

БИЗНЕС - КЛАСС

СЕРИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РУКОВОДСТВ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Пинюжен Ю. В.

**РУКОВОДСТВО КОНСУЛЬТАНТА
ПРЯМЫХ ПРОДАЖ**



Юрий Валентинович Пинкин

Руководство консультанта прямых продаж

авторский текст
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=165591

Аннотация

В данной книге автор попытался показать обычные вещи под нестандартным углом зрения, систематизировать знания, которые известны каждому человеку, но скрыты под спудом общественного мнения и бытовой рутины. «Необходимо вырваться из комы заученного мышления» – таков лейтмотив этой книги.

Рассчитана как на профессионалов своего дела, так и на людей, желающих войти в один из самых перспективных секторов рынка и просто изменить свой стиль жизни.

Содержание

ОТ АВТОРА	4
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	5
ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ НА ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ	7
ПРЕДИСЛОВИЕ	8
ГЛАВА 1. АКТИВНАЯ ЖИЗНЕННАЯ ПОЗИЦИЯ	9
ГЛАВА 1.1 КОЛЛЕКТИВНОЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ	9
ГЛАВА 1.2 ВЕЧНАЯ МИФОЛОГИЯ	10
ГЛАВА 1.3 КОРПОРАТИВНЫЙ РЭКЕТ	12
ГЛАВА 1.4 ЗАКОН ТВОРЧЕСКОГО ИМПУЛЬСА	13
ГЛАВА 1.5 СЕВЕРНЫЙ ВЕТЕР СОЗДАЛ ВИКИНГОВ	15
ГЛАВА 1.6 ПОМОГИ СНАЧАЛА СЕБЕ	17
ГЛАВА 2. ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	18
ГЛАВА 2.1 ШКОЛА ВКЛЮЧЕНИЯ	18
ГЛАВА 2.2 РЕКОМЕНДАЦИИ НАЧИНАЮЩЕМУ КОНСУЛЬТАНТУ	19
ГЛАВА 3. СИСТЕМА ПОСТАНОВКИ ЦЕЛЕЙ	22
ГЛАВА 3.1 РАБОТА С ЦЕЛЬЮ	23
ГЛАВА 3.2 МОИ КОНКРЕТНЫЕ ЦЕЛИ	24
ГЛАВА 3.3 ЕСЛИ У ТЕБЯ НЕТ ЦЕЛИ, ТО...	25
ГЛАВА 4. НАПРАВЛЕННОСТЬ ДЕЙСТВИЙ	26
ГЛАВА 4.1 ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ	27
ГЛАВА 4.2 ОСОЗНАНИЕ И НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМЫ	30
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Юрий Пинкин

Руководство консультанта прямых продаж

ОТ АВТОРА

Этот курс обучающей программы явился результатом многолетней практической работы автора данного пособия, как в традиционном бизнесе, так и в структурном. Применение курса на практике показало его эффективность при работе с представителями различных направлений бизнеса.

Автор подходит к работе консультантов именно как к бизнесу, предполагая, что консультанты осуществляют свою деятельность в целях удовлетворения потребностей людей, а значит, и в целях удовлетворения своих потребностей через получение прибыли.

Любые консультанты действуют, осуществляя контакты и продвигая информацию, то есть работают в бизнесе коммуникаций. Поэтому им необходимо понимание основ и самой сферы работы, и этико-психологических аспектов деятельности, и менеджмента как искусства управления собой и клиентом, и других важных знаний, которые должны быть трансформированы в навыки и умения.

Информирование консультантов обо всём вышесказанном и помощь им в формировании и развитии рабочих качеств является одной из основных целей курса.

Автор выражает глубокую благодарность всем людям, встретившимся на жизненном пути и помогшим в своём становлении.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Предлагаемая вашему вниманию книга написана нешаблонно, читается с интересом. Она нужна как человеку, только знакомящемуся с основами бизнеса, так и профессионалу.

Ценным в данном пособии является концепция высокоэффективного человека. Обычно работы такого рода, прежде всего, показывают особую роль экономического субъекта в мире вещей и машин. Здесь же мир бизнеса – это мир живых людей, а сообщество производителей – это сложные социально-психологически организованные миры.

Управление мотивами, интересами одного человека как единицы в бизнесе – это сложный процесс, но несоизмеримо сложнее психология социума, бизнесколлектива. И именно это находится в центре внимания курса.

Другой центр внимания – потребитель. Умение работать с клиентом – основа высокоэффективной деятельности любого участника современного рынка. И знание психологии здесь – ключ к успеху.

Экономическая психология – это то, что присутствует в данной работе панорамно, представлено в разных аспектах практической деятельности. В этом плане работа имеет большую практическую ценность для менеджеров всех уровней и экономистов.

Кандидат экономических наук, доцент С.А. Чернов.

Эта книга интересна тем, кто заинтересован в формировании в нашей стране культуры предпринимательства, получения необходимых знаний психологических закономерностей, которые позволят регулировать и строить отношения с людьми, глубже понимать и оценивать мотивы поступков окружающих. Ведь современный рынок предъявляет повышенные требования к качеству психологической подготовки специалистов.

Необходимость таких знаний обусловлена постоянным обновлением и расширением запросов граждан нашего общества. Учебные заведения до сих пор не готовят в должной мере специалистов, специализирующихся в области психологии бизнеса, что приводит к необходимости набирать эти знания буквально «на ходу». Сейчас все чаще звучит потребность привлечения в гражданский процесс профессионалов в качестве экспертов и консультантов различных секторов рынка.

Цель этой книги состоит в том, чтобы донести до читателя комплексные представления о формировании навыков и умений решения социально-этических и профессионально-психологических задач в ходе осуществления практической деятельности. А также формирования представления о сущности правоприменения организации работы, расширении эрудиции и углублении практической подготовленности будущих специалистов.

Психолог, юрист Т. Г. Чебоньян

Если Вы хотите стать лучшим, то обязательно прочитайте эту книгу. Но сначала, нужно убедить себя, что это нужно! И метод аутотренинга «я хочу быть лучшим, я буду лучшим», здесь не подойдет, хотя и это тоже не будет лишним.

Главное нужно понять, что цель – это стремление, средство – это способности, результат – это смысл.

И все это можно найти в этой книге, в которой сложные проблемы раскрыты доступно и просто для каждого, кто хочет быть лучшим. И тогда Вы сможете, что самое важное для менеджера (читай управленца) принимать самостоятельно решения по Вашим задачам и проблемам, предлагать решения по задачам и проблемам Вашего предприятия, Вашей ком-

пании. А это будет только началом, так как путем тщательной подготовки можно улучшить качество решения и уменьшить возможность ошибок.

И Вам скажут спасибо, что Вы исключили необдуманные, слепые, эгоцентрические, «гениальные» (читай только по вдохновению или интуитивно), самодовольные, глупые и упрямые решения. Конечно, ошибки будут, но задачи, в том числе, и этой книги, свести их к минимуму.

Итак, берем острозаточенный карандаш, открываем книгу и читаем ее, помня, что имеются поля для Ваших восклицательных знаков и вопросов.

кандидат философских наук, действительный член-корреспондент Академии Гуманитарных Наук г. Санкт-Петербург

И.В. Волковиский

ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ НА ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ

От всей души благодарю за прекрасную работу. Ваша книга **«Руководство консультанта прямых продаж»** потрясла меня. Меня трудно удивить новой информацией на эту тему. Но эта высший пилотаж. Кратко, четко, лаконично, абсолютно понятно всем страждущим, и, главное, вовремя.

