

23 nyelven, 4 millió példányban!

A 45 másodperces prezentáció, amely megváltoztatja az életedet

Hogyan legyél ura életednek?

DON FAILLA

DON FAILLA

**A 45 másodperces
prezentáció, amely
megváltoztatja
az életedet**



A fordítás alapjául szolgáló eredeti kiadás:
Don Failla: The 45 Second Presentation
That Will Change Your Life
Sound Concepts, Inc., 2003

Fordította: S allay Katalin

ISBN 963 9447 85 4

Copyright © 1984, 2003 by Don Failla

Published by arrangement with Don Failla

All rights reserved

Hungarian translation © 2006 S allay Katalin

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás,
a nyilvános előadás, a rádió- és tévéadás jogát,
az egyes fejezetekre is.

Kiadja: Bagolyvár Könyvkiadó
Felelős kiadó: a Bagolyvár Kft. igazgatója
Budapest, 2006

A KÖNYVRŐL

Manapság már több millióra tehető azoknak a száma, akik a network marketing területén dolgoznak, és ez a szám évente milliósokkal növekedik. Az újoncok számára az a legfontosabb, hogy *megértsék* az üzletet. Akár 4 órát is eltölthetsz azzal, hogy megpróbálsz elmagyarázni nekik a lényegét, de jobban teszed, ha kölcsönadod nekik ezt a könyvet.

**Íme a „45 másodperces prezentáció”, amely
meg fogja változtatni az életedet.**

**Elgondolkodtál-e már valaha is azon, mit jelent az,
hogy „ura legyél az életednek”?**

**Ebben a könyvben elmondom, hogy én magam
mit értek az alatt, hogy képesek vagyunk
„uralni az életünket”:**

Ha leszámítjuk az alvásidőt, az ingázással, a munkával, a nap mint nap szükségszerűen elvégzendő teendőkkel eltöltött időt az életünkből, a legtöbb embernek nem jut napi egy vagy két óránál több ideje arra, hogy azt csinálja, amit valóban szeretne csinálni; és még akkor sem biztos, hogy van rá elegendő pénze, hogy azt megtegye.

Felfedeztünk egy módszert annak megtanulására, hogyan lehet valaki „ura a saját életének” — otthonról irányított üzlet alapításával; és kialakítottunk erre egy rendszert, amely olyan egyszerű, hogy azt bárki meg tudja csinálni. Ez a módszer nem kívánja tőled azt, hogy eladj, és ami a legjobb benne, hogy sok időt sem igényel. Ha érdekel téged ez a lehetőség, kérdéseiddel fordulj ahhoz az emberhez, aki ezt a könyvet neked kölcsönadta.

A SZERZŐRŐL

Don Failla 1967-ben kezdte network marketing karrierjét. Megfigyelte, hogy üzletépítési tevékenysége során mi volt az, ami jól működött a számára, és ebből kifejlesztett egy olyan rendszert, amely alkalmas óriási MLM üzletek felépítésére, és bizonyítottan működik. Don Failla és felesége, Nancy, ma már elsősorban utazgatnak, és nemzetközi network trénerként világszerte oktatják bevált módszerüket. Kaliforniában laknak. Két fiúk — Doug és Greg —, valamint három unokájuk van — Christian, Jessica és Joshua. Ez a könyv már számos nyelven, több millió példányban kelt el. Ez a legfőbb bizonyítéka Don bevált rendszerének.

AJÁNLÁS

Ezt a könyvet a Szabad Vállalkozási Rendszernek ajánljuk, amelyet valamennyien élvezhetünk, és amely nélkül nem létezhetne az MLM üzlet sem.

Tartalomj egy zék

**„Ne tagadd meg a jótéteményt azoktól, akiket az
illet, ha a hatalmadban áll annak megcselekedése”¹
— Példabeszédek 3:27**

ELOSZO	9
I. BEVEZETÉS AZ MLM-BE	11
II. 1. Szalvéta Bemutató KÉTSZER KETTŐ AZ NÉGY	19
III. 2. Szalvéta Bemutató KERESKEDŐI KUDARC SZINDRÓMA	25
IV. 3. Szalvéta Bemutató A NÉGY KÖTELEZŐ TENNIVALÓ	31
V. 4. Szalvéta Bemutató ÉPÍTS SZILÁRD ALAPRA	39
VI. 5. Szalvéta Bemutató HAJÓK A TENGEREN	44
VII. 6. Szalvéta Bemutató HARMADIK FÉL MEGHÍVÁSA	51
VIII. 7. Szalvéta Bemutató HOL TÖLTSD AZ IDŐDET	56
IX. 8. Szalvéta Bemutató A SISTERGÉS ADJA EL A HÚST	58
X. 9. Szalvéta Bemutató MOTIVÁCIÓ ÉS HOZZÁÁLLÁS	61
XI. 10. Szalvéta Bemutató A NÖVEKEDÉS ÖTSZÖGE	69

XII.	VISSZATÉRÉS AZ ISKOLAPADBA	72
XIII.	JÁTÉK A SZÁMOKKAL, A LÉNYEG MEGÉRTÉSÉÉRT	79
XIV.	ÜZLETI TRÉNINGEK KONTRA NYÍLT BEMUTATÓK	85
XV.	FONTOS MONDATOK ÉS KIFOGÁSKEZELÉS	91
XVI.	MIÉRT KELLENE A NÉPESSÉG 90%-ÁNAK AZ MLM-BEN DOLGOZNI?	97
XVII.	HOGYAN KEZDJ HOZZÁ OTTHONRÓL IRÁNYÍTOTT ÜZLETEDÉPÍTÉSÉHEZ, ANÉLKÜL, HOGY BÁRMIT IS TUDNÁL?	101
	BIZTONSÁGBAN LESZEL NYUGDÍJAS KORODBAN?	103

ELŐSZÓ

Ha valaki egy hatalmas szervezet kiépítésébe fog, elegendő, ha mindössze a 45 másodperces prezentációt ismeri. Aki még ezt sem tudja megtanulni, az fel is olvashatja a barátjának, vagy átvezetheti a szöveget 6x10 cm-es kártyácskákra, és odaadhatja az ismerőseinek, hogy olvassák el ők maguk.

Nem szükséges, hogy bármit is tudjál ezen a prezentáción kívül. Ha erre egyszer rájössz, és megérted, akkor bárkinek be tudod mutatni az üzletedet, mivel nincs olyan ember, aki ne lenne képes ezt utánad csinálni, ha akarja. Amire ehhez szükség van, az mindössze egy kis vágyakozás. Álom nélkül az egész mit sem ér.

Az általunk oktatott rendszer titka az, hogy ne beszélj. A beszéd a legnagyobb ellenséged. Minél többet beszélsz, ajelőlt egyre inkább meggyőzi magát arról, hogy öképtelen azt megtenni, amit te csinálsz. Minél többet beszélsz, ő annál inkább úgy gondolja, hogy neki erre nincs ideje. Ne feledd, az időhiányra való hivatkozás az egyes számú kifogás, amely miatt az emberek nem vágnak bele ebbe az üzletbe.

Miután a barátod átolvasta a 45 másodperces prezentációt, lehet, hogy kérdést fog feltenni neked. Nem számít, mit kérdez: ha válaszolsz neki, elvesztél. Mielőtt észbe kapnál, már öt további kérdése támad, és te ugrálhatsz egyik témáról a másikra. Ehelyett mondd neki azt, hogy minden bizonnyal sok kérdés merül fel benne, és hogy ezt a rendszert éppen arra tervezték, hogy a kérdéseire választ adjon. Kérd meg, hogy olvassa el az első négy Szalvéta Bemutatót, és utána adja vissza neked a könyvet.

Soha ne mondd senkinek, hogy olvassa ki a könyvet. Ilyenkor

ugyanis felrakják a polcra, és csak a megbeszélte időpont közeledtével kapják elő. Csak az első négy Szalvéta Bemutató elolvasásáról beszélj. Úgysem fogják megállni, hogy ne folytassák tovább, és a megbeszélte időpontig jelöltjeid 90%-a végig fogja olvasni az egész könyvet.

Az a barátod, ismerősöd, aki ezt a könyvet kiolvasta, megérti a Network Marketinget. Ez igen lényeges szempont, mert a legtöbb ember azért nem csinálja ezt a vállalkozást, mert képtelen a rendszer lényegét megérteni. Most, hogy már értik a Network Marketinget, készen állnak arra, hogy bemutasd nekik a konkrét üzletedet: a céget, a termékeket és a kompenzációs tervet. De hiszen én azt mondtam, hogy az üzleted elindításához semmi mást nem kell tudnod, mint a 45 másodperces prezentációt! Hát akkor most mit tegyél?

Ezen a ponton kell a segédeszközökhöz vagy a csapatodhoz folyamodnod, hogy helyetted beszéljenek. Az eszközöket azok a prospektusok, hangkazetták és videokazetták jelentik, amelyeket a céged állít elő. A csapatot a felsővonalad jelenti, amely a saját közvetlen szponzoroddal kezdődik.

Tegyük fel, megtaláltad az első jelölteket. Túl vagytok a 45 másodperces prezentáción, és az illető már ki is olvasta a könyvet. Meghívod egy ebédre. Mondd meg neki, hogy ott lesz a szponzorod is, aki elmagyarázza neki az üzletet a nevedben. (Fontos kérdés — ki fizeti az ebédet? Természetesen Te! Hiszen a szponzorod helyetted dolgozik. Hányszor kell villásreggelit vagy ebédet fizetned a szponzorodnak, mielőtt saját magad is el tudod magyarázni az üzletet?)

Az egyik szemináriumunkon Németországban egyszer felállt egy ember, és azt mondta: „Nem csak az a jó ebben az egészben, hogy semmit nem kell tudnod ahhoz, hogy elindulj, de később ráadásul még naponta ingyen is ebédelhetsz, ha együttműködsz az alsóvonalalalldal.”

Kívánom, hogy sok ingyenes ebéded legyen, és hogy mielőbb figyelemmel kísérhesd üzleted növekedését.

I. FEJEZET

BEVEZETÉS AZ MLM-BE

A MULTI-LEVEL MARKETING napjaink kereskedelmének leggyorsabban növekedő, mégis a legtöbb félreértéssel övezett módszerre. Sokan ezt csak a kilencvenes évek múltó divatjelenségének tartották. Higgyétek el, ez a rendszer ezen a fogalmon és időkereten messze túlmutat! 2010-re már több, mint 200 MILLIÁRD DOLLÁR értékű termék és szolgáltatás fog évente az MLM cégeken keresztül gazdát cserélni. FIGYELD CSAK MEG az MLM üzletet majd a 21. században!

E könyv igazi célja az, hogy veled, az olvasóval, illusztrációkon és példákon keresztül megértessük, hogy MI az MLM, és hogy MI NEM az! Be fogjuk mutatni azt is, hogyan tudod hatékonyan — ismétlem: HATÉKONYAN — megmagyarázni a multi-level marketing lényegét másoknak.

Ez a könyv úgy hasznosítható a legjobban, ha TRÉNING KÉZIKÖNYVKÉNT kezelitek. Az volt vele a szándékunk, hogy olyan eszközt adjunk a kezetekbe, amely segítséget jelent csoporttagjaitok képzésében. Jó, ha beleteszitek a számukra összeállított információs kezdőcsomagba.

Ez a könyv tartalmazza a Don Failla-féle „Szalvéta Bemutatók” teljes anyagát. Az alapul szolgáló bemutatókat még 1973-ban fejlesztettük ki, és ezt ma már világszerte sokan ismerik, és sikerrel alkalmazzzák.

Mielőtt belemerülnék a „Tíz Szalvéta Bemutató” részleteibe, engedjétek meg, hogy az egyik leggyakrabban előforduló, és valószínűleg a legfontosabb kérdésre válaszoljak: „Mi is az az MI ,M?” Iv/I a kérdést gyakran felteszik nekünk, amikor észreveszik a jelvényt,

amit viselünk. E könyv lapjain felváltva használjuk az „MLM”, illetve a „Multi-Level Marketing” kifejezéseket.

Fejtsük meg ezt a szóösszetételt. A Marketing egyszerűen egy árunak vagy szolgáltatásnak a gyártótól vagy szolgáltatótól a fogyasztóhoz való eljuttatását jelenti. A Multi-Level (többszintes) a kompenzációs rendszerre utal, amelynek alapján a hálózat tagjait jutalmazzák, akik eljuttatják a terméket vagy szolgáltatást a fogyasztókhoz. A „Multi” azt jelenti, hogy „egynél több”, a „Levél” (szint) talán jobban kifejezhető lenne a „generáció” szóval. Nevezhetnénk „Multi-Generation Marketingnek” (Többgenerációs Értékesítésnek) is. Maradjunk azonban a Multi-Level megnevezésnél, mivel ez a leginkább elterjedt. Valójában már annyira közismert, hogy számos illegális piramis-, illetve levelezőlánc-rendszer törekszik arra, hogy Multi-Level programként fogadtassa el magát. Emiatt ennek a szónak — teljesen igazságtalanul — olyan megbélyegző értelmezése is lett, ami miatt számos újabb MLM cég egyéb neveket keresett marketingjük típusának megjelölésére. Ezért hallhatsz például ilyen megnevezéseket, mint „Uni-level marketing”, „Network Marketing” vagy „Co-op Mass Marketing”.

A termékek áramoltatásának valójában csupán három alapvető módszere van. (Ennek demonstrálására mutasd fel három ujjadat.)

1. **KISKERESKEDELEM** — biztos vagyok benne, hogy ezt mindenki ismeri. Élelmiszerüzlet, vegyes kereskedés, áruház. Aki betér egy üzletbe, és vásárol valamit, az a kiskereskedelem szolgáltatását vette igénybe.
2. **KÖZVETLEN ÉRTÉKESÍTÉS** — általában (de nem kizárólag) biztosítások, főzőedények, lexikonok stb. értékesítésére szolgálnak. Gyakori példa egyes kozmetikumok kezeléssel egybekötött ajánlása, valamint a lakásokon rendezett partik főző-, tároló- és tálaló-edények bemutatására.
3. **MULTI-LEVEL MARKETKING** — vagy MLM, amiről ez a könyv szól. Nem szabad összekevernünk a másik kettővel, különösen a Közvetlen Értékesítéssel, amellyel elég gyakran összetévesztik.

A marketing negyedik típusa (mutasd az ujjaddal), amelyet gyakran hozzátesznek még ehhez a listához, a MAIL ORDER (POSTAI CSOMAGKÜLDÉS). Ez elképzelhető az MLM egy típusaként is, de többnyire a KÖZVETLEN ÉRTÉKESÍTÉS körébe tartozik.

Az ötödik típus, amelyet az MLM-mel a leggyakrabban összetévesztenek, a már korábban is említett PIRAMIS RENDSZER. A helyzet az, hogy a PIRAMIS: ILLEGÁLIS! Törvénytelen voltak egyik fő oka, hogy hiányzik belőlük a jó, használható termék vagy szolgáltatás. Ha egy rendszerben nem mozog termék, akkor azt még „marketingnek” sem lehet nevezni, nemhogy „Multi-Level Marketingnek”! Multi-Level még csak lehetne, de **MARKETING SEMMI-KÉPPEN SEM!!!**

A legtöbb ellenvetés, amelyeket az emberek a Multi-Level Marketing cégekhez való csatlakozás ellen felhoznak, annak tudható be, hogy nem veszik észre a különbséget az MLM és a Közvetlen Értékesítés marketing módszerei között. Ezen a zavarodottságon nincs is mit csodálkozni, hiszen a legtöbb jó hírű MLM cég a Közvetlen Értékesítők Szövetségének (KÉSZ; angolul *Direct Selling Association, DSA*) tagja.

Valószínűleg azért hajiasz arra, hogy összekeverd az MLM-et a házról-házra járó közvetlen értékesítők programjával, mert akkor találkoztál először ilyesmivel, amikor egy számodra ismeretlen disztribútor bekopogott hozzád, hogy eladjon neked valamit.

Jó néhány jellemző vonás létezik, amelyek megkülönböztetik az MLM-et a Kiskereskedelemtől és a Közvetlen Értékesítéssel működő cégektől. Az egyik meghatározó különbség az, hogy az MLM-ben önmagadért vagy az üzletben — de soha **NEM VAGY MAGADRA HAGYVA!**

Azáltal, hogy benne vagy az üzletben, főleg, ha otthonról dolgozol, jogosult lehetsz néhány lényeges **ADÓKEDVEZMÉNYRE**. Ez a témakör nem fér bele ennek a könyvnek a kereteibe, de mindenképpen érdemes tanácsot kérned a könyvelődtől, vagy tájékozódni abból a számos könyvből, amelyek erről megjelentek.

Vállalkozóként kapcsolódva az üzlethez, nagykereskedelmi áron vásárolhatsz termékeket az általad képviselt MLM cégtől. Ennek azért van jelentősége, mert így te magad is fogyaszthatod (sőt,

kell is, hogy fogyaszsd) a termékeket. Sok ember csupán a nagykereskedelmi áron való vásárlás lehetősége miatt kapcsolódik be a rendszerbe, de később sokan válnak „komoly” üzletemberekké.

Mivel te magad NAGYKERESKEDELMI ÁRON vásárolsz, megteheted, hogy másoknak KISKERESKEDELMI ÁRON adsz el termékeket, és így PROFITRA teszel szert. Az MLM-mel kapcsolatos egyik legáltalánosabb félreértést az a hiedelem jelenti, hogy EL KELL ADNOD ahhoz, hogy sikeres légy. Sok szó esik a kiskereskedelmi áron történő eladásról, és ezt valóban nem tanácsos elhanyagolni. Egyes programok még fel is állítanak bizonyos kvótát, amit a jutalékfelvétel feltételeként teljesíteni kell. Eladhatsz, ha kedved tartja, vagy ha ez különleges követelményként szerepel céged marketing tervében, de ha csak azért adsz el, hogy nagyobb bevétel legyen, akkor jó, ha tudod: igazi anyagi sikert csak a hálózatépítés hozhat a számodra.

FONTOS SZEMPONT: az értékesítést tekintsd a hálózatépítés természetes következményének. Sokan azért buknak el, ahelyett, hogy sikeresek lennének, mert más oldalról közelítik meg ezt a kérdést — úgy próbálnak meg hálózatot építeni, hogy az eladást hangsúlyozzák. Ha végigolvasod a következőkben részletezett Szalvéta Bemutatókat, látni fogod majd ennek a felfogásnak a kifejtését.

Az „eladás” szó az emberek 95%-ában negatív gondolatokat ébreszt. Az MLM-ben nem „eladnod” kell a termékeket, a szó hagyományos értelmében. Természetesen itt is MOZOGNIA KELL A TERMÉKEKNEK, különben az égvilágon senki nem jut pénzhez. Definícióm szerint az eladás: „idegenek megszólítása annak érdekében, hogy eladjunk nekik valamit, amire sem szükségük, sem igényük nincs”. Fontos tehát hangsúlyozni: A TERMÉKEKNEK MOZOGNIUK KELL, KÜLÖNBEN SENKI NEM JUT PÉNZHEZ!

Az MLM-nek van egy másik elnevezése is: Network Marketing, azaz hálózatos értékesítés. Amikor MLM üzletet építesz, lényegében olyan hálózatot hozol létre, amelyen keresztül a termékeidet a fogyasztók felé áramoltathatod. A Network Marketing tehát a kiskereskedelmi eladáson alapul, azonban ez az eladás itt úgy történik, hogy a disztribútorok vagy termékforgalmazók a barátaiknak, a

szomszédjaiknak vagy a rokonaiknak AJÁNLIJÁK a termékeiket, így soha nem kell nekik idegeneket megkeresniük.

NAGY ÉS SIKERES ÜZLETET csak úgy tudsz felépíteni, ha EGYENSÚLYT hozol létre két fő tevékenységed között. Miközben új munkatársakat szponzorálsz, és tanítod őket az MLM alapjaira, egyúttal kiépítesz egy fogyasztói bázist is a termékeid számára, hiszen mindig eladsz egy kevés terméket a barátaidnak, a szomszédaidnak és a rokonaidnak.

Ne akard egyedül te magad eladni a programodat az egész világnak! Soha ne tévedsz szem elől, hogy a Network Marketing vagy MLM lényegében olyan szervezet kiépítését jelenti, ahol minden egyes disztribútor csak egy keveset ad el. Ez sokkal hatékonyabb, mint ha csupán néhány ember próbálkozna meg azzal, hogy egyenként, egymagukban sokat eladjanak.

Gyakorlatilag egyetlen MLM cégnek sincs szüksége arra, hogy hatalmas összegeket adjanak ki reklámcélokra. A termékek híre itt csaknem kizárólag személyes ajánlással, szájreklám útján terjed, így több pénz marad a cégnél termékfejlesztésre. Ennek következtében többnyire sokkal jobb minőségű termékeket tudnak előállítani, mint amelyek az üzletekben kaphatók. Olyan terméket tudsz tehát AJÁNLANI barátodnak, amelyre szüksége van, és amit már amúgy is használ, csak annál sokkal jobb minőségben. Egyszerűen azt kell csak elérned nála, hogy a régi, megszokott márkát egy újabbal váltsa fel, olyannal, amelyet saját tapasztalataid alapján te magad jobbnak tartasz.

Láthatod tehát, hogy itt szó sincs „házaló kereskedelemről” — vagyis arról, hogy nap mint nap idegeneket kellene felhívnod. Valamennyi általam ismert MLM program azt tanítja, hogy a megkívánt „eladás” teljesíthető azzal, ha egyszerűen csak AJÁNLOD céged minőségi termékeit vagy szolgáltatásait a barátaidnak. (Szívesebben használjuk az „ajánlás” szót az „eladás” helyett, hiszen itt valójában erről van szó!)

A másik dolog, ami megkülönbözteti az MLM-et a Közvetlen Értékesítéstől, hogy itt a termékforgalmazók SZPONZORÁLHATNAK újabb termékforgalmazókat. A közvetlen értékesítésben, sőt néhány MLM cégnél is, az új munkatársak keresését és beléptetését

TOBORZÁSNAK nevezik. A „szponzorálás” és a „toborzás” azonban egyáltalán nem ugyanazt jelenti. A SZPONZORÁLÁS azt jelenti, hogy új munkatársadat MEGTANÍTOD arra, hogyan csinálja ő is ugyanazt, amit te — vagyis arra, HOGYAN ÉPÍTSE ő maga is A SAJÁT ÜZLETÉT.

Szeretném hangsúlyozni, milyen óriási különbség van aközött, hogy valakit szponzorálsz, vagy egyszerűen csak „belépteted” őt az üzletbe. Akit SZPONZORÁLSZ, azért egyúttal KÖTELEZETTSÉGET is vállalsz. Amennyiben nem vagy hajlandó vállalni ezt a kötelezettséget, akkor csak kárt okozol neki azzal, ha belépteted.

Ezen a ponton csupán arra van szükséged, hogy AKARJ segíteni új munkatársadnak abban, hogy a saját üzletét felépítse. Ez a könyv felbecsülhetetlen értékű eszközt jelent ahhoz, hogy megmutassa neked, mit és hogyan tegyél ennek érdekében.

A szponzor FELELŐSSÉGE, hogy mindazt megtanítsa az általa beléptetett embereknek, amit ő maga tud az üzletről. Hogy miről lehet itt szó? Hogyan lehet terméket rendelni, különböző nyomtatványokat kitölteni, hogyan indulhatnak el az üzletben, hogyan építsék a saját hálózatukat, hogyan képezzék a munkatársaikat stb. Ez a könyv végigkísér egy hosszú úton, amelynek végső célja az, hogy KÉPESSÉ tegyen téged ennek a felelőségnek a vállalására.

A SZPONZORÁLÁS az, amely egy Multi-Level Marketing üzlet növekedését elindítja. Üzleted növekedésével párhuzamosan te magad is haladsz afelé, hogy FÜGGETLEN, SIKERES üzletember legyen belőled. A SAJÁT MAGAD FŐNÖKE vagy!

Egy Közvetlen Értékesítéssel foglalkozó cégnél a társaság érdekében tevékenykedsz. Ha egy szép napon úgy döntesz, hogy abbahagyod náluk a munkát, és más vidékre költözöl, úgy válsz el tőlük, hogy utána mindent előlről kell kezdened. Az általam ismert csaknem valamennyi MLM program ezzel szemben lehetővé teszi, hogy ha elköltözöl akár az ország másik végébe, és ott kezdesz el szponzorálni újabb embereket, a hátrahagyott csoportod által generált pontokat, valamint a teljesítményük után folyamatosan képződő jutalékokat akkor sem fogod elveszíteni.

A Multi-Level Marketing programokkal sok pénzt kereshetsz. Ennek eléréséhez egyes MLM cégeknél hosszabb, másoknál rövi-

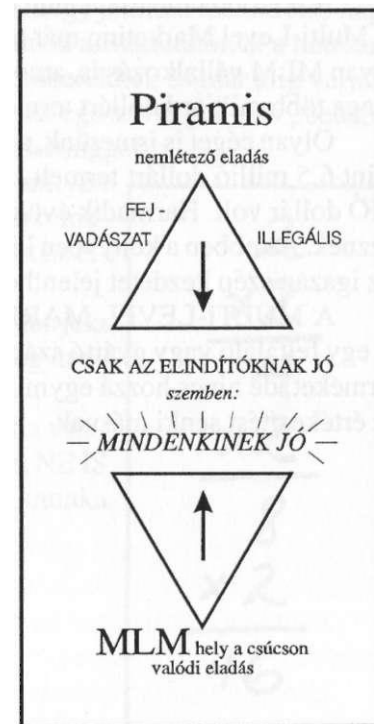
debb időre van szükség, de sok pénz minden esetben csak a szervezet építéséből, és nem a termékadásból jön. Nem mondom, van néhány program, ahol jól megélhatsz pusztán a termékadásból is — de a SZERENCSEDET csak úgy csinálhatod meg, ha elsődleges célnak egy nagy értékesítői hálózat kiépítését tekinted.

A legtöbb ember szerény elképzelésekkel kezd bele a Multi-Level Marketing üzletbe: úgy gondolják, hogy esetleg megkereshetnek vele havi 50, 100 vagy 200 dollárt. Egy idő után azonban rájönnek, hogy ha komolyan veszik az üzletet, 1000 vagy 2000 dollárt is kereshetnek — sőt ennél még jóval többet is. Nyomatékosan megismétlem: ennyi pénzt, pusztán a termékek eladásával, lehetetlen keresni — ilyen jelentős jövedelmet kizárólag a hálózatépítés eredményezhet.

ÉS ÉPPEN EZ A CÉLJA ENNEK A KÖNYVNEK: olyan dolgokat szeretne neked megtanítani, amelyeket feltétlenül tudnod kell

ahhoz, hogy képes legyél egy szervezetet felépíteni, méghozzá GYORSAN — ennek pedig alapfeltétele, hogy megfelelő beállítottságot alakíts ki magadban az MLM-hez. Ha valaki azt hiszi, hogy az MLM illegális, mivel a felépítése a piramisra emlékezteti (és az illető meg is teszi ezt az összehasonlítást), akkor várhatóan sok problémád lesz vele a szponzorálásnál.

A te feladatod, hogy a piramisra való összehasonlítás során bemutasd neki a tényeket, amelyek kialakíthatják benne az igazi MLM-hez való helyes hozzáállást. Ehhez jó segítséget jelenthet az itt látható ábra felrajzolása. A piramis üzlet a csúcstól lefelé épül, és csak azok juthatnak el a csúcs közelébe, akik már az induláskor bekapcsolódtak.



Az MLM háromszögében ezzel szemben mindenki alulról indul, azonos lehetőséggel ahhoz, hogy egy nagy szervezetet felépítsen.

Egy új munkatárs, ha úgy akarja, akár olyan hatalmas szervezet is felépíthet, amely sokszorosan nagyobb saját szponzorának a hálózatánál.

A legfőbb célod tehát legyen a következő: vond be a jelöltedet egy olyan beszélgetésbe, amely általánosságban szól az MLM-ről, és magyarázd el neki, három ujjad segítségével, hogy mi a különbség a Kiskereskedelem, a Közvetlen Értékesítés és a Multi-Level Marketing között. Ennek alapján már nagyobb sikerrel kezdheted el a szponzorálásukat saját speciális MLM üzletedbe.

Mint arra már korábban utaltam, 2010-re az MLM éves forgalma várhatóan meghaladja majd a 200 milliárd dollárt. Ez egy **HATALMAS ÜZLET!**

A legtöbb emberben nem tudatosul, hogy az MLM ilyen nagy! A Multi-Level Marketing már több, mint 50 éve velünk van! Létezik olyan MLM vállalkozás is, amely immár 45 évnél is idősebb, és egy-maga több milliárd dollárt termel évente.

Olyan céget is ismerünk, amely működésének első évében több, mint 6,5 millió dollárt termelt. A második év bevétele már 62 **MILLIÓ** dollár volt. Harmadik évükre 122 **MILLIÓ** dollár forgalmat terveznek. Az ebben a könyvben kifejtett elvek alapján ez a cél elérhető. Ez igazán szép kezdetet jelenthet bárki számára!

A **MULTI-LEVEL MARKETING** az egyik leginkább járható út egy feltaláló vagy gyártó számára, aki piacra szeretne dobni egy új terméket, de nincs hozzá egymillió dollárja, és nem akarja átengedni az értékesítést senki másnak.

