию определенной компании), особенно с помощью эффективных вспомогательных средств, несложно. А вы должны всегда быть готовы выслушать любой вопрос, который может возникнуть у них.

Компакт-диски и веб-сайты, безусловно, эффективны, однако не меньшую помощь может оказать и «продавец» — я имею в виду вашего спонсора. Здесь

мы подходим еще к одному важному пункту. Вы обратили внимание, что я сказал: «выслушать» вопрос, а не «ответить» на него? Как вы можете ответить на специфические вопросы о продукте? Скорее всего, вы недостаточно знаете о нем. Как же быть? Очень просто! Вы звоните кандидату и приглашаете к телефону своего спонсора Дона, который ответит на все его вопросы, а вы в это время будете слушать и учиться вместе с ним.

Это очень сильная фраза: «Я буду учиться вместе с вами». Итак, что вам необходимо знать, чтобы объяснить преимущества вашего «автомобиля»? После того как ваши подопечные преодолели первые две ступени, вам надо только привлечь вашего спонсора к встрече с вами и вашим кандидатом. Вот и все.

Слишком просто, чтобы быть правдой, скажете вы? Есть еще один путь «продать автомобиль» с помощью спонсора. Представьте себе, что вы, ваши спонсор и кандидат живете по соседству. Вы приглашаете обоих на ланч, рассчитывая, что после спонсор объяснит кандидату преимущества «автомобиля» без вашего участия.

Во время ланча вы вообще не говорите о деле. Вместо этого вы расспрашиваете кандидата о его семье, интересах, о том, где он живет, каковы его жизненные цели и устремления, о том, что бы он сделал, если бы стал хозяином своей жизни, и так далее. Чем словоохотливее будет кандидат, тем он перспективнее.

После ланча спонсор расскажет кандидату все, что нужно. И пусть он будет краток! По моему убеждению, не стоит тратить больше 15 минут на рассказ о компании, выпускаемых ею продуктах и маркетинговом плане. Никогда не тратьте на кандидата больше 20 минут! После того как он подпишет договор и станет дистрибьютором, можете общаться с ним дольше, добиваясь уверенности, что он усвоил ваши уроки.

Повторяю: видя, что делаете вы, кандидаты примеряют это на себя, предполагая, что им придется делать то же самое, чтобы преуспеть. Если вы будете тратить часы на каждого кандидата, они сочтут, что им придется поступать так же, — и вы с большой вероятностью оттолкнете их.

Итак, помните: важно научиться поменьше говорить. Разговоры — наш злейший враг. Говорить нужно ровно столько, чтобы ввести в действие вспомогательные средства, которые будут работать за вас. Чем больше вы говорите с кандидатом, тем с большей вероятностью у него появится мысль: «Я не хочу (не могу) этого делать».

Что может быть проще?

Вы видите, что, преодолев первые три ступени, мы исключили такой этап, как «встреча возможностей». Он нам не нужен, как и встречи на дому один на

один. Все, что нам нужно, — это сформировать у кандидата концепцию «хозяина своей жизни», — лично или на расстоянии, позволить ему преодолеть первые три ступени и следовать Системе. Это так просто! Каждый может это сделать. Вы можете постичь Систему меньше чем за 10 минут.

Теперь — дублицирование! Помните, чем проще дублицировать, тем большее количество людей преуспеют и тем быстрее вырастет ваш бизнес!

ГЛАВА 2. ИСПОЛЬЗУЙТЕ АПЛАЙН И ИНВЕСТИРУЙТЕ В СВОЙ БИЗНЕС

Используйте аплайн — ваш лучший инструмент!

Инвестиции в бизнес: «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» — книга для успешного роста

В этой главе мы обсудим две вещи, которые, если вы научитесь извлекать из них преимущества, помогут вам построить свой бизнес быстрее и эффективнее. Так что читайте ниже о том, как с пользой задействовать аплайн (*аплайн – все те, кто располагается выше вас в структуре сетевого маркетинга. Используется также, как синоним слова «спонсор»*); небольшие инвестиции в распространение книги «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» также принесут вам несомненную пользу

ИСПОЛЬЗУЙТЕ АПЛАЙН — ВАШ ЛУЧШИЙ ИНСТРУМЕНТ!

Первое, что мы вручаем каждому новому дистрибьютору, — это список всех членов его аплайна на пять или семь уровней вверх — с именами, адресами и номерами телефонов. Проинструктируйте новичков о том, что, едва «замочив ноги» (имеется в виду — распечатав свой «комплект дистрибьютора», начав использовать продукт и ощутив готовность к построению собственного бизнеса), им придется, начав снизу, обзвонить весь аплайн. Представившись, новый дистрибьютор должен будет объявить, что счастлив вступить в дружную «семью» своего аплайна, и попросить каждого «вышестоящего» дистрибьютора о помощи в «быстром старте».

Это здорово, поскольку повышает мотивацию аплайна. Когда новый дистрибьютор сам будет спонсировать кого-то, он аналогичным образом проинструктирует его. В какой-то момент на вас буквально посыплются телефонные звонки. Это очень приятно — сняв телефонную трубку, услышать нечто вроде: «Привет, Дон. Вы меня не знаете, меня зовут Джон. Я из Хьюстона, я член вашего даунлайна». Вы обрадуетесь, ведь вам позвонил новый дистрибьютор! Как бы давно вы ни занимались этим бизнесом — вам каждый раз будет приятно узнать, что появился еще один человек, мотивированный на успех.

Чем больше людей вы спонсируете, тем большее их количество внесут вас в свой аплайн-лист (список аплайна). В течение долгого времени вы будете получать один-два звонка в день. Не переживайте. Чем больше звонков, тем лучше. Вы же любите беседовать с людьми. Все, что вы должны сделать, — это дать им понять, что в мире есть человек, к которому они могут обратиться в любое время и получить поддержку. Но только при одном условии — если кандидат преодолел две первые ступени.

Тот, кто его спонсирует, должен дать ему книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Если член даунлайна «выведет» своего кандидата на вас, прежде чем он пройдет две первые ступени, вы можете оказаться вынуждены в течение долгих часов объяснять то, что должны объяснить вспомогательные средства.

Еще одно преимущество контакта и работы с аплайном, Представьте такой сценарий. Я беседую с Джоном из Хьюстона и говорю ему: «Джон, я знаю нескольких людей в Хьюстоне, которым трудно начать свой бизнес самим. Я надеялся найти кого-то вроде тебя, кто намерен серьезно строить бизнес, чтобы начать работать с этими людьми. Давай поступим так. Я позвоню им. Со мной они пройдут первые две ступени. А затем, когда настанет время рассказать им о нашей компании, я передам их тебе. Ты сможешь пообщаться с ними от моего имени и спонсировать их».

Много интересного может произойти, если обеспечить контакт аплайна и даунлайна. Если новичок сделает пять-семь звонков представителям своего аплайна, мотивация обеих сторон резко возрастет. На следующей неделе они мотивируют друг друга снова, начав получать бандероли с пособиями от членов своего аплайна. Это действительно сильный способ мотивации новичков, пытающихся стартовать.

ИНВЕСТИЦИИ В БИЗНЕС: «45-СЕКУНДНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, ИЛИ УРОКИ НА САЛФЕТКАХ» — КНИГА ДЛЯ УСПЕШНОГО РОСТА

Спонсируя кого-то, первое, что мы делаем, — это посылаем ему пять экземпляров книги «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Кроме того, мы дарим эту книгу каждому новому члену любого уровня нашего даунлайна.

Когда новый дистрибьютор переходит на автоматический ежемесячный заказ, он должен прислать нам по электронной почте свой электронный адрес, телефонный номер, адрес и имя. После этого мы отправляем книгу ему в подарок. Мы делаем это для всех членов нашего даунлайна, пока они не достигнут определенного уровня в маркетинге. На этом уровне они становятся состоятельными людьми. Теперь они сами могут посылать книги в подарок членам своего даунлайна.

Повторяю: лучше потратить несколько минут и несколько долларов на телефонный разговор с другом или человеком со стороны, чем встречаться с ним и тратить на это от двух до пяти часов. Если вы спонсируете на расстоянии, о какой встрече может идти речь? А телефонный счет наверняка перекроет затраты на пересылку книги.

Неважно, какой маркетинговый план в вашей компании: ступенчатый, или предусматривающий отход, или матричный. Вы должны следовать за своим лидером и спонсировать новых кандидатов, чтобы они впоследствии занимали высокий уровень в иерархии сетевого маркетинга. Обычно я считаю рубежом уровень, на котором человек приносит мне тысячу долларов в месяц. Следующий рубеж — 2—4 тысячи долларов. И вот, обнаружив однажды, что дистрибьютор приносит вам тысячу долларов в месяц, вы понимаете, что

стоило вкладывать деньги в аудио- и видеоматериалы, а также книги и другие пособия. Вы готовы вложить еще столько же, лишь бы найти еще одного человека, который принесет вам тысячу долларов в месяц. Так окупаются вложения.

Существуют разные программы. Вы можете установить свои рубежи и определить для себя, сколько вам «стоил» и сколько принес тот или иной дистрибьютор. Учитывайте также фактор времени. Мы с Нэнси работаем в этом бизнесе в течение 39 лет. Если бы на каждого кандидата, которому я рассказываю о концепции сетевого маркетинга, я тратил по несколько часов, я бы давно умер от переутомления. И все же я уверен в своем бизнесе более, чем когда-либо раньше, потому что я знаю: я могу определить перспективность кандидата и представить ему концепцию MLM очень быстро.

Позвольте привести пример. Я сижу в джакузи. Рядом, в соседнем джакузи, сидит кто-то еще. Я интересуюсь, чем этот человек занимается. Помните: после вашего вопроса о профессии 90% зададут вам встречный вопрос о вашей профессии.

Если вы скажете, что продаете что-то, а перед вами человек, по природе своей не являющийся продавцом, ваше дело проиграно еще до начала переговоров. Но если вы поступите так, как всегда поступаем мы с Нэнси, вы окажетесь в выигрыше. Когда меня спрашивают, чем я зарабатываю себе на жизнь, я говорю: «Мы с моей женой — тренеры стиля жизни. Мы учим людей, как стать хозяевами своей жизни».

В этот момент собеседник обычно выглядит озадаченным. И во время возникшей паузы я продолжаю: говорю о времени, которое люди тратят на сон, на дорогу, на работу... (см. выше). Я говорю: «Мы нашли способ, как человеку стать хозяином своей жизни — каждый может построить свой собственный домашний бизнес. У нас есть Система, настолько простая, что следовать ей может каждый. Не надо обладать талантом продавца, и не надо тратить много времени. Если вам это интересно, дайте мне вашу визитку, и я пришлю вам кое-какие материалы, которые помогут вам сделать первый шаг в нашем бизнесе». Таким образом, вы познакомились с новым человеком и не потратили на это времени, так как одновременно находились в джакузи.

Я постоянно говорю «Система». Позвольте рассказать вам одну историю. Жил-был человек по имени Рэй Крок, купивший компанию «Макдоналдс». Он не собирался продавать гамбургеры. Он купил «Макдоналдс», потому что это была «денежная машина», легко дублируемая. В результате люди стали покупать гамбургеры. Миллиарды гамбургеров.

Мы не приходим в компанию, чтобы продавать ее продукцию. Компания для нас — это «денежная машина». Наша Система позволяет легко дублировать. И в результате люди покупают наши продукты. Рассказывая кому-либо эту историю, можно в конце, в качестве «информации к размышлению», добавить:

«А что, если бы Рэй Крок был вегетарианцем?» На самом деле это совершенно не имело бы значения — он не интересовался продуктом, лишь сильная бизнес-модель имела для него значение.

Сейчас я хотел бы, чтобы вам стала совершенно ясна наша позиция по отношению к продажам в сетевом маркетинге. Мы учим, как получать чеки на крупные суммы — большинство членов нашего даунлайна получают от двух до пяти тысяч долларов в месяц (есть и такие, кто получают 10 и даже 50 тысяч долларов в месяц), — посредством создания большой организации. Продавая продукцию, столько денег не заработаешь.

Однако продажи занимают в нашем бизнесе важное место. Это место — в базисе вашей организации, в процессе ее построения. Когда мы показываем людям, как растет их даунлайн: 5 человек, потом — 25, затем — 625 — мы говорим: это конвейер. И конечно же, продукция играет свою роль в процессе создания и функционирования этого конвейера.

Например, если человек говорит вам «нет» в ответ на предложенную ему возможность, вы можете предложить ему образец продукта, и он может стать одним из тех, кого мы называем «дружественными потребителями». Если каждый обзаведется в процессе спонсирования десятью «дружественными потребителями», мы сделаем продажи частью системы сетевого маркетинга.

Маленькая хитрость. Вы приобретаете клиентов-потребителей в процессе построения вашего бизнеса. Это не является вашей первоочередной задачей: вы не создаете коллектив распространителей, чтобы затем среди них искать перспективных дистрибьюторов.

Если вы начнете с того, что попытаетесь продать людям свой продукт, они решат, что ваш бизнес — это бизнес продаж. Если они не считают себя хорошими продавцами, они не пойдут за вами. Они могут подписать контракт как оптовые покупатели, но они никогда не станут активными строителями бизнеса.

Есть три способа построить свой бизнес. Самый медленный — это продажи. Однако для очень многих людей слово «бизнес» ассоциируется именно с продажами. Самый быстрый путь — это путь «стиля жизни». 95% людей стремятся к лучшей жизни, то есть к большему количеству свободного времени, денег и лучшему здоровью.

В процессе создания бизнеса формируется конвейер. Вы продвигаете продукт. Медленный путь к успеху таков: вы продаете человеку товар и создаете у него впечатление, что ваш бизнес — это бизнес продаж, в то время как он таковым не является. На самом деле это бизнес обучения. Занимаясь продажами, люди приобретают опыт — независимо от того, что миллионы людей до них покупали этот продукт и наслаждались им. Они попробовали его

сами и увидели: он работает. Им могло казаться, что он стоит слишком дорого. Продажи избавляют от всех этих ошибочных взглядов.

Люди спрашивают нас, что мы предпочитаем. Подход с точки зрения возможностей? Или подход с позиций продукта? На самом деле — ни то, ни другое. Потому что есть еще более быстрый путь к построению бизнеса. Это использование Системы, которое включает подход с точки зрения стиля жизни.

И снова — краткое содержание Системы.

Первая ступень. Визитка с текстом «45-секундной презентации» на обороте.

Вторая ступень. Книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках», необходимая для понимания сути сетевого маркетинга.

Третья ступень. «Автомобиль» — привлечите своего спонсора или вспомогательные материалы компании, такие, как брошюры, CD- и DVD-диски, веб-сайт.