Во время чтения новые идеи сыпались как из рога изобилия. Вы обладаете великим даром проникать в самую суть вещей.

Позвольте Вас крепко обнять.

nik: nadnika

Приобрела Ваше **«Руководство консультанта прямых продаж»** в Интернет-магазине, вдвое переплатив за доставку – и не пожалела ни одного потраченного рубля.

Книга прекрасная, именно то, что надо человеку, решившему не просто встать на путь *консультанта прямых продаж*, но и чего-то на этом пути добиться.

Подкупают четкость изложения, компетентность, юмор, тонкий, временами настолько, что вроде и не видно, только чувствуется. А самое главное – никаких соплей и жевания, и рекомендаций к этим соплям.

Расшифровываю: возможно, мне просто не везло, но **90% презентаций** на *«холодную»* аудиторию, на которых мне доводилось присутствовать, были рассчитаны не на нормальных людей, а на маньяков. Я называю их – «пионерское собрание».

Человек, способный к серьезной работе на *сетевом рынке*, может ли купиться на подобное: скандирование лозунгов, слезливые признания в любви к благодетельствовавшей их компании, интервью о том, как «еще вчера Имярек собирал по помойкам бутылки, а сегодня он приехал к нам на Мерседесе» (не иначе, как найденном на той же самой помойке, судя по внешнему виду).

Лично я планирую работать с более-менее умными людьми, а такие люди полны скептицизма. Их не купишь на дешевку, им нужны ну конечно не поток цифр и мудреных слов, но реальность, на которую они могут рассчитывать, а также то, почему эта реальность может быть для них привлекательна.

В качестве источника информации для подобных *презентаций*, а еще – последующих семинаров. Ваша книга – ТО, ЧТО ДОКТОР ПРОПИСАЛ.

Уже подумываю – не взять ли мне Вашу книгу оптом, не благодетельствовать ли окружающие массы по разумной цене?

Вот так. Еще раз спасибо за отличную книгу, надеюсь, она не единственная и не последняя.

С капиталистическим приветом из самой глубокой провинции

nik: s_molochko

ПРЕДИСЛОВИЕ

На современном рынке складывается ситуация, когда брать «готовых» специалистов просто негде: выпускники вузов абсолютно не готовы к реальной работе, а немногочисленные профессионалы знают себе цену и соглашаются поменять работодателя только в случае значительного увеличения компенсационного пакета. Именно поэтому все больше передовых компаний и предприятий делают ставку на развитие существующего персонала.

Все меньше и меньше руководителей задают вопрос: «Что толку, если я обучу сотрудников, затратив на это свои средства, а они потом уволятся?». Все чаще говорят: «Что будет, если я **не** обучу сотрудников, а они потом останутся работать?».

Часто благие начинания отдельно взятых директоров по персоналу оканчиваются ничем только из-за того, что линейные менеджеры считают обучение исключительно функцией **HR**-службы, не видят и не понимают своей роли в этом процессе. В силу этого также технический персонал и работников ИТР неадекватно и некорректно оценивают потребности и задачи корпуса менеджеров, которые, по сути, и приносят доход фирме, и, кстати, зарплату вышеназванным специалистам.

Невозможно говорить о пользе обучения, если оно не ведет к улучшению работы компании в целом, то есть не является средством достижения стратегических целей организации. В систему внутрифирменного обучения должны быть привлечены **все** категории работников, а сама система обучения должны быть четко привязана к актуальным целям и потребностям компании.

Вне зависимости, говорим ли мы об обучении одного человека или всех сотрудников организации, о подготовки кандидата на руководящую должность или адаптации новичка, о разовом мероприятии или непрерывном обучении.

Помимо чисто технического повышения своего уровня существуют также и косвенные эффекты обучения – оно повышает лояльность сотрудников, способствует созданию благоприятного имиджа компании, как среди деловых партнеров, так и среди населения региона.

ГЛАВА 1. АКТИВНАЯ ЖИЗНЕННАЯ ПОЗИЦИЯ

ГЛАВА 1.1 КОЛЛЕКТИВНОЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ

Общество культивирует миф о том, что школьные успехи и академические награды, автоматически приносят финансовый *успех*.

Правдой является то, что обычные люди с высшим образованием зарабатывают несколько больше, чем обычные люди со средним образованием. Однако у большинства людей, достигших *успеха*, схоластические достижения играют меньшую роль.

Одним из примеров тому Соичиро Хонда, основатель автомобильной компании, носящей его имя. Его исключили из технической школы. Он говорил: *«Другие ученики запомнили уроки, а я сравнивал их с моим практическим опытом. И я, вероятно, не смогу сдать вступительные экзамены в свою собственную компанию»*.

Студенты-отличники работают на посредственных. Студенты-хорошисты работают за зарплату. **Обычно по средствам живут посредственно.**

В четырнадцать лет один вундеркинд бросил школу и стал чемпионом США по шахматам, в пятнадцать – самым молодым в истории гроссмейстером.

В прежние времена кто-то в шестнадцать лет командовал полком, в тридцать армией, а один в двадцать семь стал премьер-министром.

Эти примеры вдохновляют. Но следует иметь в виду: мужчины этой категории расставались со школой гораздо раньше, а женились, как правило, (если вообще решались на брак) гораздо позже. Заметим, что многие другие, выбрав такой путь – кончили тюрьмой.

Случалось, что за плечами тридцатидвухлетнего генерала десятилетний опыт командования войсками. Увы, этот идеал труднодостижим, ибо безумное количество времени уходит на академическое обучение.

Сегодня не очень многие имеют достаточного вдохновения, чтобы попробовать проверить слова о независимости и последовать за своим *успехом*, а не выслушивать чужое мнение, тормозящее развитие.

ГЛАВА 1.2 ВЕЧНАЯ МИФОЛОГИЯ

– Миф 1-й:

«*Я никогда ничего не продавал*».

– Факт 1-й:

Возможно, что не *каждый* человек может продавать *всё*. Например, не *каждый* может продавать инвестиции.

Но! *Каждый* ребенок может *продавать* (послушание в обмен на конфету). *Вы* можете *продавать*. Мы все рождены, чтобы *продавать*. *Каждый* обладает прирожденным талантом *продавать*.

– Миф 2-й:

«*Нужно быть в достаточной степени подготовленными для того, чтобы овладеть каждым навыком и обладать всеми талантами, которыми должен обладать консультант-профессионал*».

– Факт 2-й:

Но это невозможно! Такого человека не существует!

Секрет успеха не в профессиональной подготовленности, точнее, «натасканности», с технической точки зрения. Мы не должны быть всем для всех. Нам следует быть лишь самими собой, понимать и принимать себя такими, какие мы есть, и использовать это знание для превращения наших сильных сторон в доходный капитал.

Попытки преобразовать свои *слабые* стороны в *сильные* – пустая трата времени. Выявление того, что вы можете делать **ХОРОШО**, и умение воспользоваться всеми преимуществами этих сильных сторон уже является достаточным.

– Миф 3-й:

«*Все продавцы – жадные торгаши*».

