

**1000**  
БЕСТСЕЛЛЕРОВ

Антон Агафонов

# СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ



СИСТЕМА  
РЕКРУТИРОВАНИЯ  
В ИНТЕРНЕТЕ

1000 бестселлеров

Антон Агафонов

# **Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете**

«Книжкин Дом»

2017

УДК 159.9  
ББК 88.5

**Агафонов А.**

Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете  
/ А. Агафонов — «Книжкин Дом», 2017 — (1000  
бестселлеров)

ISBN 978-5-370-03870-9

Многие из нас никогда не задумывались о том, сколько времени мы тратим на телефонные разговоры «ни о чем», на общение в социальных сетях, да и просто сидя за компьютером, блуждая по просторам всемирной паутины. А ведь все это время, ресурсы и энергию можно использовать в продуктивных целях, обеспечивая себе стабильный дополнительный (а может быть, и основной) заработок и повышая свой уровень жизни. Обо всем этом расскажет в своей книге гуру сетевого маркетинга Антон Агафонов. Автор делится своими секретами и тонкостями работы в MLM-бизнесе, которые помогут справиться со всеми трудностями и изменить свою жизнь к лучшему благодаря тем ресурсам, что находятся у каждого из нас буквально под рукой.

УДК 159.9  
ББК 88.5

ISBN 978-5-370-03870-9

© Агафонов А., 2017  
© Книжкин Дом, 2017

# Содержание

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| От автора                             | 5  |
| Введение                              | 7  |
| Что такое MLM?                        | 7  |
| Основные отличительные признаки MLM   | 8  |
| Как выбрать компанию для MLM-бизнеса? | 9  |
| Часть 1                               | 10 |
| Портрет кандидата. Составляем аватар  | 10 |
| Создание личного бренда               | 14 |
| О лидерстве                           | 19 |
| Часть 2                               | 23 |
| Рекрутирование через Интернет         | 23 |
| Система рекрутирования в Интернете    | 25 |
| Конец ознакомительного фрагмента.     | 26 |

# **Антон Агафонов**

## **Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете**

**От автора**



*Индустрия MLM – это не просто работа, это стиль жизни.*

*Главное – понимать, что на своем примере вы можете показывать людям, каким образом можно улучшить свою жизнь благодаря компании, в которой вы работаете.*

*А продукт вашей компании – это инструмент, который помогает вам в вашей работе...*

*А. Агафонов*

В начале 2000-х я, сидя на кухне у своих дистрибьюторов, излагал мысли и принципы, которые легли в основу этой книги. Я говорил им о том, что в «новое время» сетевого маркетинга нужно больше внимания уделять созданию и продвижению собственного бренда, заявить о себе в Интернете, и все это значительно облегчит работу «в поле», то есть увеличит успехи непосредственно в построении сети.

Конечно, у меня были тогда свои последователи и фанаты. Но, несмотря на проведенные в сетевом бизнесе пять лет, я не был сильной и успешной личностью в сетевом маркетинге.

Мой чек никогда не превышал 1000 \$ в месяц. На мои школы редко собиралось более 10 человек. А когда я шел по улицам родного города (естественно, пешком), – знакомые показывали на меня пальцем и пугали детей – вот что бывает с людьми, которые занимаются сетевым маркетингом.

С детства, сколько себя помню, я хотел добиться выдающихся успехов в жизни. Я стоял перед зеркалом шкафа и декламировал стихи в надежде стать великим актером. Я выступал со скрипкой перед друзьями родителей, надеясь прославиться как музыкант. И, наконец, когда я познакомился с сетевым бизнесом, понял, что это и есть мой «шанс». Но почему-то он никак не хотел реализовываться.

К сетевому маркетингу я подошел со всей ответственностью и серьезностью. Я штудировал брошюры компании, делая их конспекты. Я ходил на все школы, стараясь выполнять квалификации (личными закупками), на все события компании. Но вот только результатов все не было.

Первая продажа состоялась примерно через полгода. Мой первый дистрибьютор появился через 9 месяцев (всегда в этой жизни все хорошее появляется через 9 месяцев). А через год я увидел свой первый чек от компании на 20 \$.

Любой другой на моем месте уже давно бросил бы бизнес, который приносит всего 20 \$ в год, но я был упрям и так забросил учебу в последнем классе школы, что кроме сетевого маркетинга мне явно ничего не оставалось.

Шли годы, я стал «крепким середнячком» в сетевом бизнесе. Из тех, кто никогда не поднимается выше 1000 \$, но прочитал уже все книги по MLM и знает наизусть все тренинги лидеров компании. Я умел делать «холодные контакты», работал с нуля в новых регионах, общался с сетевиками других компаний и делал много чего другого. Но миллионы никак не приходили.

Тогда же я начал понемногу печататься в различных сетевых изданиях, завел первый кривой и косой сайт в Интернете [www.antonagafonov.com](http://www.antonagafonov.com) и часами пытался объяснить своим дистрибьюторам, что же такое «Интернет».

Сейчас, когда в различных социальных сетях у меня уже десятки тысяч подписчиков и уже сотни тысяч людей являются дистрибьюторами моей структуры, я смотрю назад и понимаю, что современный сетевой маркетинг очень изменился. Он менялся (и меняется) постепенно, практически незаметно для нас.

Старые лидеры все еще продолжают читать старые темы на школах и рассказывать о таких же старинных методах работы. Но заставь их сегодня снова построить структуры «с нуля» – я бы сильно засомневался в том, что это может дать хороший результат. Скорее всего, они бы справились, но им пришлось бы сильно измениться.