ГЛАВА 3. ДИСТАНЦИОННОЕ СПОНСИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА (СПОНСИРОВАНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ И ОРГАНИЗАЦИЯ «ГОРЯЧИХ СЕССИЙ»)

Организируйте «горячие сессии» для дистрибьюторов со всей страны

Календарь «горячих сессий» в масштабах страны

Телефонная конференция в сетевом маркетинге Телефон — ваш путь к успеху

Оцените преимущества телефонной конференции

Скайп: еще одно подспорье

«Горячие сессии» на расстоянии и кое-что еще

Вот вы стали спонсором — и ваш подопечный живет на расстоянии 2500 миль от вас. Как поддержать его? Прежде всего, постоянно общайтесь с ним по телефону. Оставайтесь на связи, помогая ему не утратить мотивации и спонсировать других. Как можно помочь в спонсировании на расстоянии? Этот метод носит название «два к одному».

Другими словами, у вашего подопечного есть кандидат, которого он, в свою очередь, хочет спонсировать на расстоянии; и вот они дошли до третьей ступени Системы. Они, скорее всего, нуждаются в вашей помощи. Вы должны ее оказать.

Во-первых, можно организовать телефонную конференцию. Таким образом вы поможете своему подопечному объяснить все кандидату в дистрибьюторы. Такая поддержка очень полезна. Все, что должны делать ваши собеседники, — это сидеть тихо и дать вам возможность говорить. Это идеальный путь обучения.

В соответствии с этой идеей мы создаем группы для телефонных конференций. Существует возможность беседовать одновременно с неограниченным количеством человек. Например, конференция назначена на 8 часов вечера. Вы оповещаете об этом всех и даете им свой телефонный номер. Они звонят — и платят за междугородные звонки по тарифу телефонной сети. Вы же как организатор платите за «мост» между вашими собеседниками.

Есть разные способы проведения конференций. Бывают такие конференции, где говорить может каждый. Если группа ваших подопечных достаточно велика (или даже слишком велика для того, чтобы все могли говорить одновременно), можно устроить так, чтобы лишь несколько человек могли говорить, а все остальные — слушали.

Можно также расширить круг участников, задействовав номер без дополнительной платы за междугородные разговоры, чтобы все могли звонить по нему. Однако в конце концов вам придется заплатить за все звонки. Я не считаю нормальным, чтобы вы брали на себя бремя оплаты всей телефонной конференции. Я бы рекомендовал оплатить свою лекцию продолжительностью от 15 до 20 минут. Коротко и ясно. Такие «встречи» дают людям возможность прикоснуться к основам раз в неделю. У них также появляется возможность заразиться вашими энтузиазмом и энергией.

Я бы очень настойчиво рекомендовал вам посоветовать своим подопечным приобрести устройство громкой связи и время от времени собирать возле своего телефона группу кандидатов, чтобы вы могли говорить сразу со всеми.

ОРГАНИЗИРУЙТЕ «ГОРЯЧИЕ СЕССИИ» ДЛЯ ДИСТРИБЬЮТОРОВ СО ВСЕЙ СТРАНЫ

Еще одна вещь, которую вам следует сделать после того, как вы дистанционно спонсировали нового дистрибьютора, — попросить его создать местную «горячую сессию». О «горячих сессиях» подробно рассказывается в книге «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Коротко говоря, «горячая сессия» — обмен коллегами мнениями о работе. Мы обычно приводим такой пример: что, если бы у вас было одно полено и вы развели костер? Или представьте себе, что вы в одиночестве сидите в ресторане. Ничего хорошего в этом нет. Ни энергии, ни подпитки, ни энтузиазма. А если у вас есть два полена? Огонь будет больше. А три? Это настоящий пожар! Вчетвером люди могут устроить вечеринку и повеселиться всласть. Об этом и идет речь. Чем больше людей собираются на «горячих сессиях», тем больше энтузиазма и энергии они там получают.

Мы обычно проводили «горячие сессии» по средам с 6 до 9 вечера в Лас-Вегасе. Мы приглашали 40 человек. Я хотел бы пояснить: «горячая сессия» — это не «встреча возможностей». Сюда не приводят кандидатов, чтобы продемонстрировать им возможности сетевого маркетинга. «Горячая сессия» — это встреча людей, уже вовлеченных в общий бизнес, которые делятся идеями и ищут ответы на вопросы, касающиеся этого бизнеса.

«Горячая сессия» — это не презентация, когда один человек в течение 45 минут читает собравшимся лекцию. Здесь все вместе обсуждают свои проблемы и обмениваются идеями. Создается соответствующая атмосфера. Интересно, что на многих наших «сессиях» продолжительностью 2 часа лишь 15—30 минут уделялось «автомобилям» (компаниям, продуктам и мотивационным планам). Вместо этого мы говорили о разных забавных вещах и «антисеминарах», в которых мы участвовали.

Что такое «антисеминар»? Обычно семинар проходит на каком-нибудь фешенебельном курорте, но вы целыми днями заняты, так что у вас нет возможности наслаждаться его прелестями. И знаете что особенно удивляет на всякого рода семинарах и конференциях? То, что самое интересное мы узнаем в кулуарах, за кофе, во время перерывов от людей, добившихся успеха.

Главная идея «антисеминаров» состоит в том, чтобы не проводить семинаров. Мы устраиваем один большой «перерыв» — с того момента, когда люди приходят, и до того, когда они расходятся. Мы собираемся все вместе вокруг бассейна и сидим там с 10 утра до 5 вечера каждый день.

Люди приезжают со всего мира, из разных компаний сетевого маркетинга. Мы сидим вокруг бассейна, получаем удовольствие и обмениваемся идеями. Вы можете пообщаться с людьми из Австралии, с которыми только что

познакомились. В течение дня мы решаем, какое из многих предложенных нашему вниманию шоу нам выбрать на вечер. Можно присоединиться к какой-нибудь компании или проводить время, как вам самим заблагорассудится.

Как говорит Нэнси, на «антисеминаре» можно даже вступить в брак. Мы знаем нескольких людей, которые так и сделали. Так что, если хотите, вы можете последовать их примеру. Другими словами, мы получаем массу удовольствия от наших «антисеминаров».

Также мы беседуем о кризисах-«антисеминарах» и выдвигаем другие идеи, как сделать наш общий бизнес более приятным. Одна из привлекательных сторон нашего бизнеса заключается в том, что его можно построить быстро и при этом получить удовольствие. Люди любят собираться вместе в компаниях для развлечения. Если вам хорошо, к вам многие захотят присоединиться. Помните, что сказано в «уроке на салфетках» № 8 о «горячих сессиях»: не забывайте о том, что ваши беседы слышат другие люди.

Мы назначаем «горячие сессии» даже в боулинг-клубах. Мы играем две партии, а затем идем в кафе, чтобы обменяться идеями. Одна из «горячих сессий» проходила даже на яхте в Майами. Это было здорово! Повторяю: мы стараемся обмениваться идеями и информацией в приятной обстановке. Во время неформальных «горячих сессий» вы можете проявить всю креативность, на которую способны.

Вот несколько типичных расписаний «горячих сессий». Во-первых, надо проводить еженедельную сессию в обеденное время; я бы рекомендовал время около 13.15 и выбрал бы для этой встречи ресторан на свой вкус. Пусть это будет ресторан быстрого питания или буфет, который вы арендуете, чтобы каждый мог прийти и уйти, встать и пройтись по помещению. Не стоит начинать встречу в полдень, так как в это время в ресторанах слишком многолюдно и шумно, слишком накурено, и все спешат поскорее закончить ланч и вернуться к работе. Если вы начнете в 13.15, ресторан уже опустеет, в нем будет тихо и спокойно.

Прибыв в ресторан, предупредите официанта, что он получит чаевые через час. Тогда, если вы немного задержитесь, он не будет нервничать, что лишится чаевых из-за того, что новые посетители не занимают столики.

Что касается курения, мы считаем, что это личное дело каждого. С другой стороны, мы уважаем чувства некурящих, и все наши дистрибьюторы знают: если они хотят покурить, им придется выйти на улицу или в курительную комнату. Если вы позволите хотя бы одному человеку закурить во время «горячей сессии», вы рискуете потерять навсегда его некурящего соседа, который подумает, что каждый раз, приходя на ваши собрания, ему придется вдыхать сигаретный дым. Элементарная вежливость — вот все, что нужно.

Проводя «горячую сессию» в бассейне, ресторане или на яхте, мы любим спрашивать участников: «Как вам нравится оборудование нашего нового офиса?» Дело в том, что у нас нет офиса как такового, разве что мини-офис дома. Наши «офисы» — это курорты и рестораны по всему миру. Мы наслаждаемся приятной атмосферой и дружим с людьми, которые хотят от жизни большего.

Теперь поговорим о том, как расширить круг участников «горячих сессий» и превратить встречи местного масштаба в регулярно проводимые съезды дистрибьюторов со всей страны.

КАЛЕНДАРЬ «ГОРЯЧИХ СЕССИЙ» В МАСШТАБАХ СТРАНЫ

Начиная строить свой бизнес, вы становитесь элементом сети, состоящей из ваших аплайна и даунлайна. Пригласите как можно больше жителей своего района на «горячую сессию». В большом городе, например в Чикаго, можно проводить 25 сессий каждую неделю. Начните «горячую сессию» на севере этого мегаполиса, продолжите — на юге, а затем перекинетесь на запад. Если вы захотите охватить и восточный Чикаго, то окажетесь в аккурат посреди озера Мичиган.

Встречи лучше проводить во второй половине дня или вечером, даже поздним вечером. Например, в Лас-Вегасе, на озере Тахо, в Атлантик-сити и в других подобных местах можно проводить «горячие сессии» начиная с 4 утра — здесь люди поздно ложатся спать.

Нет универсальных правил относительно времени проведения сессий. Просто старайтесь избегать «пиковых» часов в ресторанах. Вы должны быть уверены, что во время сессии ресторан не будет набит битком. Также вы должны быть уверены, что официанты и официантки живут в основном на чаевые, и проявлять щедрость по отношению к ним. Они наверняка услышат обрывки вашей беседы и заинтересуются. У них появится ощущение, что перед ними — группа людей, отправляющихся в путешествие.

Если вы не оставите чаевых или оставите недостаточно, они расстроятся. Основное правило таково: я отвечаю за организацию «горячей сессии», я вселяю в ее участников уверенность и поощряю их к раздаче чаевых. Я также разыскиваю официанта или официантку после окончания встречи и даю им еще 5 долларов сверх счета (или 10, в зависимости от количества участников сессии).

Итак, прибыв на место встречи, попросите официанта принести каждому из участников встречи отдельный счет. Каждый работает сам на себя и в состоянии оплатить свой обед. Никто не хочет платить за всех. Это намного

лучше, когда каждый выбирает себе еду по вкусу и по карману и платит сам за себя.

Мы призываем членов нашего даунлайна проводить «горячие сессии» еженедельно (каждого, кто работает в какой-либо иной компании, мы также призываем к этому). А затем создайте календарь «горячих сессий» по всей стране. Представьте себе: в 200 или 400 городах — во всех больших городах страны — еженедельно проводятся «горячие сессии».

Вы можете позвонить другу, например, в Денвер. Вы спонсировали его согласно Системе. Он прошел третью ступень. Теперь вы можете сказать новому дистрибьютору: «Теперь, Билл, ты знаешь, что тебе делать. Во вторник, в 7 часов вечера, приходи в такой-то ресторан на «горячую сессию» к Денни. Спроси официанта, где проходит «горячая сессия». Таким образом новичок получает возможность общаться с людьми, занятыми тем же бизнесом в том же городе, обмениваться с ними идеями и получать ответы на свои вопросы.

Я хотел бы прояснить одну вещь. Не посылайте кандидата на «горячие сессии» до тех пор, пока он не подписался на вашу программу. Не возлагайте ни на кого обязанность объяснять вашему кандидату основы сетевого бизнеса.

Это не входит в задачи «горячей сессии». Кроме того, вы — друг своего кандидата. И, позволив ему стартовать согласно Системе, но не дождавшись, чтобы он подписался, вы рискуете, что на «горячей сессии» он найдет себе еще одного «лучшего друга», который скажет: «Ты хочешь сказать, что еще не подписался? Ну так я же здесь. Хочешь, я стану твоим спонсором?» Вы же не хотите таким образом потерять кандидата?

Если вы пригласите кандидата на вашу собственную «горячую сессию», — это нормально. Но при одном условии: прежде чем прийти, он должен пройти первые две ступени! Иначе он начнет задавать множество фундаментальных вопросов и отнимать у людей время на разъяснение концепций, о которых он может запросто прочесть в книге.

Я утверждаю, что глупых вопросов не бывает; но также утверждаю, что любой вопрос, который может задать человек, не прошедший первые две ступени, прежде чем придет на «горячую сессию», — глупый вопрос.

Можете ли вы представить себя сидящим рядом с новым кандидатом и показывающим ему календарь «горячих сессий» по всей стране? Вам придется объяснять ему: «Вот как это работает. Вы звоните своему другу, живущему в другом городе. Спрашиваете его, хочет ли он стать хозяином своей жизни. Если он заинтересуется, вы посылаете ему материалы первой ступени, второй ступени, потом заключаете соглашение. Вы посылаете ему "автомобиль". Потом вы приглашаете его на местную "горячую встречу". И, конечно же, он может делать то же самое. Это огромная возможность для вас не только

спонсировать на расстоянии, но и дать каждому человеку, в каком бы конце страны он ни жил, "группу поддержки" на месте».

Нэнси Фэйлла о «горячих сессиях»

«Горячие сессии» — возможность построить свой бизнес сетевого маркетинга с удовольствием. Я всегда говорю людям: если вы собираетесь создать организацию, почему бы не сделать это с удовольствием? «Горячие сессии» — это по-настоящему здорово!

«Горячая сессия» — общественное событие, сочетающее обучение с развлечением.

Туда не приходят для того, чтобы решать мировые проблемы или обсуждать свои жизненные обстоятельства. Такие встречи имеют ярко выраженную общественную функцию. Я люблю говорить людям: «Вы знаете многих одиноких людей? Почему бы вам не созвать "горячую сессию"? Вы сможете обменяться идеями по поводу бизнеса, а заодно спланировать какое-нибудь развлекательное мероприятие — обед, поход в боулинг-клуб, пикник или «антисеминар».

Мы проводили «горячие сессии» на круизных теплоходах. Мы проводили их в жилых автофургонах и трейлерах. Можно провести такую встречу за ланчем в обеденный перерыв или дома после работы. Мы проводили их даже на автостоянках.