– Факт 3-й:

Вокруг нас есть люди, (вы можете быть одним из них), которые при выборе профессии или объекта знакомства ставят тех, кто занимается *продажами*, ниже уборщиков общественных туалетов или подопытных кроликов, используемых для ядерных испытаний.

Перво-наперво, если вы *боитесь*, что на вас могут смотреть под *таким* углом зрения, или если вы *сами* смотрите на себя подобным образом, то весьма трудно будет преодолеть это и вызвать у *других* к себе чувство уважения и доверия.

Ваш *страх* или нелюбовь к этой профессии будут отражаться на эффективности вашей работы.

– Миф 4-й:

«*Я находился в сфере продажи всю свою жизнь – здесь нет ничего, чего бы я ни знал*».

– Факт 4-й:

Считаете ли вы себя *продавцом* или нет, уроки относительно *продаж* невероятно ценны. Это те же самые уроки, которые помогают понять, чего же вы *хотите* от жизни.

То, что срабатывало *вчера*, может не сработать *завтра*, поэтому профессионалы **ДОЛЖНЫ** все время учиться.

Одна из причин того, что одни *могут продавать*, а другие нет, не во врожденной способности *продавать* или случайной удаче, а в том, что одни динамично обучаются этому, а другие нет.

Да, есть и самородки, но их немного. Великих исполнителей обучают и консультируют, доводя до совершенства. А бездомные бродячие торговые агенты, которых не обучали и

которые никогда не осознавали собственных сильных или слабых сторон, часто кончают тем, что умирают от голода, фигурально выражаясь.

Выработке полезных привычек и устранению мифов помогут четыре типа мыслей.

Существует четыре типа мыслей:

- воспоминания о прошлых страданиях, причинённых отсутствием денег;
- мысли о страданиях в настоящем, причиняемые отсутствием денег;
- представления о тех страданиях, которые вы испытаете в будущем, причиной которых будет отсутствие денег, если ваше финансовое состояние не изменится;
- и, наконец, мысли о том, что вас ждет, если вы будете обеспеченным человеком.

ГЛАВА 1.3 КОРПОРАТИВНЫЙ РЭКЕТ

Общеизвестно: *деньги к деньгам*.

Как говорят американские менеджеры: «*самые лучшие сделки достаются богатым, тем, у кого есть деньги, а не тем, у кого их нет*». Но если *нет* больших денег, то все, что могут получить оставшиеся, – это сделки, от которых отказались другие.

Во время учебы в школе учеников наказывают за *ошибки*. Так учат *бояться* делать *ошибки*. На самом же деле люди, которые продвигаются вперед, – это как раз те, кто делает больше всех *ошибок* и учится на них.

Допускать *ошибки* – значит учиться. Мы учимся ездить на велосипеде, падая и поднимаясь, снова падая и снова поднимаясь. Грех – сделать *ошибку* и ничему на этом не научиться.

Если я не буду делать *ошибок* в течение пяти лет, то не стану сообразительнее, чем был пять лет назад. Я всего лишь стану на пять лет старше.

Получение отказа и исправление ошибок = образованию и росту.

Умение принять отказ – это и есть начало образования.

В мире традиционного *бизнеса* превалирует такое отношение к *ошибкам*: если вы совершаете *ошибку*, вас *увольняют* или наказывают как-нибудь иначе. В мире *маркетинга* вас поощряют учиться на собственных *ошибках*, исправлять их и становиться более сообразительными – более зрелыми в ментальном и эмоциональном плане.

В корпоративном мире коммивояжеров, несправляющихся со своей задачей, *увольняют*. Другими словами, они живут в атмосфере *страха* потерпеть *неудачу*, а не в мире, где чему-то *учат*. Вот почему так много людей в корпоративном мире так и остаются *гусеницами*. Да и как может человек взлететь, если он всю жизнь живет в корпоративном коконе, плотно спеленатый *страхом* провала?

Большинство офисных менеджеров среднего звена или преподавателей на экономическом факультете не имеют никакого представления о том, *что* требуется для того, чтобы начать *бизнес* с нуля. Они не были предпринимателями, а всегда *работали на других*. И не имели *никакого представления* о том, *какие* навыки требуются, чтобы выжить в джунглях делового мира, потому что *никогда* в эти джунгли и не заходили. Они всего лишь поменяли одни тепличные условия (школу) на другие, такие же тепличные условия (службу в больших корпорациях). Эти менеджеры не представляли себе жизни без надежного рабочего места и ограниченной зарплаты.

Другими словами, у большинства были *великие теории* относительно *бизнеса*, но очень незначительные *реальные навыки*, которые позволили бы создать *бизнес* из ничего и двигаться к приобретению благосостояния в мире *реального бизнеса*. Многие из них не смогли бы выжить без гарантированной зарплаты.

Богатыми делают навыки, а не теории.

Как только ты приобретешь навыки, ты будешь уметь это всегда.

ГЛАВА 1.4 ЗАКОН ТВОРЧЕСКОГО ИМПУЛЬСА

Рутинa – вид нищеты.

Преодолевая *рутину*, мы усиливаем свою способность к переменам. Для этого надо выбраться из комы заученного мышления. Такое мышление не только лишает умственной гибкости, но и тормозит поток новых возможностей.

Нищета является результатом беспокойства, вносимого самим человеком в принцип преуспевания: *трезвый расчёт и внутреннее спокойствие*. И не понятна здесь первопричина. Когда человек, охваченный таким беспокойством, говорит: «*Я не смогу этого сделать*», он прав – ему *никогда* этого не сделать.

Бедность – это искаженное сознание, которое требует изменения.

Неудача – это всего лишь прекращение достижения.

Но, вместе с тем, *неудача* – это еще не конец. Это – незавершенное действие, которое может быть продолжено (а может, и нет).

Неудача – это просто конец старого с тем, чтобы что-то новое могло бы начаться. Не позволяйте своим прошлым действиям или чьим-то предсказаниям о *будущем* тормозить ваше движение вперед.

Преуспевание – это просто символ нормально функционирующей жизни. Это *закон творческого импульса*, который проявляется в виде нужных мест, ситуаций, событий, складывающихся в нужной последовательности для того, чтобы обеспечить нужной работой, приносящей спокойствие и стабильность.

«Побеждать – это привычка. К сожалению, проигрывать – тоже привычка».

Винс Ломбарди.

«Если вам приходится доказывать, что вы есть – значит, вас нет».

Маргарет Тэтчер.

Каждый шаг, который мы предпринимаем, идет только *вперед* во времени. Нельзя вернуться в *прошлое*. Авраам Линкольн сказал: «*Может быть, я иду медленно, но я никогда не оглядывался назад*».

Надо стоять в *настоящем* – *настоящее* более доступно, чем память о *прошлом* или фантазии о *будущем*.

«Предоставьте право мечтать черепахам».

Роберт Кийосаки.

Необходимо избавиться от поверхностного диалога и навязчивых идей. **Нельзя позволить прошлому бить вас по голове.**

Причиной *неудачи* является наше отношение к *прошлому*. Жить в *прошлом* – значит цепляться за непроизводительные отношения. Люди то постоянно возвращаются к нему, то копаются в нем, ищут что-то, что и найти невозможно. Это идет от *непрагматичности* ума, от пресловутого «*авось*», от *неуверенности* в завтрашнем дне. А *неуверенность* вызывает *промедление*. Человек впадает в состояние *нерешительности*, и тогда *настоящее* утекает от него. И тогда он оказывается в *прошлом*. Причем, тёмном, неумытом, безрадостном. Более того, он становится пленником *обстоятельств*.

