
PREZENTACIJE NA SALVETI

Multi-Level Marketing priručnik

Prevod knjige "The 45 Second Presentation That Will Change Your Life", adaptacije materijala koji je predstavio Don Failla na njegovim seminarima pod nazivom „Prezentacije na salveti“

SADRŽAJ

UVOD.....	1
Poglavlje I.....	2
Uvod u Multi-Level Marketing – MLM.....	2
Poglavlje II.....	6
Prezentacija na salveti broj 1:	6
Dva puta dva je četiri.....	6
Poglavlje III.....	9
Prezentacija na salveti broj 2.....	9
Sindrom propalog trgovca.....	9
Poglavlje IV	13
Prezentacija na salveti broj 3.....	13
Četiri stvari koje morate uraditi	13
Poglavlje V	17
Prezentacija na salveti broj 4.....	17
Kopanje do stena.....	17
Poglavlje VI	20
Prezentacija na salveti broj 5.....	20
Brodovi na moru.....	20
Poglavlje VII	24
Prezentacija na salveti broj 6.....	24
Pozivanje trećih osoba	24
Poglavlje VIII	27
Prezentacija na salveti broj 7.....	27
Kako da trošite svoje vreme	27
Poglavlje IX	29
Prezentacija na salveti broj 8.....	29

Cvrčanje prodaje šniclu.....	29
Poglavlje X	31
Prezentacija na salveti broj 9	31
Motivacija i stav	31
Poglavlje XI	35
Prezentacija na salveti broj 10	35
Petougao rasta	35
Poglavlje XII	37
Povratak u školu	37
Poglavlje XIII	41
Igranje brojkama	41
Poglavlje XIV	45
Poslovni trening vs. Sastanci o poslovnoj mogućnosti.....	45
Poglavlje XV	48
Važni izrazi i najčešća odbijanja	48
Zašto mrežni marketing?	51

UVOD

Prezentacija od 45 sekundi je sve što vam je potrebno da znate kako započeti sa izgradnjom velike organizacije. Čak i ako ne možete naučiti ovu prezentaciju, možete je pročitati prijatelju ili je ispisati na tri do pet kartica koje ćete ostaviti prijateljima da ih sami pročitaju.

Ne morate znati ništa više od onoga što je u ovoj prezentaciji. Kada to jednom shvatite i razumete, lako ćete moći da predstavite svoj posao bilo kome, jer apsolutno svako može na ovaj način da izgradi sebi posao, samo ako to želi.

Sve što vam je stvarno potrebno je malo želje. Bez želje nemate ništa.

Tajna sistema o kojem vas učimo je da ne pričate puno. Priča je vaš najgori neprijatelj. Što više pričate, to više vaš klijent misli da ne može raditi to što vi radite. Što više pričate, to oni više misle kako nemaju vremena. Zapamtite, vreme je prvi izgovor za nepokretanje posla.

Nakon što vaš prijatelj pročita prezentaciju od 45 sekundi postaviće vam nekoliko pitanja. Bez obzira o čemu je pitanje, ako vas nagovori da odgovorite, izgubili ste ga. Dok se okrenete, on će već imati pet novih pitanja. Jednostavno mu na početku objasnite kako znate da će imati mnogo pitanja i da je sistem dizajniran tako da ponudi odgovore na većinu njih. Tada ih pošaljite da pročitaju prve četiri prezentacije na salveti koje sadrži ova knjiga.

Nikad ne recite klijentu da pročita celu knjigu, jer će tada knjiga završiti na polici čekajući da klijent nađe vremena. Recite im da pročitaju samo prve četiri prezentacije na salveti. Pročitaće ih odmah, ali preko 90% će završiti čitanje knjige u jednom dahu.

Nakon čitanja knjige vaš klijent će razumeti mrežni marketing. Ovo je jako važno, jer je razlog broj jedan zbog kojeg ljudi ne rade ovaj posao, taj što ga ne razumeju. Sad kada razumeju mrežni marketing spremni su da im predstavite svoju organizaciju, kompaniju, proizvode i marketing plan. Ali kako smo na početku rekli, ne morate znati ništa više od onoga što je u prezentaciji od 45 sekundi kako bi započeli posao.

Dakle, šta ćete raditi?

Koristićete alate ili vaš tim koji će odraditi pričanje za vas. Alati bi bili brošure, prospekti ili CD vaše kompanije. Vaš tim bio bi osoba u vašoj prvoj gornjoj liniji, odnosno vaš sponzor.

Recimo da imate svog prvog klijenta, uradili ste prezentaciju od 45 sekundi i klijent je pročitao knjigu. Pozovite svog klijenta na ručak. Recite mu da ćete pozvati svog sponzora koji će u vaše ime objasniti posao.

(Pitanje – ko će platiti ručak? Vi. Vaš sponzor radi za vas. Koliko puta ćete morati da platite svom sponzoru ručak ili večeru pre nego što budete mogli sami da objasnite posao?)

Imali smo osobu koja je na jednom seminaru u Nemačkoj komentarisala: „Ne samo da ne treba da znate ništa o poslu da bi počeli da ga radite, nego radeći sa svojim donjim linijama svaki dan imate besplatan ručak.“ Pa prijatno!

POGLAVLJE I

UVOD U MULTI-LEVEL MARKETING – MLM

Multi-Level Marketing je jedna od najbrže rastućih, ali još uvek najnerazumljivijih metoda kretanja proizvoda koje danas koristimo. Mnogi su je okarakterizovali kao modu iz osamdesetih, ali verujte mi da će otići daleko iznad toga. Devedesetih godina, proizvodi i usluge u vrednosti većoj od sto milijardi dolara okretale su se u godišnjim prometima MLM kompanija. Da i ne spominjemo dvadesetprvi vek.

Ova knjiga nastala je kako bi vama čitaocima, početnicima u MLM sistemu, koristeći ilustracije i primere, pojednostavljeno pokazali šta Multi-Level Marketing **jeste**, a šta **nije**. Takođe ćemo pokazati kako možete efikasno, ponoviću – **efikasno**, objasniti MLM drugima.

Ovu knjigu treba posmatrati kao priručnik. Treba je koristiti kao alat koji će vam pomoći da obučite druge u vašoj organizaciji. Uključite je u početni paket o vašem programu. Ova knjiga je zasnovana na prezentacijama na salveti, koje se koriste još od '69. godine. U knjizi je objašnjeno deset prezentacija koje smo do sada koristili.

Pre nego što krenemo na objašnjenje prezentacija, dopustite mi da odgovorim na jedno od najčešće postavljanih i verovatno najosnovnije od svih pitanja: „**Šta je MLM?**“

U ovoj knjizi koristićemo pojmove MLM i Multi-Level Marketing.

Razdvojimo ovaj pojam. Marketing označava kretanje proizvoda ili usluge od proizvođača do potrošača.

Multi-Level označava sistem kompenzacije namenjen onim osobama koje omogućavaju kretanje proizvoda. Multi znači više od jedan, level označava nivo, ali se može predstaviti i kao generacija. Ovaj sistem možemo zvati i više generacijski marketing. Ipak, zadržaćemo se na najpopularnijem nazivu Multi-Level Marketing. On je toliko uobičajen da mnoge nelegalne piramide, lanci sreće ili lanci pisama, predstavljaju sebe kao MLM program. To kreira određene neopravdane nedoumice, pa mnoge novije MLM kompanije traže druga imena za ovu vrstu marketinga. Tako možemo čuti za "Uni-Level Marketing", mrežni marketing (Network Marketing) i masovni korporacijski marketing (Co-op Mass Marketing).

U stvarnosti imamo samo tri osnovna metoda kretanja proizvoda (držite tri prsta dok objašnjavate).

1. Klasična prodaja – siguran sam da ste svi upoznati sa ovom prodajom. Prodavnica, parfimerija, robna kuća... uđete u prodavnicu i kupite šta želite.
2. Direktna prodaja – obično prodaja osiguranja, kuvara, enciklopedija, kozmetike i slično. Recimo, Avon je jedan od odličnih primera direktne prodaje.
3. Multi-Level Marketing je metod o kome ćemo razgovarati u ovoj knjizi. Ne treba ga mešati sa druga dva načina prodaje, naročito ne sa direktnom prodajom sa kojom se obično MLM metoda poistovećuje.

Četvrta metoda može biti internet kupovina koja se razvija u nekoliko poslednjih godina. Ali ako pogledamo u suštinu i nju možemo svrstati pod direktnu prodaju.

Peti tip koji obično mešaju sa MLM je piramidalna prodaja. Međutim, činjenica je da su piramide nelegalne! Jedan od glavnih razloga što su nelegalne je taj što nema proizvoda ili usluge koja se kreće. Ako se proizvod ne kreće, kako to uopšte možemo zvati marketingom.

Većina primedbi koju ljudi imaju oko ulaska u MLM je vezana za nepoznavanje razlika između metoda direktne prodaje i MLM-a. Ova konfuzija je donekle i razumljiva, jer je većina MLM kompanija član udruženja direktne prodaje.

Kada pomislite na direktnu prodaju najčešće vam se javlja slika prodaje od vrata do vrata, jer je vaša prva pomisao na njih distributer koji kuca na vaša vrata želeći da vam nešto proda.

Ali postoje osobine koje razlikuju MLM od trgovačkih kompanija i kompanija direktne prodaje. Jedna od značajnijih razlika je da u MLM sistemu vi ste u poslu zbog sebe, ali ne i sobom. Ako ste lično umešani u posao, naročito ako radite izvan svoje kuće, država vam može nametnuti određene porezne obaveze. Nećemo ulaziti u porezne obaveze u ovoj knjizi. Više informacija o porezima možete dobiti od računovođa.

Kako ste u poslu prvenstveno zbog sebe, vi u stvari kupujete proizvode na veliko od kompanije koju predstavljate. To znači da vi koristite ove proizvode prvenstveno za svoju ličnu konzumaciju. Mnogi ljudi uđu u kompaniju samo kako bi mogli kupovati proizvode po sniženim cenama.

Kako kupujete proizvode po sniženoj ceni, možete ih, ukoliko želite, prodati drugima po punoj ceni i ostvariti profit. Najčešći razlog za nerazumevanje MLM sistema je uverenje da morate prodavati kako bi bili uspešni. Mnogo toga se može pričati o prodaji u MLM sistemu i to ne treba ignorisati. Neki programi čak zahtevaju određenu prodajnu kvotu koju treba ispuniti da bi se kvalifikovali za bonus. Dakle, možete prodavati ako želite ili morate kako bi ispunili određene zahteve programa, ali ako vam je cilj postizanje većih finansijskih prihoda, pravi ključ za uspeh krije se u izgradnji organizacije.

Važna napomena: Dopustite da vaša prodaja dođe kao prirodni rezultat izgradnje organizacije.

Više ljudi propadne nego što ih uspe pokušavajući da urade drugačije, odnosno pokušavajući da izgrade organizaciju forsirajući prodaju. Kako nastavite da čitate prezentacije na salveti postaće vam jasniji ovaj koncept.

Reč "prodaja" izaziva negativne misli kod preko 95% ljudi. U MLM-u ne treba da prodajete proizvode u tradicionalnom značenju te reči. Ali zapamtite, proizvod se MORA kretati ili niko, ali baš niko, neće ništa zaraditi. Prodaju često definišu i kao pozivanje stranaca kako bi im prodali nešto što im niti treba, niti žele. Još jednom naglašavamo, proizvod se mora kretati ili niko neće ništa zaraditi.

Drugo ime za MLM je **mrežni marketing**. Kada gradite organizaciju, vi u stvari gradite mrežu kroz koju kanališete svoju prodaju. Prodaja jeste osnova mrežnog marketinga, ali prodaja u MLM-u ili mrežnom marketingu dolazi od distributera koji dele svoja pozitivna iskustva o proizvodu sa drugima i PREPORUČUJU proizvod svojim prijateljima, komšijama i rođacima. Distributeri nemaju potrebu da pričaju sa nepoznatim ljudima i nagovaraju ih na kupovinu.

Kako bi izgradili veliki i uspešan posao potrebno je naći ravnotežu. Treba sponzorirati i učiti MLM, a radeći to, jednako tako stvarate bazu svojih potrošača sačinjenu od prijatelja, komšija i rođaka. Ne pokušavajte sami prodati proizvode celome svetu. Zapamtite da je mrežni marketing GRAĐENJE organizacije u kojoj mnogo distributera prodaje po malo. Ovaj princip je mnogo bolji, nego da nekoliko trgovaca pokušava uraditi sve.

MLM kompanije nemaju potrebu da troše ogromne sume novca za reklamu. Reklamiranje se gotovo ekskluzivno radi po preporukama. Iz tog razloga ove kompanije imaju više novca koji koriste za razvoj proizvoda, pa kao rezultat imaju kvalitetnije proizvode nego konkurencija čije proizvode nalazimo po prodavnicama. Vi jednostavno treba da preporučite svom poznaniku mnogo kvalitetniji proizvod od onog koji sad koristi. Jednostavno zamenite njegov stari brend sa nečim boljim što ste otkrili kroz svoje lično iskustvo.

Kao što vidite, MLM nije svakodnevna prodaja od vrata do vrata. Sve mreže ili MLM programi koje poznajemo uče vas da jednostavno delite svoja iskustva o kvalitetu proizvoda ili usluga koji se nude, sa svojim prijateljima. To je sva "prodaja" koju treba da uradite. (Mi radije umesto reči prodaja kažemo deljenje iskustva jer to u stvari i jeste to.)