Вы уже знаете наш лозунг: «Стань хозяином своей жизни!» Это означает, что у вас будет время, деньги и здоровье для того, чтобы делать все, что вам заблагорассудится. И помните: всего этого можно достичь во время «горячей сессии».

Сессии становятся все более и более увлекательными, а время проходит незаметно. Вам все легче их проводить. Вы обнаруживаете, что на них приходит все больше народу — каждому хочется приятно провести время в хорошей компании общительных, состоявшихся, социально адаптированных людей. Давайте посмотрим правде в глаза. Есть люди, которые двигают этот мир вперед. Есть люди, которые понимают: нужно выбрать лучший путь к лучшей жизни. Так что давайте работать с удовольствием!

ТЕЛЕФОННАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ. ТЕЛЕФОН — ВАШ ПУТЬ К УСПЕХУ

Не секрет, что общение один на один — суть сетевого маркетинга. Сама концепция сетевого маркетинга основана на том, чтобы задействовать глубоко личные предпочтения и установки каждого человека, а также его круг знакомств: «Если у меня есть пятеро знакомых, и у каждого из них тоже есть

пятеро знакомых...» и так далее. Но что, если эти знакомые живут в других городах, других штатах или даже в другой стране? Проблема состоит в том, чтобы вдохновить человека своим образом жизни, компанией и продуктом, не имея возможности лично встретиться с ним.

Каково же решение? Телефонная конференция. Люди, занятые в сетевом маркетинге, знают, что телефонная конференция — одновременная телефонная связь с группой людей — решает эту проблему с эффективностью, недостижимой никогда прежде. Давайте посмотрим изнутри, как работает телефонная конференция, как ее можно использовать для роста вашей организации и как она может увеличить ваш доход.

Чтобы организовать «встречу возможностей», обычно снимают номер в отеле. Для телефонной конференции отель не нужен — его заменяет «мост» (компьютер, поддерживающий связь с большим количеством телефонных линий). «Мост» позволит вести разговоры с несколькими дистрибьюторами — все зависит от количества собеседников.

ОЦЕНИТЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ТЕЛЕФОННОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

- Вам стоит привлечь самых лучших, популярных ораторов. Если они не могут принять участие в конференции, можно заранее записать их выступления на диск и дать его прослушать участникам конференции.
- Географических ограничений больше не существует. Телефонные конференции охватывают от трех до четырех временных поясов, и в них могут участвовать одновременно сотни человек.
- Телефонная связь не требует предварительных приготовлений. Вы можете сообщать людям новости, как только узнаете их, в тот момент, когда эта информация особенно необходима.

«ГОРЯЧИЕ СЕССИИ» НА РАССТОЯНИИ И КОЕ-ЧТО ЕЩЕ

Самый распространенный тип телефонной конференции — это большая мотивационная сессия, направленная на цели рекрутирования; однако в сетевом маркетинге существуют и другие типы телефонных сессий. Вот некоторые из них.

- Интерактивные конференции, когда участники свободно общаются друг с другом. Такие сессии обычно собирают до 20 участников.
- Конференции типа «докладчик — аудитория» (ограниченное количество интерактивных линий). Такие конференции хороши для тренинг-сессий и общения с новичками, пополняющими ряды

дистрибьюторов. Обычно их организуют, чтобы привлечь новых дистрибьюторов в даунлайн.

- Конференции типа «Начальник — подчиненные» (вариант конференции «докладчик — аудитория», дополненный некоторым количеством местных конференций, подключенных только для слушания). Преимущество состоит в том, что затраты распределяются между местными дистрибьюторами.
- Предварительно записанные и повторные конференции (приемлемы для отдельных дистрибьюторов, которые не смогли участвовать в презентации). Запись — также прекрасное решение, когда приглашенный оратор не может участвовать в конференции.

Заключение, телефонная конференция может быть использована для:

- дистанционного спонсирования;
- дистанционного тренинга;
- дистанционной поддержки;
- дистанционного общения лидеров...

...и других целей, на которые обычно тратятся большие деньги (на аренду отелей, транспорт), а также время, что приводит к путанице в расписании деловых встреч и к прочей головной боли, связанной с персональным спонсированием и поддержкой.

Те, кто организуют телефонные конференции — от зеленых новичков до ветеранов, — получают больше денег и имеют больше времени, чтобы наслаждаться своей жизнью. Разве не в этом состоит цель сетевого маркетинга?

СКАЙП: ЕЩЕ ОДНО ПОДСПОРЬЕ

Что такое Скайп? Это — новейший метод коммуникации. Он не относится к сетевому маркетингу, и тем не менее он может бесплатно оказать вам существенную помощь в построении сетевого бизнеса. На самом деле это возможность вести бесплатные междугородные и международные переговоры, но не по телефону, а используя домашний компьютер, микрофон и наушники.

В заключение советую вам зайти на сайт www.skype.com. Чтобы зарегистрироваться, вам понадобится всего несколько минут, после чего вы сможете разговаривать с любым человеком в мире, у которого также есть Скайп. Это замечательный сервис. Когда мы подключились к Скайпу, наши телефонные счета сократились на 90%.

ГЛАВА 4. УРОЖАЙ УСПЕХА: ПРИНЦИПЫ КОТОРЫЕ ПОМОГУТ ВАМ ПРЕУСПЕТЬ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Остаточный доход

Все о продавцах

Ваши лучшие кандидаты

Несколько самых распространенных способов впустую потратить время

Один в поле воин

Как найти друга?

В этой главе мы обсудим спорные вопросы относительно нескольких ключевых моментов в сетевом маркетинге и расскажем о том, как преуспеть в этом бизнесе. Конечно, читая, вы можете прикладывать к каждому из вопросов принципы Системы, расширяя и углубляя ее понимание. Так что читайте и берите на вооружение те методы, которые помогли нам с Нэнси добиться успеха.

ОСТАТОЧНЫЙ ДОХОД

Девять лет назад мы основали компанию со штатом из четырех человек. Сейчас в нашем даунлайне более 200 тысяч человек. В прошлом месяце наша организация пополнилась 3500 новых членов. 95% всех новичков пришли от тех четверых человек. Можно ли считать эти цифры ответом на вопрос: «Нужно ли спонсировать много народу, чтобы создать большую организацию?» Очевидно, что ответ: «нет».

Заметьте, что я употребил слово «спонсировать», а не «рекрутировать». Позже я объясню это подробнее, но основная мысль состоит в том, что сетевой маркетинг — это бизнес спонсирования и обучения. Как мы смогли создать такую огромную организацию? Мы не прикладывали для этого больших усилий. Это работа с умом, а не работа на износ.

Спонсируя нового человека, вы берете на себя обязательства обучить его основам ведения бизнеса. Сколько времени это займет? Час? Два часа? Два или три дня? Две или три недели? Есть ли среди людей, которых вы спонсировали три или шесть месяцев назад, такие, кто не спонсировал до сих пор ни одного человека?

Знаете, почему они до сих пор никого не спонсировали?

Ответ очень прост, если подумать. Причина заключается в том, что никто не показал им, как это делать. Система — это нечто, что вы можете делать, и каждый, кого вы знаете, тоже может. Увидев однажды, как работает Система, вы обнаружите, что вам есть с кем поговорить о своем новом бизнесе. Поняв, что абсолютно каждый может делать это, вы сможете обратиться со своим предложением к любому человеку.

Система учит вас, как сообщить незнакомому человеку всю необходимую информацию за 10 минут или даже меньше так чтобы он тут же смог сам приступить к спонсированию. Это можно сделать не только за 10 минут и даже быстрее; это можно сделать, не обременяя его всей имеющейся у вас информацией. Это может звучать странно, но, пройдя вместе со мной первые три ступени согласно Системе, вы скажете себе: «На самом деле мне действительно не нужно знать все, чтобы стартовать».

Когда я говорю «стартовать», я имею в виду, что человек не может стартовать в нашем бизнесе, не спонсировав хотя бы одного человека. Чем быстрее вы подвигнете вашего кандидата спонсировать кого-то еще, тем больше шансов, что этот человек останется в бизнесе и будет успешен.

Огромная организация, которую мы построили, о чем я говорил выше, на 90% состоит из людей, живущих на расстоянии от 6 до 7 тысяч миль от нашего дома в Калифорнии. Они живут в Европе. Они даже не знают английского языка.

Нас часто спрашивают, как нам это удалось.

Один из наиболее часто задаваемых вопросов: как вам удалось мотивировать такое количество людей? Мы не мотивировали их лично. Мы научили лидеров мотивации и самомотивации. Затем лидеры обучили тому же свои даунлайны.

Что такое самомотивация? Это некая деятельность, в процессе которой возникает мотивация. Так что единственное, что мы сделали, — это обучили исходных четырех человек самомотивации. Они научили этому других людей, которые в свою очередь обучили новых, и так далее. Таким образом каждый постоянно остается мотивированным. Всякий раз, как только кто-то воспринимает идею, она обретает новую силу.

Вот один из способов самомотивации. (Кстати, на «горячих сессиях» он тоже отлично работает.) Вы можете обучить ему друг друга. Это даст вам новую точку зрения на так называемый остаточный доход.

Большинство из вас знает, что это такое. Это деньги, которые продолжают поступать в течение долгого времени после того, как работа закончена. Есть о чем подумать. Предположим, вы живете в доме, который вас устраивает, и вам не надо выплачивать кредит за него. Другими словами, вы полноправный владелец дома. Вы ездите на машине, которая вас устраивает. За нее тоже ничего не надо выплачивать. Вы владелец машины. Ваши телефонные счета оплачены. Вам вообще не приходят никакие счета. Так вот, находясь в такой ситуации и получая ежемесячно 10 тысяч долларов независимо от того, встаете вы вообще с постели или нет, вы могли бы жить лучше, чем большинство миллионеров.

Теперь подумайте обо всех своих друзьях, живущих вне сетевого маркетинга.

Могли бы они получать ежемесячно 10 тысяч долларов, не вставая с постели? Наверняка многие из вас в молодости мечтали: «Хорошо бы иметь столько денег в банке, чтобы жить на проценты, не трогая основной капитал».

Для того чтобы ежемесячно получать из банка чек на 10 тысяч долларов, вам придется положить на счет около 6 миллионов долларов. Многих ли людей вы знаете, которые могли бы положить в банк такую сумму и расслабиться? Можно ли скопить столько денег и положить их в банк к моменту выхода на пенсию?

Вот о чем я говорю: каждый из вас может либо положить в банк 6 миллионов долларов, либо вступить в компанию сетевого маркетинга и получать от нее ежемесячно те же 10 тысяч долларов. Вот в чем заключается разница. Чтобы получать эти деньги от своей сетевой компании, вам надо всего лишь спонсировать четверых или пятерых друзей. А затем помочь им сделать то же самое со своими друзьями. Когда в вашем даунлайне будет 4-5 уровней, ваш доход составит 10 тысяч долларов в месяц.

Что должен сделать человек для того, чтобы положить 6 миллионов долларов в банк, не занимаясь сетевым маркетингом? Во-первых, он должен работать. Со своей зарплаты он платит подоходный налог. Он выплачивает также налог на недвижимость, на машину, оплачивает все счета, в том числе от детского стоматолога, и так далее. Если к концу недели от всех этих выплат что-то остается, он может сводить семью в ресторан. Мы называем это «дискретным доходом». Кроме того, человек обычно копит деньги на отпуск. В Америке он составляет неделю или две. В Европе — от месяца до полутора.

То, что останется после всего этого, — и есть те деньги, которые он может положить в банк, чтобы скопить-таки желаемые 6 или хотя бы 3 миллиона. Скопив в банке 3 миллиона, вы ежемесячно будете получать проценты, которые составят 5000 долларов.

Как вам кажется, что легче сделать? Изучить Систему и обучить этому друга за 10 минут так, чтобы он тоже обучил четверых людей вашему бизнесу — потратив 10 минут на каждого, — или накопить на банковском счете столько денег?

Теперь позвольте мне сообщить вам еще кое-что интересное. Это поможет вам усвоить необходимую информацию.

Предположим, один из членов вашего даунлайна получает доход 200 долларов в месяц. Он работает уже 6 месяцев. Он говорит вам: «У меня не очень-то быстро растут доходы. Пожалуй, я брошу это дело».

Поняв, о чем идет речь в этой главе, он вряд ли отойдет от бизнеса. Тот, кто постоянно помнит о «самотивации», никогда не бросит этот бизнес.

Вы видите: нужно накопить 100 тысяч долларов, чтобы ежемесячно получать процент в 200 долларов. Большинство людей не зарабатывают столько и за год! А занимаясь нашим бизнесом в течение 6 месяцев в

свободное от основной работы время, можно получать те же 200 долларов в месяц.

Скажите своему собеседнику: «Знаешь, чем уходить, лучше продолжай делать то, что ты делаешь сейчас, — и к концу года ты будешь получать уже 400 долларов в месяц». Это составит «процент» от накопленной в банке суммы в 200 тысяч долларов.

В последний год в Америке обанкротилось множество семейных фирм. Я полагаю, что, если бы члены этих семей имели независимый ежемесячный доход в 200—400 долларов, они бы нашли способ избежать банкротства.

Видите ли, не всегда получается заработать пять или десять тысяч долларов в месяц. Это было бы здорово. Но что сказать о тысячах и тысячах людей, чей ежемесячный дополнительный доход составляет от 200 до 400 долларов? Их жизнь тоже существенно меняется!

Эту мысль легко понять — достаточно овладеть нехитрым искусством деления пополам. Чтобы получать ежемесячный процент в 100 долларов, необходимо иметь в банке 50 тысяч долларов. Для того чтобы получать 50 долларов, надо иметь 25 тысяч. 25 долларов в месяц — это процент от 12 500 долларов в банке. А 12 долларов 25 центов — процент от 6250 в банке.

Почему я привожу такие маленькие цифры? Многие ли из вас помнят свой первый чек в сетевом маркетинге? Я знал одного человека, который получил чек на сумму 7 долларов. Может ли такая сумма обрадовать? Можно ли обрадоваться чеку на сумму всего 12,5 доллара?

Поняв, о чем я веду речь, вы сразу получите мощную мотивацию. Человек, которого вы спонсируете сегодня, спонсирует завтра кого-то еще, и в первый месяц работы в бизнесе он получит от 12,5 до 25 долларов. Эта сумма равна той, которую он получил бы, положив в банк от 6 до 12 тысяч долларов. Можете ли вы ежемесячно класть в банк такую сумму? Никто не может.

Так что давайте предположим, что вы стартовали. Вам необходимо, прежде всего, создать солидную базу. Обратитесь к «уроку на салфетках» № 4, в котором рассказано, как заложить надежный фундамент, прежде чем строить на нем здание своего бизнеса. Предупреждаю, не ожидайте больших доходов сразу после старта.