Или это состояние идет от *сверхпрагматичности* ума, и человек оказывается в *будущем*, причем, опять же размытом и неконкретном, и *настоящее* снова ускользает от него.

Перечитайте авторов былых веков, Гоголя, например, и сравните с нынешней действительностью. Вы поразитесь многим совпадениям, поначалу ухохочетесь...

Закон творческого импульса требует действий. Действия предполагают *риск*.

Выставить свои мысли и чувства на суд толпы *риск* их потерять;

Стремиться к другому человеку – *риск* оказаться увлеченным;

Проявить свои чувства – *риск* показать свое истинное «я»;

Плакать – *рисковать* показаться сентиментальным;

Смеяться – значит *рисковать* показать свою глупость;

Любить – *риск* быть брошенным;

Надеяться – *риск* разочароваться;

НО самая большая опасность – не *рисковать* ничем.

Кто не *рискует*, кто не делает *ничего*, *ничего* не имеет, тот сам есть **ничто**.

Человек, скованный цепями своих убеждений, похож на раба, лишённого *свободы*.

Если вы не готовы разумно *рисковать* – вы насаждаете *заурядность*. *Свободен* лишь только тот, кто *разумно рискует*.

Самый большой камень преткновения, о который спотыкаешься – *невежество*;

Самый большой нарушитель спокойствия – *болтун*;

Самый лучший город – там, где ты *преуспеваешь*;

Самая лучшая работа – та, которую ты *любишь*;

Самая нелепая *ошибка* – избегание самих *ошибок*;

Самая большая *ошибка* – потеря *надежды*;

Самая большая потребность – в *общении*;

Самое большое богатство – *здоровье*;

Самая нелепая черта – *самоmnение*;

Самая худшая черта – *зависть*;

Самый лучший день – ***сегодня***.

ГЛАВА 1.5 СЕВЕРНЫЙ ВЕТЕР СОЗДАЛ ВИКИНГОВ

Прошло сто лет со времен Зигмунда Фрейда. Его почитали и почитают, о нем дискутировали и дискутируют. Многие, о чем говорил Зигмунд Фрейд, было дискредитировано сегодняшним днем. Но некоторые моменты, которые он сказал *тогда*, остаются и сейчас на твердых позициях:

– **Первое:** *«Сила в подсознании».*

Оттуда и исходят наши решения. Вот почему одни добиваются *успеха*, а другие – нет.

– **Второе:** *«Вы сами не можете достичь подсознания».*

Вот в чем трудность, надо сконцентрироваться.

– **Третье:** *«Там не порядок».*

Ужасные вещи творятся в *подсознании*. Люди ощущают *боль* и *обиду*. Убирать эти наслоения боязно, как принимать холодный душ.

– и **Четвертое:** *«Боль, что в подсознании, является причиной этих повторяющихся моментов».*

Мы видим несовершенство в других людях, но не в себе – в этом причина неудач.

«Мышление – это самая тяжелая работа. Вот почему этим занимаются лишь очень немногие люди», – говорил Генри Форд. *«Моя работа состоит в том, чтобы сохранять голову свободной и ясной – чтобы я мог мыслить».*

Успеху обязательно предшествует цепь *неудач* и *разочарований*.

Успех в оправдании не нуждается, а у *неудачи* нет никаких оправданий. Зрительская масса состоит из тех, кто странствует по жизни без мечты, цели и штанов даже на завтрашний день. Они не достойны жалости, так как они сделали свой *выбор*, не сделав никакого *выбора*.

Тем немногим, кто делает, завидует большинство, которое наблюдает.

Жалобы – умственный экскремент. Если вы потратили пять минут на *жалобы*, то вы потеряли пять минут. Если вы продолжаете *жаловаться*, то вы продолжаете терять время, что приводит к финансовым потерям, вот тут-то и позвольте себе подышать пылью собственных раскаяний.

А в это же время окружающая среда в виде людей и обстоятельств будет всячески стараться погубить ваш *бизнес*, так как удача дружит с сильными, но сторонится нытиков.

Уолт Дисней говорил, что самое интересное в его жизни – это *провалы*. Он прошел через два банкротства. Он говорил, что *провал* – это секрет к *успеху*.

Разорение – явление временное, а бедность – вечное.

Кризис – это хорошее время, чтобы *проснуться*. Потерпеть *крах*. Испытать *свободу*. *Свободу* доверять своей интуиции.

Американский художник Джеймс Тубер нарисовал сотни карикатур и зарисовок, кроме книг и пьес писал рассказы для журнала «**Нью-Йоркер**», Джон Милтон написал свой «**Потерянный Рай**», а Николай Островский «**Как закалялась сталь**» будучи слепыми.

Бетховен потерял слух раньше, чем сочинил свои лучшие произведения, которыми обессмертил свое имя.

Аврааму Линкольну пришлось занимать деньги, чтобы приехать на собственную инаугурацию.

Альберт Эйнштейн сформулировал свою «**Теорию относительности**», работая клерком в патентном бюро.

Лев Толстой, Марк Твен, Марсель Пруст, Сомерсет Моэм, Зигмунд Фрейд, Дмитрий Менделеев не получили Нобелевской премии.

Чарли Чаплин, Мэрилин Монро, Альфред Хичкок не имели ни одного Оскара.

Говорят: «**Северный ветер создал викингов**». Для одних северный ветер – это лишения и *смерть*, для других – возможность увеличить свою силу. Всё зависит от наших способностей использовать обстоятельства в своих целях. *Трудности* – это ступени для нашего роста.

ГЛАВА 1.6 ПОМОГИ СНАЧАЛА СЕБЕ

В самый разгар холодной войны, когда ракеты обеих стран были направлены друг на друга, в 1971 году представители цивилизованных стран встретились в Варшаве.

Они встретились, чтобы что-то обсудить. То, с чем согласились бы все страны в то время. Мужчины и женщины сидели с карандашами в руках, и что-то писали. Там были христиане, там были иудеи, там были мусульмане, там были буддисты, там были индуисты, там были атеисты, там были коммунисты, там были капиталисты.

И через три дня был выработан единый по своему духу документ. Он начинался словами:

«Добро пожаловать на борт нашего авиалайнера, следующего рейсом до Нью-Йорка. Мы хотим ознакомить вас с некоторыми правилами безопасности. Если произойдет разгерметизация салона, кислородная маска упадет перед вашим лицом. Если с вами летит ребенок, сначала наденьте кислородную маску на себя».

Это то, с чем согласился весь мир, в Варшаве в 1971 году. Человек должен надеть кислородную маску на *себя*. Потому что, если он этого *не сделает*, то хороший христианин, хороший иудей, хороший мусульманин, хороший буддист, хороший индуист, хороший атеист, хороший коммунист, хороший капиталист *умрет*, если наденет кислородную маску на *ребенка*.

Вы хотите *помочь* ребенку? Наденьте кислородную маску на *себя*. А *затем* – *помогите* ребенку. Потому что если вы *умрете*, *умрет и ваш ребенок*.

Вы *не сможете* накормить голодного, если вы *сами* голодны. Вы *не сможете* защитить слабого, если вы *сами* слабы. Вы *не сможете* помочь бедному, если вы *сами* бедны. Если вы *сами* не возбуждены, тот как вы *сможете* возбудить *других*?

