

С. Дадэ

БИЗНЕС-ТРАФАРЕТ

Все права защищены. С вопросами о возможном сотрудничестве обращайтесь dade.com@mail.ru

Подборка материалов из книги «Бизнес-трафарет»
Издательство DADE COM
Новосибирск 2005г.

Многие ли из вас, взяв карандаш, смогут нарисовать чей-нибудь портрет так, чтобы кроме вас ктонибудь ещё узнал в нём того, кого вы рисовали?

Я смогу, потому что я художник, художник по образованию и по призванию. Для меня с самого раннего детства рисовать было так же естественно, как ходить и говорить.

Когда я подрос, то с удивлением обнаружил, что подавляющее большинство людей не умеют рисовать. Большинству людей нарисовать, к примеру, простую собаку - так же сложно, как мне решить задачу по высшей математике.

Но что же делать, когда хочется нарисовать собаку, но Вы не умеете этого делать? В этом случае Вам может прийти на помощь простое изобретение - трафарет. С помощью трафарета даже ребёнок сможет нарисовать очень красивую собаку. Обведя по контуру трафарета, ему только останется подрисовать глаз, (желательно в нужном месте) - и он получит красивый рисунок.

Трафарет был создан, с целью помочь людям, не имеющим способности к рисованию, но имеющим желание или необходимость это делать.

Система «МЛМ» стала своеобразным **«Бизнес - трафаретом»** для тех, кто хочет быть успешным в жизни, но не знает, как это сделать либо не имеет определённых составляющих - таких как Экономическая смекалка, Образование, Связи, Начальный капитал, и т.п.

Дело в том, что очень многие успешные люди стали таковыми потому, что в свое время нашли ключ к успеху. Путём познания, самоанализа, наблюдений и размышлений они обнаружили, что формула успеха невероятно проста - **«Посмотри, что делают те, кто успешен - и делай то же самое, пока не достигнешь нужного результата».**

Но скажите, пожалуйста, зачем люди продолжают перемножать сложные цифры в уме, имея в кармане калькулятор? Зачем пытаются самостоятельно «нарисовать собаку» (к тому же не имея на то способностей), хотя могут воспользоваться трафаретом? Зачем до сих пор пытаются «изобрести велосипед»?

Затем, чтобы продемонстрировать всем свою «гениальность».

Но даже если Вы гений, вряд ли Вы сможете добиться серьёзных успехов, не воспользовавшись чьим-либо опытом или поддержкой.

Если же Вы нормальный человек, но не желаете жить «КАК ВСЕ», то эта книга - как раз то, что Вам сейчас нужно.

ПОЧЕМУ МЛМ ?

«...любой человек сможет приготовить гамбургер, вкуснее чем в “McDonald’s”, но только создание эффективной системы реализации этих «средних» гамбургеров сделало “McDonald’s” одной из самых богатых корпораций в мире».

В последние десятилетия мы можем наблюдать, как тысячи и тысячи людей добиваются успеха в жизни, используя систему Многоуровневого Маркетинга (МЛМ). Почему же всё больше людей во всём мире отдадут предпочтение этому бизнесу?

Когда, в своё время, я, отбросив предубеждения, решил разобраться в том, что же представляет собой эта индустрия, я был поражён её гениальной простотой и доступностью.

С тех пор меня не покидает вопрос - *«Почему же все люди этим не занимаются?»* Уникальность Многоуровневого Маркетинга в том, что он даёт возможность заработать деньги и достичь успеха в жизни каждому, кто действительно этого захочет, т.к. здесь можно *зарабатывать не на продажах, а на покупках*, что делает эту систему *доступной для ВСЕХ*, потому что покупать мы все умеем и делаем это с удовольствием.

Преимущества МЛМ над другими бизнес системами настолько очевидны и велики, что их даже трудно сравнивать. И то, что в России эта индустрия не так сильно развита, как на Западе, - это только вопрос времени. Но это отдельная тема, и об этом мы еще поговорим в дальнейшем.

Сейчас я бы хотел коснуться вопроса, как нам, обычным людям, получить возможность использовать МЛМ систему, для достижения **своих целей**. Потому что по большей части мы далеко не бизнесмены и большинство из нас не имеют тех качеств, которыми обладают успешные люди, но всем нам хочется жить достойно.

Чтобы понять, как это сделать, давайте рассмотрим подробнее устройство торговой индустрии.

Любому современному производителю хорошо известно, что произвести товар - это только полдела, главное - довести этот товар до конечного потребителя. Сейчас проблема не произвести товар, сейчас проблема его продать. Рынок сегодня перенасыщен всякого рода товарами и услугами на любой вкус и кошелёк.

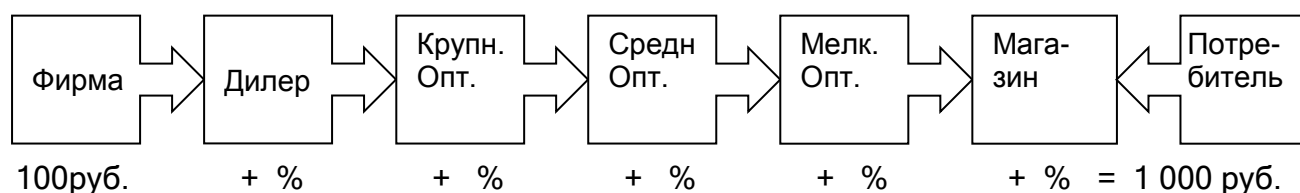
Перефразировав известное изречение, можно сказать «Дайте мне совершенную систему продажи, и я переверну мир»

Так или иначе, все люди что -нибудь да продают: одни - какой-нибудь товар или услугу (прямо или косвенно), другие - себя, на рынке труда. Вопрос в том, как делать это более эффективно?

Что касается продажи товара - то этим тоже можно заниматься по-разному. Одни делают это как продавцы, а другие как бизнесмены, и, как говорят в Одессе - «это две большие разницы». Можно заниматься продажами с сумкой на плечах, а можно с головой на плечах. Кому что нравится.

Вообще в мире существуют три системы продвижения товара от производителя к потребителю:

1) Система Розничной продажи.



На рисунке показан путь, который проходит товар от производителя к потребителю через систему розничных продаж. Фирма-производитель изготавливает какой-то товар, который стоит, к примеру, 100 рублей. Но теперь этот товар нужно продать. За это берётся Дилер. Он изучает спрос, проводит маркетинговые исследования, занимается рекламой, в общем - выводит товар на мировой рынок.

Естественно, что ему необходимо окупить все свои расходы/издержки + заплатить налоги и + получить прибыль, поэтому в стоимость товара закладываются определённые проценты торговой надбавки.

Затем товар покупает крупный оптовик и привозит его на склады в Москву. Ему тоже нужно окупить:

- 1 - транспортные расходы.
- 2 - «растаможка» (если товар везётся из-за границы).
- 3 - аренда офиса, складов и помещений + телефон и интернет.
- 4 - зарплата наемным рабочим и служащим.
- 5 - реклама.
- 6 - охрана.
- 7 - налоги.
- 8 - амортизация основных фондов/активов
- 9 - списания убытков из-за воровства/ущерба/порчи товара
- 10 - и надо ещё и прибыль получить.

Всё это тоже закладывается в стоимость товара, поэтому прибавляются ещё %, причём самое важное здесь то, что проценты добавляются к **цене предыдущего посредника!**

Далее средние оптовики развозят товар по регионам, прибавляя свои %, там у них это покупают мелкие оптовики и развозят по магазинам, закладывая свои %. Магазины, как известно, тоже не благотворительностью занимаются и закладывают свои %, чтобы оплатить все свои расходы, заплатить налоги и получить прибыль. И тут в магазины приходим мы с вами и покупаем этот товар уже не за 100, а за 1000 рублей, оплачивая при этом расходы, налоги и прибыль всех посредников. **Специалисты утверждают, что реальная себестоимость производства товара составляет в среднем около 5% от его розничной цены !!!**

Как вам это нравится? Мне, мягко говоря, не очень.