II. FEJEZET

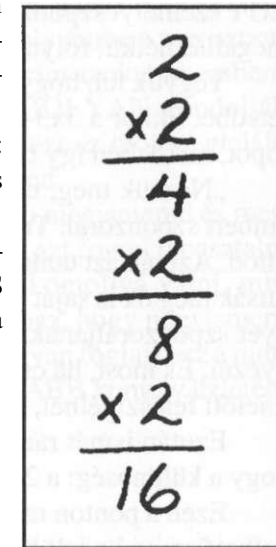
1. Szalvéta Bemutató KÉTSZER KETTŐ AZ NÉGY

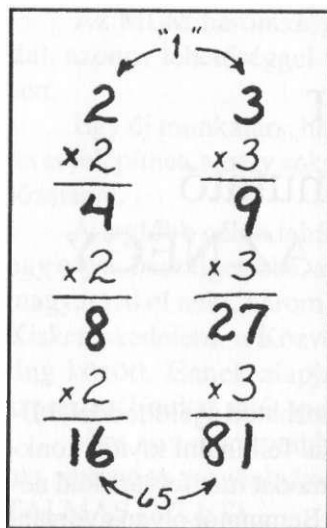
EZT a gondolatmenetet már akkor is megoszthatod a jelölteddel, **MI-ELŐTT** még megismertetnéd vele az általad felkínálni kívánt konkrét üzleti lehetőséget. Ha azonban a programodat már felvázoltad neki, akkor **FELTÉTLENÜL** tartsd meg ezt a Bemutatót olyan gyorsan, amint csak lehet. Hiszen azt szeretnéd, hogy jelölted már az első naptól kezdve helyesen gondolkodjék. Ennek a Bemutatónak a hatására általában „madarat lehet fogatni” az emberekkel, és már alig várják, hogy nekiinduljanak, „szponzorálják az egész világot”, és „betegre keressék magukat” a Multi-Level Marketinggel.

Ez a Bemutató arra világít rá, milyen nagy jelentősége van annak, hogy embereinkel együtt dolgozzunk, és segítsük őket az elindulásban.

A Bemutató úgy kezdődik, hogy leírjuk: $2 \times 2 = 4$, majd szorozgatunk tovább, egymás alatt, az ábra szerint:

Tréfásan hozzáfűzhetjük, hogy ha valaki ezt a szorzást képtelen elvégezni, azt **NE IS SZPONZORÁLJUK**, mert a későbbi munka során sok problémánk lesz vele.


$$\begin{array}{r} 2 \\ \times 2 \\ \hline 4 \end{array}$$
$$\begin{array}{r} 2 \\ \times 2 \\ \hline 8 \end{array}$$
$$\begin{array}{r} 2 \\ \times 2 \\ \hline 16 \end{array}$$



Vegyük észre, hogy máris elkezdtük alkalmazni a „szponzorálni” kifejezést. Most a 2x2-es oszloptól jobbra írjunk le egy újabb számsort 3x3-mal, és mondjuk közben a következőket: „Ebben az esetben már három embert szponzorálsz, és ha ezt a három embert megtanítod arra (és itt már a „tanítani” kifejezést is bevezetjük), hogy ők is szponzoráljanak egyenként hármat, akkor máris kilenc új embered van. Ezután a három emberedet arra fogod megtanítani, hogyan tanítsák meg szponzorálni ezt a kilenc újoncot, és ez újabb 27 munkatársat eredményez. Még egy szinttel

mélyebbre menve további 81 ember fog a hálózatodhoz csatlakozni”. Mutass rá a 16 és a 81 közötti eltérésre, és szerezd meg az egyetértését ahhoz, hogy a 65 ember valóban jelentős különbség. Ezután hívd fel a figyelmét arra, hogy A VALÓDI KÜLÖNBség tulajdonképpen csak egy! Csupán annyi történt, hogy mindenki TOVÁBBI EGY személyt szponzorált! Itt már érezkelhetsz némi reakciót, de ha megállás nélkül folytatod tovább, a hatás egyre nagyobb lesz.

Tegyük fel, hogy négy embert szponzorálsz személyesen az üzletedbe. Ekkor a 3x3-as oszloptól jobbra felírsz egy újabb számoszlopot, miközben így beszélsz:

„Nézzük meg, mi történik, ha mindenki csak KÉT TOVÁBBI embert szponzorál. Te magad szponzorálsz négyet, és őket is erre tanítod. Azután azt tanítod meg a te négy szponzoráltadnak, hogyan tanítsák meg ők is saját 4x4=16 szponzoráltjukat arra, hogy szintén négyet szponzoráljanak. Ez a csoportodban 64 új embert fog eredményezni. És most, ha csak egyetlen szinttel megyünk mélyebbre, még mielőtt feleszmélnél, máris 256 további embered van.”

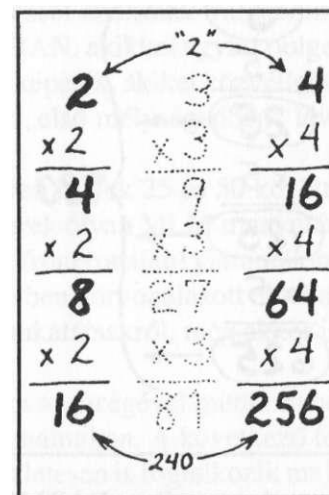
Ezután ismét ráirányíthatod a számokra a figyelmet: „Látható, hogy a különbség: a 240 ember, most még nagyobb, de ... ”

Ezen a ponton már rendszerint még határozottabb reakció érezkelhető, mivel a jelölted már kezdi megérteni az elvet, és közbevág,

mielőtt még folytatnád: „A VALÓDI KÜLÖNBség csupán annyi, hogy mindenki TOVÁBBI KÉT személyt szponzorált!”

Végül eljutunk az ötös számig. Jelölted eddigre már rendszerint felfogta a lényegét, gondolatilag és szóban is követ téged, amikor beírod a számokat az utolsó oszlopba.

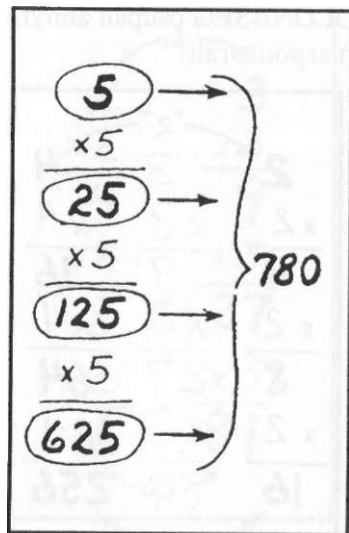
Ekkor már el is hagyhatod a „szponzorálni” és a „tanítani” kifejezéseket, miközben hangosan mondd, amit írsz: „5x5=25, 5x25=125, ez megszorozva öttel már 625. És itt a 609 ember már FANTASZTIKUS KÜLÖNBség!” De a VALÓDI KÜLÖNBség most is csak annyi, hogy mindenkinek TOVÁBBI HÁROM személyt kellett szponzorálnia.



A legtöbb ember számára felfogható, mit jelent egy, két vagy három további embert szponzorálni, de az alsó sor számait (16, 81, 256 és 625) már többnyire nehezebben tudják érzékelni.

Most képzeld magad az utolsó oszlop fölé, annak a munkatársnak a helyébe, aki rászánta az időt, és öt komoly embert már szponzorált is a programba. Az oszlop tetején az 5 szám azokat az embereket jelöli, akik a szponzoráltjaik közül KOMOLYAN gondolják, hogy felépítik a saját üzletüket. Ahhoz, hogy ezt az ötöt megtaláld, akár 10, 15 vagy 20 embert is kell szponzorálnod.

Később azonban, miután teljes egészében megismered és megérted mind a tíz SZALVÉTA BEMUTATÓT, azt fogod tapasztalni, hogy az embereid GYORSABBAN fognak komollyá válni, mint azok, akik úgy csatlakoznak ehhez a rendszerhez, hogy nem ismerik ezt az anyagot. Ez a könyv éppen arra tanít, hogyan foglalkozz a munkatársaidal ahhoz, hogy ők is minél HAMARABB komoly üzletépítőkké váljanak.



Figyeld meg az ábrát, amely arról szól, hogy öt embert szponzoráltál, azok is egyenként ötöt, és így tovább, végig lefelé az egész oszlopban. Ha ezeket a (bekarikázott) számokat összeadod, azt láthatod, hogy 780 komoly ember van a hálózatodban. Ez a felismerés segíteni fog abban, hogy megválaszolod a kérdést: „És termékkeladás nem kell foglalkozni valakinek?” Ezt a kérdést valamennyien hallottátok már, ha egy kicsit is aktívak voltatok. Ilyenkor csináld végig ezt a SZALVÉTA BEMUTATÓT az üzlettársaiddal, és magyarázd el nekik, hogy $2 \times 2 = 4$ — egészen a 780 disztribútorig.

Amennyiben BÁRMILYEN TÍPUSÚ Multi-Level Marketing szervezetben 780 üzlettársad van, akik csupán saját maguk használják a termékeket, az már önmagában nagy tömegű fogyasztást jelent. (És akkor még nem is vettük figyelembe azokat, akik nem komoly hálózatépítők, viszont fogyasztják a termékeket.)

Bizonyára valamennyi üzletépítő munkatársunknak van két, három, négy vagy öt barátja — mondjuk, hogy a baráti, rokoni, ismeretségi korból mindenkinek lett 10 törzsvásárlója — már ez önmagában 7800 vásárlót jelent! Add hozzá ezt a számot a 780 komoly munkatársadhoz — úgy gondold, hogy ez a 8580 ember, plusz a hálózatod „termékvásárló” tagjai nemjelentenek számodra profitot termelő vállalkozást? így tehát sok pénzt csinálhatsz bármelyik MLM üzletben még akkor is, ha a munkatársaid fejenként csak kevés terméket vásárolnak — mivel nagyon sok munkatársad van! És ehhez nem volt szükséged arra, hogy te magad „szervezz be” egy egész hadsereget; neked kizárólag öt KOMOLY EMBERREL kellett együttműködnöd.

Gyakran előfordul, hogy összeakadunk olyan emberekkel, akik a miénkhez hasonló más MLM programokban dolgoznak, és elcsodálkoznak azon, hogy milyen GYORSAN nő a mi hálózatunk. Ezek az emberek már régebben vannak az üzletben, mint mi, de csak va-

karják az „agytrösztöt” a nyakukon, és tünődve kérdik: „Vajon mi olyat csináltok, amit én nem?”

Erre a kérdésükre többnyire kérdéssel szoktunk válaszolni: „Hány ember van a FRONTVONALADBAN, akikkel együtt dolgozol?” (A frontvonaladat azok az emberek képezik, akiket közvetlenül te szponzoráltál. Másként nevezve ők az „első mélységben” lévő disztribútoraid.)

Erre a kérdésemre válaszként gyakran hallok 25 és 50 közötti, vagy annál még nagyobb számokat. Ismerek olyan MLM munkatársat is, akinek több, mint 100 ember van a frontvonalán! Garantálom, hogy aki egyszer megérti majd az e könyvben körvonalazott elveket, fél éven belül le fog mondani az ilyen munkatársáról, még akkor is, ha már 6-8 éve bent vannak az üzletben.

Most csupán egy egyszerű párhuzam segítségével mutatom be, miért nem jó, ha sok ember van a frontvonalunkon. A következő fejezet: a 2. SZALVÉTA BEMUTATÓ részletesen is foglalkozik majd a „Kereskedői Kudarcs Szindrómával”, ami ezt a helytelen gyakorlatot még jobban megvilágítja.

Összehasonlítás kedvéért gondoljunk csak a HADSEREGRE, a HADITENGERÉSZETRE, a LÉGIERŐRE vagy a PARTI ŐRSÉGRE. A legalacsonyabb szinten lévő közlegénytől a Pentagon vezérkari tisztjeiig (ritka kivételtől eltekintve) nincs olyan ember, akinek a KÖZVETLEN irányítása alá 5-6 főnél több ember tartozna. Gondolj el ezen! A West Point vagy az Annapolis mögött egyenként több, mint 200 éves tapasztalat áll, mégsem gondolják azt, hogy bárki képes lenne 5-6 főnél többet irányítani. Ezért érthetetlen a számomra, hogy miért gondolják azok az emberek, akik belépnek egy Multi-Level Marketing szervezetbe, hogy hatékonyan fognak tudni dolgozni 50 emberrel a frontvonalukban. Ez KÉPTELENSÉG! Ezért buknek el olyan sokan ebben az üzletben, és hogy pontosan miért, azt is megtudod, ha továbbolvasod ezt a könyvet.

Ne is próbáld meg egyidejűleg ötnél több komoly emberrel együtt dolgozni. Biztosítsd őket arról, hogy a szponzorálásukkal egyidejűleg elkezdesz dolgozni az egyik „lábukon”. Eljön majd az idő, amikor már nem lesz szükségük rád, el tudnak tőled szakadni, és önállóan kezdenek építeni újabb alsóvonalakat. Ez azt jelenti, hogy

felszabadultál, és elkezdhetsz dolgozni egy további komoly emberrel, és így ismét öt lesz azoknak a közvetlen munkatársaidnak a száma, akiknek az üzletépítésében személyesen is közreműködsz. Egyes programok legfeljebb három vagy négy emberrel teszik lehetővé a hatékony együttműködést, de olyan MLM üzletet, ahol egyszerre ötnél több emberrel lehetne hatékonyan dolgozni, egyetlen egyet sem ismerek.

Ezek a SZALVÉTA BEMUTATÓK egymással szorosan összefüggenek, ezért néhány kérdésre, amelyek olvasás közben felmerülnek benned, csak akkor kapsz választ, ha a könyvet továbbolvasod.

III. FEJEZET

2. Szalvéta Bemutató KERESKEDŐI KUDARC SZINDRÓMA

MIÉRT fordul oly gyakran elő, hogy a Multi-Level Marketing üzletbe bekapcsolódó kereskedők elbuknak? Ez a 2. Bemutató rávilágít azokra az általános hibákra, amelyeket a profi kereskedők szoktak elkövetni.

Hadd magyarázzam el, miért jobb inkább 10 tanárt szponzorálni, mint 10 kereskedőt.

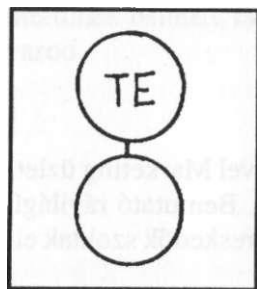
Kérlek, NE ÉRTS FÉLRE! Véleményem szerint a profi kereskedő nagyszerű kincs lehet a hálózatodban — éppen úgy, mint bárki más, aki már túljutott a Tíz Szalvéta Bemutatón, és azt teljes egészében megértette.

Ez az iménti állítás a legtöbb embert zavarba ejti, de ne felejtse el: ők még nem értették meg, hogy az MLM egy speciális marketing MÓDSZER. Mi NEM Közvetlen Értékesítői rendszerbe akarjuk belepertetni az embereket. Mi egy Multi-Level Marketing programban való részvételhez SZPONZORÁLJUK őket.

A kereskedőkkel többnyire abból adódik a problémád, hogy amikor meglátják céged magas minőségű termékeit, azonnal belépnek, és belevetik magukat az üzletbe. Képesek arra, hogy összeállítsák a saját prezentációjukat, nem igénylik, hogy elmondd nekik, hogyan kell eladni — hiszen ők profik! Az a legjobb az egészben, hogy te nem is ezt akartad nekik elmondani, hanem arra akartad őket meglanítani, hogyan SZPONZORÁLJANAK, hogyan TANÍTSANAK, és hogyan építsenek nagy és sikeres Multi-Level Marketing szerve-

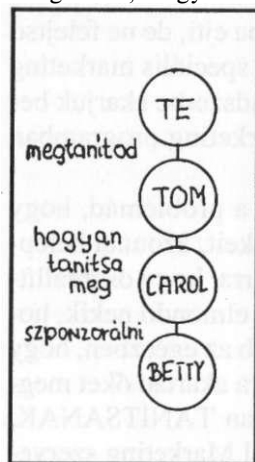
zetet. Azt akartad nekik elmondani, hogy erre ők — egyébként bárki máshoz hasonlóan — képesek, ANÉLKÜL, HOGY BÁRMIT IS ELADNÁNAK, az „eladás” szó normál definíciója értelmében.

Amennyiben nem tudsz leülni velük, és elmagyarázni néhány alapvető dolgot a Multi-Level Marketingről, és arról, hogy miben különbözik az MLM a Közvetlen Értékesítéstől, akkor a kereskedő típusú szponzoráltjaid általában rossz irányban fognak elindulni. A későbbiek során, ahogy haladunk majd előre a Szalvéta Bemutatókkal, felhozunk majd néhány példát is ezzel kapcsolatban.



A legtöbb ember (és főleg a kereskedő típusúak) azt gondolják, hogy ha szponzorálnak valakit, azzal már meg is duplázták magukat. (Rajzolj két kört egymás alá, és írd be a felsőbe, hogy „TE”.) Kezdetben volt egy ember, és most már kettő van. Ez, bár logikusnak tűnik, egyáltalán NEM IGAZ!

Mégpedig azért nem igaz, mert ha a felső körrel jelölt ember (a szponzor) kilép az üzletből, akkor az ő szponzoráltja szintén ki fog esni. Mindketten abba-hagyják. Meg kell magyaráznod az új munkatársaidnak, hogy ha ők valóban meg akarják duplázni magukat, ahhoz legalább HÁROM MÉLYSÉGIG el kell jutniuk. Csak ebben az esetben mondhatják el magukról, hogy DUPLIKÁLÓDTAK.



Ha a szponzorod még az előtt kiesik az üzletből, hogy lehetőséged nyílt volna arra, hogy meglásd: ez az üzlet tényleg működik, akkor ezt te el sem hinnéd, hiszen neki sem működött. Elvégre ő volt a szponzorod, és neki minden bizonnyal többet kell tudnia erről, mint neked.

Tételezzük fel, hogy itt vagy te. (Rajzolj egy kört, és írd be a középebe, hogy „TE”.) Mondjuk, hogy szponzorálsz Tomot. (Rajzolj egy újabb kört a másik alá, írd bele, hogy „TOM”, és kösd össze a két kört egy vonallal.) Nos, ha te nem dolgozol, és Tom nem tudja,

mit kell csinálnia (mivel nem tanítottad meg neki), akkor ő is elmegy, és vége van az üzletednek. De ha MEGTANÍTOTTAD RÁ, hogyan szponzoráljon, és ő szponzorálja Carolt, azzal még csak éppen hogy ELKEZDTED megduplázni magad.

Ha azonban Tom nem tanulja meg azt, hogyan tanítsa meg Carolt szponzorálni, akkor megint csak kudarccal végződik a dolog, és az üzleted kifulladásra megy. Meg kell tehát tanítanod Tómnak, HOGYAN TANÍTSA MEG Carolt szponzorálni. Ezután ő már szponzorálni tudja Bettyt, vagy bárki mást.

Immár van HÁROM MÉLYSÉGED. Ha magára hagyod ezt a vonalat (másik munkatársaddal kezdesz el dolgozni, vagy az ország más területén folytatod a tevékenységedet), ez a lábad továbbra is dolgozni fog. Hangsúlyozom tehát: alsóvonaladon LE KELL JUTNOD HÁROM MÉLYSÉGIG! Gyakorlatilag semmit nem csináltál addig, amíg nem vagy három mély, és csak ez után mondhatod el, hogy MEGDUPLÁZTAD MAGAD.

Ha ezen a ponton kívül soha semmi másról nem is beszélnél az embereiddel, ez már önmagában azt jelentené, hogy a kezdedben van a kulcs, amely sikeresebbé tehet téged a legtöbb embernél, akik a Multi-Level Marketing üzletben dolgoznak.

Lássuk csak, mi történik a „kereskedővel”: Megnézi a termék-bemutatót, meghallgatja vagy elolvassa, hogyan működnek a termékek, és hogy mások milyen eredményeket értek el az alkalmazásukkal. Ezekkel a terméktapasztalatokkal felfegyverkezve útnak ered, és elkezd „őrült módon” eladni — hiszen ő profi KERESKEDŐ! Otthonosan mozog a Közvetlen Értékesítés területén, és nem jelent neki gondot az, hogy bárki idegent megkeressen.

De hiszen ez nagyszerű! Szuper eladót (nevezzük Charlie-nak) bíztatni kezded: „Charlie, ha NAGY DOHÁNYT akarsz keresni, az egyedül nem megy. Neked ahhoz embereket kell szponzorálnod”.

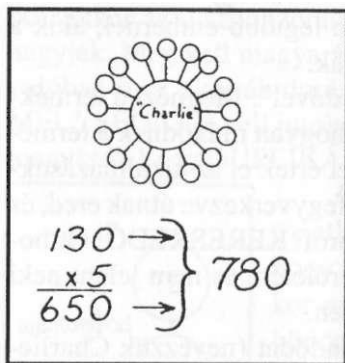
Mit tesz erre Charlie? Elindul, és szponzorál, szponzorál, szponzorál — viharos sebességgel. Egy jó kereskedő egy Multi-Level Marketing programban akár heti 3-4 embert is be tud léptetni az üzletbe.

Na, de mi történik ezután? El fog jutni oda (és nem is túl sokára),

hogy az emberei elkezdnek kihullani, éppen olyan nagy sebességgel, mint ahogyan csatlakoztak. Ha ugyanis egy szponzor nem tud HATÉKONYAN együtt dolgozni az újoncaival (és képtelenség is hatékonyan lenni, ha egyszerre ötnél több emberrel próbál meg foglalkozni), azt fogja tapasztalni, hogy a szponzoráltjai elbátortalanodnak, és feladják.

Ezt látva, Charlie szintén elbizonytalanodik, és türelmetlen lesz, mert úgy gondolja, hogy itt már nem történik semmi, ezért elmegy, hogy valami más „eladható” terméket keressen. Charlie szponzora, aki korábban abban reménykedett, hogy ez a ragyogó kereskedő majd gazdaggá teszi őt, szintén meginog, és feladja.

Az MLM legtöbb sikeremberének nincs eladói gyakorlata. Lehet, hogy nem hivatásos TANÁROK, de a legtöbbjük olyan szakmai háttérrel rendelkezik, amelynek fontos eleme volt a tanítás. Ismerek olyan tanárt és iskolaigazgatót, aki — mindössze 24 hónapot eltöltve egy Multi-Level Marketing üzletben — másodállásban HAVI TIZENÖTEZER DOLLÁRT keresett. Ő megcsinálta, és MÁSOKNAK IS MEGTANÍTOTTA, hogyan érhetik el ugyanezt ők is.



Nézzük most meg számok segítségével a Charlie-féle megközelítést, hogy világosabban lássuk, hol rontotta el a dolgot. Tételezzük fel, hogy Charlie-nak mint szuper kereskedőnek 130 embert sikerült beléptetnie. Tegyük fel azt is, hogy mindegyik munkatársa hozott fejenként öt, tehát összesen további 650 újoncot, és ezzel Charlie hálózatának létszáma 780-ra nőtt. (Ismerősen hangzik?)

Miután ezt az ábrát felrajzoltad, tedd fel a következő kérdést embereidnek: „Mit gondoltok, melyik változatot tudnátok gyorsabban megcsinálni: szponzorálni öt komoly embert, és MEGTANÍTANI ŐKET, HOGYAN TANÍTSANAK, vagy . . . ”?

Mellesleg fogsz ilyen kérdést is kapni: „Mit kellene tanítanom nekik?” A válasz: Pontosan azt kell nekik tanítanod, amit most tanulunk, ebben a könyvben — a TÍZ SZALVÉTA BEMUTATÓT.

Szükséges, hogy valamennyit megértsék, de kezdetben az első négy is elegendő.

Tanítsd meg nekik, hogy $2 \times 2 = 4$, hogy miért lehetnek sikertelenek az emberek stb. Mit gondolsz, mennyi időre lenne szükséged ahhoz, hogy 130 embert szponzorálj? Hányan esnének ki az első belépők közül, amíg eljutnál a 130-as számhoz? Tapasztalatok szerint nagyon gyorsan elveszítenéd őket. Felfedeznéd, hogy az 1. Szalvéta Bemutató 780 emberére vetített megtartási ráta az ebben a fejezetben tapasztalathoz képest jóval magasabb.

Ha ezt bemutatod egyszer egy jó kereskedőnek, és ő meg is érti, így kiált majd fel: „Aha! Már látom, hogy mit fogok csinálni!” — és máris indulni akar, hogy megtegye. VIGYÁZAT! Ilyenkor vissza kell őt tartanod. Mivel még most sem érti igazán, amit ebben a fejezetben átvettünk, sok ember az MLM-ben szó szerint éppen hogy „kibátorítja” az embereit az üzletből! Szponzorál valakit, majd egy kis idő múlva az új termékforgalmazója odajön hozzá, és büszkén újságolja: „Figyelj, öt embert léptettem be a múlt héten!” Erre azt monja, hogy „Nagyszerű!” — és bátorítóan vállon veregeti. A következő héten öt további embert fog beléptetni. És mi történt azokkal, akik az előző héten csatlakoztak? Lehet, hogy már el is tűntek.

Ha megértetted a Kereskedői Kudarc Szindrómát, attól még bátoríthatod őket, de egyidejűleg azt is hangsúlyoznod kell, hogy milyen FONTOS, hogy meg is tartsák azt az öt embert, akit először szponzoráltak, és hogy SEGÍTSÉK ŐKET AZ ELINDULÁSBAN.

Miután szponzoráltam valakit, sokkal fontosabb a számomra, hogy elmenjek vele, és SEGÍTSEK NEKI SZPONZORÁLNIVALAKIT, mint az, hogy én magam szponzoráljak valakit közvetlenül a magam számára. Ennek fontosságát nem tudom eléggé hangsúlyozni. Ez a pont elő fog jönni még néhány további Bemutatóban is.

A Tíz Szalvéta Bemutató közül az első négy valóban KÖTELEZŐ. Ha még ezekre sincs idő, akkor indulj el legalább az 1. és a 2. Bemutató megismerésével (II. és III. Fejezet). Ezeket — a részletességtől függően — 5-10 perc alatt bemutathatod valakinek, ha egyszer már jól begyakoroltad.

Jól megerősíti ezt a tapasztalatot az az eset, amikor Carl, akit az egyik MLM programban szponzoráltam, elmesélte, hogyan oldotta

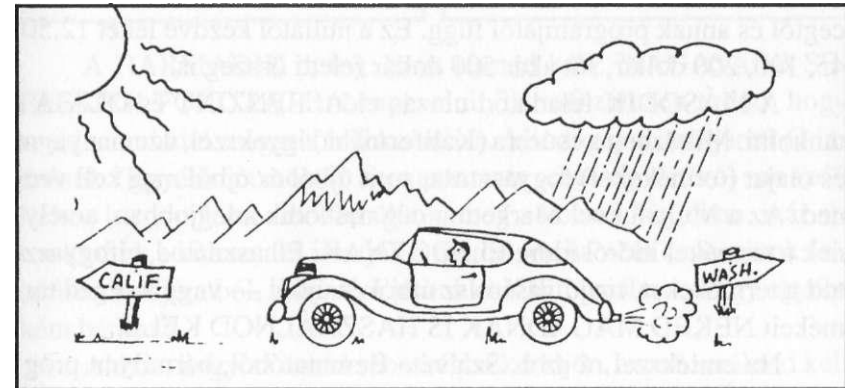
meg telefonon keresztül a Szalvéta Bemutatót, miután ő maga is telefonon keresztül ismerkedett meg vele. Carl felhívott, és elmondta nekem, hogy szeretné a lányát szponzorálni, aki Tennesseeben lakik, és mindenkit ismer a városban. Én ezt nagyszerű ötletnek tartottam, de gyorsan hozzátettem, hogy szeretnék elmondani neki valamit, amit tovább kellene adnia a lányának. Mivel telefonon beszéltünk, megkértem, vegyen elő egy papírt és egy ceruzát, és leírtam vele a 2x2=4 Bemutatót, majd megkértem, hogy olvassa vissza. Azt tanácsoltam, hogy azonnal hívja fel a lányát, és mondja el neki, milyen hibákat kell elkerülni, hogy helyes irányban induljon el. Ezt meg is tette, és ez a lecke mindkettőjüknél nagyon jól működött.

IV. FEJEZET

3. Szalvéta Bemutató A NÉGY KÖTELEZŐ TENNIVALÓ

Az első Bemutató néhány fontos TENNIVALÓRÓL SZÓLT, a másodikban felhívtuk a figyelmedet néhány dologra, hogy MIT NE TEGYÉL, amikor a mélységben dolgozol a csoportodban. Ebben a Szalvéta Bemutatóban négy olyan lépést mutatunk be, amelyeket MEG KELL TENNED ahhoz, hogy sikeres légy egy MLM programban. Ez a négy tennivaló abszolút KÖTELEZŐ feladatot jelent!

Ezt a négyet CSINÁLTA és CSINÁLJA mindenki, aki a Multi-Level Marketing üzletben ma évente 100 000, 200 000 dollárt, vagy még többet keres.



Hogy segítsünk emlékezni erre a négy lépésre, párhuzamba állítottuk ezeket a pontokat egy történettel, amelyet elmesélhetsz az

embereidnek. Azon túlmenően, hogy érzékelik majd ezt a párhuzamot, jobban fognak EMLÉKEZNI is a kötelező „hogyan kell csinálni?” lépésekre.

A történet a következő: Képzeld el, hogy autós kirándulást tervezel a családdal. Elindulsz az esős Washingtonból (ahol valószínűleg azért nem annyira rossz lenni, hogy mindenki elhagyja), és a napfényes Kalifornia felé tartasz. Kalifornia napsütése azt jelképezi, hogy MLM vállalkozásodban a csúcsra érsz. Ha odaérsz, SIKERES lettél, a CSÚCSON VAGY!