Сетевой маркетинг стал другим. Его основные принципы стали другими, и именно о них эта книга.

## Введение

### Что такое MLM?

Сетевой маркетинг (MLM – англ. multilevel marketing, многоуровневый маркетинг) – это один из способов продвижения товаров или услуг. Значит, в структуре MLM-компании должен быть уникальный продукт, который вы можете приобрести. Но не стоит думать, что MLM – это продажи. Хотя часто именно MLM относят к розничной торговле или к прямым продажам.

На сегодняшний день в мире свыше 5000 MLM-компаний, а сама индустрия MLM существует больше 50 лет.

В России впервые практически применять сетевой маркетинг начали в 90-х годах прошлого столетия. Массовому привлечению людей в сетевые компании способствовала резко ухудшившаяся социально-экономическая обстановка.

В первой половине 90-х годов сетевой маркетинг представляли не более десятка иностранных компаний с ассортиментом, включающим биологически активные добавки к пище, косметику и товары народного потребления. Во второй половине 90-х годов стали появляться российские сетевые компании, выпускающие свою собственную продукцию или распространяющие продукцию отечественных производителей.

Самая распространенная ошибка в понимании MLM – это убеждение в том, что для успешного бизнеса обязательно нужно что-то продавать. Это не так.

Слово «продажа» вызывает негативные эмоции у подавляющего большинства людей. Однако в MLM-бизнесе не нужно продавать товары в традиционном смысле этого слова. То есть не надо постоянно ходить, навязывать товар, приставать к людям на улице и рассказывать о преимуществах той или иной продукции.

В данном случае синонимом MLM-продаж является слово «продвижение».

Главная задача заключается в том, чтобы о товаре и о возможности развития своего бизнеса с компанией узнало как можно большее количество людей, и, как следствие, успешные продажи не заставят себя долго ждать.

Всем нам, наверное, хорошо известны такие методы продвижения товара, как «приведи друга и получи скидку или бонус», «накопительная система баллов», «скидка постоянному клиенту» и т. д.

Этими методами пользуются множество торговых компаний. И у всех нас есть любимый магазин, кафе и так далее, о которых мы рассказываем своим друзьям и знакомым, рекомендуя воспользоваться услугами и товарами данных заведений. Тем самым мы делаем рекламу и косвенно способствуем продажам, хотя нам за это не платят. Но в бизнесе MLM за эти рекомендации и рекламу человек получает комиссионные.

MLM-бизнес привлекателен еще и тем, что сначала можно начать строить свой бизнес без больших финансовых вливаний и инвестиций. Как правило, вход в бизнес сетевой компании – это покупка и использование или употребление товара этой компании. Все, что вам нужно, – это построить свою команду и структуру, по которой будут двигаться товары или услуги компании.

Для этого не нужно обязательно продавать продукцию, достаточно самому употребить или пользоваться ежемесячно. Именно благодаря тому, что ваша команда пользуется продуктом, вам выплачиваются приличные вознаграждения. Любая сетевая компания представляет свой маркетинг-план, с которым может ознакомиться любой желающий.

## **Основные отличительные признаки MLM**

MLM имеет следующие признаки:

- официально зарегистрированная компания;
- наличие уникального и качественного продукта или услуги;
- регулярное и активное употребление или использование данного продукта;
- отсутствие необходимости заниматься продажами;
- наличие наставников, которые всегда готовы помочь делом и советом;
- наличие четкого маркетинг-плана.

## **КАК ОТЛИЧИТЬ ПИРАМИДУ ОТ MLM-БИЗНЕСА?**

Как известно, пирамиды нелегальны и запрещены законом во всех цивилизованных странах. Причина их незаконности состоит в отсутствии продвижения товара или услуги. Как мы можем назвать маркетингом то, что не имеет движения товара или услуги?

Такие пирамиды могут быть многоуровневыми, но их никак нельзя отнести к многоуровневому маркетингу.

Финансовая пирамида – это вид мошенничества, при котором огромное количество людей внизу пирамиды платят деньги малочисленной верхушке. Каждый новый участник платит деньги спонсору за возможность продвижения наверх и получения дохода от взносов других людей, которые могут присоединиться позднее.

Пирамида может развалиться в любой момент, задолго до того, как вы доберетесь до самой верхушки. Чтобы каждый участник пирамиды мог получить доход, необходим бесконечный приток все новых и новых участников.

Финансовые пирамиды и MLM-компании очень схожи друг с другом по своей структуре, поэтому их легко спутать. В 90-х годах в нашей стране появлялось огромное количество финансовых пирамид, маскирующихся под MLM-компании. Из-за этого в умах людей сформировалось устойчивое негативное отношение к MLM-бизнесу.

## **ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД**

Финансовая пирамида имеет следующие признаки:

- отсутствие товара или услуги;
- деньги выплачиваются за привлечение новых членов (это может быть единовременный взнос, при этом обещается ежемесячная прибыль, но если нет ежемесячного потребления товара всеми участниками структуры, то и ежемесячных выплат не будет, т. к. если нет потребления товара и самого товара, откуда взяться деньгам, кроме как от привлечения новых участников пирамиды?);
- продукт низкого качества или не уникальный;
- обещание больших прибылей;
- нелегальный статус компании или регистрация ее в офшоре;
- отсутствие прозрачного маркетинг-плана комиссионных выплат;
- оплата комиссионных через виртуальные деньги.