Druga stvar koja razlikuje MLM od direktne prodaje je sponzorisanje drugih distributera. U direktnoj prodaji to se zove regrutovanje. Ali sponzorisanje i regrutovanje definitivno nisu isto. Vi sponzorirate nekoga učeći ga da radi ono što i vi radite – gradi svoj vlastiti posao.

Naglašavamo veliku razliku između sponzorisanja nekoga i jednostavno "potpisivanja".

Sponzorirajući nekoga vi stvarate obavezu da mu pomognete. Ukoliko niste spremni da preuzmete tu obavezu, činite mu medvedu uslugu upisujući ga u kompaniju.

Za početak sve što vam je potrebno je volja da pomognete drugima da izgrade svoj posao. Ova knjiga biće neprocenjivi alat koji će vam pomoći šta i kako da radite.

Sponzor ima odgovornost da ljude koje je uveo u posao nauči svemu što zna o tom poslu. To su stvari kao što su naručivanje proizvoda, vođenje zabeleški, otpočinjanje posla, izgradnja organizacije i obuka članova i slično. Ova knjiga će vam omogućiti da ispunite tu obavezu.

Sponzorstvo je ono što omogućava da MLM posao raste. Kako vaša organizacija raste, rastete i vi zajedno sa njom, postajući nezavisan i uspešan poslovni čovek. Postajete sam svoj šef.

U kompanijama za direktnu prodaju, vi u stvari radite za kompaniju. Ako odlučite da napustite tu kompaniju i preselite se u drugi deo države, morate započeti posao od početka. U gotovo svim MLM programima, možete se preseliti bilo gde na svetu i samo nastaviti da sponzorirate ljude bez gubljenja volumena koji ste ostvarili sa grupom koju ste ranije organizovali.

Sa MLM marketingom možete zaraditi mnogo novca. Sa nekim kompanijama sporije, sa nekim brže. Ali zapamtite da novac uvek dolazi od izgradnje organizacije, a ne od prodaje proizvoda.

Budite sigurni da prodavajući proizvode stvarno možete ugodno živeti, ali pravo bogatstvo ćete steći samo od dobro izgrađene organizacije.

Ljudi najčešće ulaze u ovaj posao sa namerom da zarade 50, 100, pa čak i 200 evra mesečno, ali veoma brzo shvate da, ako se ozbiljno posvete poslu, mogu zaraditi 1000, 2000, ili više hiljada evra mesečno. Još jednom zapamtite, taj se novac ne može stvoriti prodavajući proizvode. Taj novac dolazi gradeći organizaciju.

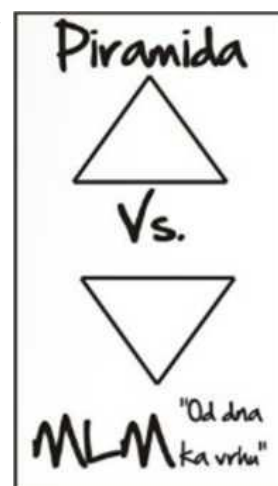
To je svrha ove knjige, da vas nauči stvarima koje treba da znate kako bi bili sposobni da izgradite organizaciju, i to da je izgradite brzo. Takođe, pomoći će vam da razvijete određeni odnos prema MLM-u. Ako neko od vaših prijatelja misli da je MLM nelegalan smatrajući ga piramidom (a dešava se), nećete ga moći uspešno sponzorirati.

Morate ga upoznati sa činjenicama koje će otkloniti njegov odnos prema MLM-u kao piramidi. Jedan od primera koji možete pokazati je ilustracija na desno.

Piramida se gradi od vrha prema dole i samo oni na samom početku niza mogu biti blizu vrha.

U MLM trouglu svako počinje na dnu i ima mogućnost izgraditi veliku organizaciju koja se širi prema gore. Nečija organizacija može biti nekoliko puta veća od organizacije njegovog sponzora.

Osnovni cilj ove vežbe je uvesti klijenta u generalnu diskusiju o MLM-u u kojoj ćete sa tri prsta objasniti razlike između klasične prodaje, direktne prodaje i mrežnog marketinga.



Tako ćete ostvariti dobar start sponzorisanja njegove uloge u vašoj organizaciji.

Kako smo ranije pomenuli, devedesetih godina MLM je obrtao godišnje sto milijardi dolara.

To je zaista veliki posao.

Većina ljudi ne razume da je MLM tako velik. Multi-Level Marketing je poznat u poslednjih 40 godina. Neke kompanije su u poslu preko 30 godina i one godišnje ostvaruju milijarde dolara prometa.

Jedna poznata MLM kompanija u prvoj godini poslovanja ostvarila je preko dva miliona dolara prometa. U svojoj drugoj godini prešli su petnaest miliona dolara. Za svoju treću godinu predvideli su sedamdeset pet miliona dolara. Njihov cilj je postići milijardu dolara godišnjeg prometa na kraju svoje pete godine poslovanja. Principi izloženi u ovoj knjizi omogućiće da taj cilj bude dostižan. Morate priznati da je takav razvoj veoma brz u bilo kojoj branši poslovanja.

POGLAVLJE II

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 1:

DVA PUTA DVA JE ČETIRI

Ovu prezentaciju možete pokazati klijentu pre nego što mu predstavite program koji želite da podelite sa njim. Pod obavezno je da mu pokažete ovu prezentaciju nakon što ih upoznate sa programom.

Želite od prvog dana pravilno da usmerite njihovo razmišljanje. Ova prezentacija će im pomoći da prestanu da misle kako treba da sponzorišu čitav svet kako bi zaradili veliki novac u mrežnom marketingu. Ova prezentacija će im takođe pokazati koliko je važno raditi sa ljudima i pomoći im da započnu posao.

Prezentacija počinje pisanjem formule $2 \times 2 = 4$. Zatim nastavljamo množeći rezultat sa dva i potpisujući ga ka dole.

Obično se našalimo i kažemo da ako nađete nekoga ko ovo ne razume, bolje ga izostavite iz svoje organizacije jer ćete imati puno problema radeći sa njim.

A vertical multiplication diagram. At the top, the number 1 is written with arrows pointing to the left and right. Below it, the number 2 is written. To the left of 2 is a multiplication sign and the number 2, with a horizontal line underneath, and the result 4. Below 4 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 8. Below 8 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 16. To the right of the 16, the number 65 is written with an arrow pointing to it from the 16. To the right of the 16, the number 81 is written with an arrow pointing to it from the 16. To the right of 81 is the number 27 with an arrow pointing to it from 81. To the right of 27 is the number 9 with an arrow pointing to it from 27. To the right of 9 is the number 3 with an arrow pointing to it from 9.

Primetite kako ćemo u razgovor uvesti reč **sponzor**. Desno od kolone 2×2 ispišimo 3×3 govoreći: „U ovom slučaju sponzorišeš tri osobe i paralelno učiš to troje“ – ovde počinjemo koristiti reč **učiti** – „kako da sponzorišu svaki po troje novih ljudi, kako bi dobio 9 više. Nakon toga učiš svojih troje ljudi, kako da uče ovo devetoro da budu sponzori još po trojici i imaš novih 27 članova. Idući prema dole još jedan nivo imaćeš ih 81. Primetićeš razliku između 16 i 81.“ Ukažite im na tu razliku i pitajte ih da li bi se složili da je 81 mnogo više od 16. Onda im ukažite da je stvarna razlika zapravo jedan. Svaki od njih u stvarnosti je

A vertical multiplication diagram. At the top, the number 2 is written. To the left of 2 is a multiplication sign and the number 2, with a horizontal line underneath, and the result 4. Below 4 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 8. Below 8 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 16.

sponzorisao samo jednog klijenta više. Obično klijenti ovde pokažu neku reakciju, ali vi nastavite sa svojom prezentacijom.

„Recimo da sponzorišeš 4 ljudi.“ – Desno od kolone 3×3 ispišite kolonu 4×4 dok izgovarate rezultate množenja.

Pogledajmo šta će se dogoditi ako svako sponzoriše po dva klijenta više. Kako nastavljate sa pisanjem pričajte: „Ti sponzorišeš 4 i učiš ih kako da sponzorišu po 4 nova, nakon toga pomažeš svojoj četvorici da nauče tih 16 kojih imaju da sponzorišu po novu 4, dodajući tako tvojoj grupi 64 nova klijenta. Radeći samo jedan nivo ispod toga, pre nego što i primetiš, tvoja će grupa imati 256 novih članova.“

A vertical multiplication diagram. At the top, the number 2 is written. To the left of 2 is a multiplication sign and the number 2, with a horizontal line underneath, and the result 4. Below 4 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 8. Below 8 is another multiplication sign and 2, with a horizontal line underneath, and the result 16. To the right of the 16, the number 240 is written with an arrow pointing to it from the 16. To the right of 240 is the number 81 with an arrow pointing to it from 240. To the right of 81 is the number 27 with an arrow pointing to it from 81. To the right of 27 is the number 9 with an arrow pointing to it from 27. To the right of 9 is the number 3 with an arrow pointing to it from 9.

Ponovo istaknite razliku između 16 i 256 ljudi. U stvarnosti, svako je sponzorisao samo po dva klijenta više.

Završavamo sa brojem 5. Do sada je vaš klijent razumeo koncept i mentalno ili verbalno sledi vaše pisanje: $5 \times 5 = 25 \times 5 = 125 \times 5 = 625$.

Pogledajte tu fantastičnu razliku. Stvarna razlika je u tome da je svako od njih sponzorisao samo 3 osobe više.

Većina ljudi se oslanja na to da može sponzorirati jedno, dvoje ili troje više, ali se teško pouzdaju u cifre ispod linije (16, 81, 256, 625).

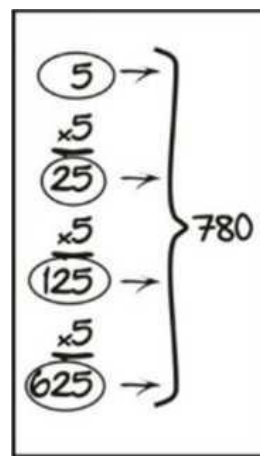
Postavite se u poslednju kolonu kao osoba koja je sponzorirala 5 ozbiljnih ljudi. Pet na vrhu kolone predstavlja one koje ste vi lično sponzorirali, koji su bili ozbiljni u građenju svog posla.

Moraćete možda sponzorirati i njih 10, 15 ili 20 osoba kako bi dobili ovih 5 ozbiljnih.

Kad u potpunosti razumete ovih deset prezentacija na salveti, uvidećete kako vaši ljudi brže postaju ozbiljni u ovom poslu, nego oni koji su u organizaciji, a ne poznaju ovaj materijal.

Primetite da kad vi sponzorirate pet, i oni sponzoriraju po 5 u dubinu, itd... (slika desno) u stvari ste dobili ukupno 780 ozbiljnih ljudi u vašoj organizaciji. To će vam dati odgovor na staro pitanje: „A ko će prodavati proizvode?“ Pitanje o prodaji ste verovatno već ranije čuli, ako ste imali dodira sa MLM programom. Jednostavno, prođite kroz ovu prezentaciju objašnjavajući da je $2 \times 2 = 4$, pa sve do 780 distributera.

U bilo kojoj vrsti MLM organizacije, ako imate 780 ljudi koji samo koriste proizvode za vlastite potrebe ostvarićete ogroman volumen. (A tome nismo dodali one koji nisu ozbiljni, ali kupuju proizvode za svoje potrebe).



Recimo da svako od njih ima 2, 3, 4 prijatelja i da su našli po 10 kupaca među svojim prijateljima, rođacima, poznanicima. Dobićemo bazu od 7.800 kupaca. Dodajmo tome i 780 distributera u vašoj organizaciji. Zar ne mislite da bi 8.580 kupaca bilo dovoljno da učini vašu organizaciju profitabilnom? Na ovaj način stvarate mnogo novca u bilo kom poslu – kada veliki broj ljudi uradi svaki po malo. Ali zapamtite, vi u stvari radite samo sa 5 ozbiljnih ljudi, ne sa celom armijom.

Primetićete kako drugi ljudi ostaju zapanjeni kako vaša organizacija brzo napreduje.

Neki su u ovom poslu duže od vas, ali će vas svejedno zaustavljati da bi vas pitali šta vi to radite, a oni ne rade.

Jednostavno ih pitajte: „Sa koliko ljudi u svojoj prvoj donjoj liniji radite?“ (Prva donja linija su ljudi koje vi direktno sponzorirate.)

Obično ćete čuti cifre između 25 i 50 ili čak i više. Neki ljudi u MLM-u imaju preko 100 ljudi u svojoj prvoj liniji, ali Vam garantujem da, ako pravilno razumete principe navedene u ovoj knjizi, bićete u stanju preći ove ljude za 6 meseci, čak i ako oni svoje organizacije grade preko 6 godina.

Pokazaću vam pojednostavljeno zašto nije dobro imati mnogo ljudi u prvoj liniji.

Pogledajte vojsku, mornaricu, vazduhoplovstvo. Od najnižeg vojnika pa sve do glavnih šefova u Pentagonu, niko nema više od 5 do 6 ljudi koje direktno nadzire. Razmislite o tome. Ugledne vojne škole West Point i Annapolis, od kojih svaka ima preko 200 godina iskustva, smatraju da niko ne bi trebalo da nadzire više od 5 ili 6 ljudi. Pa recite mi, zašto ljudi ulaze u MLM organizacije i misle da mogu efektivno raditi sa 50 ljudi u svojoj prvoj liniji? Ne mogu!

To je razlog što mnogi od njih propadaju.