В первые три-четыре месяца ваш доход возрастет от 12 до 25 долларов. В следующие 4-6 месяцев он возрастет от 25 до 50. С шестого по восьмой месяц он составит 50—100 долларов. А с 8-го по 12-й месяц вы будете получать 200—400 долларов ежемесячно.

Теперь осознайте, что, получая от 100 до 400 долларов в месяц, вы как бы живете на проценты от суммы в банке, составляющей 50—200 тысяч долларов. Думали ли вы когда-нибудь, что это произойдет с вами?

Я утверждаю, что для служащего немислимо накопить за три года 3 миллиона долларов. Я также убежден, что для каждого, кто следует Системе, вполне достижим ежемесячный доход в 5000 долларов; и он сможет его получать не позже чем через три года после старта. Таким образом, за три года вы как бы положите в банк эквивалент суммы в 3 миллиона долларов. Это было бы невозможно, если бы не сетевой маркетинг.

Осознав значение всего изложенного в этой главе, вы обретете чувство, что можете разговаривать с кем угодно о своем бизнесе. Повторяйте себе текст этой главы снова и снова, пока не поймете все до последней точки. Она также напечатана на обложке книги «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Убедившись в моей правоте, вы захотите поделиться своими знаниями со всеми.

ВАШИ ЛУЧШИЕ КАНДИДАТЫ

Нас часто спрашивают, как нам удалось построить такую огромную организацию в такие короткие сроки. Наш секрет заключается в подходе к бизнесу, который отличается от подхода большинства людей.

Наша компания, как и многие другие, распространяет товары для здоровья. Однако мы не считаем себя продавцами лекарств; если бы мы занимались продажами, то работали бы лишь с 15% населения — именно таков процент больных, травмированных и всерьез озабоченных своим здоровьем людей. Так что мы этим не занимаемся.

Что же мы делаем? Мы ищем людей, которые хотели бы улучшить качество своей жизни. Вот почему мы носим значки «Стань хозяином своей жизни». Это постоянное напоминание о том, что люди хотят жить лучше. Это идеальное соотношение трех основных компонентов жизни — времени, денег и здоровья. Это значит иметь время и деньги для того, чтобы делать что хочешь и когда хочешь.

Мы путешествовали по всему миру много лет. Я могу утверждать, что во всех странах, где мы побывали, 95% людей хотели бы жить лучше. Не имеет значения, на каком конце социоэкономической шкалы эти люди находятся. Даже если у них есть яхта стоимостью 500 тысяч долларов, при возможности они с удовольствием сменят ее на яхту стоимостью 1 миллион долларов. А затем — на яхту стоимостью в 5 миллионов долларов. Всегда есть к чему стремиться.

Итак, я утверждаю: 95% людей хотят жить лучше. Остальные 5% уже являются хозяевами своей жизни. У них достаточно времени и денег. Они хотят жить вечно. Они хотят хорошо выглядеть и хорошо себя чувствовать. Поэтому они с удовольствием потребляют наши товары для здоровья! Наш подход позволяет нам; общаться со 100% людей, потому что мы не начинаем разговор с ними с упоминания о лекарствах.

Нас постоянно спрашивают кто лучшие кандидаты для нашего бизнеса. Я отвечаю: «Знаете, кто? Это очень просто. Лучший кандидат — это человек, о желаниях которого вы точно знаете. Но он не может осуществить свои желания, занимаясь тем, чем он занят сейчас».

Как вы считаете, может ли «лежачий камень» стать кандидатом? Он сидит дома и смотрит телевизор с диагональю экрана 17 дюймов. Может быть, ему бы хотелось иметь домашний кинотеатр с экраном 52 дюйма?

Используя Систему, очень легко начать свой бизнес, и очень скоро возможность приобрести домашний кинотеатр у него появится. Автомобили «Феррари» и другие вещи выглядят гораздо привлекательнее на большом экране. Скорее всего, ему захочется купить что-нибудь еще.

Вот небольшой рассказ, иллюстрирующий мою мысль. В прошлом году мы побывали в Копенгагене; мы ехали вдоль побережья, чтобы сесть на паром до Хельсинборга, Швеция. Это была пятница, рабочий день. Глядя в окно автомобиля, мы видели множество лодок у причалов вдоль берега. Поднявшись на паром и осмотревшись, угадайте, что мы увидели? Ни одной лодки. Ни одной. Почему? Они все стояли у причалов. Почему они там стояли? Потому что их хозяева находились на работе.

Как вы думаете, им нужен товар, который я продаю? Моя компания? Скорее всего, нет. Я думаю, единственное, чего они хотят, — это спустить свою лодку на воду. Я прав?

Так что, согласно Системе, единственное, что я должен сделать, — это показать им, что к их мечте ведут три ступени, Увидев первые две, они поймут, что в состоянии построить бизнес, который позволит им осуществить свою мечту. Но им нужен «автомобиль». И я рассказываю им о продукте, и он им нравится!

Им не нужно тестировать его в течение 30 дней, чтобы убедиться, что он работает. Это их не интересует — им нужно, поскорее спустить свои лодки на воду. И мы показываем им, как сделать это.

Теперь представим себе другие ситуации. Например, некоторые люди любят кататься на лыжах. Разве не лучше кататься в будние дни — ведь в выходные везде полно народу! Это тоже ваши кандидаты.

А сколько семей с маленькими детьми! Это мотивировало и нас с Нэнси, когда мы стартовали. У нас было два сына, Дуг и Грег. Они хотели стать профессиональными теннисистами. Мы жили на северо-западе. Дожди там идут не постоянно, но довольно часто. Иногда за шесть недель ни разу не увидишь солнца.

Занятия на закрытых кортах не дают возможности стать профессиональным спортсменом. Так что мы всей семьей переехали в солнечную Южную Калифорнию, где солнце светит практически постоянно, где множество открытых теннисных кортов.

Мальчики росли в годы, когда они могли два или три в неделю играть в юниорских матчах с Питом Сампросом, Майклом и Карлом Ченг. На одном из турниров они играли даже с Андре Агасси.

Знаете, что было общим у всех этих великих теннисистов в детстве? Когда они были маленькими и только начали заниматься спортом, они ездили на турниры — сначала городские, затем — в другие города, потом — в другие страны. И с каждым из них ездили родители.

Смотрите, какие печальные вещи случаются на каждой Олимпиаде. Чтобы взять интервью у родителей олимпийских чемпионов, журналистам приходится приезжать к ним домой — родители не могут поехать на Олимпиаду и посмотреть выступления своих детей.

Когда мы в первый раз поехали на турнир с нашими детьми, то увидели, что меньше 10% родителей сопровождают своих детей. Я уверен: у 90% остальных родителей денег было больше, чем у нас. Почему же они не сопровождали своих детей? У них не было времени! Помните, что я говорил о равновесии между временем и деньгами? Мы все знаем людей, у которых много денег. Но могут ли они пойти на матч, где их ребенок играет в соккер или футбол?

У пенсионеров есть сколько угодно времени, но они не могут поехать навестить своих детей и внуков, когда хотят, — у них для этого недостаточно денег.

Это может стать реальной мотивацией. Предположим, вашему сыну от 4 до 8 лет и он начал заниматься спортом. Возможно, вы надеетесь, что к тому времени, когда он достигнет определенного уровня, вы сумеете так устроить свой бизнес, что станете ездить с ним.

У всех нас бывают плохие дни, независимо от профессии. И вот у вас плохой день, и вы взглянули на своего ребенка и вспомнили, о чем мечтали когда-то... И что? Вы сдались? Нет! Это повод начать работать над решением проблемы.

ВСЕ О ПРОДАВЦАХ

Продавцы — одна из моих любимых тем. Лишь 5% населения земли — прирожденные продавцы. Это все, что необходимо понять. Большинство людей не понимают, в чем суть нашего бизнеса. Большинство людей не понимают вещей, о которых я здесь рассказываю, потому что никто раньше им их не объяснил.

Вот что интересно. Многие приходят в сетевой маркетинг, но через какое-то время перестают спонсировать людей, принадлежащих к этим 5% прирожденных продавцов. И вот почему. Предположим, вы спонсировали человека, которому нравится продавать. Через месяц или два к нему приходит представитель другой компании сетевого маркетинга и говорит «А не хочешь ли поучаствовать в нашей программе?» Он соглашается, и вот уже он за вашей спиной пытается делать бизнес параллельно в трех или четырех компаниях. Мы знаем, что ничего хорошего из этого не получается.

Мы разбогатели, обучая своих подопечных работать с людьми, которые не являются по натуре продавцами, — с людьми, принадлежащими к остальным 95%. Если подумать, в этом есть большой смысл. Их больше. Меньше конкуренция — за продавцов идет настоящая борьба. И главное — зачем вам искать для вашего бизнеса людей, которые в нем, скорее всего, не преуспеют?

Подумайте об этом. Опыт показывает, что «продавцы» имеют меньше шансов преуспеть в нашем бизнесе. Ну а если случилось так, что вы прирожденный продавец, — что ж, вы на верном пути. У вас все же есть шанс преуспеть в нашем бизнесе — только прежде надо его понять.

Вот что я имею в виду. Есть компании сетевого маркетинга, и есть компании прямых продаж. Это разные вещи. Такие же разные, как масло и вода. Большинство людей не понимают этой разницы. Если вы скажете кому-либо из вашего даунлайна: «Вы уже спонсировали прирожденных продавцов?! Продолжайте в том же духе!», он поймет эту разницу.

Это очень просто. Вся жизнь продавца проходит в ожидании рекрутирования. Заметьте: я употребил слово «рекрутирование». Менеджер по продажам рекрутирует их, чтобы они продавали и приносили прибыль этому менеджеру. Так что, если вы рекрутируете продавца в вашу компанию, он думает: «Мне нужно рекрутировать как можно больше людей, чтобы мои доходы возросли в результате их успешных продаж».

С таким способом мышления они никогда не достигнут больших успехов в нашем бизнесе. Мы не рекрутируем людей, чтобы они повышали доходы с продаж. Мы спонсируем людей, чтобы работать совместно с ними. Это прямая противоположность всему, что делает продавец. Я приведу пример, поясняющий, что я имею в виду. Я спонсирую кандидата, затем он спонсирует своего друга. Он работает со своим другом; Я также работаю со своим другом.

Затем его друг спонсирует еще одного своего друга. Оба они работают вместе с новичком и для него. И так — по всему даунлайну. Чем глубже вы! спускаетесь, тем сильнее ваш бизнес — ведь на члена даунлайна работает весь аплайн.

Я встречал продавцов, пришедших в наш бизнес; через несколько месяцев они успевали рекрутировать более сотни людей. Проблема состояла в том, что они не углублялись ниже, чем на один-два уровня. Они не дублицировали свои достижения. А в нашем бизнесе дублицирование — это ключевое понятие.

Вы не дублицировали свою систему работы, пока спонсированный вами кандидат не спонсировал людей на три уровня ниже себя. И так, я — на первом уровне; я спонсирую Кэти, и я не могу сказать, что я дублицировал свою систему до тех пор, пока Кэти не спустится на три уровня ниже.

Мы с Кэти должны помочь троим новичкам в ее даунлайне. Большинство продавцов никогда не научатся дублицировать. Прочитайте, пожалуйста, «урок на салфетках» № 4 — там этот процесс описан подробно.

Все, что делают обычно продавцы в течение первого месяца работы в сетевом бизнесе, — это спонсируют десять человек. Вы радуетесь: вам кажется, что новый дистрибьютор на коне и вы с его помощью вскоре разбогатеете. В течение следующего месяца он подписывает еще десятерых. Еще один месяц — еще десять человек. Но при этом уходят первые десятеро, привлеченные в прошлом месяце. Они нашли себе программу «погорячее» и покинули вас ради более выгодных продаж.

За первые шесть месяцев продавец, возможно, заработает больше денег, чем средний дистрибьютор. Но посмотрите, что произойдет между шестым и девятым месяцами! Работая по нашей Системе, мы играем в игру под названием «дублицирование». А продавец играет в другую игру под названием «Приумножай и отнимай».

Главное, чем обладает продавец, — способностью выйти на улицу и заговорить с первым встречным. И его сила оборачивается его слабостью: все, что он может, — это подписывать все новых и новых людей. Они не успевают приобрести квалификацию, и таким образом дублицирования не происходит.

Но людям, не являющимся прирожденными продавцами, трудно выйти на улицу и обратиться к незнакомому человеку. Такой человек, скорее всего, спонсирует нескольких своих друзей. А затем они приведут в бизнес своих друзей. И помогут друзьям в работе с их друзьями, и так далее. Они медленно запрягают, но быстро едут.

Мы знаем, что не прирожденным продавцам нелегко заговорить с незнакомцами. Но есть одна фраза, которая поможет вам сдвинуть с места ваш бизнес. Каждый может общаться с незнакомцем, если кто-то представит вас друг другу. Ниже я подробно объясню, что я имею в виду.

Если вы поняли мою мысль, вы сможете коротко резюмировать ее в двух фразах; что же необходимо для успеха в сетевом маркетинге? Подружиться с кем-то. Поговорить с его друзьями. Можете повторять эти две фразы каждый вечер перед сном. Вместо того чтобы считать овец, повторяйте: «Я хочу завести друга. А затем встретиться с его друзьями». Просто повторяйте это, пока не заснете. Угадайте, что произойдет на следующий день?

О ВРЕМЕНИ

Часто ли вам приходилось слышать от людей, что у них нет времени на ваш бизнес? Отсутствие времени — наиболее распространенная отговорка при отказе.

Вот самое важное, что вам надо узнать о нашем бизнесе: своим примером вы показываете своему другу, что ему придется делать, если он присоединится к вам. Другими словами, если вы придете к кому-то домой и устроите двухчасовую презентацию, он может проникнуться любовью к вашему «автомобилю» (продуктам, компании и так далее), но угадайте, что случится? Он, скорее всего, скажет: «Знаешь, это просто грандиозно. Но у меня нет на это времени».

Кандидат подумает, что заниматься сетевым бизнесом — значит проводить в гостях у разных людей по два часа каждый вечер, устраивая для них презентации. Большинству людей это кажется слишком большой тратой сил, времени и энергии, и они отказываются.

Вот еще один пример. Представьте себе, что вы подняли кого-то в 7 утра, чтобы он успел на «встречу возможностей». После встречи вы заходите в кафе. Ваш кандидат приходит домой в 10 часов вечера. Он говорит вам: «Знаешь, я прекрасно провел время. Но я выхожу из игры».

Почему же он не хочет заниматься бизнесом, если ему все так понравилось? Очень просто: он полагает, что ему тоже придется поднимать людей с постели и проводить весь день; на встречах. У него нет времени на это.