## Как выбрать компанию для MLM-бизнеса?

В настоящее время в России более двухсот MLM-компаний, и более пяти миллионов человек являются дистрибьюторами. Хотя Россия в абсолютных цифрах заметно отстает от западных стран, как по обороту, так и по количеству дистрибьюторов и компаний, представленных на рынке, но по темпам развития опережает другие страны.

В России работа в сетевом маркетинге привлекает возможностью начать свой бизнес без первоначальных вложений, так как для классического бизнеса требуются большие финансовые вливания, которых многие просто не имеют.

Для того чтобы выбрать компанию, необходимо:

- во-первых, определиться, какую именно продукцию вы хотите употреблять или использовать в своей повседневной жизни и каковы ваши потребности;
- во-вторых, решить, каким образом вам бы хотелось вести этот бизнес.

Существует два основных вида MLM-компаний.

### 1. Классический MLM-бизнес – когда вам прихо-

дится работать физически, то есть осуществлять звонки, проводить личные встречи и т. д. Также основную часть вашей работы необходимо проводить на «теплом» рынке, т. е. среди ваших знакомых и друзей и их знакомых и друзей. Продукция таких компаний – это, как правило, парфюмерия, косметика, бытовая химия, пищевые добавки, витамины и так далее – то, что можно потрогать и попробовать.

### 2. Продвинутый MLM-бизнес (или Интернет-

MLM) – для тех, кто много времени проводит в Интернете, социальных сетях, просто любит работать за компьютером или профессионально занимается web-дизайном или программированием, то есть для всех, кто использует Интернет.

В этом случае свой бизнес строится в основном на «холодном» рынке, то есть с незнакомыми ранее людьми, хотя не исключается и «теплый» рынок. А продукция или услуги таких компаний – это, как правило, информация или образование.

В любом случае бизнес в сетевом маркетинге дает возможность каждому человеку научиться чему-то новому и интересному. Это своеобразный способ самообразования, что немаловажно для развития такого бизнеса.

Каждый дистрибьютор всегда может рассчитывать на помощь и поддержку своих спонсоров и наставников, которые также заинтересованы в его успехах и достижениях.

# Часть 1

## Создание личного бренда

### Портрет кандидата. Составляем аватар

#### ЧТО ТАКОЕ АВАТАР КАНДИДАТА?

1. Детально прописанный портрет потенциального партнера.
2. Список черт характера, описание кандидата, его страхи, сомнения, желания и скрытые мотивы.

#### ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН АВАТАР?

1. В сутках всего 24 часа. Не стоит общаться с теми, кто нам не подходит.
2. Четко прописав портрет, намного легче понять, где таких людей можно найти.
3. Аватар кандидата будет развиваться вместе с вами (проводите ревизию раз в полгода-год).

#### Как составить аватар?

Аватар – это образ человека, которого вы хотите видеть в своей структуре, с которым вам будет легко находить общий язык, который, может быть, чем-то похож на вас. Посмотрите по сторонам, вы обязательно заметите тех, кто к вам тянется, кто вас окружает – ваши близкие, друзья, знакомые и т. д.

1. Выбрать одного или нескольких ярких представителей своей целевой аудитории (далее ЦА).
2. Представить его ярко, дать ему имя, определить пол, семейное положение.

#### 1. Кто ваш кандидат?

1. Пол.
2. Возраст.
3. Профессия.
4. Интересы.

Необходимо создать 2–3 аватара, чтобы иметь несколько образов своих потенциальных партнеров.

При рекрутировании очень хорошо помогает понимание проблем своих кандидатов.

Зная, как они живут, какие у них есть трудности и желания, можно наиболее точно представить себе портрет.

#### 2. Чего больше всего хочет ваш кандидат?

Возьмем для примера женщину лет тридцати. Скорее всего, она – молодая мама, у нее один или двое детей, которым она уделяет значительную часть своего времени.

Ей необходима работа, но если она устроится на полный рабочий день, дети останутся без присмотра.

Удаленная работа – идеальный вариант для нее. Это и есть один из образов для вашего потенциального кандидата.

#### 3. Чего боится ваш кандидат?

Как и любой человек, занимающийся бизнесом, ваш кандидат боится налогового инспектора, скачков валюты, инфляции и т. д.

#### 4. Какие возражения он чаще всего приводит?

Записывайте все возражения, претензии, жалобы и вопросы вашего типичного кандидата.

#### 5. Ваши ответы на возражения.

Напишите ответы на возражения ваших кандидатов. Если вы не знаете, как ответить, обратитесь к своим наставникам и спонсорам.

#### СОВЕТЫ ПО СОСТАВЛЕНИЮ АВАТАРА

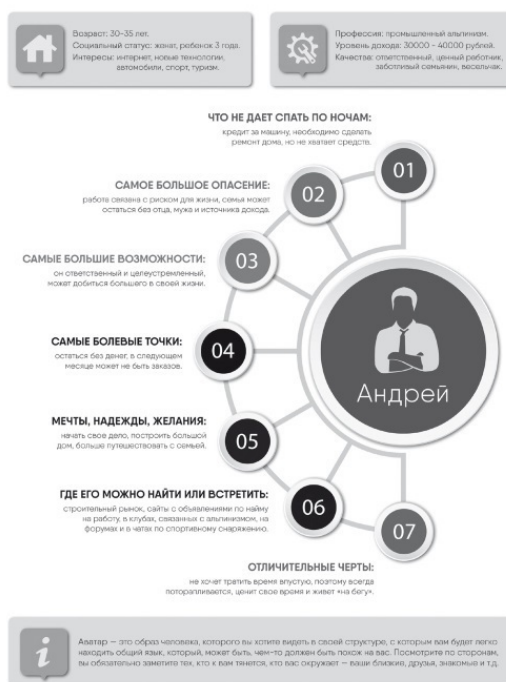
1. Детально прописывайте от 1 до 10 аватаров ваших потенциальных кандидатов.
2. Составляйте «антиаватар» кандидата – человек, которого стоит избегать, с которым вам некомфортно работать.
3. Составляйте аватар тех людей, которые уже являются вашими дистрибьюторами.
4. Если сложно понять, посетите их странички в социальных сетях.