Ne treba da pokušavate da radite sa više od 5 ozbiljnih ljudi u isto vreme. Pobrinite se da, dok ih sponzorišete, započnete rad sa njihovim donjim linijama. U jednom trenutku, više im nećete trebati tako često i moći će sami da otpočnu nove linije. Ovo će i vas osloboditi od rada sa njima i omogućiti vam da započnete sponzorirati neku drugu ozbiljnu osobu, imajući na umu da uvek održavate broj onih sa kojima tesno sarađujete oko broja 5. Neki programi vam dozvoljavaju da budete efikasni sa samo 3 ili 4 osobe, ali ni u jednom ne možete biti efikasni ako ih imate više od 5.

Ove prezentacije na salveti su međusobno povezane, pa će tako neka pitanja koja možda imate u ovom trenutku biti razjašnjena kako nastavite čitati.

POGLAVLJE III

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 2

SINDROM PROPALOG TRGOVCA

Zašto mnogi trgovci propadnu kada rade u MLM marketingu?

Ova druga prezentacija će razjasniti najčešće greške koje čine profesionalni trgovci.

Prikažaćemo vam zašto bi radije sponzorisali 10 učiteljica nego 10 trgovaca.

Nemojte pogrešno shvatiti, profesionalni trgovci mogu biti nemerljiv doprinos vašoj organizaciji, ako kao i svi drugi prođu kroz 10 prezentacija na salveti i u potpunosti ih razumeju.

Mnoge ljude gornja izjava zbuni, ali znajte da oni još uvek ne razumeju da je MLM posebna marketinška metoda. Mi ne sponzorujemo ljude u organizaciju direktne prodaje. Mi sponzorujemo u program mrežnog marketinga.

U većini slučajeva problem koji ćete imati sa trgovcima je taj da, kada uvide kvalitet proizvoda koji predstavljate, jedva čekaju da izađu i prodaju. Oni će sami napraviti svoje prezentacije proizvoda. Nije potrebno da im pričamo kako da prodaju, jer je to njihova profesija. Ali suština je u tome da im uopšte **NE** želimo pričati kako da prodaju.

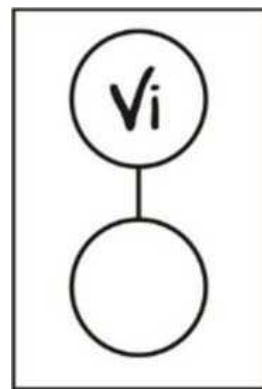
Mi ih želimo naučiti kako da uče i sponzorišu druge, i da tako grade veliku i uspešnu MLM organizaciju. I oni, kao i svi drugi, mogu u tome uspeti bez ikakve prodaje, u normalnom značenju i definiciji reči prodaja.

Ako ne uspete sesti sa njima i u par jednostavnih reči im objasniti šta je MLM marketing i zašto je on drugačiji od direktne prodaje, velika je verovatnoća da će krenuti u pogrešnom pravcu.

U narednim prezentacijama daćemo nekoliko primera.

Većina ljudi (a naročito trgovci) misli da kad sponzorišete nekoga, vi u stvari duplirate svoje napore (nacrtajte jedan krug iznad drugog). Imali smo jedan, sad imamo dva. To zvuči logično, ali nije tačno.

Razlog zbog kog to nije tačno je taj što, ako gornji krug (sponzor) ode iz organizacije, onaj kojeg je sponzorisao će takođe otići, odnosno neće nastaviti sa poslom. Morate objasniti svom timu da, ako istinski žele da se dupliciraju, moraju ići najmanje **TRI** nivoa u dubinu. Tek onda su se duplicirali.



Ako vaš sponzor odustane pre nego što ste imali priliku videti da program zaista donosi rezultate, velike su šanse da ćete pretpostaviti da ni sami nećete uspeti da postignete neki rezultat, jer ni vaš sponzor nije uspeo. Na kraju krajeva, on je vaš sponzor i jasno je da poznaje posao mnogo bolje od vas.



Recimo da ste vi ovde (nacrtajte krug i napišite VI u sredini). Vi sponzorirate Toma (nacrtajte drugi krug ispod onoga gde piše VI, upišite u njemu Tom i spojite ih linijom). Sad, ako vi napustite organizaciju i Tom ne zna šta da radi, jer ga niste naučili, onda je to kraj vaše organizacije.

Ako ste naučili Toma kako da sponzorise Anu, otpočeli ste proces vašeg dupliciranja.

Ali ako Tom nije naučio kako da sam nauči Anu da sponzorise, ponovo ćete doći do kraja organizacije. Vaš zadatak je da naučite Toma, kako da nauči Anu, kako se sponzorise. Tada ona može sponzorirati Evu ili već bilo koga.

Uspostavili ste tri linije dubine. Ako odete da radite sa nekim drugim ili se jednostavno preselite u drugi deo zemlje, ova vaša podgrupa će nastaviti normalno da radi i bez vašeg fizičkog prisustva. Naglašavam, morate izgraditi tri nivoa dubine. Nemate ništa, sve dok niste tri nivoa duboko. Tek onda možete reći da ste se duplicirali.

Čak i da nikad ništa drugo ne naučite o MLM-u osim ovoga i samo to znanje prenesete ljudima koje sponzorirate, imaćete ključ koji će vas učiniti uspešnijima od većine ljudi u MLM programima.

A šta se desilo sa trgovcem? Pogledao je prezentaciju proizvoda, čuo ili pročitao svedočanstva o rezultatima drugih osoba koje su koristile proizvode i bacio se na posao. Naoružan informacijama izašao je na ulicu i počeo prodavati kao lud! Setite se, on je profesionalni trgovac.

Već je dugo u poslu direktne prodaje i nema nikakvih problema sa prodajom strancima.

Odlično! I tako jednog dana kažete vi vašem super prodavcu (nazovimo ga Čarli): „Čarli, ako želiš zaraditi veliku lovu, ne možeš to raditi sam. Moraš sponzorirati i druge ljude.“

I šta Čarli radi? Ide na ulicu i sponzorise, sponzorise, sponzorise... Naći će ogroman broj ljudi koje će sponzorirati. Dobar trgovac u MLM programu može sponzorirati 3 ili 4 osobe sedmično.

Ali šta se događa? Ubrzo zatim, dolazimo do tačke kada ljudi otpadaju iz programa jednako brzo kao što se i dodaju. Ako ne radite sa njima efektivno (a ne možete biti efektivni ako pokušavate raditi sa više od 5 ljudi u isto vreme), primetićete kako postaju obeshrabreni i jedan za drugim odustaju.

Pa tako i Čarli, obeshrabren i pomalo razočaran, ne vidi da se išta pomiče sa mesta i odlazi da traži nešto drugo što će prodavati. Osoba koja je sponzorirala Čarlija, misleći kako će ga Čarli obogatiti, takođe se razočara i odustane.

Većina ljudi koji su uspeli u MLM-u nemaju iskustvo trgovca. Možda nisu svi učitelji po profesiji, ali većina od njih ima neke dodire sa učenjem i predavanjem. Poznajem jednog učitelja i direktora škole koji je nakon 24 meseca u MLM programu počeo ostvarivati mesečnu dobit u iznosu od 15.000 dolara. Još uvek to radi učeći druge kako da rade to isto.

Ubacimo neke brojeke u Čarlijev pristup da možemo jasnije videti šta je pošlo po zlu. Pretpostavićemo da je Čarli, kao super trgovac kakav jeste, pronašao i sponzorisao 130 ljudi. Recimo takođe da je svaki od njih uspio pronaći po 5 drugih koje je sponzorisao, dodajući tako još 650 osoba u Čarlijevu organizaciju. Sada ih je ukupno 780. (Zvuči poznato?).

Pitajte svoj tim, dok im budete ovo pokazivali: „Šta mislite, šta možete raditi lakše i brže, sponzorisati 5 ozbiljnih ljudi i naučiti ih kako da uče druge ili...?“ (Slika desno)

Naravno, neko će upitati: „Šta da ih učimo?“ Odgovor je: naučite ih ono što vi sad učite u ovoj knjizi – 10 prezentacija na salveti. Trebaju naučiti i razumeti svih 10, ali za početak obavezno prve četiri.

Naučite ih da je $2 \times 2 = 4$, zašto trgovci propadaju, itd.

Šta mislite, koliko vam vremena treba da sponzorirate 130 ljudi?

Koliko će onih sa početka otpasti dok vi dođete do broja 130? Primetićete da ljudi odlaze veoma brzo. Takođe, primetićete da je 780 osoba iz prezentacije broj jedan veoma velika grupa.

Kad ovo pokažete trgovcu i on konačno shvati, reći će: „Aha! Sada vidim šta je trebalo da radim.“

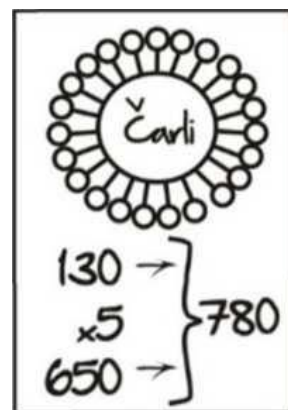
Pažnja: ljudi većinom ne razumeju ono što smo objasnili u ovom poglavlju. Većina ljudi u MLM-u će doslovno podržati odlazak svojih ljudi iz posla. Recimo, našli ste novog distributera i sponzorirate ga. Vaš novi distributer dolazi do vas i kaže vam kako je našao pet novih ljudi prošle sedmice. Vi kažete – „Odlično!“ – i potapšete ga po ramenu kako bi ga ohrabрили. Iduće sedmice, on ponovo upisuje još 5 ljudi i vi ga opet ohrabrujete kako je već uspešan u poslu. Ali preskačete ključno pitanje: „Šta se desilo sa 5 ljudi koje smo upisali prošle sedmice?“ Oni su nažalost otišli.

Ako u potpunosti razumete ovaj sindrom propalog trgovca, još uvek ih možete ohrabriti, ali u isto vreme istaći koliko je važno ne izostaviti onih prvih 5 koje je sponzorisao u prvoj sedmici.

Nakon što ste sponzorisali nekoga, mnogo je važnije otići sa njim i pomoći mu da sponzorise nekog drugog, nego tražiti druge osobe kojima bi lično bili sponzor. Jednostavno, ne može se dovoljno jako iskazati važnost ove činjenice na kojoj se zasniva ceo MLM sistem i na koju ćemo se vraćati i u narednim prezentacijama.

Od ukupno deset prezentacija na salveti, prve četiri se moraju odlično poznavati. Ako nemate vremena za sve odjednom, započnite barem sa prvom i drugom. Pokažite ih nekome. U zavisnosti od toga koliko ste sposobni objašnjavati, kada se uvežbate, biće vam potrebno od 5 do 10 minuta da ih kvalitetno predstavite.

Ispričaću vam svoje iskustvo sa jednim od svojih ljudi, koji je objasnio prezentacije na salveti svome timu putem telefona, nakon što ih je saslušao telefonski od svog sponzora.



„U jednom od programa u koji sam bio uključen sponzoriso sam prijatelja pod imenom Karl. Karl mi je rekao kako on sponzoriše svoju ćerku u Tenesiju i kako ona poznaje ceo grad.

Razgovarao sam sa Karlom telefonom i rekao mu da mislim da je to sjajno. Onda sam brzo dodao kako mu želim ispričati nešto što mora preneti svojoj ćerki. Pitao sam ga ima li pri ruci papir i olovku (što je imao) i zamolio ga da na papiru napiše $2 \times 2 = 4$, te nastavio objašnjavati prezentaciju. Naložio sam mu da se odmah čuje sa svojom ćerkom i upozna je sa greškama koje mora izbeći da bi pravilno započela posao. Nazvao ju je i oboje su ostvarili značajne rezultate.“

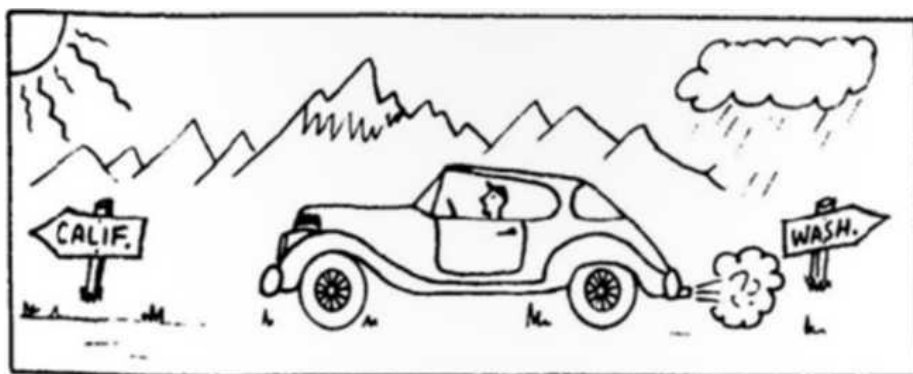
POGLAVLJE IV

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 3

ČETIRI STVARI KOJE MORATE URADITI

U prvoj prezentaciji pokazali smo vam neke stvari koje trebate raditi, a u drugoj prezentaciji uputili smo vas na neke stvari koje ne smete raditi ako želite izgraditi dubinu u vašoj organizaciji. U ovoj prezentaciji na salveti pokazaćemo vam četiri stvari koje morate uraditi da bi bili uspešni u MLM programu. Ove četiri stvari su od apsolutne važnosti za vaš dalji rad.

Svi u MLM marketingu koji ostvaruju preko 100 ili 200 hiljada evra godišnje, rade i moraju raditi ove 4 stvari.



Kao bi vam pomogli da zapamtite ove četiri stvari smislili smo malu priču koju možete preneti svome timu, a u kojoj smo uporedili događaje iz priče sa onim što treba da radite. Ne samo da ćete zapamtiti poređenja, nego ćete zapamtiti i šta treba da radite.