Самое печальное в этом то, что рядовому покупателю обойти эту систему невозможно. Мы не можем поехать за банкой кофе в Бразилию, а за пачкой чая в Индию, поэтому мы идём в магазин и оплачиваем всю эту армию посредников.

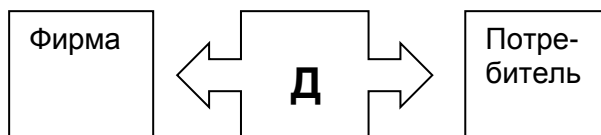
(Я ещё не упоминал о фальсифицированной продукции, это отдельная тема).

В этой ситуации страдает (и морально и материально, а иногда и физически) не только Покупатель. Производитель тоже терпит потенциальные убытки. Добейся он значительного понижения цены товара для покупателя, он смог бы продать его больше, а соответственно получить дополнительную прибыль.

На рынке сложилась парадоксальная ситуация, когда непосредственные участники сделки (Производитель и Потребитель) несут убытки, а прибыль получает огромное количество всяческих посредников.

Назрела необходимость в новой системе доведения товара до конечного потребителя.

2) Отсюда, ещё в конце 19 века на Западе, возникла система Прямых продаж



Фирма-производитель заключает договор с дистрибьютором, который берёт товар непосредственно у производителя и доставляет его напрямую к потребителю. Такая система значительно сокращает стоимость товара на выходе. Нам такая система знакома благодаря вездесущим коммивояжерам.

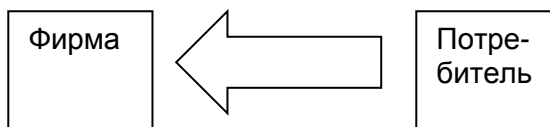
Вообще-то профессия коммивояжер (разъездной торговый агент) - профессия, уважаемая во всём мире. Была. Пока не «преломилась» через российский менталитет. Наш коммивояжер - имя нарицательное (что-то сродни мелким мошенникам или цыганам), хотя тут многое зависит от фирмы и конкретного человека. Так же к системе прямых продаж относится продажа товаров через почтовую рассылку и «Телемагазин».

Такая система успешно работала какое-то время.

Но при естественном перенасыщении рынка товарами (на западе это произошло лет эдак 60 - 70 назад) потерялся смысл в выпуске всё более и более качественной продукции. Назрела серьёзная проблема реализации этой продукции.

Возникла необходимость в новой более совершенной системе привлечения постоянных покупателей.

3) И в 40-ых годах 20 века в Америке была разработана система MLM (Мульти Уровень Маркетинг - Много Уровневый Рынок)



Основное преимущество этой системы в том, что она повернулась **лицом к потребителю!** Производитель стал не просто продавать ему товар, но сотрудничать с ним, дав ему возможность заработать, причём, в основном, не на продажах, а **на покупках.**

Фирма-производитель, «вырезав» **ВСЕХ (!)** посредников, сама открывает в каждом более-менее крупном городе свои торговые представительства (имеющие статус розничного магазина) и приглашает покупателя приходить и покупать непосредственно у производителя и по цене производителя, причём со 100%-ой гарантией от подделки (вполне естественно, что производитель не будет продавать подделку собственного товара)

Но эта система не была бы столь эффективна, если бы этим всё и ограничилось.

Главное и основное преимущество MLM над другими системами продаж в том, что покупатель получил возможность не только экономить на покупках, но, покупая, зарабатывать деньги. Как вам нравится идея, купить на 100 рублей и получить за это 1000? Кажется невероятным? Но такая система существует.

Как это всё работает, я попробую сейчас объяснить. Главное, чтобы вы поняли саму идею этого бизнеса - потому что когда человек понимает саму идею, тогда у него на многие вещи открываются глаза и он понимает, что ему делать и что его ждёт в результате.

Представьте, если вы посмотрели в кинотеатре фильм, который вам сильно понравился. Вы расскажете о нём своим знакомым? А знакомые воспользуются этой

информацией? Кто - то да, кто - то нет. Те, кто воспользуются и посмотрят, скорее всего, расскажут своим знакомым, а те своим и так далее.

Мы об этом не задумываемся, но чаще всего делаем покупки по рекомендации наших друзей и знакомых. Прочитали хорошую книгу, - какую книгу будут читать наши друзья? Вылечили зуб качественно, недорого и не больно - где будут лечить зубы наши знакомые? Нашли приятный ресторанчик - где будут ужинать наши друзья? Нашли хорошего специалиста - парикмахера, юриста, автослесаря и т. д. - куда обратятся наши знакомые?

Маркетологи изучили этот вопрос и увидели, что до 95 % своих покупок мы совершаем по рекомендации знакомых, потому что знакомым мы доверяем больше, чем рекламе по телевизору.

Причём, смотрите, что получается. Мы рассказали нашим друзьям о фильме, который нам понравился, они тоже пошли посмотреть - кинотеатр получил прибыль - но нам не заплатили за нашу рекомендацию.

И вот нашлась одна умная фирма, которая поняла, что за рекомендации платить ВЫГОДНО.

Мы, купив понравившуюся вещь, порекомендовали её знакомым, и фирма нам говорит: за то, что по твоей рекомендации пришёл человек и купил эту вещь, мы поделимся с тобой своим доходом и выплатим тебе долю нашей прибыли, которая была заложена в стоимость этого товара.

Если ты ещё пяти человекам порекомендуешь, то за каждого кто пришёл по твоей рекомендации, мы заплатим ещё, просто за твою рекомендацию - потому что в результате твоей рекомендации мы получаем новых покупателей. А если ты и их научишь рекомендовать, мы и им будем платить, и тебе за то, что ты их научил, и т.д.

И вот смотрите, что получается. Каждый из нас покупает понемногу для себя - фирма получает то, что ей нужно, так как **само создание группы потребителей уже является способом продвижения товара !**

Если допустим, сумма покупок всей этой группы покупателей составит за месяц 3 000 руб. - фирма платит вам 3% от этой суммы. Если сумма покупок составит 10 000 руб. - Ваши 6%, от 20 000р.-9%, от 40 000-12%, от 60 000-15%, от 100 т.р. -18% Вам, и от суммы покупок в 150 т.р. и более фирма платит Вам 21%. Чем больше людей - тем больше товарооборот - тем больше ваш доход...

Казалось бы, всё просто, но где взять такое количество людей, чтобы они купили на 150 тысяч? Для этого существуют определённые технологии. Давайте посмотрим, как использовать эти технологии. Вы пришли сюда один, пригласили всего 2 человека. Каждого из них научили приглашать по два человека, получилось 4. Каждого из них научили приглашать по 2 человека - 8. Каждого из них научили приглашать по два человека - 16. Смотрите, какая интересная вещь: Вы пригласили всего лишь двух человек, а получили команду из 30. Вы помните нашу задачу пригласить большое количество людей?

Оказывается, чтобы получить команду из 30 человек, совсем необязательно со всеми лично переговорить. И это Вы всего двух пригласили, а если Вы пригласите не двух человек, а трех, и научите их приглашать по три человека, смотрите, что получается: каждый по 3 = 9, каждый по 3 = 27, каждый по 3 = 81. Как вам нравится разница? А разница в том, что всего на одного человека больше. Это - геометрическая прогрессия. **Так научитесь использовать математические законы в своих интересах.** Можно посчитать на 4 человека, на 5, 6, 10, 12 человек. Но я не буду, потому что есть другая теория - теория управления, которая говорит, что одновременно управлять более пятью людьми нельзя, невозможно держать под контролем больше чем 5 человек да и не нужно, потому что смотрите, что получается. Вы пришли сюда один и пригласили пять своих знакомых. У всех есть 5 человек знакомых?