#### КАК НАЙТИ ВАШЕГО КАНДИДАТА?

1. Напишите список мест, где могут «водиться» ваши аватары (конференции, семинары, встречи, презентации и т. д.).
2. Составьте список «примет», по которым вы будете их определять.
3. Составьте список квалифицирующих вопросов, по которым вы поймете, что перед вами именно ваш кандидат.

Обратите внимание и глубже вникните в страхи, проблемы и желания своих потенциальных кандидатов. Тогда у них возникнет ощущение, что вы очень хорошо их знаете.

#### ПРИМЕР СОСТАВЛЕНИЯ АВАТАРА



#### «Холодные» контакты в социальных сетях

## ЦЕЛЬ КОНТАКТА

1. Подписать (слишком прямолинейно).
2. Продать (слишком прямолинейно).
3. Встретиться вживую.
4. Пообщаться голосом (Skype, телефон).
5. Пригласить на вебинар.
6. Подписать в рассылку.

Существуют также менее эффективные методы:

1. Сразу отправить ссылку на видео длительностью в 3 часа.
2. Сразу отправить видео с презентацией продуктов или услуг вашей компании.

Можно определенным способом спровоцировать кандидатов написать первыми, обратив на себя внимание:

- отметкой «Нравится»;
- репостами;
- комментариями.

Существует также способ пассивного рекрутинга в дополнение к активному. Для этого необходимо один-два раза в день писать на своей странице посты, которые видят ваши друзья, и, соответственно, заинтересовавшись, они будут посещать ваш аккаунт, вникать в род вашей деятельности. Таким образом происходит привлечение кандидатов в вашу компанию.

1. Добавляем и ждем.
2. Размещаем вирусные посты (фото и видео).

То есть необходимо очень грамотно вести свою страницу, наполняя ее соответствующей информацией (фотографии, посты и т. д.) – ничего лишнего, но определенная активность обязательно должна быть. Необходимо отключать функцию, позволяющую другим людям размещать что-либо на вашей стене (комментарии, поздравления, обсуждения и т. д.), так как это может мешать вам вести бизнес. Или же заведите два аккаунта – один для личных целей, другой для работы.

Вирусные посты – это любая очень яркая и интересная информация, которой людям хочется поделиться. Вирус – это что-то, что распространяется очень быстро.

## АКТИВНЫЕ МЕТОДЫ КОНТАКТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

1. Я ищу в вашем городе партнеров.
2. Метод опроса (когда люди добавляются к вам в друзья, вы можете предложить им небольшую анкету на 5-10 вопросов).
3. Мне нужна помощь (любые самые простые вопросы или просьбы, чтобы просто завести разговор).
4. Я вижу, у нас с вами общие интересы.
5. У нас общий друг (я вижу у вас в друзьях).
6. Общая профессия (я вижу, вы тоже музыкант).
7. Общее прошлое (общая родина, общая школа и т. д.).
8. Мы с вами проходили тренинг у... Как вам впечатление?
9. Я вижу, вы тоже были в Париже (Лондоне, Крыму, Сочи и т. д.)... Вам понравилось?
10. Я сейчас прохожу тренинг, и мне дали задание познакомиться (взять интервью, пообщаться и т. д.).
11. Интрига (смотрю на вас, и меня мучает один вопрос.).

## СЦЕНАРИИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗГОВОРА

1. Помните об основной вашей задаче (пригласить на вебинар или Skype-беседу).

2. Выходите из общения с теми, кто не идет на контакт или активно не принимает то, чем вы занимаетесь.

3. Не тратьте время на споры с фанатами других сетевых компаний и ненавистниками MLM.

4. Старайтесь не использовать одни и те же фразы (хотя домашние заготовки приветствуются – их можно просто скопировать из файла блокнота).

#### КАК НЕ ПОПАСТЬ В СПАМ

1. Старайтесь относиться к этому проще. Попадание в спам – это не зависящее от нас обстоятельство.

2. В любой момент люди могут пожаловаться на вас, и вашу страницу заморозят (на время). Не указывайте в статусах никаких ссылок, не указывайте в имени принадлежность к какой-либо деятельности (например, «Ирина Oriflame» и т. д.).

3. Старайтесь не писать ссылки и предложения о сотрудничестве в первом же сообщении. Первое общение необходимо использовать для того, чтобы перевести разговор в телефонный или общение по Skype.

4. Старайтесь сделать свою страницу более человечной, живой (меньше репостов и рекламных ссылок).

5. Радикальное решение – завести несколько страничек, но не использовать одну общую для работы и для бизнеса.

#### ЗАДАНИЕ К УРОКУ

1. Составить портрет кандидата.

2. Написать несколько вариантов обращения к кандидатам.

3. Начать общение с кандидатами в социальных сетях.

4. Начать писать ежедневный отчет.

#### ВАШ ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОТЧЕТ О ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЕ

1. Сколько человек добавлено в друзья в социальных сетях.

2. Сколько постов размещено в социальных сетях.

3. Сколько переписок совершено с кандидатами в социальных сетях.

4. Разговоры в Skype с кандидатами.

