

Валентина Лагуткина

50 СЕКРЕТОВ успеха в МЛМ



Рассказывай истории
и богатей

1000
БЕСТСЕЛЕРОВ

1000 бестселлеров

Валентина Лагуткина

**50 секретов успеха в МЛМ.
Рассказывай истории и богателей**

«1000 бестселлеров»

2017

УДК 159.9
ББК 88.5

Лагуткина В.

50 секретов успеха в МЛМ. Рассказывай истории и богатей
/ В. Лагуткина — «1000 бестселлеров», 2017 — (1000
бестселлеров)

ISBN 978-5-906907-05-9

Данная книга будет интересна всем, кто связал свою жизнь с сетевым маркетингом. Написанная простым и понятным языком, она дает оценку текущей ситуации в МЛМ и отвечает на вопросы, которые волнуют как новичков, так и лидеров: где искать партнеров для бизнеса, как повысить свой профессионализм и научиться бороться с «сетевой проституцией», что делать, чтобы люди не уходили из МЛМ. Автор предлагает простой и эффективный метод сторителлинга для достижения успеха даже в условиях кризиса. Он также показывает, в каком направлении действовать, как в офлайн, так и в онлайн-бизнесе, чтобы результаты этих действий радовали вас и ваших партнеров. А самое главное – каждый найдет в этой книге те методы, которые подходят именно ему. С их помощью вы сможете развивать бизнес легко и с удовольствием. «50 секретов успеха в МЛМ» – пошаговое руководство по преодолению трудностей сетевого бизнеса в период кризиса, которое приведет вас к улучшению финансового состояния путем изменения вашего отношения к неудачам. Книга поможет вам стать человеком, который достигает всех своих целей и реализовывает все свои мечты благодаря МЛМ!

УДК 159.9
ББК 88.5

ISBN 978-5-906907-05-9

© Лагуткина В., 2017
© 1000 бестселлеров, 2017

Содержание

Для кого эта книга	6
Введение	8
Слова благодарности	10
Глава 1	11
Почему одни люди не идут в МЛМ, а другие уходят из МЛМ	11
Почему не всегда работает дубликация	14
Причины, по которым вы застряли в сетевом бизнесе	19
«А вдруг я сделаю что-то неправильно?»	23
Всегда ли действия приводят к успеху	25
Как говорить, чтобы вас услышали	29
Глава 2	33
Зачем нужны истории в МЛМ	34
Какие истории нужны в МЛМ	39
Где брать истории	41
Как правильно составить историю	44
Как правильно рассказать историю	46
Глава 3	49
Основная ошибка, которую допускают новички	49
Конец ознакомительного фрагмента.	50

1000
БЕСТСЕЛЛЕРОВ

Валентина Лагуткина

50 секретов успеха в МЛМ.

Рассказывай истории и богатей

Для кого эта книга



Эта книга для всех, кто имеет отношение к сетевому бизнесу и стремится в нем достичь успеха или уже достиг, а также для тех, кто сомневается в том, стоит ли сотрудничать с МЛМ-компаниями.

На рынке очень много книг о МЛМ-бизнесе. Кроме того, для личного роста сетевики используют книги о психологии бизнеса, о личностном развитии, о самосовершенствовании, о лидерстве, о деньгах и т. д.

Все книги, безусловно, полезны, многие из них стали бестселлерами. Сложно написать что-то совершенно новое об МЛМ. Но в этой книге наряду с общеизвестными методиками и технологиями содержатся некоторые секреты, о которых не всегда лидеры говорят своим партнерам. Возможно, что они даже не замечают, в чем их действия отличаются от действий большинства.

Я тоже это поняла не сразу. А когда поняла, то отследила на сотнях своих партнеров, что успеха добиваются только те, кто владеет этим секретом. Этот метод всем дан от рождения, но кто-то сумел его сохранить и применить, а кто-то потерял по дороге.

В этой книге описана система изменения мышления при применении дубликации, которая гарантированно приводит к увеличению дохода, улучшению отношений и переходу на принципиально новый уровень жизни.

В книге я систематизировала секреты, которым научилась у таких бизнес- тренеров и лидеров МЛМ, как:

- ♦ Саня Сим,
- ♦ Александр Ковригин,
- ♦ Александр Белановский,
- ♦ Любовь Зварич,
- ♦ Константин Данилов,
- ♦ Станислав Санников,
- ♦ Артем Нестеренко,
- ♦ Антон Агафонов и др.

В этой книге я даю пошаговые технологии, которые сделают вашу жизнь счастливой благодаря МЛМ и увеличат личный доход. Все методики проверены сотнями людей моей структуры и курсантами школы «Скажи Интернету «Да!»,», руководителем которой я являюсь. Некоторые отзывы курсантов школы я разместила в самой книге, чтобы читатели смогли убедиться в результативности описанных технологий.

Введение

Уважаемый читатель!

Если вы читаете эти строки, то, скорее всего, уже не первый год занимаетесь МЛМ-бизнесом, и тогда вы, как никто другой, должны понимать, что сегодня МЛМ-бизнес находится на распутье. Сегодня методы работы «на земле» (в офлайн) воюют с методами работы в Интернете (в онлайн).

Именно сегодня перед МЛМ-лидерами стоят вопросы, как же усилить свои команды, как увеличить количество новых партнеров, как сделать так, чтобы чеки росли, как сохранить и наращивать товарообороты, несмотря ни на кризис, ни на рост доллара и евро.

Именно сегодня развита «сетевая проституция», когда люди бегают из компании в компанию в надежде найти проект, который поможет им зарабатывать. Сейчас нередко люди работают в двух и более компаниях, «многостаночники» таким образом пытаются залатать дыры в своем кошельке. Лидеры не понимают, как им бороться с «сетевой проституцией» и как вести себя с «многостаночниками».

Сейчас трудно рекрутировать новичков, потому что новички боятся идти в сетевой бизнес, они не могут отличить компанию с товаром или услугами от финансовой пирамиды, которая часто маскируется под МЛМ.

В то же время есть лидеры в МЛМ-бизнесе, которые успешно развиваются, несмотря на кризис. Значит, в сетевом бизнесе существуют секреты, которые почему-то неизвестны большинству сетевиков, или они просто их не уловили, когда им о них рассказывали.

В этой книге вы найдете 50 уникальных секретов, которые помогут вам не только ответить на все вышеперечисленные вопросы, но и помогут найти решение ваших проблем в МЛМ. Они помогут вам не потому, что они волшебные, а потому, что они проверены на практике. Эта книга поможет вам успешно строить структуры, развивать регионы, осваивать интернет-технологии, увеличить доход, делая простые и всем понятные действия.

На страницах книги я поделюсь с вами собственным опытом и отвечу на злободневные вопросы: «Почему люди уходят из сетевого бизнеса?»; «Как остановить «сетевую проституцию»?»; «Как вести себя с «многостаночниками»?». И это не просто мой взгляд на эти вопросы, а практический опыт, накопленный за 12 лет работы в сетевом бизнесе.

В этой книге вы найдете 50 уникальных советов, как увеличить ежедневный приток денег. Эти советы пригодятся и новичкам, и лидерам. Новичкам надо просто брать и внедрять эти пошаговые инструкции. Лидеры найдут ответ на вопрос: «Как научить новичков всему тому, что умеешь сам?».



Эти секреты подойдут всем без исключения, независимо от того, в какой компании вы работаете. Занимаетесь ли вы продвижением косметической продукции, продукции для

здоровья или рекомендуете услуги – в любом случае вы найдете ответы на свои злободневные вопросы.

А для того чтобы получить максимальную пользу от этой книги, прочтите ее с блокнотом и ручкой в руках. Вам предстоит увлекательное путешествие, в результате которого благодаря 50 секретам вы научитесь использовать свои сильные стороны, свой опыт, свои собственные умения для создания денежного потока и пассивного дохода, которого вы заслуживаете.

*С уважением,
Валентина Лазуткина*

Слова благодарности

Я выражаю искреннюю благодарность Александру Белановскому и Жанне Фроловой за помощь в написании этой книги, так как она написана благодаря тренингу «Бестселлер за неделю».

Огромное спасибо моей семье за понимание и поддержку всех моих начинаний, в том числе и при написании этой книги.

Хочу выразить огромную благодарность бизнес-тренерам: Александру Ковригину, Константину Данилову, Станиславу Санникову, благодаря которым я успешно развиваю сетевой бизнес «на земле», а также Сани Сим, Александру Белановскому, Любви Зварич, у которых я училась системному подходу к развитию бизнеса и личного бренда в Интернете.

Особую благодарность хочу выразить моим партнерам, которые помогли мне выявить проблемы сетевого бизнеса на современном этапе, которые верили в меня и помогали, рассказывая новые истории из жизни.

Благодарю мою дочь Ольгу Зюзину-Лагуткину и жену моего сына Милу Аюпову за художественное оформление книги.

Глава 1

Основные особенности МЛМ-бизнеса сегодня

Почему одни люди не идут в МЛМ, а другие уходят из МЛМ

Сегодня очень трудно встретить человека, который бы не был знаком с сетевым маркетингом. Кто-то является клиентом одной или нескольких сетевых компаний. Кто-то уже пробовал и не добился успеха. Одни из них обвиняют саму систему МЛМ, другие – спонсоров или компанию, третьи просто себя оправдывают тем, что они не строили бизнес, а были потребителями.

Частично каждый из них прав. Но основная причина неуспеха в МЛМ – это отсутствие личного роста. Если человек, придя в МЛМ, не готов меняться, развиваться, обучаться, то вряд ли он сможет добиться успеха.

Возможно, ему просто сильно повезет или среди его приглашенных найдутся люди, готовые к изменениям.

Сегодня в сетевом маркетинге находится огромное количество разных людей. Одни легко добиваются успеха. Другие делают это с трудом. Третьи потеряли веру в то, что они могут быть успешными.

Вера убита многочисленными разочарованиями. Людям кажется, что они постоянно работают, а товарооборот и, соответственно, вознаграждение не растут.

Также в сетевом бизнесе есть очень большая группа людей, которые зарабатывают незначительные деньги, например, 5-15 тысяч, и их это вполне устраивает. Соответственно, и своим партнерам они не могут показать путь к пассивному доходу.