Вы пригласили всего лишь 5 человек своих знакомых, у каждого из них есть свои 5 человек знакомых, а я помогу им их заинтересовать - 25. У каждого из них есть свои 5 человек знакомых, а я помогу им их заинтересовать - 125, у каждого из них есть свои

5 человек знакомых, а я помогу им их заинтересовать - 625. Как вам нравится разница? А разница всего лишь на 3 человека больше чем в первом случае. Если каждый из них купит товара в необходимом для себя количестве, только для себя(!) - то уже получится приличный товарооборот для фирмы и соответственно приличный % с товарооборота для Вас. На какую сумму мы обычно покупаем косметики «для себя»?

Заметьте, кстати, что речь ещё не шла о продажах! Никто ничего не продаёт - а деньги есть и доход есть - так как создание организации потребителей/покупателей и является смыслом этого бизнеса! Потому что 1 человек никогда не продаст столько, сколько придут и купят для себя 1000 человек! Пусть люди сами приходят на фирму и покупают то, что им необходимо, а Вы ежемесячно получаете % от общей суммы их покупок.

Но если Вы будете дополнительно, что-то продавать, Вы дополнительно будете ещё зарабатывать. И вот, к сожалению, именно этот **дополнительный (!)** заработок на заказах или продажах многие люди принимают за основной! Потому что он - на виду! А зря...

Из придуманного людьми, на сегодняшний день, не существует более совершенной системы реализации товаров и услуг. Самое гениальное в этой системе - её простота и доступность, и именно эта простота даёт системе колоссальную эффективность и устойчивость, особенно во время кризисов.

А теперь давайте поразмышляем о том, что сулит нам такой вид деятельности: Если фирма платит нам комиссионный % от объёма покупок созданной нами организации потребителей, то значит ли это, что пока люди будут покупать этот товар, мы будем получать свои деньги ???

Вот именно!

В этом то и состоит **основная идея любого бизнеса - остаточный доход !**

Большинство людей трудятся ради активного дохода (это доход, который человек получает, пока он работает) и даже не мыслят о пассивном (остаточном) доходе, как о чём-то, применительно к себе.

Уникальность МЛМ системы в том, что она даёт возможность обычным людям - не гениям, не бизнесменам, не суперзвездам, а обычным людям, вроде вас и меня, получать пассивный (остаточный) доход!

«И чё мне это даёт?» - спросите Вы.

А вот вы подумайте. Чем бы вы занимались, если бы у вас было достаточно денег и времени? Дайте волю своему воображению. Помечтайте.....

Представили? А теперь представьте, что всё это реально для вас и ваших детей.

Вам нужно лишь найти надёжную компанию с «правильным» товаром, и какое - то время потрудиться над созданием организации покупателей/потребителей этого товара (сколько времени? - будет зависеть от того, как активно вы будете трудиться и какая сумма, ежемесячно, нужна вам, для удовлетворения ваших потребностей).

А какой товар можно считать «правильным»? И тут встаёт вопрос о выборе компании.

ПОЧЕМУ ОРИФЛЭЙМ ?

Когда я искал для себя компанию сетевого маркетинга, мне, к счастью, попала в руки книга одного известного сетевика, в которой он описывал простые правила, по которым нужно выбирать.

1. Это «правильный» продукт:

Каким должен быть продукт, выпускаемый компанией?

Ну, во первых, это должен быть продукт, с которым вам комфортно было бы работать. Я слышал историю, как одна женщина, работая таким образом с фильтрами для очистки воды, сказала, что через полгода почувствовала себя водопроводчиком.

К выбору продукта следует подходить очень серьёзно, так как именно продукт будет определять круг вашего общения, что, в свою очередь, может серьёзно повлиять на вашу дальнейшую жизнь и даже наложить отпечаток на ваш характер.

Если вы хотите, к примеру, рекомендовать лекарства, то подумайте, кто вас будет окружать, и о чём вы будете с ними разговаривать?

Если вы выбрали такой продукт как Биологически Активные Добавки (БАДы), то вам сначала нужно будет доказать человеку (используя всё своё красноречие), что эти добавки нужнее ему, чем сосиски, сыр и фрукты для детей. Либо Вам нужно будет изрядно его напугать, например, тем, что в нём скопилось огромное количество шлаков, которые срочно необходимо выводить при помощи Ваших добавок.

Если Вам нравится пугать людей, то можете заняться БАДами (или Страхованием жизни/здоровья).

Есть много компаний, которые предлагают «продукты для здоровья», и я иногда пользуюсь некоторыми из них, но общаться предпочитаю с людьми здоровыми, целеустремлёнными и «трезвыми».

Дело в том, что когда мы выбираем продукт, нам нужно думать не только о себе. Главное - это люди, которых мы будем приглашать, а им комфортно ли будет работать с лекарствами, БАДами, страховками и другими труднопродаваемыми товарами?

Что же касается технической (экономической) стороны вопроса, то «правильный» продукт - это тот продукт, который отвечает 5-ти простым требованиям:

1) - он должен быть Востребован всеми группами населения, социальными и возрастными (им должны пользоваться все: бабушки, дедушки, дяденьки, тётеньки, юноши, девушки, мальчики, девочки и грудные младенцы, а также люди любых профессий и любого социального статуса). Причем спрос должен быть очевидным, а не навязанным извне красиво говорящим продавцом (Гербалайф?)

2) - он должен быть Качественным (если вы один раз купите некачественный товар, придёте ли вы за ним ещё раз?).

3) - у него должна быть адекватная и Доступная цена (он не должен быть слишком дорогим, чтобы его могли купить ВСЕ, а не только люди с доходом выше среднего, которых меньшинство).

4) - Ассортимент - желателен как можно больший (чтобы каждый хоть что-то, но смог для себя выбрать - таким образом мы можем охватить своим предложением максимальное количество людей и социальных групп).

5) - продукт должен пользоваться Постоянным спросом (другими словами, он должен Заканчиваться у потребителя, чтобы он снова и снова приходил за ним). И желательно не раз в пятилетку... ;-)

В мире существует **всего 3 вида товаров**, отвечающих всем пяти требованиям:

- 1 - продукты питания,
- 2 - средства личной гигиены и косметика,
- 3 - бытовая химия.

Потому что люди будут всегда кушать, мыться-бриться-краситься, и следить за чистотой одежды и дома. Это те товары, которыми люди будут пользоваться всегда, (причём ВСЕ люди), **по любому курсу доллара и в любой политической и экономической ситуации. И в любое время года!**

К сожалению, продукты питания по «сети» не продаются (по ряду причин), остаются средства личной и бытовой гигиены и косметика.

Причём замечен такой факт, что женщины во времена экономических кризисов и под воздействием других «депрессантов», начинают пользоваться косметикой даже активней, чем в стабильные времена.

Как говорить; «если хочешь зарабатывать деньги **ВСЕГДА** - делай это на женских потребностях».

Но косметических компаний, работающих методом сетевого маркетинга, на рынке несколько. Как выбрать из них? И вот тут мы подходим ко второму параметру выбора Компании-партнера:

2. Надёжность компании:

Что включается в это понятие?

1 - «Возраст» компании. Дело в том, что каждый год на рынке появляются новые компании, и каждый год они исчезают с рынка. По разным причинам: неконкурентоспособность продукции, неконкурентоспособность маркетинг-плана, не выдерживание обещанных схем вознаграждения, непорядочность руководства (что чаще всего бывает именно с российскими компаниями - и примеров тому достаточно.). Для того чтобы сейчас выйти на рынок и надёжно закрепиться на нём, «раскрутить» новую торговую марку, необходимо около семи-восьми лет и не один миллион долларов. Большинству новых компаний это не по силам и чаще всего не удаётся. И всё бы ничего, да только за каждой разорившейся компанией стоят конкретные человеческие судьбы, потраченное время, несбывшиеся надежды.....