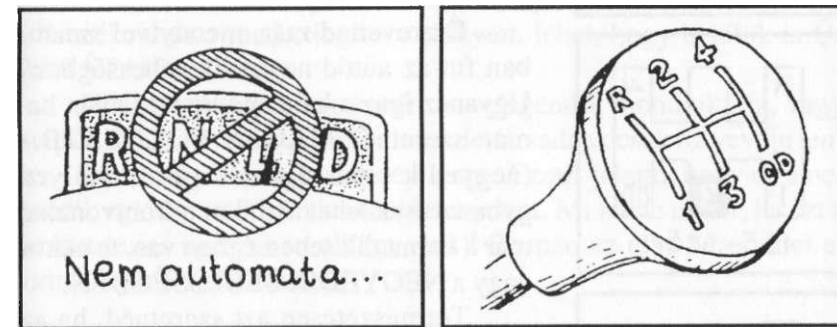
Az ELSŐ, amit tenned kell: BESZÁLLNI, és ELINDULNI. Csakis az lehet sikeres az MLM-ben, aki belép, és dolgozni kezd. Az elinduláshoz szükséges befektetés nagysága a „járműként” választott cégtől és annak programjától függ. Ez a nullától kezdve lehet 12.50, 45, 100, 200 dollár, sőt akár 500 dollár feletti összeg is.

A MÁSODIK feladatod utazás előtt: BENZINT és OLAJAT tankolni. Miközben a csúcsra (Kaliforniába) igyekszel, üzemanyagot és olajat (termékeket) fogyasztasz, amit újból és újból meg kell vened. Az a Multi-Level Marketing cég működik a legjobban, amelynek a termékei időről időre ELFOGYNAK. Elhasználod, elfogyaszta a termékeket, majd vásárolsz újból és újból — vagyis céged termékeit NEKED MAGADNAK IS HASZNÁLNI KELL.

Ha emlékszel rá az 1. Szalvéta Bemutatóból, bármilyen programban is vagy benne, 780 disztribútor fogyasztása igencsak jelentős forgalmat képvisel. Természetesen előnyösebb, ha „járműved” olyan MLM cég, amely elfogyó termékekkel dolgozik. A legtöbb Multi-

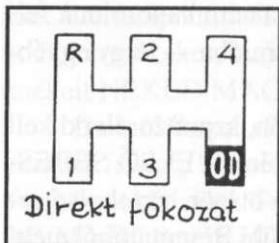
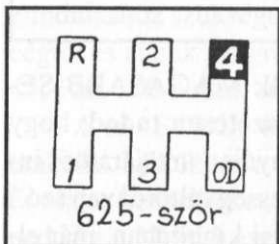
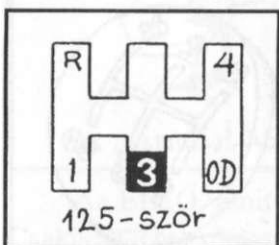
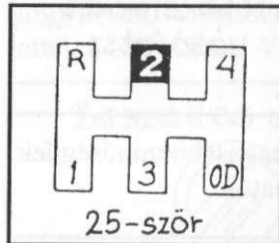
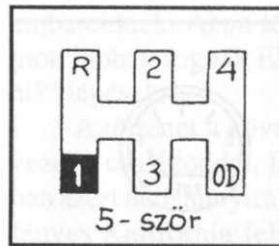
Level Marketing cég ebbe a kategóriába tartozik. A nagyobb értékű, nem elfogyó cikkeket többnyire — de nem mindig — kiskereskedelmi üzletekben vagy Közvetlen Értékesítéssel terjesztik.

Amennyiben te magad is használod céged termékeit, jobban tudsz lelkedni értük. Az MLM cégek ahelyett, hogy nagy pénzeket költenének hirdetésre, inkább a termékek fejlesztésére áldoznak, emiatt a termékeik általában magasabb minőségűek, mint amelyek a normál kereskedelemben kaphatók.



A HARMADIK dolog, amit tenned kell: MAGASABB SEBESSÉGI FOKOZATBA kapcsolni. Természetesen tudod, hogy senki sem indul magasabb fokozatban. Mindnyájan üresjáratból indulunk. (Egyébként most itt nem automata sebességváltóról van szó.) Lehet, hogy már az autóban ülünk, még a kocsi kihajtóban, már elfordítottuk a kulcsot, és járattuk a motort, de ha nem kapcsolunk feljebb az üresjáratból, soha nem jutunk el Kaliforniába — vagy egyébként bárhová.

Ahhoz, hogy az autód sebességbe kerüljön, szponzorálnod kell valakit az üzletedbe. Amikor szponzorálsz valakit, ELSŐ SEBESSÉGBEN vagy. Bízunk benne, hogy legalább ötször leszel első sebességben, öt komoly emberrel. Az egyik későbbi Bemutatóból meg-



tudhatod majd, hogyan ismerhető fel a komoly ember. Azt szeretnéd, ha az öt embered SZINTÉN sebességbe kapcsolna. Miután mind az öt embered már ötször volt első sebességben, akkor te már 25-ször voltál MÁSODIK SEBESSÉGBEN.

Tanítsd meg öt emberedet arra, hogyan tanítsák meg saját öt emberüket öt alkalommal első sebességbe kerülni, és ezzel ők mindannyian 25-ször kerültek második sebességbe. Amikor már a hálózatod harmadik mélységében is vannak disztribútorok, akkor te már HARMADIK SEBESSÉGBEN vagy.

Észrevetted már, mennyivel simábban fut az autód negyedik sebességben? Ugyanez igaz a hálózatodra is! Olyan hamar szeretnél MAGAS FOKOZATBA (negyedik sebességbe) kerülni, amilyen gyorsan csak lehet. Amikor a frontvonalad már a harmadik sebességben van, te akkor vagy a NEGYEDIK SEBESSÉGBEN.

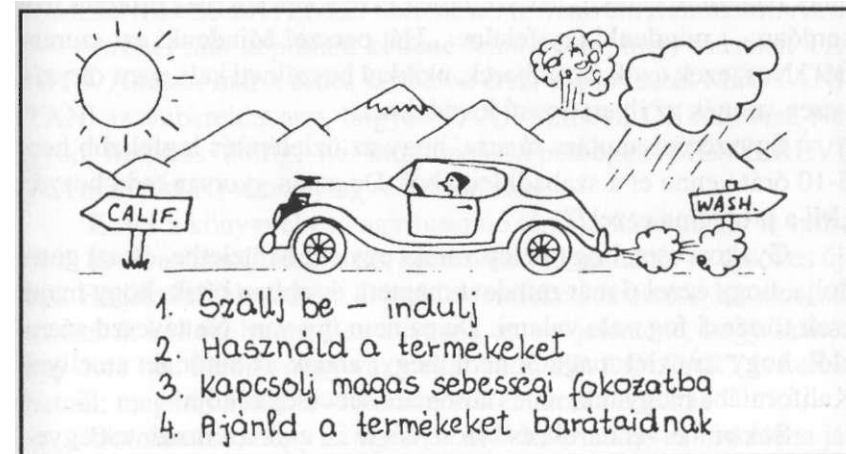
Természetesen azt szeretnéd, ha az embereid szintén MAGAS vagy NEGYEDIKFOKOZATBAN lennének, és amikor ez bekövetkezik, te már DIREKT FOKOZATBAN vagy.

Hogy kerülhetsz DIREKT SEBESSÉGBE? Egyszerűen úgy, hogy az általad szponzorált embereknek SEGÍTESZ MEGTANÍTANI a saját embereiket arra, hogy ők hogyan juttassák a szponzoráltjait HARMADIK FOKOZATBA, amitől ők maguk NEGYEDIK fokozatba, te pedig DIREKT FOKOZATBA kerülsz.

A NEGYEDIK lépés, miközben Kalifornia felé haladsz, az, hogy használd fel az időt arra, hogy AJÁNLD a termékeidet azoknak az embereknek, akik veled tartanak. Próbáltasd ki velük. Hadd tapasztalják meg a termékek előnyeit. Ha szeretnék megtudni, hol lehet ezeket beszerezni — akkor vajon mit csinálsz? Lásd el termékekkel a barátaidat, néhány embert. Ez az üzlet ajánlási része.

Ezen a ponton lényeges, hogy észrevedd: miközben átvettük az 1. és a 2. Szalvéta Bemutatót, majd most, amikor a 3. Szalvéta Bemutatóval kapcsolatban leírtuk azt a négy lépést, amelyeket a siker érdekében MEG KELL TENNED, egyetlen egyszer sem mondtuk azt, hogy EL KELLENE INDULNOD ELADNI. Azt mondtuk, hogy nem kell termékeladással foglalkoznod, az „eladás” szó hagyományos értelmében. Csupán AJÁNLANOD kell a termékeket a barátaidnak. Persze ajánlhatod a termékeket idegeneknek is. Ha meglátják a termékeid és a marketing terv előnyeit, lehet, hogy belőlük is ÚJ BARÁTAID lesznek.

Nincs szükséged sok vevőre — elegendő, mondjuk, tíz, vagy még annál is kevesebb. Ha minden üzlettársadnak csak tíz vevője lenne — az bizony már nagyon szép lenne. Ez azt jelenti, hogy ez a negyedik egység csak igen kis többletet jelent. Mi lenne akkor, ha ezt a pontot teljes egészében elhagynánk? Csupán az első hárommal el tudnánk jutni Kaliforniába?



AZT MINDENESETRE JEGYEZD MEG: ha nem végezted el a harmadik feladatot (nem kapcsoltál **MAGASABB FOKOZATRA**), viszont túlteljesítetted a 4. pontban foglaltakat, akkor soha nem fogsz elindulni a kocsikihajtóból. (Ez az, amit a kereskedők csinálnak.) Ha egyszer ezt megérted, és összekötöd az 1. és a 2. pontban szereplő lépésekkel, akkor már megkezdted a megfelelő MLM-es hozzáállásod kialakítását.



Amikor egy új üzlettárssal kezdesz el dolgozni, igyekezz betáplálni a tudatalattijába az **ÖTÖS SZAMOT**. Hiszen csak öt komoly embert kell találnia, akik komolyan akarják építeni ezt az üzletet.

Amikor összeakadsz emberekkel, és megkérdezed tőlük, hogy megy nekik, gyakran hallatsz ilyen választ: „O, ne is kérdezd, senkit sem találok, aki eladni

akar”. Már megint itt van az „eladni” szó! **HAGYJ FEL** azzal, hogy olyan embereket keress, akik eladni akarnak! **KEZDJ** inkább **AFE-LŐL ÉRDEKLŐDNI**, hogy ki szeretne havi 600, 1200 vagy 1500 dollár extra pénzt keresni, anélkül, hogy ezért naponta dolgoznia kellene. Ismernek valakit, aki szeretne? Erre a kérdésre — hozzám hasonlóan — mindenki így felelne: „Hát persze! Mindenki ezt szeretné!” Nos, ezek azok az emberek, akikkel beszélned kell, mert ők szívesen vennék az ilyen típusú jövedelmet.

Egyszerűen mutass rá arra, hogy az üzletépítés legfeljebb heti 5-10 órát venne el a szabadidejükből. De aztán gyorsan tedd hozzá: „Mi a probléma ezzel?”

Gyakori eset, hogy belép valaki egy MLM üzletbe, és azt gondolja, hogy ezzel ő már mindent megtett, és abban bíz, hogy majd csak történni fog vele valami. De ez nem így van! Ne téveszd szem elől, hogy az üzlet magától nem megy; annak az autónak, amellyel Kaliforniába megyünk, nincs automata sebességváltója!

Sok embert ismerek, és bizonyára te is, akik azért mentek egyetemre, hogy képesítést szerezzenek, és ez így is van rendjén. Lehet,

hogy te is egy vagy közülük. Naponta eljársz az oktatásra. Egész nap, és néha fél éjszaka tanulsz, hétről hétre, **ÉVEKIG**. Majd amikor végre megszerzed a képesítésedet, vajon mennyi pénzt tudsz megkeresni?

Ehhez képest igazán nem sok, ha rászánsz heti 5-10 órát arra, hogy **MEGTANULD** a Tíz Szalvéta Bemutatót, valamint mindazt, amit az általad képviselt MLM cégről tudnod kell. Ha ezeket elsajátítod és megérted, akkor képes leszel arra is, hogy a Szalvéta Bemutatókat másoknak is megtanítsd. A könyv, amelyet olvasol, kulcsot jelent jövőbeli sikeredhez.

Nem szeretnénk, ha feszélyezne téged az a félelem, hogy nem tudod átadni másoknak azt, amit most tanulsz. Lehet, hogy most olvasod vagy hallod először ezeket a gondolatokat, és igazán nem várható el tőled, hogy mindezt máris elég jól tudjad ahhoz, hogy még tanítani is tudd. De hát erre **NINCS IS SZÜKSÉG!**

Ne feledd, úgy kerültél bele az MLM programba, hogy van egy **SZPONZOROD**. Ha a szponzorod **VALÓDI** „szponzor”, ő segíteni fog neked az első öt embered beléptetésében. Tudd, hogy ez egy **SEGÍTŐ KAPCSOLAT**. Miközben a szponzorod bemutatja a Szalvéta Bemutatókat a barátaidnak (egy-az-egyben bemutatókon vagy csoportosan), ezzel ő a te számodra is tréninget tart.

Javaslatként azt kérem tőled, hogy állíts fel magadnak bizonyos célokat. Amikor a létrán felfelé haladva az út 20%-át már megtetted, **ISMERNED ÉS ÉRTENED** kellene a Tíz Szalvéta Bemutatót. Az út 3/4 részénél már képesnek kellene lenned arra, hogy másokat **TANÍTS**. Amikor már a csúcshoz közelébe érsz, képes leszel **MEGTANÍTANI** az embereidet arra, hogyan **TANÍTSANAK** ŐK másokat. Nagyon hasznos dolog, ha mindezen képességek **MESTERÉVÉ TUDSZ VÁLNI** viszonylag rövid idő alatt.

Ezzel a könyvvel és/vagy hasonló témájú kazettákkal le tudsz ülni, és olvashatsz, tanulhatsz, kazettákat hallgathatsz — újból és újból. Ha iskolai feladatként kapnád a fentieket, és ötször, hatszor, sőt tízszer át kellene vened az anyagot, az ezt jelentené, hogy mához egy évre két, három, négy vagy akár hat **EZER DOLLÁRT** is kereshetnél; megéri hát heti 5-10 órát fordítani erre a témára?

Bevallhatod, hogy ez egészen kellemes módja az „iskolába járásnak”, nem igaz? Vess csak egy pillantást néhány egyetemi tan-

könyvre, és próbáld meg megtanulni, amit azok tartalmaznak! Ráadásul azok még nem is hoznának ennyi pénzt a számodra!

Üdvözöllek az MLM Egyetemen!

Négy lépés, amelyet meg kell tenned:

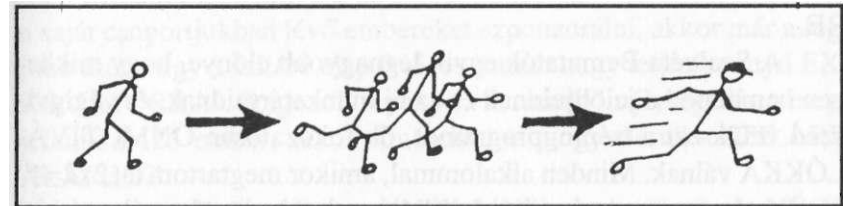
1. Szállj be — indulj el.
2. Használd a termékeket.
3. Kapcsolj magasabb sebességre.
4. Ajánld a termékeket barátaidnak.

V. FEJEZET

4. Szalvéta Bemutató EPITS SZILÁRD ALAPRA

Az ELBÁTORTALANODÁS minden bizonnyal az egyik legnagyobb probléma, amelytől az általad szponzorált új termékforgalmazók szenvednek, hacsak nem sikerül az elméjükbe vésned a JÓ INDULÁS fontosságát. Ezért hangsúlyozzuk azt, hogy NEM SZABAD SZÁMOLGATNI az üzletben eltöltött hónapjaikat, mielőtt a GYAKORLÓ HÓNAPJUK vagy az egyes emberek szükségleteihez szabott hosszúságú Tanulási Periódusuk le nem telik.

Aki első ízben kapcsolódik be egy MLM szervezetbe, és nem kap JÓ INDÍTÁST, azzal többnyire az történik, hogy felnéz a messze előttejáró vezetőkre, és elbátortalanodik, mert azt gondolja, hogy soha nem tudja majd utolérni őket.



Rajzolj fel egy képet egy csapat futóversenyzőről. Jelöld nyilakkal, hogy van egy futó, aki szeretné utolérni az egy bolyban futó többieket, és van egy másik is, aki pedig szeretné megőrizni az előnyét, ezért egyre GYORSABBAN fut. (Lehet, hogy egyszerűbb a számodra, ha pálcikababák helyett csak körökkel ábrázolod ezt a helyzetet.) Emlékszel még, amikor tornaórán futottátok a „köröket”? Az ember ilyen helyzetben gyorsabban fut, ha egy csoport előtt halad, mint ha

lemaradt, és utol szeretné érni őket. Mivel ebben a versenyben nincs „célvonal”, itt mindenki nyertes lehet. Örök egy idézetet a lelkipásztoromtól, amit jól láthatóan el is helyeztem az irodám falán:

„EGYEDÜL AZ VESZÍT, AKI FELADJA”

Ahhoz azonban, hogy egy versenyben sikeres légy, edzened kell. Ha szponzorálsz valakit, értesd meg vele, hogy az üzletben eltöltött 2-6 hetet edzésnek, gyakorlásnak tekintse, és csak az ezt KÖVETŐ időszak tekinthető számára a KEZDŐ hónapnak.

Minden egyes könyv, amelyet elolvas, minden kazetta, amelyet meghallgat, minden találkozó, amelyen részt vesz, és ahol találkozik a szponzorával és más emberekkel, minden egyes termék, amelyet kipróbál, és ajánl másoknak — mindez TRÉNINGNEK tekinthető, amely JÓ INDÍTÁST biztosít majd neki a KEZDŐ hónapjában, amit a KÖVETKEZŐ hónap jelent a számára. Amikor eljön a következő hónap, és ő még nem készült fel arra, hogy komolyan dolgozzon a programban, akkor vedd úgy, hogy a társad még továbbra is a GYAKORLÓ időszakban van. Amíg nem készült fel a komoly munkára, addig ne kényszerítsd az indulásra, és ne engedd, hogy elkezdje számolni az üzletben töltött hónapjait. Ily módon, mire végül is komolyává válik, már túl lesz a „bemelegítésen” a verseny előtt, és készen áll a JÓ INDULÁSRA és a GYORSABB TEMPÓJÚ VERSENYZÉSRE.

A Szalvéta Bemutatók egyik legnagyobb előnye, hogy miközben bemutatod a jelöltjeidnek és az új munkatársaidnak, és végigviszed velük ezt a tréningprogramot, ők fokozatosan ÖNMOTIVÁLÓKKÁ válnak. Minden alkalommal, amikor megtartom a „2x2=4” bemutatót, én magam is újból és újból izgalombajövök attól az óriási lehetőségtől, amelyet az MLM rejt magában.

Ha egyszer elolvasod, megtanulod és megérted mindazt, amit be fogok mutatni a következő oldalakon, motivált leszel, és mindig bátorítást ad majd egy épülőfélben lévő magas irodaház látványa.

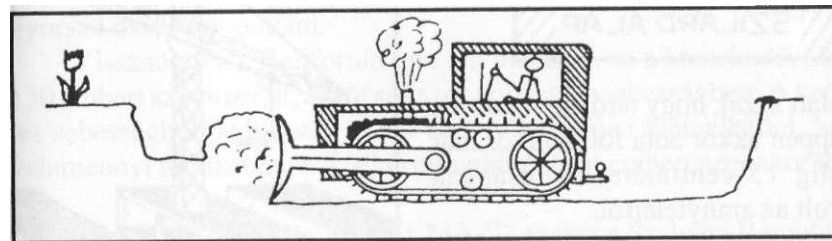
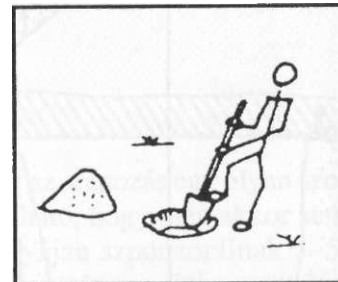
Figyeld csak meg, hogy amikor egy építkezés elkezdődik, csak telnek a hónapok, és már szinte örökkévalóságnak tűnik, mire meglátod, hogy az épület végre kezd a földből kiemelkedni. De miután

egyszer végre már a felszín fölé jutottak, szinte hetenként gyarapszik egy újabb emelettel — immár nagyon GYORSAN nő!

Képzeld el, hogy ez a magas irodaépület a saját üzletedet jelképezi majd EGY SZÉP NAPON, és tűnődj el rajta, mit kell ahhoz tenned, hogy az fel is épüljön.

Amikor először látsz neki, hogy szponzoráld első öt komoly embereidet, akkor az alapozást ÁSÓVAL vagy LAPÁTTAL felszerelve kezded.

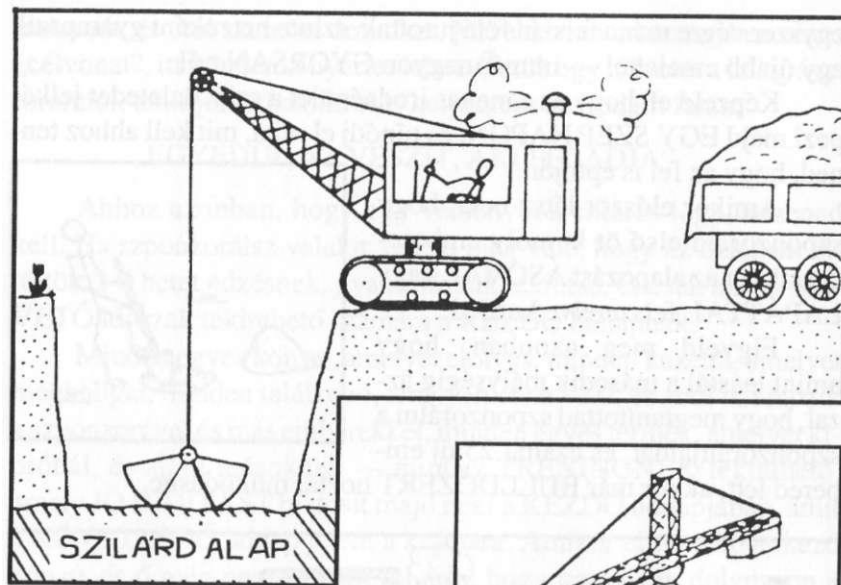
Figyeld meg azonban, hogy amint leástál a második mélységig azal, hogy megtanítottad szponzorálni a szponzoráltjaidat, és ezáltal 25 új ember lett, akkor már BULLDÓZERT hoztál működésbe.



Miután megtanítottad az embereidet arra, hogyan tanítsák meg a saját csoportjukban lévő embereket szponzorálni, akkor már a legjobb úton vagy a szilárd alap felé, és immár nagy teljesítményű EXKAVÁTORRAL dolgozol. Amikor a harmadik mélységedben megjelenik a 125 ember, akkor elmondhatod, hogy elértél a SZILÁRD ALAPHOZ.

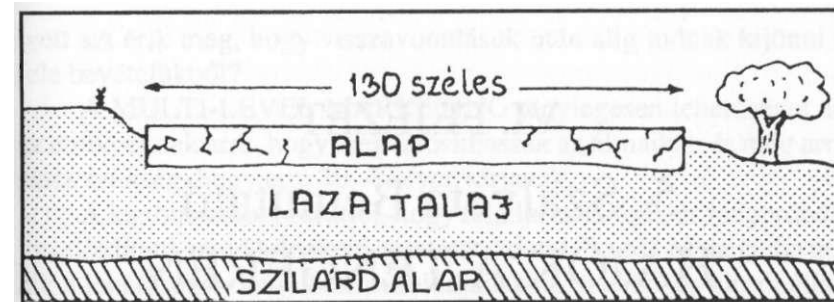
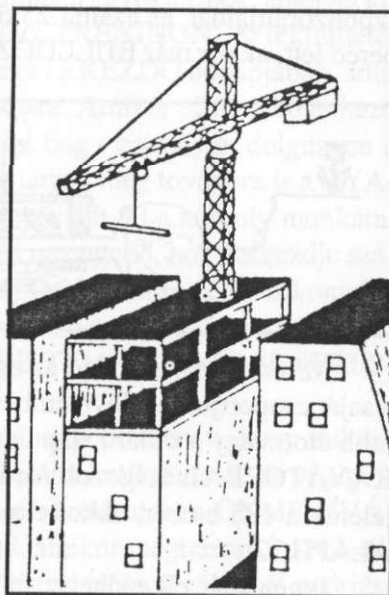
Innen már elkezdhetsz felfelé építkezni. Amikor már NÉGY MÉLYSÉGET elért a szervezeted, ez azt jelzi, hogy a munkád eredménye lassanként „láthatóvá válik”, és ettől kezdve az épületed gyorsan fog növekedni.

Ezért, ha már néhány hónapja benne vagy az üzletben, és úgy érzed, hogy nem történik semmi, ne csüggedj; csupán arról van szó, hogy most még az alapozás folyik. Ha ebben a fázisban abbahagynád, ahhoz az aranyásóhoz lennél hasonlatos, aki hónapokat töltött a föld



alatt azzal, hogy tárokat vágott, és éppen akkor adta föl, amikor már alig 15 centiméter távolságban volt az arany télétől.

Térjünk itt vissza egy pillanatra a kereskedőkhöz. Mi történik velük? Miután beléptettek egy embert, máris továbbállnak egy másikhoz, mintha már elérték volna a szilárd alapot, és azt hiszik, hogy az épületük máris elkezd emelkedni. Pedig valójában senki sem számíthat egy valódi növekedés látható eredményeire, amíg el nem ért legalább a negyedik mélységig. Ez nem szükségszerűen jelenti azt, hogy addig kell várnod, amíg mind az öt szélességed négy mélységű lesz; amint bármelyik alsóvonalad eléri a négy mélységet, máris elkezdted építeni az emeletet, és kezdesz láthatóvá válni.



Ez az ábra azt mutatja, hogyan néz ki az alapozás egy olyan személynél, aki 130 embert szponzorált. Látható, hogy még akkor sem tudják elérni a szilárd alapot, ha mindnyájan szponzorálnak 5-5, nagykereskedelmi áron vásárló termékhasználót, és velük együtt 780 fősré nő a csoport. A szilárd alapra fektetett megbízható alapozás nélkül nem építhető magas épület, vagy ha mégis felépítik, az nagyon gyorsan össze fog omlani.

Visszaulva a Kalifornia felé tett utazásra, az a kereskedő, aki 130 embert szponzorált, az túl sokszor volt egyes sebességben. A kettes sebességből pedig még akkor sem tudott volna kiemelkedni, ha valamennyi munkatársának sikerült volna 5-5 új embert szponzorálnia.

TANULD MEG, és ALKALMAZD ezeket a Szalvéta Bemutatókat! Ne ragadj bele a második sebességbe! Építs mély alapokat, hatolj le egészen a **SZILÁRD ALAPIG**, és akkor máris **MAGASABB SEBESSÉGBE** kapcsolódj!

Mire eljutunk a 9. Szalvéta Bemutatóhoz (X. Fejezet), amelynek címe: **Motiváció és Hozzáállás**, és ha már túl leszel a többi Bemutaton is, teljes mértékben megérted majd, miért olyan fontos a **MÉLYSÉGBEN VALÓ ÉPÍTKEZÉS**.

Mielőtt áttérnénk az 5. Szalvéta Bemutatóra, szeretnék emlékeztetni arra, hogy az első négyet azonnal **MUTASD BE** az embereidnek, olyan gyorsan, **AMINT CSAK LEHET**. Az ez után következőket bármikor bemutathatod, miután az embereid elkezdnek másokat szponzorálni az üzletbe.

VI. FEJEZET

5. Szalvéta Bemutató HAJÓKA TENGEREN

Lehet, hogy egy hete, két hete, egy hónapja vagy ki tudja, mióta vagy az üzletben, a lényeg az, hogy ennyi időre volt szükséged ahhoz, hogy elhatározd: komolyan veszed az üzletet, és **NÖVEKEDNI** kezdesz. Eddig már számos embert szponzoráltál.

Ez a prezentáció sokkal érdekesebb, ha egy csoport előtt mutatod be, mint ha egy-az-egyben beszélgetésen mondanád el.

Hallottad már azt a kifejezést: „Amikor az **ÉN** hajóm befut”? Erről eszembejut a pesszimista nyegle visszavágása: „Amilyen az én szerencsém, biztos, hogy amikor az én hajóm befut, akkor éppen a buszpályaudvaron vagy a repülőtéren vagyok”. A Multi-Level Marketingben te ténylegesen **EL TUDOD ÉRNI**, hogy a hajód befusson! Ha ezeket a Szalvéta Bemutatókat megtanulod és alkalmazod, akkor biztosan ott is leszel a kikötőben, amikor a hajód befut.

Időnként megkérdezem emberektől, van-e olyan rokonuk, akit régóta szem elől tévesztettek, de ha meghal, sok pénzt fog rájuk hagyni. Az az igazság, hogy a legtöbb embernek reménye sincs arra, hogy ilyesmi történjék vele. A legtöbb embernek nincs sok esélye arra, hogy befusson a hajója, kivéve annak, aki egy MLM üzletben dolgozik!

