

Всегда работай в самой глубокой точке группы.

Янош Деметр.

- Вы думаете, что знаете все?
 - Все делаешь ты.
- Тебе спонсор не строит ногу? • Построй ему мечту!
- Несколько правил, которые помогут построению твоей глубины.
 - Твоя ответственность. • Без чего умирает твой бизнес.
 - Не работай в одиночку.
 - Построение глубинных баз.
 - Дверь в глубину. • Как построить одновременно 5—6 ног.
 - Там, где много отказов.
- Обучай, но работай только на себя.
 - Когда передать руководство?
 - С кем работать?
- Глубина и «высота». В чем разница?

Сегодня мне бы хотелось рассказать вам про запуск глубины. То о чем мы сейчас будем говорить является ключом к правильному построению вашего бизнеса. Нельзя построить глубину не запустив ее. Правильно? Сейчас давайте рассмотрим несколько пунктов по этой теме.

Пункт 1.

Это касается запуска глубины. Будьте очень внимательны, вы уже очень много знаете об этом бизнесе. Некоторые считают, что знают все. Большинство людей знает даже больше, чем нужно для того, чтобы построить большой бизнес. Почти все из вас знают как нужно пригласить людей, как нужно знакомиться с людьми, как приглашать группу, как нужно проводить маркетинг-план один на один и групповой маркетинг-план. Многие из вас умеют запустить новичков, знают как нужно выдавливать списки у людей. Все вы это все прекрасно знаете. Большинство людей применяют свои знания не на том месте и не на тех людях — вот о чем идет речь. Почти все вы усваиваете обучение частями, вы знаете и то и это, но все вместе — это непонятная картина и нужно время, чтобы собрать все воедино. И если вы сможете совместить правильно все эти маленькие частички, только тогда эта картина начинает получаться, все: приглашение, маркетинг-план, список, ВКБД, знакомство... И если вы сумеете все это правильно сложить, только тогда ваш бизнес будет расти. Тогда ты посмотришь какие неожиданные перемены произойдут с тобой и с твоей группой. Но большинство из вас забывает о том, что зачастую нет связи между тем, что мы делаем и тем, к чему мы стремимся. И получается обратная картина. Это все похоже на историю о пожарнике. Знаете? Спрашивают у пожарника: «Чем ты занимаешься?». А он отвечает: «Моя работа — вести пожарную машину.» Спрашивают у следующего: «А ты что делаешь?» Отвечает, что он разматывает шланг. Третий говорит, что должен смотреть за напором воды. Четвертый направляет шланг. Ну и какова же задача пожарника? Задача пожарника — потушить огонь, спасти людей, их состояние. Большинство людей строят бизнес следующим образом: моя задача состоит в том, чтобы вести машину, моя задача — пригласить людей, моя задача проводить маркетинг-план, моя задача делать то-то и то-то. И большинство людей забывают то, ради чего они начали строить этот бизнес. Ты что, пришел в этот бизнес, потому что тебе хочется просто приглашать людей и рассказывать им маркетинг? Нет. Вы пришли в этот бизнес, чтобы построить гигантские, грандиозные ноги. И вот именно поэтому вам надо углубляться, иначе вы сможете построить только

недоразвитые обрубки, а не ноги. Ты должен построить такую ногу, в которой будут изумруды и бриллианты. Ты должен работать над этим. Твоя задача состоит не в том, чтобы ты запустил человека, и не в том, чтобы ты спонсировал кого-то. Твоя задача состоит в том, чтобы перешагнуть через все это и построить большой бизнес, в котором будут тысячи людей, тысячи вступающих. То что ты сейчас спонсируешь этого человека — это только часть всего этого.

Пункт 2.

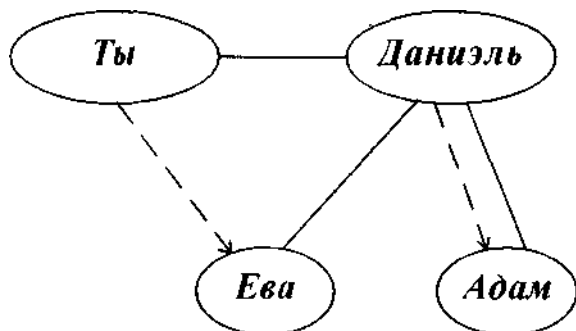
Вы наверное уже много раз слышали эту фразу. Об этом вам говорили кассеты, семинары, но мне бы хотелось повторить фразу Джима Дорнана: «Все нужно делать тебе при построении глубины». Просто-напросто все делаешь ты. Вот в этом вся твоя цель: чтобы ты умел это делать и чтобы твои люди учились это делать. Все, абсолютно все делаешь ты: и то, и это и даже то, о чем ты сейчас подумал, то чего ты боишься, то, что ты ненавидишь! Тебе все это нужно делать. Ты спрашиваешь: «До каких же пор мне нужно все это делать?» До тех пор, пока верхняя линия не скажет тебе, что то или иное ты можешь передать другому. Доверь тогда ему это дело. Но до этого момента все нужно делать тебе. Где? В самой глубокой точке группы. Ты думаешь я повторяюсь? Может быть, но ведь ты не делаешь всего этого, согласишься. Если с самого начала не ты это будешь делать, то с самого начала это будет дублироваться. А такая дубликация опасна, считай, что с самого начала эта нога умерла.

Пункт 3.

Очень, очень радуйся тому, если верхняя линия строит у тебя глубинную ногу. Обращай на себя внимание своей верхней линии. Но просто обратить на себя внимание еще недостаточно, нужно удержать это внимание на себе. Запомни, верхняя линия постоянно проводит поиск людей. Она ищет в глубине, она ищет на фронте. Так что радуйся, если верхняя линия строит тебе ногу.

Если же такого не происходит, тогда это надо делать тебе. Если твой директ или твоя верхняя линия строят ногу не у тебя, это еще не причина для расставания со своей мечтой. Или ты не хочешь достичь своей цели? Именно **ты** хочешь достичь своей цели! И отсутствие рядом спонсора не причина для похорон глубины. Возможно, вам покажется это странным, но мой спонсор никогда не показывал мне, как нужно строить ногу. Он никогда не показывал мне как нужно приглашать людей. Он умеет строить ногу, он умеет приглашать людей, и он делает все это, но на своем языке и в своей стране. И когда я приеду в Грецию, я тоже не смогу рассказать или показать. Да, если здесь живет человек из Индии, тогда ему можно показать это, но я, к сожалению, не знаю немецкий, я не из Австрии и не из Германии. Да, мой спонсор не смог построить мне глубокую ногу, но это не было повода для моего бездействия. Я никогда не говорил и даже не думал, что я не смогу этого сделать, или что я не смогу достичь своих целей потому, что мне не помогает верхняя линия.