Если ваша организация ориентирована на дополнительный заработок, а не на создание денежного потока, то мало кто из ваших партнеров придет к пассивному-бизнесу.

Мне известно множество примеров, когда, уйдя из компании, лидеры продолжали получать вознаграждение в несколько тысяч долларов благодаря когда-то построенному бизнесу.

В то же время я встречалась в МЛМ со случаями, когда по какой-то причине менеджер перестал работать (например, попал в больницу), и уже через месяц его бонусы упали практически до нуля.

Дело в том, что для того чтобы просто зарабатывать и для того чтобы запустить денежный поток, необходимо применять разные технологии. Не все это понимают, да и не все лидеры об этом знают. А иногда знают, но не говорят своим партнерам.

Другая проблема, что есть люди, которые приходят в МЛМ за быстрыми деньгами. Хотят все и сразу. Именно желание быстрых денег, без определенных усилий, привело к созданию финансовых пирамид, в которых также теряется суть остаточного дохода. Они быстро возникают и быстро рушатся, как карточные домики.



Страх оказаться обманутым – это то, что останавливает многих сделать шаг навстречу сетевому бизнесу. Даже оказавшись в сложной жизненной ситуации, с долгами, без работы, эти люди в объявлениях пишут: «Сетевой и интим не предлагать». Среди них и те, которые действительно получили негативный опыт работы в МЛМ.

Так почему же не все добиваются успеха в МЛМ? Многие пытаются строить структуры с помощью инструментов и технологий, которые никогда не приведут их к успеху и пассивному доходу. Они просто не поняли саму суть сетевого бизнеса.

Я тоже это поняла не сразу. Для того чтобы разобраться, пришлось потратить несколько лет, сменить три компании. Три раза начать сначала, но, в конце концов, понять, что и как надо делать. Я не хочу вас обнадеживать в том, что технологии, о которых я расскажу в этой книге, приведут к пассивному доходу всех без исключения. Но могу дать 100 %-ную гарантию, что успеха добьются те, кто вникнет в то, о чем я говорю, и возьмет себе на вооружение те секреты, которые подходят именно ему.

В этой книге я расскажу много разных реальных историй, которые показывают разный взгляд на одни и те же события, на одни и те же технологии. Это будут как реальные истории, так и анекдоты и притчи. Но в любом случае они помогут вам найти ответы на обозначенные вопросы.



Расскажу сейчас анекдот на эту тему:

Ищу постоянную работу, можно круглосуточную, можно на улице, можно без выходных, можно без перерыва на обед, согласен на 5\$ в день. Сетевой маркетинг не предлагать!

Сетевой маркетинг, как и все в нашем мире, претерпел огромные изменения. И, как и в любой деятельности, успешным может быть только тот, кто готов подстраиваться под эти изменения. А суперуспешным может стать только тот, кто сам находит свои собственные методы, которые становятся самыми продуктивными в новых условиях.

Сейчас на эмоциях и мотивации можно успешно начать бизнес в МЛМ, но без владения технологиями, соответствующими сегодняшнему дню, большого успеха и богатства достичь невозможно.

Сегодня в МЛМ лозунг: «Не думай! Действуй!» – работает не всегда. Важно понять, какие надо выполнять действия, чтобы получить результат.

В некоторых главах я дам пошаговые рекомендации, которые использую сама и которые применяют мои партнеры. А некоторые главы – это рассуждения на заданную тему, которые помогут понять суть проблемы и найти из нее выход.

Отдельно хочу обозначить проблему, которая возникла с применением интернет-технологий. Здесь надо понимать, что не существует волшебной кнопки, которая даст результат. Очень часто успеха в Интернете добиваются те, кто и без него не менее успешно развивает свой бизнес. В Интернете, как показывает практика, легко начать зарабатывать, (например, на продаже продукта) и сложно построить бизнес, ведущий к пассивному доходу.

Одна из известных технологий, которая является основной в МЛМ, – это дубликация. На современном этапе и дубликация срывается не всегда.



Домашнее задание:

1. Ответьте честно на вопрос: «Что вас больше привлекает – быстрые деньги или пассивный доход?»
2. Запишите в блокнот вашу цель прихода в МЛМ:
 - ◆ скидка на продукт;
 - ◆ дополнительный доход;
 - ◆ пассивный доход.

Почему не всегда работает дубликация

Давайте разберемся, что мы будем понимать под дубликацией. Под дубликацией в сетевом бизнесе понимают, во-первых, повторение одних и тех же действий, которые приводят к результату.



Расскажу анекдот.

Поспорили звери, кто быстрее станет успешным в сетевом бизнесе.

Лиса сказала: «Я самая хитрая, я всех обхитрю и быстрее всех добьюсь успеха».

Лев сказал: «Я царь зверей, меня все боятся, я стану самым успешным, потому что под меня все будут регистрироваться, мне не надо никого уговаривать».

Заяц сказал: «Я самый быстрый, я всех зверей обегу и быстрее других стану успешным».

Но самым успешным стал попугай, потому что он просто рассказывал всегда одно и то же.

Во-вторых, под дубликацией понимают определенный набор действий, который выполняют все сетевики. К ним относятся:

- 1) составление списка или поиск потенциальных клиентов;
- 2) приглашение на встречу или к разговору;
- 3) рассказ о возможностях или презентация;
- 4) рекрутинг партнеров и клиентов;
- 5) обучение новичков.

Это основа сетевого бизнеса. Система, которая дает результат. Это подсказка для всех, как строить бизнес. Если вы освоите эти шаги, то добьетесь успеха. Если все так просто,

то почему многие люди уходят, не достигнув успеха? Где возникает проблема? Какой этап оказывается самым сложным?

Великие лидеры всегда применяют новые подходы.

Они не пользуются методами других.

Марк Ярнель

Дело в том, что успеха в МЛМ добиваются только те, кто на первом этапе (поиск потенциальных клиентов) применяет свои выгодные стороны. Вспомните вышеописанный анекдот. Очень важно в привлечении новых партнеров использовать свой прошлый опыт, свои сильные стороны, свои собственные умения. Важно, чтобы эти методы были для вас комфортными и давали результат.

У меня в структуре есть партнер, которая строит свой бизнес на «холодных контактах» в электричке. У нее в Москве есть основная работа, в больнице. Сетевой бизнес она рассматривает как подработку и задел на будущее, когда выйдет на пенсию. От нас до Москвы надо добираться два часа на электричке. Эти два часа она и использует для рекрутинга.

Важно произвести какое-то действие, чтобы соседи сами задали нужный вопрос. Летом часто в электричках жарко, а зимой холодно. У нас есть продукция, которая помогает легче переносить жару, и другая продукция, которая помогает не замерзнуть в холодном вагоне.

Она применяет ее на глазах у соседей, которые ей задают вопрос: «А, что это у вас такое?»

Дальше уже ее задача – рассказать, показать и дать попробовать.

Таким образом каждая поездка дает ей несколько новых клиентов или партнеров.

Не надо механически копировать методы, которые использует ваш наставник. Это устаревшая концепция в этом пункте. «Делай, как я», здесь не у всех срабатывает. И кто этого не понял, чаще всего терпит неудачи в сетевом бизнесе. Именно эти люди нам говорят, что они уже пробовали.

Очень важно пользоваться теми методами, которые для вас эффективны, не вызывают у вас дискомфорта, соответствуют вашему характеру. Например, кому-то комфортно работать с «теплым рынком», с родственниками и друзьями, а у кого-то это вызывает страх быть непонятым.

Однажды мы с сыном приехали в регион к его партнеру с целью помочь рекрутировать новичков. Елена тогда работала директором детского сада, и она нас попросила провести презентацию для работников этого детского сада.

Перед презентацией Елена нас представила следующим образом:

– Это мои хорошие знакомые Валентина и Сергей, они занимаются сетевым бизнесом. Меня лично заинтересовала продукция для здоровья, и я начала ей пользоваться. Получила результаты и попросила Валентину и Сергея рассказать вам об этой продукции.

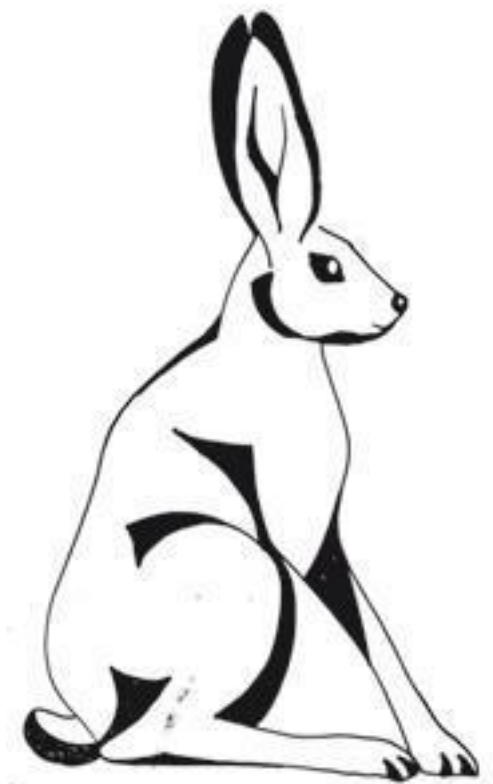
То есть Елена сразу обрезала возможность развития бизнеса, она не представила себя как будущего наставника. После презентации появились клиенты, которые решили покупать продукцию со скидкой.

Но Елена нашла свой метод работы. Она стала успешно рекрутировать новых партнеров через соцсети. Незнакомым людям ей оказалось гораздо легче рассказывать о бизнесе.

Марк Ярнель в своей книге «Ваш лучший год в сетевом маркетинге» пишет:

«Дубликация системы в сочетании с творческими подходами – основа основ успеха в MLM».

И я с ним полностью согласна. Пробуйте, ищите свои собственные методы. Анализируйте, что дает наилучший результат и при этом позволяет добиваться успеха, выполняя те действия, которые вам приносят удовольствие.



Важно действовать. На эту тему расскажу еще один анекдот.

Сидит ворона на елке. Мимо бежит заяц.

– Ворона, ты что делаешь?

– Ничего не делаю, просто сижу.

– Вот так просто сидишь и ничего не делаешь?