А что дальше?

Опять всё заново?

Вам нравится быть участником в чужих экспериментах?

Если нет, то лучше выбрать компанию, которая доказала своё право на то, чтобы мы связали с ней свою судьбу. Компанию, которая не вчера появилась и не завтра исчезнет, а ту, которая пришла на наш рынок всерьёз и надолго.

2 - Компания должна быть Международной - то есть ни в коем случае не должна быть завязана на экономике только одной страны, любой страны, а тем более России (что такое российская экономика - ни для кого не секрет, и я опасаясь Российских компаний из-за самой экономики и из-за менталитета российских «бизнесменов»).

Когда компания имеет торговые представительства, допустим в 50-ти странах, то, даже если случится кризис в 10-ти из них, компания в любом случае «выживет» за счёт остальных. Что и происходило с Орифлэйм в 1996 году в Польше и в 1998 году в России и в Чили)

Если же компания строится на экономике только одной страны (или даже нескольких, но таких как - Россия, Украина, Казахстан и т.п.) то случись что - и она «умрет» вместе с этой экономикой.

3 - Компания должна иметь Собственные Производства.

Подавляющее большинство компаний Сетевого Маркетинга являются посредниками.

А Вы как думаете, с кем надёжней сотрудничать - с производителем или с посредником?

Если фирма посредник, столкнётся с серьёзными трудностями, допустим, упадёт спрос на продукцию, что она предпочтёт: тратить огромные деньги на изучение спроса, на улучшение качества продукции и т.д., или исчезнуть с рынка и появиться через какое то время с новым названием, с новым продуктом и с новым маркетинг - планом? Практика показывает, что выбирают второе, потому что это быстрее и дешевле.

Производитель же, у которого миллионы и миллионы вложены в производства, сделает всё, чтобы подобной ситуации не допустить.

А так как нам с вами нужен «пассивный» доход на долгие, долгие годы, необходимо, чтобы фирма, с которой мы сотрудничаем, благополучно существовала вплоть до самого «Второго пришествия».

Принимая во внимание всё вышеперечисленное, я остановил свой выбор на компании **«Орифлэйм Косметикс Интернэшнл»**

- 1) Продукт отвечает всем пяти требованиям. Более 1000 наименований косметики, средств личной гигиены, продуктов по уходу за кожей, парфюмерии, бижутерии одежды, аксессуаров и т. п., то есть товара, которым пользуются **ВСЕ** и **ВСЕГДА**.

Дело в том, что когда конкретная компания, с каким то продуктом, выходит на рынок, она стремится занять определенную «потребительскую нишу». Если продукт будет эксклюзивный (специфический, рассчитанный на узкий круг потребителей) или слишком дорогой, (который смогут купить только люди с достатком выше среднего) тогда круг покупателей этого продукта будет крайне ограничен; компания достаточно быстро займёт свою потребительскую нишу и на этом её развитие остановится.

Продукция компании «Орифлэйм» является «товаром массового потребления» и с этим товаром компания будет приобретать всё новых и новых покупателей постоянно.

- 2) Очень надёжный партнёр для сотрудничества - с 1967 года на международном рынке, более чем в 70 странах торговые представительства, по всей Европе и в Азии свои заводы, фабрики и собственная исследовательская лаборатория. Сейчас под Москвой построена и в 2007 году запущена самая крупная в Европе косметическая фабрика, и для реализации этого проекта компания подписала договор на аренду земли на 100 лет! (Так что в ближайшие 100 лет мы можем быть спокойны за свои семьи).

Генеральное направление деятельности компании «Орифлэйм», её цель, её миссия:

«Стать первым естественным выбором для каждого человека».

Но это было до 2008 года - в 2008 году миссия компании поменялась - и теперь звучит так:

«Стать компанией №1 на косметическом рынке мира!»

И когда компания разрабатывает продукцию и маркетинг-план, всё подчинено этой цели. Имея такую цель и такой продукт, она сможет развиваться безгранично, потому что «человеческий ресурс», как известно, не ограничен.

Когда я узнал о миссии компании, я понял, что мне с ней по пути. Меня всегда угнетала ограниченность. Ограниченность в росте доходов, в развитии бизнеса, в личностном росте.

Сотрудничая с этим Гигантом мировой экономики, с Лидером **МИРОВОЙ (!)** косметической индустрии, я знаю, что мой бизнес будет развиваться, развиваться и развиваться, даже после того, как я уже отойду от активного участия в нём.

И в завершении, хочу открыть вам один «секрет», который я узнал от очень богатого человека:

*«...если ты хочешь иметь постоянный доход и долгосрочный, стабильно развивающийся бизнес - тебе необходимо заниматься продуктом, **вызывающим привыкание** (чтобы человек снова и снова приходил и покупал этот продукт)».*

В природе существуют только 5 «продуктов» вызывающих привыкание:

- 1) Продукты питания.
- 2) Наркотики.
- 3) Секс.
- 4) Мыло.
- 5) и Деньги.

Так вот **«Орифлэйм» - это Мыло и Деньги.**

Для потребителей - это качественное и доступное по цене «мыло», а для организаторов процесса потребления - это и мыло, и деньги. Потому что люди всегда мылись, моются и будут мыться! И в хорошие времена, и во время кризиса, и зимой, и летом... **И если этот процесс нельзя остановить - то почему бы его не возглавить?**

В будущем все время будут появляться разные новые компании, и Вас и Ваших знакомых будут все время куда-нибудь приглашать, расхваливая преимущества маркетинг-плана или продукции... Любую фирму можно проверить по двум вышеперечисленным требованиям: **«Правильный» ли продукт?** и **Надёжна ли компания?** - Вам сразу многое станет ясно. Потому что на дорогом, эксклюзивном товаре можно заработать разве только славу у потомков (и то вряд ли), а деньги можно заработать только на доступном по цене товаре широкого потребления и постоянного спроса, а это - Мыло и Деньги.

И что мне больше всего нравится - это то, что это «пассивные» деньги!

Деньги, ради которых Вам уже не нужно будет вставать каждый день в 7 часов утра, и хочешь - не хочешь, бежать на работу.

Вы сами будете определять; работать Вам или не работать, и если работать, то где, когда, с кем и сколько.

Это и отличает любой бизнес от работы. Имея работу, даже свою собственную работу (предпринимательство), Вы все равно вынуждены работать всю жизнь. А в бизнесе Вы сначала работаете, много работаете, но затем, сможете работать меньше, а получать больше и в последствии Вы сможете совсем перестать работать при сохранении дохода, а это даёт Вам свободу - а теперь вспомните, чем бы Вы хотели заниматься, если Вам не нужно было работать? Если бы у Вас было достаточно и времени и денег?

Проблема в том, что очень большинство видов традиционного бизнеса, к сожалению, невозможно довести до уровня «автономного существования». И причин для этого несколько:

1. Ваши интересы и цели не совпадают с интересами и целями ваших работников. (Противоречие труда и капитала - точно по К.Марксу) И чем лучше Вы обучите своего сотрудника - тем быстрее получите еще одного конкурента.
2. Все риски и стратегически важные решения (в том числе и в кадровом вопросе) лежат на Вас: одна ошибка - и вы разорены. Поэтому жизненно необходим постоянный контроль ситуации. Печальная статистика: для того, чтобы самому построить успешный бизнес - придется пять раз разориться.
3. Ваши планы ограничены, как правило, Вашими собственными ресурсами - ваши бизнес-партнеры вряд ли будут вкладывать серьезные средства в расширение и поддержку Вашего бизнеса.
4. Вы не можете защищать и лоббировать свои интересы на государственном уровне - вам приходится играть по навязанным со стороны государства правилам - и самое печальное в этом то, что мы живем в сильно коррумпированном государстве. Поэтому вам придется платить - и много!