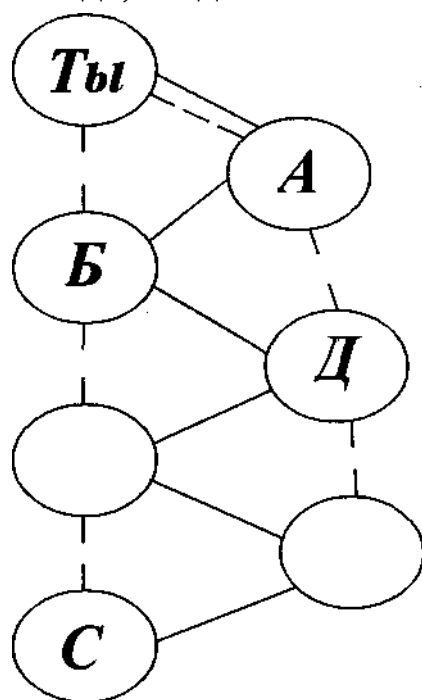
Некоторые мстят, да, не удивляйтесь, именно мстят, у них такая политика; я не буду строить бизнес, потому что мне не помогают мои спонсоры, я им за это отомщу — не буду делать ничего. Если ты не можешь обратить внимание спонсора на себя — строй сам. Мы опять возвращаемся к началу нашей беседы, где я говорил, что все нужно делать тебе до тех пор, пока верхняя линия не скажет достаточно. Вот посмотрите на эту схему. Я не буду сильно вдаваться в подробности:



Ты спонсируешь себе фронт. Ты даешь им пакеты для начинающих. Ты пересматриваешь их списки, помогаешь его дописывать и переписывать. Все это вполне логично. Ты намечаешь проведение маркетинг-планов у своих людей. Именно здесь наступает такой момент, когда люди могут испортить все. Запомни, если ты проводишь маркетинг-план (не имеет значения на какой глубине: 25-й, 30-й, все равно) только ты отвечаешь за то, чтобы людям раздали литературу, назначили ВКБД, и к самым активным людям, это самое главное — идешь на встречу ты и только ты. Давайте рассмотрим это на примере вот этой схеме. Вот ты, вот Даниэль. План маркетинг проведен, присутствуют много людей и твоя цель назначить встречи ВКБД. Ты ищешь людей, допустим эту зовут Ева, а этого парня — Адам. Ты видишь, что Ева самая активная. От кого же она должна получить информационный пакет? От тебя! Здесь еще присутствуют несколько неплохих людей, с кем нужно назначить ВКБД, но они не настолько хороши, по сравнению с Евой. Ева к тому же слушает маркетинг второй раз и кажется ее это очень заинтересовало. Адам слушает первый раз и тоже заинтересован. Даниэль — спонсор Адама и Евы, я подвожу Даниэля к Адаму и говорю: «Вот с этим человеком ты проведешь ВКБД». Если надо, я дам свой информационный пакет, если надо — продам. И знаете о чем я думаю? Завтра или послезавтра Даниэль пойдет к Адаму, проведет ВКБД. они напишут список и выберут время на следующий маркетинг-план. И, скажем, Даниэль еще с несколькими людьми проведет такую же работу. У Адама, скажем, Даниэль назначит два маркетинг-плана. Один он проведет сам, другой проведу я. Но какая же моя основная работа? Я работаю здесь, в ноге у Евы, и наблюдаю за тем, как идут дела Даниэля и Адама. Проводит ли Адам ВКБД? Как проводит? Сколько маркетинг-планов? Сколько вступающих? Я внимательно наблюдаю, дублирует ли он меня. Если он не дублирует меня и пассивен, тогда он просто будет той дверью, через которую я пройду в глубину.

Давайте рассмотрим еще несколько примеров построения глубины, несколько основных законов.

Мы не будем вдаваться в подробности, но при построении глубины очень важно правило **«Двух недель»**. Давайте вообще рассмотрим спонсирование. Что значит спонсировать кого-то при построении глубины. Допустим, ты передал А пакет для начинающих. Это спонсирование? Еще нет. Только тогда, когда ты поставишь Б на фронт



к А, только в этом случае можно сказать, что ты спонсируешь А.

Таким же образом ты спонсируешь и Б — ты приводишь к нему в бизнес Д. Пойми, для спонсирования вовсе недостаточно того, что ты просто продал пакеты для начинающих, это равносильно тому, что ты продал освежитель дыхания, одна разница в том, что он стоит немного дешевле пакета для начинающих. И теперь обрати внимание: две недели, с того момента, как ты привел кого-то в бизнес, в течение двух недель ты должен подключить к нему человека! Но если ты хочешь углубляться на 4 уровня ежемесячно, тогда две недели — это не твой срок. Ты это должен сделать за

одну неделю. Строй бизнес быстро. Если в течение двух недель ты не подключаешь Б к А, то А выйдет из бизнеса. Помни: две недели, если ты не сделал этого в течение двух недель — А умер для бизнеса. Может А и не выйдет из бизнеса, но 4-х углублений в месяц не будет. Никогда не забывай: две недели, две недели, две недели... Запиши это в свой дневник. Почему я это все повторяю — а разве ты это делаешь? Как сделаешь — перестану.

Построение глубины происходит из дома в дом. И всегда в самой глубокой точке группы. Всегда! Если ты попадаешь к кому-то на квартиру, твоя цель — как можно скорее уйти из нее. Ты должен провести там 2-3 маркетинг-плана, и твоя цель — идти дальше. Выйди из дома и дальше, в следующий дом, в следующий, следующий... Я постоянно слышу такие высказывания: «Как я могу проводить у него встречи, если у него такая некрасивая квартира, собаку держит, да еще из-за этого воняет», или «У него так мрачно, такие неприветливые родители» и т. д. Запомни, все это не имеет значения, твоя цель — самая глубокая точка группы!