Более **150** лет назад Авраам Линкольн сказал:

«Те, кто ждет, возможно, и дождется своего шанса, но им достанется лишь то, что осталось от тех, кто поторопился!».

В Шотландии говорят: «*Лентяям достается сырое полотенце*».

ГЛАВА 2. ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ГЛАВА 2.1 ШКОЛА ВКЛЮЧЕНИЯ

На киностудии Уолта Диснея художники-мультипликаторы мирового уровня, которые, казалось бы, что такого нового могут узнать о технике комиксов, дважды в неделю проходят мастер-класс по рисованию. И никто этому не *удивляется* – все это, само собой разумеется. Планирование повышения своего мастерства – это естественно.

Также и начинающие консультанты должны запланировать свой *тренировочный* или *нулевой период*, который будет включать в себя теоретические и практические занятия, участие в информационных встречах и т. д.

Для того чтобы консультант мог иметь стабильный доход и свободный график работы, ему необходимо снова «сесть за школьную парту». А это значит – несколько часов, спланированных еженедельно для повышения своего мастерства.

Это посещение еженедельных занятий, чтение соответствующей литературы, прослушивание кассет, встречи с клиентами, общение с коллегами и так далее.

Некоторые консультанты, проработав несколько недель, теряют уверенность. А почему? Спросите врача, инженера или человека любой другой профессии, как давно он практикует. Отвечая вам, вероятнее всего, он начнет отсчет с момента окончания вуза, а не с первых дней студенчества. Если же задать вопрос кому-либо, например, из страховых агентов, *как давно* он занимается этой деятельностью, он, скорее всего, укажет день подписания агентского договора, но фактически этот период начинается с того момента, когда он научится делать свое дело.

Школа учила слушать, читать, записывать, а *затем* возвращать эту информацию. Однако большинство людей так не делает.

Порядок обучения для большинства таков: сначала практический опыт (контакты с клиентами), потом беседа об этом (обзор и обсуждение, в основном негативное), а затем записывание того, как правильно делать.

Необходимо логически понять, что *обучение повышает нашу конкурентность на рынке*. Поэтому научитесь впитывать значимый материал подобно губке.

Как только вы это осознаете, процесс исследования и обучения становится приятным и легким. А когда образовательный процесс начинает доставлять удовольствие, наши возможности становятся поистине безграничными.

ГЛАВА 2.2 РЕКОМЕНДАЦИИ НАЧИНАЮЩЕМУ КОНСУЛЬТАНТУ

Наша практика полностью подтверждает вывод о том, что соблюдение определенных правил, сложившихся в процессе этой деятельности, почти всегда гарантирует *успех*, а игнорирование их столь же закономерно приводит к *неудаче*.

Поэтому, если дело *не идет*, или *идет*, но *не так эффективно* как хотелось бы, не ищите внешних причин, а внимательно изучите эти рекомендации и проверьте, как *вы лично* выполняете каждый их пункт:

› **НЕ СПЕШИТЕ ОКУНУТЬСЯ В НОВОЕ ДЕЛО НА СЛЕДУЮЩИЙ ДЕНЬ ПОСЛЕ ПОДПИСАНИЯ ДОГОВОРА О СОТРУДНИЧЕСТВЕ.**

При всей кажущейся простоте эта деятельность имеет свои особенности, а поэтому *не торопитесь*.

Первые месяцы – это время закладки фундамента ваших будущих *успехов*. *Не жалейте бетона*, строго соблюдайте технологию, не спешите возводить стены на неокрепшем основании.

Убедительный пример – египетские пирамиды. Они стоят **тысячи** лет, потому что сооружены по всем правилам строительного искусства;

› **ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ НА СВОЙ ЛИЧНЫЙ ПЛАН И НИКОГДА НЕ ОЦЕНИВАЙТЕ СВОИ ПЕРСПЕКТИВЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДРУГИХ СОТРУДНИКОВ.**

Успех или *неудача* других вовсе не означает, что у вас дела пойдут так же *хорошо* или *плохо*, вам предстоит пройти *свой собственный* путь;

› **ЗНАЙТЕ, ЧТО УСПЕХ ЯВЛЯЕТСЯ СЛЕДСТВИЕМ ЦЕЛОЙ СЕРИИ НЕУДАЧ И РАЗОЧАРОВАНИЙ.**

Рассматривайте *неудачи* как обязательные ступени на пути к *успеху*, повод для анализа и обучающий *опыт*;

› **ТЩАТЕЛЬНО ИЗУЧИТЕ И ВОЗЬМИТЕ НА ВООРУЖЕНИЕ СИСТЕМУ ПЛАНИРОВАНИЯ.**

Без *конкретного* и *реального* плана невозможно достичь *цели*;

› **СКАЖИ МНЕ «КАК» ТЫ ЭТО ДЕЛАЕШЬ, И Я СКАЖУ ТЕБЕ «ЧТО» ТЫ ДЕЛАЕШЬ.**

Люди постигают смысл сказанного в большей степени благодаря тому, **КАКИМ ОБРАЗОМ** ты это говоришь.

Фактически **90%** из того, что вы сказали, воспринимается по тону вашего голоса и манере себя держать;

› **НЕ СЧИТАЙТЕ ДЕНЬГИ В ЧУЖОМ КАРМАНЕ, ТОГДА И В ВАШЕМ ПРИБУДЕТ.**

Зависть не принесет пользы вашему *бизнесу* и вредно отразится на вашем здоровье. Не *плюйтесь* желчью;

› **ИЗУЧАЙТЕ И АНАЛИЗИРУЙТЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВАШЕГО ИНСТРУКТОРА.**

Очень скоро вы окажетесь на его месте, и вам придется обучать своих начинающих сотрудников.

› **СЕРЬЕЗНО ОТНОСИТЕСЬ К РЕКОМЕНДАЦИЯМ НА ОБУЧЕНИИ.** а именно:

– старайтесь не пропускать собрания и обучающие школы, где вы всегда получите самую свежую информацию о компаниях-партнерах, изменениях законодательства, *успехах* и *неудачах* коллег и так далее.

– записывайте все, что делаете в этом *бизнесе*, чтобы иметь возможность анализировать потом свою деятельность.

– изучите соответствующую литературу;

› **НАВЫКИ ОБЩЕНИЯ ПРИОБРЕТАЮТСЯ, А НЕ НАСЛЕДУЮТСЯ.**

Поэтому не переживайте, если они у вас еще слабо развиты, а больше учитесь, общаясь;

› **СОТРУДНИЧАЙТЕ ТОЛЬКО С ПРИЯТНЫМИ ВАМ ЛЮДЬМИ.**

Надо потратить много времени, чтобы партнёр добился *успеха*, а если он вам неприятен, у вас просто не будет желания тратить на него столько времени, сколько необходимо. «*Ничего личного – только бизнес*», боюсь, что в этом случае это не работает;

› **ДЕЛАЙТЕ СВОЙ БИЗНЕС ЧЕСТНО С ПЕРВОГО ШАГА –**

как в отношениях с клиентами, так и с другими партнёрами. Только тогда у вас будет перспектива;

› **ОТЛОЖИТЕ НА ВРЕМЯ РАБОТУ В ДРУГИХ ГОРОДАХ.**

Это потребует вашего отъезда туда на несколько недель и ежемесячных поездок впоследствии.