5. Телефонные разговоры с кандидатами.

6. Встречи офлайн с кандидатами.

7. Ваши открытия, выводы, результаты.

8. Время, затраченное на работу в сети.

#### КАКОЙ СУЩЕСТВУЕТ СПОСОБ ПРИПОДНЯТЬ СЕБЯ НАД СВОЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ?

Начинать учить свою целевую аудиторию (далее – ЦА. – *Прим. автора*). Но это не значит, что надо сразу начинать проводить платные тренинги. Достаточно для начала размещать какие-то обучающие посты, например: «5 советов, как добиться...», «10 способов, как получить...» и т. д. Можно разместить видео и вебинары с вашим участием, любые полезные ролики, которые могут быть интересны для вашей ЦА.

## Создание личного бренда

Бренд – это логотип, комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя, ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием.

Бренд – это составляющая торговой марки, но не сама торговая марка.

Бренд символизирует определенные качества продукта или характеристики самого производителя продукта. Для этого бренд должен быть узнаваем; как правило, права на его использование защищают юридически.

Личным брендом можно считать имена художников – Ван Гог, Пикассо, Дали, Шилов, Сафронов, Серов, Васнецов и т. д.

Личным брендом также считаются имена современных известных личностей в сфере политики и бизнеса: Тинькофф, Трамп, Кийосаки, Норбеков, Парабеллум, Яновский и т. д.

### ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Личный бренд создается для того, чтобы повысить свою стоимость на рынке труда. Всем известно, что услуги и товары известных и популярных личностей стоят намного дороже.

В наш век интернетизации свой личный бренд есть практически у всех. Ваша страница в любой из социальных сетей – это ваш личный бренд.

У каждого человека есть реальная возможность стать известной личностью, написав интересную статью, сняв интересное видео и т. д.

Социальные сети – это самые простые и доступные инструменты для продвижения личного бренда.

### КАКУЮ ПОЛЬЗУ ПРИНОСИТ БРЕНД?

1. Возможность зарабатывать деньги лично. Если вы являетесь брендом, вы стоите дороже.

2. Продвижение своего бизнеса через продвижение личного бренда.

Развитие личного бренда – это процесс долгий, но очень перспективный.

### КРИТЕРИИ ИЗМЕРЕНИЯ БРЕНДА

1. Охват вашей аудитории – те, кто вас знает.

2. Ваша репутация – то, что о вас думают.

### ГДЕ НУЖЕН БРЕНД?

1. Там, где существует высокая конкуренция.

2. Там, где велика разница между оплатой известного и неизвестного специалиста (врачи, бухгалтеры, веб-дизайнеры, парикмахеры-стилисты, фотографы и т. д.).

### ЧЕТЫРЕ ВОПРОСА ПРОДВИЖЕНИЯ

Прежде чем создавать свой личный бренд, вы должны ответить для себя на следующие вопросы.

1. Кто должен обо мне знать?

2. Зачем обо мне должны знать?

3. Что обо мне должны знать?

4. Как обо мне узнают?

## ШАГИ К СОЗДАНИЮ БРЕНДА

1. Выбрать тему, в которой вы бы хотели быть экспертом.
2. Обучиться, получить опыт на практике в интересующей вас теме.
3. Транслировать свой образ с помощью различных интернет-инструментов.

## ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ БРЕНДА

### База

1. Внешний вид. Ваш внешний вид должен работать на вас и соответствовать уровню и цели мероприятия.

2. Хорошие фотосессии. Следите за тем, какие фотографии вы размещаете на своих страницах. Желательно периодически проводить профессиональные фотосессии.

3. Экспертность. Очевидно, что в сетевом бизнесе очень высокая конкуренция, и если вы на сегодняшний день не имеете никаких серьезных результатов в виде чека или статуса, то вы не скоро станете экспертом в MLM.

4. Опыт. Если есть большой опыт, это очень важный фактор успешности.

5. Знания. Проявив свои знания, вы можете себя позиционировать как специалиста.

6. Сильная личная история (связанная с темой).

Если вы имеете какие-то знания или опыт, то можете поделиться своей уникальной историей. Когда вы что-то делаете, что не делают другие или делают только избранные люди, вы одновременно и обучаетесь, и приобретаете опыт, и становитесь экспертом.

Поэтому чем сложнее то, что вы делаете, тем большим специалистом в своем деле вы становитесь.

## ПЛОЩАДКИ В ИНТЕРНЕТЕ ДЛЯ ТРАНСЛЯЦИИ СВОЕЙ ЭКСПЕРТНОСТИ

1. Вебинары.
2. Социальные сети (фото, статьи).
3. Instagram.
4. Youtube (выкладывать обучающие видео на 2–3 минуты).
5. Блог (наличие личного блога уже добавляет вам дополнительные баллы).
6. Рассылка.
7. Видеовизитка (профессиональный ролик о себе).
8. Реклама (ваш пиар по партнерской программе).

## ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В ОФЛАЙН

1. Книги (издать книгу самостоятельно или через издательство).
2. Публикации в СМИ (журналах).
3. Выступления и реклама на телевидении.
4. Живые выступления (если у вас есть возможность выступить, обязательно сделайте это).
5. Встречи с подписчиками (о проведении такой встречи можно в последующем написать в своем блоге, сделать посты в социальных сетях).
6. «Засветка» – регулярные и активные появления в комментариях у гуру, на популярных форумах в группах и т. д.
7. Споры с экспертами.
8. Положительные отзывы экспертам (такой отзыв обязательно окажется на странице эксперта, и о вашем мнении узнают сотни – тысячи его подписчиков).
9. Фото с гуру.
10. Образование, обучение, тренинги – это лучший способ поближе познакомиться и подружиться с экспертом.