У меня есть один вопрос: поднимите руки те, кто вступил в AMWAY только из-за того, что встреча была в красивом доме? Гостиная с мраморным полом, камином, высокие потолки, швейцарские часы с боем... Или быть может вы вступили в бизнес из-за крутого автомобиля, что стоял около дома? Нет? Ну почему тогда вы все стараетесь провести маркетинг в самом красивом доме своей группы? Если на тебя это не влияло, то почему ты решил, что других это будет мотивировать? Пойми, никого это не интересует, даже более того, большинство людей именно из-за этого и не вступают, они думают, что тому у кого такой дом легко, у кого такая машина, да это вообще проще пареной репы! Но если он живет в обыкновенном панельном доме, это больше воодушевляет и раскрепощает людей, люди видят, как он движется к своей цели, как изменяет свою жизнь к лучшему. Я помню, поначалу, в доме где я жил не было ни туалета, ни ванны, ни гостиной, я жил с бабушкой в одной комнате. Да, конечно, я

не могу себе представить, как в такую квартиру можно пригласить изумруда или бриллианта, но не могу представить только потому, что для встречи с такими людьми нужно выбирать большое помещение, чтобы пригласить побольше людей, ведь у бриллианта просто нет времени, чтобы ходить из квартиры в квартиру. Ты думаешь, что у тебя нет такой проблемы? А ты посмотри, где проводятся большинство встреч у тебя в группе.

Знаешь, когда ты имеешь одного человека, в его списке обязательно есть 1-2-3-4 пары и ты проводишь маркетинг, затем спонсируешь и уходишь на следующую квартиру, чтобы проводить встречи дальше. Затем тебе надо проконсультироваться со своей верхней линией и решить, где ты будешь работать дальше. Я не могу тебе сказать, до какой глубины тебе надо будет идти, ведь у каждого бизнес строится по-разному. Но ты обязательно должен строить глубину из дома в дом, не задерживайся.

Ты должен начать строить бизнес со своего города, потом расширяйся, не упускай время, строй бизнес в других городах, не тяни с переходом из дома в дом, пойми, что это большая проблема твоего бизнеса. Старайся больше проводить групповых маркетинг-планов. Если ты где-то в другом городе начинаешь строить ногу — не останавливайся, тебе нужно построить эту ногу до определенных размеров, иначе тебе придется ездить на эту группу минимум раз в неделю.

Пункт 4.

Люди категории А (очень активные), помнишь это понятие? с этими людьми, независимо от того, являются они линией фронта или нет, ты должен установить очень хорошие отношения, подружись с ними, не забывай о том, что это бизнес человеческих отношений. Все зависит от этих отношений. Я, например, вообще продуктивно не могу работать с человеком до тех пор, пока не почувствую, что между нами возникла дружба.

Со всеми людьми категории А. при запуске, тебе нужно не только обучать их проведению маркетинг-планов, ВКБД, не только технике построения бизнеса, тебе надо помочь людям построить их мечту. Пойми, когда ты кого-то запускаешь, только мечта будет гнать его работать, мечта, а не бизнес! Если ты видишь в человеке потенциал — повези его на какие-нибудь красивые места, прогуляйтесь, если ты видишь, что у человека мечта — машина, сходи с ним в автосалон или просто после встречи поговорите о мечте, ведь от нее зависит все. Если ты видишь, что человек выполняет только техническую сторону бизнеса, а конечного результата нет, то это как в истории с пожарником — он просто не знает своей конечной цели, зачем он это делает. Ты «несешь шланг»? Ты должен построить человеку мечту. Ты должен узнать что движет людьми, сядь с ними, поговори. До тех пор, пока ты не узнаешь, что им нужно в этой жизни, что-то такое, ради чего они могли бы пойти на все, до тех пор, ты не сможешь удержать ни одного человека. Ошибка многих из вас в том, что вы зачастую не можете или не хотите вернуться, чтобы воодушевить человека. Вы не просто боитесь категорических отказов, вы боитесь даже того, что он может сказать: «А, знаешь, на этой неделе ничего не получится». Ты не можешь вернуться. Вернись, нарисуй человеку картину, такую, чтобы когда ты спросил хочет ли он этого, ответ был — ДА! Воодушевляй людей всегда: на встречах, беседах, маркетинг-планах, это будет двигать их.

Пункт 5.

Научись идти в глубину. Найдешь одного человека, который проведет тебя дальше, потом еще одного, и все дальше и дальше. Если ты кого-то привел в бизнес — это твоя ответственность. По истечении двух недель, самому активному человеку ты должен спонсировать пять людей на фронт. Он воодушевлен. И ты говоришь ему, чтобы он стал Серебряным Клубом. Как можно озадачить новичка такой целью. Зачастую очень хорошие люди уходят из этого бизнеса только по нашей вине, только потому, что мы не

сумели их правильно обучить. Мы видим их воодушевление и думаем, что они и сами все прекрасно сделают. Ничего из этого не получится. Если ты хочешь серьезный бизнес — ты должен строить базы. Ты должен найти человека в глубине, которому ты поставишь пятерых на фронт. Ты будешь проводить у него маркетинг-планы, ты будешь работать у него до тех пор, пока не построишь ему Серебряный Клуб. Если ты нашел такого серьезного человека в глубине, ты просто обязан поставить ему пять человек и в одной ноге — 10 уровней глубины. Это твоя ответственность.

Очень важно, чтобы было 10 в глубину. Это твоя цель, ты постоянно должен думать об этом. Ты хочешь, чтобы он стал Серебряным Клубом. Строй ему Серебряный Клуб и иди в глубину.

Пункт 6.

Ты должен лично научить человека из категории А, как и что нужно делать:

а) как нужно пользоваться товарами;

б) как нужно продавать товары;

Теперь мне бы хотелось сказать, что есть два вида покупателей — большие и маленькие. Маленькие — это те, которые у тебя покупают товар, а ты за это получаешь 30 процентов, и большие покупатели — это те, кто вступает в бизнес, чтобы пользоваться товаром со скидкой.

в) быстро научить человека проводить маркетинг-планы;

Твоя цель, чтобы в течение одной-двух недель у человека была доска и он научился сам проводить М-П. Обучи этого человека всему, подключи его к кассетной программе.

г) объясни человеку, что будет значить для него ширина, что значат цифры 20-12-8-Л;

д) объясни человеку как работает глубина.