Брошенные в землю семена дадут хорошие всходы только при надлежащем уходе.

И потом: разве в нашем городе уже не осталось потенциальных клиентов? Пока вы будете тратить время, силы и деньги на поездки, за *вашими* потенциальными клиентами в *ваше* отсутствие придут *коллеги* из *другого* города;

› **НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ОБРАЩАТЬСЯ ЗА ПОМОЩЬЮ.**

Незаданный вопрос не поможет вам ничем;

› **НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ДОВОДИТЬ ДЕЛО ДО КОНЦА.**

Иначе, зачем стоило его *начинать*?

› **БУДЬТЕ НАСТОЙЧИВЫ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫ.**

– ежедневно делайте следующее упражнение: утром задайте себе вопрос о том, что вы собираетесь сделать сегодня для своего *успеха*.

– а вечером честно ответьте себе, что же конкретно вы для этого сделали за день.

– не смущайтесь, если это была всего лишь одна глава из рекомендованной книги или один звонок для назначения встречи.

Главное, что очередной шаг был сделан;

› **К НЕУДАЧАМ ОТНОСИТЕСЬ ФИЛОСОФСКИ.**

Может, вы просто еще недостаточно *профессиональны*, а *профессионализм* приходит с *опытом*. *Опыт – это действия во времени*;

› **СОВЕТУЙТЕСЬ С ПРОФЕССИОНАЛАМИ.**

а не с друзьями (родственниками, соседями и так далее). Это одна из типичных *ошибок*, которая погубила многих начинающих консультантов.

Скажите, если у вас проблема с автомобилем, к кому вы пойдете советоваться: к другу, который никогда не имел машину, к балерине или к опытному механику? Если женщине необходимо пойти к гинекологу, как вы считаете – она пойдет к профессионалу или любителю?

Не забывайте урок Наполеона Хилла:

«Именно неудачники постоянно со всеми советуются, крайне медленно принимают решения и быстро их меняют. Успешные люди поступают наоборот»;

› **ВЕДИТЕ УЧЕТ СВОИХ КЛИЕНТОВ.**

Не забывайте вовремя поздравить их с днем рождения, праздниками и так далее. Благодарные люди обеспечат вам более высокие результаты, чем поиски новых;

› **ИМЕЙТЕ РАБОЧИЙ БЛОКНОТ**

для записей на семинарах, собраниях, занятиях. Записывайте туда интересные вопросы клиентов, свои размышления над ними;

› **БУДЬТЕ ТЕРПЕЛИВЫ.**

Не уподобляйтесь тем, кто бросает дело за полшага до успеха. Если становится грустно из-за неудач, просто просмотрите пункты **3, 4 и 5** этих рекомендаций;

› **НЕ ИЩИТЕ ВИНОВАТЫХ.**

Работайте – и вам воздастся;

› **ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ, КАКИМИ МОГУТ БЫТЬ ПЕРСПЕКТИВЫ?**

ГЛАВА 3. СИСТЕМА ПОСТАНОВКИ ЦЕЛЕЙ

Зарабатывание денег должно приносить позитив, а не стрессы. Сколачивать состояние – более безобидное занятие, чем многие думают. Но дальше возникает вопрос: *«А на что нужны деньги? Что должно служить целью?»*.

ГЛАВА 3.1 РАБОТА С ЦЕЛЬЮ

› ДОСТАТОЧНО ЛИ ВЫ ЗАИНТЕРЕСОВАЛИ ОКРУЖАЮЩИХ СВОИМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ?

Настойчивость приведет к победе;

› ВЛОЖИЛИ ЛИ ВЫ В ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛИ ДОСТАТОЧНО СИЛ, ВРЕМЕНИ, ВНИМАНИЯ?

Без помощи и без поддержки многие проекты обречены;

› ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ВАШИ ЦЕЛИ ВАЖНЫ ДЛЯ ВАС?

Иногда люди устанавливают *цели*, которых почти невозможно добиться, а потом удивляются своей *неудач*;

› СОХРАНЯЮТ ЛИ ВАШИ ЦЕЛИ АКТУАЛЬНОСТЬ?

Возникновение новых обстоятельств может сделать некоторые ваши *цели* устаревшими;

› КОНТРОЛИРУЙТЕ СВОИ ДОСТИЖЕНИЯ.

Задумайтесь, часто ли вы не достигали поставленной *цели*? Помните: *Цели, в которых нет серьезной заинтересованности, обычно не достигаются*;

› УСТАНОВИТЕ ВРЕМЕННЫЕ ГРАНИЦЫ.

Если ваша *цель* не имеет временных границ, то у вас нет возможности следить за своими *успехами*;

› ПРОЯСНИТЕ ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ.

Многие делают *выбор* из известных для себя *возможностей*. Истинный *выбор* гораздо шире. *Анализируйте! Думайте!*

› ПРОЯСНИТЕ ВАШИ ПОТРЕБНОСТИ.

Для этого вам потребуется воображение и определенная *свобода* – *свобода* от тех ограничений, которые вы сами для себя раньше установили;

› РЕАЛЬНЫ ЛИ ВАШИ ЦЕЛИ?

Вполне достижимые *цели* могут быть не достигнуты из-за того, что на преодоление препятствий не было затрачено достаточно сил;

› РАССТАВЬТЕ ПРИОРИТЕТЫ.

Для этого вам необходимо найти ответ на три ключевых вопроса:

– как ваши решения повлияют на окружающих?

– на какой *риск* вы готовы пойти?

– что является для вас важным?

› СДЕЛАЙТЕ СВОЙ ВЫБОР.

Определив диапазон имеющихся возможностей и прояснив **свои** потребности и желания, вам необходимо сделать *выбор*. Сделанный *выбор* означает, что все свои усилия вы направите в **конкретном** направлении;

› УТОЧНИТЕ СВОИ ЦЕЛИ.

Обычно *цели* выражают в общем виде, например: «**Я хочу заработать много денег**». Такие утверждения останутся благими намерениями, если они не будут конкретизированы. **Настоящая цель всегда конкретна!**

› НЕ СЛИШКОМ ЛИ ВЫ РАНО СДАЛИСЬ?

ГЛАВА 3.2 МОИ КОНКРЕТНЫЕ ЦЕЛИ

Мой доход в течение месяца – _____ рублей.

Мой доход за 90 дней – _____ рублей.

Ежемесячный доход к концу 1-го года – _____ рублей.

Сколько времени ежедневно я буду работать – _____ часов.

Сколько дней в неделю я буду работать – _____ дней.

Какого уровня в карьере я хочу достичь _____
(любитель, профессионал)

Когда я достигну верхней ступени развития – _____ 200 __ года.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ

200_ год _____

200_ год _____

200_ год _____

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ЦЕЛИ 200 г.

январь _____

февраль _____

март _____

КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ

неделя _____

неделя _____

неделя _____

ЕЖЕДНЕВНЫЕ ЦЕЛИ

- посещение встреч с коллегами, обучающих занятий, учебных семинаров;
- давать окружающим информацию о том, чем занимаешься;
- планировать встречи с потенциальными клиентами.

ГЛАВА 3.3 ЕСЛИ У ТЕБЯ НЕТ ЦЕЛИ, ТО...