Evo kako ide priča. Recimo da želite otputovati automobilom i napustiti kišni Vašington (iako stvarno nije tako kišan kako se želi predstaviti), te otići u sunčanu Kaliforniju. Sunce u Kaliforniji će predstavljati postizanje vrhunca u vašem programu. Kad stignete u Kaliforniju postali ste uspešni – dostigli ste vrh.



Prva stvar koju morate uraditi je ući i otpočeti posao. Ne postoji niko u MLM-u koji je zaradio ogroman novac pre nego što je započeo posao. Iznos novca koji je potreban za započinjanje posla zavisi od kompanije i programa koji ste odabrali kao svoje vozilo.

Kreće se u rangi od "ništa", pa do 10, 20, 100, 200 ili čak i preko 500 dolara.

Druga stvar koju morate uraditi da bi nastavili ovaj put je kupovati benzin i ulje. Kako putujete prema vrhu (Kalifornija) koristićete benzin i ulje (proizvode), te stalno kupovati nove. MLM radi najbolje sa proizvodima koji se mogu konzumirati. Koristićete proizvode, trošiti ih i kupovati nove, i nove, i nove... Ono što vam želim reći je da i sami morate koristiti proizvode kompanije koju predstavljate.



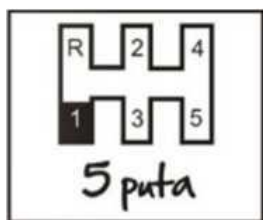
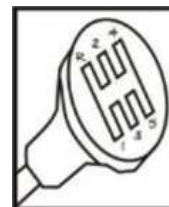
Zapamtite, u prvoj prezentaciji koju smo vam pokazali, sa 780 distributera, bez obzira u kojem programu da radite, ostvarićete veoma značajan iznos volumena.

Ovde možete da vidite prednosti izgradnje posla sa vozilom koji ima proizvode koji se mogu konzumirati. Većina MLM kompanija i spada u tu kategoriju. Nekonzumirajući proizvodi se obično prodaju putem klasične trgovine ili direktne prodaje, ali ni to ne mora uvek biti slučaj.

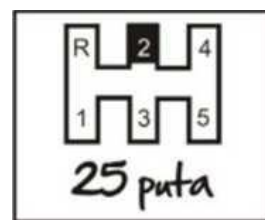
Drugi rezultat korišćenja proizvoda je da ćete i sami biti oduševljeni njima. Radije nego da troše ogromne sume novca na reklamiranje proizvoda, MLM kompanije ulažu novac u razvoj proizvoda i za rezultat obično imaju proizvode mnogo većeg kvaliteta od onih koje možemo naći u klasičnim trgovinama.

Treća stvar koju morate uraditi je ubaciti u veću brzinu. Naravno i sami znate da niko ne kreće iz veće brzine. Svi krećemo iz lera (recimo da ne vozimo automatik). Možete danima sedeti u autu ispred kuće, sa ključem u kontakt bravi i motorom koji radi, ali ako ne izađete iz lera, nikad nećete stići do Kalifornije ili gde već želite doći.

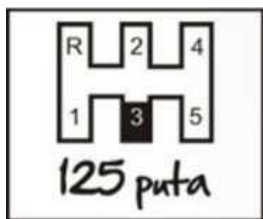
Kako bi ubacili vaš auto u brzinu morate sponzorirati nekoga u poslu. Kad sponzorirate nekoga ušli ste u prvu brzinu. I sami do sada znate da u prvu brzinu morate ući 5 puta sa 5 ozbiljnih ljudi. (U jednoj od narednih prezentacija pokazaću vam kako da procenite ko je od vaših ljudi ozbiljan.)



I vaših 5 ljudi su na istom putu i žele da idu u veću brzinu. Naučite ih kako da prebace u prvu sponzorišući nekoga. Svaki put kada neko od vaših 5 ljudi ubaci u prvu brzinu, vi ste u drugoj, dakle ukupno 25 puta.



Naučite vaših 5 ljudi da nauče svojih po 5 ljudi da uđu u prvu brzinu 5 puta. Sada će svako od njih ući u drugu brzinu 25 puta, a vi ćete biti u trećoj brzini 125 puta. Kada stvorite treći nivo distributera u vašoj organizaciji nalazite se u trećoj brzini.



Jeste li primetili kako auto mnogo lakše vozi u četvrtoj brzini? Tako i vaša organizacija. Želite biti u četvrtoj brzini što pre možete. Kada je vaš prvi nivo u trećoj, vi ste u četvrtoj brzini.

Prirodno, želite da i vaši ljudi dođu u 4. brzinu što pre mogu. Kada im to uspe, vi ste u 5. brzini.

Kako da dospete u 5. brzinu? Jednostavno, pomozite naučiti ljude koje ste sponzorisali da pomognu svojim ljudima da dođu do treće brzine, kako bi oni došli do četvrte, a vi do pete.



Četvrta stvar, dok ste na putovanju prema Kaliforniji, iskoristite vreme da delite iskustva o svojim proizvodima sa ljudima koji putuju sa vama. Dajte im da ih probaju. Dajte im da iskušaju prednosti proizvoda. Kada požele da saznaju gde ih mogu nabaviti, pogodite šta ćete uraditi? Dakle, delite iskustva sa svojim prijateljima. Za većinu programa ovo je tzv. prihod od maloprodaje.

Važno je zapamtiti ove četiri stvari koje treba da radite da bi bili uspešni. Ni u jednom trenutku niko vam nije rekao da treba da izađete na ulicu i da prodajete proizvode. Ne treba da prodajete proizvode u normalnom značenju reči prodaja. Rekli smo da treba da delite iskustva o proizvodima sa svojim prijateljima. Možete ih deliti i sa strancima. Kada vide prednosti vaših proizvoda i vaš marketing plan, postaće vaši novi prijatelji.

Ali ne brinite, ne treba vam veliki broj kupaca, možda 10 ili čak i manje. Ako ste do sada ukupno imali svega 10 kupaca, pa i to je u redu. To samo znači da je četvrta stavka sa slike ispod prisutna u veoma malom delu. Dakle, ako četvrtu stavku ne možemo ostvariti u značajnijem obimu, nadoknadićemo to sa prve tri i opet stići do Kalifornije.



Međutim, imajte na umu da, ako niste mnogo radili na trećoj stavci (ubacivali u veću brzinu), a radili ste mnogo na četvrtoj, nikad nećete odmaći sa kućnog prilaza (to je ono što je trgovac radio).

Kada jednom razumete ovo i povežete to sa prezentacijama 1 i 2, počete da razvijate pravilan MLM pristup.

Počevši od prvog kontakta sa svakom vašom novom osobom, ubacite im u podsvest broj 5. Sve što treba uraditi je pronaći 5 ozbiljnih ljudi koji se žele ozbiljno baviti poslom. Kada razgovarate sa ljudima o poslu, često ćete čuti odgovor: „Ne mogu naći nikoga ko želi da prodaje.“ Opet susrećemo reč prodaja. Prestanite da tražite ljude koji žele prodavati! Počnite da tražite ljude koji žele zaraditi dodatnih 500, 1.000 ili 1.500 evra mesečno, bez svakodnevnog odlaska na posao. Da li vi ili neko vaš poznaje nekoga takvog? Vaš i njihov odgovor, baš kao i moj, biće: „Naravno, svi to žele.“ To su ljudi sa kojima želite razgovarati, jer svako bi želio imati takvu vrstu prihoda.



Jednostavno im istaknite da treba da odvoje 5 do 10 sati sedmično svog slobodnog vremena da izgrade ovakav posao. Šta je u tome loše?

Ljudi ponekad uđu u MLM program, jer misle da će se sve samo odvijati kada potpišu pristupnicu. Ali neće. Zapamtite, auto kojim se vozimo u Kaliforniju nije automatik.

Ja znam, a zasigurno i vi znate ljude koji su otišli na fakultet da steknu zvanje i u tome nema ništa loše. Možda ste i vi jedan od njih. Išli ste u školu svaki dan. Studirali ceo dan i pola noći i tako iz sedmice u sedmicu, godinama. I kad ste konačno diplomirali – koliko novca zarađujete?

Dakle, odvojite 5 do 10 sati vašeg slobodnog vremena svake sedmice da naučite 10 prezentacija na salveti i sve što možete o MLM kompaniji koju predstavljate. Kada ih naučite i u potpunosti razumete, počnite druge učiti prezentacijama. Knjiga koju sad čitate je ključ vašeg sutrašnjeg uspeha.

Ne želimo da pomislite kako vi nećete biti u stanju nikoga naučiti ono što ovde učite. Ovo je verovatno prvi put da čitate ili čujete nešto o ovom konceptu i niko ne očekuje od vas da ga poznajete dovoljno dobro da možete odmah učiti druge. Ali ni ne morate.

Upamtite, da bi ušli u MLM program, morate imati sponzora. Ako je vaš sponzor pravi sponzor, on će vam pomoći sa vaših prvih 5 ljudi. To je međusobni pomažući odnos. Kroz proces pokazivanja prezentacija vašim prijateljima na sastanku (jedan na jedan ili grupno), vaš sponzor ujedno uči i vas.

Predlažem vam da uspostavite neku vrstu svojih ličnih ciljeva. Kada ste prešli oko 20% vašeg puta do ostvarenja cilja, trebalo bi da znate i razumete ovih 10 prezentacija. Do vremena kada dođete do 3/4 puta, trebalo bi da budete sposobni da učite druge. Kad budete blizu vrha ili na vrhu, bićete sposobni da učite vaše ljude da uče druge. Velika je prednost što ovu materiju možete doktorirati u relativno kratkom vremenu.

Sa ovom knjigom možete se družiti, čitati je i proučavati uvek iznova i iznova. Ako ste sebi odredili zadatak da prihvatite ove prezentacije i u potpunosti ih razumete, te zbog toga budete morali proći kroz ovaj materijal 5-6 ili čak 10 puta, to samo znači da bi za godinu dana mogli zarađivati 2, 3 ili čak 5 hiljada evra mesečno. Zar to ne vrijedi truda 5 do 10 sati sedmično?

Morate priznati da je to vrlo dobar razlog za ponovni odlazak u školu, zar ne? Pogledajte neke od knjiga sa fakulteta i pokušajte naučiti ono što one sadrže. Sve i da uspete one vam neće doneti novca kao ova.

Dobrodošli na MLM univerzitet.

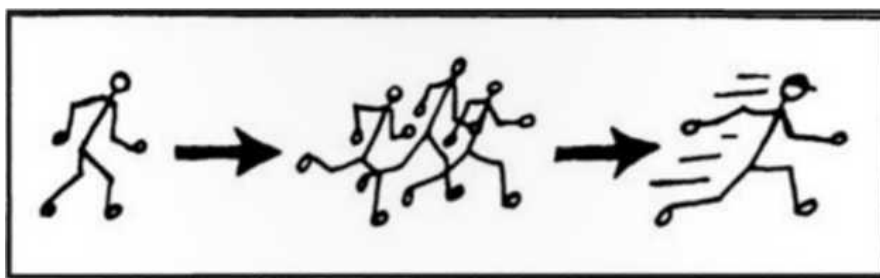
POGLAVLJE V

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 4

KOPANJE DO STENA

Obeshrabrenje je jedan od glavnih problema koji može snaći vašeg novog distributera kojeg sponzorirate, ako ste izostavili da mu naglasite važnost pametnog početka. Zbog toga uvek naglašavamo da novi distributeri ne računaju mesece koje provode u poslu, dok ne završe svoj pripremni mesec ili pripremni period bez obzira koliko on dug vremenski bio.

Kada pristupe MLM organizaciji, distributeri često smatraju, naročito kada vide distributere koji su visoko napredovali, kako nikada neće biti u stanju da ih sustignu, pa ih to obeshrabri.



Nacrtajte sliku od nekoliko trkača. Obratite pažnju na strelice koje prikazuju trkača koji želi da sustigne grupu kao i trkača koji ide brže od ostalih trudeći se da ostane ispred svih. Sećate li se kad ste u školi trčali krugove po školskom dvorištu? Uvek je bilo lakše trčati brže da bi bili sa ostalima u grupi, nego zaostati pa sustizati. Kako nemamo ciljne linije u ovoj trci, svi možemo biti pobednici. Poslovni ljudi često u svojim kancelarijama imaju ispisanu poslovicu koja kaže:

„JEDINI GUBITNICI SU ONI KOJI ODUSTANU.“

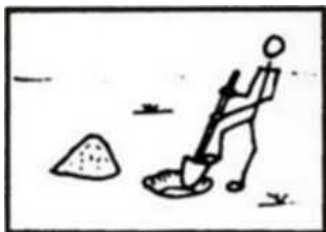
No, da bi otrčali dobru trku, moramo se dobro pripremiti. Kada sponzorirate nekoga, recite mu da prvih dve do šest sedmica u poslu smatra svojim pripremnim mesecom. Idući mesec biće njegov početni mesec posla.

Sve što novi distributeri pročitaju, poslušaju, sastanci kojima prisustvuju, druženja sa sponzorom i drugim ljudima, proizvodi koje probaju, proizvodi koje preporuče – sav taj trening omogućuje im pametan start posla u njihovom početnom mesecu, koji je u stvari drugi mesec otkako su potpisali ugovor. Kada idući mesec dođe, a vaši distributeri još uvek nisu spremni da se ozbiljno posvete poslu, smatrajte ih da su još uvek u pripremnom periodu. Ne dozvolite im da počnu računati svoje mesece, sve dok nisu spremni da se ozbiljno posvete ovom poslu. Na taj način, kada konačno postanu ozbiljni, biće zagrejani za trku i mogu pametno startovati i brže trčati.