Это твоя задача. Скажи ему «Иди со мной, смотри и учись». Ты должен ему рассказать и показать, как строится этот бизнес.

е) научи его пропагандировать мероприятия, кассеты, книги.

Пойми, что обучив этого человека, ты получаешь гарантию, что эта твоя нога переживет любые проблемы, которые могут на нее обрушиться и все твои усилия не пропадут даром.

Пункт 7.

Ежедневно консультируйся.

Запомни одно: ты живешь не в первобытном мире и не в эпоху динозавров. Вокруг тебя все меняется с такой скоростью, что ты гам этого даже не можешь представить. Что нужно делать чтобы выжить! Нужно постоянно обновлять информацию В случае с тобой — то же самое. Если ты не будешь ежедневно консультироваться с верхней линией ты просто рискуешь остаться за бортом огромного корабля, который называется АМWAY. Ты улыбаешься" Думаешь это не так страшно и одной консультации в месяц вполне достаточно Что ж, делай так. и через короткое время ты вспомнишь мои слова Вот только несколько случаев, что может произойти с тобой, если ты не будешь консультироваться: ухудшение атетюда. недостаток свежей информации о мероприятиях верхних спонсоров, начнет падать твой авторитет в группе, потом тебе станет безразлична твоя мечта... Можно еще долго перечислять, но я думаю, что с тебя хватит. Так что делай выводы. Только спонсор может тебе помочь «выжить»- в этом бизнесе

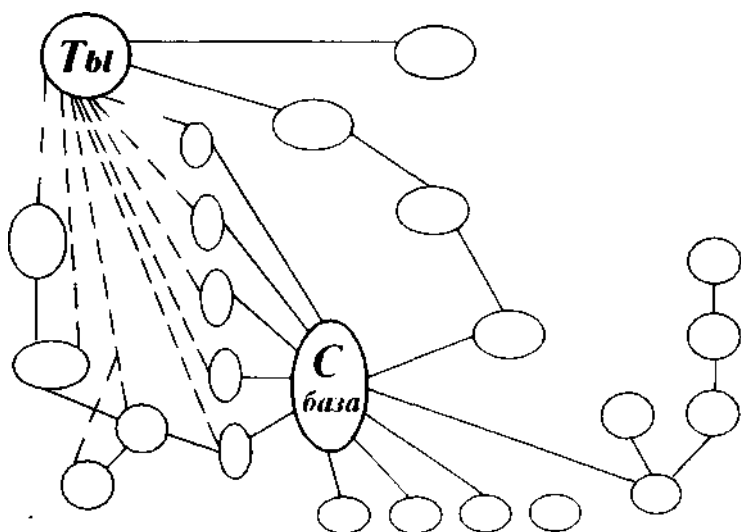
Пункт 8.

Не работай в одиночку. Все показывай, что ты делаешь Едешь проводить маркетинг — возьми с собой того человека, с которым сейчас работаешь. Пусть он едет с тобой в машине, говори с ним, мотивируй. Слушайте кассеты, воодушевляй его. строй его мечту. На М-П. который ты проводишь пусть сидит и делает заметки. Пригласи его к себе домой, общайтесь, мечтайте вместе... И еще: бери с собой не только этого человека,

но и других, с которыми работаешь. Кто будет следующим у тебя в машине? Кто будет следующим из твоей глубины?

Пункт 9.

Работай в самой глубокой точке группы.



Давайте рассмотрим одну группу. Вы видите здесь одна нога разветвляется, здесь другое разветвление. и у этого человека С — есть люди на фронте. Прекрасно! Здесь ты и идешь в глубину. Человек С — это твоя база. Ты нашел ему пять людей на фронт и запустил одну ногу. Что же С должен делать? С должен продублировать твои действия и запустить вторую ногу. Эту вторую ногу вы строите вдвоем. Не забывай следить за тем, чтобы С обязательно расширился.

В каждой ноге, в которой ты начинаешь работать, ты должен искать такие базы. Обратим внимание на человека Б. В этой ноге ты тоже должен построить базу и идти дальше в глубину. Да, у тебя три ноги — А, Б и С и ты работаешь в самой сильной группе у самого сильного человека. Все правильно, ты должен работать в самой глубокой точке ноги у С. Именно на эту точку ты и фокусируешь всю свою энергию.

Но не забывай о том, что твой бизнес не должен стоять только на одной ноге. Минимум в двух ногах ты должен строить глубину. В одной ноге (ноге А) — это полностью твоя ответственность, а в другой ноге ты разделяешь эту ответственность с С. Запомни: ты не можешь стоять только на одной ноге, потому что если эту ногу выбьют — ты упадешь. Ты должен быть и там и здесь. Если ты долго не посещаешь свою глубину — ты не можешь прийти и сказать одной ноге: «Извините, до сих пор я не работал у вас, но теперь я приду к вам и буду с вами работать потому, что моя вторая группа остановилась». В нашем бизнесе ты должен идти вперед и перекладывать тяжесть тела с одной ноги на другую.

Даже если твои дела в самой глубокой точке группы идут медленно, все равно всю работу здесь должен делать ты. Это твоя ответственность. Здесь должны консультироваться с тобой, здесь ты проводишь обучение.

Твой бизнес — это огонь. Ты видишь — в ноге С — этот, огонь большой, здесь все хорошо. А скажем здесь, в группе Б, в костер попадает большое количество влажного дерева. Но ты хочешь зажечь еще несколько маленьких огоньков. Что же делать? Несколько таких воодушевленных людей из группы С ты перенесешь сюда? Несколько хороших сухих поленьев ты засунешь в эту влажную древесину? Нет! Что лее делать? Возьми эти сырые поленья и поставь их рядом с сильно горящим огнем. Понимаешь о чем я говорю? Ты всегда можешь привести людей из самых глубоких точек группы сюда, к большому костру. Делай так всегда, когда твой бизнес в глубине замедляет развитие. Не используй даром время и силы на эти сырые дрова, веди их к

огню. И ты увидишь перемены в этих людях.