- только потому, что ты не выбрал путь, по которому хочешь идти;
- ты не можешь считать себя решительным человеком;
- только потому, что ты не знаешь, в чем смысл жизни;
- только потому, что у тебя нет реальной потребности;
- ты еще не принял решения изменить свою жизнь;
- у тебя нет визуальной картинки своего будущего;
- ты – человек без обязательств и ответственности;
- у тебя недостаточно информации о своей жизни;
- ты не вошел в спираль собственного развития;
- ты не знаешь, для чего и для кого ты живешь;
- ты не будешь приобретать благосостояние;
- только потому, что ты не нашел причины;
- у тебя еще остались сомнения и страхи;
- только потому, что ты о ней не думал;
- ты будешь терять все, что приобрел;
- ты никогда не получишь признания;
- ты существуешь, но не живешь;
- у тебя не может быть желания;
- ты не сможешь стать лидером;
- пересмотри свои взгляды;
- незачем обучать других;
- ты еще не совершенен;
- некому за тобой идти;
- куда ты идешь?
- у тебя нет воли;
- ты погибаешь.

ГЛАВА 4. НАПРАВЛЕННОСТЬ ДЕЙСТВИЙ

Блестящие консультанты есть повсюду. Одни находятся на передней линии, а другие все еще пребывают в спячке. ***Нам нужно ежедневно продавать себя, объясняя, почему люди должны нам доверять.***

К сожалению, это огромный талант, который пропадает впустую, потому что есть такие люди, которые считают *продажу* недостойным делом. Некоторые предпочитают сидеть на своих «*надежных(?)*» должностях и томиться скукой, нежели выйти на прямой контакт с клиентом, который так хорошо оплачивается. В сущности, опыт показывает, что за их неприязню к *торговле* стоит глубоко сидящий *страх* получить *отказ* или потерпеть *неудачу*.

Однако начнете вы какой-нибудь *бизнес* или нет, осознайте, что вы *продаете* и должны научиться делать это хорошо. Тем самым вы преобразите свою жизнь.

Мы должны иногда становиться перед лицом *отказов*, недовольств и разочарований.

Станьте хозяином собственных эмоций, и вы будете наслаждаться *свободой*, властью и осознанием того, что вы управляете собственной жизнью, и что никто никогда у вас этого не отнимет.

Наша цель – превратить конкретные советы в конкретные результаты.

Успех – это естественный исход последовательного применения на практике простых правил, соблюдаемых ежедневно.

Поставьте себя на место клиента. Говорите себе: «***Если бы я был этим перспективным потребителем, то почему бы я хотел иметь со мной дело?***».

Не позволяйте себе уговаривать клиента, даже если он вас об этом попросит.

Одной из проблем в достижении быстрого *успеха* является то, что некоторые консультанты горят нетерпением повторить однажды достигнутый блестящий результат и не могут выдержать приливов и отливов *энергетического цикла*.

Запомните: это называется «**торговым циклом**», потому что это состояние напоминает замкнутый круг. Вы просто все время продолжаете двигаться по кругу. Там будет хорошее и плохое, взлеты и падения, но необходимо последовательно пройти через каждую фазу.

Вы настолько хороши, насколько хороша ваша последняя сделка.

Консультанты-профессионалы не ждут, когда кто-нибудь даст им клиента, предложит продвижение по службе или преподнесёт какой-нибудь другой подарок. Они активно ищут всего этого и рано или поздно находят.

Дилетанты *не находят*. Потому что они либо отказываются научиться *продавать*, либо не отточили свои *торговые* навыки.

Если вы не можете продавать, то вы не сможете создать и вести успешный бизнес.

ГЛАВА 4.1 ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ

Многих людей сегодня беспокоит незащищенность перед лицом инфляции, безработицы, «дикого» рынка и т. п. В наибольшей мере это коснулось людей умственного труда. Людей мало приспособленных к существующим формам *бизнеса*.

Виновников своих бед одни ищут в зарубежных спецслужбах, другие – в чеченской мафии, третьи – в коррумпированных чиновниках и в среде продажных депутатов. Даже если в этом и есть доля правды, изменить это не в наших силах.

А что, если *«на себя оборотиться»*? Возможно, мы обнаружим подозреваемого, доступного нашему воздействию. Он сидит в каждом из нас. Этим подозреваемым является специфическая особенность нашего менталитета, основанная на прошлом негативном опыте или установках (опять же негативных), которые давали нам другие (например, родственники, учителя, «приятели» и прочие «доброжелатели»).

Как и многие люди, вы, наверное, часто замечали, что мысли и привычки часто как бы буксуют на привычных рельсах. Надо стать разборчивым в своих мыслях. Под этим подразумевается готовность к анализу и умение быстро оценить и отвергнуть негативные ситуации и негативный опыт, а также взгляды других, мешающие вашему восхождению.

Наше *настоящее* может создать сильные эмоции, которые повлияют на наше подсознание. Сила может прийти также из *прошлого*. Для этого мы должны *научиться удерживать в памяти случаи успеха и использовать их в настоящем*.

Самая феноменальная и легко выполняемая задача – это научиться *прерывать негативный ментальный диалог, который начинает вертеться в голове при возникновении неблагоприятной ситуации*.

Вы когда-нибудь *видели* собаку, находящуюся в подавленном состоянии из-за того, что она не поймала теннисный мяч на глазах у других собак?

Вы когда-нибудь *видели* собаку, которая отступила после первой неудачной попытки?

Вы когда-нибудь *видели* собаку, прячущуюся за чужую спину или сидящую в углу и упрекающую себя в том, что она проявила такую *тупость*, пропустив этот злополучный теннисный мяч?

А вы когда-нибудь *видели* собаку, *поймавшую* кота? Собаки охотятся за котами *тысячелетиями*, но очень *редко* ловят их. Разве они лежат на полу, обхватив лапами голову и плача о том, как скверно у них складывается жизнь? *Нет*, они просто *отправляются искать другого кота!*

Неблагоприятная обстановка является частью нашего жизненного пути. А «отфутболивание» – частью естественного процесса обратной связи.

Вы можете пару раз обжечь язык горячим супом, прежде чем определите правильную температуру, при которой его можно есть. Это обычная проверка! Вы ведь из-за этого не перестаёте есть суп, не плюете в него, и не едите его только холодным всю оставшуюся жизнь!

«На ваше мировоззрение и вашу самооценку в немалой степени влияет окружение. Ваша карьера формируется характером людей, с которыми вы общаетесь каждый день».

Орисон Свэт.

Итак: *Мы – часть того, что нас окружает*. Успех, которого мы намерены добиться, в изрядной мере зависит от влияния людей, с которыми мы связаны.

Есть люди, которые постоянно пребывают в негативном состоянии, непрерывно выделяют свой словесный яд и норовят стащить нас на свой уровень. Они набрасываются на нас

со своими делами, в которых мы не можем помочь им, и задачами, которые мы не способны решить за них. Вьются вокруг нас с идиотски мрачными разговорами о копеечной экономии, о своих проблемах, предрекают проблемы нам, вещают об ужасных перспективах нашей жизни. Если же они решат, что мы более удачливы – могут бросить несколько унылых слов о собственных страданиях, болях и недавних болезнях.