– Просто сижу и совсем ничего не делаю.

– Вот здорово! Я тоже посижу.

Сел заяц под елку, сидит и ничего не делает. Бежит мимо лисица. Видит: сидит заяц и даже не пытается убежать. Набросилась лисица на легкую добычу и съела зайца. А ворона кричит, причитает:

– Ах, заяц, заяц! Я ведь забыла тебе сказать, что сидеть и ничего не делать можно только тогда, когда ты уже на вершине!

Часто говорят, что для достижения успеха нужно выйти из зоны комфорта.

По моему мнению, важно расширять свою зону комфорта, приобретая новые навыки, которые основаны на ваших собственных сильных сторонах.

Ваши сильные стороны, ваши таланты, особенности – это крылья вашего бизнеса, которые поднимут вас на вершину.



Из выступления лидера перед новичками:

– ***Не бойся делать то, что делать мастерски пока ты не умеешь. Помни, что Ковчег был построен любителем, а «Титаник» строили профессионалы...***

1. Получайте удовольствие от своей деятельности.
2. Расширяйте границы своей зоны комфорта.
3. Используйте для развития бизнеса свои сильные стороны, совершенствуйте свои умения.

На одном из вебинаров услышала фразу, которую считаю очень актуальной:

«Действуйте, опираясь на свои сильные стороны!»

ЗАПОМНИТЕ: только действия приносят деньги. Добавлю: действия, которые вы делаете с умом.



Понятно, что не все сильные стороны возможно использовать в МЛМ. Расскажу анекдот на эту тему.

– ***Наконец-то мне повезло, и я нашел у вас работу. Мне ведь очень нужна работа, у меня жена и семеро детей...***

– ***А что вы еще умеете делать?***

Для того чтобы был результат в бизнесе, безусловно нужны правильные и профессиональные действия. И самое главное, что их должно быть много.

*Правильные действия в малых количествах – неправильные действия
(из выступления на семинаре).*



Домашнее задание:

1. Подумайте, какие ваши сильные стороны вы можете использовать для развития бизнеса.
2. Наметьте и запишите в блокнот план действий прямо сейчас, с использованием ваших сильных сторон и опыта из прошлой деятельности.

Причины, по которым вы застряли в сетевом бизнесе

В сетевом бизнесе часто встречаются ситуации, когда новички быстро стартуют, а потом вдруг останавливаются.

Важно понимать, что каждый лидер в МЛМ на каком-то промежутке пути тоже был неудачником. Редко кто добивается успеха без препятствий.

Какие же основные препятствия приходится преодолевать практически всем?



Прежде всего это страх, что ничего не получится. Такие люди чаще всего говорят: «Это не мое».

Важно понять, где сидит этот страх, в чем он заключается. Необходимо разобраться, действительно ли МЛМ – это не ваше или просто надо поработать над собой.

Создайте в блокноте таблицу и ответьте честно на вопросы: «Что мне нравится в МЛМ?» То есть какие преимущества в МЛМ вы видите для себя. «Что мне не нравится в МЛМ?» То есть недостатки в МЛМ для вас.

№	Что мне нравится в МЛМ?	Что мне не нравится в МЛМ?

Проанализируйте полученные результаты. Если вы нашли больше недостатков, чем преимуществ, то закройте эту книгу – МЛМ не для вас.

Если вы отметили и преимущества, и недостатки, то вам просто придется потрудиться, для того чтобы поверить в себя. Вам нужно немного поработать над собой, и в этом вам поможет эта книга.

Если же у вас больше преимуществ, чем недостатков, то вы смело можете развивать этот бизнес, а вопросы использовать для своих партнеров.

Здесь мы опять вернемся к вашим личным талантам и ценностям. Подумайте еще раз, что вы умеете делать в совершенстве, и найдите применение своим талантам для развития сетевого бизнеса.

Однажды, работая в регионе, я познакомилась с женщиной по имени Елена. Она задавала очень интересные вопросы по существу и очень толково отвечала на мои

вопросы. А после семинара она подошла и сказала, что у нее не получается строить бизнес. Ей очень нравится продукт, а вот структуру строить не получается.

Я спросила, кто она по профессии. Оказалось, что учитель биологии. И тогда я посоветовала ей использовать ее знания анатомии и физиологии человека для того, чтобы людям объяснять, что произойдет с их организмом, если они не будут давать ему питание (витамины, минералы, аминокислоты).

– Не надо никого призывать начать бизнес, просто показывайте людям их проблемы и рассказывайте, как они могут решить их с помощью продукции.

В сетевом бизнесе могут пригодиться все ваши ценности и таланты, а еще будут открыты новые, о которых вы даже не подозревали. Возможно, именно вы откроете новые горизонты для развития МЛМ-бизнеса.



Анекдот в тему.

– Вы самые мощные, самые сильные.

У вас самая лучшая продукция.

У вас самый лучший маркетинг.

И у вас есть то, чего нет у других. У вас есть я!!!

Второе препятствие, которое приходится преодолевать многим – это подмена деятельности видимостью деятельности.

Часто партнеры говорят, что они все делают, но у них не получается. Задаешь вопрос: «Что конкретно не получается?» И тишина!

Очень часто из-за страха дистрибьюторы подменяют деятельность по системе совершенно другими действиями.

Они читают книги, изучают продукт, ходят на презентации, посещают школы. В общем, тратят уйму времени, при этом не совершают действия, которые ведут к результату.

Многие даже говорят: «Учусь-учусь, а ничего не работает».

А некоторые утверждают: «Вот сейчас еще один тренинг пройду и начну действовать».

Любое обучение ценно только тогда, когда вы применяете его в действии, когда оно дает результат. И эта книга даст результат только в том случае, если вы вникнете во все секреты и будете их применять, интерпретируя на себя.

Любое обучение, все рекомендации наставника применяйте в соответствии с вашими способностями и возможностями. Важно действовать и двигаться в направлении успеха.



Иначе может получиться, как в анекдоте.

Лидер инструктирует подающего надежды дистрибьютора, который в первый раз едет завоевывать другой город:

– Послезавтра, по приезду в Урюпинск, сначала отдохни в гостинице. Пообедай. Выпей для бодрости рюмочку «Наполеона» и отправляйся на встречу. На встрече покажи все образцы нашей продукции, расскажи о возможностях нашего бизнеса и как можно быстрее сообщи мне результаты встречи...

Через трое суток приходит телеграмма из Урюпинска:

– Обошел весь город. Нигде нет коньяка «Наполеон». Что делать?

Хочу отметить еще одну важную особенность. Наставнику необходимо работать с теми дистрибьюторами, которые совершают активные действия в нужном направлении.

Однажды мой партнер Наташа из соседнего города попросила меня провести презентацию для новичков, которые уже имели опыт работы в сетевом бизнесе. Компания закрылась, и они ищут другую компанию.

Соответственно, я приехала, подготовила все для презентации и начала работать с новичками. На встрече присутствовало много новичков, и я была сильно увлечена. Потом я попросила партнеров, которые давно работали в компании, поделиться отзывами и обратила внимание на Наташу. Она переписывалась с кем-то в скайпе, потом перешла в «Одноклассники», затем поиграла «в косынку».

И я не была удивлена, когда новички сказали, что они подумают. Они тоже видели все ее действия. Иметь такого наставника захотят немногие.

А через неделю все присутствующие зарегистрировались в мою структуру, но уже под другого наставника. Я даже не стала их убеждать, что они поступили неправильно.

Для того чтобы понимать, насколько эффективно прошел ваш день, планируйте его. А каждый вечер подводите итог.



Домашнее задание:

1. Честно оцените, чем занят ваш день.
2. Планируйте ваши дела.
3. Ежедневно подводите итоги ваших планов.

«А вдруг я сделаю что-то неправильно?»

В сетевой бизнес приходят люди разных профессий, многие привыкли выполнять работу, следуя инструкциям, по определенным правилам. Они не привыкли проявлять инициативу. У таких людей возникают опасения: «А вдруг я сделаю что-то неправильно?»

Любое новое дело требует выработки навыков, поэтому необходимо пройти 4 этапа:

1. Я чего-то не знаю, но я это не осознаю. – Бессознательная некомпетентность. Новичок даже не осознает, что он не знает технологий ведения бизнеса MLM. Именно на этом этапе получают огромное количество отказов. На этом этапе самое большое количество страхов. Важно делать, преодолевая страхи, для получения опыта. Как только новичок осознает отсутствие навыка, он переходит на следующую стадию развития компетентности.

2. Я осознаю, что я этого не знаю. – Сознательная некомпетентность. На этом этапе очень важна помощь наставника, который вовремя ответит на вопросы. Новичок осознанно начинает изучать технологии ведения сетевого бизнеса. Но именно в этот период возникают сомнения, неуверенность, которые мешают дальнейшему развитию. Часто на этом этапе человек получает сигнал о правильности своих действий – появляется первый клиент или партнер. Только пройдя второй этап, новичок переходит к следующему.

3. Я знаю и осознаю каждое выполненное действие. – Сознательная компетентность. Дистрибьютор наращивает свои навыки, но он еще не может делать действия без самоконтроля. Появляются первые результаты, первые чеки, вырабатывается привычка делать определенные действия.

4. Я знаю и делаю все на автомате. – Бессознательная компетентность. На этом этапе навык становится автоматическим. Легко выполняются запланированные действия. Доведя навык до совершенства, дистрибьютор приобретает мастерство.



Когда дистрибьютор проходит все четыре этапа развития компетентности, он становится профессионалом. Все действия профессионалами MLM выполняются автоматически, с удовольствием. За время прохождения всех четырех этапов меняетесь не только вы, меняется отношение к вам окружающих. Вот как этот процесс описывает моя знакомая Татьяна.

Сначала я сама не понимала, что я должна делать. Пыталась что-то рассказывать, люди от меня шарахались. Близкие считали, что я сошла с ума. Я не сдавалась только потому, что видела, какие изменения произошли в жизни моего наставника благодаря сетевому бизнесу.

Я сама пользовалась продуктом и, получив первые результаты, стала рассказывать о них. Люди начали прислушиваться, кто-то даже что-то купил. Но я терялась и не могла отвечать на вопросы, которые мне задавали.