Вот несколько советов, которые помогут вам. Если хотите пригласить кандидата на встречу, предупредите его несколько раз, что это — всего лишь одна из возможных форм ведения бизнеса. Если вы ему этого не скажете, он подумает, что ему придется постоянно проводить встречи.

Может быть, ему не хочется ходить на встречи по вторникам, потому что именно в этот вечер по телевизору показывают его любимое телешоу. Или он хочет поехать с детьми на матч по соккеру. Или он лишь недавно переехал в ваш город и никого здесь не знает, так что ему некого пригласить на встречу.

Не организовывайте «встречи возможностей». Замените их еженедельными тренингами. Они гораздо эффективнее. На такой тренинг свободно можно привести кандидата. Скажите своему другу, что устраиваете «внеочередной» тренинг. Они все «внеочередные» — и все проходят по вторникам. Вот как мы учим наших подопечных основам бизнеса.

Вот в чем здесь разница. Представьте себе, что на «встречу возможностей» собрались 40 человек. Будет очень большой удачей, если восемь из них окажутся кандидатами. Обычно человек, стоящий посреди комнаты и одетый в строгий костюм, с видом профессионального продавца произносит речь, обращенную к кандидатам. Кандидаты слушают его, скрестив руки на груди, что на языке тела означает замкнутость и отторжение — они чувствуют, что им хотят что-то продать, и заранее настроены не поддаваться.

Между тем дистрибьюторы, особенно те, чьи кандидаты не пришли, считают пятна на полу и умирают от скуки. Они уже двадцать раз были на таких презентациях. И вот что по-настоящему удивительно. «Встречи возможностей» иногда проводятся даже при полном отсутствии на них кандидатов! Что это означает? Это значит, что все присутствующие уже занимаются сетевым бизнесом.

Я призываю вас; не делайте этого. Просто проводите тренинги. На них никому не придется скучать, ведь есть несколько типов тренингов — А, Б, В и Г. Тренинг А посвящен «автомобилю» — компании, продукту, маркетинговому плану

Тренинг Б может быть посвящен тому, о чем говорится в этой книге. А тренинг В — «урокам на салфетках» и так далее.

Вы можете собрать лидеров и решить, какой именно тренинг целесообразно провести. Так что когда новый человек стартует в нашем бизнесе, то уже знает, что, пройдя тренинги от А до Г, он получит все необходимые знания.

На тренинге нет ораторов. Так что кандидаты не настроены сопротивляться попыткам продать им что-либо и расслабляются. Они — гости и наблюдают за тренингом.

Помните: для того чтобы научиться Системе, нужно всего 10 минут. Вам понадобится 10 минут независимо от того, сколько перед вами кандидатов — один или десять. Они все подпишутся. И вот почему. Они пришли на встречу, потому что искали возможности как-то изменить свою жизнь.

И если вы покажете им, что для обучения вашему бизнесу достаточно потратить всего 10 минут, они перестанут сомневаться, стоит ли этим заниматься. Ничего больше не надо знать, чтобы стартовать в сетевом бизнесе. Мы редко упускаем кандидата, пришедшего на тренинг и увидевшего, как легко работать по Системе. Процент подписавшихся приблизится к 100.

Кроме того, ваши встречи будут проходить гораздо веселее. Вы удивитесь, какой успех это вам принесет.

Работать в поте лица или работать с умом

Сейчас я хочу объяснить вам разницу между работой в поте лица и работой с умом.

Работа в поте лица

Сначала поговорим о работе в поте лица. Предположим, я спонсировал человека, проведя его по первым двум ступеням. Если он подпишется, я подарю ему свою книгу. Если выйдет из бизнеса, я заберу книгу обратно.

Мой первый кандидат проходит первые две ступени, а затем одалживает книгу своему другу. Затем он идет к другому другу, и тот проходит первую ступень, но не может пройти вторую. Затем он помогает следующему другу пройти первую ступень. Но тот также не может преодолеть вторую.

«45-секундная презентация, или Уроки на салфетках»: история создания

Вот история этой книги. Она впервые вышла в свет в мае 1981 г., и с тех пор было выпущено более 4 миллионов экземпляров; книга была переведена более чем на 20 языков. В течение десяти лет до написания книги мы спонсировали людей при помощи «автомобиля» — рассказа о продукте. Но прежде чем позволить кандидату спонсировать своих друзей, мы учили его тому, что написано в «45-секундной презентации, или Уроках на салфетках». Это название книга получила потому, что я часто встречался с кандидатами в кафе и чертил диаграммы на салфетках.

Усвоив «уроки на салфетках», кандидат понимал суть сетевого маркетинга. Так появилась фраза «основы автовождения». Мы преуспели на этом пути. Мы работали таким образом в течение 10 лет. Это занимало у нас от трех до четырех часов. Если же мы общались с кандидатами на расстоянии, нам приходили большие телефонные счета.

Однажды я сказал Нэнси: «Я устал от этих длинных презентаций. Я больше не могу так работать». И в течение рождественских каникул в Фениксе и Тусконе, куда мы поехали, чтобы присутствовать на теннисном турнире с участием наших детей, я набросал план книги.

Когда мы вернулись домой, мы сделали ее аудиозапись. Длительность звучания составила полтора часа. Позже, в студии, мы сократили его до часа. Я предполагал, что, когда у меня появится следующий кандидат, я дам ему диск, и он узнает о сути нашего бизнеса.

Возможно, самым умным поступком в моей жизни (не считая брака с Нэнси) было то, что в аудиозаписи на диске ни разу не упоминалось название компании, в которой я работал. Вскоре копии диска попали в руки представителям различных компаний. В течение нескольких месяцев были проданы тысячи дисков.

Основываясь на этой аудиозаписи, мы создали книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». С тех пор как из типографии вышли первые экземпляры этой книги, я ни разу не обучал никого тому, что в ней изложено. Я уверен: все, что написано в книге, очень важно, и каждый новый дистрибьютор должен ее прочитать, прежде чем спонсировать своего первого кандидата.

Дистрибьютор так и будет повторять этот процесс. Почему бы ему не помочь своим кандидатам пройти вторую ступень? Потому что у него всего один экземпляр книги. И он находится у первого кандидата. Этот кандидат уезжает на две недели в отпуск, и только возвратившись из отпуска, читает книгу. И думает: «Все, что он сделал — это спросил меня, знаю ли я кого-нибудь, кто любит путешествовать. Затем он рассказал мне о трех вещах, необходимых для того, чтобы это стало возможным, — времени, деньгах и здоровье. А потом дал эту книгу. Я вполне могу сделать то же самое».

И он решает присоединиться к сетевому бизнесу. И все это время у него находится книга. А несколько человек ждет своей очереди, чтобы прочитать ее. Это то, что я называю «работой в поте лица».

Работа с умом

Для того чтобы работать с умом, надо иметь несколько экземпляров книги (и других пособий); тогда вы сможете сразу же после первой ступени помочь своим кандидатам преодолеть вторую ступень. Этот двухступенчатый процесс можно репетировать дома — вечером, перед сном.

Встаньте перед зеркалом, отражающим вас в полный рост. В одной руке держите свою визитку с «45-секундной презентацией» на обороте; это — первая ступень (назовем ее «Это»).

В другую руку возьмите книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках»; это вторая ступень («То»). Теперь попрактикуйтесь: сделайте «Это» (протяните кандидату визитку), а затем «То» (дайте ему книгу). «Это» и «То». Просто, не так ли?

Если вы можете задать несколько простых вопросов, объяснить, что для путешествия нужны три вещи, и обучить человека делать «Это» и «То», — вы наверняка преуспеете в сетевом бизнесе.

НЕСКОЛЬКО САМЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫХ СПОСОБОВ ВПУСТУЮ ПОТРАТИТЬ ВРЕМЯ

У нас есть список, который так и называется «Как потратить время впустую». Пункт второй в этом списке — подробное объяснение маркетингового плана новичку. Не делайте этого. Он все равно не поймет. Расскажите ему ровно столько, сколько необходимо для старта. Не стоит объяснять все. Не усложняйте.

Многие компании предлагают пособия, доступные в Интернете, на DVD. Кстати о компьютерах: они чуть не погубили весь наш бизнес за несколько лет. Люди решили, что все, что они должны делать, — это рекрутировать при помощи компьютера. Но это не сработало. Компьютеры подходят для тренингов, поддержки и обучения. Но киберпространство не рассчитано на рекрутирование новых дистрибьюторов.

Вот в чем суть. Если у вас есть все необходимые пособия, все, что вам остается сделать, — обеспечить своих подопечных нужными и поддерживать их, если у них возникнут какие-то вопросы.

Кто заплатит за ланч: приятная перспектива

Рассказывая в этой книге о том, как привлечь к спонсированию кандидатов своего спонсора, я описал типичный сценарий: ланч втроем — вы, ваш кандидат и ваш спонсор. Представьте себе, что вы покончили с едой, и вам принесли счет. Возникает вопрос: кто платит? Подумайте об этом. Как «старший» спонсор, я очень люблю эту ситуацию. Мой дистрибьютор пригласил меня, своего спонсора, вместе со своим кандидатом на ланч, чтобы я выполнил за него определенную работу (помог рассказать о преимуществах нашего «автомобиля»). Итак, он и должен заплатить за ланч.

Однако возникает еще один вопрос. Сколько раз ему придется кормить меня, прежде чем он задумается и скажет себе: «Я сам могу выполнить работу Дона. Тогда мне больше не придется оплачивать его обеды. Отныне я сам попробую объяснять все о компании своим кандидатам. Потом мой новый дистрибьютор приведет ко мне своего кандидата — и тот заплатит за мой обед».

Недавно мы провели семинар в Штутгарте (Германия). После его окончания ко мне подошел человек и спросил: «Дон, признайтесь, вы поняли, что, если вы будете хорошо работать, вам никогда не придется платить за еду?» И знаете что? Он прав.

К несчастью, способ № 1 зря потратить время в нашем бизнесе — это искать кандидатов среди своих сослуживцев. Если хотите работать правильно, никогда этого не делайте.

Начните с друзей. Многие утверждают, что им легче общаться с незнакомцами, нежели с друзьями. Эти люди могут испытывать трудности двоякого рода: либо они не понимают нашего бизнеса, либо не верят в него.

Если вы верите, что можете обрести финансовую независимость в период от года до трех, и понимаете это достаточно хорошо, чтобы объяснить другим (или хотя бы предложить им прочесть книгу, которая объяснит все за вас), почему бы вам не предоставить такую возможность в первую очередь своему лучшему другу, а не незнакомцу?

Конечно же, начинать следует с друзей. Каждый из ваших друзей наверняка знает 200 человек, которых не знаете вы. Вы обучаете одного человека, с которым знакомы (своего друга), делать «это» и «то», и предлагаете представить вас его друзьям. Помните, я говорил выше, что каждый может беседовать с незнакомцем, если его с ним познакомят?

Однако это станет возможным лишь после того, как он прочтет книгу. Если друг позвонит мне и скажет, что у него есть кандидат, первый вопрос, который я задам: «А ты прочитал книгу?» Если он ответит: «Да нет. Я ее только вчера получил и собираюсь прочитать сегодня вечером», я отвечу: «Хорошо. Почему бы нам не продолжить этот разговор завтра, после того как прочитаешь книгу?» Не следует говорить с дистрибьютором о его новых кандидатах, пока он не прочтет книгу. Иначе вам придется отвечать на все те многочисленные вопросы, на которые я отвечал в течение 10 лет, пока мне это не надоело. Итак, разговор возможен лишь после прочтения книги.

ОДИН В ПОЛЕ ВОИН

В нашем бизнесе не главное — подписать как можно больше людей. Главное заключается в том, чтобы спонсировать одного человека и помочь ему спонсировать второго. Затем вы обучаете этого человека и помогаете

спонсировать еще одного. Тем временем появляется еще один кандидат. И так далее.

Когда количество людей в вашем даунлайне достигает пяти — если вы, конечно, работаете для своих подопечных добросовестно, — вы начинаете ощущать, что постоянно очень заняты. Помните: каждый человек имеет не меньше 200 знакомых.

Не все это понимают правильно. «Вы же говорили, что достаточно спонсировать пятерых!» Это не так. После того как вы спонсировали пятерых, сделайте перерыв в поиске новых людей и работайте с теми, кто есть, пока не почувствуете, что один из них больше не нуждается в вашей помощи. Это может быть ваш первый кандидат. Или последний. Не важно. Если один человек больше не нуждается в вашей помощи, можно снова выходить на охоту за новым кандидатом.

Вот что самое прекрасное в нашем бизнесе: мы ищем людей, чтобы подарить им блестящие возможности.

К концу своего первого месяца в бизнесе вы должны иметь пятерых новых дистрибьюторов.

Прежде чем я продолжу, я расскажу вам еще об одной распространенной ошибке. Хорошо бы ее избежать. Как я рее говорил, большинство ваших кандидатов имеют по 200 знакомых, с которыми они могут поделиться блестящей возможностью. Однако никогда не просите кандидата составить список из 10 или 200 имен. И вот почему.

Бриллиантовые россыпи, золотые поля

Много лет назад человек, живший в Африке, продал свою ферму, чтобы отправиться на поиски бриллиантов. Он объехал весь континент в поисках драгоценных камней. Однако, ему не повезло. После долгих лет скитаний, разочарований и депрессии он утопился в океане.

По иронии судьбы человек, которому наш неудачник продал свою ферму, обнаружил на ее территории кимберлитовую трубку. Это правда: самое большое месторождение алмазов в Африке было расположено под тем самым клочком земли, который продал незадачливый фермер, стремившийся найти алмазы и разбогатеть!

Вот еще одна история, которая произошла в Калифорнии во времена «золотой лихорадки». Человек по фамилии Саттер, приехавший из Швейцарии, купил ферму у подножия горы Сакраменто. У кого он ее купил? Правильно: у человека, который отправился искать золото в других местах. И вы наверняка угадали (или знали), что мистер Саттер обнаружил самую

большую золотую жилу в штате на том участке, который ему продал другой золотоискатель, отправившийся на поиски удачи в далекие края.

Вот что я имею в виду: я хочу, чтобы вы не упустили свою золотую жилу и свою алмазную россыпь. Обучайте людей, из которых состоит ваша группа, спонсировать тех, кого они уже знают, а когда это необходимо, пусть знакомят их с вами. В процессе общения с друзьями своих друзей в кафе и ресторанах вы познакомитесь со множеством новых людей, с которыми никогда иначе не встретились бы.