Из всего вышесказанного важно запомнить главное - что **«...самым лучшим «продуктом», который распространяется методом многоуровневого маркетинга, является С В О Б О Д А»**.

И я не побоюсь утверждать, что для подавляющего большинства населения земного шара многоуровневый маркетинг - это единственная возможность получить эту свободу.

МЛМ - УНИКАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕЛЕЙ.

*«У меня была великая цель, а сетевой маркетинг
стал уникальным средством её достижения»
/ Рэнди Гейдж /*

Любой бизнес (и МЛМ не исключение) не является целью сам по себе, он лишь средство достижения жизненных целей, средство передвижения из пункта «А» (в экономическом смысле) в пункт «Б».

Когда Вы покупаете в магазине сверло, Вам не нужно сверло само по себе, Вам нужно отверстие, которое Вы собираетесь им сделать. Цель - отверстие, а сверло и дрель - средство.

А какие цели преследуете Вы, занимаясь этим действительно уникальным бизнесом? Хотите немного заработать дополнительно? Или серьёзно поправить своё финансовое положение - купить машину, квартиру, дать детям образование, ездить с ними в увлекательные путешествия? Или, может быть, вы смотрите дальше, мыслите шире, масштабней? Может быть, вы хотите создать, чтонибудь грандиозное, что-нибудь такое, чего ещё никто не создал, или сделать это лучше других? А может.....?

«Степень вашего успеха напрямую будет зависеть от величины ЦЕЛИ и ваших усилий, приложенных к достижению этой ЦЕЛИ».

В чём же уникальность этого бизнеса? И как мы с его помощью сможем достичь великих целей?

В мире существует три вида бизнес систем:

- 1) Традиционный или корпоративный бизнес
- 2) Франчайзинг (покупка готовой бизнес системы)
- 3) MLM (Multi - Level Marketing) - Много - Уровневый Рынок

Я не буду сейчас подробно останавливаться на первых двух, покажу лишь, в чём их основные различия.

Для того чтобы построить успешный *Традиционный бизнес* человеку необходимо обладать несколькими составляющими:

- 1) Идея, план - как и в какой нише создать свой бизнес.
- 2) Экономическая смекалка (способность видеть новые возможности развития)
- 3) Знания и ОПЫТ в области экономики и в области создания бизнеса.
- 4) Связи
- 5) Начальный капитал (деньги).

И даже если Вы имеете все составляющие, это не гарантирует Вам успех в деле, потому что Вам **самому** нужно будет создать не просто очередную работу для себя самого, а **собственную бизнес-систему**.

Статистика показывает: большинство традиционных предприятий - более 95% - заканчивают своё существование, не отпраздновав 3-летний юбилей.

В этом смысле **Франчайзинг** (в переводе с английского - льгота или привилегия) можно рассматривать как альтернативную бизнес-систему.

Привилегия франчайзинга в том, что это уже **готовая бизнес система**. Проверенная, отработанная во многих городах и даже странах, под «раскрученной» торговой маркой, с прогнозируемым доходом. Не требующая от владельца ни 1) экономической смекалки, ни 2) образования, ни 3) связей, а только определённую сумму достаточную для её покупки.

Самый известный франчайзинг - рестораны быстрого питания «МакДональдс», покупка этой франшизы обойдётся Вам в 1 миллион 200 тысяч долларов, плюс расходы на организацию, торговое оборудование и т.д. (может быть поэтому за Уралом нет ни одного «МакДональдса»?) но есть франчайзинги и подешевле.

Это действительно «льготная» система, потому что для того, чтобы иметь автономно работающий франчайзинговый бизнес, Вам не нужно быть «семи пядей во лбу», не обязательно иметь бизнес образование и «крышу», можно просто взять кредит (если есть под что) и купить уже работающий бизнес, научиться им управлять - и получать от него доход.

Но при всех его достоинствах Франчайзинг имеет один, но очень существенный недостаток - его доход потенциально ограничен, потому что для увеличения прибыли он требует новых и новых капиталовложений.

Третья бизнес система - это МЛМ. Его называют мини - франчайзинг (Мини - по стоимости его покупки, но не по доходам от него. Франчайзинг - потому что это готовая бизнес - система)

Если смотреть на бизнес как на средство передвижения из пункта «А» в пункт «В», то чтобы улететь, допустим, из Новосибирска в Москву, воспользовавшись «традиционным» самолётом, Вам нужно очень крепко подумать, чтобы: 1) придумать этот самолёт, потом 2) создать его подробный проект на бумаге, затем 3) привлечь инвесторов чтобы его построить, 4) научиться им управлять и тогда уже спокойно лететь себе в Москву.

Если Вы хотите воспользоваться «самолётом - франчайзингом», то Вам нужно просто купить этот самолёт, научиться им управлять и через несколько часов Вы будете в Столице.

Если же Вы не гениальный изобретатель «самолётов», и даже не миллионер, и не обладаете навыком управления этой «машиной», то Вам лучше всего воспользоваться «МЛМ - лайнером», здесь Вам не придётся придумывать этот сложный механизм, строить его, сдавать экзамены по высшему пилотажу. Вам нужно просто купить билет и лететь туда, куда Вы захотите.

Вот об этих преимуществах МЛМ над остальными бизнес системами я хотел бы рассказать поподробнее:

1) ДОСТУПЕН ВСЕМ - не требует никакой экономической смекалки, специального образования, любой другой подготовки, а так же связей и начального капитала.

Вам достаточно уметь писать, считать (на калькуляторе) и иметь в кармане сумму, которую имеет в кармане каждый нормальный человек.

« ... политика открытых дверей этого бизнеса напоминает, своего рода, благотворительную ярмарку с равными возможностями, о чём кричат большинство

социалистов. Но я не встречал убеждённых социалистов в этом бизнесе. Это бизнес для капиталистов и для людей, которые хотят стать таковыми».

/Р.Кийосаки/

Главное, что вам нужно иметь - это желание, **сильное желание изменить свою жизнь!**

2) НЕТ РИСКА - так как нет вложений, соответственно нет и никакого риска.

Даже если у вас по каким то причинам не получится построить здесь серьёзный бизнес, самое малое что вы будете иметь - это покупать нужную Вам продукцию по цене производителя.

3) НЕТ ДИРЕКТИВ - вас не уволят (что весьма актуально на сегодняшний день), не оштрафуют, вы не попадёте под сокращение, никто не будет указывать вам, когда приходить и что делать (хотя для некоторых это преимущество становится «фатальным» - потому что они не привыкли брать на себя ответственность за свою жизнь, они нуждаются в том, чтобы их постоянно кто-нибудь «подпывал»). Никто не будет навязывать вам методы работы. Компания и спонсор могут порекомендовать вам самые эффективные, на их взгляд методы, но только вы будете решать, нравятся они вам или нет, и вы всегда сможете выбрать любые другие или придумать собственные.

4) ДОХОД ПОТЕНЦИАЛЬНО НЕ ОГРАНИЧЕН - Во-первых: вознаграждение всегда ровняется приложенным усилиям так как оплата вашего труда не зависит от субъективного мнения начальника. Беспристрастный компьютер фирмы-партнера начисляет Вам процент от реально созданного вами товарооборота Вашей организации покупателей, поэтому перспектива увеличения Вашего дохода - исключительно в Ваших собственных руках.