Мои друзья и родные на этом этапе не помогали, но уже и не мешали, не предлагали все бросить.

Потом я начала понимать, что надо сначала задавать вопросы людям, слушать ответы и только тогда предлагать то, что нужно именно им. А отзывы помогают в завершении сделки. У меня появилась структура. Мои близкие стали по-другому смотреть на это дело и даже иногда помогают: «А ты расскажи Ивану Ивановичу о продукции, у него спина болит, я тебя с ним познакомлю». Хотя многие друзья просто наблюдают, спрашивают, сколько зарабатываю, и считают, что мне повезло.

Я полюбила этот бизнес. У меня нет страха при общении с людьми. Я владею информацией о продукции, смело рассказываю о возможностях. Разработала свои тексты для презентаций и рассказываю все свободно. Растет моя организация, товарообороты тоже растут, а вместе с ними и чек. Друзья сами приходят и просят: «Возьми меня в свою команду. Я не понимаю, что надо делать, как надо делать, но надеюсь, что ты меня научишь».

Ваша компетентность, безусловно, влияет на развитие бизнеса. Освоив одни навыки, необходимо пройти все эти же этапы для развития следующих навыков. Процесс развития практически бесконечен. Например, у вас все отлично получается в развитии бизнеса «на земле» (в офлайн), но вы должны понимать, что сейчас без использования Интернета добиться большого успеха невозможно. Значит, вам предстоит пройти все эти этапы по освоению навыков работы в Интернете.



Домашнее задание:

1. Запишите, какими навыками вы уже обладаете на уровне бессознательной компетентности.
2. Запишите те навыки, которыми вам еще предстоит овладеть.
3. Составьте план по развитию ваших навыков.

Всегда ли действия приводят к успеху

Прежде чем делать какие-то действия в МЛМ, стоит сто раз подумать. Правильные действия приводят к результату, а неправильные – к антирезультату. Неправильные действия просто отбрасывают ваш бизнес назад, а иногда разрушают.

К неправильным действиям прежде всего надо отнести нарушение этических норм, о них мы еще поговорим. В то же время к неправильным действиям необходимо отнести те, которые не ведут к пассивному доходу.

Мы уже много времени уделили дубликации. Очень часто спонсоры считают, что все действия по дубликации надо осуществлять не думая. Это неправильно. МЛМ-бизнес – это бизнес интеллектуальный, и только если применять все с самого начала правильно, можно получить результат.

Мой партнер с самого начала очень много делала за своих партнеров. А когда они выходили на определенный уровень, начинала их призывать к самостоятельности. Но они не привыкли делать ничего без ее опеки. В результате при выходе на более высокий ранг товарообороты у них не росли, а падали.

К неправильным действиям, точно ведущим к разрушению бизнеса, надо отнести рассмотрение вопросов политики, религии, секса. Этих тем лучше не касаться на презентациях, всегда в зале могут быть люди, которые не согласны с вашей точкой зрения. Нельзя навязывать партнерам свои политические и религиозные взгляды.

Однажды на встрече с новым, успешно стартовавшим в регионе партнером у меня произошел такой случай. Зная, что новый партнер – врач-рефлексотерапевт, я решила, что он нормально относится к восточной философии здоровья. И допустила две ошибки:

- 1) попыталась подарить ему китайскую салфетку с символами богатства;*
- 2) стала говорить о том, что наша продукция нормализует работу чакр.*

Во-первых, он сказал, что православный и не использует никакие китайские символы. Во-вторых, как врач он согласен, что существуют энергетические центры, но все, что касается чакр, их названий и свойств, это тоже противоречит православию. И что хотя он рефлексотерапии учился у китайца, но применяет эти знания без использования восточной терминологии.

Для меня это было хорошим уроком. Теперь я очень осторожно использую данные понятия.

Другая ситуация касается политических взглядов.

На презентации в качестве примера действия нашего продукта я решила рассказать о результате руководителя местного отделения партии «Единая Россия». И несмотря на то что результат был очень впечатляющим, он вызвал обратный эффект у присутствующих на презентации коммунистов.

В сетевом бизнесе важно контролировать свои слова и действия. Иначе мы можем «отравить» свой бизнес как неопытный повар.

Молодому повару поручили сварить суп с грибами. Молодой человек всю жизнь жил в крупном городе и не мог отличить ядовитые грибы от неядовитых. Хозяин кафе страдал радикулитом и постоянно использовал для лечения настойку с мухоморами.

Он сделал заказ знакомому грибнику набрать белых грибов и мухоморов. При этом заплатил ему деньги вперед. Тот так и сделал. Набрал корзину белых грибов и корзину мухоморов.

Доставил обе корзины в кафе и поставил у входа.

Молодой повар взглянул на корзины с грибами. Ему очень понравились мухоморы по внешнему виду, и он сварил из них суп.

При этом он пробовал суп несколько раз за время варки. Буквально через 30 минут у него начались сильные боли в животе, головокружение и тошнота. Его увезли на «скорой помощи» в больницу. Провожая повара, хозяин обратил внимание на то, что корзина с белыми грибами полная, а корзина с мухоморами почти пустая. Заглянув в кастрюлю с супом, он понял причину недомогания повара. Это помогло спасти ему жизнь и предупредило отравление посетителей кафе.

В сетевом бизнесе надо четко понимать, что важно совершать действия, которые не навредят бизнесу.

Здесь очень много зависит от честности и порядочности людей. В сетевом бизнесе нередки случаи, когда баллы проводятся не туда, куда надо, вводятся дополнительные накрупки, не выдаются подарки, положенные от компании по промоушену.

Это все вызывает общий негатив к сетевому бизнесу, хотя виноват в этом конкретный человек. Задача спонсоров – пресекать такие действия на корню.

Общей ошибкой в сетевом бизнесе является оказание помощи всем партнерам без исключения.

Такие действия приводят к тому, что структура растет и вы уже не можете оказывать помощь всем и тратите все больше времени на то, чтобы помочь большему количеству партнеров.

В результате вы устаете и раздражаетесь, бизнес перестает вас радовать.



Необходимо четко понимать, куда прикладывать свои усилия. Помогая ключевым людям, вы тратите меньше сил и получаете лучший результат.

Как понять, стоит ли работать с новичком, сможет ли он стать ключевым человеком?

Проверить это очень легко. Сетевому бизнесу надо учиться. Легче всего учиться по книгам практиков.

Предложите новичку купить книгу. Согласился – с ним надо работать. Отказался – из него не выйдет ключевого человека.

Не тратьте на него свое время и силы.

Не занимайтесь самообманом. Нельзя обещать всем, что у них все получится.

Да, сетевой бизнес подходит для тех, кто готов трудиться и меняться. Нельзя обещать огромные суммы денег, которые текут рекой без участия партнеров. Такая река возможна в финансовых пирамидах, только она очень быстро пересыхает, и к водопою приходят не все.

Важно понимать, что если в вашей структуре нет притока новых людей, то ваш бизнес умирает. Многие сетевики сами приводят свой бизнес к гибели. Они начинают увлекаться мероприятиями – тусовками.

Все довольны, партнеры получают какие-то новые знания, но они их потом не применяют на практике. Они не помогают им приглашать новых людей.

Мероприятия – это тест для партнеров и новичков. Новичок, который хочет посещать мероприятия, всего лишь потребитель.

Если он хочет приглашать людей на мероприятия, то это уже партнер, готовый к развитию бизнеса. Партнер, который принимает участие в организации мероприятий, – это лидер по жизни.

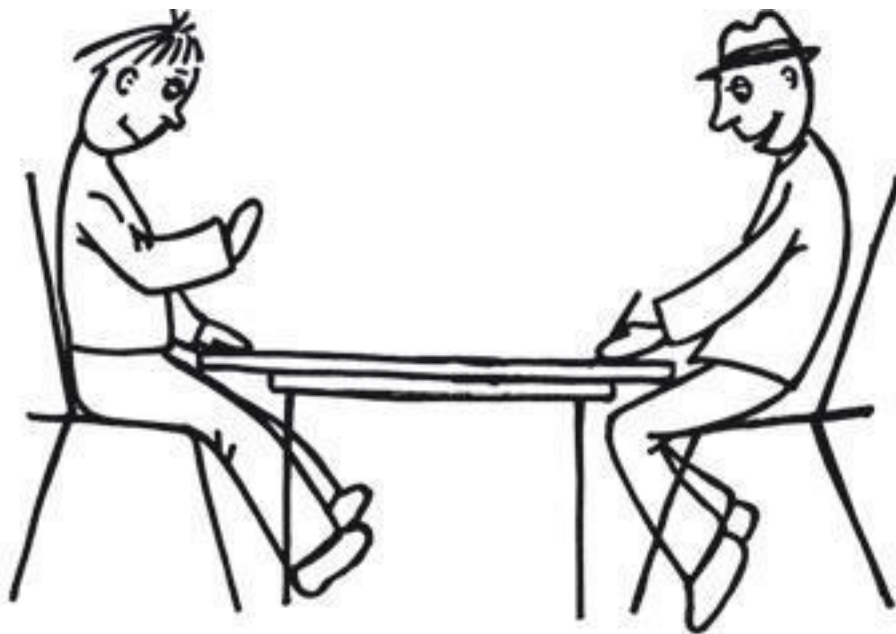
Но не каждый лидер по жизни становится лидером в сетевом бизнесе. Только те, кто сам проводит мероприятия для своей структуры и прежде всего презентации для новичков, становятся лидерами МЛМ.

Действие, которое приводит к негативному результату – это стремление всех мотивировать на развитие бизнеса. Лучше хороший потребитель, чем плохой партнер. Потребитель дает вам определенный товарооборот, но не требует вашего времени на его обучение.

Только когда потребитель сам созрел для построения бизнеса, надо его этому обучать.

Стремясь обучать потребителей, вы вызываете у них раздражение и тратите силы напрасно.

Для того чтобы ваш бизнес вышел на уровень пассивного дохода, важно совершать правильные действия и не делать неправильные.



Среди правильных действий хочу отметить наставничество как индивидуальный подход к каждому человеку и систему мероприятий, рассчитанных на разных людей.