Jedna od glavnih prednosti ovih prezentacija na salveti je ta da, kako ih delite sa vašim novim distributerima i klijentima na trening programima, one ujedno postaju i vaši

motivatori. Svaki put kada pokažemo prezentaciju da je $2 \times 2 = 4$, iznova se oraspoločimo mogućnostima koje nudi MLM.

Kada jednom pročitate, proučite i razumete ono što ćemo vam pokazati na narednim stranicama, svaki put kada vidite kako se gradi poslovna zgrada bićete iznova motivisani i ohrabreni.

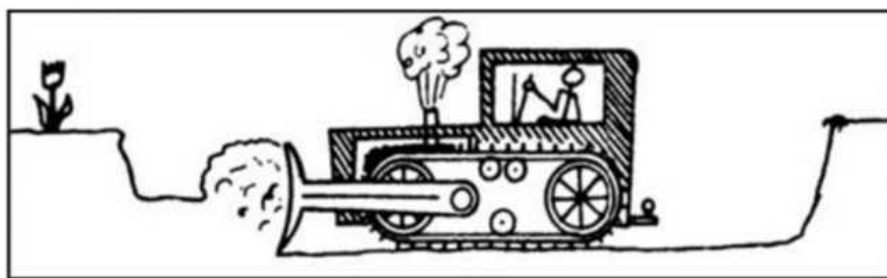


Kada dani prolazite pored nekog gradilišta, čini vam se da prolaze meseci i meseci, skoro cela večnost pre nego što vidite kako se zgrada diže iznad tla. Ali kad se jednom počne uzdizati, kao da svake sedmice niče novi sprat. Napreduje veoma brzo.

Zamislite tu visoku poslovnu zgradu kao vašu organizaciju, kao što će jednog dana i biti, te razmislite šta treba da učinite da bi je izgradili.

Kada počnete sponzorirati prvih 5 ozbiljnih ljudi, vi u stvari kao da ašovom kopate temelje.

Ali kada iskopate dovoljno duboko, do drugog nivoa, učeći svoje ljude da sponzorišu, sada već 25 ljudi, ašov vam postaje mali, pa morate dovesti buldožder.

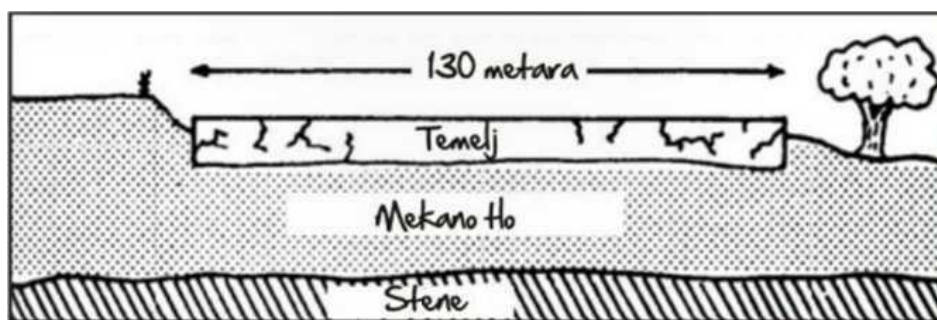


Kada ste naučili svoje ljude kako da nauče ljude u svojim grupama da sponzorišu, na dobrom ste putu prema stenama i počinjete kopati bagerom. Kada ugledate 125 ljudi iz vašeg 3. nivoa, dotakli ste stenovito tlo.

Sada možete zidati prema gore. Kada ste ušli u 4. donju liniju vaše organizacije, to znači da ste započeli biti vidljivi, odnosno izašli iz zemlje, pa će i vaša zgrada brzo rasti. Dakle, ako ste u poslu već nekoliko meseci i ne vidite da se išta dešava, nemojte se obeshrabriti. To samo znači da su vam temelji još uvek u izgradnji. Nemojte sebi dopustiti da budete kao kopač zlata koji je proveo mesece i mesece kopajući u rudniku i odustao kad je bio na svega nekoliko centimetara od glavne žile.



Vratimo se opet na trgovca. Njemu se upravo to dogodilo. Otišao je na nešto drugo, baš kad je bio blizu stena i kad je trebalo da ugleda zgradu. Ne možete očekivati vidljive rezultate stvarnog rasta sve dok ne siđete na najmanje 4 dubine. To ne znači nužno da vi lično morate biti na 5. ili 4. dubini. Ako bilo koja od vaših linija ima 4 dubine, vi počinjete graditi spratove i postajete vidljivi.



Iznad je ilustracija temelja osobe koja sponzorise 130 osoba. Primetite kako on nije dotakao stene čak i ako je svaki od njegovih prvih linija sponzoriso 5 korisnika proizvoda ili trgovaca na veliko, te stvorio grupu od 780 osoba. Bez čvrstih temelja postavljenih na stene, zgrada ne može biti visoka, jer će se urušiti.

Povezujući ovo sa pričom o putu u Kaliforniju, osoba koja sponzorise 130 ljudi je previše puta u prvoj brzini. Ako svi oni sponzorisu još 5 osoba, on nikad neće izaći iz druge brzine.

Naučite da koristite ove prezentacije na salveti i nećete se zaglaviti u drugoj brzini. Gradite vaše temelje duboko sve do stenovitog tla i brzo ćete dostići 4. brzinu.

Kada dođemo do prezentacije na salveti broj 9 (Poglavlje X) o motivaciji i pristupu, u potpunosti ćete razumeti zašto je važno graditi duboko.

Pre prelaska na prezentaciju na salveti broj 5 želim vas podsetiti da ove prve četiri prezentacije pokažete svom timu što pre. Iduće prezentacije možete pokazati i nakon što vaši ljudi počnu sponzorirati druge.

POGLAVLJE VI

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 5

BRODOVI NA MORU

U poslu ste već sedmicu, dve sedmice, mesec ili bilo koji period u kojem ste odlučili da postanete ozbiljni i da razvijate posao. Do sada ste već sponzorisali određen broj ljudi.

Ovu prezentaciju je zabavnije raditi sa grupom ljudi nego u situaciji jedan na jedan.

Skoro svako od nas je čuo izraz "kad moj brod doplovi..." Pesimisti bi rekli: „Kakve sam sreće, kad moj brod doplovi, ja ću biti na stanici ili aerodromu.“

U MLM-u zaista možete postići da vaš brod zbilja doplovi, a ako ste naučili i primenili ove prezentacije na salveti bićete prisutni pri njegovom dolasku.

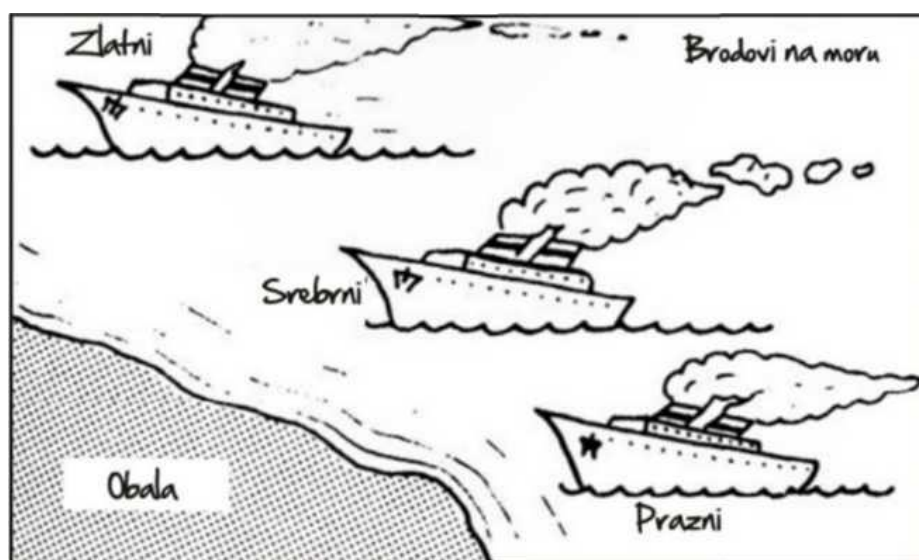
Često pitamo ljude da li imaju nekog dalekog bogatog rođaka koji će im ostaviti veliko nasleđe. Činjenica je da većina ljudi ima male šanse da im se to dogodi. Većina ljudi zaista nema velike šanse da njihov brod doplovi. No, sa MLM-om imaju!

To je samo jedan od razloga zašto smo uvek uzbuđeni zbog MLM-a, dok pričamo sa ljudima. Možete im pružiti nadu – nadu da neće morati da potroše idućih 30 do 40 godina radeći za neku firmu kako bi osigurali svoju penziju. Jeste li приметili kako ljudi obično rade 30 do 40 godina, kako bi mogli da odu u penziju i vide svet, pokušavajući da žive od polovine svojih dotadašnjih prihoda?

MLM zaista daje ljudima mogućnost da vide kako njihovi snovi postaju stvarnost, a da ne moraju čekati ili raditi 30 do 40 godina za njih.

Većina ljudi je preplašeno da otpočne i gradi svoj vlastiti posao. MLM im daje priliku da se, bez obzira na njihova trenutna primanja, uključe i pokušaju.

Ono što ćemo vam sad pokazati je kako možete imati svoj brod koji doplovljava. On će predstavljati vaše dostignuće i dolazak na vrh MLM organizacije u koju ste uključeni. Kad vaš brod doplovi, vi ćete u stvari naplatiti teret koji on nosi.



Prikazaćemo ovu priču tako što ćemo nacrtati tri broda na moru. Sa strane ili pri dnu vaše salvete napišite obala. To je mesto gde vi čekate svoj brod da doplovi.

Označite prvi brod kao zlatni, drugi brod kao srebrni i treći brod kao prazan.

Brodovi predstavljaju ljude u vašoj organizaciji bez obzira da li ih vi direktno sponzorirate ili ne. Ti ljudi mogu biti na bilo kojem nivou dubine vaših sponzoriranih linija.

Znajući da ćete unovčiti teret vašeg broda koji doplovi, sa kojim brodom ćete najpre raditi kako bi mu pomogli da doplovi do obale? Kažete sa zlatnim? Naravno! Pa zbog čega onda većina ljudi kao da želi da radi sa praznim brodom? Zato što većina ljudi nikad ranije nije bila uključena ni u šta slično ovome.

Poređenje ide ovako. Zlatni brodovi su trgovački tipovi koje smo sponzorirali i pustili ih da rade na svoj način, misleći kako im ne treba nikakva pomoć. Oni će se sami snaći. Možda u početku i hoće, ali verovatno će brzo propasti bez uspešnih tajni izgradnje organizacije u dubinu, a ne u širinu.

Prazni brodovi su oni koji su u programu nekoliko meseci i vi ih još uvek morate, kad god ih sretnete, ubeđivati kako to zaista radi. Oni su u principu uvek negativni i lako se obeshrabre.

Većina ljudi će raditi sa praznim brodovima sve dok ne vide ovu prezentaciju. Kada je shvate, počće raditi sa zlatnim brodovima.

Kada sponzorirate nekoga, on u posao ulazi kao srebrni brod. Samo od vas zavisi kako ćete sa njim raditi i da li će njegov teret postati zlatan ili prazan.

Kada pričamo o vaših 5 ozbiljnih ljudi iz prve prezentacije, pričamo o 5 zlatnih brodova. Pojednostavljeno, što više srebrnih brodova pretvorimo u zlatne, to ćemo manje morati da tražimo 5 ozbiljnih ljudi.

Evo kako ćemo identifikovati zlatne brodove ili ozbiljne osobe:

1. Željni su znanja. Zovu vas celo vreme sa mnogim pitanjima na koja žele odgovor.
2. Traže pomoć. Imaju nekoga koga žele da posetite sa njima da bi ga sponzorirali.
3. Uzbuđeni su zbog posla. Razumeju dovoljno o programu da znaju da će raditi i to ih uzbuđuje.

4. Doprinose. Kupuju i koriste proizvode. Troše svoje slobodno vreme učeći sve što mogu naći o proizvodima i poslovnoj prilici.
5. Imaju ciljeve. Ciljevi pomažu usmeriti osobu da dobiju ono što zaista žele. Nije neophodno da ih imaju zapisane (ali ni ne škodi), sve dok imaju konkretne stvari u glavi koje rasplamsavaju želju za postignućem.
6. Imaju listu prijatelja. Ta lista je zapisana. Razlog zbog kojeg je zapisana je jednostavan, možete dodati bilo koga u bilo koje vreme kako ga ne biste kasnije zaboravili. Možete se provozati po području u kojem dugo niste bili. Samo prisustvo tamo će pokrenuti vaše pamćenje na nekoga ko živi ili je ranije živio u tom kraju. Kako uvek (zar ne?) imate sa sobom listu imena, možete odmah dodati to ime vašoj listi. Nekoliko dana kasnije dok razmišljate koga bi mogli da nazovete, prođite kroz tu listu i naići ćete na to ime. Ako ga niste napisali kad ste ga se setili, verovatno se više nećete ni setiti.
7. Zabavni su. Raduju se vašoj poseti zbog posla ili zadovoljstva.
8. Pozitivni su. Svi volimo da budemo okruženi ljudima koji pozitivno misle – to je zarazno.

Lista može da ide u nedogled objašnjavajući kako identifikovati zlatni brod. Jedina razlika između srebrnog i zlatnog broda je ta što srebrni nije bio u poslu dovoljno dugo da ga razume, sve do momenta kad počinje biti zaista zagrejan.