Не бойтесь начинать что-то делать. Для того чтобы у вас что-то получалось хорошо, надо сначала пройти этапы, когда это получается плохо, и продолжать делать это до тех пор, пока не получится хорошо. У каждого из вас есть шанс стать экспертом, брендом и лидером. Просто делайте!

#### ЗАДАНИЕ К УРОКУ

1. Выбрать нишу, в которой вы хотели бы стать экспертом (см. ниже).
2. Написать, какие из 43-х инструментов вы используете (см. ниже).

#### ПРИМЕРЫ НИШ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ЭКСПЕРТНОСТИ (ИНФОБИЗНЕС)

1. Отношения с мужчинами/женщинами (знакомство, свидание, пикап, секс).
2. Отношения с детьми, воспитание.
3. Преодоление конфликтов, развитие коммуникабельности.
4. Ораторское мастерство.
5. Как выйти замуж.
6. Избавление от страхов, комплексов.
7. Вумбилдинг, интимная гимнастика.
8. Здоровый образ жизни.
9. Красота, фитнес, йога.
10. Альтернативная медицина.
11. Тайм – менеджмент.
12. Женские практики, развитие женственности.
13. Похудение.
14. Продажи.
15. Управление.
16. Инвестирование.
17. Управление личным бюджетом.
18. Создание бизнеса.
19. Создание инфобизнеса.
20. Еще я знаю несколько примеров, когда люди зарабатывали на обучении шитью и вязанию, казалось бы, темы только для офлайн-бизнеса!
21. Технические моменты Интернета.
22. Социальные сети ВКонтакте.  
Facebook.  
Instagram.  
Youtube.
23. Сайты в Интернете.
24. Интернет-магазины в Интернете.
25. Интернет-магазины в социальных сетях.
26. Заработок онлайн.
27. Партнерские программы.
28. Создание инфобизнеса.
29. Сетевой маркетинг.
30. Сетевой маркетинг через Интернет.
31. Рекрутирование через социальные сети.
32. Иностранные языки.
33. Саморазвитие (очень обширная тема, включающая большое количество подниш).
34. Здоровье.
35. Красота.



36. Духовные практики.
37. Недвижимость (как зарабатывать на недвижимости, как купить/продать квартиру).
38. Как бросить пить/курить.
39. Как родить здорового ребенка / как вырастить ребенка.
40. Как научиться танцевать.
41. Как научиться водить машину.
42. Как уехать жить за границу.
43. Как выйти замуж/найти жену.
44. Как дожить до 100 лет.
45. Как экономно жить.

#### ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ БРЕНДА

1. Личная история.
2. Экспертность в какой-то области.
3. Знания – продажи, MLM, публичные выступления, взаимоотношения.
4. Опыт – продажи, MLM, публичные выступления.
5. Внешний вид.
6. Хорошие фотосессии.
7. Визитки.
8. Сильная личная история (связанная с темой).
9. Мини-книги.
10. Социальные сети – Facebook, ВКонтакте.
11. Instagram.
12. YouTube.
13. Рассылка.
14. Блог.
15. Книги (печатные).
16. Видеовизитка.
17. Интервью с экспертами.
18. Интервью с вами.
19. Выступление в своей компании.
20. Выступления на конференциях (за пределами своей компании).
21. Организация своих конференций.
22. Проведение вебинаров.
23. Тренинги (продажи).
24. Личное консультирование.
25. Живые выступления.
26. Пиар результатов.
27. Недвижимость, авто.
28. «Засветка» – регулярное появление в комментариях у гуру, на популярных форумах, в группах.
29. Отзывы экспертам (лучше видео).
30. Реклама.
31. Путешествия.
32. Social proof – подписчики, просмотры, комментарии, «лайки».
33. Совместные тренинги и книги с гуру.
34. Публикации в СМИ.
35. Выступления на телевидении.
36. Фото с гуру.

- 37. Образование, обучение (пройденные тренинги).
- 38. Результаты учеников.
- 39. Членство в ассоциациях.
- 40. Личные связи, знакомства с гуру.
- 41. Закрытые чаты и сообщества (мастермайнды).
- 42. Участие в платиновых группах экспертов.
- 43. Дипломы, сертификаты, награды.

## О лидерстве

### Принципы работы в MLM

Для того чтобы стать богатым, надо найти хорошую компанию и зарабатывать много денег на протяжении достаточно долгого времени. Это намного эффективнее, чем быстрый, хороший, но кратковременный результат.

Для работы в MLM также стоит обратить свое внимание на рекрутинг через Интернет. Больше общайтесь со своими коллегами из других сетевых компаний, возможно, когда-нибудь вам удастся переманить их в свой бизнес.

Очень важна система работы в MLM – комплекс мероприятий и работа с первой линией. Чтобы была систематичность и процесс шел в правильном русле, чтобы не получалось так, что вы отнимаете работу у своих дистрибьюторов, вам необходимо усиленно работать только с первой линией. Отдельно собирайте их и общайтесь с ними (раз в неделю, раз в месяц в Skype).

Сколько бы ни было людей в вашей структуре, вы все равно будете тратить на них все свое время.