Ez az egyik ok, amely engem személyesen, **IZGALOMBA HOZ** az MLM-mel kapcsolatban. Amikor emberekkel beszélgetsz, **REMÉNYT** tudsz adni nekik — reményt arra, hogy a következő 30-40 évet nem kell azzal tölteniük, hogy egy cég számára dolgozzanak, csak azért, hogy majd valamennyi nyugdíjat kapjanak. Észrevetted már, hogy az emberek végigdolgoznak 30-40 évet azzal a reménnyel, hogy nyugdíjas korukban végre majd „világot láthatnak” — és ehe-

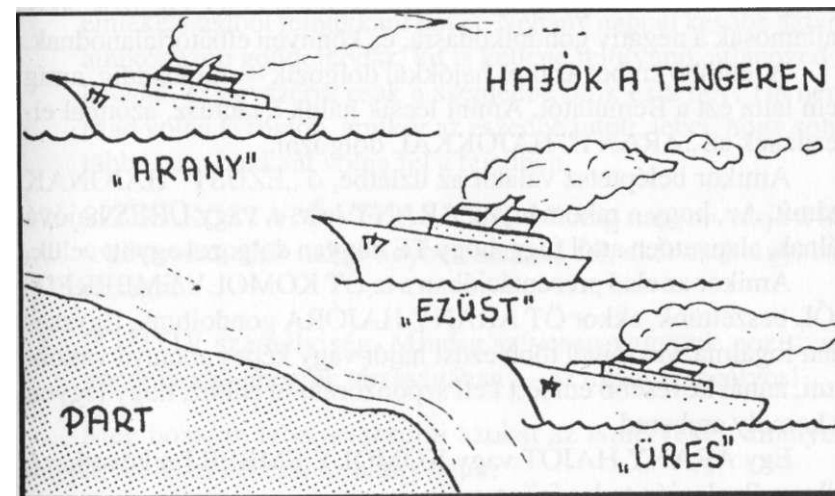
lyett azt érik meg, hogy visszavonulásuk után alig tudnak kijönni a fele bevételükből?

A **MULTI-LEVEL MARKETING** ténylegesen lehetőséget ad az embereknek arra, hogy megvalósíthassák az álmaikat, és még arra sincs szükség, hogy erre 30-40 évet várjanak.

A legtöbb ember fél attól, hogy feladja az állását, és megpróbáljon elindítani, majd felépíteni egy saját üzletet. Az MLM megadja nekik a lehetőséget, hogy bekapcsolódjanak az üzletbe, és kipróbálják magukat, anélkül, hogy a meglévő pénzkereseti lehetőségüket feladnák.

A következőkben azt fogjuk bemutatni, **HOGYAN** érheted el, hogy a **HAJÓD BEFUSSON**. Ez a példa jelképesen azt példázza, hogyan juthatsz a csúcsra bármelyik Multi-Level Marketing szervezetben, amelybe bekapcsolódtál.

Amikor a hajód megérkezik, bármilyen árut is szállítson, az „bevételt” jelent a számodra.



Amikor bemutatjuk valakinek ezt az analógiát, akkor lerajzolunk három hajót a tengeren. A szalvéta szélére vagy aljára rajzold oda a „partot” — ahol te magad várokod az érkező hajókra. Jelöld meg a hajókat „arany”, „ezüst”, illetve „üres” felirattal.

A hajók a hálózatodban dolgozó munkatársakat képviselik, füg-

getlenül attól, hogy közvetlenül szponzorálod-e őket, vagy sem. Lehetnek bármelyik alsóvonalad bármilyen mélységében.

Annak tudatában, hogy te fogsz „vámot szedni” tőlük, miután befutnak, melyik hajónak fogsz segíteni abban, hogy partot érjen? Azt mondd, hogy az „ARANY” hajónak? Természetesen! Akkor mi lehet az oka annak, hogy a legtöbb ember mégis mindenáron az üres hajókkal akar dolgozni? Az, hogy a legtöbben korábban még soha nem dolgoztak hasonló üzletekben.

A párhuzam a következőket jelenti: Az „ARANY” HAJÓK azok a kiváló munkatársak, akiket beléptettek, majd magukra hagytak, azt gondolván, hogy nekik nincs szükségük segítségre vagy irányításra — csak el kell indulniuk, és maguktól is futni fognak. Talán igen, de sokkal valószínűbb, hogy nem, hacsak meg nem tanítják nekik, hogy a siker kulcsa a mélységi építkezés a szélesítés helyett.

Az „ÜRES” HAJÓK azok, akik már hónapok óta benne vannak az üzletben, és neked még most is, minden találkozás alkalmával meg kell győznöd őket, hogy az üzletük MŰKÖDNI FOG. Ők azok, akik hajlamosak a negatív gondolkodásra, és könnyen elbátortalanodnak.

A legtöbb ember az üres hajókkal dolgozik — mindaddig, amíg nem látta ezt a Bemutatót. Amint leesik nálad a tantusz, azonnal elkezdnek az „ARANY” HAJÓKKAL dolgozni.

Amikor beléptetsz valakit az üzletbe, ő „EZÜST” HAJÓNAK számít. Az, hogy a rakományuk ARANY lesz-e, vagy ÜRES hajóvá válnak, alapvetően attól függ, hogy TE hogyan dolgozol együtt velük.

Amikor az első prezentációban a te ÖT KOMOLY EMBERED-RŐL beszéltünk, akkor ÖT ARANY HAJÓRA gondoltunk. Egyszerűen fogalmazva: minél több ezüst hajót vagy képes arannyá változtatni, annál kevesebb embert kell szponzorálnod ahhoz, hogy legyen öt komoly embered.

Egy ARANY HAJÓT vagy KOMOLY EMBERT a következő jellemzők alapján tudsz felismerni:

1. ÉG A VÁGYTÓL, hogy TANULHASSON. Állandóan üldöz a kérdéseivel, amelyekre választ vár.
2. KÉRI A SEGÍTSÉGEDET. Mindig van jelöltje, akihez el akar vinni, szponzorálás vagy tanítás céljából.

3. LELKESEDIK AZ ÜZLETÉRT. Elég jól érti a programot ahhoz, hogy tudja: működni fog a számára, és ez lelkesíti őt.
4. ELKÖTELEZI MAGÁT. Maga is vásárolja és HASZNÁLJA A TERMÉKEKET, és azzal tölti szabadidejét, hogy mindent megtanul, amit csak lehet, a termékekről és az üzleti lehetőségről.
5. Vannak CÉLJAI. A célok segítenek elérni az embernek azt, amire valóban vágyik. Nem feltétlenül fontos, hogy leírd (bár erősen ajánlott), amíg egy határozott dolog él az agyadban, amelynek elérésére égő vágyat érzel.
6. VAN NÉVLISTÁJA, méghozzá ÍROTT formában. Ennek oka egyszerűen az, hogy bármikor hozzáírhass egy nevet, hogy az ne menjen feledésbe. Előfordulhat, hogy olyan környékre vettödsz el, ahol már jó ideje nem jártál. Ez többnyire az eszedbe juttat valakit, aki azon a környéken lakik vagy lakott. Mivel a névlistád MINDIG nálad van (igaz?), azonnal hozzáírhatod az emlékezetedből felbukkant nevet. Néhány nappal később aztán, amikor azon gondolkodsz, kit is kellene felhívnod, átlapozod a listádat, és egyszerre csak a szemedbe ötlük ez a név! Ha nem írtad volna le rögtön, amikor az eszedbe jutott, lehet, hogy soha többé nem bukkant volna fel a fejedben.
7. SZÓRAKOZTATÓ VELE LENNI. Mindig nagyon várja a látogatásodat, akár üzleti ügyben keresed fel, akár csak úgy, barátságból.
8. POZITÍV személyiség. Mindig szívesen vagyunk pozitívan gondolkodó emberek társaságában — az ugyanis ragályos!

Még hosszan lehetne sorolni azokat az ismérveket, amelyek alapján fel lehet ismerni az arany hajót.

Az EZÜST és az ARANY hajók között alapvetően az egyetlen különbséget az jelenti, hogy az ezüst hajó még nem töltött elegendő időt az üzletben ahhoz, hogy kellőképpen megértse, és ennek alapján valóban komollyá váljon.

Szeretném, ha tisztában lennél HÁROM FONTOS SZÓVAL. Amint ezt a három szót megérted, egyúttal világos lesz számodra az

is, ahogyan valamennyi MLM program működik. Ezek a szavak a következők:

1. BEMUTATÁS
2. CSATLAKOZÁS
3. EMELKEDÉS

Az első feladat, amit meg kell tenned, az, hogy BEMUTASD ajelöltednek azt az üzletet, amelyben benne vagy. Miután bemutattad neki, próbáld bevonni, és elérni, hogy CSATLAKOZZON.



Aki egyszer már csatlakozott, azon fog gondolkodni, hogy milyen magasra tud EMELKEDNI ebben a programban, és állandóan előbbre és előbbre fog lépni.

MUTASD BE jelöltednek az MLM-et úgy, hogy felvázolod a termékek elosztásának különböző módjait (Kiskereskedelmi üzletek, Közvetlen Értékesítés, MLM), majd add elő az 1. Szalvéta Bemutatót: „2x2=4” (II. fejezet).

CSATLAKOZTASD őt, vond be a munkába. Jelképesen vidd magaddal egy kaliforniai utazásra, a 3. Szalvéta Bemutató (IV. fejezet) szerint.

A folyamatos EMELKEDÉS természetes lesz a számukra, ha egyszer megértették, és alkalmazzák a 10 Szalvéta Bemutatót, és tekintetüket a csúcs felé fordítják.

Nagyon fontos, hogy amikor felhívod, vagy meglátogatod az üzlettársaidat, azt érezzék, hogy SEGÍTENI AKARSZ nekik, nem pedig NYOMASZTANI őket.

Térjünk vissza egy kicsit az „üres hajó” típusú emberekre: Ha felhívod őket, mert segíteni szeretnél nekik, az az érzésed támad, hogy nem nagyon vágytak a hívásodra. Ez jól jelzi azt, hogy nyomasztásnak, nyaggtatásnak érzik a hívásodat. Ha „üres hajót” hívsz, azt ő nyomásnak fogja érzékelni.

Amikor viszont egy „arany hajót” hívsz fel, ő azonnal rájön:

azért hívod, hogy segíts neki, és ez a beszélgetés hangvételéből nyilvánvalóan érezhető lesz a számodra is.

Az „üres hajóknak” nincsenek céljaik, nincs névlistájuk, egyáltalán nem komolyak, és ráadásul többnyire még egy kissé negatívak is. Ők azok, akiknek mindig mindent folyamatosan bizonygatnod kell.

Tudatosítsd magadban, hogy amikor egy üres hajó elsüllyed, az vagy egyedül merül el, vagy téged is magával húz a mélybe — abban az esetben, ha az arany hajók helyett inkább az üres hajókkal dolgozol. Ezért igyekezz az embereidet arra tanítani, hogy tartsák távol magukat az üres hajóktól, és dolgozzanak inkább az arany hajókkal, vagy az ezüst hajókat segítsék abban, hogy arany hajókká váljanak. Időd nagy részét töltsd azzal, hogy segítsd az arany hajóidat alsóvonalai kiépítésében.

Az üres hajók, amelyek még nem süllyedtek el (azaz nem estek még ki a programból), valamint az ezüst hajók, amelyek még nem változtak át arany hajókká, egyszerre csak észreveszik, hogy te képes vagy előre haladni nélkülük is, és úgy érzik, fel kellene hívniuk téged. Ha valakinek az üzlethez való hozzáállása elindult lefelé, mozgás közben azt csaknem lehetetlen megállítani. Engedned kell, hogy egészen a fenékgig lesüllyedjen. És azután, amikor már készen áll arra, hogy FELHÍVJON TÉGED, és találkozni akar veled, indulni akar, növekedni akar, akkor már nagyon gyorsan fel tudod őt hozni. Ha viszont megkockáztatod, hogy akkor próbáld meg őt felhozni, amikor éppen lefelé tart (vagyis ha egy süllyedőben lévő, üres hajóval akarsz együtt dolgozni), nagyon könnyen előfordul, hogy téged is lehúzz magával.

Amiről most beszéltünk, az élvezetes módja lehet a disztribútorra való kommunikációnak. Amikor összejöttök, megkérdezheted tőlük, mi újság a hajóikkal. Mennyi Arany hajójuk van? És mennyi Ezüst?

Ide kívánczik egy NAGYON FONTOS megjegyzés: SOHA, DE SOHA ne hívd fel vagy keresd meg egy új disztribútorodat azzal, hogy MENNYIT ADOTT EL a múlt héten! Egy ilyen kérdés teljesen érvénytelenné teheti mindazt, amit addig mondtál neki, mivel rögtön az elején azzal kezdted, hogy itt nem kell neki útra kelni, és ELADNI.

Az ő feladata csak annyi, hogy AJÁNlja a termékeket a barátainak, SZPONZORÁLjon, és ÉPÍTSE a hálózatát.

Ha az iránt érdeklődsz, mennyit adtak el, első reakcióként arra fognak gondolni, hogy téged csak az érdekel, mennyi pénzt fogsz kapni az ő munkájuk utánuk — és ebben valószínűleg igazuk is van.

Ha először annak a módját keresed, hogyan SEGÍTSZ AZ EM-BEREIDET A SIKERHEZ, a pénzed automatikusan növekedni fog. Zig Ziglar így fogalmazta meg ezt a gondolatot: „Bármit elérhetsz a világon, amit csak akarsz, egyszerűen azáltal, hogy megfelelő módon SEGÍTESZ MÁSOKNAK abban, hogy ők is elérjék azt, amit ők akarnak”.

Ha beszélni szeretnél egy közvetlen szponzoráltaddal, ha egy mód van rá, hívj fel valakit az ő alsó vonalából, és beszélj vele egy kicsit, hogy megtudd, van-e valaki, akivel segíthetnél neki összehozni egy találkozót vagy egy beszélgetést. Ezután hívd fel a közvetlen munkatársadat, akivel eredetileg akartál beszélni, és rögtön a beszélgetés elején tájékoztasd őt arról, hogy éppen most beszéltél az egyik termékforgalmazójával, aki nagyon lelkes, kérni szeretné a szponzora segítségét, és a találkozásukon te is szeretnél részt venni.

Nyugtasd meg az embereidet, hogy ha hívod őket, azzal SEGÍTENI szeretnél, és nem beszámoltatni kívánod őket.

A munkatársak „ellenőrzése” legfeljebb egy Közvetlen Értékesítő cég menedzserének lehet a feladata, és nem neked. Mi nem a Közvetlen Értékesítésben tevékenykedünk, hanem a Multi-Level Marketingben. Ha idáig eljutottál, akkor már minden bizonnyal tisztában vagy a különbséggel.

Azzal zárom ezt a fejezetet, hogy leszögezzem: te, az olvasó, bizonyára NEM vagy „ÜRES” hajó. Ugyanis ha az lennél, akkor nem olvasnád ezt a könyvet. Ha úgy érzed, üres hajó voltál, mielőtt hozzáfogtál e könyv olvasásához, mire idáig eljutottál, már bizonyára „arany”, vagy legalább is „ezüst” hajó vagy, amely jó úton van afelé, hogy ARANY HAJÓVÁ váljék. Csak így tovább!

VII. FEJEZET

6. Szalvéta Bemutató HARMADIK FÉL MEGHÍVÁSA

Ez a Bemutató a JELÖLTKUTATÁSRÓL szól, és valójában szoros kapcsolatban van a „Hajók a tengeren” Bemutatóval. A jelöltkutatást egyszerűbben úgy is fogalmazhatjuk, mint a HARMADIK FÉL MEGHÍVÁSA. Nagyon fontos, hogy valamennyi munkatársad tudja, mit jelent a HARMADIK FÉL MEGHÍVÁSA, és hogyan kell azt csinálni.

Magyarázat: Ha ismerem Carolt, NEM megyek oda hozzá, hogy közvetlenül megkérdezzem tőle, hogy érdeklí-e őt egy extrajövedelem. Ezt azért nem teszem, mert Carol, még ha akarna is (vagy ha szükséges is lenne a számára) némi extrajövedelmet keresni, valószínűleg azt a látszatot szeretné kelteni, hogy ő jól áll anyagilag, és ezért azt válaszolná: „Nem, engem ez egyáltalán nem érdekel.”

Ilyenkor inkább azt TESZEM, hogy odamegyek Carolhoz, és valami ilyesmit mondok neki: „Carol, nemrég egy új és izgalmas üzletbe fogtam, és úgy gondolom, segíteni tudnál nekem. Véletlenül nem ISMERSZ VALAKIT, akit érdekelne némi extra jövedelem?” (vagy: — „aki érdeklődne egy másodállás iránt?”)

Figyeld meg: a „Harmadik fél” itt a VALAKI. Azt kérdezem tőle, hogy ismer-e VALAKIT.

Végezz el egy kísérletet ezzel kapcsolatban. Tedd fel a kérdést a következő tíz embernek, akikkel összefutsz (benzinkutas, boltos, borbély, ruhatisztító stb.), hogy ismernek-e VALAKIT, aki szeretne hozzájutni némi extrajövedelemhez, és figyeld a reakciójukat. A válaszuk elárul neked valamit.

A legtöbb esetben valószínűleg azt a kérdést kapod válaszul,

hogy „Miről van szó?”. Az ok; amiért ezt a kérdést felteszik, az, hogy ők ISMERNEK ILYEN SZEMÉLYT, aki extra jövedelmet szeretne keresni, és ez a személy — ŐK MAGUK. Ők szeretnének egy kicsit többet tudni erről a lehetőségről, hogy dönteni tudjanak.

Ha tehát felteszik azt a kérdést, hogy „Miről van szó?”, nincs szükség arra, hogy tovább fokozd a kíváncsiságukat. Az emberek többnyire zokon veszik, ha el akarják őket rángatni egy idegen ember otthonába egy másfél órás prezentációra — úgy, hogy fogalmuk sincs, miért mennek oda. (Egyes cégek az ún. null-információs meghívásra oktatják az embereiket, vagyis arra, hogy ne árulják el, miről van szó.) Amikor megkérdezzük, hogy miről van szó, te is válaszolhatsz kérdéssel: „Hallott már valamit a Multi-Level Marketingről?” Erre kétféle válasz lehet: vagy „Igen”, vagy „Nem”. Ha „Igen” a válasz, akkor kérdezz rá, hogy mit tud róla. Kezdeményezz vele egy ÁLTALÁNOS BESZÉLGETÉST az MLM-ről. (Ehhez segítségként utalok itt az I. fejezetre: „Bevezetés az MLM-be”.) Hangsúlyozd úgy általában a Multi-Level Marketing üzlet egyes jellemzőit és a bekapcsolódás előnyeit.

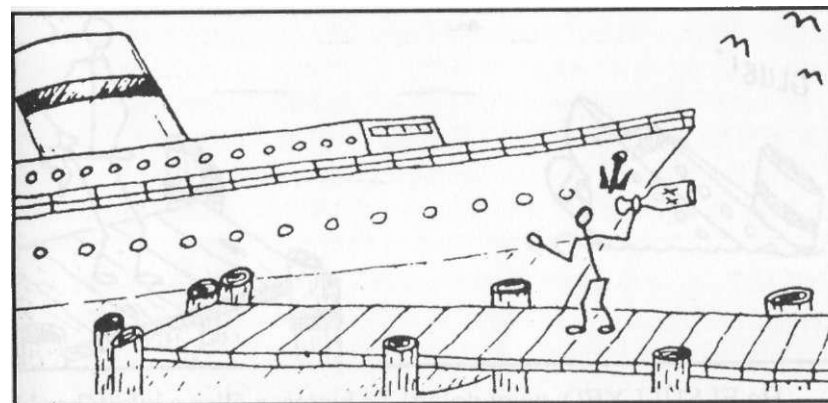
Ez után, ha még mindig érdeklődik, hívd meg, hogy üljetek le beszélgetni erről a témáról, azzal, hogy megmutatod neki azt a KONKRÉT PROGRAMOT, amiben te dolgozol. Magyarázd meg neki, hogy legalább egy órára van szükség ahhoz, hogy elmondhasd neki AZ EGÉSZ TÖRTÉNETET. Ne is kísérelj meg, hogy „dióhéjban” elmeséld neki a programot az utcasarkon vagy a munkahelyén, munkaidőben. Ha nem mondasz el mindent, azzal csak összezavarod. Ez a zavaros információ ahhoz elegendő csak, hogy nemet mondjon, az igenhez viszont kevés.

Ha az embereid képzésénél az itt elmondottakat követed, tulajdonképpen nem is lesz szükséged jelöltkutatásra. Miközben a szponzoráltjaidat segíted, összefuthatsz olyan emberekkel, akikkel eldiskurálhatsz. Kialakulhat velük egy beszélgetés a Multi-Level Marketingről, és ennek kapcsán bemutatathatod nekik a programodat. A legtöbb ember fél attól, hogy ezt megtegye. A félelem oka az a gondolat, hogy az illető esetleg nemet fog nekik mondani. Ez a jelenség a FÉLELEM A VISSZAUTASÍTÁSTÓL.

Jó példa lehet erre egy bál a középiskolában. Egy fickó, aki elő-

ször van ilyen helyen, egyenesen keresztülsétál a termen, és felkér egy lányt táncolni. A lány nemet mond neki. A fiú, VISSZAUTASÍTVÁ, körülnéz, visszamegy a helyére, és többé nem kér fel senkit. Esküdni merne rá, hogy az egész bálterem LÁTTA, hogy őt kikoszarozták. Senki nem örül a visszautasításnak.

Egy más típusú fickó, ha felkér egy lányt táncolni, és az nemet mond neki, akkor felkéri a következőt — és az biztos, hogy ő egész éjjel táncolni fog.



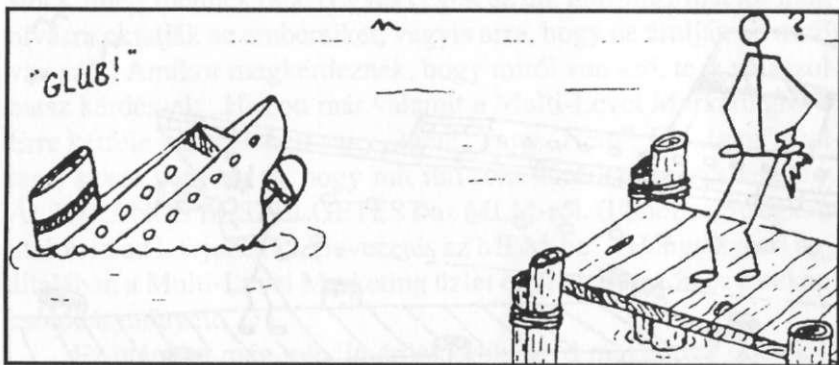
Ahhoz, hogy LEGYŐZD a visszautasítástól való félelmedet, szeretnélek rávenni arra, hogy megtréfáld az elmédet, hogy képes legyél minél több emberrel beszélni. Képzeld el magad, amint a kikötői hídon állsz. Emlékezz, csak akkor várhatod, hogy befusson a TE hajód, ha azt korábban már elindítottad.

Vízre kell tehát bocsátanod néhány hajót. Ha csupán egyetlen hajót indítasz, és az üresen tér vissza, akkor semmi hasznod nincs abból, hogy a hajód befutott. Minél több hajót bocsátasz vízre, annál jobb esélyed van arra, hogy közülük néhány ARANNYAL megrakodva térjen vissza. Az aranyat szállító hajók lesznek azok, amelyekkel dolgozni fogsz.

A legtöbb ember soha nem bocsát vízre hajót, így nincs is semmi a tudatalattijában, ami sérülni tudna. Vedd észre a vízre bocsátásra szolgáló rámpát. Amikor megkérdezed valakitől, hogy ISMER-E VALAKIT, aki szeretne némi extra bevételhez jutni, azzal végső so-

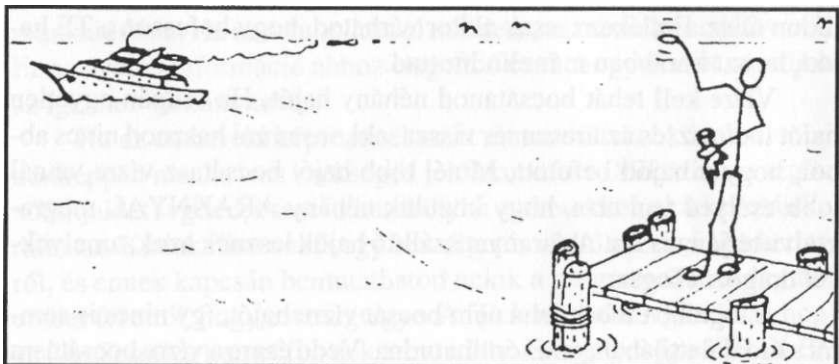
ron egy hajót bocsátottál a vízre. Ha azt válaszolja, hogy „Nem, senkit sem ismerek”, akkor lelki sérelem nélkül mondhatod: „Rendben. De ha véletlenül mégis belefutnál ilyenbe, akkor megkérhetlek, hogy felhívj?” (Add át neki a névkártyádat.) Ilyen módon elkerülted a visszautasítást.

Ha vízre bocsátasz egy hajót, csak kétféle eredmény lehetséges. Vagy **ÚSZIK**, vagy **ELSÜLLYED**.



Ha **ELSÜLLYED**, nagy dolog! Te biztosan állsz a kikötőben!

Ha **ÚSZIK**, az nagyszerű! Indítsd el, és segíts neki, hogy arannyal megrakva térjen vissza.



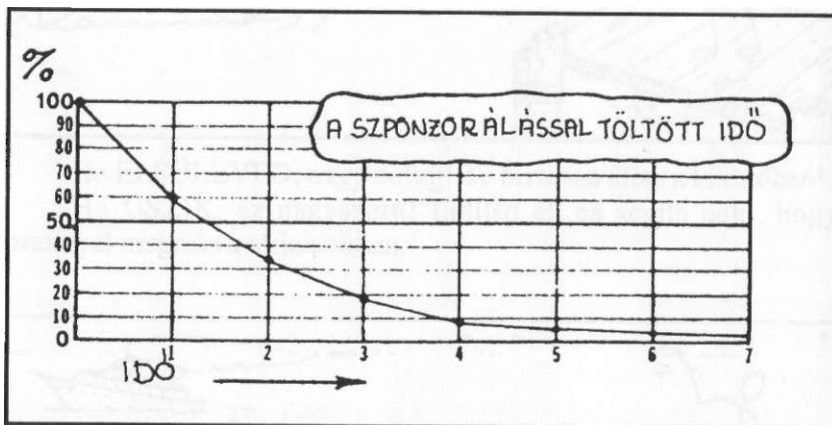
Az 5. és 6. Szalvéta Bemutató után az emberek általában azt fogják tervezni: ók bizony „arany hajók” lesznek. Azért ígérik ezt, mert éppen az imént mondtad, hogy te csak az **ARANY HAJOKKAL** dolgozol, és ók **AZT AKARJÁK, HOGY DOLGOZZ VELÜK**. Kovácsolj előnyt a kihívásukból — ez neked is hasznot hoz majd!

VIII. FEJEZET

7. Szalvéta Bemutató

HOL TÖLTSD AZ IDŐDET

Az alábbi grafikon azt ábrázolja, hol kellene töltened az idődet. Alapvető, hogy kezdetben időd 100%-át emberek szponzorálásával kellene töltened.



„De hát nem tréninggel kellene ilyenkor töltenem az időmet?”
— kérdezhetnéd. Hiszen arról volt szó, hogy az első néhány hét a TRÉNING HÓNAPOM! Igazad van. De ne feledkezz meg róla: az, hogy a szponzorod segít neked a szponzorálásban, az RÉSZÉ a tréningednek. Mert bár a szponzorod végzi a „munkát”, mégis a TIÉD a szponzornak járó megbecsülés.

Az MLM programokban azonnal szponzorálhatsz bárkit a rendszerbe, miután téged szponzoráltak.

Amikor belépsz egy MLM rendszerbe, az üzletedet először csak TE MAGAD jelented. Ha azt akard, hogy sikeres üzleted legyen, ahhoz az kell, mint már tudod, hogy öt KOMOLY EMBERT szponzorálj. Ahhoz, hogy őket megtaláld, ötnél több embert kell szponzorálnod.

Ahogy múlik az idő, a szponzorálással eltöltendő idő mennyisége folyamatosan csökken. Hogy miért? Mert egyszer csak találsz egy komoly embert — aztán két komoly embert — aztán hármat — négyet — és amikor már öt komoly embered van, akkor abba is hagyhatod a szponzorálandó emberek keresését. Az idődet most már inkább azzal töltsd, hogy MEGTANÍTOD szponzorálni öt „arany hajódat”. Tanítsd meg nekik azt is, hogyan tanítsák meg ők is szponzorálni a saját embereiket. És amikor ők a saját csoportjukban elérték a harmadik vagy negyedik mélységet, és többé már nincs szükségük a segítségedre, akkor te újabb komoly emberek után nézhetsz, az ő helyükre.

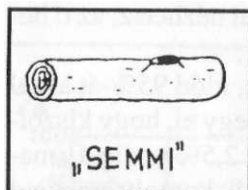
Amikor már megvan az öt komoly embered, időd 95%-át azzal kell töltened, hogy velük dolgozol, a 2,5% arra megy el, hogy kiszolgálod a barátaidból lett fogyasztóidat, a maradék 2,5% pedig a „magok ültetéséhez” kell. Így, amikor egyik vagy másik komoly embered „beérik”, és többé nincs szüksége „öntözésre és művelésre”, akkor elkezdheted a „magokkal” dolgozni, amelyeket elvetettél, és segítheted azokat „szárba szökkenni”.