Иногда ты становишься перед дилеммой. Ты видишь: у тебя есть две ноги: одна пять уровней — другая восемь. Ты знаешь, что надо работать в самой глубокой точке группы. И ты бросаешь ту, где пять. Зачастую ты даже видишь, что менее глубокая нога очень серьезная. Но ты думаешь: «Всего пять уровней...» Это глупо. Вполне возможно, что в этом месте ты углубишься за несколько мгновений, скажем, на 3-5 уровней за несколько недель. И эта нога станет такой же глубокой, может даже глубже. И не исключено, что там, в другой ноге ты так бы и остался на восьмом уровне. Чтобы не делать таких ошибок, ты должен постоянно работать в глубине, ты должен знать этих людей, чем они дышат, как они работают, ты должен знать о них все. Только в этом случае ты будешь точно знать, какая группа быстро будет стартовать. Ты работаешь там, где самая глубокая точка, где самые лучшие люди.

Ты видишь, что С будет именно той стартующей ногой. Ты строишь у С две ноги в глубину. Строишь одну сам, другую с С. Вы часто возмущаетесь: «Почему я должен строить кому-то две ноги?» Успокойтесь, и такое происходит в этом бизнесе. Пойми, С — это твоя база. Ты же хочешь, чтобы твой собственный бизнес стоял на двух ногах? Почему? Конечно же — это стабильность! Так сделай стабильными и свои базы!

Пункт 10.

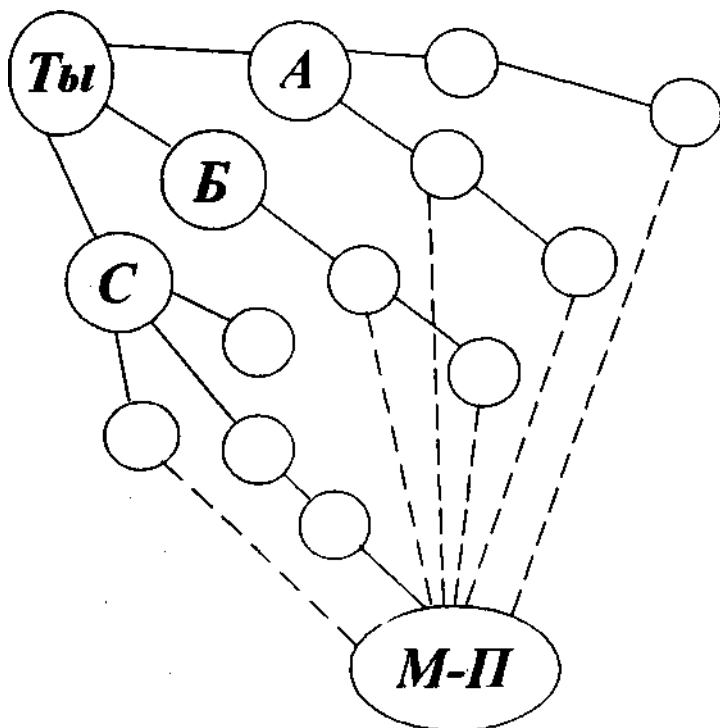
Если здесь, в самой глубокой точке ноги, откажутся проводить маркетинги, что же ты делаешь? Тебе обязательно нужно побеседовать с этим человеком. Не уходи сразу. Пойми, что его цель в этом случае — избавиться от тебя, а твоя цель — сделать этого человека дверью в глубину. Жестоко? Главное не плачьте, в этой жизни все идут к своей цели. Только одни доходят, а другие нет. А я хочу, чтобы вы дошли. Иначе я бы вам это не рассказывал.

Если тебе отказали в самой глубокой точке группы — будь там с этим человеком, позвони ему, поговори с ним, приди к нему. Позвонил, он открывает дверь — у тебя коробка конфет, ты улыбаешься и говоришь: «Поздравляю — вы мой первый отказ!» Сделай это и он почувствует, что он не один, кому отказали. Посади его в машину, поездите, послушайте кассету, посмотрите красивые места. Обязательно пригласи его на тот маркетинг, где ты знаешь, что будет очень много людей. Сырую ветку куда нужно ставить? В большой огонь! Не оставляй его наедине с самим собой. Будь с ним. Я понимаю, что вместо этого тебе намного проще было бы посмотреть телевизор или заняться кем-то другим. Но в этом случае ты можешь сдать глубину в этой ноге, потому что не смог открыть дверь, которая поведет тебя дальше.

Пункт 11.

Один раз у меня спросили: «Как можно работать в глубине сразу же с пятью-шестью ногами в один и тот же вечер?» Основное правило построения глубины:

ТЕБЕ НАДО НАУЧИТЬСЯ ЗА ОДИН ВЕЧЕР ТЯНУТЬ 5-6 НОГ.



Если ты хочешь быстро строить бизнес, тогда нет времени думать, что на каждый день у тебя есть одна небольшая цель. Нет времени. Конечно, ты фокусируешь свое внимание на одной ноге, но заниматься надо всеми вместе. И всем им надо уделить время. Как? Ты работаешь в самой глубокой точке ноги С. В самой глубокой точке ноги Б — тоже ты и в А — тоже ты. Здесь, в ноге С — ты проводишь маркетинг, здесь твоя база, здесь самая сильная нога и ты подтягиваешь сюда на маркетинг людей с остальных ног. Если ты все равно проводишь тут маркетинг, почему бы тебе не пригласить сюда людей из А, Б, и других своих ног, или даже со своего фронта?

Пойми, что цель твоей работы не в том, чтобы ты приглашал на свои маркетинга всех людей, которые скучают в этот вечер. Не об этом идет речь. Ты должен правильно и продуктивно распределить свое время. В самой глубокой точке с человеком работаешь ты. ты с ним вместе приглашаешь людей на маркетинг, но никогда не забывай на эту встречу подтянуть своих людей.

Я всегда удивляюсь, почему человек, имеющий большой бизнес не проводит такие маркетинги, где присутствуют 30-40 человек из разных ног. Я очень редко провожу маркетинги один на один, я постоянно привожу людей из параллельных линий. Это называется правильным использованием времени. Тебе нужно все спланировать, обдумать так, чтобы твои показы маркетинг-плана были максимально эффективны

На таких маркетингах не хозяин должен представлять тебя, потому что он будет стоять, мычать и смотреть на свои туфли. Такого быть не должно. Представление должен делать уже зрелый партнер. человек, который профи в этом деле Тот. Который посмотрит людям в глаза и легко расскажет, о чем идет речь, который сможет вести себя непринужденно, сможет сразу расположить к себе людей. А не тот, который будет краснеть и от волнения не скажет ни слова. На таких маркетинг-планах, большинство людей приглашает не хозяин этого дома. Конечно, если ты проводишь М-П не на базе, а из дома в дом, представление надо делать хозяину.