Нельзя стричь всех под одну гребенку. Каждый должен получать то, что необходимо именно ему. Только тогда вы сможете не только привлекать людей в бизнес, но и удерживать их в нем.

Важно понимать, что МЛМ – это не автомат для производства денег. В этот бизнес каждый человек приходит за чем-то своим: кому-то нужны деньги, для других важно признание, кто-то пришел за общением, некоторые развиваются творчески.

Если в МЛМ идут только за деньгами, то почему в нем задерживаются на 10–15 лет люди, которые так и не вышли на большие доходы? Ответ прост: они находят здесь удовлетворение других своих потребностей.

В то же время в МЛМ остаются только сильные, целеустремленные, амбициозные люди. Остаются и добиваются успеха! Только понятие успеха у всех разное.

Сейчас в мире все изменяется очень быстро. Поэтому и в сетевом бизнесе необходимо действовать в соответствии с тенденциями времени. Необходимо думать, анализировать, действовать, и делать все это быстро.



Домашнее задание:

1. Определитесь, кем вы себя видите в сетевом бизнесе: потребителем, партнером, лидером.
2. Определите, кем являются дистрибьюторы вашего первого и второго поколения.
3. Составьте список ваших ключевых людей, с которыми вы будете развивать бизнес.

Как говорить, чтобы вас услышали

Многие сетевики тратят свою энергию и силу напрасно. Все их разговоры с потенциальными клиентами и партнерами заканчиваются отказами.

Такие люди часто сетуют: «Я им говорю, а они меня не слышат». Для того чтобы вас слышали, необходимо помнить несколько правил:

Ваша внутренняя энергетика должна быть положительной. Тогда вы просто притягиваете слушателей своей положительной энергетикой. Люди с положительной энергетикой могут даже не владеть информацией в полном объеме, рассказывать сбивчиво и неинтересно, но, как ни странно, люди их слышат. Основой такой энергетики прежде всего является позитивное мышление. Вы должны быть интересны людям. Тогда они будут тянуться к вам.

Ваши личные цели и желания должны быть направлены на созидание, на желание помочь людям.

У меня была знакомая, которая очень хорошо умела говорить, ее речь была убедительной, но люди ей не верили. Все дело в том, что когда она давала информацию людям, то в уме уже просчитывала, сколько она заработает, если они подпишутся. Люди это считывали, и был соответствующий результат. Она не зарабатывала на приглашениях. В результате она ушла из сетевого бизнеса.

В предложении необходимо показывать выгоду ваших будущих партнеров и клиентов. Ваше предложение должно решать их проблемы, исполнять их мечты, а не ваши. Для того чтобы в одном выступлении показать выгоду десяткам людей, у вас должны быть заготовки на разные случаи жизни. Так называемые продающие истории. Хотя иногда отличную роль в достижении положительного результата может сыграть анекдот или притча в тему.

Важно также понимать, что не имеет большой разницы, общаетесь вы с одним человеком или выступаете перед аудиторией в несколько сотен человек. В любом случае анекдоты, притчи, кейсы из жизни оказывают положительное влияние на слушателей.

Например, можно рассказать такой анекдот.

Корреспондент идет по одной из улиц города N и видит следующее: дома с четными номерами выглядят как усадьбы богатых людей, а дома с нечетными номерами – трущобы. Его заинтересовала эта картина, и он решил пообщаться с жителями этой улицы.

Подходит к хозяевам домов по четной стороне и спрашивает:

– Где вы работаете, если можете позволить себе жить в таких хороших домах?

В ответ прозвучали названия множества компаний, работающих по сетевому маркетингу.

Перейдя через дорогу к домам по нечетной стороне, такой же вопрос корреспондент задал и хозяевам этих лачуг. Вместо ответа он услышал много разных жалоб:

– Государство у нас плохое...

– Все так дорого, что нам даже на хлеб не хватает...

– Где сейчас найти хорошую работу...

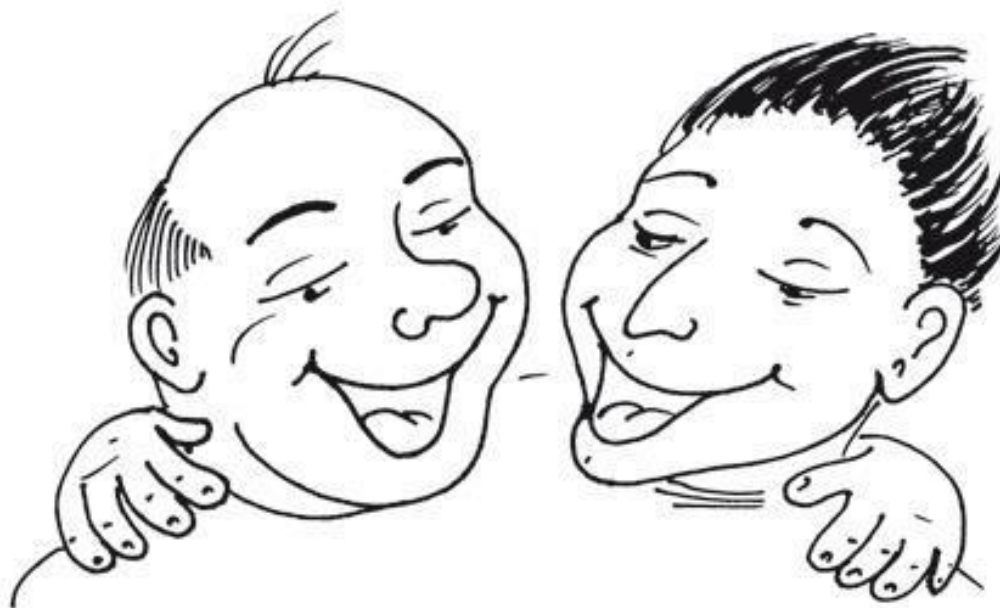
– А разве можно сейчас прожить на пенсию...

– А вы знаете, как тарифы на квартплату выросли... Он им говорит:

– Так пойдите работать в те компании, дистрибьюторы которых живут в прекрасных домах напротив...

– Да вы что? У них там давно все схвачено, и этот бизнес их все равно скоро развалится..

– Да и вообще мы им не верим.



Можно использовать примеры из реальной жизни сетевиков.

Лидер сетевой компании, выступая перед своей структурой:

– Не обращайтесь свое внимание на тех, кто говорит, что сетевой маркетинг – это разыгрываемое шоу. Если им наша презентация не понравилась – пожелайте им удачной «Кто хочет стать бедняком»...

Притчи также являются необходимым атрибутом для ваших выступлений. Важно не просто рассказать притчу, а подвести итог, сделать вывод.

Жил-был на свете человек. И было у него три мечты: иметь хорошую работу с высоким окладом, жениться на красивой доброй девушке и стать известным всему миру.

В течение жизни много историй с ним происходило, мы расскажем про три из них.

Зимним холодным утром молодой человек спешил на собеседование в известную компанию. До встречи оставалось 5 минут, а ему еще нужно было пробежать квартал.

Вдруг прямо перед ним поскользнулся и упал пожилой человек. Наш герой посмотрел на мужчину, решил, что он пьян, и, не подав руки, побежал дальше. К счастью, он успел на собеседование вовремя. К сожалению, на работу мечты его не взяли.

Летним теплым вечером молодой человек прогуливался по городу. Заметив труппу уличных артистов, он остановился, чтобы насладиться зрелищем. Зрителей было немного, но пьеса была веселой и увлекательной. После окончания представления слышались аплодисменты, и люди начали расходиться.

Наш человек тоже повернул было назад, но кто-то несмело притронулся к его плечу. Это была главная героиня пьесы, старушка-клоунесса. Она стала расспрашивать его о том, понравился ли ему спектакль, доволен ли он актерами. Но человек не захотел вести беседу и, брезгливо отвернувшись, пошел домой.

Одним осенним дождливым вечером наш герой спешил домой со дня рождения друга. День выдался тяжелым, и он мечтал поскорее принять ванну и уснуть в теплой мягкой постели.

Вдруг он услышал чье-то приглушенное рыдание. Это плакала женщина.

Она сидела на лавочке у дома нашего героя. Она была одна, без зонта, и только капюшон легкой курточки спасал ее от холодного дождя. Заметив нашего героя, она обратилась к нему за помощью. У нее случилось что-то в семье, и ей очень хотелось поговорить с кем-то по душам.

Человек задумался, перед его взором предстали ванна и постель. Он пробормотал, что ужасно занят, и поспешил в подъезд.

Этот человек прожил несчастливую жизнь. И умер. Попад на небеса, он встретил своего ангела-хранителя.

– Ты знаешь, я прожил совсем несчастную и никчемную жизнь. У меня были три мечты, но ни одна из них не сбылась. Как жаль...

– Хм... Друг мой, я сделал все, чтобы все твои мечты воплотились в жизнь, но для этого тебе нужно было всего лишь раз подать руку, открыть глаза и согреть сердце.

– О чем ты?

– Помнишь человека, упавшего на скользкой зимней дороге? Я сейчас покажу тебе эту картину... Тот человек был генеральным директором фирмы, в которую ты так хотел попасть. Тебя ждала головокружительная карьера. Все, что от тебя требовалось, – подать руку.

Помнишь старую клоунессу, которая после уличного представления подошла к тебе с вопросами? Это была юная красавица актриса, которая влюбилась в тебя с первого взгляда.

Вас ждало счастливое будущее, у вас были бы дети, неугасающая любовь. Все, что от тебя требовалось, – открыть глаза.

Помнишь плачущую женщину возле твоего подъезда? Был дождливый вечер, она насквозь промокла от дождя и слез... Это была известная писательница. Она переживала семейный кризис, и ей очень нужна была душевная поддержка. Если бы ты помог ей согреться в своей квартире, выслушал и утешил, она написала бы книгу, в которой рассказала бы об этом случае.

Книга прославилась бы на весь мир и ты вместе с ней, так как на главной странице писательница указала бы имя того, кто поддержал ее в трудную минуту.

Все, что от тебя требовалось тогда, – лишь небольшая искра твоего сердца. Ты был невнимателен, мой друг.

Человек вздохнул и пошел по лунной дорожке в звездную даль...

Рассказав притчу, можно сделать вывод:

Мы очень часто встречаемся с возможностями, которые могут изменить нашу жизнь, но не замечаем их и проходим мимо.