Légy tisztában azzal, hogy valójában időd 100%-át a termékek mozgatóására fordítod. Ez a természetes következménye annak, hogy az embereiddel dolgozol. Ez jelenti az üzlet „eladási” oldalát, amit mi jobban szeretünk „AJÁNLÁSNAK” hívni.

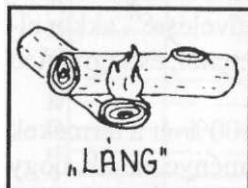
IX. FEJEZET

8. Szalvéta Bemutató A SISTERGÉS ADJA EL A HÚST

Egy MÁSİK CÍM, amelyet ennek a Bemutatónak adhatnánk: „A lobogó tűz”. Feltételezem, hogy kempingeztél már. Megfigyelhetted, hogy ha elkülöníted egymástól a tábortűz hasábjait, a tűz nagyon



KÉT hasábot együtt már LÁNGOT eredményez. Ha HÁRMAT raksz össze, az már TŰZ.



Ugyanígy viselkednek az emberek is. Ha legközelebb találkozol a szponzoroddal, mondjuk egy vendéglőben, és korábban odaérve egyedül üldögélsz, figyelj csak meg, mennyi



Ha azonban a szponzorod megérkezik, és már ketten vagytok, máris SOKKAL TÖBB ENERGIÁT erezhetsz.



Ha ez után még egy negyedik személy is befut, akkor már jó eséllyel foghattok hozzá! Ezt már joggal lehet „lobogó tűznek” vagy

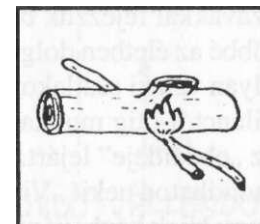
„SISTERGŐ ÖSSZEJÖVETELNEK” tekinteni. A „húst” az MLM programod jelenti, és, mint mindenki tudja — a húst a SISTERGÉS adja el!

Ennek tudatában szeretnél összejönni a szponzoroddal, hogy a Szalvéta Bemutatót megismertessétek egy vagy két alsóvonalbeli emberrel, és ezzel „Sistergővé” tegyétek őket, és lelkesedést keltsetek bennük az üzlet iránt.

Ilyen találkozókhöz egy vendéglő jó helyszínt jelenthet. Válassz ki egy olyan időszakot, amikor a vendéglőben viszonylag kicsi a forgalom, mondjuk délelőtt 10 vagy délután 2 óra körül. Készíthetsz a magad számára egy időbeosztást is, amelynek alapján az embereid mindig tudhatják, hol tartózkodsz a hét különböző időpontjaiban. Ez olyan, mintha mindenki elmenne fát gyűjtögetni a tűzhöz vagy a LOBOGÓ TŰZHÖZ.

Ha erre a „Sistergő Összejövetelre” elhozol egy olyan embert, aki kissé szkeptikus (egy „nedves fahasáb”), és bemutatod őt a LOBOGÓ TŰZNEK, rövidesen megszáradsz, és ő is a tűz részévé válik.

Mi történik azonban akkor, ha magad vagy, és újoncként éppen egy szkeptikus emberrel kezdesz el beszélgetni? Ez éppen olyan, mintha a semmire helyeznél rá egy nedves fahasábot.



A szponzorod, aki már régebben benne van az üzletben, egy „fahasáb”. Egy FAHASÁB és egy GALLY már képes LÁNGOT létrehozni. Az, hogy valaki veled van, már önmagában sokat jelent. Lehetőséget ad a szponzorodnak arra, hogy a beszélgetést közvetetté tegye. Tegyük fel, hogy én Joe-hoz szeretnék eljuttatni egy üzenetet, de ha közvetlenül hozzá beszélek, lehet, hogy nem igazán fogja „meghallani”, amit mondok. Viszont ha Carolhoz fordulok, tudván, hogy Joe is hallja a szavaimat — meglepő, mennyivel többet értenek meg az emberek a mondanivalónkból, amikor csak „hallgatóként” vannak jelen, mint amikor közvetlenül beszél hozzájuk valaki.

Lehet további haszna, energetizáló hatása is egy ilyen, étteremben „LOBOGÓ TŰZNEK”. Vannak ugyanis olyan emberek (ügyne-

vezett „fülelők”), akik szeretnek belehallgatni mások beszélgetésébe. Könnyen beazonosíthatod őket, amint hátradőlnek, és igyekeznek minél többet meghallani. VIGYÁZZ velük, mert egyesek NAGYON érdeklődők. Amikor a Sisztergő Összejövetel véget ér, mielőtt még szétszéledne a társaság, néhány percig NÉZZ KÖRÜL. Adj rá lehetőséget, hogy megközelítsenek. Senki nem fog odajönni az asztalodhoz, amíg még ott van, mondjuk, négy ember, de elképzelhető, hogy megkeresnek, amikor egyedül maradsz.

A „Lobogó Tűz” összejövetelt kezdjük mindig azzal, hogy amikor megérkeznek az emberek, valami pozitív dolgot mondjunk nekik egy-egy termékről, vagy arról, ami a hálózatban történt. Amíg ott vagyunk, kizárólag az üzletről legyen szó. Ne próbáljuk megoldani a közép-keleti válságot vagy a világ egyéb problémáit. Ennek az összejövetelnek a célja kizárólag az, hogy megosszuk egymással az elképzeléseinket az üzletépítésről és arról, hogyan beszéljünk az üzletünkről más embereknek.

Az ilyen találkozókat mindig valamiféle, ehhez hasonló búcsúszavakkal fejezzük be: „Gondolj csak bele! Nekünk már aligha kell többé az életben dolgoznunk!” Ez ragályos lesz, különösen akkor, ha olyan valaki csatlakozik a csoportodhoz, aki még mindig a szabályos kilenctől-ötig munkaidőben dolgozik, és éppen el kell mennie, mert az „ebédideje” lejárt. Miközben sietve indul vissza a munkahelyére, mondhatod neki: „Viszontlátásra, Nick, de ne felejtse el...” Lehet, hogy Nick közbevág: „Jó, jó, tudom. Nektek már aligha kell többé az életben dolgoznotok!” Nicket ez arra fogja motiválni, hogy jobban igyekezzen, és ő is abba a helyzetbe kerüljön, amit neked már sikerült elérned.

X. FEJEZET

9. Szalvéta Bemutató MOTIVÁCIÓ ÉS HOZZÁÁLLÁS

A Szalvéta Bemutatók közül ez az EGYIK LEGFONTOSABB, amelyik a MOTIVÁCIÓRÓL szól. Kiválóan megvilágítja számodra, hogy valójában mi motiválja az embereket. Megtanulod ebből, hogyan dolgozz úgy az üzlettársaiddal, hogy az számukra motiváló legyen.

Kezdd azzal a Bemutatót, hogy felírod a „MOTIVÁCIÓ” szót a szalvéta vagy a tábla felső részére. Ezután rajzolj két nyilat – az egyik lefelé mutasson, a másik pedig felfelé. Mutass rá, hogy kétféle motiváció létezik: a LEFELÉ és a FELFELÉ működő. Ezt írd is rá a nyilakra. A LEFELÉ HATÓ MOTIVÁCIÓ az, amit

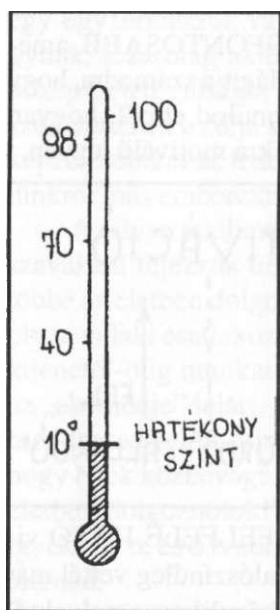


másképpen „forró fürdőnek” is nevezünk, a FELFELÉ HATÓ viszont állandó. Hadd magyarázzam ezt meg. Valószínűleg vettél már részt te is – számos társaddal együtt – lelkesítő ralin, amelyektől túlbuzgó lettél, és úgy éreztél (ismét), hogy belevetted magad, és felépítetted az üzletet, amelyben benne vagy. Néhány hét vagy néhány hónap elteltével azonban többnyire megint lehűltél. Amikor forró fürdőt veszel, úgy tűnik, minél forróbb a fürdő, annál gyorsabban fogsz lehűlni.

Láttam embereket, akik három napos motiváló ralin vettek részt, és két héttel hazaérkezésük után teljes depresszióba estek. Hogy miért? Három napon keresztül, erőltetett módon felturbózza,

valóban lelkesé tették őket — de azt senki nem mondta nekik, MIT tegyenek, és/vagy HOGYAN tegyék azt! Emiatt aztán gyorsan leeresztettek.

Még ennek a könyvnek az olvasása is „forró fürdőnek” számít. (Bár egy kissé hozzájárul a FELFELE motiváláshoz is.) Részvétel a szemináriumokon, a szponzoroddal való találkozás, egy jó könyv olvasása, némi termék megmozgatása, további tudás megszerzése — ezek valamennyien a lefelé motiválás vagy a forró fürdő különféle formái. Nem mondhatjuk, hogy ezek rosszak — hiszen ezekre nagy szükség van.



Mielőtt rátérnék a FELFELE MOTIVÁLÁSRA, beszélnünk kell a hozzáállásról, az attitűdről. Képzeld el, hogy beszélgetni fogsz valakivel az üzletedről. Az illető semmit nem tud erről a lehetőségről, ezért az ő attitűdjének a szintje nullán áll. Tegyük fel, ahhoz, hogy hatékonyan tudj beszélni MLM vállalkozásodról, attitűdöd „hőfokának” el kell érnie legalább a 10 fokot. Amennyiben a hozzáállásod nem éri el ezt a szintet, inkább ne beszélj senkivel, mert csak lehúz téged.

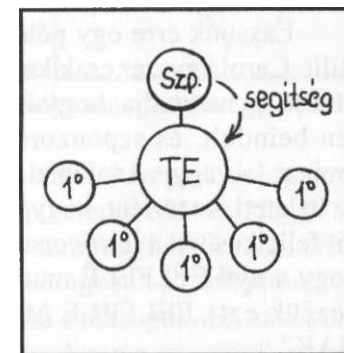
Tegyük fel, hogy ajelölted eljött a prezentációdra. Kitöltötte a belépési nyilatkozatot. Azonnal indulni akar — borzasztóan lelkesedik az üzletért! Attitűdje a 20 fokhoz közelít — GAZDAG akar lenni! Még mielőtt alkalma lett volna bármit is megtanulni,

kirohan a terepre, és elkezd megszólítani embereket. Mivel még egyáltalán nem tudja, hogyan viselkedjen, amikor negatív szkeptikusokkal találja szembe magát, ő maga is negatívvá válik. Még a jó szándékú rokonok és barátok is lehetnek rá ilyen hatással, ha ők már kiábrándultak, mert beléptette őket egyszer valaki, aki csak meg akart „belőlük” gazdagodni. Sajnos, ezeknek a negatív embereknek jobban hisz, mint annak, hogy létezhet „igazi szponzor”, aki hajlandó lenne önzetlenül segíteni neki, hogy felépítse az üzletét.

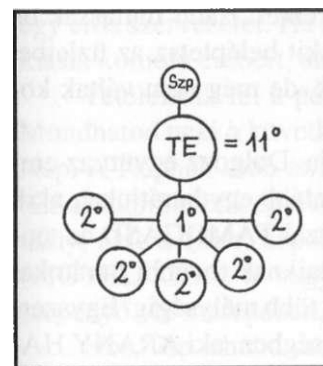
Mindezek hatására az fog történni veled, hogy visszaesik 10 fok alá. Ekkor ismét találkozol veled, és miután kezeled a kifogásait, megválaszolod a benne felmerült kérdéseket, lehet, hogy ismét „felmelegszik”, mondjuk ezúttal 25 fokra, és most esetleg egy kissé tovább marad meg ezen a szinten, mielőtt attitűdjének szintje ismét 10 fok alá hanyatlik.

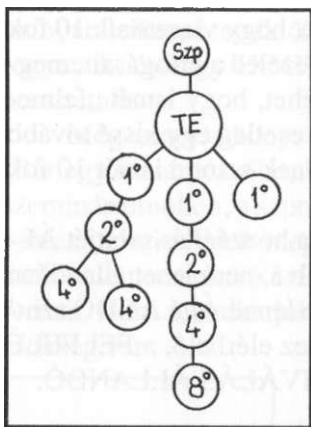
Felmerül a KÉRDÉS: hogyan lehetne a hozzáállás szintjét ÁLLANDÓAN 50 fokon tartani? Másként szólva, nem lehet állandóan fel és le ugrálni, mint egy JOJÓ, sokkal jobb lenne ÁLLANDÓ szinten maradni. Az egyetlen módszer, amivel ez elérhető, a FELFELE MOTIVÁLÁS — mivel a FELFELE MOTIVÁLÁS ÁLLANDÓ.

A FELFELE MOTIVÁLÁS a következőt jelenti: Van egy szponzorod. A szponzorod segíteni fog neked abban, hogy munkatársakat szponzorálj A MAGAD SZÁMÁRA. Indulj el öt emberrel. Figyeld meg, hogy ha öt embert szponzorálsz, akkor csak 5 fokot értél el. Megismétlem, hogy ezt a hibát elkerüld: ne szponzorálj több embert, mint ahánnyal hatékonyan dolgozni tudsz; egy új ember csupán 1 fok többletet jelent, de ezt utána gyorsan el is veszíted.



Ennek az öt embernek a szponzorálásában a szponzorod segített neked. Most a te feladatod, hogy a tőlük kapott 5 fokért cserében segíts nekik szponzorálni. Az ő 1 fokuk neked már 2 fokot jelent. A második mélységben lévő minden egyes ember tehát 2 fokot ér a számodra. VEDD ÉSZRE: ha az öt embered közül csupán egynek segítesz abban, hogy öt új munkatársat szponzoráljon, az máris 10 fok fölé emel téged.

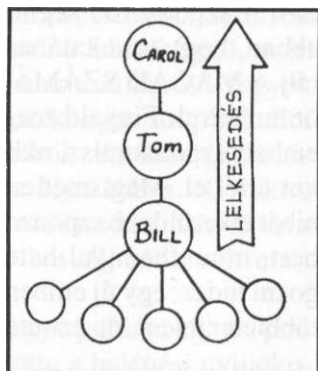




Figyeld meg, mi történik, ha megtanítod a szponzorálást egy szinttel lejjebb. A harmadik mélység már 4 fokot jelent. A negyedik 8 fokot. Minél mélyebbre jutsz le, annál magasabb lesz a hőmérséklet!

Ezt a jelenséget csakis az tudja értékelni, akivel ez először megtörténik — ez az oka annak, amiért te is azt szeretnéd, hogy ez a te embereiddel is megtörténjék, olyan gyorsan, ahogy csak lehet. Amint ezt megtapasztalják, ők maguk is azonnal **LELKESÉ** válnak!

Lássunk erre egy példát: Carol szponzorálja Tomot, ő pedig Bilit. Carol egyszer csak kap egy telefonhívást, és megtudja, hogy Bili a múlt héten beindult, és szponzorált öt komoly embert — vagyis ő valóban építeni kezdte az üzletet! Az történt, hogy ezzel mindenkit fellelkesített a felsővonalán. Láthatod, hogy a nyíl **FELFELÉ** mutat. Emiatt nevezzük ezt „**FELFELÉ MOTIVÁLÁSNAK**”.

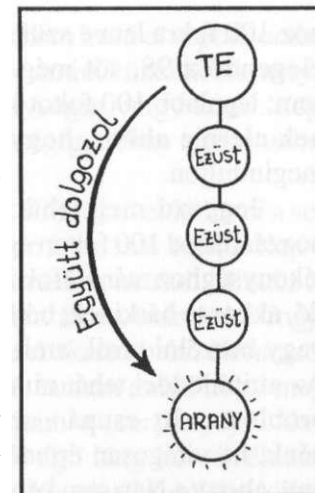


Alapvető feladatod tehát, hogy az általad szponzorált embereknek segíts abban, hogy **TÁMOGASSÁK** a saját embereiket. Hadd mutassak be azonban egy kivételt is. Minden ember, akit beléptetsz az üzletbe, Ezüst Hajó. Mindenki így kezd. Lelkesek, de még nem váltak kormollyá.

Mindenkinek van legalább egy barátja. Dolgozz együtt az embereiddel, és segíts nekik szponzorálni legalább egy barátjukat, akik szintén Ezüst Hajóként kezdenek. Majd azzal **TÁMOGASD** az embereidet, hogy segítsenek az ő saját barátaiknak további barátokat szponzorálni az alsóvonalukba három vagy több mélységig. Egyszerre csak, váratlanul felbukkan valaki a mélységben, aki **ARANY HAJÓVÁ** változik. Ekkor csináld a következőt: Menj le hozzá, és dolgozz az **ARANNYAL** — aki az első igazi **ARANY** abban a vonal-

ban. Az fog erre történni, hogy miközben az Aranyat segíted, a fölötte lévő Ezüstök is sorra Arannyá válnak.

Az Ezüstöket tehát úgy tudod leginkább Arannyá változtatni, ha beléptetsz alájuk valakit. Ha ez a személy valóban dolgozik (Arannyá válik), az őt szponzoráló Ezüst is el fog gondolkodni: „Ejha! Jobban tenném, ha együtt dolgoznék vele?” Nincs a világon semmi, ami jobban motiválná az embert, mint az, ha van alatta egy munkatárs, aki **CSINÁL VALAMIT**. Innen ered a mondás: „Gyorsabban és hatékonyabban tudsz motiválni egy embert azzal, ha égő gyertyát teszel a feneké alá, mintha egy olvasztólámpát helyeznél a fejébe”.



Hogyan tudnánk mindezt összefoglalni? Az egyik dolog, amit szeretnél elkerülni, az, hogy az általad szponzorált emberek függő viszonyba kerüljenek veled. Munkatársaid nem függhetnek tőled örökké, mert akkor soha nem fognak önállóan dolgozni. El kell jutnod velük egy pontra, amelyen túl már nincs rád szükségük. Ez az a pont, amikor a szponzoráltjaid már képesek arra, hogy megtanítsák az embereiknek mind a tíz Szalvéta Bemutatót — ezzel ők már mindent tudnak, ami ahhoz szükséges, hogy fel tudjanak építeni maguknak egy erős szervezetet. Ha ezt elérted, akkor kereshetsz magadnak egy másik komoly embert, akivel együtt dolgozol.

Tételezzük fel a példa kedvéért, hogy te szponzoráltad Sue-t. Mondhatod neki a következőt: „Sue, mondjuk, te olyan vagy, mint a Nap. A Napnak több az energiája, mint bárminek, amit ismerünk”. (Ez az indirekt bók egyik fajtája.) Ezután így folytathatod: „Az a személy, akit te (Sue) szponzorálsz, egy serpenyő víznek tekinthető”. (**FIGYELJ ODA**: te vagy Sue szponzora, de ha őt tüntetnéd fel egy serpenyő víz szerepében, az nem lenne hízelgő hasonlat a számára.)

Nos, van tehát a csoportodban egy „Nap”. Hány fokon kezd el forni a víz? Ha egy serpenyő vizet kiteszel a legforróbb sivatag közepére a legmelegebb napon, az még akkor sem képes felforralni. Ah-

hoz 100 fokra lenne szükség. Nem elegendő a 98, sőt még a 99 fok sem; legalább 100 fokot kell a víznek elérnie ahhoz, hogy a forrás meginduljon.

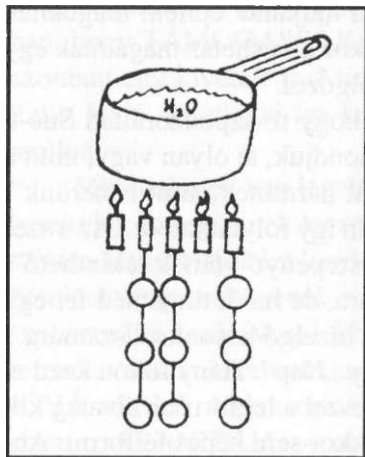
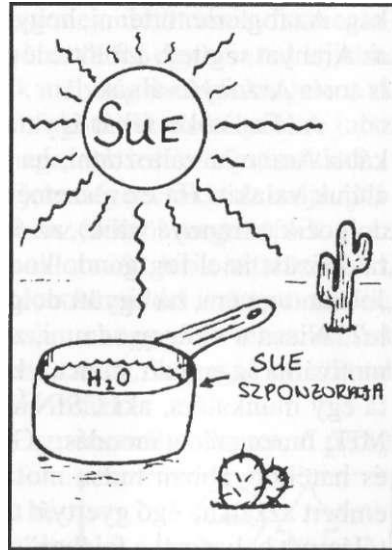
Jegyezd meg tehát: Ha a te hozzáállásod 100 fokon ég, és a hatékonysághoz már 10 fok is elegendő, akkor te bárkinek, bárhol képes vagy beszélni arról, amit csinálsz. Az attitűddel tehát nincs semmi probléma. Itt csupán azt szeretnénk, ha világosan értenéd: éppen úgy, ahogy a Nap sem képes a vizet forrásba hozni, a szponzor sem tud senkit felhozni a „forráspontra”.

Mint ahogy egyetlen LEFELE HATÓ „forró fürdőt” jelen tő motiváció sem.

Ha a világ összes Multi-Level Marketing cégének valamennyi csúcs-munkatársa eljönne raliz tartani a városodba, és te részt vennél valamennyin — a „vizedet” még ez sem tudná soha forrásba hozni. A hozzáállásodat ugyan fel tudják turbózni a hatékony 10 fok fölé, de az, hogy forrásba jön-e valaha is a „vized”, az egyedül csak rajtad múlik.

De soha ne feledd: ebben a szponzorod segíteni fog.

Másként fogalmazva, az ismerőseid között sok olyan van, akit a te szponzorod nem ismer. A szponzorod eljön hozzád, és segít abban, hogy beléptess valakit. Ha egyszer már szponzoráltál valakit, azzal meggyújtottál egy lángot a serpenyőd alatt. Öt szponzorálttal már öt láng ég a serpenyőd alatt, vagyis annyi, amelyet a serpenyő még hatékonyan képes lefedni. Figyeld meg: a víz ettől

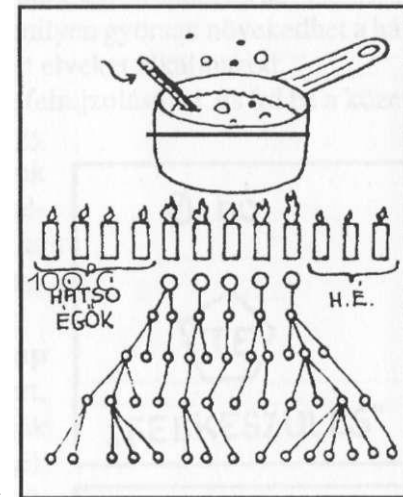


még mindig nem forr; amíg ez az öt ember nem kezd el szponzorálni, addig a hőmérséklet csak 5 fokos marad. De amint közülük bármelyik három egyetlen vonalán leér három mélységig, vagy kettő: négy mélységig, vagy akár csak egy is: öt mélységig, abban a pillanatban a „vized” forrni kezd.*

Bármelyik kombináció, amely képes 100 fokot előállítani a serpenyő alatt, forrásba hozza a vizet. Amikor a víz már forr, a Nap (a szponzor) tovább mehet, a víz akkor is forrásban marad. Miután túl vagytok ezen a Bemutatón, akkor a munkatársad már tudni fogja, hogy azért hívod őt telefonon, mert segíteni akarsz neki. Nem azért hívod, hogy lángszórót tegyél a feje mellé, hanem azért, hogy megtudd: segíthetsz-e neki újabb lángot gyújtani a „serpenyője” alatt, vagy esetleg megnövelni valamelyik, már égő láng hőmérsékletét. Abban szeretnél a segítségére lenni, hogy a „vize” forrásba jöjjön. Minél mélyebbre mész le a csoportban, annál magasabb lesz a vizet melegítő láng hőfoka.

Bármelyik MLM rendszerben az ábrázolthoz hasonlóan néz ki az az üzlettársad, akinek a „vize” forrásban van. Vedd észre, hogy rajta kívül más szponzoráltjaid is vannak. Nem szükségszerű, hogy annak a „vize” forrjon fel először, akit elsőként szponzoráltál. Ő abban volt első, hogy elsőként vált komollyá, képes volt mélységben építkezni, és működtetni a szervezetét.

Amikor az elsőként „megérett” munkatársad „vize” már forr, akkor folytathatod a munkát — ismét maximum öt komoly emberrel. Lásd be, hogy a serpenyő egyidejűleg csak öt láng erejét képes hasznosítani. (Erről már szó volt az 1. Szalvéta Bemutatóban, a II. Fe-



* Az amerikai kiadás Fahrenheit fokban számol (szerk. megj.)

jezetben.) Még ha 15 embert léptettél is be az üzletedbe, akkor is csak öttel tudsz egyidejűleg valóban hatékonyan dolgozni. Szükség is van 10-20 ember beléptetésére ahhoz, hogy közülük öt komoly ember kikerüljön. És mi lesz addig a többiekkel? Őket addig úgymond takarékra tesszük, egy hátsó éggőre.

Ezért aztán, ha az „ötös fogatból” egy vagy több embered megérett az önállósodásra, mielőtt újabb embereket szponzorálnál, előbb a hátsó éggőkön nézz körül, hogy ott mi a helyzet. Lehet, hogy az ismeretlentől való félelmük vagy az akkori körülményeik miatt a belépésük időszakában még nem voltak alkalmasak a komoly munkára, most azonban már készen állnak rá. Lehet, hogy csak azt akarták kipróbálni, hogyan működik ez a program az ő számukra. Azt tanácsolom tehát, hogy tégy egy „kirándulást” a hátsó éggőkön!

XI. FEJEZET

10. Szalvéta Bemutató A NÖVEKEDÉS ÖTSZÖGE

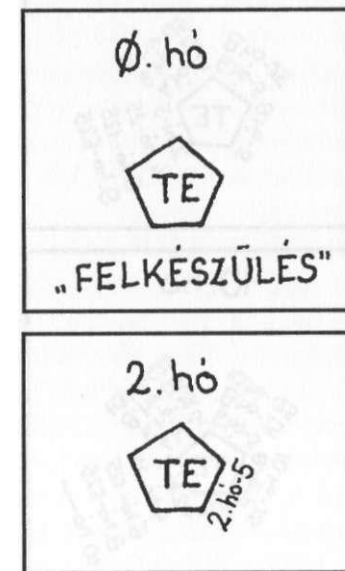
Az ÖTÖS „varázsszámként” vonult végig az egész könyvön, ezért mi sem alkalmasabb arra, hogy e végső Bemutató témája legyen, mint egy mókás utazás egy ötszög körül, amely nagyszerű ÖNMOTIVÁLÓ eszközként működik bárkinél, akinek ezt bemutadod.

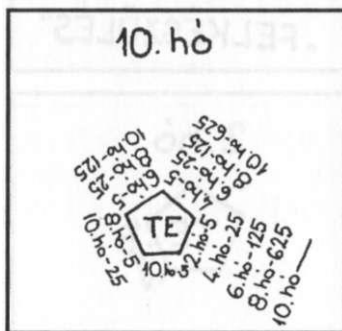
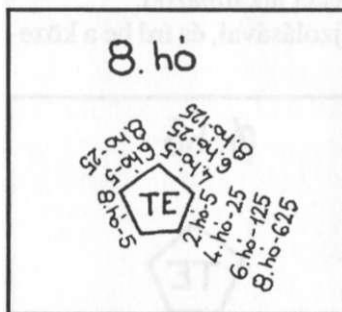
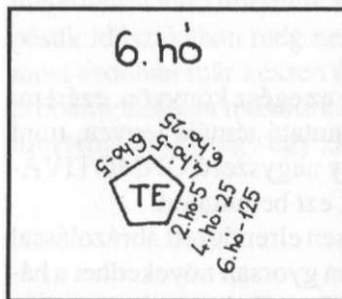
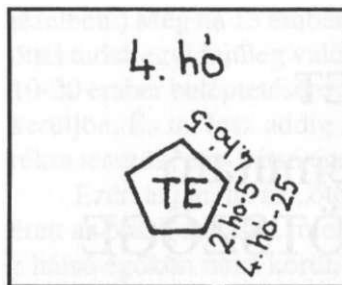
A „Növekedés Ötszöge” egy érdekesen elrendezett ábrázolással fontos szemszögből ad rálátást arra, milyen gyorsan növekedhet a hálozatod, ha az e könyvben bemutatott elveket alkalmazod.

Kezdd a Bemutatót egy ötszög felrajzolásával, és írd be a középebe, hogy „TE”. Leszámítunk egy „Tréning Hónapot”, és szervezetünk fejlesztése során két havonta vizsgáljuk a növekedést. (Természetesen te ettől eltérő időkeretet is használhatsz ennél a Bemutatónál.)

Beléptél az üzletbe, és **két hónap** alatt szponzoráltál öt olyan embert, akik valóban a saját kezükbe akarják venni a sorsukat. (írd az ötszög egyik oldala mellé, az ábra szerint, hogy 2. hó — 5.)

További két hónap elteltével (vagyis a **negyedik hónap** végére) a korábban beléptetett öt ember megtanulta tőled, amit te csináltál, és behozott az üzleted második mélységébe 25 új





disztribútort. Ugyanakkor te magad is beléptettél további öt komoly közvetlen munkatársat. A negyedik hónap végén ötszöged az előző oldal szerint alakul.

A **hatodik hónap** végén már 125 új ember van a harmadik mélységedben, az elsőként beléptetett öt embered alatt, 25-en a második komoly ötös csoportod embereihez csatlakoztak, te magad pedig újabb öt komoly emberrel gyarapítottad a frontvonaladat.