Želim da zapamtite tri važne reči. Ako samo razumete ove tri reči, razumećete šta pokreće sve MLM programe. Ove reči su:

1. Izloži
2. Uključi
3. Nadogradi.



Prva stvar koju morate napraviti je izložiti osobi posao u kojem ste. Kada ga izložite, uključite ih.

Jednom kad ih uključite u program razmišljaće koliko daleko mogu ići i konstantno nadograđivati svoje znanje.

Izložite im MLM objašnjavajući im različite metode (klasična trgovina, direktna prodaja, MLM) kretanja proizvoda i pokažite im prvu prezentaciju: $2 \times 2 = 4$.

Uključite ih. Povedite ih na put u Kaliforniju sa prezentacijom broj 3. Nadogradnja će biti prirodan sled kada jednom razumeju svih 10 prezentacija.

Veoma je važno da kada telefonirate ili posećujete svoje ljude, oni prihvate da ih zovete jer želite da pomognete, a ne da ih silite.

Vratimo se nazad na osobe koje zovemo prazan brod. Kada ih zovete jer im želite pomoći, imate osećaj da nisu baš oduševljeni vašim pozivom. To je veoma dobra indikacija da se oni osećaju kao da ih gurate i uznemiravate. Kada zovete prazne brodove, oni misle da ih pritiskate.

S druge strane, kada zovete zlatni brod, oni razumeju da ih zovete jer želite pomoći i takav ton ćete i osetiti u njihovoj konverzaciji.

Prazni brodovi nemaju ciljeve, nemaju liste prijatelja i definitivno nisu ozbiljni. Povrh svega, obično su pomalo negativni. To su oni kojima morate celo vreme dokazivati stvari.

Kada prazan brod tone, on će ili potonuti sam, ili, u slučaju da radite sa praznim brodovima radije nego sa zlatnim, povući i vas. Iz tog razloga mi pokušavamo uvežbati naše ljude da se klone praznih brodova i rade sa zlatnim ili sa srebrnim kako bi im pomogli da postanu zlatni. Većinu svog vremena potrošite radeći sa zlatnim brodovima na razvoju njihovih donjih linija.

Odjednom, prazni brodovi koji nisu potonuli (napustili program) i srebrni koji nisu još postali zlatni, videće kako vi nastavljate plovību bez njih pa će vas verovatno sami nazvati. Ako je nečiji odnos prema poslu na silaznoj putanji, pokušaji da ih zaustavite čine se nemogućim. Morate ih pustiti da udare u dno. Tek onda, kad su sami spremni i oni nazovu vas želeći da se nađete jer žele nastaviti da rastu, možete im pomoći da veoma brzo uspeju. Ali, ako preuzmete rizik pokušavajući da ih podignete dok su na putu prema dnu, vrlo je verovatno da će vas povući sa sobom.

Ovo je jedan od najzabavnijih načina komunikacije sa distributerima. Kada ih vidite, pitajte ih kako su njihovi brodovi, koliko imaju zlatnih?, koliko srebrnih?, itd.

Važna napomena: Nikada, ali baš nikada, nemojte pitati svog novog distributera koliko je prodao prošle sedmice. Ako to napravite potpuno ste uništili sve što ste do tada pričali, jer ste mu na početku rekli da ne mora ništa prodavati.

Jednostavno treba deliti iskustva sa svojim prijateljima, sponzorirati i graditi organizaciju. Ako ga pitate koliko je prodao, njegova prva reakcija biće da pomisli da vas jedino zanima koliko novca i koliko zaradu će vam napraviti. I verovatno će pomisliti ispravno.

Novac će doći sam po sebi, ako prvo potražite načine kako da pomognete svojim ljudima da uspeju. Zig Ziglar kaže to ovako: „Možete imati sve što poželite na ovom svetu, samo ako dovoljno jako pomažete drugim ljudima da dobiju ono što oni žele.“

Recimo da želite da razgovarate sa nekim iz vaše organizacije koga direktno sponzorirate. Kad god je to moguće, nazovite nekoga ispod njega i upitajte ga da li ima nekog sa kime mu treba pomoć prilikom sastanka ili razgovora. Nakon toga nazovite svoju osobu iz prve linije sa kojom ste u stvari i hteli da razgovarate i odmah na početku mu dajte do znanja da ste upravo pričali sa jednim od njegovih distributera koji je veoma zagrejan za posao i da ćete se uskoro susresti sa njim.

Pokažite svojim ljudima da, kada pozivate njihove donje linije, radite to da bi im pomogli, a ne da bi ih proveravali. Proveravanje rada je posao direktora prodaje u kompanijama za direktnu prodaju, ne vaš. Vi niste u direktnoj prodaji, vi ste u MLM kompaniji, do sada bi već trebalo da znate razliku.

Da zaključimo ovu prezentaciju, reći ću vam još da svi vi, koji čitate ovu knjigu, niste prazni brodovi. Da jeste, verovatno je ne bi čitali. Ako ste se na početku i osećali kao prazan brod, do sada ste već postali zlatni ili u najmanju ruku srebrni na dobrom putu da postane zlatni. Samo tako nastavite.

POGLAVLJE VII

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 6

POZIVANJE TREĆIH OSOBA

Tema ove prezentacije je istraživanje i ona je usko vezana sa prezentacijom „Brodovi na moru“. Pod istraživanjem smatramo pozivanje trećih osoba. Jako je važno da svi vaši ljudi znaju šta je to pozivanje trećih osoba i kako se ono radi.

Evo objašnjenja. Recimo da ja poznajem Anu. Ja NEĆU otići i pitati Anu da li je zainteresovana za zarađivanje dodatnog prihoda. Razlog zbog kojeg ja to neću uraditi je taj što, čak i ako Ana želi (ili mora) zaraditi dodatni prihod, ona će verovatno, ne želeći da ja mislim kako ima finansijskih problema, odgovoriti da nije zainteresovana.

Ono što ću ja uraditi je to da ću otići do Ane i reći nešto kao: „Ana, upravo sam počeo nov i zanimljiv posao i možda bi mi upravo ti mogla pomoći. Da slučajno ne poznaješ NEKOGA ko bi bio zainteresovan da zaradi dodatni prihod?“ (ili „zainteresovan za dodatni posao?“).

Obavezno primetite akcenat na „treću stranu“ – nekoga. Pitao sam je ako poznaje nekoga.

Napravite mali eksperiment. Sledećih 10 ljudi na koje naiđete (na benzinskoj stanici, u trgovini, kod frizera itd.) upitajte da li poznaju nekoga ko bi želeo da zaradi dodatni prihod, samo da vidite njihovu reakciju. Njihov odgovor će vam nešto reći.

U većini slučajeva njihov odgovor biće: „Šta je to?“ Razlog zbog kojeg to kažu je taj što osoba koju oni poznaju i koja bi želela da zaradi dodatni prihod su upravo oni. Žele saznati malo više o tom poslu kako bi doneli odluku žele li se u to upustiti.

Kada kažu – „Šta je to?“ – nemojte ih puno držati znatiželjnim. Većina ljudi ne želi biti dovučena u nepoznatu kuću na prezentaciju od sat i po, a da nemaju pojma zašto tamo idu. (Neke kompanije treniraju svoje ljude da ne kažu ništa). Vaš odgovor na njihovo pitanje neka bude: „Znate li nešto o MLM-u?“ Oni mogu reći „Da“ ili „Ne“. Ako kažu da, pitajte ih šta znaju o tome. Započnite generalnu diskusiju o MLM-u (pogledati Poglavlje I – Uvod u MLM). Istaknite neke prednosti i pogodnosti MLM sistema.

Ako su još zainteresovani, pozovite ih na kafu kako bi im pokazali program kompanije u koju ste uključeni. Objasnite im da će vam trebati oko jednog sata da im ispričate celu priču. Ne pokušavajte ispucati priču o programu na ulici ili dok su na poslu. Bez kompletne priče samo ćete ih zbuniti. Zbunjujuće informacije nateraću ih da kažu „Ne“, jer nemaju dovoljno informacija kako bih rekli „Da“.

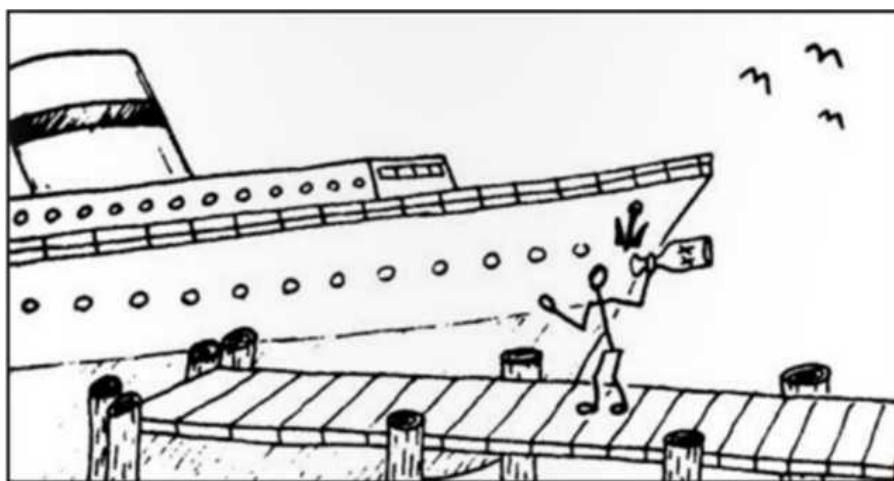
Ako sprovedete edukaciju svojih ljudi na način da prikazuju informacije onako kako su one prikazane vama, ne morate dugo istraživati. Tokom procesa pomaganja ljudi koje ste uveli u posao, preko njih ćete naići na druge ljude sa kojima imate priliku pričati. Kad naiđete na njih, pričajte im o MLM-u kako bi ih upoznali sa svojim programom. Većina ljudi ima neke

strahove od toga. Ti strahovi potiču od ideje da će osoba reći „Ne“. To se naziva „strah od odbijanja“.

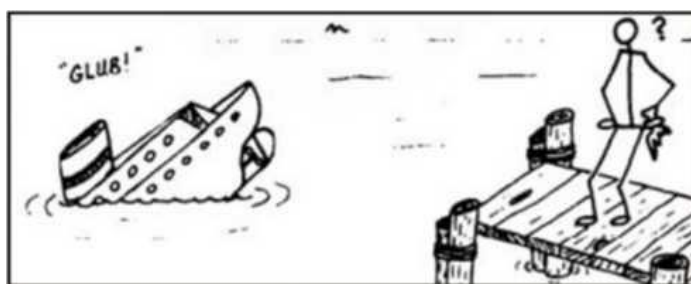
Dobar primer tog straha mogao bi da bude srednjoškolski ples. Momak je na prvom plesu na kojem je ikad bio. Prelazi preko cele prostorije i pita devojkicu za ples. Ali ona kaže „Ne“. On se okreće, odbijen, i vraća na svoje mesto uveren da više nikada neće nijednu devojkicu pitati za ples. Siguran je da su svi u prostoriji videli kako je odbijen. Zapamtite, niko ne voli da bude odbijen.

Drugi tip osobe pitao bi devojkicu za ples, a ako ga ona odbije, pitao bi iduću i iduću... Taj momak bi plesao celu noć.

Kako bi prevazišli strah od odbijanja, pokazaćemo vam kako da prevarite svoj um kako bi mogli da pričate sa što više ljudi. Za početak, zamislite sebe kako stojite na doku. Zapamtite, ako čekate da vaši brodovi doplove, morali ste ih pre toga poslati na pučinu.



Ako pošaljete samo jedan brod i on se vrati prazan, nema nikakve svrhe zbog koje je on i odlazio. Što više brodova pošaljete na pučinu, veće su šanse da će se neki od njih vratiti noseći zlato. Brodovi koji nose zlato su oni sa kojima treba da radite. Većina ljudi nikada nije poslala brod, tako da u vašoj podsvesti nema ništa što bi vas moglo unapred povrediti. Obratite pažnju na mesto s kojeg šaljete brodove. Kada nekoga pitate da li poznaje nekoga kome treba dodatna zarada, vi u stvari šaljete brod na pučinu. Ako taj neko kaže – „Ne, ne znam nikoga“ – jednostavno mu recite – „Dobro. Ako slučajno naiđete na nekog takvog, možete li ga zamoliti da me nazove?“ (Dajte mu svoju podsetnicu.) Dakle nije vas u potpunosti odbio.



Samo su dva moguća rezultata sa brodovima koje ste poslali na pučinu. Oni će ili ploviti ili potonuti.

Recimo da i potone, pa šta onda? Vi i onako stojite na obali.

Ako plovi, odlično! Pomozite mu da se pretvori u zlatni brod.



Nakon što pokažete prezentacije 5 i 6 većina distributera će vam reći da planiraju postati zlatni brodovi. To kažu jer ste vi ranije kazali da radite samo sa zlatnim brodovima, a oni žele da radite sa njima. Prihvatite njihov poziv – imaćete koristi od njega.