Во вторых: вам не требуется новых вложений для увеличения прибыли, как в любом традиционном бизнесе и даже франчайзинге. Никаких больших накладных расходов! Наш доход увеличивается только за счёт увеличения группы покупателей/потребителей и базы клиентов, а соответственно и товарооборота (а «человеческие ресурсы», как известно, не кончаются никогда).

И в третьих: люди, серьёзно занимающиеся сетевым бизнесом, спустя некоторое время обнаруживают, что есть совершенно другой мир, мир, в котором можно просто жить, а не бороться за выживание, мир больших возможностей и перспектив. Мир, в котором большинство людей, (всё время решающих проблему нехватки денег), никогда не были.

5) НЕТ ЭКСПЛУАТАЦИИ: На сегодняшний день МЛМ - это единственная бизнес система, которая даёт возможность по настоящему богатеть, не эксплуатируя ни одного человека. Это система бизнес - партнёрства, где мы богатеем не вместо, а вместе с людьми.

Когда вы приглашаете человека в бизнес, вы не приглашаете его работать на Вас. Каждый работающий здесь работает на себя, создаёт свою группу потребителей, и каждый идущий за ними делает то же, но каждый заинтересован в успехе другого и поэтому всегда может рассчитывать на поддержку со стороны своих партнеров.

6) НАСТАВНИЧЕСТВО - это по истине уникальная особенность этого бизнеса.

На свете найдётся немного счастливицков (помимо МЛМ), которые могли бы похвастать тем, что в течение многих лет имели в качестве наставника опытного бизнесмена (причём совершенно бесплатно), кровно заинтересованного в их успехе. Недооценивать эту возможность может только «неопытная, самонадеянная юность», (а «юность» эта, к сожалению, присуща всем возрастам).

7) ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ ОСТАТОЧНОГО (ПАССИВНОГО) ДОХОДА

«Если то дело, которым Вы занимаетесь, не будет приносить Вам остаточный (пассивный) доход, пусть даже в самой отдалённой перспективе - то с экономической точки зрения в этом деле нет никакого смысла».

Роберт Киосаки.

Какой смысл в том чтобы зарабатывать деньги, тратить их и утром опять идти на работу - зарабатывать, чтобы опять потратить? Активный доход - это замкнутый круг, крысиные бега - Финансовое рабство. Только получение остаточного (Пассивного) дохода даёт финансовую свободу. **Остаточный доход - это единственный мостик к финансовой независимости!**

Либо вы всю жизнь будете работать за деньги, либо в конце-концов вы научитесь заставлять деньги работать за себя - третьего варианта нет. И чем раньше - тем лучше для Вас...

Сетевой маркетинг - это не просто возможность, заработать какую-то сумму.

Для более чем 95% населения всего земного шара - это **ЕДИНСТВЕННАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ** перейти от активного зарабатывания денег к реальному получению остаточного дохода, возможность снять с себя шкурку «Белки в колесе» и наконец - то заняться настоящим делом - тем делом, для которого они родились и живут на этой Земле.

Финансовая независимость - это не конечная цель, напротив - это только начало. Начало совершенно иной жизни. Жизни, в которой человек переоценивает ценности и понимает, что главное - это не накормить, постирать, одеть и дать бесплатное образование своим детям (пропадая из-за этого круглые сутки на работе). Главное - дать им любовь и внимание, которые ничем невозможно заменить. Жизни, в которой Вы можете заниматься любимым делом, получать от этого удовольствие и совершенно не думать о том, сколько Вам за это заплатят.

Что значит для вас - добиться успеха в жизни? Деньги? Карьера? Признание???

Знаете ли Вы, от чего человек получает наибольшее удовлетворение?

Наибольшее удовлетворение человек испытывает, когда занимается любимым делом, реализует свой внутренний потенциал, то дарование, которое Бог заложил в него при рождении. **Выполнить своё предназначение - вот настоящий успех в жизни** любого человека. Только тогда человек имеет настоящее удовлетворение и понимает, что он живёт на земле не зря.

Социологи провели глобальное исследование с целью выяснить - чем отличается мышление успешных людей от мышления «неудачников». И вот какие основные отличия в мышлении этих людей они обнаружили.

- 1)- Успешные люди имеют **ЦЕЛЬ**, они точно знают, чего хотят и куда идут.
- 2)- Они имеют **ПЛАН** достижения этой цели и **ВСЕГДА (!)** следуют ему.
- 3)- Они верят в **ОТСРОЧЕННОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ** (т.е. знают, что награда будет, когда они достигнут цели).

Соответственно «неудачники»:

- 1)- не имеют ни какой цели - **бесцельная жизнь**, (единственной их целью является - дотянуть до зарплаты).

- 2)-Естественно, что если нет цели, то не может быть и никакого плана по её достижению. По этому поводу мне всегда вспоминается следующий диалог из «Алисы в стране чудес»: Когда она спросила у Чеширского Кота «Скажите, пожалуйста, а в какую сторону мне идти?» тот ответил:

«Ну это зависит от того, куда вы хотите попасть»

«А мне всё равно куда попасть» - сказала Алиса.

«Ну тогда всё равно куда идти.»

«Ну мне лишь бы попасть куда -нибудь»

«Иди куда-нибудь - куда-нибудь да попадешь», - ответил ей мудрый кот.

КУДА - НИБУДЬ - вот финал бесцельного существования большинства...

Почему большинство людей, стараются избегать трудности? Почему, когда в их жизни случаются сложные ситуации, они унывают, впадают в депрессию? Ответ прост: потому что в их жизни нет цели, а когда нет цели, то нет никакого смысла преодолевать трудности.

Когда человек движется к цели, он готов «бороться» и терпеть, потому что, каждое преодоленное препятствие приближает его к ней, а если цели нет, - ради чего бороться?

Подумайте, какие моменты Вашей жизни лучше запоминаются - когда холодно и голодно, когда трудно, когда борешься и преодолеваешь - или тихая, спокойная, сытая, однообразная жизнь, когда и вспомнить-то особо нечего?

3) - И основная проблема этих людей - они хотят иметь **всё и прямо сейчас**.

Они не хотят созидать свой успех - «кирпичик за кирпичиком», они хотят иметь, сразу всё, и прямо сейчас.

Но подумайте: разве человек, посетивший одну тренировку, становится олимпийским чемпионом? Или студент, посетивший одну лекцию, становится великим хирургом? Или ребёнок, первый раз ударивший по клавише рояля, тут же становится великим музыкантом? Разве не требуются для этого многолетние и упорные занятия?

Это же очевидные факты, понятные каждому. Почему же только около 3% людей достигают успеха в жизни, а остальные надеются на чудо, на то, что им когда -нибудь повезёт или кто-нибудь изобретет «волшебную пилюлю» - и они сразу же получают все, чего хотели?

Это похоже на массовое помешательство. Откуда у людей такие идеи?

Если вы весной посадите картошку, то осенью и соберёте картошку. И если вы будете продолжать делать это из года в год, то из года в год вы будете собирать именно картошку, или вы рассчитываете однажды собрать ананасы?

И если вы сегодня делаете то же самое, что делали вчера, завтра вы будете иметь то же самое, что имеете сегодня. **«Что посеет человек, то и пожнёт».**

Тем же людям, которые не оправдывают своё бездействие и нежелание брать на себя ответственность за свою жизнь, а действительно хотят добиться успеха, я рекомендую ответить на три простых вопроса, которые помогут Вам спланировать достижение Ваших целей. Потому что ПЛАНИРОВАНИЕ является ключом к успеху.

Отнеситесь к этому заданию очень серьёзно, и обязательно его выполните.

«...люди, ориентирующиеся на ясные, изложенные в письменной форме цели, достигают в десятки раз большего, нежели равные им или даже превосходящие их по образованию и способностям, но которые, однако, никогда не тратят времени на чёткое изложение на бумаге того, к чему они, в конечном счете, стремятся.»