Вы уже проделали предварительную работу, рассказав кандидату, что ваш бизнес — это не бизнес продаж, а сетевой бизнес, который в корне отличается от продаж. Кандидат в конце концов подписался на ваш бизнес. Перед этим в течение 15 лет этот человек, возможно, продавал пылесосы, страховки, энциклопедии или что-то еще. Угадайте, что первым делом говорит менеджер по продажам продавцу? «Составьте список потенциальных покупателей из 100 фамилий». Кто-нибудь может мне объяснить, зачем я должен составлять список из 100 фамилий, если я собираюсь спонсировать своего лучшего друга? Вы и так знаете своих лучших друзей.

Вместо этого составьте короткий список (шорт-лист). Что это такое? Если вы заглянете на наш веб-сайт, вы увидите, что там постоянно указываются даты круизов. Все желающие приглашаются на наши круизы. Если вы хотите отправиться вместе с нами в круиз, найдите пятерых человек, у которых есть деньги и время, чтобы путешествовать с вами вместе. Вот это и будет ваш шорт-лист!

По мере того как вы начнете встречаться с друзьями кандидатов, и с друзьями их друзей, и так далее, вы будете так заняты, что и представить себе не сможете, каким образом ваш даунлайн так стремительно растет.

Я рассказал вам, как мы начинали — нас было всего четверо. Мы провели месяц в Европе. Все, что мы там делали, — путешествовали и встречали разных людей. Вот и все. Так что никогда не просите никого составлять большие списки, а то они сразу же вспомнят о продажах.

Если мы посмотрим на цифры, то увидим, что 5, умноженное на 200, дает 1000. Если вы спонсировали пятерых человек, ваш потенциал — 1000 дистрибьюторов. Просто обучите этих пятерых делать «это» и «то», и пусть они представят вас своим друзьям.

Вы помогаете пятерым дистрибьюторам найти по пять серьезных кандидатов. Теперь у вас 25 серьезных дистрибьюторов. Это должно случиться через три месяца вашего пребывания в бизнесе — 25 умножить на 200 дает 5000. Эти 5000 плюс 1000 — вместе составят 6000 потенциальных членов вашего даунлайна. Где же вам найти время для общения с незнакомцами?

Вы собираетесь помочь своим подопечным спонсировать их друзей. 25 умножить на 5 дает 125. Это случится через 6 месяцев. Пусть это займет даже год, что с того? Все это серьезные люди. 125 умножить на 200 — получим 25 000. Таков ваш потенциал. А если прибавить 6000 уже имеющихся, получим 31 000. Когда же вам искать незнакомцев?

КАК НАЙТИ ДРУГА?

Как я уже объяснял выше, самый легкий путь к преуспеванию в сетевом маркетинге — найти друга и затем встретиться с его друзьями. Сейчас я расскажу вам историю, которая проиллюстрирует эту мысль.

Много лет назад мы обедали в ресторане «Чартхаус» в Сан-Диего с нашими сыновьями Дугласом и Греггом. Из рекламы мы узнали, что, пообедав во всех 65 ресторанах сети «Чартхаус», можно получить приз — кругосветное воздушное путешествие на двоих. И мы решили выиграть это путешествие.

В 1995 г. в Калифорнии было 20 ресторанов сети «Чартхаус». Мы отправились на 10 дней во Флориду и посетили там еще 9 ресторанов этой сети. Четыре ресторана находились на Карибах и четыре — на Гавайях. Один — в Ванкувере, Вашингтон, и один в Ванкувере, Канада. Несколько ресторанов располагались в Денвере, еще несколько — в Нью-Орлеане. Много их было на территории от Вашингтона до Бостона.

Для того чтобы объехать все эти города, нам потребовалось полтора года. В акции участвовало 320 тысяч человек. И только 32 человека, в том числе и мы, осуществили задуманное.

Когда мы обедали в предпоследнем ресторане в Массачусетсе, весь персонал выстроился, чтобы приветствовать нас. В меню, которое нам принесли, была специальная строчка: «Поздравляем победителей — Дона и Нэнси Фэйлла!» Стоит ли говорить, что нам было приятно путешествовать по стране, мы встретили множество интересных людей. А ведь это немаловажно.

Так как каждый из нас зарегистрировался для участия в акции отдельно, каждый получил путешествие на двоих. Мы полетели на Гавайи на две недели, затем — на неделю в Гонконг, на неделю — в Бангкок, неделю провели в Стамбуле, неделю — в Афинах, неделю — в Лондоне и вернулись домой, в Калифорнию.

В Стамбуле мы остановились в отеле «Конрад Хилтон». Утром мы вышли из отеля и направились вниз по улице.

Навстречу нам шли два человека с большими значками, на которых была надпись по-английски. Когда мы поравнялись с ними, я протянул руку и сказал: «Здравствуйте, я Дон Фэйлла!» Один из них воскликнул: «Вы — Дон Фэйлла? Я только что отправил факс в ваш офис. Я хотел договориться о переводе вашей книги на турецкий язык».

Это было как выигрыш в лотерею. В Турции живет более 70 миллионов человек, и мы встретили, наверное, единственного человека, который читал мою книгу в немецком переводе.

На следующий день Томас показал нам достопримечательности Стамбула. Через день его жена, Элиф, турчанка! провела нас по магазинам и рынкам. Томас остался дома, так как, если бы он пошел с нами, Элиф не говорила бы по-английски. Она бы рассчитывала на него. А на третий день они оба сопровождали нас, и мы провели время просто восхитительно. Мы все вместе пообедали в «Ориент-хаус». Мы подружались.

Через несколько месяцев мы снова отправились в кругосветное путешествие. Прежде всего мы поехали в Англию, затем — в Швецию. Завершили мы свою поездку во Франкфурте, где Томас организовал для нас семинар. После семинара мы на несколько дней заехали в Турцию.

Вот мораль этой истории. Томас и Элиф присоединились к нашему сетевому бизнесу. Они привели в наш даунлайн более 10 тысяч человек. Видите? Все, что мы сделали, — это подружались с людьми и встретились с их друзьями.

ГЛАВА 5. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЗНАЧОК «СТАНЬ ХОЗЯИНОМ СВОЕЙ ЖИЗНИ» И ПОСОБИЕ «45-СЕКУНДНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ УРОКИ НА САЛФЕТКАХ»

Мы с Нэнси всегда и везде носим значки «Стань хозяином своей жизни». Когда нас спрашивают, что это значит, мы отвечаем, что быть хозяином своей жизни — значит делать, что хочешь и когда хочешь и иметь достаточно денег и времени для этого. Это позволяет нам завязать разговор и задать человеку вопрос: «Вы знаете кого-нибудь, кто любит путешествовать?»

Это первая ступень Системы. Значок дает нам возможность заговорить с кандидатом о стиле жизни. Если бы мы носили значки с логотипом нашей компании, нам пришлось бы начинать разговор с третьей ступени: рассказывать о компании и продуктах, которые она производит. А как только заговариваешь с человеком о продуктах, он думает, что ты хочешь ему что-то продать.

Посоветуйте членам своей организации носить значки. Это принесет пользу всем. Приведу пример. Мыс Нэнси часто ездим в круизы. На борту парохода находится 3000 пассажиров, и многие из них спрашивают нас о том, что означают наш и значки. А если это специальный круиз, и среди пассажиров 30 или 40 членов нашей организации, каждого из них может спросить о значке 50 или 60 человек.

Если среди 3000 пассажиров находятся 40 человек со значками, их видят везде. И любопытство возрастает. То, что я сказал о круизах, относится и к городу, где вы живете. Если вы один носите такой значок, вам время от времени будут задавать вопросы по этому поводу. Если его носят все члены вашей группы, это подогреет всеобщее любопытство, и вся организация от этого выиграет.

Нас спрашивают, из чего сделан значок, и мы отвечаем; «Из чистого золота». Потом объясняем, что мы пошутили, но на самом деле значок гораздо дороже золота. Если человек спросит вас об этом и вы правильно поведете разговор, он присоединится к вашему бизнесу — и это будет гораздо лучше, чем если бы вы получили слиток золота.

Люди по всему миру носят такие значки. Они очень популярны в Японии и Германии, хотя надпись на них и сделана по-английски. Когда кто-то в Японии носит значок с английской надписью, это привлекает внимание. В Дании сетевики носят значки, перевернув их вверх ногами. Нэнси спросила: «Почему вы носите значки таким образом?» Они ответили, что, когда люди видят это,

они пытаются поправить значок и потом спрашивают, что там написано. Это прекрасный путь к началу спонсирования по Системе.

Когда Нэнси идет в магазин и видит, что кто-то обратил внимание на ее значок, но стесняется спросить, она просто говорит: «Я вижу, вас заинтересовал мой значок. Вы хотите узнать, что он означает?» И дает человеку свою визитку с текстом «45-секундной презентации» на обороте. Это прекрасный путь наладить новые контакты и обзавестись друзьями. Помните: первое, что вы должны делать, — это завязывать связи с людьми. Вам нужны новые друзья. Значок открывает перед вами все двери.

Если правильно использовать инструменты и пособия, сетевой бизнес может принести много радости и вырасти очень быстро.

Не пытайтесь объяснить полностью весь маркетинговый план на углу улицы или если ваш кандидат чем-то занят.

Дистрибьюторы спрашивают: «В какой момент следует рассказать кандидату об "уроках на салфетках"?» Ответ прост: «Ни в какой». Я даю ему книгу или диск и жду некоторое время, чтобы обсудить с ним этот материал. Прослушав CD и прочитав книгу, он обычно не задает много вопросов. Можно спонсировать кандидата и помогать ему в спонсировании его друзей.

Давая кандидату книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» и CD, вы как бы дважды объясняете ему изложенный там материал. Если он получит только книгу, он вряд ли прочитает ее дважды. То же и с диском. Кроме того, учтите тот факт, что вам неизвестно, как данный человек лучше усваивает информацию — зрительно или на слух. Если он прослушает диск и прочитает книгу, он наверняка твердо усвоит, что сетевой маркетинг — то, чем стоит заниматься, и у него это получится.

Я предлагаю вам как можно скорее внедрить книгу и диск с записью книги в свой даунлайн. Чем быстрее вы это сделаете, тем быстрее вырастет ваша организация. Кроме того, обучайте ваших дистрибьюторов. Книга и CD научат их основам сетевого бизнеса. Затем делитесь с ними секретами своего успеха.

Возможно, у вас лучший в мире «автомобиль», но до тех пор, пока ваши дистрибьюторы не научатся «вождению», они никуда не уедут.

Обучая свой даунлайн тому, что изложено в этой книге, вы на самом деле обучаете их «правилам вождения». Привлекать людей в бизнес, не обучив их основам «вождения» — это потеря времени — и вашего, и их.

Книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» — необходимая вещь в портфеле каждого дистрибьютора. Когда он будет готов узнать больше, снабдите его всем набором пособий от Дона Фэйлла.

ГЛАВА 6. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ СИСТЕМУ НА «ХОЛОДНОМ РЫНКЕ»

Как использовать веб-сайт для кандидатов IOwnMyLife.net

Еще один подход к «холодному рынку»

Другие способы использования Системы на «холодном рынке»

Больше идей для «холодного рынка»

Заключение

Чем отличается «холодный рынок» от «теплого»? «Теплый рынок» — это ваши друзья или люди, которых вы знаете. Чем ближе друг, тем «теплее» рынок. «Холодный рынок» — это люди, которых вы не знаете. Это люди, которых вы встречаете в магазине или на автозаправочной станции.

Мы утверждаем, что, если вы будете спонсировать друзей, а затем общаться с их друзьями и так далее, вам просто некогда будет говорить с незнакомцами о своем бизнесе.

Но что делать людям, которые сменили уже несколько сетевых компаний и пытались осуществлять с помощью своих друзей еще какие-то проекты? Все друзья, завидев их, побыстрее стараются перейти на другую сторону улицы. Эти люди — члены клуба NFL (No Friends Left — Нет больше друзей). Как же им строить бизнес?

Для работы на «холодном рынке» необходимо несколько инструментов. Вы должны постоянно носить значок «Стань хозяином своей жизни». Никогда не знаешь, кто им заинтересуется. У вас также всегда должны быть с собой визитные карточки с логотипом «Стань хозяином своей жизни» и текстом «45-секундной презентации» на обороте; в них должен быть указан адрес веб-сайта IOwnMyLife.net. Это сайт для кандидатов. Ниже я объясню, как работают все эти пособия на «холодном рынке».

Если вы будете постоянно носить значок «Стань хозяином своей жизни», кто-нибудь непременно спросит вас, что он означает. Вы ответите: «Это означает иметь достаточно денег и времени, чтобы делать что хочешь и когда хочешь».

Затем вы продолжаете: «Но позвольте задать вам один вопрос. Вы знаете кого-нибудь, кто любит путешествовать?» Если ответ будет «нет», разговор окончен: как может спонсировать кого-либо человек, у которого нет знакомых, любящих получать удовольствие от жизни? Помните: вы должны выбирать людей, с которыми вам предстоит работать, которым вы будете помогать.

Теперь представьте себе, что вам ответили: «Да, я сам люблю путешествовать» или: «Я сам люблю хорошо проводить время». В таком случае вы должны сказать: «Вы знаете, что для путешествия нужны три вещи: деньги, время и здоровье. Заинтересует ли вас мое предложение, если я скажу вам, что знаю, как получить все это?»

Вам снова могут ответить «да» или «нет». Если ответ «нет», разговор окончен. Разве не здорово, что вы потратили меньше минуты на бесперспективного кандидата, вместо того чтобы устраивать для него двухчасовую презентацию и в конце концов услышать тот же ответ?

Большинство людей ответит «да», и вы вручите им свою визитку и попросите прочесть текст на обороте и зайти на указанный веб-сайт — это сайт

для кандидатов, где ничего не говорится о конкретной сетевой компании, в которой вы работаете.

Это важно: на карточке не должны быть указаны название компании и производимый продукт. Если там окажется эта информация, кандидат начнет расспрашивать о продукте, и вы окажетесь на третьей ступени Системы, перескочив через вторую. А ведь вы еще не знаете, хочет ли этот человек научиться «водить автомобиль». Помните: мы не рассказываем об «автомобиле» (компании, продукте и маркетинговом плане) тем, кто не умеет его «водить». А научиться этому можно, прочитав книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Прочитав ее, человек поймет суть сетевого маркетинга, и тогда мы сможем сказать: «Ну вот, он научился основам "автовождения"».

Еще одна проблема, возникающая, когда человеку вручают визитку с названием производимого компанией товара, состоит в том, что он начинает подозревать: ему собираются что-то продать. 95% людей не являются прирожденными продавцами, поэтому, упомянув продукт или указав на визитке название компании, вы повергаете их в состояние дискомфорта.