Единственное препятствие для проведения такого общего маркетинг-плана является большое расстояние между группами. Какое решение здесь? Если ты запустил ногу в другом городе, ты должен строить там и фронт. Ведь ты и так едешь туда постоянно, не трать попусту времени и проспонсируй еще несколько человек, чтобы эффективно строить глубину.

Пункт 12.

Научись правильно использовать ОМП и семинары.

Всегда проводи М-П там, где больше «Да». Если ты пришел на группу и не углубился, значит ты не сделал ничего. Зачастую многие из вас не хотят идти в глубину, потому что там больше отказов, там незнакомые люди и многие из вас стараются проводить работу на своих базах и не углубляться. Конечно, на базе комфортней, вам там построили образ спонсора, вам туда приводят людей на М-П. Пойми — самая глубокая точка — самая важная. Не стремись к красоте и удобству. Если ты в ужасных квартирах проводишь М-П, с ужасными людьми — это значит, что ты 100 процентов строишь глубину. Если же ты проводишь М-П в красивых и привычных тебе квартирах — значит ты не строишь глубину.

В этом бизнесе, как в бракосочетании. Помните? В богатстве и нищете, в горе и в радости мы всегда будем вместе. Это не работает так, что только в добре, только пока все хорошо, только пока горит огонь, до тех пор мы вместе, а потом я иду к параллельным линиям. Нет, это так не работает. Знаете где больше всего разводов? В очень богатых местах, особенно в Голливуде. Пока все хорошо, пока они развлекаются, до тех пор они вместе, а когда возникают проблемы всегда намного проще уйти от них, чем их решить. Легче уйти и начать все по-новому. Так и тебе — намного проще просто все бросить и забыть об этих мучениях — построениях глубины. Часто у меня складывается такое впечатление, что многие из вас идут в ногу не с целью построить глубину, а идут просто попробовать построить. В этом ваша ошибка! Если ты идешь строить глубину, значит в этой ноге ты должен опуститься на десятки уровней! Только так идет построение глубины! А не так, что ты опустился на три уровня, встретил там неприятных тебе людей и все — обратно на базу. Так ты никогда не построишь глубину, ты просто будешь бегать из ноги в ногу до тех пор пока у тебя будут эти ноги. Запомни, что если ты встретишься с какими-то проблемами в одной ноге и решишь, что тебе проще будет работать в другой ноге, то и там эти проблемы найдут тебя. И что, все бросишь и пойдешь в следующую? Не делай свою работу бесполезной.

Запомни, цель твоей работы вывести людей на ОМП и семинар, особенно это касается сырых поленьев. Не забывай какую помощь тебе окажут эти мероприятия верхней линии. Раздай кассеты, проводи М-П и обязательно веди человека туда, где есть люди, которые верят в этот бизнес, пусть он общается с ними. Важно, чтобы таких людей там было очень много. Где их много? На ОМП, семинарах, на всех мероприятиях, которые организывает верхняя линия.

Пункт 13.

Сразу дай человеку проводить М-П. Ты уже понял, что твоя цель — идти в глубину, но ведь правила построения этого бизнеса для всех одинаковы — цель твоих людей такая же — идти в глубину, глубже и глубже. Об этом говорится во многих кассетах: научи людей всему, что умеешь сам и тогда тебе не придется делать это вместо них. Ты не их работу должен выполнять, ты должен их обучить, а работать ты должен сам на себя. Мне очень нравится фраза Дейла Карнеги: «Я бы хотел больше иметь один процент от результата усилий каждого человека, чем сто процентов от своих собственных усилий».

Пункт 14.

Твоя цель состоит в том, чтобы люди твоей группы почувствовали этот бизнес своим. Как только это произойдет, в этот же момент передай часть своей работы им. Пусть они берут руководство в свои руки. Поощряй своих лидеров, наблюдай за их работой, помогай им. Тебе не надо хотеть стать лидером всей группы. Твоя задача состоит в том, чтобы ты углублялся в самой глубокой точке группы, но во многих других делах ты можешь передать руководство своим лидерам.

Понимаешь, люди никогда не хотят ничего приобрести, они боятся потерять. В тот момент, когда они приходят в бизнес, они заряжены твоей

энергией, твоим энтузиазмом. Но когда они возвращаются домой, в привычную атмосферу, где все уютно, спокойно, где их начинают атаковать их родственники, этот энтузиазм очень быстро улетучивается. Поэтому ты должен постоянно на первом этапе его бизнеса, пока он не почувствовал своей уверенности и пока у него не появилась собственная вера в этот бизнес, постоянно поддерживать с ним контакт и сделать так, чтоб к концу второй недели у него уже было что терять. Да, именно чтобы было что терять, иначе ты не удержишь человека в группе. Тебе просто надо поставить ему людей на фронт. Это воодушевит его больше, чем что бы то ни было.

Пункт 15.

80 процентов времени проводи с 20-ю процентами (самыми активными) людей в своей глубине. Вы часто беспокоитесь, будет ли у вас расти фронт. Конечно будет, не жадничай, я понимаю, что фронт — это деньги. Будет и 20, и 30, и 50, и еще больше будет людей на фронте. Как тебе построить такую ширину? Очень просто. Тебе больше времени надо проводить на глубине и приглашать туда людей со своего фронта. Если уж очень они хороши, твои люди в глубине — уделяй им 100 процентов времени.

Однако не стоит забывать, что тебе также нужно строить фронт. Все очень просто. Ты пришел в этот бизнес не просто для того, чтобы знакомиться с новыми людьми в глубине одной ноги. Ног должно быть много. К примеру я, за время, которое я занимаюсь этим бизнесом проспонсировал на фронт более 100 человек. Я слышал, как говорит об этом Питер Кокс: «Только тот человек будет в этом бизнесе самым успешным, которому удастся пропорционально строить фронт и глубину».