POGLAVLJE VIII

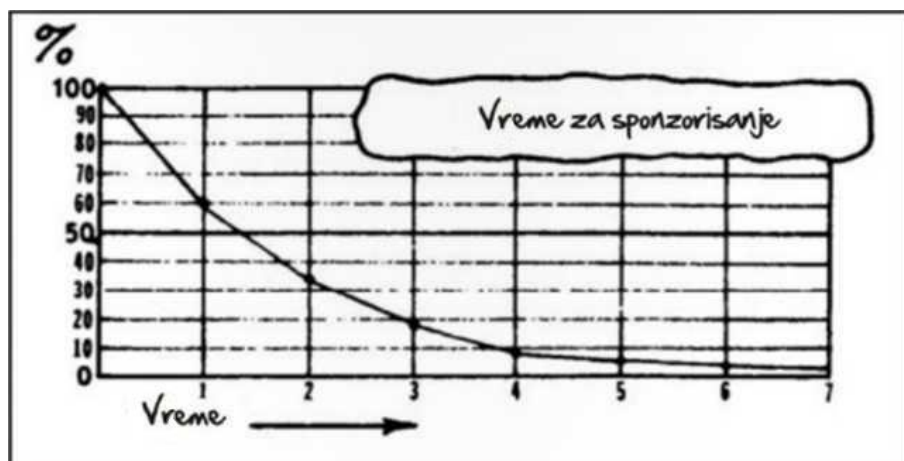
PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 7

KAKO DA TROŠITE SVOJE VREME

Grafikon ispod prikazuje slikovno kako bi trebalo da trošite svoje vreme. Na početku rada u kompaniji, 100% svog vremena treba da trošite na sponzorisanje ljudi.

„Ali zar ne bi trebalo da prvo vreme trošim učeći, jer je prvih nekoliko sedmica moj pripremni mesec?“

U pravu ste. Ali zapamtite, vaš sponzor, pomažući vama da sponzorirate druge, ujedno vas priprema za dalji rad. Čak i kad sponzor odradi sav posao, vi ste ti koji dobijate jer ste vi direktni sponzori.



U MLM-u možete sponzorisati druge, dok u isto vreme vaš sponzor sponzorise vas.

Kada uđete u MLM, vaš glavni posao ste na početku vi sami. Ako želite da vaš posao bude uspešan, već znate da morate naći 5 ozbiljnih ljudi koje ćete sponzorisati. Verovatno ćete morati pronaći više od 5 osoba, kako bi pronašli onih 5 koji žele biti ozbiljni.

Vremenom, vreme koje provodite na sponzorisanje ljudi opada. Zašto? Zato što iznenada pronalazite jednu ozbiljnu osobu... zatim dve ozbiljne osobe... zatim tri... četiri... i kad ste našli 5 ozbiljnih osoba možete prestati da trošite vreme tražeći osobe koje bi sponzorisali. Trošite svoje vreme učeći ovih 5 zlatnih brodova da sponzorisu. Učite ih da uče svoje ljude kako da sponzorisu. Kada dođu do treće ili četvrte dubine u izgradnji svojih organizacija i kada im ne budete više trebali, možete opet tražiti druge ozbiljne osobe koje će doći na njihovo mesto.

Kada imate 5 ozbiljnih ljudi, 95% svoga vremena trošite na rad sa njima, 2,5% vremena na kupce koje dobijate od svojih prijatelja i 2,5% vremena na „sadnju semena“. Na ovaj način, kada je jedan ili više od vaših 5 ozbiljnih ljudi požnjeven i ne mora više biti „navodnjavan i obrađivan“, okrenite se radu sa „semenom“ koje ste posejali i pomozite mu da „sazri“.

Svih 100% vašeg vremena proizvod se mora kretati. To je prirodni rezultat aktivnosti koje imate sa vašim ljudima. To je u stvari prodajni deo posla koji mi zovemo deljenje pozitivnih iskustava sa proizvodom.

POGLAVLJE IX

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 8

CVRČANJE PRODAJE ŠNICLU

Drugi naziv koji se nekada koristi za ovu prezentaciju je „buktinja“. Pretpostavljam da ste nekada bili na kampovanju. Primetili ste da, ako razdvojite cepanice iz logorske vatre, vatra će se brzo ugasi. Kad ih ponovo spojite vatra će se opet razbuktati. Dakle, ako imate jednu cepanicu, nemate ništa.

Ako imate dve cepanice dobićete plamen.

Kada spojite tri cepanice dobićete vatru. Stavite li i četvrtu cepanicu dobićete buktinju.

Sa ljudima je isto tako. Kad sledeći put pozovete nekoga da se nađe sa vama, recimo u restoranu, dođite pre njega, pa obratite pažnju koliko ima ili nema energije za stolom.

Kad vaš sponzor stigne i otpočne razgovor o temi, primetite kako se energija povećala.

Kada neko koga ste pozvali na sastanak stigne i uključi se u razgovor, nivo energije se podiže još više.

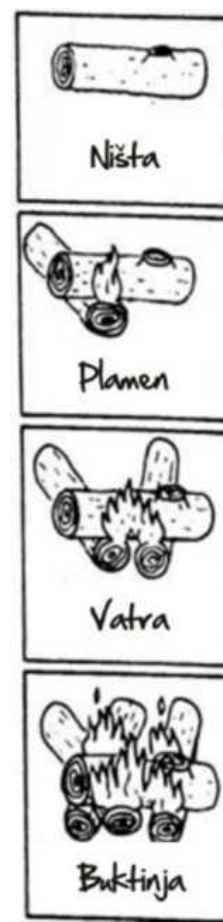
Sa dolaskom četvrte osobe stvari su se već zahuktale. To se naziva „buktinja“ ili „sesije cvrčanja“. Vaš MLM program je kao šnicla, a svi znaju da cvrčanje prodaje šniclu.

Dakle, želite spojiti svog sponzora sa jednim ili dvoje vaših ljudi iz donjih linija kako bi im pokazali ove prezentacije, odnosno kako bi „zacvrčali“, tj. postali zagrejani za posao i ono što im on može doneti.

Dobro mesto za takav susret je u restoranu. Odaberite vreme kada je u restoranu najmanje gužve, recimo posle 14h. Bilo bi dobro da imate svoj lični raspored kako bi vaši ljudi znali gde vas mogu pronaći u različito vreme tokom sedmice. To je posebno dobro kada su svi zauzeti skupljanjem drva za vašu buktinju.

Recimo da želite pozvati na sesiju cvrčanja nekoga ko je malo skeptičan (zovemo ga „mokra cepanica“) i priključiti ga svojoj buktinji. Ako ga dovoljno dobro zainteresujete, on će se brzo „osušiti“ i postati deo vaše vatre.

Dakle, šta se dešava kada vi sami, kao početnik u ovom poslu, razgovarate sa nekim ko je skeptičan? Pa to je kao da pokušavate staviti mokru cepanicu ni na šta.



Recimo da ste vi grančica, tek započeli sa poslom. Vaš sponzor koji je već duže u poslu je cepanica. Cepanica i grančica mogu stvoriti plamen. Samo činjenicom da imate nekoga pored sebe učinićete veliku razliku. To daje prostor vašem sponzoru da priča malo sa novim, pa malo sa vama. Recimo da želim da Pera dobije poruku i shvati ono što želim reći. Ako pričam njemu direktno, lako se može desiti da on ne primi ono što mu želim reći. Ali ako pričam sa Evom znajući da Pera sluša... neverovatno je kako ljudi izvuku više iz razgovora koji slušaju nego iz onog u kojem direktno učestvuju.



Druga stvar sa buktinjom u restoranu je da ona širi energiju. Ima ljudi koji možda slušaju ili su slučajno čuli nešto od vašeg razgovora. Možete i primetiti kako se naginju, hvataju vaš pogled, pokušavaju da čuju više, itd. Znajte da neki od ovih ljudi mogu biti veoma zainteresovani za vaš posao. Kada završite sa sesijom cvrčanja i vaši sagovornici odu od stola, zadržite se još nekoliko minuta. Dajte priliku onima koji su možda čuli o čemu pričate da vam priđu. Oni neće doći do vas dok ste u razgovoru sa još troje ljudi, ali hoće kad ostanete sami.

Obično započinjemo ove sesije tako što učesnici, kako dolaze, kažu nešto pozitivno što im se dogodilo sa proizvodima ili njihovom organizacijom. Dok smo zajedno, razgovaramo samo o poslu. Ne pokušavamo da rešimo krizu na Bliskom Istoku ili bilo koji drugi svetski problem. Došli smo da podelimo ideje kako da izgradimo svoj posao i kako da razgovaramo sa ljudima o svom poslu.

Uvek završimo ovu sesiju motivirajućim rečima koje idu otprilike: „Pomisli samo! Ovo je najteže što ćemo raditi u ovom poslu.“ Ovo može biti i pomalo zarazno, naročito ako su u grupi i ljudi koji još uvek imaju svoj regularan posao i moraju žuriti natrag jer im se završila pauza. Doviknite im, dok odlaze nazad na posao: „Vidimo se posle, Nikola, ali zapamti...“ Možda vas Nikola prekine i sam dovrši rečenicu: „Da, znam. Ovo je najteže što ću morati da radim.“ Nikola će biti motivisan da požuri i uspne se što brže do vaše pozicije u poslu.

POGLAVLJE X

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 9

MOTIVACIJA I STAV

Jedna od najvažnijih prezentacija na salveti je ova o motivaciji.

Ona će vam dati odlično razumevanje o tome šta motiviše ljude. Naučićete kako da radite sa svojim ljudima kako bi ih motivisali.

Započnite tako što ćete napisati reč motivacija na vrhu vaše salвете ili ploče.

Sada nacrtajte dve strelice – jednu prema dole i jednu prema gore. Istaknite da imamo dve vrste motivacije. Motivaciju na dole i motivaciju na gore, pa tako i nazovite strelice. Motivacija na dole je ono što nazivamo „vrela kupka“ ili privremena motivacija, dok je motivacija na gore konstantna.

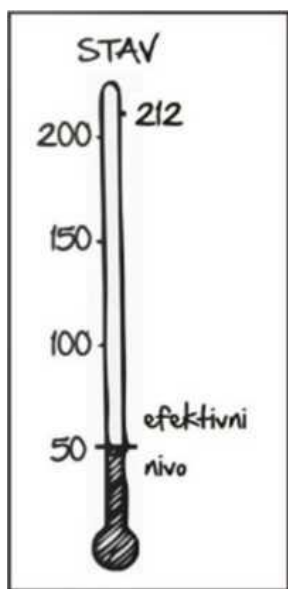


Dozvolite mi da objasnim. Većina vas je verovatno bila na motivacionim skupovima i dobila novu snagu da uđe ili nastavi sa nekim programom. Primetićete da se obično nakon par nedelja ili meseci od tog skupa, opet ohladite od programa. Čini se da što je kupka vrelija, to se brže hladite.

Viđao sam ljude koji idu na motivacione skupove od tri dana, a nakon što se vrate kući, za dve sedmice postanu potpuno depresivni. Zašto? U toku ta tri dana oni dobiju snagu, u potpunosti se motivišu, ali niko im ne kaže šta da rade i kako da rade. Zbog toga oni propadaju.

Čak i čitanje ove knjige spada u „vrelu kupku“ (doći ću do motivacije na gore nešto kasnije). Odlasci na seminare, sastanci sa sponzorom, čitanje knjige, kretanje nekih proizvoda, sticanje nekog znanja – sve su to oblici „vrole kupke“ ili motivacije na dole. Ne kažem da su oni loši, oni su nam čak neophodni.

Pre nego što pojasnim motivaciju na gore, želim pričati o stavu. Zamislite da odlazite da razgovarate sa nekim o vašem poslu. Ta osoba ne zna ništa o tome, pa je njen stav na nultom nivou. Reći ćemo da vama, da bi uspešno razgovarali sa nekim o poslu, treba stav na nivou od 50 stepeni. Nazovimo ga efektivni nivo. Ako je vaš stav na nivou manjem od 50 stepeni, nemojte razgovarati ni sa kim, jer će vas samo povući sa sobom prema dole.



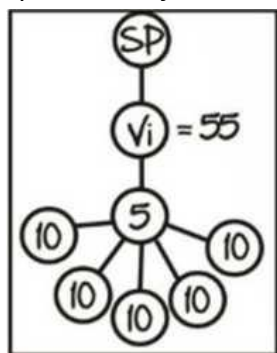
Osoba koju želite sponzorirati došla je na vašu prezentaciju. Potpisala je pristupnicu. Želi započeti i baš je zagrejana za posao. Stav joj se popeo na 65 stepeni – uskoro će postati bogata! Pre nego što je uspela išta da nauči, izlazi na ulicu i priča sa ljudima. Kako u stvari još ništa ne zna o tome kako da se nosi sa

negativnim skepticima, i sama postaje negativna. Susreće se sa dobronamernim mišljenjem porodice ili prijatelja koji su takođe potpisali ugovor jer ih je na to nagovorio neko ko je želeo da se obogati na njima, a ne neko ko je bio sposoban da im pomogne da izgrade posao – pravi sponzor sa obavezom da pomaže drugima umesto da pomaže sebi.

Desiće se to da će joj nivo pasti ispod 50 stepeni. Kada se ponovo nađete sa njom, odgovorite na njene primedbe i pitanja, njen će se stav povećati na recimo 70 stepeni. Ovog puta proći će malo više vremena pre nego što se ponovo spusti ispod 50 stepeni.

Pitanje: da li biste želeli da imate stav na nivou preko 50 stepeni celo vreme? Drugim rečima, da ne skačete gore dole kao jo-jo, nego da budete konstantni. Jedini način na koji to možete postići je uz pomoć motivacije na gore, jer je samo motivacija na gore konstantna.