В какой-то момент времени после того, как вы вручите кандидату свою визитку, он прочитает на обороте текст «45-секундной презентации» (это еще не книга). Прочитав его и по возвращении домой зайдя на веб-сайт, он узнает кое-что о вас — ваша краткая биография должна находиться на вашем веб-сайте.

Удостоверьтесь, что на вашем сайте нет упоминания о компании и продукте. Это распространенная ошибка. Кандидат не готов к третьей ступени, пока не прошел вторую (как вы помните, вторая ступень — это знакомство с первыми четырьмя главами книги «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках»).

На вашем сайте рассказывается о преимуществах домашнего бизнеса, и, если кандидат заинтересуется, он заполнит анкету и оставит свои контактные данные. Если он «кликнет» на баннер «Подписаться», эта информация поступит непосредственно к вам.

Получив электронное письмо от посетителя сайта, вы можете перевести кандидата из разряда «холодного рынка» в «теплый». Этот человек настолько доверяет вам, что открыл доступ к своей персональной информации. Вы можете позвонить ему и при этом не объяснять, что речь идет о домашнем бизнесе — сайт сделал это за вас.

Вы можете просто вступить с ним в контакт, подружиться и принять решение, стоит ли подарить ему книгу «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Дайте ему понять, что вы собираетесь послать ему книгу, в

которой рассказывается о вашем бизнесе; прочитав ее, он поймет, что вполне может преуспеть в нем.

Попросите его прочесть первые четыре главы. Бели вы попросите человека прочесть всю книгу, он, скорее всего, поставит ее на полку «до лучших времен», когда у него появится свободное время. Просьба прочесть первые четыре главы — это психологический ход, призванный заставить его начать чтение.

Он посмотрит на книгу и скажет себе: «Мне хватит на это 10 минут». Начав читать, большинство дочитает книгу до конца. То, что человек прочитал книгу, — не гарантия того, что он будет участвовать в вашем бизнесе. Однако вы уже точно не потратите три часа на объяснение ему сути сетевого маркетинга.

Вот зачем нужен веб-сайт для кандидатов. Он прокладывает мост между моментом встречи с человеком и отсылкой ему книги. Система не работает, если вы будете просто стоять на улице и приставать к людям. Остановив кого-то и дав ему книгу, вы можете считать, что просто выбросили ее — больше вы ее никогда не увидите.

Теперь вы поняли, зачем нужен личный веб-сайт для кандидатов — он прокладывает «мост» между встречей с незнакомцем и дружбой с человеком, которому можно доверять

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВЕБ-САЙТ ДЛЯ КАНДИДАТОВ IOWNMYLIFE.NET

Как вы уже поняли, встретившись с человеком, не стоит сразу давать ему книгу. Это может обойтись вам слишком дорого. Необходим «мост» между встречей и передачей книги, и этот «мост» — веб-сайт IOwnMyLife.net. Когда кандидат заполнит анкету на сайте и «кликнет» на баннер «Подписаться», информация об этом попадет к вам.

Получив эту информацию, вы поймете, что кандидат узнал о вас, ведь ваша биография есть на сайте. (Пожалуйста, не упоминайте название компании, не то окажетесь на третьей ступени Системы, прежде чем преодолете первые две.) Вы тоже теперь знаете кое-что о своем кандидате, ведь он заполнил анкету. Что же делать дальше?

Вы звоните ему и делаете самое важное — налаживаете связь с человеком. Вы становитесь его другом посредством недолгой беседы. Вот как она должна звучать (приблизительно).

- Начало разговора: «Я должен задать вам несколько вопросов, для того чтобы мы оба поняли, получится ли у нас что-нибудь. Первый вопрос: как вы

думаете, вы могли бы спросить своего друга, знает ли он кого-нибудь, кто любит путешествовать?»

Если кандидат ответит «нет», сворачивайте разговор. Зачем вам спонсировать человека, который не знает никого, кто любил бы получать от жизни удовольствие?

Большинство, однако, ответят «да». Это ваше первое «да».

- Второй вопрос: «Как вы думаете, вы сможете сказать своему другу, что для путешествия необходимы три вещи: время, деньги и здоровье?»

Ответ «да». Это ваше второе «да».

- Третий вопрос: «Вы могли бы спросить друга: если я расскажу вам, как получить все это одновременно, ему это будет интересно?»

Третье «да»,

- Вам остается только сказать: «Я бы хотел послать вам книгу, прочитав которую, вы узнаете о нашем бизнесе. Просто прочитайте для начала четыре первые главы. Дайте мне ваш почтовый адрес, и я отправлю вам книгу, а потом мы созвонимся и поговорим».

Если кандидат давит на вас, требуя назвать ему компанию, в которой вы работаете, просто отвечайте, что каждый может преуспеть, используя Систему. Если человек действительно стремится к чему-то и понимает суть нашего бизнеса (то есть овладел основами «автовождения»), он сумеет достичь успеха. Вот почему Система работает в любой компании сетевого маркетинга.

Если вы говорите с человеком, который уже работал в сетевом бизнесе, и он спрашивает об «автомобиле», вы можете назвать ему вашу компанию. Однако дайте ему понять, что мы хотим, чтобы наши люди следовали Системе, если они хотят строить свой бизнес успешно и настолько быстро, насколько это возможно.

ЕЩЕ ОДИН ПОДХОД К «ХОЛОДНОМУ РЫНКУ»

Мы часто летаем на самолетах и успели много узнать о пассажирах, особенно международных линий. Все они боятся быть уволенными, и большинство не заработали хорошей пенсии. Покидая борт самолета, мы говорим им: «Вам стоит узнать, чем мы занимаемся. Прочитайте то, что написано на обороте этой визитной карточки, а когда приедете домой, зайдите на наш веб-сайт».

Через несколько дней мы получаем электронное письмо с ответами на вопросы анкеты, звоним нашему новому кандидату, становимся его друзьями и посылаем ему книгу. Через несколько дней мы снова звоним ему или просто посылаем по электронной почте ссылку на веб-сайт нашей компании и предлагаем позвонить нам, если у него возникнут какие-либо вопросы. Таким образом мы подписали множество людей.

Вот идея о том, как использовать Систему одновременно с очень простой рекламой. Много лет назад мы помещали по пятницам в газете «USA Today» рекламные объявления следующего содержания: «Присоединяйтесь к Дону и Нэнси Фэйлла, команде победителей, и становитесь тренерами стиля жизни. Звоните: 1 800 XXX XXXX». Мы получили несколько сотен звонков. Вопрос номер один звучал так: «Сколько мне будут платить?» Нам приходилось объяснять, что это не временная работа, а домашний бизнес. Это было не слишком эффективно и требовало довольно больших затрат времени и энергии.

Через несколько лет мы поместили объявление с тем же текстом, но вместо номера телефона дали ссылку на веб-сайт для кандидатов. Мы получили всего около 50 откликов, но все это были люди, имевшие доступ к компьютеру, которые поняли, что речь идет о домашнем бизнесе, еще до первого разговора с нами.

Если вы хотите попробовать такой способ спонсирования, я бы предложил вам составить текст объявления следующим образом: «Присоединяйтесь к ... (ваше имя) и его команде и становитесь тренерами стиля жизни! (адрес вашего веб-сайта)». Веб-сайт, на который мы даем ссылки сейчас, многократно усовершенствован по сравнению с тем, который мы использовали несколько лет назад.

Вы можете получить такой же, обратившись по адресу www.45secondtools.com или www.lownmylife.net.

ДРУГИЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ НА «ХОЛОДНОМ РЫНКЕ»

Мы с Нэнси любим круизы. Мы провели в круизах 56 недель, и у нас очень насыщенные планы на будущее. Каждый год мы проводим круизы-«антисеминары», на которые приглашаем всех желающих. На таких круизах собираются сетевики со всего мира, к нам присоединяются и представители других компаний. Мы выбираем самые современные и самые большие теплоходы. Благодаря такому выбору с нами в круиз отправляются, не считая сетевиков, около 3000 пассажиров, то есть кандидатов.

Если бы только мы с Нэнси носили значки «Стань хозяином своей жизни», каждый из нас поговорил бы на эту тему с пятью-десятью пассажирами и получил бы такое же количество возможностей применить Систему. Однако с нами вместе на теплоходе находятся около 40 пар, и все они постоянно носят такие же значки. Если среди 3000 человек находятся 80 со значками, они встречаются пассажирам каждые 5-10 минут.

Любопытство возрастает до такой степени, что к каждому «носителю» значка подходят от 50 до 60 человек и спрашивают, что это за значок и что он означает. Понимаете ли вы, что всего один человек, с которым вы познакомитесь на таком круизе и который войдет в ваш бизнес, может принести вам в течение полугода или года столько денег, что этого хватит для оплаты следующего круиза?

Этот же закон работает и там, где вы живете. Если только вы один носите значок, время от времени к вам будут подходить люди с вопросами по этому поводу. Если же все члены вашей команды будут носить такие значки, это многократно повысит уровень заинтересованности. Представьте себе, что в ресторан пришла компания из 15 или 20 человек, и у всех одинаковые значки. Вы удивитесь, увидев, что произойдет.

Булавка от значка «Стань хозяином своей жизни»

В прошлом году мы с Нэнси были в Копенгагене. Нэнси заметила, что местные сетевики носят значки, приколов их вверх ногами. Она спросила, почему они так делают. Они ответили, что люди замечают это, предлагают перевернуть значок, и таким образом завязывается беседа — что такое быть хозяином своей жизни.

Что такое «антисеминар»? Много лет назад мы задумались о том, что представляют собой различные семинары, и увидели, что они часто проводятся на фешенебельных курортах, однако у людей обычно нет времени наслаждаться предоставленными возможностями и развлекаться, потому что они постоянно заняты на различных мероприятиях.

Проблема состоит в том, что на самом деле всю ценную информацию люди получают во время перерывов, общаясь в кулуарах с успешными дистрибьюторами. Поэтому мы проводим «антисеминары» без протокольных мероприятий. Это как бы один большой перерыв. Мы проводили их в течение 30 лет в Лас-Вегасе, а потом решили, что круизы — это еще лучше.

Помните слова Нэнси: «Чем больше удовольствия вы получаете, тем быстрее растет ваш бизнес». Итак, мы не проводим семинаров. Однако мы часто устраиваем «горячие сессии». О них можно прочитать в книге «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках». Это урок № 8.

Если вы хотите присоединиться к нашему круизу-«антисеминару», это легко сделать! Зайдите на наш сайт 45secondtools.com и «кликните» на баннер Events («События»). Мы будем рады видеть вас. Чем больше людей присоединятся к нам, тем лучше — тем больше значков увидят пассажиры, и тем больше у них будет вопросов по поводу этих значков.

«Горячие сессии» — прекрасный способ поделиться идеями и перенять у успешных лидеров новые способы ускорить рост своего бизнеса.

БОЛЬШЕ ИДЕЙ ДЛЯ «ХОЛОДНОГО РЫНКА»

Стоя в очереди в магазине, вы, скорее всего, увидите перед собой человека с корзиной, нагруженной покупками. Он может начать жаловаться на дороговизну продуктов. Это ваш шанс. Просто скажите ему: «Вам стоит заняться тем, что делаем мы». Он спросит: «А что вы делаете?» Вы даете ему свою визитку с логотипом «Стань хозяином своей жизни» и текстом «45-секундной презентации» на обороте и предлагаете зайти на ваш сайт.

Мы ездим на «Хаммере П» и часто слышим, как на автозаправочных станциях люди жалуются на дороговизну бензина. Мы отвечаем, что нас это не волнует и советуем заняться тем, чем занимаемся мы. Даем им визитку и предлагаем зайти на сайт.

Мы также рекомендуем вам так называемый подход третьей стороны. Спросите человека, ЗНАЕТ ЛИ ОН КОГО-ЛИБО, кто хотел бы иметь больше денег, жить лучше и так далее. Обычно отвечают «Я сам этого хочу». В этот момент вы вручаете своему собеседнику карточку и предлагаете зайти на ваш веб-сайт по возвращении домой.

Вот еще одна простая и безотказная идея. Оплачивая счета, положите рядом свою визитку. Человек, который принимает счета к оплате, до смерти устал целый день заниматься этим. Он прочитает текст на обороте вашей визитки просто чтобы отвлечься, а когда придет домой, зайдет на ваш веб-сайт. И скорее всего заполнит анкету. Получив анкету, позвоните ему, подружитесь с ним и решите, стоит ли посылать ему книгу.

На «горячей сессии» у вас будет множество возможностей достать свою визитку. Никогда не знаешь, кого она заинтересует. Система делает возможным контакт с любым человеком. Секрет Системы заключается в том, что с незнакомцами даже не надо говорить. Чем больше вы говорите, тем скорее у

кандидата создастся впечатление, что ему тоже придется много говорить, а у него нет на это ни времени, ни способностей.

Я не рекомендую вам покупать компьютерные базы данных и делать рассылки. Я не знаю ни одного человека, у которого бы это сработало. Проблема состоит в том, что у вас нет связи с людьми, которым вы направляет рассылку. Если они и подпишутся, то, скорее всего, не продолжат работать с вами, потому что найдут что-нибудь «погорячее». Слишком многие рассылают свою рекламу по электронной почте, так что большинство людей, получив письмо от неизвестного, просто сразу же удаляют его. Не тратьте на это время и деньги. Компьютер незаменим для поддержки даунлайна и тренингов, то есть для общения с теми людьми, с которыми у вас уже налажена связь.

Покупать адреса и данные отдельных людей можно, но этот способ подходит не всем. Я знаю нескольких человек, которым это помогло. Однако для работы с такими базами надо быть прирожденным продавцом и подготовиться к постоянным отказам. Кроме того, данные этих людей наверняка купит кто-то еще, так что у вас будут конкуренты. Я хотел бы повторить: общаясь с друзьями и заводя новых друзей, вы не упустите ни одного человека, готового войти в ваш бизнес.

На приемах и вечеринках мы постоянно встречаем новых людей и знакомимся с ними. Во время беседы люди обычно спрашивают друг друга, кто чем занимается. Просто скажите им, что вы — тренер стиля жизни и учите людей, как жить лучше. Затем вручите им свою визитку и попросите, если у них выдастся свободная минутка, прочитать текст на обороте и зайти на ваш веб-сайт. Это может каждый.

Каждый может вручить свою визитку и пригласить зайти на веб-сайт. Не каждый зайдет на веб-сайт, но помните: вам и нужен не каждый. Если зайдет хотя бы один, уже хорошо.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Что замечательно в Системе, — так это то, что, работая как на «теплом», так и на «холодном рынке», вам не приходится много говорить — соответствующие пособия делают это за вас. Поняв, что вы можете научить этому бизнесу кого угодно меньше чем за 10 минут, вы тут же поймете, что вокруг есть множество людей, с которыми можно сотрудничать.