В следующей главе мы более подробно рассмотрим, как использовать истории для убедительного воздействия на потенциальных клиентов и партнеров.



Домашнее задание:

1. Начните собирать и записывать понравившиеся вам анекдоты, притчи, высказывания, которые вы сможете использовать для своих выступлений.

Глава 2

MLM-бизнес историй

MLM-бизнес историй. Эта фраза звучит на семинарах, на тренингах, но большинство дистрибьюторов не понимают, зачем нужны такие истории. А истории – это мощный инструмент любого выступления.

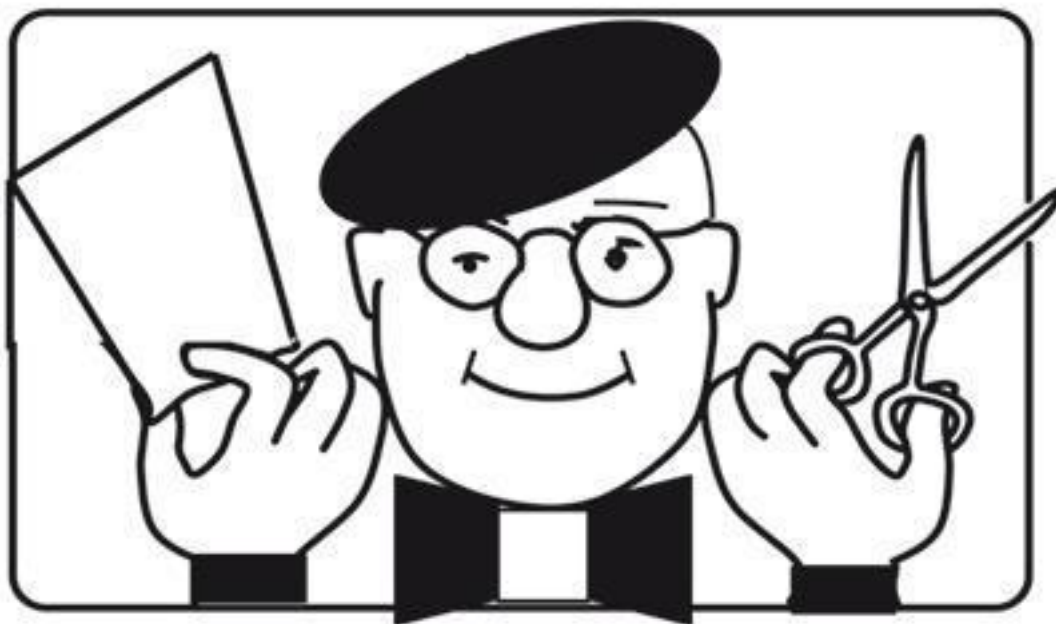
Откуда их брать? Как правильно составлять?

На эти и многие другие вопросы я отвечу в этой главе.

Зачем нужны истории в MLM

Истории – это отличный способ манипулирования людьми. Основан он на том, что люди очень любят слушать различные истории. С их помощью можно склонять людей к различным действиям: подписанию контракта, покупкам и т. д.

Истории помогают превратить скучную презентацию в интересную и продающую.



Сетевик – это профессия. Любой профессии надо учиться. Во всех компаниях существует своя система обучения для новичков и для лидеров. Если на школах говорить только скучные фразы о том, что надо делать, то они будут неэффективны. Для того чтобы они были интересными, эмоциональными, а самое главное, результативными, необходимо теорию разбавлять историями из жизни.

Истории – это яркие картинки, которые легко запоминаются и воспроизводятся. Часто запоминается вся история, а иногда – кусочек, который вырезала ваша память, его потом можно успешно применять на презентациях.

Вот такую историю я сохранила в своей памяти после одного из мероприятий. Рассказывала ее лидер, но она касалась первого года ее работы в MLM. Лидера звали Наталья.

Приглашая в сетевой бизнес, часто обещают свободный график работы, но при этом умалчивают, что он может быть не менее напряженный, чем на любой другой работе.

Это часто вызывает недовольство близких, они начинают возмущаться.

Однажды Наталья поздно вернулась с работы. У нее были дети – двойняшки 11 лет.

По дороге она купила пельмени, быстро их сварила и позвала детей за стол. И вдруг сын заявил, что он не хочет есть магазинные пельмени, а хочет домашних котлет.

Наталья сначала растерялась, а потом задала вопрос:

– Сын, а тебе нужна мама-кухарка или мама-звезда, которая пытается сделать все, чтобы ваша жизнь изменилась?

Сын молча сел за стол, и больше таких заявлений она от детей не слышала.

Истории должны показывать выгоду, мотивировать, продавать.

Эту историю я прочитала как-то в Интернете, она произвела на меня благоприятное впечатление:

На одной из школ «Продажи по телефону» на сцену вышла лидер и сходу заявила: – В прошлом месяце я заработала 1000 долларов, сидя на диване!

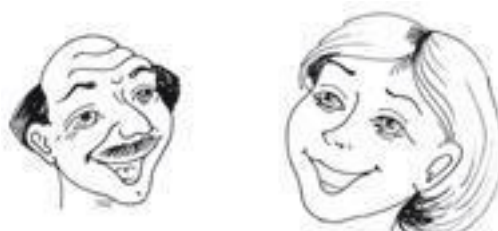
И дальше она стала рассказывать о том, как она делает по 20 звонков в день своим клиентам. Она рассказывает им о новинках. Сообщает о скидках. Спрашивает их о том, как у них идут дела, что они используют из продукции, что не используют.

И каждый раз она добавляла, что делает это, сидя на диване.

Все слышали не то, как много она делает звонков. Не то, как она умело работает с клиентами. Все слышали ВЫГОДУ! Все это можно делать, СИДЯ НА ДИВАНЕ!

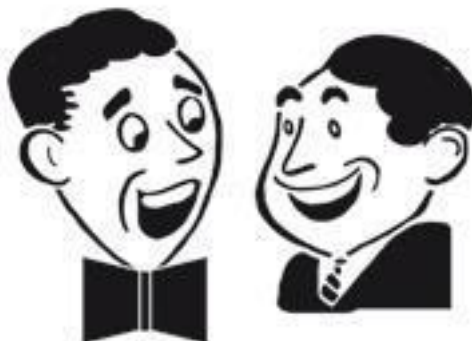


Истории помогают привлечь внимание во время выступления. В начале выступления для привлечения интереса можно использовать анекдоты, которые будут соответствовать теме выступления. Приведу несколько таких анекдотов.



1. Едет дистрибьютор в метро, видит предполагаемого клиента килограммов на сто пятьдесят и думает, как к нему подойти и что сказать.

Клиент в этот момент поворачивается к нему, а на груди значок с надписью: «Хочешь умереть? Спроси, хочу ли я похудеть.»



2. У приезжего иностранного лидера сетевой компании российские дистрибьюторы после его блестящей презентации спрашивают:

- А какая, Смит, ваша любимая книжка?**
- Чековая, – отвечает тот не задумываясь.**



3. Встречаются две подруги:

- О, как классно ты выглядишь! Как тебе это удается?**
- Это все благодаря новому продукту.**
- А как ты его принимаешь?**
- Не в этом дело. Я его продаю.**

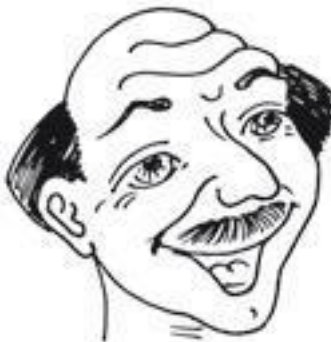
ВАЖНО: притчи, истории, различные примеры, тематические анекдоты, отзывы всегда необходимо готовить заранее.

Со временем вы приобретете профессионализм, у вас в арсенале будет много различных историй, и вы сможете их вкраплять в свои выступления без подготовки.

Особое место среди историй занимают истории-биографии. У вас должны быть заготовлены истории вашей компании, ваша собственная, вашего спонсора, партнеров.

Все истории должны быть реальными, невыдуманными. Нельзя использовать ложь в историях, она всплывет, и вы потеряете доверие. Но возможны какие-то недоговоренности, к которым потом можно вернуться. Надо учитывать обстоятельства, они могут сработать на данный момент.

Лучшим примером такой истории является анекдот, который я прочитала в рассылке.



Абрам искал себе съемную квартиру. Но как только арендодатели узнавали, что у него шесть детей, то сразу же ему отказывали. После очередного отказа Абрам говорит жене:

– Сара, сходи, пожалуйста, на кладбище, наведи порядок на могиле родителей. Дети тебе помогут.

Сара взяла детей и ушла на кладбище. К вечеру Абрам снял квартиру. Жена спрашивает:

– Как же у тебя это получилось?

– У меня спросили, велика ли моя семья. Я сказал, что была большая, но жена и шестеро детей сейчас на кладбище.

Вы должны отточить, отрепетировать историю, показав ее окружающим с той стороны, с которой вам выгодно и интересно. Особенно это касается ваших личных достижений и достижений вашей компании.

История-биография – необходимый атрибут ваших выступлений. Она должна быть продумана и заготовлена так же, как визитка в вашей сумочке. Всегда кто-то приходит неожиданно, и если у вас есть такие визитки, то вы их можете достать в любой момент, предъявить, и все будут довольны.

Продающих биографий вашей деятельности может быть несколько. Например, может быть история по бизнесу, истории по результатам использования продукта. Для предполагаемых клиентов вы будете делать акцент в биографии на одно, для предполагаемых партнеров акцент будет на другое. Примеры таких историй из моей копилки смотрите в Приложении.



Домашнее задание:

1. Запишите биографию вашей компании.
2. Запишите вашу личную историю-биографию.
3. Запишите истории-биографии вашего спонсора и ваших партнеров.

Какие истории нужны в МЛМ

МЛМ – это бизнес дубликации. Есть конкретные шаги, которые проходит каждый дистрибьютор.

Если на каждом шаге умело использовать истории, то ваша эффективность будет увеличиваться.

Нужны следующие истории:

Об успехе. Они помогают рекрутировать новичков и мотивировать партнеров.