/Брайан Трейси/

Подумайте и письменно ответьте в мельчайших деталях:

- 1) Если бы у вас было достаточно денег и времени, то чем бы вы больше всего хотели заниматься в жизни? Чего добиться? Что пережить? Кем стать? И т. д.?
- 2) Если бы вам дали миллион долларов, то что бы вы сделали?
(ответ «раздал бы долги» не принимается)
- 3) Если бы Вы узнали что, Вам осталось жить всего 6 месяцев, то чем бы вы занимались всё это время и ради чего?

Запишите не менее десяти ответов на каждый вопрос и не реже одного раза в неделю перечитывайте свои ответы, размышляя над ними, что-то, меняя, что-то дополняя, что-то корректируя. Возможно, для того чтобы придти к окончательному варианту, Вам потребуется не один день, а может быть и не один месяц.

Затем, выберете и запишите отдельно по одному, на ваш взгляд, самому важному ответу на каждый вопрос.

Когда вы это сделаете Вы, возможно узнаете: Для чего вы живёте на этой земле и именно в это время. Узнаете своё предназначение. То, для чего и создал вас Творец и к чему призывает.

После того как Вы окончательно определитесь с целями (хотя они будут корректироваться, и дополняться, наверное, всю жизнь) не забывайте просматривать их по крайней мере раз в неделю, это поможет Вам не сбиться с курса и правильно расставлять приоритеты.

Ещё одна вещь, которая поможет вам сделать свою жизнь более продуктивной - это

«Пирамида планирования»



В основании этой пирамиды лежит определение вами своей миссии, то есть судьбы, предопределённой для вас Богом или Вами (то, о чём мы говорили выше).

Второе - это главная цель вашей жизни и методы её достижения.

Уверен, что вы живёте не только для того, чтобы поглощать кислород и выделять углекислый газ, поглощать пищу и выделять ... (сами знаете что), приходить с работы, смотреть телевизор, просыпаться и опять идти на работу.

У каждого человека, живущего на этой земле, есть определённое дарование, которое он должен максимально в себе развить, только тогда, человек будет полностью удовлетворён, и его жизнь и жизнь близких ему людей наполнится смыслом, да и обществу в целом будет польза.

Не позволяйте себе просуществовать бесцельно!

Чтобы составить план достижения Вашей главной жизненной цели, весь путь до этой цели необходимо разделить на временные отрезки, с конкретными результатами в конце каждого этапа 10 лет-? 5 лет-? 3 года-? 1 год-? (промежуточные цели) с составлением подробного плана действий для достижения этого результата.

Цель отличается от мечты тем, что имеет конкретные сроки и план по её достижению.

Следующее - это краткосрочные промежуточные цели, которые вы планируете достичь к концу каждого месяца и действия по их достижению, (эти цели, и будут ПЛАНОМ достижения долгосрочных промежуточных целей).

Пятое - в конце каждой недели выделите один час, чтобы спланировать свои действия на следующую неделю - это даст Вам возможность планомерно двигаться к достижению краткосрочных целей. Возьмите ежедневник (типа планинг) и запишите туда все ваши дела, встречи, семинары, звонки и т. д.

Шестое - начинайте каждое утро с того, что открывайте свой ежедневник и строго следуйте плану, это сделает ваши действия более эффективными и сохранит вас от лишних и непродуктивных движений. В конце дня обязательно (!) уделите 15-20 минут на анализ проделанной работы и планирование дел на завтра. Если Вы по каким либо причинам не сделали всего что планировали на этот день, то перенесите эти дела на завтра.

Ни когда, ни кому и ни чему не позволяйте нарушать ваши планы, а иначе для чего вы тогда планируете? (Прочитайте книгу Фрэнка Бэтджера «Вчера неудачник, сегодня преуспевающий коммерсант»)

Чем напряжённее график вашей работы, тем серьёзней нужно подходить к вопросу планирования.

Исследования Гарвардского университета показали, что лишь 3% людей ***записывают на бумаге*** свои цели - долгосрочные, краткосрочные, промежуточные. Они разрабатывают подробный план достижения каждой цели, также уделяют достаточно времени ежедневному планированию, и именно у них сосредоточены 80% всего мирового капитала.

10% - людей имеют общие цели (нигде не записанные, находящиеся в голове), но подробно прописывают ежедневные задачи, они имеют 15% от всех денег.

60% - людей просто делают повседневные дела день за днём - около 5% денег.

27% - людей не имеет ни каких целей, как следствие - низкая самооценка, доходы близки к 0% (нуждаются в социальной помощи)

Это заставляет задуматься и по-новому взглянуть на такую непопулярную у большинства людей тему, как планирование.

И последнее, что я хочу вам пожелать - не упускайте возможности ПРЯМО СЕЙЧАС! Очень часто второго шанса не предоставляется... И напоследок мысль:

То, что мы имеем сегодня - это результат того стратегически важного жизненного решения, принятого нами несколько лет назад! И наше завтра в огромной мере зависит от того, какое решение мы принимаем сегодня !

Искренне желаю Вам Успеха!

РЕКОМЕНДАЦИИ НАЧИНАЮЩЕМУ БИЗНЕСМЕНУ.

Вы стали консультантом. А это значит, что Вы начали свой бизнес. И первым, самым необходимым инструментом для работы у Вас должен быть «Список знакомых». Круг знакомых - это люди, с которыми Вам приходилось когда-либо общаться.

В нашем бизнесе, в отличие от других, не нужны материальные вложения. Основной и самой существенной инвестицией является круг знакомых и к составлению списка необходимо отнестись с большой ответственностью. Это Ваш неиссякаемый источник, из которого будет питаться и развиваться Ваш бизнес.

При составлении списка **никогда ни за кого не решайте**, подходит это ему или нет, будет или не будет он этим заниматься. Ваша задача - дать информацию о бизнесе, продукции, компании как можно более профессионально и как можно большему числу Ваших знакомых. Право решать предоставьте им самим.

В нашем бизнесе речь не идет о том, чтобы уговаривать людей - наша задача в другом: найти среди них тех, кто имеет активную жизненную позицию. Мы находим тех, кто готов присоединиться к нашему бизнесу и пользоваться нашей продукцией. Поэтому научитесь спокойно относиться к отказам, т.е. слышать «Нет, мне это не подходит». Для лучшего понимания ситуации давайте проведем такую аналогию: Вы стали поклонником здорового образа жизни и стали следить за фигурой, ходить на фитнес/в тренажерный зал, прекрасно понимая, что регулярные тренировки помогут Вам всегда отлично выглядеть и избавиться от проблем со здоровьем. Естественно, понимая все плюсы и перспективы этого занятия, Вы приглашаете своих друзей и родственников тоже ходить с Вами в спортзал. Все ли пойдут с Вами? ;-) И как Вы на это отреагируете? ;-) Станете уговаривать? Будете навязчивыми? Или ты все же дадите человеку право выбора? Вот такое же отношение к людям и их выбору должно быть и в нашем бизнесе у профессионалов! Вы можете повлиять только на качество выдаваемой Вами информации!

Запомните поговорку: «Нет» - это наша работа. «Да» - это наша зарплата.

Откуда взять много людей? Для этого необходимо составлять список по отдельным направлениям. (см. Методы) При этом помните статистику, к 21 году практически каждый человек имеет более 300 знакомых. Поэтому сразу составьте список минимум из 100 человек, чтобы активно начать работать с первых дней.

Обычно, первыми в списке будут ваши родные и родственники. Их хочется привлечь первыми, помочь им в первую очередь. Знайте, есть один психологический момент: наши родственники знают нас очень давно и, как они считают, очень хорошо. Они привыкли нас воспринимать определенным образом, и им очень трудно поверить, что мы открыли своё дело, свой бизнес, в котором ни когда раньше не работали. Они не очень верят в успех нашего начинания.