Вот несколько правил построения этого бизнеса, которые тебе могут помочь запустить глубину и построить сильную и мощную ногу:

- а) Не о тех тебе надо беспокоиться, которые не вступили, а о тех, которые вступили. Проводи время с этими людьми, строй эти отношения.
- б) Пары. Ты знаешь, глубину очень результативно могут строить пары. Результативно даже в том случае, если, допустим, женщина не активна. Знаешь, если женщина не проводит М-П, в этом нет ничего страшного. Если у тебя есть жена — она может заниматься, к примеру, только косметикой. Если же она и этого не делает, ничего страшного. Пусть хотя бы присутствует на М-П и ничего другого не делает, только улыбается, знакомится, поддерживает отношения, контакт с людьми. И это большое дело, ведь уже хотя бы на один момент тебе надо делать меньше.
- в) Базы. Как только ты углубляешься, сразу же начинай искать базы. Если с тобой кто-то консультируется, это хороший признак, иди туда в глубину и определи, где будешь строить базу.

Очень важно иметь хотя бы три базы, одну под другой в одной линии.

- г) Не перекладывай свою ответственность на другого. Проследи за тем, чтобы всех тех, кто сказал «Нет» пригласили на ОМП. Все те, кто скажет тебе, что его не интересует этот бизнес, всем им ответь так: «Хорошо, но у меня есть к тебе последнее предложение, я хотел бы пригласить тебя на одно из мероприятий. Идем, и если ты после этого скажешь, что тебя это не интересует, то я никогда в жизни не буду беспокоить тебя по этому поводу». Многие, кто видит М-П второй раз — вступают.

Я хотел бы попросить тебя ответить на такой вопрос: знаешь ли ты, кто сегодня в твоей группе проводит М-П? Сколько приглашенных там, сколько вчера было проведено ВКБД? Знаешь? Если ты серьезно строишь этот бизнес, то на такой вопрос ты должен ответить только положительно. Ты должен проводить М-П каждый вечер. Если сегодня ты не провел ни одного М-П, то ты не дал себе даже шанса углубиться и не сделал ничего для своего будущего. Тебе бывает лень проводить М-П? Если да — то ты просто не знаешь, зачем ты все это делаешь.

д) Спонсорство. Оно бывает разным. Знаешь, это похоже на игру в гольф. Можно просто ударить клюшкой по мячу и ждать попадет он или нет. Знаете, а профи знают, что если просто ударить, то мяч отлетит на несколько метров и все. Профи, после того, как ударяют по мячу делают еще движение. Видели? Влияет далее то, что ты после удара по мячу смотришь за его дальнейшим полетом. Нельзя рассуждать, что если вчера ты проспонсировал человека и он заказал пакет для вступающих и товар, то ты проспонсировал человека. Это только начало, не останавливайся, продолжай свое дело. Твое спонсорство начинается со списка, потом приглашение, потом маркетинг-план, а потом постоянное обучение, обучение людей.

Пункт 16.

Если у кого-то оборот составляет больше 4000 баллов, то у него должно быть хотя бы 10-15 ног, чтобы он зарабатывал деньги с этого бизнеса. Это очень важно, даже если у этого человека международный бизнес. Это важно для каждого. Я не буду тебе долго рассказывать, почему ему нужно так много ног. Просто сядь и посчитай зарплату этого человека при 1-й, 2-х, 3-х... и при 15-ти ногах. Сразу поймешь разницу. Просто на таком уровне ты должен зарабатывать приличные деньги, чтобы окружающие тебя люди могли увидеть перемены в твоей одежде, обуви, прическе, машине... Понимаешь про что я говорю. А то бывает, что у него такой уровень, но всего одна нога и он гордо говорит: «Я 15-ти процентник в бизнесе AMWAY». А ему кто-то отвечает: «Извините за любопытство, а почему у вас заштопанные туфли, это что, последний писк моды в бизнесе AMWAY?» Чуть-чуть неприятно, правда. Так вот, чтобы не было неприятно, к такому уровню имей 10-15 ног, иначе найдется человек, который скажет тебе что-то подобное. Я тебя предупредил.

Ну конечно, вы сейчас думаете, что зачем я вам несколько часов подряд морочу голову: строй глубину, радуйся, если у тебя растет хотя бы одна нога, работай на 80 процентов своего времени с глубиной..., а потом говорю, что надо иметь к хорошему уровню еще и 10-15 ног, чтобы у тебя были хорошие деньги. Если ты так подумал, то значит ты так ничего и не понял. Будь повнимательнее. Я сейчас тебе говорю не за фронт и не за деньги, а за то, чтобы ты был умным и мог правильно распланировать рост своего бизнеса, чтобы на серьезном уровне ты не хватался за голову и не кричал: «Какая глубина, меня нет, я ушел на фронт, мне нужен только фронт...» Я хочу, чтобы ты на каждый маркетинг, проводимый на твоей глубине водил своих фронтальных людей, и строил, строил, строил эту глубину, ту, без которой у тебя никогда не будет стабильности. Понял, про что я тебе говорю уже больше двух часов.

Спланируй все наперед: где, когда, у кого будут проводиться маркетинги, еще до М-П, наметь, на какое время ты можешь назначить людям будущие ВКБД. Ты должен четко знать что ты делаешь, когда и где. Ты должен знать где будут проводиться мероприятия верхней линии, чтобы ты мог пригласить на них своих людей. Ты должен обязательно отводить время для новичков. Если ты запускаешь новичка, не забудь, что ты должен час-полтора отвести для него, чтобы вы вместе поработали над списком, вместе пригласили людей. Постоянно проводи беседы. Ты должен быть уверен, что на маркетинг обязательно придут люди.

Ты не станешь бриллиантом, если будешь постоянно сидеть и ждать, чтобы твой бриллиант сам построил тебе ноги. Вообще никогда не жди, чтобы кто-то строил тебе ноги. Потому что даже если твой спонсор построит тебе одну, даже две ноги, остальные придется строить тебе. Или ты хочешь выбрать себе пять верхних линий, чтобы каждая построила тебе по ноге? Твоя группа воспримет тебя как лидера только тогда, когда ты действительно станешь лидером.

И еще, помните, я говорил о Серебряном Клубе, о том, что я построил партнеру пять людей в ширину, поставил его на программу Серебряного Клуба и спонсировал ему десять глубин. Когда я это делал он наблюдал и в то

же время строил себе

второй Серебряный Клуб, а я его консультировал и помогал. Моя цель в том, чтобы этот человек как можно быстрее стал членом клуба Лидеров (уровень минимум 9 процентов при фронте 10 человек). Что для этого нужно? Обязательно десять людей на фронт. Вы меня поняли? Первых пять делаете вы, остальных пять делает он, а вы наблюдаете, помогаете.