Для презентации бизнеса.

О продукции. Нужна продающая история по каждому продукту, который вы собираетесь продавать. Важно чтобы истории показывали выгоду клиента.

Предупреждающие и закрывающие возражения. Рассказывая такие истории, вы убережете многие возможные возражения.

О работе в регионах. Эти истории дают надежду: «У них получилось, и у меня получится».

О работе на «холодных контактах». Истории-подсказки. Где брать «холодные контакты»? Как звонить? Как с ними работать?

О результатах. Отзывы о продукции и результаты по бизнесу, по продажам, по приглашениям.

О работе в социальных сетях. Дают уверенность в том, что этот метод работает и его надо осваивать.



У меня есть в запасе история-отзыв о каждом продукте. История, которая помогает клиенту верить, что он сможет справиться со своей проблемой. Истории для определенной целевой аудитории. Это так называемые «кейсы из жизни».

Больше всего вызывают доверие у слушателей ваши кейсы из жизни, или ваших партнеров, или ваших клиентов, то есть тех, кто находится под вами. Вы можете использовать и заемные кейсы, но к ним уже будет меньше доверия. Важно, чтобы в них не было вымысла. Истории из жизни надо, конечно, обрабатывать, придавать им интересный и захватывающий сюжет. При этом в них не должно быть выдумки.

Вот одна из таких историй:

В офис пришла пожилая женщина и попросила показать ей наколенники. Женщине было 84 года. Она рассказала, что уже покупала наколенники у своей соседки. Она раньше не могла спускаться по лестнице. А теперь сама ходит в магазин, в аптеку и вот даже до офиса нашего смогла добраться.

А зачем вам вторые наколенники? – спросила я.

И получила ответ:

– А я тоже хочу зарабатывать. На лавочках много бабушек сидят. У всех коленки болят. Буду рассказывать свою историю и показывать им наколенники. Продам одни, за другими приду.

Так в 84 года она занялась бизнесом, сидя на лавочке у подъезда. И хотя всю жизнь эта женщина проработала в «скорой помощи», у нее просто оказался дар продавца.

Если ей говорили, что нет денег, то она предлагала скидку. Кому-то обещала подарок, который она получала бесплатно от компании. А кого-то просто подталкивала к покупке тем, что предупреждала, что через три дня цена повысится.

Однажды я задала ей вопрос:

– Где вы научились технике продаж?

Она улыбнулась и сказала, что очень любит смотреть передачу «Магазин на диване». Кто-то там покупает товар, она же черпала идеи для своего бизнеса.

За лето ее бонус составил 18 тысяч рублей, а сколько она заработала на продажах, история умалчивает.

Эта женщина очень умело использовала свой результат, чтобы закрыть боли других людей. Она им продавала то, что могло решить их проблему. Она не только знала свою целевую аудиторию, но и смогла ее найти.

Люди с удовольствием покупают волшебные истории решения их проблем. А потом уже они покупают продукт, услугу, бизнес и все остальное.



Домашнее задание:

1. Запишите несколько историй из вашей жизни.
2. Запишите несколько историй из жизни ваших партнеров.

Примечание. Истории могут быть как по успеху в бизнесе, по каким-то навыкам, так и по результатам использования продукта.

Где брать истории

Для начала заведите большую толстую тетрадь, в которую вы будете записывать истории. Можете использовать диктофон. Потом в любом случае запишите историю в тетрадь.

В тетради сделайте удобное для вас структурирование всех историй. Создайте разделы историй:

- 1) успех в бизнесе;
- 2) технологии, которые дают результаты;
- 3) результаты по продукту.

Начните с себя. Запишите свою историю.

Если вы новичок, то запишите, как вас пригласили в МЛМ, что конкретно сработало, что было самым важным фактором в принятии решения.

В 2004 году, когда я пришла в сетевой бизнес, у меня еще не было истории успеха. Я рассказывала о том, как я пришла в этот бизнес.

Мой спонсор рассказывала мне о том, что можно зарабатывать в сетевом маркетинге. Я не услышала в этом предложении выгоды для себя, потому что для входа в этот мифический для меня бизнес нужно было купить продукции на 300 долларов.

А ровно через две недели врач-невропатолог в областной больнице мне сказала, что БАДы этой сетевой компании нужны моему сыну. Она не предложила мне их купить, она сказала:

– Найдите БАДы этой компании. Они помогут вашему сыну.

В этом предложении я услышала решение основной моей боли на тот день – это здоровье моего сына. Я позвонила своему наставнику и купила БАДы на 300 долларов. На здоровье сына я деньги нашла. А через две недели мой сын, у которого постоянно болела голова, сказал:

– Вот теперь я знаю, как голова не болит.



Записывайте все ваши личные результаты по продукту. Собирайте результаты ваших близких и ваших клиентов.

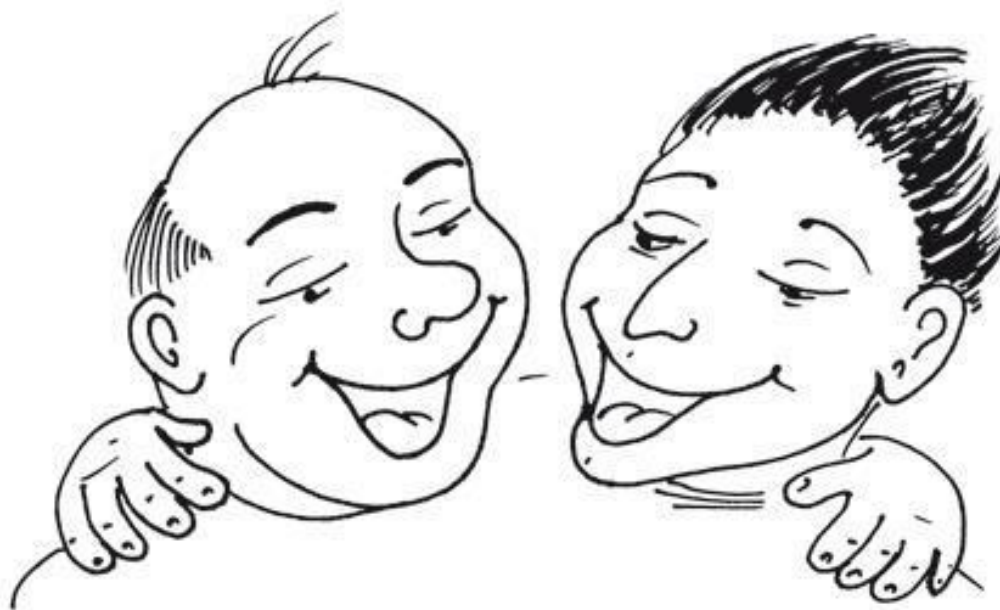
Запоминайте или лучше сразу записывайте истории, которые вы слышали на презентации, мероприятии, семинаре, тренинге, вебинаре.

Сохраняйте истории, которые вас зацепили на блогах, в видеороликах, в соцсетях. Собирайте истории из книг и журналов.

Узнайте истории успеха лидеров вашей компании. Запишите их себе.

Собирайте мотивационные мультфильмы, фрагменты художественных фильмов.

Ежедневно уделяйте 30 минут в день для того, чтобы пополнять свою копилку анекдотов и притч.



Вот такой анекдот можно использовать для того, чтобы показать, что в МЛМ могут работать все: и бывшие отличники, и бывшие двоечники.

Встречаются бывшие одноклассники, один был в школе отличником, другой – двоечником. Отличник – худой, оборванный, двоечник – в костюмчике от Версачи, на 600-м Мерсе.

Отличник:

– Слушай, Вася, говорят, ты бизнесменом стал? Но как ты деньги-то считаешь, у тебя в школе по математике одни двойки были.

– Да все просто: покупаю за 2 доллара, продаю за 4, вот на эти 2 процента и живу!

Чтобы показать, что в МЛМ можно исполнить все свои желания, подойдет такой анекдот.

Успешный сетевик (высшего ранга в своей компании) на берегу реки забрасывает удочку и вдруг вылавливает Золотую рыбку. Полюбовавшись ее красотой, бросает обратно в воду. Через мгновение рыбка выныривает и, с сильным удивлением, человеческим языком спрашивает:

– А три желания????

На что сетевик отвечает:

– Ну так загадывай!

И еще анекдот о том, что информацию можно давать везде.

В суде идет процесс. Судья спрашивает подсудимого:

– Ваша профессия?

– Сетевик.

– Сержант, вставьте ему кляп, а то он тут всех соблазнит.

Вы собрали истории. А что с ними делать дальше? Каждую историю надо правильно составить, то есть обработать по определенным правилам. И еще надо научиться правильно рассказывать истории. Уметь найти такое место для каждой истории, чтобы она сработала эффективно. В этой книге вы прочитаете много историй. Я надеюсь, они вам помогут разобраться в сетевом бизнесе, влюбиться в него и правильно его развивать.



Домашнее задание:

1. Возьмите за правило записывать услышанные истории, анекдоты, притчи на диктофон.
2. Прослушивайте и записывайте понравившиеся истории в блокнот.
3. Подумайте, как и где вы можете их использовать.

Как правильно составить историю

Составлению историй надо учиться. Необходимо уметь сочинять истории, которые заставляли бы слушателя сначала заплакать, а потом радоваться. Сочинять – это не значит придумывать и фантазировать. Просто реальные истории надо рассказать не в двух словах, а с уточняющими деталями, которые вызовут эмоции у слушателя.

Схема, по которой можно составить историю:

- ◆ как все было плохо;
- ◆ что-то сделал;
- ◆ как все стало хорошо.

Например: *У девочки по имени Надя были прыщи. Мама купила ей новое средство от прыщей. Теперь у нее ровная и красивая кожа.*

Вроде бы все сделано по схеме, но такая история вряд ли продаст новое средство от прыщей.

А давайте попробуем эту историю наполнить подробностями.

В маленьком городке на Волге жила девочка Надя. У нее была проблема, которая мешала ей жить, общаться со сверстниками.

Страшная угревая сыпь покрывала все ее лицо. Надя даже отказывалась фотографироваться с классом. Она боялась, что все будут показывать на нее пальцем.

Она обращалась к врачам, но они ей не помогли. Косметических салонов в городе не было. Мама Нади не знала, чем ей помочь.