Поэтому:

- В первый месяц работы старайтесь организовать всех знакомых на встречу со Спонсором - т.е. работайте по принципу «2 к 1» (см. книгу Тома Шрайтера «Большой Эл раскрывает секреты»). Спонсор в их глазах - эксперт, ту же информацию из его уст они будут воспринимать совсем по-другому.
- Если же спонсор далеко - есть альтернатива. Вообще в бизнес-психологии этот прием называется "человек с портфелем" или "привлечение третьей стороны". Для Вас третьей стороной будет выступать эта книга. Также подойдет «Богатый папа, бедный папа» или «Бизнес-школа» Роберта Киосаки (обязательно купите эти книги

в книжном магазине и прочитайте их сами на досуге, чтоб понимать, кому стоит их давать почитать - эти книги не для всех). Также такой книгой может быть "План успеха Орифлэйм". А потом просто спросите "Ну как, есть интересные мысли? Теперь ты понимаешь, почему я этим бизнесом с Орифлэйм заинтересовался?"

- Научитесь с первого дня работы договариваться с людьми о встрече на уровне «нулевой информации». Это часто необходимо делать потому, что многие люди уверены, что они знают, что такое сетевой бизнес и что такое «Орифлэйм» - и у подавляющего большинства слово Орифлэйм ассоциируется со словами «распространение косметики». На самом деле ничто так не мешает увидеть истину, как собственная точка зрения - если бы все они в действительности точно знали и понимали смысл этого бизнеса - они давно уже сами присоединились бы к Вам. (см. «шаблоны приглашений»)
- Правильно и грамотно представляйте своего спонсора (см. Методы). Помните, если есть в этом мире люди, которые искренне желают вам успеха, то это Ваши родители и Ваш Спонсор!
- «Приклейтесь» к своему Спонсору. Выработайте привычку слушать, слышать и выполнять все рекомендации Спонсора. Он - источник информации, учёбы и помощи. **И звоните ему сами, не ждите, пока он Вас побеспокоит.** Излишняя стеснительность - самый большой враг Вашего успеха. Узнайте и запишите имена всех вышестоящих Спонсоров, до лидера структуры. Уточните, как с ними можно связаться и общаться при отсутствии Вашего Спонсора.
- Выучите и постоянно выполняйте три правила новичка (см. Методы).
- Постоянно носите список с собой и пополняйте его, когда будете встречаться с давними знакомыми или знакомиться с новым человеком. Берите рекомендации у тех, кто сказал «нет». У них всегда найдутся свои знакомые, которые хотели бы увеличить свой доход или пользоваться популярной продукцией. Это поможет Вам постоянно выходить на круг общения нового знакомого и сделает список неисчерпаемым!

Однако составить Список и иметь его при себе - это половина дела.

Теперь вместе со спонсором необходимо составить график встреч с теми, кто попал в список, и строго его выполнять.

Помните, что настоящий успех в бизнесе придёт тогда, когда Вы научитесь и будете:

- Проводить не менее 3 встреч (презентаций) в неделю (здесь уместно будет провести аналогию со спортом - для получения результата необходимо тренироваться как минимум три раза в неделю в течение года, хотите ускорить результат - тренируйтесь чаще)
- Ежедневно раздавать и снова забирать каталоги с целью найти новых знакомых. Каталог - идеальное средство знакомства с новыми хорошими людьми.
- Обучать своих людей тому, чему научились сами.

МЕТОДЫ

В список знакомых включаются:

- Близкие люди.
- Родственники.
- Друзья
- Родственники друзей.
- Коллеги по работе (теперешние и бывшие)
- Друзья по спортивной секции.
- Соседи по дому.
- Люди, с которыми Вы регулярно контактируете:
 - в магазине;
 - в парикмахерской;
 - в поликлинике и т.д.
- Знакомые:
 - по детсаду;
 - по школе;
 - по институту;
 - по пионерлагерю;
 - по даче.
- Знакомые из других городов.
- По записным книжкам.
- Фотоальбомам и т. д.

№	Ф. И. О. (кто)	Адрес, телефон	Его интересы
1	<i>Иванов Иван Иванович (бывший коллега, инженер)</i>	<i>Красный проспект 23-14. т. 223-37-63</i>	<i>Рыбалка, автомобили.</i>
2	<i>.....?, продавец молока из соседнего киоска</i>	<i>.....?</i>	<i>Устала оттого, что вся жизнь проходит в киоске.</i>

Шаблоны для организации встречи с нулевой информацией:

- Заходи завтра гости на чай, дело есть к тебе
- Жду тебя в гости, у меня для тебя будет сюрприз.
- Мне нужна твоя помощь, я хочу с тобой поговорить (посоветоваться).
- Мне одно дело предложили, и мне очень важно твоё мнение на этот счет.
- Ты мне очень нужен/нужна.

- Меня пригласили на встречу, ты мне нужен/нужна в качестве поддержки.
- Я нашла себе работу, обещают неплохие деньги, у меня уже получается....
- Хочешь, я тебе расскажу, что делать, чтобы муж от тебя не «отходил»?
- Хочу познакомить тебя с интересным человеком, у него есть чему поучиться.
- Слушай, ты мой лучший друг/подруга, я тебя хорошо знаю, когда мне рассказали о новой работе, я подумал/а - это как раз для нас!
- Если у вас плохо с деньгами, то я могу помочь: через одного моего знакомого можно устроиться на работу.
- Есть идея, можно вот так заработать!
- Я испытываю такое удовлетворение от своей новой работы, приходи, расскажу.
- У меня для тебя хорошие новости, при встрече расскажу, по телефону об этом говорить не могу.
- Знаю, как тебе помочь, «не ломай» голову, приходи, всё объясню.
- Деньги нужны? Есть тема для разговора!
- Приехал мой старый знакомый, у него есть идея как заработать, хочу вас познакомить.
- Ты сегодня вечером свободен/свободна? Я к тебе заеду, поговорить надо.
- У меня к тебе дело на 149 рублей, и это не телефонный разговор!

Небольшая просьба - не нужно разговаривать «шаблонами» - они всего лишь подсказка. Просто будьте естественными, такими, какими вас привыкли видеть друзья и знакомые...

Представление Консультантом своего Наставника/Спонсора:

- Я хочу представить тебе (имя, отчество). Это весьма успешный человек, и я уверен/а, что его информация будет для тебя очень полезной.
- Я хочу познакомить тебя с моим старым знакомым (имя), который за последнее время буквально на глазах очень вырос по доходам и вообще сильно изменился. Сейчас он успешный бизнесмен и поэтому я попросил/а его рассказать, чем он занимается, и он любезно согласился поделиться с нами своим жизненным опытом. Как ты думаешь, тебе будет интересно?

Три правила, которые нужно запомнить:

- Делай как я (дублицируй своего Спонсора)
- Молчание - золото (пока не изучил тему).
- «Тонешь» - кричи о помощи! (Не позволяйте проблемам загнать Вас в тупик одиночества. Помните, что *« у лягушки которую проглотил удав, есть по меньшей мере два выхода. . . .»* Срочно позвоните своему Спонсору/наставнику, и он Вам их покажет).

Позвольте, в завершении, предостеречь Вас от того чтобы Вы, **придя домой или на работу, не стали проводить опрос мнения окружающих** - хорош этот бизнес или нет - потому что советы вам будут давать такие же люди, которые об этом

бизнесе знают ровно столько, сколько знали Вы до того, как познакомились с этой информацией. Просто дайте им почитать эту книгу.....

«Ничто не достаётся нам так дёшево и не обходится нам так дорого, как бесплатные советы близких людей»