Есть такие люди, у которых что-то не получается при построении глубины. Что они делают? Они идут вверх (не работают в самых глубоких точках ноги) и ищут другие варианты. Они ищут людей в этой же ноге, на несколько уровней выше, там снова ничего не получается, они идут еще выше, тем самым перекрывая себе дорогу вниз, в глубину. Самое плохое в этом то, что они закрывают такими своими действиями дорогу в глубину для своих спонсоров. Такая нога просто отмирает. Запомни, в этом бизнесе есть два важных понятия: **ФРОНТ** и **ГЛУБИНА**, фронт строится по горизонтали, а глубина строится сверху вниз. Я тебе пытаюсь тактично дать понять, что снизу вверх глубина не строится, так строится высота, а этого понятия в нашем бизнесе, просто не существует.

И что вы вообще говорите глубинной группе, когда от нее уходите: «Вы недостаточно хороши, я буду работать с другими, я ошибся в вас», — вы так говорите? Подумай, что же будет дублироваться, если вы постоянно, как мяч, отпрыгиваете вверх по линии? Что будет дублироваться? Вот-вот, построение «высоты», если эти прыжки можно назвать построением. Именно в этом направлении будет «углубляться» ваша группа. **Никогда не иди вверх! Никогда! Ты должен идти по этому бизнесу, поочередно перенося тяжесть своего тела с одной ноги на другую.**

Я понимаю, информация так и хлынула на вас. Я знаю, что эту книгу вам нужно будет прочесть и 15 и 20 раз. Знаю, что есть вещи, которые просто возмущают вас. Ничего страшного, если вы сейчас чего-то не понимаете. Возможно вы поймете это только через несколько лет, не подумайте, что я сомневаюсь в ваших умственных способностях, просто некоторые проблемы вас еще не коснулись. Я и сам иногда слышу такие вещи о глубине, которых никогда раньше не слышал.

Пункт 17.

Если ты попадаешь в тупик, если у тебя что-то не получается, тебе надо моментально бежать и консультироваться со своей верхней линией. Помни о том, что я тебе уже говорил насчет того, что будет, если не будешь консультироваться. Я хочу, чтобы ты уяснил себе еще один момент. Представь, все у тебя прекрасно, ты строишь глубину на самой глубокой точке в ноге. Но что получается? Ты совсем забыл о тех людях, которые Открыли тебе дверь в эту глубину. Они тебя больше не видят. Поэтому ты должен всегда держать себя с ними на доступном расстоянии. Ведь не кто-то, а именно ты запустил этих людей. А запустив их, ты взял на себя ответственность, которую ты не вправе с себя снимать, когда эти люди стали тебе не нужны и у тебя на них стало катастрофически не хватать времени. Так вот, если ты их запустил, тебе надо обязательно познакомить с их верхней линией и построить ее. Ведь представь, если у тебя 80 уровней глубины и все люди, которых ты запустил будут с тобой консультироваться, то это будет не очень красивый бизнес, ведь мы все приходим в бизнес, чтобы получить и деньги, и время. Да в таком случае ты будешь получать деньги, но времени у тебя совсем не будет оставаться.

Я повторюсь: очень, очень важно, чтобы каждый из вас консультировался со своей верхней линией. Все что касается твоего бизнеса, все, что касается твоих дел, обо всем ты должен лично проконсультироваться со своей верхней линией. Все о чем я рассказываю недостаточно просто знать, это нужно еще и делать, запомни это.

У меня есть такая нога, которая начиналась здесь, в Венгрии. На

десятом уровне она разветвилась в Польшу и теперь в Польше она имеет 30 уровней глубины. Все это произошло за каких-то несколько месяцев. Так что ты тоже внимательно посмотри на рисунок своей группы и подумай, где в последние дни ты проводил маркетинги, какие люди могут дать начало такой же большой ноге? Напиши на сколько уровней углубилась твоя группа за прошлый месяц, сколько было вступающих? А потом подумай, почему у тебя не увеличился оборот? Посмотри, насколько ты расширился, думай, думай, почему? А потом пойди к своей верхней линии, и подумайте вместе. Строй глубину вместе с верхней линией, если есть такая возможность. Пойми, чем больше людей в одной ноге строят глубину, тем быстрее и мощнее она будет расти. Но за работу в самой глубокой точке группы всегда отвечаешь только ты. Это закон. Не о том сейчас идет речь, что ты работаешь здесь, а все остальные работают там. Нет. Нужно договориться, кто, где и что делает. Вы даже не представляете, что этим можно достичь. Смотрите. К примеру моя группа и большинство групп в Восточной Европе. На всех этих группах построение глубины происходило очень хаотично и не совсем сознательно. Глубина строилась благодаря исключительно посредством использования системы. Но хотя глубина строилась несознательно, однако очень быстро и хорошо. Чтобы вас приободрить, я вам скажу одну хорошую новость. В Восточной Европе еще никто не построил сознательно глубину. Представьте, что вы будете тем первым, который построит самую гигантскую ногу в Восточной Европе.

Что для этого нужно сделать? Просто ты должен это запланировать и делать, делать, делать. И дальше все будет зависеть только от твоей мечты. Даже если ты будешь знать всю технику построения этого бизнеса, но у тебя не будет мечты, то ты не построишь ничего. Но если ты будешь воодушевленным, если твоя вера будет очень сильна, то люди пойдут за тобой.

Если ты уже в бизнесе, но потерял этот огонь, тогда ищи, быстро ищи то, от чего этот огонь разгорается с новой силой.

После маркетинг-плана сядь в гостиной со своими людьми, и вместе с ними мечтай о том, что ты хочешь получить от этой жизни. Посмотрите самые лучшие моменты кассет и пусть каждый из вас подумает: что я буду делать и говорить, когда войду на эту сцену? Какая будет музыка, найди музыку, которая тебе нравится. Ведь когда ты поднимешься на эту сцену это будет только твоя музыка, она будет играть только для тебя и ни для кого другого. И когда по пути к твоему успеху тебе придется общаться с негативными людьми, ты не расстраивайся, а просто сядь в свою машину, поставь эту музыку и ты услышишь то, что будет для тебя намного важнее, чем миллионы отказов. Ты услышишь:

Я хочу вам представить новых бриллиантовых директов

И впиши сюда свое имя и свою страну. Я думаю, что это поможет тебе справиться.

Успеха тебе!