Как только вы начинаете делать что-нибудь, что не совпадает или даже идет в разрез с теми *целями*, которыми ограничена большая часть людей, окружающие люди могут, пусть и неосознанно, саботировать ваши усилия. Люди не обращают внимание на ваши достижения вовсе не для того, чтобы досадить вам. Просто ваша деятельность не вписывается в то представление о вас, которое у них *уже* сложилось. Они расставили *мебель* у себя в *умах*, и среди этой *мебели* вам отведено место *дивана*, а тут вы неожиданно превращаетесь в *сервировочный столик* («из *черного дерева*»...). Это приводит их в замешательство.

Психолог Джек Кенфилд называет их «*энергетическими вампирами*», пьющими из нас положительную энергию, а бизнес-тренер Лес Браун считает их – «*отравителями Мечты*». Пообщавшись с такими людьми, вы чувствуете себя подавленным, усталым и выжатым, как лимон: их негативная информация истощает, гасит огонь вашего энтузиазма.

Уходите от тех людей, которые вас *разрушают*. Если вы не хотите, чтобы жизнь вас засосала, научитесь уходить от тех людей, которые *крадут* ваше время.

Если вы продолжаете слушать их, вы заслуживаете этого.

Пусть ваш плюс будет больше, чем их минус.

И наоборот, пообщавшись с положительными людьми, полными энтузиазма и желания помочь и поддержать, вы становитесь бодрым и вдохновлённым. Вы впитываете их отношение и ощущаете в себе словно дополнительную силу, подталкивающую вас энергичнее добиваться поставленных *целей*. Поэтому, обязательно нужно завести знакомство и дружбу с положительными людьми: целеустремлёнными, решительными, деятельными. Проводя всё больше и больше времени в обществе таких людей, вы и сами приобретаете такие же приносящие удачу качества и начинаете с успехом пользоваться ими.

Люди притягиваются к себе подобным. Ибо *вас будут окружать люди, которых вы достойны*. Люди сходятся потому, что они видят и ценят определенные черты друг в друге.

Итак, только вам решать, что допускать в свою жизнь, а что нет. И со временем вы почувствуете, как повышаются ваши самооценка и способность добиваться *цели*, как вы становитесь положительным, *славным* человеком, из числа тех, в чьём обществе приятно находиться и чьей дружбой надо дорожить.

«... Я говорил им, что трое из четырех приходящих в мою компанию ничего не добьются, потому что будут слушать своих друзей, родных, приятелей и соседей, говорящих им: ((Это не сработает. Не будь дураком, не пытайся». Слабаки – так я их называю. У самих кишка тонка, так они еще хотят, чтобы у других ничего не вышло. Если вы контролируете свой разум – вы контролируете свой успех. И можете не верить мне на слово, спросите у любого миллионера».

Глен Тернер, основатель компании «Glen W. Turner ink».

Вывод: *хотите изменить свою жизнь – измените себя и своё окружение.*

В основном важно, что вы содержите свой «ментальный дом» чистым от любого разрушающего его хлама.

Мы не можем позволить негативному моменту быть отражением какой-либо части нашей жизни или нашего *бизнеса*. То, что один перспективный потребитель отверг наше предложение, еще не означает, что вся неделя будет *неудачной*. Мы учимся на собственных *ошибках*, но мы не позволяем собственным *ошибкам* разрушить своё ментальное здоровье.

Эту способность справляться с неблагоприятной ситуацией и объяснять её в позитивном ключе можно найти в ментальной установке любого великого спортсмена, тренера, коммивояжера или инвестора.

Вы ответственны за то, как вы реагируете, каким будет ваше следующее действие или как вы интерпретируете данный случай... но не обязательно за причину самого случая.

Во-первых, не имейте даже значения, является ваша интерпретация истинной или нет! Ваш разум не знает разницы между ними. Если вы взваливаете вину на себя, ваша энергия начинает убывать.

Запомните: *продажи* – это *бизнес*, определяемый чисто *энергетическими* параметрами, поэтому до тех пор, пока вы поддерживаете *энергию* на достаточно высоком уровне, у вас будет *успехов* больше.

Во-вторых, скажите себе, что *отказ* – это случайность, и не позволяйте своему разуму интерпретировать это как нечто долговременное или имеющее большую важность.

Примите все так, как есть: ***конкретный человек не испытывает особой потребности в вашей конкретной продукции или ваших конкретных услугах в конкретный период времени.***

ГЛАВА 4.2 ОСОЗНАНИЕ И НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМЫ

› сначала появляется проблема. Она может выглядеть так: вы оставляете свое пальто в аэропорту и спохватываетесь, что забыли его только после того, как самолет уже взлетел! Или же перспективный потребитель говорит вам, что больше *не нуждается в ваших услугах*;

› как только вас постигнет данная проблема, вы испытаете эмоциональный всплеск. Это должно подействовать как звонок тревоги, предупреждающий вас об осторожности относительно того, что может последовать;

› начинается ментальный диалог;

› в течение первых же секунд этого диалога вы должны подавить его, задав себе вопрос: **«Что я должен сказать себе прямо сейчас?»**.

Этот вопрос вынуждает разум ответить, и тогда вы как бы извне просматриваете этот внутренний диалог;

› вы должны определить **РЕАЛЬНУЮ** эмоцию – гнев, разочарование, недовольство и так далее. Спросите себя: **«Что именно я чувствую сейчас?»**;

› как только вы определили эту эмоцию, произнесите: **«Ах, вот оно что – это же разочарование!»**.

Можно выкрикнуть это или прошептать, в зависимости от того, где вы находитесь, и какие вас обуревают чувства;

› в течение следующих нескольких секунд вы, как правило, осознаете, что используете универсальные описательные слова, такие как **«Всегда»**, **«Никогда»**, **«Всякий Раз»**, **«Все»** или **«Каждый»**. Например: **«Это случается со мной Всегда»** или **«Я Никогда не добьюсь этого»**;

› определив и осознав эмоцию на данную проблему, необходимо перевести её в позитивное русло;

› **любые, абсолютно любые** действия облегчают этот процесс, так как переключают сознание на реализацию каких-то движений, вместо того, чтобы копаться в этой проблеме или избегать её.

Таким образом, вы переработали проблему и устранили её разрушающее воздействие на своё сознание.

Когда сомневаешься, делать ли что-нибудь – **ДЕЛАЙ ЧТО-НИБУДЬ!**

Когда вас одолевают сомнения, примите хотя бы *какое-нибудь* решение. Непринятие *никакого* решения может оказаться катастрофическим, в то время как даже *плохое* решение порождает движение, действие, а позже может быть скорректировано.

Такая привычка откроет *большие* дверей и выработает *больше* кинетической энергии, чем вы могли бы себе представить. Когда приходит *сомнение*, намеренно преодолите его с помощью *любой* формы действия, которое поставит вас лицом к лицу с тем или иным клиентом.

Сфера сбыта подобна футболу: чем больше вы бьёте по мячу, тем больше шансов, что вы попадете по воротам. В любом случае нельзя сидеть на скамье запасных.

Не выпрашивайте, стоя у обеденного стола. Зарабатывайте себе на еду сами.

Чтобы быть успешным, надо ассоциировать себя с успешными людьми.

Станьте преуспевающими до того, как вы стали преуспевающими!

Масштаб человека равен масштабу его ума Быть *неуспешным* трудно. Но можно. Но – незачем. Значительно проще быть настойчивым, и долго не терять это качество.

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.