ГЛАВА 7. АФОРИЗМЫ И ЗАБАВНЫЕ ФРАЗЫ ОТ ДОНА И НЭНСИ ФЭЙЛЛА

Любимые фразы Дона

Любимые фразы Нэнси

Любимые фразы Дона и Нэнси

Ниже приведены некоторые из наших любимых фраз (одни просто забавны, другие заключают в себе интересные мысли), а также ключевые идеи, которые обеспечили наш успех в бизнесе. Мы предлагаем вам собрать друзей на «горячую сессию» и прочитать им эти фразы, а затем обсудить их. Это будет нечто вроде «мозгового штурма», и у вас наверняка появится множество собственных идей.

ЛЮБИМЫЕ ФРАЗЫ ДОНА

- Если хотите, чтобы ваши сны сбылись, — проснитесь!
- Найдите друзей и встретьтесь с их друзьями.
- Научите своих подопечных делать «это» и «то»,
- Никто из тех, кто считает сетевой бизнес бизнесом продаж, не преуспеет в нем, за очень редким исключением.
- Компьютер — большое подспорье в построении бизнеса, так что для начала научитесь пользоваться электронной почтой.
- Люди, не являющиеся прирожденными продавцами, думают, что продажи — это искусство подсунуть человеку то, что ему не нужно и чего он не хочет.
- Это бизнес спонсирования и обучения, а не рекрутирования и продаж.
- Сетевой маркетинг — это создание семьи потребителей.
- Вы не рекрутируете людей, чтобы они продавали для вас; вы спонсируете людей, чтобы работать для них.
- Вы не дублируете, пока человек, которого вы спонсировали, не создал три уровня даунлайна.
- Секрет Системы в том, чтобы меньше говорить — позвольте пособиям говорить за вас.
- Чем больше вы говорите, тем скорее кандидат подумает, что и ему придется также много говорить, а у него нет на это ни сил, ни времени.
- Прирожденные продавцы могут преуспеть в нашем бизнесе при условии, что захотят ему научиться. Отсутствие времени — самая распространенная отговорка тех, кто не хочет работать.
- Каждый может поговорить с незнакомцем при условии, что их представят друг другу. Осторожно — вас подслушивают!

-
- Если вы не можете поговорить с другом о сетевом маркетинге — значит, вы либо не верите в свой бизнес, либо не понимаете его.
 - Если человек понял суть нашего бизнеса, мы говорим: «Он научился водить автомобиль». Если хотите увидеть пирамиду, поезжайте в Египет. Чтобы дублицировать на два уровня вниз, просто используйте Систему.
 - Вы можете обучить своего друга Системе меньше чем за десять минут.
 - Исключите слово «продавать» из вашего словаря. 5% людей относятся к типу прирожденных продавцов; остальные 95% — не продавцы. Научитесь работать с непродавцами — их больше, и конкуренция не так велика. Научите кандидатов «водить машину», прежде чем показывать им свой «автомобиль».
 - Одолжите ли вы своему другу свой новый спортивный автомобиль, если у него нет водительских прав?
 - Вначале вы можете много работать — и почти ничего не зарабатывать; в будущем вы почти не будете работать — и получите состояние.
 - Один новый друг — это уже кое-что.
 - Чем больше знаешь, тем тише едешь.
 - Попросите совета у людей, которые постоянно строят свой бизнес.
 - Список из ста фамилий — для продавцов, а не для сетевиков.
 - Короткий список — это хорошо.
 - Обучайте людей, которых вы уже знаете, говорить с людьми, которых они уже знают.
 - Если вы правильно ведете бизнес, вам не придется искать незнакомцев.
 - Ваши алмазные россыпи — это люди, которых вы уже знаете.
 - «Горячая сессия» — это собрание для обмена идеями.
 - Работая по найму, вы помогаете другим реализовать их мечты.
 - Найдите человека, которому что-то нужно, и покажите ему, что с помощью Системы он сможет этого добиться.
 - Две вещи происходят, если слишком много говорить с кандидатом. Он думает, что у него нет времени; а также считает, что не справится с такой работой.

-
- Движение «Стань хозяином своей жизни» — международное движение.
 - Значок «Стань хозяином своей жизни» не сделан из золота, но он стоит гораздо больше.
 - Без карты можно заблудиться.
 - Настоящий мужчина не спрашивает, что ему делать.
 - Трудно обучить прирожденного продавца говорить поменьше.
 - Мы играем в игру под названием «дублицирование». А продавец играет в другую игру — «приумножай и отнимай».
 - Чего ты хочешь?
 - Продайте непродавцу свой товар или услугу, и он убедится, что это бизнес продаж.
 - Сетевой маркетинг и продажи смешиваются как вода и масло, то есть не смешиваются никогда.
 - Есть компании сетевого маркетинга, и есть компании прямых продаж; это разные вещи.
 - Позвольте пособиям работать за вас.
 - Ваш лучший инструмент — это ваш спонсор.

ЛЮБИМЫЕ ФРАЗЫ НЭНСИ

- Не работайте в поте лица, чтобы выжить; работайте с умом, чтобы жить!
- Деньги — не главное в жизни, но они позволят вам больше общаться с детьми и внуками.
- От того, что вы делаете сегодня, зависит ваше будущее.
- Время женщин уже пришло.
- Почему все до сих пор не заняты в сетевом маркетинге?
- Лучше поваляться в постели утром, чем вскочить по звонку будильника

- Наблюдайте, как растут ваши дети.
- Все, что мы делаем, связано с удовольствием, счастьем и здоровым образом жизни.
- Все меняется, учиться новому всегда полезно. Ваши мечты станут явью, если вы мечтаете о сетевом маркетинге.
- Никогда не знаешь, где найдешь хорошего друга или хорошую идею.
- Вы можете быть или не быть хозяином своей жизни — это ваш выбор.
- Сетевой маркетинг — это социальное обеспечение на всю жизнь.

Афоризмы и забавные фразы от Дона и Нэнси Фэйлла

- Доставляйте себе удовольствие каждый день.
- Стил жизни — это то, что может себе позволить каждый, и вы тоже.
- Я никогда не встречала человека, которому не нравилось бы работать с женщиной, особенно если она приносит ему деньги.
- Ваше путешествие по жизни определяется выбором, который вы делаете.
- Жизнь — как книга; если вы не путешествуете, вы всю жизнь читаете только одну страницу. Верните себе отпуск/праздник. Правильный подход имеет огромное значение. Вы можете преуспеть в сетевом маркетинге, если будете использовать пособия и не сдаваться.
- Как бы выглядела ваша жизнь, если бы у вас не было проблем со временем и деньгами?
- Сетевой маркетинг — лучший подарок, который вы можете сделать своему другу.
- Дополнительная работа принесет вам дополнительный доход.
- Время — самый драгоценный и самый ограниченный ресурс.
- Если вы действительно чего-то хотите, вы получите это, работая в сетевом маркетинге.
- Некоторые люди путешествуют в мечтах, некоторые — в душе, а некоторые — на самом деле.

- Женщины преуспевают в нашем бизнесе, потому что они прирожденные воспитатели.
- Никогда не поздно стартовать.
- Опыт — лучший учитель.
- Ничто не заменит опыта.
- Что радует вас в жизни?
- Думайте, стройте с умом, умнейте.
- Выберите счастье и позитивный подход к жизни.
- Быть свободным — это так здорово!
- Зачем работать для выживания, если можно работать для жизни и ощутить разницу?
- Стресс — убийца времени номер один.
- Наш бизнес — это работа с людьми. Мы изменяем жизнь людей.
- Будьте проще, получайте удовольствие от жизни — и люди к вам потянутся.
- Не принимайте себя слишком всерьез. Расслабьтесь и получайте удовольствие.
- Чем больше удовольствия вы получаете, тем успешнее вы будете.
- В сетевом маркетинге можно получить больше удовольствия на единицу времени.
- Получать удовольствие — вот чем вы должны быть полностью заняты.
- Есть много одиноких людей, которым стоит присоединиться к сетевой компании.
- Научитесь слушать.
- Есть свет в конце туннеля.
- Научитесь задавать вопросы.
- Вы не собираетесь покинуть этот мир при жизни, так что осваивайте его.

- Жизнь одна, живите!
- Жизнь одна, станьте ее хозяином!
- Почти все любят путешествовать.
- Круиз — отдых для души.
- Шопинг — отличная вещь.
- Жить на зарплату — не лучший вариант.
- Вы не устали уставать?
- Мы не в отпуске, мы всегда так живем.
- Преодолеть границы — значит, везде чувствовать себя как дома.
- Мы пообедали в каждом из 65 ресторанов сети «Чартхаус» и получили два комплекта билетов в кругосветное путешествие на самолете.
- Мы — тренеры стиля жизни, и мы учим людей жить лучше.
- Если у вас нет времени, денег и здоровья, от вашей жизни мало что остается.
- Аудиоверсия книги «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» предназначена для людей, которые не могут читать, не любят читать, у которых нет времени читать, а также для слепых.
- Один — это большая сила.
- Дети могут стать прекрасными мотиваторами.
- Ошибки могут стоить вам времени и денег.
- Распределение времени очень важно.
- Слушать — важнее, чем говорить.
- Мы любим учить тому, что Система поможет каждому.
- Путешествовать с определенной целью лучше, чем быть туристом.
- Носите значок «Стань хозяином своей жизни» каждый день.
- Мы так много путешествуем, что всю нашу жизнь можно списать со счета.

-
- Мы выбрали своим талисманом кролика Ричарда, потому что кролики быстро размножаются.
 - Система обеспечит вам уверенность в себе.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Дополнительные пособия от Дона и Нэнси Фэйлла

Мы разрабатывали учебные пособия много лет. Все эти пособия можно найти на американском сайте www.45SecondTools.com. Постоянно находясь в цейтноте, строя свой сетевой бизнес, мы создали эти пособия для тренинга, они сэкономили нам много времени при строительстве нашей организации.

Книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках».

Зайдите на сайт www.45SecondTools.com, «кликните» на баннер «International» — и наша книга станет доступна вам в любой точке земного шара.

Аудиокнига «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках»

Этот бестселлер теперь доступен и в аудиоформате. Диск дополнен диаграммами, которые помогут вам понять концепции, объясняемые в книге. Аудиокнига может служить иллюстрацией к одноименной изданной книге, а также поможет вам при работе с кандидатами.

«Часто задаваемые вопросы о сетевом маркетинге и прямые ответы на них»

Неважно, как давно вы в сетевом бизнесе — 10 лет или только начинаете свою карьеру — в любом случае вам пригодится 36-летний опыт Дона и Нэнси Фэйлла. Эта книга — фундаментальный курс для начинающих дистрибьюторов и одновременно — эффективное учебное пособие для кандидатов и для всех, кто хочет обрести полную финансовую независимость.

Пособия для 45-секундной презентации

- Книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» (5 экз.).
- Аудиоверсия данной книги (1 экз.).
- Книга «Время женщин уже пришло» (1 экз.).
- Комплект CD-тренингов от Дона и Нэнси Фэйлла (1 шт.).
- «Горячая сессия» на CD (1 шт.).

-
- Значок «Стань хозяином своей жизни» (1 шт.).
 - Обращение к кандидату «Стань хозяином своей жизни» (5 экз.).
 - Книга «Часто задаваемые вопросы о сетевом маркетинге и прямые ответы на них» (1 экз.).
 - Визитные карточки с логотипом «Стань хозяином своей жизни!» и текстом «45-секундной презентации» на обороте (100 шт.).
 - Книга «Система» (1 экз.).

«Стань хозяином своей жизни» (значок)

Популярный значок «Стань хозяином своей жизни» — прекрасный способ завязать разговор. Покажите всем свой значок — и у людей наверняка появится любопытство — как же стать хозяином своей жизни? Раздайте значки всем членам своего даунлайна и новым дистрибьюторам.

CD-тренинги от Дона и Нэнси Фэйлла

Компакт-диск Дона «Стань хозяином своей жизни» включает следующие темы: как использовать книгу, как находить подход к людям и спонсировать их на неисчерпаемом «теплом рынке», что и когда говорить и как научить новых дистрибьюторов спонсированию. Диск Нэнси «Время женщин уже пришло» предназначен для всех женщин, которые хотят обрести финансовую независимость и уверенность в завтрашнем дне.

Визитные карточки с текстом «45-секундной презентации» на обороте

Задумывались ли вы когда-нибудь о том, что это значит — стать хозяином своей жизни? Помогите другим понять, что они могут получить значительный доход, построив свой собственный бизнес. Эти визитные карточки должны содержать вашу контактную информацию. Станьте хозяином своей жизни и помогите окружающим сделать то же самое!

Книга «Время женщин уже пришло»

Эта книга Нэнси Фэйлла предназначена для всех женщин, которые хотят обрести финансовую независимость и уверенность в завтрашнем дне, а также для мужчин, которым нравится работать с женщинами. Это прекрасное мотивационное пособие.

Ваш личный веб-сайт: www.lownmylife.net

Круизы-«антисеминары»: зайдите на сайт www.45second-tools.com и «кликните» на баннер «Events».

Об авторе

Дон Фэйлла занимается сетевым маркетингом более 39 лет. За это время всем примелькались его «фирменные» гавайские рубашки, которые он постоянно носит.

Несколько лет назад, отдыхая на Гавайях, он купил такую рубашку, и с ней у него связаны воспоминания о прекрасном отдыхе. И он понял, что хочет постоянно чувствовать себя так. Такой подход помог Дону приобщить к своему образу жизни тысячи людей.

Как он достиг успеха? Его книга «45-секундная презентация, или Уроки на салфетках» выдержала много изданий, вышла в видео- и аудиоформатах и постоянно используется на семинарах сетевиков по всему миру. Его книги стали международными бестселлерами.

Начав свою карьеру в сетевом маркетинге в 1967 г., Дон, как и большинство сетевиков, пережил и хорошие, и плохие времена. Но он постоянно отслеживал и фиксировал те факторы, которые помогали эффективному строительству большой организации. Суммировав то, чему научился, Дон создал высокоэффективные «уроки на салфетках» и сделал их основой своей «45-секундной программы».

Книга стала библией для сетевиков, было продано 4 миллиона экземпляров, она переведена на 24 языка. Успех Дона неоспорим: это более 200 тысяч дистрибьюторов в его группе за 10 лет, простой и быстрый стиль работы. Переняв его Систему, тысячи сетевиков в разных странах достигли такого же успеха.

Сейчас Дон и его жена Нэнси путешествуют по всему миру как международные тренеры сетевого маркетинга, обучая всех желающих своей Системе.