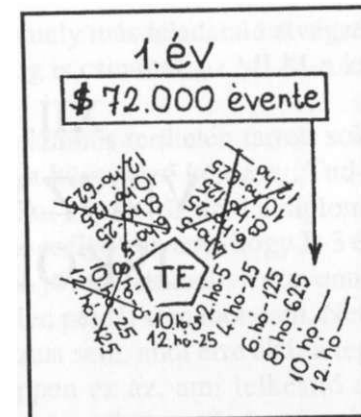
A **nyolcadik hónap** végére ötszöged az utóbbi ábrának megfelelően alakul.

Ezen a ponton engedd át a szalvétát (vagy a táblát) a „tanítványodnak”, add a kezébe a tollat, és kérd meg, hogy ő egészítse ki az ábrát azzal, ami a tizedik hónap végéig történik. Az eredeti csoportnál a 10. hó mellé ne írd számot, mivel azt már nehezebb fejben kiszámolni, és meghaladja a 3000-t (pontosan 3125-öt tesz ki). A rajz — végső formájában — az ábrának megfelelően néz ki.

Menj körbe az ötszögön még egyszer, és egészítsd ki a számokat egy évre (12 hónapra) vonatkozóan.

Hogy valóban kiemeld annak fontosságát, hogy a mélységépítés milyen gyorsan képes növelni a csoportod létszámát, húzd át valamennyi csoportodat — azt az egyet kivéve, amely az első öt komoly embered alatt épült fel. Hívd fel a figyelmét a munkatár-

sadnak, akinek ezt a Bemutatót tartod, hogy ha ő maga csupán ezt az egyetlen csoportot építi (és az áthúzott csoportokkal egyáltalán nem foglalkozik), akkor is képes HAVI 6000 dollárt vagy még többet keresni, a „járműként” használt MLM rendszer marketingtervének függvényében. Ennek a gyakorlatnak a fő célja egyszerűen az, hogy bemutassa, milyen fontos, hogy MÉLYSÉGBEN dolgozz együtt a szponzoráltjaidal — és hogy MEGTANÍTSD ŐKET IS ARRA, HOGY UGYANEZT TEGYÉK.



Most pedig menj, és tedd, amit kell!

XII. FEJEZET

VISSZATÉRÉS AZ ISKOLAPADBA

Amikor egy új termékforgalmazót próbálsz szponzorálni, nagyon sokat nyom a latba a HOZZÁÁLLÁSOD. Sok munkatársról az a kissé önző hozzáállás sugárzik, hogy „Kit sikerül beléptetnem az üzletembe?” Ehelyett a megfelelő hozzáállásnak ezt tartom: „Ki legyen az a következő szerencsés barátom, akinek a korai visszavonulás lehetőségét felajánljam?” Ha valóban hiszel abban, hogy ez a program lehetővé teszi az 1-3 éven belüli visszavonulást, és elsajátítod azt a képességet, hogyan mutatható be ez az üzlet mindössze két perc alatt, akkor miért kellene idegeneknek ajánlgatnod ezt a lehetőséget?

Ahhoz, hogy 1-3 év alatt, több mint 50 000 dollár éves jövedelemmel visszavonulhasson valaki, az szükséges, hogy hajlandó legyen visszaülni az iskolapadba. Mindent megtanulhat, aminek az ismeretére szüksége van, ha hajlandó befektetni ebbe heti 5-10 órát, 6 hónapon keresztül. A „visszavonulás” egész egyszerűen azt jelenti, hogy „nem szükséges tovább dolgoznom, csak ha akarok”. Ha valaki azt mondja, hogy legfeljebb 30 napot szán rá arra, hogy megnézze, mi is ez az egész, arra ne is veszteged az idődet. 30 nap édeskevés ahhoz, hogy megássuk az alapokat. A jó alapozáshoz legalább 6 hónapi időbefektetés szükségeseltetik.

Az iskola, amelyre itt utalok, a BEKAPCSOLÓDÁS iskolája. Attól kezdve, hogy elindulsz hazulról a heti tréningre, részt veszel azon, megiszol egy kávét, és hazautazol, máris eltelt 3-4 óra. Az üzletre szánt idő többi részét arra fordíthatod, hogy pozitív, motiváló kazettákat hallgatsz, tanulod a céged programját, találkozol a szponzoroddal, „Sistergő Összejöveteleken” veszel részt, beszélgetsz a je-

löltjeiddel stb. Mindezt megteheted bármely más feladataid elvégzésével párhuzamosan is, amelyeket eddig is csináltál, az MLM-n kívül.

Az Egyesült Államok és Kanada számos területén tartott sok-sok előadásom mindegyikén feltettem a következő kérdést: „Tud-e valaki olyan négyéves egyetemi/főiskolai képzésről, ahol a diploma megszerzése után a »hallgatónak« reális esélye van arra, hogy 1-3 év elteltével több, mint 50 000 dollár éves jövedelemmel visszavonulhat?” Soha senki nem tudott erre egyetlen példát sem mondani. Nem tudtak megnevezni egyetlen olyan kurzust sem, ahol erre akár a leg-halványabb lehetőség is lenne. És éppen ez az, ami lelkesítő az MLM-ben! Mindössze fél év alatt megtanulhatsz mindent, amire szükséged lehet ahhoz, hogy 1-3 év múlva visszavonulhass.

Emlékszel még arra, amikor egyetemista korodban elmentél a könyvesboltba, és megvásároltad az aktuális szemeszterhez szükséges könyveket? Nagy, nehéz, vastag szövegek. Már alig vártad, hogy hazaéj velük, és a szobádban elkezdhesd őket tanulmányozni. Emlékszel, milyen nehezen tudtad kivárni a szemeszter végét, hogy levizsgázhass az anyagból? Mialatt egyetemre jártál, fizetett neked valaki ezért? Miután négy évig jártál egyetemre, anélkül, hogy fizetést kaptál volna, és miután reményed sem volt arra, hogy 1-3 éven belül visszavonulhass, akkor miért aggódsz annyira amiatt, hogy az első néhány, MLM-ben eltöltött hónapod során csak ilyen keveset keresel? Ne feledd, itt is iskolában vagy. MLM iskolában.

Sok ember már néhány hét eltelte után elbátortalanodik az MLM-ben. Nem hiszem, hogy joguk lenne az elbátortalanodáshoz, mielőtt legalább 6 hónapot nem töltöttek el az MLM iskolájában! Próbáld csak megengedni, hogy egy orvos hallgató operáljon meg téged, az egyetemen töltött első néhány hetes tapasztalata birtokában. Azt hiszem, meglehetősen elégedetlen lennél az akció kimenetelével.

Kérdezd csak meg egy orvostól, egy ügyvédtől, egy fogásztól vagy bárki más, professzionális szakembertől, hogy mióta gyakorolják már a hivatásukat. Válaszukban ők a diplomájuk megszerzésétől fogják számolni az éveket, nem a gólyaként eltöltött első egyetemi napjuktól. Ezzel szemben, ha egy MLM-cég munkatársaitól kérdezed meg ugyanezt, ők attól a pillanattól kezdve tekintik Multi-Level

Marketing-esnek magukat, amikor a Munkatársi Szerződésüket aláírták. Pedig nekik is attól az időponttól kellene kezdeniük a számlást, amikor már megtanulták, mi is az valójában, amit csinálnak.

Csalódott csak abban az esetben lehetsz, ha reméled, hogy megszerezhetsz valamit, de nem kapod meg azt, vagy a remélt dolog nem történik meg veled. Túl sok disztribútor csatlakozik az MLM-hez az elvárással, hogy ott majd azonnal nagy pénzt fog keresni. Az első és legfontosabb azonban, hogy iskolába kell járnod. Ez legalább 6 hónapot igényel. Gondolj ilyenkor azokra, akik főiskolára járnak. 6 hónap elteltével ők még csak az első szemeszter végénél tartanak, és még három és fél évük van hátra ahhoz, hogy egyáltalán elkezdhesse nek állást keresni.

Ahhoz, hogy valóban sikeres lehess az MLM-ben, meg kell tanítanod másoknak, hogyan legyenek ők is sikeresek. A disztribútoridnak fél kell hagyniuk azzal a gondolkodásmóddal, hogy csak a saját keresetükkel törődjenek, és inkább azzal kell foglalkozniuk, hogy tanítsák a szponzoráltjaikat, és működjenek velük együtt az alsóvonalak építésében. Ugyanis minél gyorsabban hozzálátnak ehhez, annál gyorsabban rátalálnak az igazi sikerre az MLM-ben. De ez azonnal nem fog menni. Ahhoz, hogy másokat tanítani tudjál, először azt kell megtanulnod, hogy te magad mit csinálj.

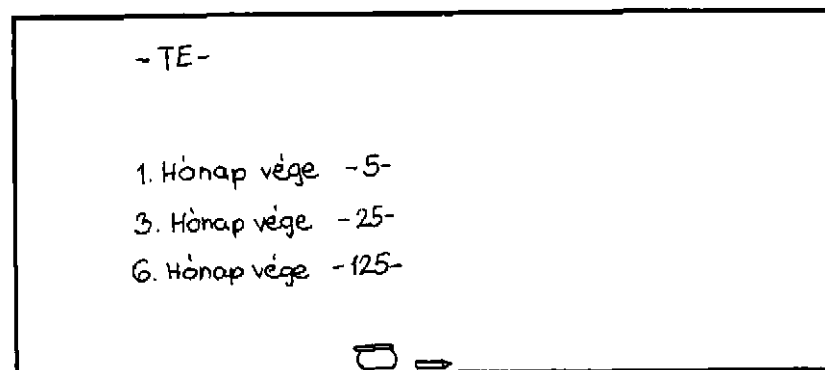
Ha van olyan munkatárs a csapatodban, akinek gondot okoz a barátaik megszólítása, annak valószínűleg az az oka, hogy ők maguk sem igazán hisznek abban, hogy 1-3 év alatt visszavonulhatnak, vagy nem értik, hogy valójában hogyan is lehet ezt elérni. A következő egyszerű prezentációt arra használhatod fel, hogy bemutasd, hogyan érhet el valaki nagyjövedelmet 6 hónaptól 3 évig terjedő időszakon belül. Ennek elsajátítása csupán néhány percet vesz igénybe, és maga a prezentáció is csak két percig tart. Ez egy variáció jelent a II. Fejezetben közölt 1. Szalvéta Bemutatóra.

Tételezzük fel, hogy van egy új disztribútorod, akinek felteszed a kérdést: „Mit gondolsz, az összes olyan ismerősöd közt, akikkel találkozót tudsz szervezni az én segítségével, be fog lépni hozzád az üzletbe az első hónap végéig öt ember? Olyan emberek, akik meg szeretnék tanulni, hogyan lehetséges visszavonulni 1-3 év alatt?”.

Erre a legtöbb ember így válaszolna: „Persze, hiszen mindenki erre vágyik!”

Ne kövesd el azt a hibát, hogy a disztribútoroddal együtt egyszerre találkozzatok mind az öt emberrel! Induljatok neki inkább ötször, és beszélgetsetek el mindenkivel egyénileg. Ha ugyanis egyszerre találkoztok valamennyiükkel, egyetlen negatív személy is képes elrontani a többiekkel való beszélgetést. Különböző is, ha ötször mentek el, a disztribútorod öt Bemutatót fog végighallgatni, és ebből többet tanul, mintha csak egyszer hallotta volna. Miután az emberek túlesik ezen a tréningen, már készen áll arra, hogy ő maga is elkísérje mind az öt munkatársát, és segítsen nekik saját 5-5 emberük szponzorálásában. A termékforgalmazó éppen úgy szakértővé válik, miközben a munkatársai jelöltjein gyakorol, mint ahogy te az ő jelöltjein gyakorolva váltál azzá.

Ha sikerült öt KOMOLY disztribútort szponzorálnod az első, üzletben töltött hónapod végéig, akkor minden bizonnyal képes leszel arra is, hogy a harmadik hónap végéig segíts nekik beléptetni 5-5 embert. Miközben a disztribútoraid az ő saját 5-5 emberüket segítik, te az alsóvonalaidat támogatom, és azt tanítod az embereidnek, hogy ők is tegyék ugyanezt. A hatodik hónap végére már a harmadik mélységben kell tartanod. De mi van akkor, ha ezt csak egy év múlva éred el? Ennél a prezentációnál a számokat közrefogó vízszintes vonalak (-5-) a nagykereskedelmi áron vásárlókat képviselik, valamint azokat, akik beléptek, de nem dolgoznak. Bemutató ábrád most így néz ki:



Ezen a ponton már összesen 155 KOMOLY disztribútorod van.

Miközben helyesen építed az üzletedet, és igyekszel megosztani másokkal ezt a lehetőséget, mindig lesz olyan, aki nem akar élni az üzletépítés előnyeivel. A termék ismeretében azonban ezek közül többen a vásárlóid lesznek, vagy törzsvásárlóként belépve nagykereskedelmi áron, vagy kívül maradva, kiskereskedelmi áron.

Tegyük fel, hogy alsóvonalaid valamennyi tagjának fejenként legalább 10 baráti fogyasztója van. Ha disztribútoraid számát megszorozod tízzel, az összesen 1550 baráti vásárlót jelent. Mivel a disztribútoraid egyúttal szintén fogyasztók is, ezt a számot még megnövelheted 155-tel, és máris 1705-nél tartasz. Ha belegondolsz azonban, a disztribútor fogyasztók általában több terméket rendelnek, mint a baráti fogyasztók. Ennek több oka is van: 1./ A disztribútor fogyasztók sokkal jobban ismerik a teljes termékkálát. 2./ A disztribútor fogyasztók nagykereskedelmi áron jutnak a termékekhez, ezért személyes használat esetén nagyvonalúbbak, kissé „pazarlóbb” módon bánnak a termékekkel. 3./ A disztribútor fogyasztók azért is vásárolnak termékeket, hogy mintaként elajándékozzák. Jól teszed, ha te magad is szokásoddá teszed a minták ajándékozását, és erre megtanítod a munkatársaidat is.

A 155 szám alatti szaggatott vonal a saját vásárlóidat jelzi, amelyet figyelembe sem veszünk, ez csak pluszt jelenthet. Az ábrád most ilyen képet mutat:

- T E -	
	155 komoly term. forg.
	× 10 vevő barát
1. Hónap vége - 5-	1.550 " "
	+ 155 term. forg.
3. Hónap vége - 25-	----- nagyker. ár. vás.
6. Hónap vége - 125-	1.705 Összes vásárló

Most szorozd meg az összes vevők számát 30 dollár értékkel. A legtöbb ismert programban az átlagos havi személyes eladásjával nagyobb, mint 30 dollár. Ezt a számot használva inkább egy kicsit visszafogott vagyok. Nem szeretném teljesen elkápráztatni a jelöltet. Persze, meg lehet kérdezni azt is: „Mi van akkor, ha mindez 6 hónap helyett 1 év alatt valósul meg? Akkor is érvényes mindez?”

Ha megszorozod 1705-öt 30-cal, az eredmény összesen 51 150 dollár lesz. Hangsúlyozd, hogy eközben te csak az ÖT KOMOLY termékforgalmazóddal dolgoztál.

Ez az 50 000 dollár fölötti havi összeg valahol 2000 dollár és 6000 dollár körüli havi jövedelmet jelent a számodra, a saját vásárlóidat még nem is számítva.

A 2000 dollár és 6000 dollár közötti ingadozás oka, hogy egyeseknek kevesebb a baráti fogyasztójuk, mások esetében viszont a számuk 10-nél is nagyobb.

Ennél a pontnál körülbelül a bemutatód 10-15. percénél tartasz. Itt teszed fel a kérdést, aminek alapján megtudod, hogy vajon hajlandó-e rászánni a jelölted az időt arra, hogy megtanulja, hogyan kell ezt csinálni. Ha a válasza „nem”, akkor gyorsan térj át a termékekre, hátha találsz egy kiskereskedelmi áron vásárló fogyasztót. Amennyiben azonban „igent” mond, áttérhetsz a következő Bemutatóra, az 5 és 6 közötti különbségre (lásd később). Mire ennek a végére érsz, már vissza sem tudod tartani őt attól, hogy a Belépési Nyilatkozatot aláírja.

És most jön a nagy kérdés. Amennyiben 6 hónap múlva havi 2000 dollártól 6000 dollárig terjedő összeget meg tudnál keresni, a mai bevételeden felül, el tudod-e képzelni magadról, hogy 6 hónapon keresztül heti 5-10 órára visszatérj az „iskolapadba”, hogy megtanuld, hogyan is kell ezt csinálni?

Ez a Bemutató nagyon egyszerű, és megmagyarázza annak mechanizmusát, hogyan képes nőni egy szervezet. Ez a megoldás első sorban hálózatépítést jelent, azzal kombinálva, hogy a hálózat minden egyes tagja egyúttal értékesít is egy keveset. Tíz baráti fogyasztója bárkinek lehet, ezek ellátásához nem kell kereskedőnek lenni.

Miután befejezted azt a Bemutatót, így néz ki az ábrád:

- TE -	\$ 2.000-6.000 jövedelem havonta
	155 komoly term. forg.
	x 10 vevő barát
1. Hónap vége -5-	<u>1.550</u>
3. Hónap vége -25-	+ 155 term. forg.
	----- nagyker. ár. vás.
6. Hónap vége -125-	1.705 összes vásárló
(vagy egy év)	x \$30
	<u>\$ 51.150 teljes összeg</u>
	x 12 hónap
	<u>\$ 613.800 évente</u>

A KOMOLY disztribútort ebben a Bemutatóban azjelenti, aki elkötelezi magát amellet, hogy minimum heti 5-10 órát befektet a tanulásba, legalább 6 hónapon keresztül. Ez ugyanis az egyetlen módja annak, hogy valaki a Multi-Level Marketing üzletet megfelelő módon elsajátítsa.

XIII. FEJEZET

JÁTÉK A SZÁMOKKAL, A LÉNYEG MEGÉRTÉSÉÉRT

MIT TESZEL akkor, ha frontvonalad valamelyik tagja eljut arra a pontra, hogy többé már nincs rászorulva a segítségedre? (Lásd 9. Szalvéta Bemutató, X. Fejezet.) Ekkor szabaddá váltál ahhoz, hogy most hozzáállás egy újabb vonal kiépítéséhez. „Vonal” alatt itt azt értjük, ha valamelyik közvetlen szponzoráltad szervezete lejut a harmadik mélységbe.

Ahelyett, hogy azon tűnődnél, kit is hozzál be az üzletbe, csak választanod kell. Miközben építetted az alsóvonalakat öt KOMOLY disztribútoroddal, sok jó emberrel találkoztál, akik közül most ki kell választanod egyet, akit érdekel a korai visszavonulás lehetősége.

Hajói belegondolsz, izgalmas és felelősségteljes feladat, hogy te választhatod meg, ki nyeri el ezt a lehetőséget. Ha ezt teljesen megérted, és hiszel benne, rájössz, hogy nagy hatalom birtokosa vagy.

Immár hat komoly ember van a frontvonaladban. Mutass rá az 5 és a 6 közötti különbségre, ami természetesen 1. Folytasd ez után az alsóvonalakkal: $6 \times 6 = 36$, illetve $5 \times 5 = 25$. 36 és 25 között 11a különbség. Folytasd tovább: $6 \times 36 = 216$, illetve $5 \times 25 = 125$. 216 és 125 között a különbség már 91. Bemutatód így néz ki:

TE	különbség	TE
5	1	6
25	11	36
125	91	216

Minden leszakadásos program 5 mélység alatt fizet jól, a legtöbb uni-level program pedig 7 mélységig ad jutalékot. Folytassuk lefelé a táblázatot az alsóvonalon, az 5 többszörözésével, egészen a hetedik mélységig. Ekkor ilyen lesz a lapod:

TE	különbség	TE
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625		
3.125		
15.625		
78.125		

Ez a Bemutató könnyen megtanulható. Figyeld meg, hogy a bal oldali oszlopban, 125-től lefelé, az utolsó három számjegy felváltva 125, illetve 625. Ez így menne tovább is, bármilyen mélységig folytatnád az írást. Ezért elegendő három számot megjegyezned: 3, 15 és 78.

Ezen a ponton kérd meg a munkatársadat, hogy saját maga fejezze be a számításokat. Pontosabban: szorozza meg a 216-ot 6-tal (ami 1296-ot ad), majd vonja ki ebből a 625-öt. A különbség itt 671. Folytassa a munkát lefelé, egészen a hetedik mélységig. Sokkal nagyobb a hatás, ha ezt ő maga csinálja.

Tedd fel a kérdést: „Mit gondolsz, mennyi lesz a különbség a hetedik mélységnél?” Engedd, hogy találgasson. A legtöbben még a helyes eredmény közelébe sem szoktak kerülni. A különbség itt ugyanis már 200 000 fölött van! Egészen pontosan: 201 811. A Bemutató lap a végső formájában most így néz ki:

TE	különbség	TE
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	?	—
3.125	?	—
15.625	?	—
78.125	201.811	—

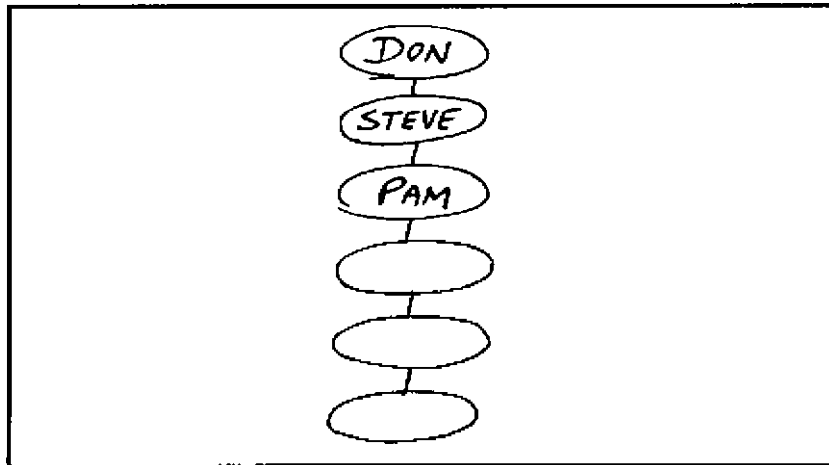
Ez a 201 811 nyilvánvalóan nagy különbség. Említsd meg az üzlettársadnak, hogy ha valaki egyszer megérti ezt, az azonnal meglátja a jelentőségét annak, hogy a mélységben dolgozzon. Miért kötőd le az erőidet egy széles frontvonal gondozásával? Úgyis képtelen lennél valamennyiükkel együtt dolgozni! Különbösen is, aki túl sok embert szponzorál a frontvonalába, az egy olyan játékba keveredik bele, amelyet „összeadásnak és kivonásnak” szoktak nevezni. A magam részéről sokkal szívesebben játszom a szorzás játékát, amelyet Multi-Level Marketingnek, röviden MLM-nek neveznek.

Ahhoz, hogy ezt ajátékotjátszd, mindössze annyit kell tenned, hogy három mélységig tanítsd az embereidet. Azzal, hogy három mélységig tanítasz, gyakorlatilag leérsz az ötödik mélységbe. Például: a nevem Don, és Steve-et szponzorálom. Elkezdem őt felkészíteni: „Amikor egy új embert indítasz, ahhoz, hogy biztonságban érethesse magát, az a legfontosabb dolog, amit megtaníthatsz neki, hogy ha valakit szponzorál, akkor menjen le vele három mélységbe olyan gyorsan, ahogyan csak lehet.”

Ha így tesz, ezzel automatikusan működésbe hozza a 9. Szalvéta Bemutatót, anélkül, hogy valaha is hallott volna róla.

Steve jó tanítvány. Miután szponzorálta Pamet, segít neki, és támogatja alsóvonal építő munkáját, amíg biztosan le nem ér a harma-

dik mélységig. Ez a 9. Szalvéta Bemutató egyfajta változata, és valahogy így fog kinézni:



Ha most én, Don, megszámlalom a mélységeket, azt látom, hogy öt mélység épült ki alattam. Megtanítottam Steve-et, hogy győződjön meg róla, hogy a szponzoráltja biztosan elérte-e a harmadik mélységet. Most Steve a tanító: átadja Pamnek, amit tőlem tanult, és ettől még mélyebb lesz az üzletem. Erted már, miért dolgoznak a tanárok olyan jól az MLM-ben?

A legtöbb „kereskedő” típusú ember, amikor elkezd hálózatot építeni, azt hiszi, hogy ez egy „szponzorálj”, „szponzorálj” és „szponzorálj” üzlet. Ezzel szemben ez valójában egy „szponzorálj és taníts”, „szponzorálj és taníts” és „szponzorálj és taníts” üzlet. Soha nem lehetsz sikeres az MLM-ben, amíg nem tudod megtanítani másoknak, hogyan kell ebben az üzletben dolgozni.

Ha a Prezentációt az 5 és a 6 közötti különbség bemutatásával folytatod, a negyedik mélységig, ott a különbség 1296 mínusz 625, azaz 671 lesz, a négy szint összesített különbsége pedig 774. Termékforgalmazóid száma a bal oldalon összesen 780, a jobb oldalon pedig 1554 lesz. Ekkor így fog kinézni a bemutatód:

TE	Különbség	TE
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1.296
<u>Összesen 780</u>	<u>774</u>	<u>1.554</u>

Innen a következőképpen folytathatod. Mindkét oldalon szorozd meg a 780-at, illetve az 1554-et a 10 feltételezett baráti fogyasztóval, majd add hozzá e számokhoz a disztribútor fogyasztókat. Az összegeket szorozd meg 30 dollár/hó értékkel, majd 12-vel, az év hónapjainak a számával. Ne felejtse el, hogy ebben még nincsenek benne a saját nagykereskedelmi vásárlóid.

Látod már, hogyan lehetséges az, hogy valaki vissza tudjon vonulni 1-3 éven belül? Ez széles frontvonallal nem érhető el, csak úgy, ha lemész a mélységbe. Ez utóbbi Prezentáció lényegében az 1. Szalvéta Bemutató folytatását képezi.

780	Baráti	1 554
<u>x10</u>	foszgyasztók	<u>x10</u>
7800	Disztribútor	15 540
<u>x780</u>	foszgyasztók	<u>x1554</u>
8 580		17 094
<u>x \$30</u>		<u>x \$30</u>
\$ 257 400/hó	Hónapok	\$ 512 820/hó
<u>x 12</u>		<u>x 12</u>
\$ 3 088 800/év		\$ 6 153 840/év

XIV. FEJEZET

ÜZLETI TRÉNINGEK KONTRA NYÍLT BEMUTATÓK

A legtöbb ember azzal kezdte MLM-es pályafutását, hogy elhívta őt valaki egy nyílt üzleti lehetőség bemutatóra. Mivel ők maguk így kerültek be a hálózatba, azt gondolják, abból áll az üzlet, hogy hetente elmennek ezekre a bemutatókra, és embereket visznek magukkal. Miután friss munkatársként már sok embert meghívtak a számukra első ilyen rendezvényre, leállnak a meghívással, mert úgy számolnak, hogy ennyi vendég már több, mint elég. És aztán mi történik? A bemutató estéjén egyetlen meghívottjuk sem jelenik meg. Ez bizony nagyon el tudja kedvetleníteni az embert!

Egy tipikus üzleti lehetőség bemutató valahogy így szokott kinézni: egy lakás vagy szálloda egyik szobáját széksorok beállításával berendezik, színházi nézőtérhez hasonló stílusban. A székek előtt, középen, egy állványon, fehér vagy fekete tábla áll. A táblánál egy előadó, három részes öltönyben, illetve kosztümben, előadást tart a cégről, a termékekről, és természetesen a marketingtervről. Mindez többnyire úgy másfél órát vesz igénybe.

A bemutató 22 résztvevője közül 19 már tagja a hálózatnak, és csak három új vendég van. A legtöbb meghívott még csak meg sem jelent. A bemutatót tartó munkatárs a vendégeknek beszél. Ok pedig csak hárman vannak a 22-ből! Azoknak a disztribútoroknak a számára, akik már jó néhányszor végighallgatták ugyanezt, kezd nagyon unalmassá válni az előadás. Egyeseknek találkozó-csömörük támad.

A találkozó alatt, a szemed sarkából, lopva figyeled a vendéget, és észreveszed, hogy pozitív módon bólogatnak, amikor az előadó a cégről, a termékekről és a marketingtervről beszél. Mi lehet az

oka annak, hogy pozitív testbeszédük ellenére a vendégek többnyire mégsem élnek a felkínált lehetőséggel, amikor megkérdezik őket, hogy bekapcsolódnak-e az üzletbe? Nem tűnik túl logikusnak, hogy — miközben tetszett nekik minden, amit hallottak és láttak, mégis — nemet mondanak.

Pedig a nemleges válasz oka egészen egyszerű. A hallgatói úgy tekintenek az előadást tartó személyre, mint egy sikeres üzletemberre. Azt hiszik, ahhoz, hogy ők maguk is sikeresek legyenek, hasonló bemutatókat kell majd tartaniuk. Ha nem is azonnal, de egyszer majd minden bizonnyal ők lesznek az előadók, és a nyilvánosbeszéd olyan dolog, amitől a legtöbb emberjobban fél, mint a haláltól. Félnék attól, hogy ki kell állniuk emberek egy csoportja elé, és előadást kell tartaniuk. Ezek után talán márjobban meg tudod érteni, miért utasítják vissza a felajánlott lehetőséget. (Mellesleg nagyon fontos, hogy ezt helyesen értelmezd: a tőlük kapott „nem” az üzleti lehetőségnek szól, nem pedig a te személyednek. Ne hagyd, hogy elbátorítalanítsanak téged ezek a nemek.)