### КАКИЕ ОНИ, ЛИДЕРЫ?

1. Успех к ним пришел, как правило, после 40 лет.
2. Семейные (чаще всего).
3. Любят путешествовать.
4. В прошлом бизнесмены (учителя, инженеры, спортсмены и т. д.).
5. Как правило, на старте были трудности, долго не получалось, потом смогли преодолеть.
6. Скорее всего, добились результатов не в первой своей компании.
7. В компанию пришли на старте (или хотя бы в своей стране, но не обязательно самыми первыми – разрушаем миф).
8. Много спонсируют в первую линию.
9. Имеют много лидерских веток (десятки).
10. В основном свои структуры построили вне Интернета.

### КАКИМИ КАЧЕСТВАМИ ОБЛАДАЮТ ЛИДЕРЫ?

1. Коммуникабельные.
2. Открытые.
3. Позитивные.
4. С хорошим чувством юмора.
5. Целеустремленные.
6. Уверены в себе.
7. Пунктуальные.
8. Хорошие ораторы.
9. Умеют делегировать обязанности и управлять людьми.
10. Стрессоустойчивые.
11. Наслаждаются жизнью.
12. Мастера по рассказыванию историй.
13. Харизматичные.
14. Как правило, уже добивались успеха и были активистами в каких-то других отраслях.

15. Обычно не «выпендриваются» и не шикуют (им важнее обладать финансовой свободой, чем демонстрировать ее).

16. Очень быстро внедряют задуманное, не откладывая дела на потом.

17. Трудолюбивы, фанатики своего бизнеса.

#### ПРИВЫЧКИ БОГАТЫХ ЛЮДЕЙ

1. Список «нежеланий».
2. Список целей.
3. Список ограничивающих убеждений.
4. Список ваших преимуществ.
5. Попросите оценить себя со стороны.
6. Список навыков, которые вы хотели бы получить.
7. Планирование финансов.
8. Инвестиции.
9. Финансовый план на 10–20 лет.
10. Страховка.
11. Планирование времени.
12. Делегирование.
13. Борьба с пожирателями времени.
14. Гармоничное развитие.
15. Здоровье.
16. Семья.
17. Друзья.
18. Отдых.
19. Интернет-рекрутирование.
20. Отношение к сетевикам.
21. Система работы.
22. Система мероприятий.
23. Работа с первой линией.
24. Работа с глубиной.
25. Лидеры.
26. География.

#### ПОЛИТИКА ПОВЕДЕНИЯ ЛИДЕРА СО СВОЕЙ КОМАНДОЙ

Чтобы построить большую структуру, необходимо соответствующим образом строить общение со своей командой. Нужно стараться общаться с тем небольшим количеством людей, которые влияют на оставшуюся часть всей вашей структуры.

У большинства сетевиков структура состоит в основном из потребителей и продавцов – это все ведомые люди. Среди этих людей, как бриллианты, «разбросаны» лидеры, которые самостоятельно мотивированы, знают, чего хотят, и двигаются к своей цели. Ваша задача – отбирать этих лидеров и уделять больше времени именно им.

Если вы будете больше внимания уделять сильным веткам структуры, то и рост от них будет колоссальный, и обороты будут расти, и отдача будет намного больше, чем при общении со всей командой.

Если вы будете уделять больше внимания слабым сотрудникам, то прогресс будет, но он будет несоизмеримо мал по сравнению с ростом, который может вам обеспечить усиленная работа с лидерами.

Сильные, мотивированные лидеры знают, чего хотят, и делают это, не ожидая инструкций и заданий от руководства.

В работе с людьми вы являетесь инвестором. Надо продавать те акции, которые падают в цене, и покупать те, которые имеют потенциал роста. В данном случае вы инвестируете свое время. Вы создаете свою команду и приглашаете в свой бизнес людей, которые будут вашими заместителями и руководителями в ваших подшефных структурах и возглавят ваши филиалы в разных регионах. Но если эти заместители будут слабыми, то ничего не получится. Если вы хотите строить большие структуры, вы должны отбирать именно сильных лидеров, а не тратить время на обучение слабых работников.

Если вы дадите своему дистрибьютору задание, а он его не выполняет, и это регулярно повторяется, вы должны избавиться от такого сотрудника и больше не тратить на него свое время. Ни в коем случае нельзя уговаривать, предлагать сделать что-то за него и т. д. Вы уговаривали его на презентации, когда он сомневался, стоит ли сотрудничать с вами, вы уговаривали его позвонить знакомым, вы уговаривали его купить продукт и т. д. Все это не относится к лидерам. Лидерами становятся в трудностях, а не в тепличных домашних условиях.

Кому-то достаточно один раз показать механизм работы – и он сразу же примется за работу, кому-то можно ничего не показывать – и он сам все будет делать, а кому-то можно показывать несколько раз, но это не даст никаких положительных результатов.

1. Сайт фрилансеров [fiverr.com](http://fiverr.com), на котором можно заказать любую услугу за 5 \$.

2. Надо стараться не подписчиков добывать как можно дешевле, а продавать на максимально большую сумму. Если вы сможете каждому подписчику продать продукт вашей компании на большую сумму, вам будет абсолютно не важно, во сколько вам этот подписчик обошелся.

3. Проведение одноминутной презентации: «Я помогаю своей ЦА получить результат, даже если...». То есть необходимо уметь продавать себя – это возможность коротко рассказать о себе, чтобы человек вами заинтересовался и захотел общаться. Например: «Я помогаю своим сетевикам начать рекрутировать в Интернете, даже если в техническом плане они находятся еще на нулевом уровне». Это своеобразный вариант докрутки (усиления).