И вот однажды мама поехала в командировку и в поезде познакомилась с женщиной, которая листала каталог. В нем она увидела картинку, на ней была фотография девочки, которая избавилась от прыщей. Мама заговорила с соседкой, и та ей рассказала, что есть эффективное средство от прыщей.

Мама его сразу купила. По счастливой случайности оно оказалось у соседки в чемодане.

Надя стала использовать это средство. И уже через два дня ее прыщи стали исчезать. А через два месяца не осталось ни одного прыща.

Теперь Надя свои фотографии выкладывает в Инстаграм. А вчера на школьном конкурсе «Мисс Весна» она стала победительницей.

После такой истории ваше средство от прыщей захотят купить все.

Для составления этой истории мы использовали простую схему.

Она может быть и усложненной:

- ◆ как все было хорошо;
- ◆ что-то случилось;
- ◆ как все стало плохо;
- ◆ что-то случилось;
- ◆ как все стало хорошо.

Подобные схемы применяются не только в МЛМ. Их используют в сказках, в фильмах, особенно в мелодрамах. Вспомните Катерину из фильма «Москва слезам не верит» и ее кульминационную фразу: «Теперь я точно знаю, что в сорок лет жизнь только начинается».

Смотрите фильмы с целью использования фрагментов для своей работы. В фильмах можно научиться продажам, приглашениям, мотивации.

Желательно использовать сказки. Важно, чтобы после рассказа можно было сделать вывод в соответствии с задачей выступления. Можно рассказать, как происходят изменения в жизни Настеньки из фильма «Морозко», или историю Золушки.

Можно очень много идей взять из рекламы. Читайте рекламу в метро, на стендах, смотрите по телевизору. Главное – понять, как вы можете применить тот или иной слоган из рекламы для себя. Или как использовать схему рекламных роликов для своего бизнеса.

Универсальная реклама, которая актуальна для любой сетевой компании, – это реклама про прыщи.

– *У вас прыщи? (выявляем боль).*

– *Над вами смеются одноклассники? (обострение проблемы).*

Дальше необходимо дать надежду, и здесь может быть у всех разный продукт: мыло, лосьон, крем.

Важно историю закончить призывом к действию.

Итак, история составлена. Пока она находится в вашем блокноте или тетради, она работать не будет. Надо научиться ее рассказывать.



Домашнее задание:

1. Запишите для себя слоганы из рекламы, которые вы можете использовать.
2. Начните составлять список фильмов, фрагменты которых вы будете использовать.

Как правильно рассказать историю

Сейчас мы будем говорить не об ораторском мастерстве, а о том, как рассказывать истории, когда их рассказывать и зачем рассказывать.

Ваша история должна быть уместной, и соответствовать теме вашего выступления. Если вы проводите обучения по рекрутингу, а историю рассказываете о продажах продукта, вряд ли она сработает.

История должна быть правдивой. Выдуманные истории не работают. Кроме того, если вас уличат во лжи, то вы навсегда потеряете доверие.

Однажды на презентации я услышала такую историю, которую рассказал новичок.

У меня были проблемы с деснами. Я стал применять новую зубную пасту, которая появилась у нас в компании. И сейчас мои десны не кровоточат.

Этой истории никто не поверил. Все знали, что он недавно сделал операцию на деснах. В результате никто не купил зубную пасту.

Не сочиняйте фантастических результатов: хвост отвалился, рога выросли, скинул за один день 20 кг и т. д.

Рассказывайте о себе только позитивные истории.

Если история негативная, рассказывайте ее от третьего лица.



Рассказывайте так, чтобы у слушателя перед глазами возникала картинка.

Включайте в историю конкретные детали: имена героев, место, где это происходило. Выделите ключевые фразы.

Ваша история должна быть эмоционально вкусной.

Я часто провожу конкурсы на лучшие истории и отзывы о продукте.

И вот однажды мне прислали две истории, я даже не сразу поняла, что это истории об одном и том же результате. Они были настолько разные!

Первую рассказал новичок, который услышал ее на презентации.

У нас в городе произошла такая история. У мужчины ночью случился инсульт. Его отвезли в больницу.

Его жена Наташа была в панике. Она позвонила подруге, и та продала ей нашу продукцию.

Наташа спросила разрешения доктора на применение продукции. Доктор дал согласие. Он вообще не верил, что пациент выживет.

А сейчас муж Наташи уже дома, он сам ходит в магазин и помогает ей по хозяйству.

Неплохо для новичка. Но когда я читала историю, которую мне прислала лидер этой структуры, то я просто плакала и радовалась тому, что у нас такой замечательный продукт.

Именно в таком виде я ее разместила на блоге.

Я четко знаю, что наша продукция не просто помогает сохранять здоровье, но иногда и жизни спасает. Но каждый случай уникален. Меня поразил рассказ Натальи:

«Вечером, пообщавшись с мужем по телефону и построив планы на предстоящее путешествие, которое должно было состояться через неделю, в хорошем настроении легла спать.

Муж лежал на обследовании в больнице. Ничто не предвещало беды.

Но вдруг раздался телефонный звонок. Звонили из больницы и сообщили, что у мужа случился обширный инсульт и вероятность выживания – 50 на 50.

Если даже и выживет, то надо приготовиться к худшему. Ему пророчили жизнь овоща и постельный режим.

В минуты отчаяния я поделилась своим горем с подругой, и она мне рассказала про новую продукцию в компании, в которой она работала. Там были случаи, когда с помощью этой продукции людям удавалось восстановиться после инсульта.

Рассказала она мне это вечером, я всю ночь сидела в Интернете, прочитала все отзывы и все рекомендации.

А когда прилегла, мне приснился сон, что я держу продукт в руках, он уже мой, и мне не хочется его отдавать.

На следующий день я поехала в офис к открытию. И менеджер рассказала мне все, что знала, и посоветовала продукцию, хотя гарантировать она мне не могла, что случится чудо и мой муж вернется к обычной жизни.

Но интуитивно я чувствовала, что этот продукт мне просто необходим.

Пока муж был в реанимации, продуктом пользовалась я сама и получила колоссальный заряд энергии, все мои мысли и чувства пришли в порядок. Мне стало намного спокойней, появилось чувство уверенности, что мы сможем победить этот недуг и у нас все будет замечательно.

Когда мужа перевели в палату, я по совету менеджера старалась применять продукт как можно чаще. Результаты не заставили себя долго ждать. Даже врач удивился такой положительной динамике и посоветовал продолжать дальше.

Через неделю после реанимации, когда я наклонилась к мужу поправить одеяло, он сказал:

– Ну что, соскучилась?

И предложил не уходить домой, а остаться с ним на ночь. Видимо, выиграли гормоны, хотя на те места я ему не прыскала.

Прошло уже около четырех месяцев с момента всего происшедшего, мы не отчаивались. Продолжаем использовать продукцию. Дополнительно ходим на зарядку, делаем массаж.

На данный момент муж ходит 60 метров без палочки самостоятельно. Дали вторую группу инвалидности.

А через месяц мне прислали продолжение этой истории.

Муж Наташи стал выходить на улицу. Сам ходит в магазин, покупает продукты. Ездит в общественном транспорте. А вчера он вызвал такси. Посадил в машину жену. Привез ее в магазин и купил ей норковую шубу.

Необходимо научиться рассказывать одну и ту же историю в разных вариантах: кратко и с подробностями.

Важно истории, притчи, анекдоты тестировать. Вы можете тестировать истории на близких. Если они вас слушают, а не зевают и не занимаются другими делами, то начинайте эти истории использовать в ваших выступлениях.

Во время выступлений истории тоже надо тестировать. Вы можете интересно рассказать историю только тогда, когда она вам самому интересна. Но не всегда ваши интересы и смех совпадают с интересами и смехом в аудитории.

Вы должны отобрать и оставить в своем арсенале только те истории, которые не дают аудитории отвлечься, которые ее захватывают. Если вы рассказали анекдот, притчу историю, а аудитория не отреагировала, то это тоже хорошо, потому что вы, по крайней мере, это протестировали.



Домашнее задание:

1. Ежедневно 15 минут уделяйте поиску анекдотов, 15 минут поиску притч для ваших выступлений.
2. Тестируйте найденные анекдоты и притчи на близких.
Пополняйте свою коллекцию нужных вам историй, анекдотов, притч.

Глава 3

Эффективные истории на каждый день для новичков и их наставников

Основная ошибка, которую допускают новички

Эту историю я услышала на мероприятии. Это было в первый год моей работы в сетевом бизнесе. На сцену вышла женщина и начала рассказывать. Я даже помню ее имя. Ее звали Галина.

До 50 лет она работала контролером на заводе. Но начались трудные 90-е годы, она попала под сокращение, и пришлось открыть свой бизнес. Занималась челночным бизнесом. Привозила из Польши трикотаж и продавала его на рынке.

И вот однажды пропали контейнеры с трикотажем, и остался долг 40 тысяч \$.

Для того, чтобы отдать долг, она продает квартиру и переходит жить к дочери.

И на старых «Жигулях» начинает «бомбить» ночную Москву.

Однажды ночью к ней в машину сел молодой мужчина и задал вопрос:

– Женщина, а вам не страшно?

– А чего бояться? Мне 50, машине 20.

– А вы не хотели бы изменить свою жизнь?

– Уже пробовала, не получилось.

И поведала она ему свою историю.

И тогда он рассказал ей о MLM-бизнесе. Где не надо думать, какой товар продавать, как его привезти, как упаковать, как продать. Надо просто уметь рассказывать о товаре так, чтобы все захотели его купить.

И каждый человек может выбрать три возможности: стать просто клиентом и покупать товар со скидкой, стать партнером и зарабатывать на разнице розничной и партнерской цены или нести информацию людям и находить тех, кто хочет строить бизнес, ведущий к пассивному доходу.

Они доехали до нужного места, мужчина оставил ей визитку и вышел.

Было уже утро. Она доехала до дома. Поставила машину на стоянку. Вошла в подъезд. Лифт еще не работал. Она стала подниматься по лестнице и сунула руку в карман. Визитка напомнила ей о молодом человеке и о новой возможности изменить свою жизнь.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.