A szemináriumaim során bizonyítékot is szoktam adni erre az általános emberi tulajdonságra. A hallgatósághoz fordulva ezt mondom: „Mivel az időnk nagyon korlátozott, csupán egyetlen ember megszólalására van lehetőség. Kérem, tegye fel a kezét az, aki szeretne kijönni ide mellém, és három percig beszélni bármilyen témáról, amit saját maga választ!” Többnyire csak néhányan, a társaság 5%-ánál is kevesebben jelentkeznek. Látnád csak ez után az önként vállalkozók arcán a megkönnyebbülést, amikor megnyugtatom őket, hogy csak tréfáltam!

Emberek százait ismerem, akik szívesen társalognak barátjukkal, egy kávé mellett. Ugyanők megrémülnek még a gondolatától is annak, hogy egy embercsoport elé kiálljanak. Ez a kellemetlen érzés még a csoport nagyságától sem függ. Néhány cégelnököt egyaránt kiveri a hideg veríték, akár a szűkebb körű igazgatótanácson kell felszólalnia, akár bemutatót kell tartania a részvényesek nagyobb csoportja előtt.

Ugye, szeretnéd elkerülni ezt a félelmet, miközben az üzletedet építed? Ugye, szeretnéd, ha izgalmas heti bemutató összejöveteleket tudnál tartani? Hidd el, ezt könnyen meg tudod csinálni! Ha egyszer

megérted, HOGYAN, a hálózatod növekedésének üteme a sokszorosára nő a korábbiak.

A magunk részéről a jelöltjeinkkel egy-az-eggyel beszélgetésen vagy Sistergő Összejöveteleken szoktunk találkozni. (Erről szól a IX. Fejezet: a 8. Szalvéta Bemutató.) Legszívesebben egy vendégelőben jövünk össze, amikor ott éppen nincs nagy forgalom. Megkérjük a vendégünket, hozzon magával egy magnetofont vagy diktafont. Az ott készített hangfelvételt később ismételten meg tudja hallgatni, vagy eszközül használhatja barátai szponzorálásánál.

A magam részéről mindig szívesen veszem, ha a jelöltem elől ezt a könyvet, mielőtt találkozunk. Ha ezt el tudod érni, te is rengeteg időt tudsz megtakarítani. Ha már tudják, „hogyan kell autót vezetni”, mielőtt a beszélgetésekre sor kerül, akkor könnyebben tudsz segíteni nekik a „jármű” kiválasztásában. (Utalok itt a 3. Szalvéta Bemutatóra, a IV. Fejezetben.)

Az MLM-ről szóló rövid, általános eszmecsere után mondd azt a jelöltednek, hogy szeretnél egy húsz perces bemutatót tartani neki a cégedről, annak termékeiről és a marketing tervéről. Mivel bejelentetted, hogy ez csak 20 percig fog tartani, ez rögtön azt sugallja, hogy bárki meg tud tartani egy 20 perces ismertetőt. Azonkívül, amíg ezt meg nem tanulják, addig is lehetőségük van arra, hogy egy kazettát lejátsszanak a barátaiknak.

Ha neked egy vagy másfél órára van szükséged ahhoz, hogy a cégedet, a termékeidet és a marketingtervet bemutasd, akkor jól meg kell válogatnod, kivel beszélsz meg találkozót. Hány ilyen időigényes találkozó fér bele az életedbe? Ha viszont úgy tudod alakítani a bemutatódat, hogy az akár 20 percbe is beleférjen, akkor hatékonyan beszélgethatsz a kávészünetben, vagy az ebédidőbe akár két bemutató is beleférhet.

Egy 20 perces bemutató felépítése a következő lehet: 3 percet beszélj a cégről, 7 percet pedig a termékekről, és adj néhány termék-mintát a jelöltednek. A marketingterv magyarázatára szánj 10 percet. Oszd fel azt néhány részre. A felső szintekről többnyire nem érdemes részletesen beszélned egy kezdőnek. Ne feledd, hogy úgyis meg kell egyezned velük, hogy heti 5-10 órára visszatérnek az iskolapadba, hogy tanulják az üzletet. Ne próbáld már az első találkozótok alkal-

mával elmondani neki mindazt, amit a következőkben majd fél éven keresztül kell megtanulnia. A két legfontosabb szó az MLM-ben a SZPONZORÁLÁS és a TANÍTÁS. A legkisebb jelentőségű szó az „eladás”. Az „eladása” szót mindig az „ajánlás” szóval kell helyettesíteni. A következő három fontos szó a BEMUTATÁS, a CSATLAKOZÁS és az EMELKEDÉS. Az első lépés, hogy ajelöltednek BEMUTATOD az üzletedet.

Ezután CSATLAKOZTATOD, és kb. fél éven keresztül, heti 5–10 órában BEVONOD őt a munkába. A jelölt, a közös munka során, tudásától és motivációjától, valamint attól függően, hogy meddig akar eljutni az üzletben, kezd EMELKEDNI a munkatársi szinteken. Előrehaladásának üteme változó. Lehet, hogy eleinte csak az a vágya, hogy havi 300–500 dollár kiegészítő jövedelmet keressen, fél éves közös munka után azonban már többnyire havi néhány ezer dollárban gondolkodik.

Ha ajelölted otthon felejtette a magnóját, használd a sajátodat, és a végén add neki a kazettát. Mielőtt hozzáfogsz a 20 perces prezentációhoz, kérd meg őt, hogy írja le valamennyi kérdését, amelyek, az előadást hallgatva, az eszébe jutnak, és nyugtasd meg, hogy a végén mindenre válaszolsz. Hangsúlyozd, hogy ha menet közben kellené megfelelned minden kérdésre, akkor nem tudnád betartani a 20 perces időkeretet.

Az eszköz (a magnókazetta), amelyet a végén a jelöltnednek adsz, szintén ésszerű okot jelent arra, hogy terveid szerint, kétpercenkénti megszakítások nélkül tartsd meg a bemutatódat. A szalagon rögzített bemutatónak tehát rendezettnek kell lennie. Ha csak egyetlen kérdésre válaszolnál a bemutató alatt, az olyan lenne, mintha megpróbálnál csak egyetlen macskát kiengedni egy zsákból, a sok közül. Ha egyszer elkezdesz ugrálni, elveszíted a Bemutató fonalát.

Ha a jelöltned azon kezd el hezitálni, hogy hátha nem fog neki menni ez az üzlet, egyszerűen mondd neki ezt: „A végső döntésed előtt gyere el a heti tréning összejövetelünkre, és nézd meg, hogyan képezzük a munkatársainkat.”

A heti tréning összejövetelek célja az, hogy megtanítsd a disztribútoraidat arra, hogyan üljenek le egy barátjukkal egy csésze kávé mellett, és hogyan tartsák meg neki a 20 perces bemutatót a cégről, a

termékekről és a marketingtervről. Egy ilyen tréning összességében nem tarthat tovább egy óránál.

A nyílt bemutatóval ellentétben, a heti tréning összejövetelen a mondandódat közvetlenül a munkatársaidhoz intézed, és nem a vendégekhez. Észrevetted már, hogy mennyivel inkább hihető egy beszélgetés, amelyen te csak hallgató vagy, mint ha közvetlenül hozzád intézik a szavakat? Mialatt a disztribútoraidat tanítod, hogyan mutatás be a céget, a termékeket és a marketingtervet, mellesleg a vendégeket is tanítod.

Ennek a tanítási stílusnak kettős eredménye van: egyrészt a 19 üzlettársad még jobban felkészül arra, hogy az üzletet ő maga is bemutassa, másrészt pedig sikerült bevonnai a munkába a három vendéget is, mivel így már jobban el tudják képzelni magukat, hogy majd ők is ugyanezt csinálják. Egyetlen tréner elegendő egy egész városnak, így ez a forma soha nem sugalmazza azt az érdeklődőknek, hogy csak akkor lehetnek sikeresek, ha ők maguk is ki tudnak állni egy csoport elé beszélni.

Nagyon fontos, hogy legalább egyszer egy héten összehívd az üzlettársaidat. Emlékszel a Sистерgő Összejövetelről szóló 8. Szalvéta Bemutatóra? Össze kell tartanod a „fahasábjaidat” ahhoz, hogy a megfelelő energiaszintjük fennmaradjon, és így a munkatársaid hatékonyabban fognak majd beszélgetni a barátaikkal.

Nem szükséges sok pénzt költened az összejövetelek lebonyolítására. Sok olyan étterem van, amelynek a különtermét ingyenesen használhatod ilyen célra. Egyszerűen tárgyalj a vezetővel, és mondd el neki, hogy egy csoport emberrel szeretnél nála hetente egyszer összejönni. Maga a találkozó nyolctól fél tízig tartana, de te már korábban (fél hét-hétre) hívnád az embereidet, hogy előtte megvacso rázzanak. Ehhez nincs szükség extra segítségre, hiszen a rendelések folyamatosan, érkezési sorrendben történnek. Az sem baj, ha a pincér elfoglalt, hiszen nálatok nem fontos a gyors kiszolgálás. Az éttermek vezetője vagy tulajdonosa általában örül egy ilyen megállapodásnak, és hasonlóképpen a pincérek is. Végül ne feledd el megkérni az embereidet, hogy adjanak jó borralalót.

Ez a megállapodás neked csak annyiba fog kerülni, amennyiért

vacsorázol, plusz a borralaló. Amelyik disztribútorod nem akar vacsorázni, annak elegendő háromnegyed nyolc körül érkeznie.

Tapasztalataink szerint az ilyen típusú társas összejövétel nagyon kényelmes az üzlettársaknak, ha vendéget akarnak hívni. Javasolhatod esetleg azt, hogy fizessék ki vendégük vacsoráját vagy kávéját. (Az üzleti vacsora költsége a bevételeikből levonható.) Miután beléptek az üzletbe, ők is saját maguk fognak majd fizetni.

Az is megfelelő lehet, ha a vendégedet úgy hívod meg egy tréning összejövételre, hogy még nem látta a te 20 perces bemutatódat. Ekkor tanúi lesznek annak, hogyan tanítja az instruktor a disztribútorokat a bemutató helyes tartására. Amikor ide hívod meg őket, hangsúlyozd, hogy tréningre jönnek, és nem egy hivatalos üzleti bemutatóra. A lehetőséget így egy felkészítő tréning során fogják megismerni.

XV. FEJEZET

FONTOS MONDATOK ÉS KIFOGÁSKEZELÉS

Mint azt már a 4. Szalvéta Bemutatóban is hangsúlyoztam, az üzleted olyan, mint egy épülőfélben lévő hatalmas toronyház. Az épület addig nem is látszik, amíg el nem éri a föld felszínét, és nem kezd el emelkedni, addig viszont nem tud a magasba törni, amíg nem készült el a szilárd alapja. Az MLM-ben sem tudsz (érdemi) jövedelmet elérni addig, amíg a megfelelő alapokat le nem raktad.

Ha egy nem kereskedő típusú emberrel beszélgetsz, mondhatod neki a következőt: „Úgy látom, kételyeid vannak a csatlakozással kapcsolatban. Szeretném, ha megértenéd, hogy ha igent mondasz, biztos lehetsz benne, hogy minden szükséges dologra megtanítalak. Hidd el, ha nem gondolnám azt, hogy te meg tudod ezt csinálni, akkor valaki másnak mutattam volna be ezt a lehetőséget.”

Fentiekkel kapcsolatban a következő kérdést teheted fel magadnak: **„Miért is beszélgetnék valakivel annak érdekében, hogy az üzletembe bevonjam, ha nem hinném azt, hogy meg tudja csinálni?”** Megemlítheted még ezt is: „Ha majd legalább harminc napja bent leszel az üzletben, és legalább egy töredékét tudod az üzletről annak, amit én most tudok, akkor meg fogod érteni, miért hoz engem ez a lehetőség ilyen izgalomba.”

Kell eladnom? Nem! A termékek az üzletépítésed folyamán nyaként fognak mozogni, miközben ajánlod azokat a barátaidnak. Részt vettél már valaha is kristály tárgyak, épületszigetelés, főzőedények, tűzriasztók vagy porszívók bemutatóján? A legtöbb ember az ilyesmit érti eladás alatt. Az eladás definíciója az emberek 95%-át kitévő nem eladó típusoktól származik, hogy ők mit értenek eladás

alatt. Meghatározásuk szerint az eladás idegenek megszólítása, akiket megpróbálnak rábeszélni arra, hogy vásároljanak meg valamit, amire vagy nincs szükségük, vagy amit nem akarnak megvenni. Az MLM-ben soha nem kell ilyesmit csinálnod. Először is, te csak olyan emberekkel foglalkozol, akiket ismersz. Másodsor, olyan termékeket ajánlasz nekik, amelyekre szükségük van, amelyeket akarnak.

Ez egy piramis? Nem! Az MLM és a piramis között az a legnagyobb különbség, hogy a piramisjáték illegális. Az MLM már több, mint 50 éve működik, és ha illegális lenne, már régen megszűntették volna. Azt gondolom, hogy az ilyen kifogások mögött legtöbbször a bukástól való félelem munkál. Az illető, akivel éppen beszélsz, fél attól, hogy kipróbálja a programodat, és azt hiszi, hogy ha felteszi neked ezt a piramisra vonatkozó kérdést, már le is rázott, mivel a legtöbb disztribútor, sajnos, nem tudja, hogyan reagáljon erre.

Nem engedhetem meg magamnak, hogy bekapcsolódjak az üzletbe. A legtöbb MLM cégnél már 100 dollár alatti összeggel el lehet indítani az üzletet. Hacsak nem akarja valaki az élete hátra lévő részét feltétlenül azzal tölteni, hogy valaki másnak dolgozik, akkor éppen azt nem engedheti meg magának, hogy ne kapcsolódjon be! Definícióm szerint a „sikerült megcsinálnom” azt jelenti, hogy több pénzem van, mint amennyit el tudok költeni, és mint amennyi időm van arra, hogy elköltsem. Véleményem szerint tény, hogy soha nem mondhatod el magadról, hogy „sikerült megcsinálnom”, amíg valaki másnak dolgozol.

A feleségemet/férjemet nem fogja érdekelni ez a dolog. Ne hagyd, hogy ez visszatartson téged. Az esetek többségében kezdetben csak az egyik fél kapcsolódik be az üzletbe. Ha ő sikeres lesz, a másik fél is megjelenik a fedélzeten. Ha ez bekövetkezik, akkor a közös üzlet valóban fellendül. Az MLM-ben, ha egy pár közösen építi az üzletét, akkor az 1 + 1 nem kettővel, hanem annál többel lesz egyenlő. Szinergiajön létre, amelynek hatása igen erőteljes.

Van előnye annak, ha az anyacég valakit személyesen szponzorál? Nincs! Az igazság az, hogy én ezt a helyzetet inkább hátrányosnak tartom. Minél több disztribútor van közted és a cég között, annál jobb. Felsővonalad valamennyi tagja segíthet neked, és támo-

gathat a törekvéseidben. Ha közvetlenül a cég a szponzorod, magadra maradsz.

Milyen mélységben érdemes dolgoznom? Minél mélyebbre mész le a támogatással, annál jobb. A legtöbb termékforgalmazó nem megy lejjebb a neki megjövédelmet hozó szintnél. Én ezt hibának tartom. Emlékszel a 9. Szalvéta Bemutatóra? Ha nagyobb mélységben dolgozol, mint a direkt fizető szinted, azzal azt a disztribútorodat „melegítéd alulról”, azaz erősítéd, aki neked a pénzt termeli.

Hogyan válasszak MLM céget magamnak? Ha ezt a könyvet olvasod, akkor minden bizonnyal már tagja vagy egy MLM cégnek. Az az igazság, hogy a legtöbb ember nem maga választja ki az első cégét. Általában valamelyik ismerőse választja ki őt, aki már egy bizonyos cégben benne van.

Dolgozhatok-e egyszerre több MLM cégben is? Ahhoz, hogy erre a kérdésre megfelelő választ adj, két kategóriára kell osztanom a cégeket. Főtevékenységet igénylő programok, leszakadásos rendszerrel és minimális követelményekkel, valamint a csomagküldő rendszerek és az uni-level típusú hálózatok. A legtöbb ember képtelen egynél több fő tevékenységet igénylő programot kezelni. A második típusú rendszerekből esetleg felvehetsz néhányat a palettádra, amíg úgy érzed, hogy a velük való foglalkozás támogatja a fő tevékenységet igénylő programodat. Ismeretes egy régi mondás, miszerint ha egyszerre sok vasat tartasz a tűzbe, és közülük az egyik már forró, akkor a többire már nincs is szükséged. A legtöbb disztribútor, aki egy fő tevékenységet igénylő programban dolgozik, hajlamos arra, hogy csak azzal az egy üzlettel foglalkozzon, amelyik a legjobban működik a számára.

Nincs nekem erre idom! A jelöltkeresésnek és a szponzorálásnak négy főeleme van: 1. kapcsolatok, 2. idő, 3. energia, 4. tudás. Amennyiben egy nagyon elfoglalt emberrel foglalkozol, egyszerűen mondd azt neki: „Én nem is az idődet szeretném igénybe venni, csupán a kapcsolataidat. Vesd fel az MLM gondolatát a barátaidnak, majd hozd össze őket velem. Más szóval: használjuk ki közösen a te kapcsolataidat, valamint az én időmet, energiámat és tudásomat. Lehet, hogy te csak 2 percet töltesz azzal, ami utána tőlem 2 órát igényel.”

Mi a különbség a toborzás és a szponzorálás között? To-
borzásról akkor beszélünk, ha olyan valakit hozol be a csoportodba,
akinek már vannak tapasztalatai a Multi-Level Marketing (MLM) üz-
letben. A szponzorálás egyik jelentése, hogy egy olyan embert lép-
tetsz be, aki még újonc az MLM-ben, és aki mellett elkötelezed ma-
gad, hogy képezni fogod őt, amíg meg nem tanulja, hogyan működik
ez az üzlet. Toborzással gyorsabban építközhetsz, az épületed azon-
ban akkor szilárdabb, ha te magad szponzorálsz.

VERSENY ÖTLET: az a munkatársad szállhat be a versenybe,
aki olyan embert szponzorál, aki még soha nem dolgozott MLM-ben.
Az újonc nyilatkozatot ír alá, miszerint ez az ő első MLM cége. Min-
denki annyiszor szállhat be a versenybe, ahány alkalommal ilyen
munkatársat szponzorál. Amikor valamelyik volt MLM-újonc külön-
böző szinteket ér el, a „trénere” díjat, kitüntetést kap.

A szponzorom nem segít. Mit tegyek? Indulj el felfelé a
szponzorvonaladon, amíg nem találsz olyan valakit, aki hajlandó ne-
ked segíteni. A szponzorod, ha inaktív, előbb-utóbb úgyis ki fog esni,
és akkor te ahhoz a felsővonalbeli munkatárshoz kerülsz, aki segített
neked.

Mi a szerepe a munkatársi piknikeknek? Valahányszor tör-
ténik valami pozitív dolog a csoportodban, hozz össze egy találkozó-
t a munkatárssal; ebből valamennyien nagy energiát meríthettek.

**Ismerek öt embert egy tölem 2 órányi autóúttal elérhető vá-
rosban. Vállalhatom-e, hogy mind az ötöt magam szponzorálom,
vagy válasszak ki egyet, és a többit léptessem be a szponzoráltam
alá?** Te magad soha ne tegyél senkit senki alá, hacsak nem hoztad
össze egymással a feleket, és nem alakult ki közöttük kölcsönös szim-
patia és támogató viszony. A magam részéről először a legjobbat
szponzorálnám. Azután rendeznék néhány Sistergő Összejövetelt,
ahol bemutatnám szponzoráltamnak a többi ismerősömet is. Ha
szimpatizálnak egymással, az nagyszerű! Ha pedig nem, akkor min-
denképpen rám várna a feladat, és nekem kellene őket is szponzorál-
nom.

A cégem megtiltja, hogy más MLM céghez is csatlakozzak.
Nagyon érdekes megjegyezni, hogy van néhány cég, amelynek ilyen
a hozzáállása. Örülnek, ha sikerül elcsábítaniuk termékforgalmazó-

kat más cégektől, de egy hatalmas tiltással reagálnak, ha valaki
ugyanazt teszi velük. Ezek ugyanazok a cégek, akik azt hirdetik:
„Csatlakozz hozzánk, és dolgozz a szabadságodért!” De amint szaba-
don döntesz, ők az elsők, akik ki akarnak téged sajátítani.

Szeretem a cégemet, miért lépnék be máshová is? Hiszünk
abban, hogy iparágunkat, az MLM-et támogatnunk kell. Ha szüksége
van valamire a családnknak, szívesebben csatlakozunk egy MLM
céghez, és vásárolunk tőlük nagykereskedelmi áron, mintsem a kis-
kereskedelmi boltokban vagy a nagy bevásárlóközpontokban. Ha az
a céled, hogy munkatársi áron vásárolj, akárhány MLM cégbe is be-
léphetsz, azonban nagyon ritka az a disztribútor, aki sikeres tud lenni,
ha egynél több cégben akar hálózatot építeni.

**Kiábrándultam az MLM-ből! A cégem teljesen megbízha-
talan.** Ez olyan, mintha bemennél a városba ebédelni, kifognál egy
rossz menüt, majd azt híresztelnéd mindenütt, hogy ebben a városban
pocsék minden étterem. Ne feledd, az MLM-ben nem lehet elbukni.
Legfeljebb abbahagyhatod. Ha a cégedtől felfordul a gyomrod, ke-
ress egy másikat. De soha ne hagyd abba. Képzeld magad elé a sír-
kövedet, a következő lehetséges feliratokkal (a választott felirat vo-
nalára írd be a nevedet):

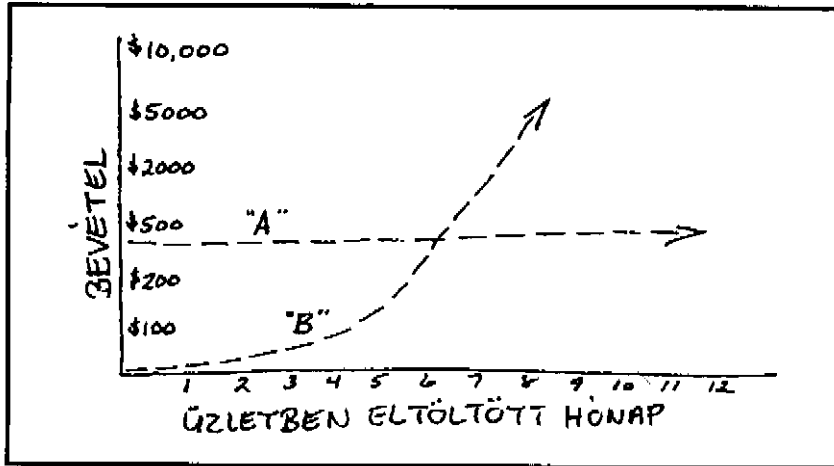
A/ „Itt nyugszik _____, aki életében egy-
szer próbálkozott, és azután feladta”

B/ „Itt nyugszik _____, aki soha nem lett
sikeres, mégsem hagyta abba a próbálkozást.”

Mikor hagyhatom ott az állásomat? Sok disztribútor túl ha-
mar szeretne áttérni a főállású hálózatépítői tevékenységre. Ez nagy
hiba. Emiatt túl nagy nyomással nehezedik rá az, hogy MOST kell
pénzt csinálnia. Nagyon nehéz a jó alapozáson dolgozni, amikor a
lakbér már e héten esedékes. Nem tanácsos addig otthagynod a főál-
lásodat, amíg nem képeztél magadnak tartalékot, és amíg nem keresel
legalább kétszer annyit az MLM-ből, mint a főállású fizetésed. Ne
feledd, a legtöbb cégnél havonta csak egyszer fizetnek bonuszt, te pe-
dig hozzászoktál a heti (gyakoribb, de gyéresebb) fizetéshez.

Hogyan lehetne grafikusán is kimutatni a különbséget A/ a sok személyes eladás és a széles frontvonal, valamint B/ a néhány (maximum öt) komoly emberrel a mélységben való együttműködés között?

Azt a disztribútort, aki maga személyesen sok terméket ad el, és sok embert szponzorál, az A. jelű vonal ábrázolja, a néhány komoly munkatárssal a mélységben dolgozót pedig a B. jelű vonal. Kérdezd meg új munkatársadat, melyik vonal tetszik jobban neki. Ha a B. vonalat választja, akkor meg kell tőle kérned: „Tisztában vagy vele, hogy ha a B. vonalat választod, akkor jó néhány hónapig nem fogsz sok pénzt keresni?” Megismétlem: igyekezz ráállítani az elméjét a 6 hónapig tartó tanulóidőre!



XVI. FEJEZET

MIÉRT KELLENE A NÉPESSÉG 90%-ÁNAK AZ MLM-BEN DOLGOZNI?

A népesség 90%-ának a Network Marketingben kellene dolgoznia. Ha megérted a következő prezentációt, világos lesz előtted is, hogy miért.

A legtöbb országban az az elképzelés, hogy nyugdíjas korukig dolgoznak az emberek, miközben annyi nyugdíjalapot halmoznak fel, hogy abból kényelmesen megéljenek a halálukig. Társadalombiztosítási nyugdíjból élni azonban egyáltalán nem jelent kényelmes életet. Ha az általad kiválasztott otthonban laktál (jelzálog terhelés nélkül), ha az ízlésednek megfelelő autót vezetnél (lízing-tartozás nélkül), ha a hitelkártyád mindig fél lenne töltve, és nem lenne telefonszámlád – más szóval egyáltalán nem lenne számlád – ha ilyen helyzetben lennél, és minden áldott hónapban befolyna neked 10 000 dollár bevétel, akár felkelnél az ágyadból, akár nem, akkor jobb életed lenne, mint a legtöbb milliomosnak.

A legtöbb ember szerint a 10 000 dolláros havi bevétel eléréséhez 2 400 000 dollár tőkére lenne szükség a bankban, ami évi 5%-kal kamatozna. Ha megnézed a 103. oldalon lévő táblázatot, látni fogod, hogy különböző havi jövedelmek eléréséhez mekkora tőke szükséges, különböző kamatlábak mellett. Válaszd ki, mekkora havi jövedelmet szeretnél, aztán nézd meg, mekkora tőkét kellene felhalmoznod ahhoz, hogy képes legyél azt elérni. Ne feledd, ahhoz, hogy pénzt tudj felhalmozni, előbb meg kell azt keresned, kifizetni az adót, a jel-

zálogot, a lízing-díjat és valamennyi számládat. Mennyi pénzt kell mindezek után felhalmoznod?

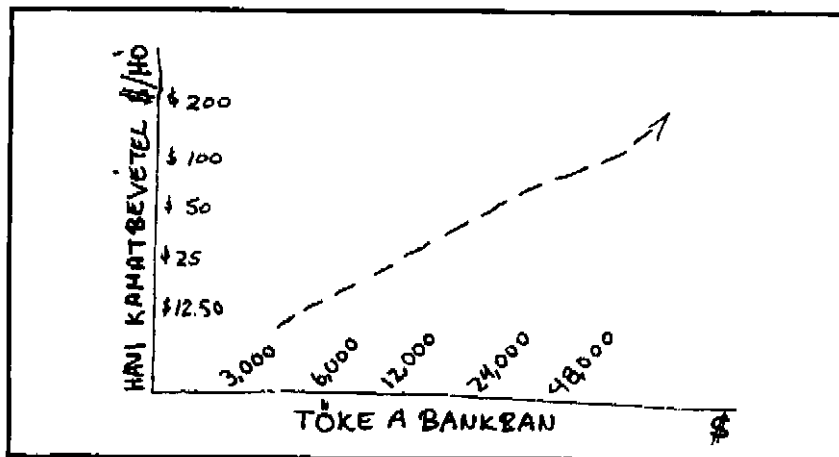
Tudjuk már, hogy havi 10 000 dollár havi bevételhez 2 400 000 dollár tőke kell.

Felezzük meg ezt az összeget.

5 000 dollár/hó 1 200 000 dollárt igényel.

Hány olyan embert ismersz, aki képes 1 200 000 vagy 2 400 000 dollárt felhalmozni nyugdíjas korának eléréséig?

Egy MLM hálózatban dolgozó személy azonban, részidős tevékenységgel, képes elérni havi 5000-10 000 dolláros bevételt, 2-5 év alatt. Ez ugyanannyi elkölthető pénzt jelent, mintha 5%-os kamatot vehetne fel 1 200 000 dollár, illetve 2 400 000 dollár tőke után.



A fenti példa azt mutatja, mekkora maradvány jövedelem érhető el az MLM-ben 2-4 év alatt. Vessünk most egy pillantást az első év első néhány hónapjára. Ahhoz, hogy havi 200 dollár jövedelmünk legyen, 48 000 dollár tőkének kellene lennie a bankunkban, 5% kamatot feltételezve. Ez erős TÚLZÁS, mert egy átlagos bank ennél kevesebb kamatot fizet! Hány olyan embert ismersz, aki képes 48 000 dollárt megtakarítani 3 hónap alatt? Az MLM-ben viszont bármelyik hálózatépítő képes arra, hogy kiépítsen egy olyan szervezetet, amely havi 200 dollár bevételt tud hozni neki.