4. У многих сетевиков есть свои «раскрученные» каналы на Youtube. Вы можете посетить их каналы, переписать названия самых популярных видео и записать свои собственные видео с такими же названиями, наполнив их своим содержанием. Вы точно будете знать, что эти темы интересны людям, ваши видео будут показывать в поиске среди похожих, то есть у вашего ролика увеличатся шансы быть просмотренным.

5. Таргетинговая реклама в ВКонтakte – вы можете выложить рекламу своих landing page и показывать их друзьям известных сетевых лидеров и тренеров, получив себе новых подписчиков.

6. Все эти приемы можно также использовать и в других социальных сетях.

## КАЧЕСТВА ЛИДЕРА



### ЗАДАНИЕ К УРОКУ

Ответьте на следующие вопросы:

1. Есть ли у вас личная история? (В письменном виде).
2. Продолжаете ли вы каждый месяц привлекать новичков?
3. Сколько активных первых линий у вас имеется?
4. Многие ли из них находятся на ведущих постах (директор, лидер, супервайзер и т. д., обычно объем в 5 000-10 000 баллов).
5. Проводите ли вы планерки с вашими первыми линиями?
6. Проводите ли вы регулярные школы для структуры?
7. Бываете ли вы в ваших регионах, хотя бы один раз в году?
8. Есть ли у вас четкая система работы?
9. Контролируете ли вы свои финансы?
10. Занимаетесь ли вы планированием времени?
11. Есть ли у вас расписанный план на годы вперед?
12. Есть ли у вас финансовый план на 10–20 лет?
13. Есть ли у вас страховка и накопительные программы?
14. Есть ли у вас инвестиции?
15. Есть ли у вас цели, которые вас мотивируют?
16. Находите ли вы время для отдыха?
17. Находите ли вы время для общения с близкими (со своей семьей)?
18. Бываете ли вы за границей хотя бы 1–2 раза в год?
19. Умеете ли вы делегировать?
20. Умеете ли вы говорить «нет»?
21. Как вы реагируете на трудности?
22. Как вы относитесь к публичным выступлениям?
23. Умеете ли вы «разруливать» конфликты?
24. Есть ли у вас преимущества и достижения, которые делают вас интересными для людей?
25. Умеете ли вы идти против мнения большинства, если уверены в своей правоте?

## Часть 2 Рекрутирование

### Рекрутирование через Интернет

У многих бывают ситуации, когда в социальной сети встречается какой-то знакомый, завязывается разговор, и он спрашивает о вашей сфере деятельности. Или, например, человек, которого вы совсем недавно добавили в друзья, интересуется, зачем вы предложили ему свою дружбу. Бывает, что на вашей странице увидели фотографию с какой-то презентации или награждения и просят вас рассказать об этом событии.

Как необходимо общаться с этими людьми, чтобы грамотно заинтересовать их своим предложением и привлечь к работе в своей компании?

1. Вы можете отправить этому человеку письмо с вашим маркетинг-планом или коммерческим предложением.
2. Вы можете отправить ему видео длительностью не более 2–3 минут с записью каких-то семинаров, тренингов, конференций.
3. Предложить ему пообщаться в Skype или по телефону, то есть постараться перейти к более удобному общению и провести презентацию онлайн.
4. Можно пригласить кандидата на презентационный вебинар/программу.
5. Сразу дать человеку ссылку на регистрацию.
6. Если вы живете в одном городе, то можно попытаться сразу же назначить встречу.

#### КАКОЙ ИЗ ЭТИХ ВАРИАНТОВ ЛУЧШИЙ И БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЙ?

Лет 10–20 назад очень популярной была книга Джона Каленча «Лучший, каким вы можете быть в MLM». Согласно принципу работы Джона Каленча, самой эффективной являлась формула «Да – Нет – Следующий». За прошедшие годы современный рынок очень изменился, и эта формула, увы, уже не актуальна. Она просто не работает, и это признают сами специалисты сетевого маркетинга. Раньше мы приглашали на встречу заинтересовавшегося человека, проводили презентацию и спрашивали, хочет ли он с нами работать. Сейчас же люди могут подписаться, согласиться на сотрудничество только при второй, третьей встрече, но не при первой. Поэтому ни один из предложенных вариантов не является эффективным.

Необходимо провести целую серию звонков, встреч, писем, видео, вебинаров, презентаций, каждый раз обещая рассказать что-то еще более интересное при следующем контакте. То есть должна быть выстроена многоступенчатая система встреч.

Можно выбрать один, наиболее подходящий именно для вас вариант привлечения людей в свой бизнес и пользоваться им, пока он является максимально эффективным.

Для примера разберем один из предложенных вариантов рекрутинга – серию видео, чтобы можно было его эффективно внедрить.

#### ЧТО НЕОБХОДИМО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ОСУЩЕСТВИТЬ ДАННЫЙ СПОСОБ РЕКРУТИНГА?

1. Создать лендинг с подпиской на четыре полезных видео.

**Лендинг** (от англ. *landing* – «приземление, посадка, подписка») – это полезный контент, состоящий из одной страницы, на которую есть возможность подписаться, внося свои регистрационные данные.

Цифра 4 – это условное обозначение. Их может быть больше или меньше. Главное, чтобы это был цикл видео, где вы предлагаете какой-то полезный контент. Например, первые три видео – с презентацией, а четвертое – с приглашением присоединиться к вашей компании или с приглашением на вебинар.

2. Серия из четырех писем (например, в GetResponse).
3. Видео заливается на сайт Youtube.
4. После четырех видео отправляется ссылка на регистрацию или форма для связи с вами.



## **Система рекрутирования в Интернете**

Искать и находить людей можно на любых интернет-ресурсах, где можно общаться:

## **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.