Jegyezd meg a következőt:

Hány olyan embert ismersz, aki félre tud tenni havi 3000-6000 dollárt? A legtöbb ember azt válaszolja erre, hogy egyet sem. Hány olyan embert ismersz, aki képes arra, hogy havonta egy barátját szponzorálja? Emlékezz rá, hogy ehhez elegendő egy 45 másodperces beszélgetés, azután pedig kölcsön kell adnod neki ezt a könyvet, hogy olvassa el az első négy Szalvéta Bemutatót. Azután össze kell őt hoznod a szponzoroddal. Ezt meg lehet tenni egy három résztvevős telefonbeszélgetéssel is. Nem csoda, hogy bárki, aki alkalmazza ezt a rendszert, képes arra, hogy havonta egy barátját szponzorálja, és megtanítsa őt is arra, hogy ugyanezt tegye.

Megjegyzés: ha valóban csak egy embert szponzorálsz havonta, és megtanítod az emberednek, hogy ő is ugyanezt tegye, a szervezeted egy év alatt a következőképpen fejlődik:

HÓNAP	EMBEREK SZÁMA AZ ALSÓVONALADBAN
1	2
2	4
3	8
4	16
5	32
6	64
7	128
8	256
9	512
10	1,024
11	2,048
12	4,096

És mi van akkor, ha csak évente szponzorálsz egy embert, és őt is erre tanítod? Ekkor egy év helyett csak 12 év alatt lennél anyagilag független. Na és? Hány ember lenne boldog, ha 12 év alatt visszavonulhatna? Havi egyetlen szponzorálással pedig egy év alatt elérheted ugyanezt!

A Network Marketing nem a nagy számokjátéka, mint az eladás. Egy értékesítő az értékesítési menedzserének dolgozik. A Net-

work Marketing ennek az ellenkezője. Ha szponzorálsz valakit, te fogsz érte dolgozni. És te választod meg, hogy kiért akarsz dolgozni!

Ami valóban szükséges ahhoz, hogy a Network Marketingben sikeres légy, az két mondatban összefoglalható:

1. Szerezz barátokat (ha még nem lennének)!
2. Találkozz az ő barátaikkal!

XVII. FEJEZET

HOGYAN KEZDJ HOZZÁ OTTHONRÓL IRÁNYÍTOTT ÜZLETED ÉPÍTÉSÉHEZ, ANÉLKÜL, HOGY BÁRMIT IS TUDNÁL?

CSUPÁN HÁROM EGYSZERŰ LÉPÉSRE VAN SZÜKSÉG AHHOZ, HOGY KÖNNYEN ÉS GYORSAN FELÉPÍTHESS EGY SIKERES NETWORK MARKETING ÜZLETET:

1. Beszéljess a barátaiddal arról, mit gondolnak, hogyan lehet valaki ura a saját életének. A sorsunkat „uralni”, kézben tartani annyit jelent, hogy van időnk is, pénzünk is arra, amit csinálni szeretnénk. Mutasd meg nekik a 45 másodperces Prezentációt, és kérd meg őket, hogy olvassák el. Fellapozhatod nekik ebben a könyvben is, de még jobb, ha azt a névkártyád hátára nyomtatod. Amikor a kártyádat megmutatod nekik, ezt úgy nevezzük: „EZT KELL CSINÁLNI”.
2. Miután elolvasták a kártyát, és azt válaszolják a kérdésedre, hogy igen, szeretnének további információt is kapni, akkor add kölcsön nekik ennek a könyvnek egy példányát, és javasold, hogy olvassák el az első négy Szalvéta Bemutatót. Ha azt mondd, hogy olvassák ki az egész könyvet, akkor az csak a polcra fog vándorolni, és ott lapul majd egészen addig, amíg vissza nem kell azt adniuk neked. Ha azonban csak az első négy Be-

mutató elolvasását kéred tőlük, akkor, átlapozva e fejezeteket, úgy gondolják, ehhez 10-15 perc elegendő. A legtöbben pedig, akik a negyedik Bemutató végéig eljutottak, azok be is fejezik a könyvet. Miután pedig kiolvasták, megértik ezt az üzletet, és akkor már elmondható róluk: tudják, hogyan kell autót vezetni. Amikor kölcsönadod nekik a könyvet, ezt úgy nevezzük: „AZT KELL CSINÁLNI”. Mit kellett tudnod ahhoz, hogy képes legyen arra, hogy megcsináld „EZT ÉS AZT”? Abszolút semmit!

3. Miután elolvasták ezt a könyvet, és megtanulták, hogyan kell autót vezetni, akkor már csak egy autóra (Cég, Termékek, Marketing terv) van szükségük. Hogyan tudod bemutatni nekik ezt ajándékot, ha nem tudsz semmit? Hát éppen erre való a szponzorod! Hívd meg a szponzorodat és a jelöltet egy ebédre, vagy szervezz meg egy három résztvevős telefonhívást. Azt is megteheted, hogy megkéred a jelöltet, nézze meg a céged weboldalát, és ha kérdései vannak, azok megválaszolására kérd meg a szponzorodat. Nyugtasd meg a jelöltet, hogy a szponzorod mindent a te nevedben magyaráz, az ő válaszait te is meghallgathatod, és ezzel te magad is tanulsz.

BIZTONSÁGBAN LESZEL NYUGDÍJAS KORODBAN?

Tisztában vagy vele, mennyi pénzednek kellene lennie a bankban ahhoz, hogy annyi kamatot éj el, amennyit nyugdíjas korodban havonta kapni szeretnél? Az, hogy „A SAJÁT ÉLETEDET URALOD”, azt jelenti számodra, hogy mindent megengedhetsz magadnak, amit csak szeretnél, anélkül, hogy az ahhoz szükséges pénzzel foglalkoznod kellene!!! A következő táblázat azt mutatja be, hogy a pénzügyintézetek által kifizethető különböző kamatszintek mellett mekkora tőkét kell elhelyezned a bankban, hogy az havonta annyi pénzt hozzon számodra, amennyi az igényeid kielégítéséhez szükséges. Válaszd meg azt az összeget, amennyit visszavonulásod után havonta kapni szeretnél, majd keresd ki, hogy a pénzügyintézeted által ténylegesen kifizetett kamatszint mellett mennyi pénzt kellene addig a számládon felhalmoznod ahhoz, hogy ezt az összeget biztosítsa.

	20 000 Ft havonta		60 000 Ft havonta		80 000 Ft havonta		100 000 Ft havonta	
kamat	összeg a bankban, Ft	kamat	összeg a bankban, Ft	kamat	összeg a bankban, Ft	kamat	összeg a bankban, Ft	
2%	12 000 000	2%	36 200 000	2%	48 000 000	2%	60 000 000	
3%	8 000 000	3%	24 000 000	3%	32 000 000	3%	40 000 000	
4%	6 000 000	4%	18 000 000	4%	24 000 000	4%	30 000 000	
5%	4 800 000	5%	14 400 000	5%	19 200 000	5%	24 000 000	
6%	4 000 000	6%	12 000 000	6%	16 000 000	6%	20 000 000	
7%	3 428 600	7%	10 285 700	7%	13 714 300	7%	17 142 900	
8%	3 000 000	8%	9 000 000	8%	1 200 000	8%	15 000 000	
9%	2 666 800	9%	8 000 100	9%	1 066 667	9%	13 333 334	
10%	2 400 000	10%	7 200 000	10%	9 600 000	10%	12 000 000	

Ismerünk egy olyan rendszert, amelynek révén biztosíthatod az anyagi függetlenségedet, olyan szinten, amely az igényeidnek megfelelően, amennyiben hajlandó vagy heti néhány órára „visszatérni az iskolapadba”, hogy megtanuld, hogyan kell ezt csinálni, és bekapcsolódnál a munkába. Biztosak vagyunk abban hogy ha elsajátítod a rendszerünket, 1-3 év alatt eléred az anyagi függetlenséget, akár 50 000 dollárnál is nagyobb évesjövedelemmel. Hány olyan egyetemistát ismersz, aki adósságba verte magát, csak azért, hogy tanulhasson, állást szerezzen, majd elérte az anyagi függetlenséget 50 000 dollárnál (kb. 10 millió forintnál) nagyobb évesjövedelemmel, 1-3 év alatt? Én magam személyesen csak egyetlen ilyen lehetőséget ismerek: az otthonról irányított üzletet, amely képes ezt biztosítani. Amennyiben szeretnéd kihasználni a SAJÁT ÉLETED URALÁSÁBÓL származó előnyöket, vedd fel a kapcsolatot azzal a személlyel, aki neked ezt a könyvet kölcsönadta.



Ha gazdag apám nem lett volna, a szüleim nyomdokaiba lépek – a pénztelenségtől való krónikus félelem útjára.

Robert T. Kiyosaki



Mit gondolsz a pénzről? Ha azt hiszed rossz dolog, akkor nincs esélyed arra, hogy jómódban élj.

Bodo Schäfer



A sorrend: becsüld meg, kontrolláld, takarítsd meg, fektesd be, teremtsd, védő meg és végül oszd meg másokkal!

Robert G. Allen



Amit az emberi elmé képes megoldani és hisz benne, azt képes megvalósítani.

Napoleon Hill

Gazdag papa sorozat

T13	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa, szegény papa	1850
T14	Robert T. Kiyosaki	A CASI 100% megtérülő	1850
T15	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa befektetés: ingatlan	3850
T17	Robert T. Kiyosaki	Family gyerekek, okos gyerekek	2500
T18	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa: Lakás "skola"	1450
T19	Robert T. Kiyosaki	Visszatérni iskolára és gazdagnak lenni	2850
T20	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa: profektívja	2850
T24	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa – Adósság-kezelés	1450
T26	Robert T. Kiyosaki	Gazdag papa: Személyre szabott	2450
T28	Robert T. Kiyosaki	4 év alatt a pénzről?	1450
T30	Robert T. Kiyosaki	Árnyék-pénz: egy új ötlet gyerekeknek	1450
T27	Bodo Schäfer	Jelölésedint	2450

Anyagi függetlenség

T16	Bodo Schäfer	Új az anyagi függetlenséghez	2500
T21	Robert G. Allen	Passzív, működő üzlet	3850
T22	David Owen	PapaBank	1450
T29	Limor - Ornan	Beszélgessünk a természetvel	2450
S25	George S. Clason	Ahol leggyakrabban ember a	1450
S28	Wallace D. Wattles	A gazdagság természetessége	1450

Napoleon Hill

S7	Napoleon Hill	Csodák az életedben	1950
K03	Napoleon Hill	A siker titka: pozitív elvárások	1450
K15	Napoleon Hill	Ötvenket lépés a gazdagsághoz	980
K22	Napoleon Hill	265 nap Napoleon megfontolatlanság	1800
K35	Napoleon Hill	A nehézségek nagy mestere	1650

Anyagi függetlenség



A kiemelkedő vezető ké-
vonása: egyrészt tudja
hová tart, másrészt máso-
kat is meg tud győzni,
hogyan tartanak vele.
John C Maxwell



Olyan személyeket és
eseményeket vonzunk
magunkhoz, melyek ÖSSZ-
hangban vannak meg-
határozó gondolatainkkal.
Brian Tracy



A távállancl! Énértékelés
Hiargyilag osenene Keles
a legDIZOSabb Védelem
mindenféle manipu-
lációval, érzelmi zsoro-
lással szemben
Alovsinliar fiaimn H
Alexander UKWOOD



Azért vagy ott, ahol vagy,
mert ott akarsz lenni. Ila
majd igazan máshol
akarsz lenni, Változtatsz.
Maik VCOR Hansen

AAAAA HL RHISI*?(?IiIi^HTiIiHi^iHI					
04	John C.	Maxwell	Vezetés	101	1450
J05	John C.	Maxwell	Attitűd	101	1450
001	John C. Maxwell	Kapcsolatok	101		1450
001	John C. Maxwell	Felkészítés	101		1450
J09	John C. Maxwell	A csapatjátékos	17	nékl.	tulajdonsága 1650

. . ^ . ^ . . M A g A A A A M					
J01	Brian Tracy	Önerőből milliomas			1450
J02	Brian Tracy	Amit ma megtehetsz (időgazdálkodás)			1450
001	Brian Tracy	Hatar a csillagos ég (üzletkötési)			1450

a HUHISIAfBBISESAaffüABBH					
000	Oakwood	Mikor mondjunk NEM-et és hogyan?			1200
D01	AlexanderOakwood	Fiatalok sikeriskolája - A nagy célok			1200
002	Alexander Oakwood	Fiatalok sikeriskolája - Okos szokások			1200
D03	Alexander Oakwood	Fiatalok sikeriskolája - Te és mások			1200
004	Alexander Oakwood	Az eredményes megbeszélés ABCje			2950
S22	Szerk.	Aforizmabank			3850
002	Oakwood. Szerk.	Aforizmák könyve II. kötet			1200
A.	Oakwood.	Szerk. 10 U aforizma			1200
K2B	Alexander Oakwood	SWPSSTWff m			1200
S2	Canfield-Hansen	Erőleves a dolgozó laknak			1450
S32	Canfield-Hansen	Az Aladdin faktor 1-2.			1450/1450
S34	Canfield-Hansen	Merjnyerni!			1850

oaHm ITJs^LW^mmT

FEDEZZE FELAZ
ERŐSSÉGEIT

-MOST!

Hogyan működik?

Qj Mnrien B 33 és B 41 Gallup
könyv egyedi azonosítóval
rendelkezik.

Hi Ezzel töltsd ki
www.strengthsfinder.com
magyar nyelvű tesztjét.

Hj A program a kitöltés végén
azonnal megállapítja, hogy a
Gallup által meghatározott 34
meghatározó adottság közül mi
az ön öt fő erőssége.

GALLUP MENEDZSMENT			
B40	M. Buckingham	Élőszór is, szed meg az összes szabályt!	3500
B41	M. Buckingham	Fedezze fel az erősségeit - MOST!	3500
B33	B. Smith, T. Rungtano	Fedezze fel üzletkötői erősségeit	2950
B32	Coftmann	Ért az utat kövesd!	2950
MENEDZSMENT			
A11	W Steven Brown	13 végzetes hibá, amit menedzserek elköv.	1200
A12	Oakley-Krug	Korszerű változásmenedzselés	1450
A13	M. H. McCormack	A szörnyű igazság az ügyvédekéről	1450
A14	Gareth Gardiner	Vezetés erős kézzel.	1200
A15	Wess Roberts	Attila győzelmi titkai	1200
A16	Geoffrey Moss	A vezetői eredményesség ABCje	1200
A17	Andrew Leigh	Menedzserkálauz	1450
B1	Andrew S. Grove	Csak a paranoidok maradnak fenn	1850
B12	Andrew S. Grove	Csúcseljesítményű vezetés	1850
VÁLLALKOZÁS			
A21	Richard Greensted	Hogyan indítsunk saját vállalkozást	1200
A22	Michael E. Gerber	A vállalkozás mítosza	1450
A23	Larry Fasto	Mikrovállalkozás	1200
EGYPERCES MENEDZSER			
E01	Blanchard-Johnson	Az egyperces menedzser	980
E02	Blanchard-Lorber	Egyperces menedzsment a gyakorlatban	980
E03	Blanchard-Oncken	Vezető, időgazdálkodás	980
E04	Blanchard-Zigarmi	Helytől függő vezetés	980
E05	Johnson-Johnson	Az egyperces tanár	980
E06	Johnson-Wilson	Az egyperces üzletkötő	980
E07	Spencer-Johnson	Egy perc önmagunkra	980
E08	Blanchard-Carew	Az egyperces menedzser csapatot épít	980
E09	Blanchard-Edington	Az egyperces menedzser erőre kap	980

www.bagolyvar.hu

A grid of book covers from Bagolyvár.hu. The covers include titles like '101', '17', 'Mikor mondjunk NEM-et', 'Sikeréről boldogságról', 'Az erőleves', 'Több írtetés, gyors karrier', 'K2B', 'K2B', 'D04', 'T11', 'J01', 'J02', 'J03', 'J06', 'B25', 'B22', 'B21', '18/20/23', 'S21', 'S32/33', 'S34', 'D01', 'D02', 'D03'.

Menedzsment * Vállalkozás

A grid of book covers from Menedzsment * Vállalkozás. The covers include titles like 'Élőszór is, szed meg az összes szabályt!', 'Fedezze fel az erősségeit - MOST!', 'Ért az utat kövesd!', '13 végzetes hibá, amit menedzserek elkövetnek', 'Korszerű változásmenedzselés', 'A szörnyű igazság az ügyvédekéről', 'Vezetés erős kézzel', 'B40', 'B41', 'B33', 'B32', 'A11', 'A12', 'A13', 'A14', 'A15', 'A16', 'A17', 'B11', 'B12', 'A21', 'A22', 'A23', 'E01', 'E02', 'E03', 'E04', 'E05', 'E06', 'E07', 'E08'.



A pozicionálás nem a termékkel végzett valamiféle művelet. A cél, hogy a termékedet „elhelyezd” (pozicionáld) a vőjelölted fejében. Al Ries, Jack Trout



A szolgáltató cégek legfontosabb termékei nem tapinthatók és nem láthatók... Hogyan adjuk el, fejlesszük, bővítsük tehát őket? Harry Beckwith



Üzletkötő-kalauz: a világhírű Dale Carnegie értékesítési tréning bevált és időtálló technikái most első ízben könyv formájában is hozzáférhetőek.

Al Ries – Jack Trout			
A32	Al Ries	A marketing 22 szabálya	1200
A33	Al Ries	Próbáld ki	1450
A34	Al Ries	Az új pozicionálás	1450
A35	Al Ries	Utolsó epizód marketing	1450
A36	Al Ries	Marketing-kalauz	1450
A80	Al Ries	Kamerák	1450

Marketing			
A39	Harry Beckwith	Élj át a tapasztalatot	1950
A310	Harry Beckwith	4 láthatatlan érintés	1250
A311	Harry Beckwith	A láthatatlan kapcsolat	1950
A37	Harry Beckwith	Az eladástól kezdve a legelső reklám	1700
A38	V.Ö. Schwab	Hogyan adjuk el bármit bárkinek	1850
R05	E.Ö. Magdolna	Üzletképzés az üzlet	1850

Üzletkötés			
T25	E.Ö. Magdolna	Üzletkötő-kalauz	2950
J10	Zsig Zsigor	Élj át '01	1450
A61	Frank Beltzer	Az üzletkötés skálája	1200
A62	Frank Beltzer	Üzletkötés a gyakorlatban	1400
A64	Joe Garza	Hogyan adjuk el bármit bárkinek	1450
A54	Stephan Schifman	25 szakácskönyv	1200
A65	Joe Garza	Hogyan adjuk el bármit bárkinek	1450
A57	Stephan Schifman	Bizonyítsd meg magadnak, hogy igazad van	1200
A67	Gerrilla Levinson	Derék üzletkötés	1450
A68	Wilson Wilson	Válassz meg a díszelőt	1450
R10	Frank Apocsi	American Business School	1630



A stressz nem a környezetünkéből, hanem elménk magunk emelte börtönéből ered. E börtönök foglárjai pedig a hazugságaink. Brad Blanton



A nyerő tárgyalás egyik legfontosabb szabálya: a másiktól mindig többet kell követelnünk, mint amit ténylegesen el akarunk érni. Roger Dawson



A vállalkozói szférá választás előtt áll, a marketing a szemünk láttára alakul. Az Internet új alapokra helyezi az üzleti kapcsolatok egészét. Dániel S. Janal

KOMMUNIKÁCIÓ			
A011	Brad Blanton	Radikális életről	1450
A42	Howe Godefrey	Hogyan bármik nehéz embereket	1200
A44	Milo O. Frank	Értekeztet, megbeszélés röviden...	1700
A48	Josef K. Schner	A manipuláció művésze	1200
A411	Peter Honey	Problémás emberek	1450
R06	Uersányi Péter	Kérdésfeltevés a marketing-kapcsolatokban	1450

Média			
A41	Raymond Hull	A sikeres nyilvánosbeszéd alapjai	1450
A43	Milo O. Frank	Hogyan érveljünk igazán és hatásosan	1200
A45	Geoffrey Moss	Az értékesítési kommunikáció kézikönyve	1450
A46	Nierenberg Gellert	Értekeztetők kalauz	1450
A47	Majecky-Burlier	Hazugságvizsgáló könyv	1700
A48	Terry Gillis	A meggyőzés mestersége	1450
A410	Michael Barratt	Médiaszerzési technikák	1450
A412	Dr. David Lewis	Hogyan értékesítsd meg magunkat?	1450
F02	Rivers Mathews	Médiaetika	1850

TÁRGYALÁSTECHNIKA			
A51	William Ury	Tárgyalás nehéz embereket	1200
A52	Fisher-Ury-Patton	A sikeres tárgyalás alapjai	1450
A53	Herb Cohen	Bármit meg tud tárgyalni	1450
A54	Roger Fisher	Kapcsolatépítés a tárgyalások során	1450
A55	Chaster L. Karras	A tárgyalási játszma	1450
T12	Roger Dawson	Nyerő tárgyalási technikák	1950

INTERNET			
A93	Daniel S. Janal	Online marketing kézikönyv	3500
N01	D. Nebojsa	E-mail marketing	1200
N02	D. Nebojsa	Keresőmarketing	1200

Marketing * Üzletkötés

A32	A33	A34	A35	A36	A83	A37	A38
T25	J10	A39	A310	A311	A61	A62	A63
A64	A65	A66	A67	A68	R05	R10	

Kommunikáció * Tárgyalástechnika

A811	A42	A44	A48	A411	R06	A41	A43
A45	A46	A47	A49	A410	A412	F02	A93
A51	A52	A53	A54	A55	T12	N01	N02



Az egyéni győzelmek megelőzik a nyilvános győzelmeket.

A változás az **igazi változás** belül kezdődik.

Stephen R. Covey



A tervezés és szervezés szükségessége fordítottan arányos észlelt erőforrásaiddal.

Dávid Allén



A Csoдалámpa egy célkitűzési módszer azoknak, akik utálnak célokat kitűzni. Tapadj a célra, cselekedj, irányítsd a fejlődésed, tarts ki!

Keith Ellis

FRANKLIN COVEY		
T23	Stephen R. Covey	A kinépművelés sikeres emberek 7 szokása 2950
A77	Hyrum Smith	A sikeres időgazdálkodás és előrelépés 1450
IDŐGAZDÁLKODÁS		
A18	Dwain Allen	Intézz el mindent! 2150
A77	Dwain Allen	Hőmire készen 1650
A78	Dan Kennedy	Időgazdálkodás vállalkozóknak... 1450
A72	Alan Lakein	Hogyan gazdálkodjunk időnkkel és életünkkel 1200
A73	Ray Jusepsis	Időgazdálkodás vezetőknél 1450
A74	Michael LeBoeuf	Az önszervezés iskolája 1450
A75	H.R. Updegraff	Élet, amire szükségünk van 1650
T24	William Ducker, III	Vezetői időgazdálkodás 1950
CÉLKITŰZÉS		
S24	Keith Ellis	A családlámpa 1450
S31	Robert Scheinberg	Láthatatlan ösvény a sikerhez 1650
S22	James R. Sherman	Csináld! 1850
ÁLLASKERESÉS		
R09	Dr. Tolkes, János	Állásadászat 1450
R08	Huszka Jendó	Kézről munkahelyre közikönyve 1450
KARRIER		
J14	John G. Miller	KKM - kérés és kérés mögött 1450
A89	Richard Heller	Bár csak akkor tudtam volna, amint most tudok! 1650
A81	Feinberg Tamás	Miért csinálnak okos emberek egyebet? 1450
A82	Robert Singer	Nyerés megfigyelése 1450
A84	Loehr Melvin	Lelek állóképessége 1450
A85	Michael Kusis	Hatalom! 1650
A86	Len Wallek	Maffia menedzser 1200
A87	Dana D. Norfolk	Stresszkalauz 1450
A88	Charles Kovacs	A siker kulcsa a szembély 1450



A tanulás forradalma néhány hónap alatt a legkeresettebb ismeretterjesztő könyv lett a világon, egyedül Kínában 25 hét alatt 7,5 millió példányban kelt el. Egy olyan forradalomról ír, ami jobban megváltoztatja a világot, mint eddig bármi a történelem során. Dr. Janette Vos és Gordon Dryden



Próbálhatod magyarázni a network marketing lényegét, de egyszerűbb, ha odaadod ezt a könyvet! Don Failla



A népszerű előadó, Tom Schreiter hálózatépítő rendszere öt kötetben! Tömör, praktikus, szórakoztató.



KULCS KÖNYVEK		
K05	Ron Holland	Beszélg és gazdodj! 1200
K10	Maxwell Maltz	Pszichobornetika 1450
K17	Denis Waitley	A kiválóság 10 titka 1200
K20	Harry Lorayne	A gondolat ereje 1200
K23	David Seabury	Az önérvényesítés művészete 1200
K24	Ben Sweetland	Alakozny a sikerrel 1200
K26	Elmer Wheeler	A gazdagság benned van 1200
K29	Don Gabar	Ismerkedés társalgás 990
K30	Robert Ringer	Miliókat érő szokások 1200
K33	Cavett Robert	Mi mozgítja az embereket? 990
K34	Robert Ringer	Ne hagyd magad! 1200
K35	Maxwell Maltz	Pszichobornetika II. 1200
K37	Martha Friedman	Életem a sikerrel 1450
AJÁNLOTT KÖNYVEK		
L01	Dryden-G. Vos	A tanulás forradalma I-2 2450 / 2450
S30	Benjamin Franklin	Az erény művészete 2500
F03	B.W. Emerson	Ésszek 990
NETWORK MARKETING		
M11	Don Failla	MLM sikerABC (átdolgozott) 1450
M02	John Kalench	MLM sikerkalauz 1450
M03	Robert Burwin	MLM profi - működés 1200
M04	Tom Schreiter	Big Al mindent elmond 1450
M05	Tom Schreiter	Big Al és a Turbo MLM 1450
M06	Tom Schreiter	Big Al - Berobbanjon a hálózat 1450
M07	Tom Schreiter	Big Al - Működés vezetők képzésére 1450
M08	Tom Schreiter	Big Al - Szuper előkészítés 1450
S03	Rich DeVos	Független kápitálistás 1950
S07	Richard S. Hawkins	Hogyan legyen sikeresek a network... 1200

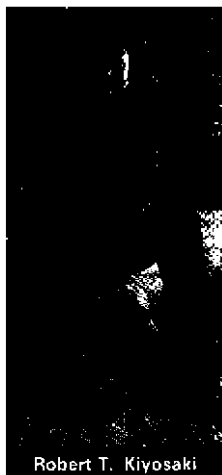
Időgazdálkodás * Karrier

T23	A71	A78	A77	A76	A72	A73	A74
A81	T05	S24	S31	S22	R09	R08	J14
A82	A84	A85	A86	A87	A88		

www.bagolyvar.hu

K05	K10	K17	K20	K23	K24	K26	K29	K30	K33	K34	K35	K37
L01	S30	F03	M11	M02	M03	M04	M05	M06	M07	M08	S03	S07

CASHFLOW pénzügyi oktatójátékok



Robert T. Kiyosaki

CASHFLOW 101 12 éves kortól bárkinek, aki szeretne kellemesen szórakozni, gyorsan tanulni és anyagilag függetlenné válni. Kis üzletek, nagy üzletek, „mókuserék” és „gyorsító sáv” - a pénzügyi műveltség alapjai.

CASHFLOW 202 A 101 játék kiegészítője
Új témakörök: részvények vételi és eladási opciója, árverés, ingatlanopciók, jogdíj jellegű jövedelmek, multi-level marketing üzletek.

CASHFLOW Gyermeknek
(6 éves kortól) A gyerekek játék közben megérik a pénz fogalmát, szórakoztató módon megtanulják a pénzkezelés és befektetés alapjait.

VÁSÁRLÁS: személyesen a kiadóban
1026 Bp. Júlia u. 3. munkanap 8-15.30 között,
Telefon: 214-5068 Fax: 214-5071

Postai utánvétellel országosan:
www.bagolyvar.hu, iroda@bagolyvar.hu

12500
+ áfa
(15000)

8000
+ áfa
(10000)

12500
+ áfa
(15000)

KEDVEZMÉNY

1.6 | TM CASHFLOW
(19800) 101+202

Ma mire számíthatsz?

- Egy újabb napra, amely az ébresztőóra csörgésével kezdődik?
- Egy újabb napra, amikor egész nap nem láthatod a gyermekeidet?
- Egy újabb napra, amikor valaki más számára dolgozol?
- Egy újabb napra, amit nem tölthetsz együtt a családdoddal?
- Egy újabb évre, amely nyaralás nélkül telik el?
- Egy újabb napra, amelyet megmérgez a jövőtől való félelem?

Don Failla legendás könyve, az MLM SikerABC, amely eddig 23 nyelven, 4 millió példányban kelt el, immár átdolgozva olvasható, kibővítve egy lényeges tudnivalóval: „A 45 másodperces Prezentáció, amely megváltoztatja az életedet”.

Milyen jövőt TUDSZ elérni?

- Egy új világszemlélettel ébredsz!
- Figyelemmel kísérheted gyermekeidet, ahogy felnőnek!
- Kiemelkedsz a környezetedből, és saját magadnak dolgozol!
- Sok időt tölthetsz együtt a családdoddal!
- Van időd és pénzed a nyaralásra!
- Reális terveid vannak a jövődről!



Don és Nancy Failla élete igazi sikertörténet, mivel olyan életet élnek, amilyenről mások csak álmodni tudnak. Immár 36 éve segítik az embereket abban, hogy felépítsék saját, otthonról irányított üzletüket. Don könyvei több mint 4 millió példányban keltek el - 23 nyelven ezen kívül számtalan hanganyag és szeminárium kötődik a nevéhez, amelyben arra tanítja az embereket, hogyan vegyék kezükbe életük irányítását.



Az MLM SikerABC második, átdolgozott kiadása!

www.baqolvvar.hu
újdonosságok • információk • vélemények