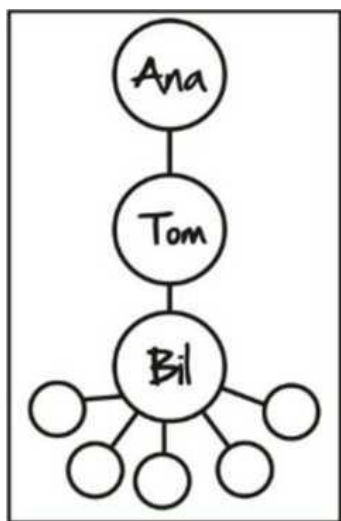
Evo kako izgleda motivacija na gore: vi imate sponzora. Vaš sponzor (SP) pomoći će vam da sponzorirate ljude, radeći sa vama i u vaše ime. Počecemo sa 5 osoba. Recimo da kad sponzorirate 5 osoba imate nivo na svega 25 stepeni. Ponovo, izbegnite grešku sponzorisanja više osoba od onoliko sa koliko možete efektivno raditi,



dodajući pet stepeni za svakoga, jer ćete ih jednako brzo i gubiti.

Vaš sponzor pomogao vam je da sponzorirate 5 ljudi i vi ćete zauzvrat pomoći njima da sponzoriraju druge kako bi dobili svojih 5 stepeni. Njihovih 5 stepeni je 10 stepeni za vas. Svi ljudi u vašem drugom nivou donose vam po 10 stepeni. Pogledajte, ako pomognete samo jednom od njih pet da sponzorise pet drugih, već ste iznad 50 stepeni.

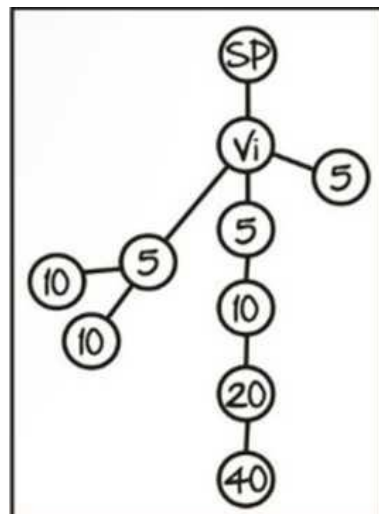
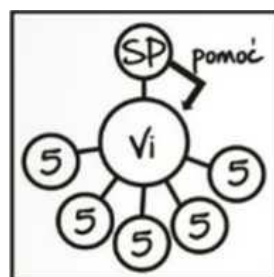
Pogledajmo šta se dešava kad učite da sponzorirate donju liniju. Treća linija donosi vam 20 stepeni po osobi. Četvrta linija 40 stepeni. Što dublje idete postaje sve toplije.



Jedini način na koji se može dočarati ovaj fenomen je iskustvo koje imate kada se on u stvari desi. Zbog toga želite da se to vašim ljudima desi što je moguće pre. Kada jednom dožive to iskustvo biće jako zagrejani za posao.

Evo jednog primera: Ana sponzorise Toma, a Tom sponzorise Bila. Ana iz telefonskog razgovora saznaje da je Bil prošle sedmice sponzorisao 5 ozbiljnih ljudi i da mu posao zaista ide od ruke. Ono što se dešava je to, da ta vest ohrabruje sve sponzore u njegovim gornjim sponzorskim linijama. Setite se da je

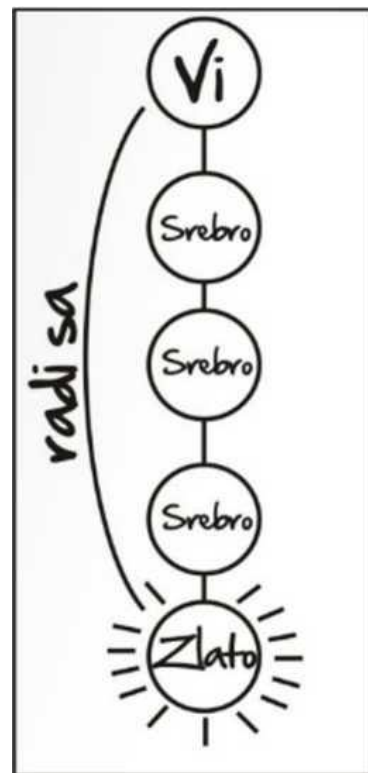
strela za motivaciju prema gore išla od dna prema vrhu. Zato je i zovemo motivacija na gore.



Morate pomoći ljudima koje ste sponzorisali da ohrabruju svoje ljude. Pokazaću vam jednu teoriju. Kad uvodite nekoga u posao, on je srebrni brod. Svi dolaze kao srebrni. Oni su zagrejani za posao, ali nisu još ozbiljni.

Svi imaju barem po jednog prijatelja. Nalazite se sa svojim ljudima, pomažite im da sponzorišu neke od svojih prijatelja koji će jednako tako biti srebrni brodovi. Podržite svoje ljude dok pomažu svojim prijateljima da sponzorišu još prijatelja u trećoj donjoj liniji ili još dublje. Odjednom, u nekoj od tih donjih linija pronalazite nekoga za koga se ispostavlja da je zlatni brod. Evo šta ćete uraditi. Siđite dole i radite sa tim zlatnim kojeg imate u toj liniji. Ono što će se desiti je da će u procesu pomaganja tom zlatnom i srebrni iznad njega da se pretvore u zlatne.

Tako je najlakše pretvoriti srebrne u zlatne – nađite nekoga ispod njih. Ako ta osoba ispod nje zaista uspe (postane zlatni), srebrni koji su ga sponzorisali će reći: „Hej. Bolje da se saberem, jer...“ Nema ništa što može motivisati ljude bolje nego kad imaju nekoga ispod njih koji nešto radi. Da zaključimo, ono što ne želite da se desi jeste da razvijete zavisnost o vama, kod dela ljudi koje sponzorirate. Niko ne može zavisiti od vas zauvek, inače od posla nema ništa. Mora postojati tačka kada im više nećete trebati. Obično je to vreme kada se vaši ljudi osposobe da uče svoje ljude kako da uče druge svih 10 prezentacija na salveti. Tada poznaju sve što treba da znaju da izgrade snažnu organizaciju. Tada vi možete tražiti druge ozbiljne ljude koji će ih zameniti.

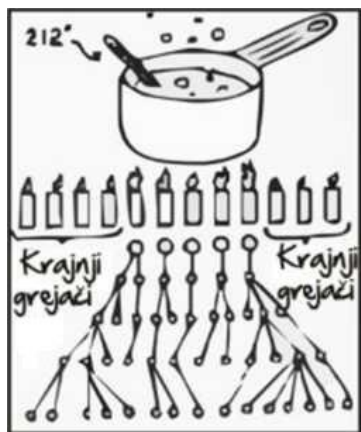
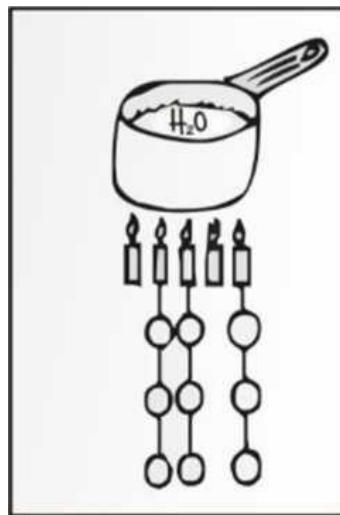


Pretpostavimo da vi sponzorirate Anu. Reći ćete joj: „Ana, recimo da si ti kao sunce. Sunce ima više energije nego bilo šta drugo što poznajemo.“ (To je oblik indirektnog komplimenta.) Nastavićete govoreći: „Osoba koju ti (Ana) sponzoriraš je kao lonac sa vodom.“ (Pažnja! Vi sponzorirate Anu, ali nemojte podeliti uloge tako da ste vi sunce, a ona lonac – to nije baš laskavo.)

Dakle, u svojoj grupi imate sunce. U kojem trenutku će voda doći do tačke da može proključati? Sve i da uzmete lonac vode i postavite ga u sredinu najtoplije pustinje na najtopliji dan u godini, ona neće proključati. Potrebno je 212 stepeni (po Farenhajtovoj skali) da bi voda počela da ključa. Neće proključati na 210 ili 211, potrebno je najmanje 212 stepeni. Dakle, ako je vaš stav na 212 stepeni, a potrebno vam je svega 50 da budete efektivni, možete razgovarati u bilo koje vreme sa bilo kime o tome što radite, jer je vaš odnos prema poslu na tom nivou. To je pravac kojim se trebate voditi. Kako smo rekli, sunce ne može učiniti da voda proključa, dakle vaš sponzor ne može proključati vodu. Ne može nijedna od vrelih kupki.

Sve i da svi ključni ljudi iz svih MLM kompanija dođu u vaš grad na skup i vi sa svima njima obavite razgovor, čujete njihova iskustva – vaša voda neće proključati. Oni će podići vaš nivo iznad 50 stepeni, ali vi ste ti koji možete učiniti da voda proključa. I naravno, vaš sponzor koji će vam pomoći u tome.

Drugim rečima, vi poznajete ljude koje vaš sponzor ne poznaje. On će otići s vama na dogovor i pomoći vam da sponzorirate nekoga. Kad ste sponzorisali nekoga, zapalili ste plamičak pod loncem. Sa 5 sponzorisanih ljudi vaš lonac leži na 5 grejača, koliko ih vaš lonac može maksimalno pokriti. Voda još uvek ne ključa, jer je tek 25 stepeni, ukoliko vaših pet ljudi nije još nikoga sponzorisalo. Ali, ako bilo koja tri od njih stvore tri dubine ili bilo koja dva povežu četiri dubine ili samo jedan, bilo koji od njih stvori 5 dubina, voda će početi da ključa. Bilo koja kombinacija koja daje više od 212 pod loncem učiniće da voda proključa. Kada voda proključa, sunce, odnosno sponzor, može otići, a voda će nastaviti da ključa. Kada jednom svojim distributerima pokažete ovaj pristup i pozovete ih telefonom, shvatiće da ih zovete jer im želite pomoći. Ne zovete kako biste ih kritikovali nego ih zovete kako bi im pomogli da upale još jedan plamen i povećaju temperaturu. Želite im pomoći da i njihova voda proključa. Što dublje palite grejače, vatra postaje jača.



U bilo kom MLM programu, kada jednom uspete formirati osobu čija voda ključa, ona će izgledati slično kao slika levo. Ne zaboravite da pored njega imate i druge koje sponzorirate. Prvi koji proključa nije nužno i prvi kojeg ste sponzorisali. To je prvi koji se uozbiljio i prvi otišao duboko u svoju organizaciju i koji je održava.

Kada njegova voda proključa, možete nastaviti da radite sa još jednim novim kako bi opet imali 5 ozbiljnih ljudi. Zapamtite da lonac može stajati samo na pet grejača u isto vreme. (Ovo smo već objasnili u prvoj prezentaciji). Ako imate i 15 ljudi koje ste sponzorisali, efektivno možete raditi samo sa njih pet. Možda ćete morati sponzorisati 10 ili 20 ljudi, da bi dobili 5 ozbiljnih. Šta se dešava sa drugima? Stavicećemo ih za sada sa strane.

Kada voda proključa kod jednog ili više od ovih 5 ozbiljnih, pre nego što potražite nekoga potpuno novog koga bi sponzorisali, pogledajte malo na krajnje grejače. Možda među njima nađete nekoga sa kim ste već ranije radili, ali se nije pokazao kao ozbiljan. Ispričajte mu šta se dešava. Možda u vreme kada ste ga sponzorisali usled različitih okolnosti nije bio spreman da se ozbiljno posveti poslu, a sada možda jeste. Možda je samo čekao da vidi kako ćete vi uspeti u tom poslu. Dakle, pogledajte malo na krajnje grejače.

POGLAVLJE XI

PREZENTACIJA NA SALVETI BROJ 10

PETOUGAO RASTA

Pet je bio magični broj kroz čitavu ovu knjigu, pa je logično da se ova zadnja prezentacija zasniva na zabavnom petostranom putu kroz jednostavnu matematičku vežbu, koja takođe može biti dobar samo-motivator svaki put kad je nekom pokazujete.



Petougao rasta predstavlja važan pogled na to kako vaša organizacija može brzo rasti, ako pravilno prihvatite principe koje smo izneli u ovoj knjizi.

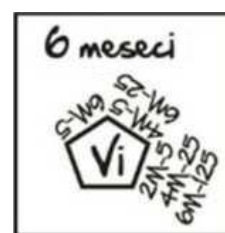
Nacrtajte petougao i napišite u sredini Vi. Rekli smo da ćemo prvi mesec smatrati pripremnim mesecom. Drugi mesec je mesec kada počinjemo razvoj svoje organizacije.

Već nakon dva meseca od kako ste počeli sa poslom sponzorisaćete 5 ljudi koji žele da preuzmu kontrolu nad svojim životom. (Napišite 2M-5 sa jedne strane petougla, kako je to pokazano na slici za drugi mesec).



U naredna dva meseca (na kraju četvrtog meseca posla) petorica iz drugog meseca koje ste naučili da rade to što vi radite, donose vam 25 distributera iz vašeg drugog nivoa. Istovremeno, vi ste samostalno razvili još 5 ozbiljnih ljudi u svom prvom nivou, pa vaš petougao izgleda kao ovaj pored.

Nakon šest meseci lako možete imati 125 ljudi u svom trećem nivou ispod početne petorice, 25 ljudi drugog nivoa ispod druge grupe od 5 ljudi, plus 5 osoba u prvoj liniji koje ste u međuvremenu sami stvorili.



Na kraju osmog meseca vaš petougao rasta može izgledati kao ovaj levo.

Sada, dajte salvetu vašim slušaocima, pružite im olovku i zamolite ih da ispune dijagram za deseti mesec. Upišite 10M i povucite liniju ispod vaše početne grupe objašnjavajući da je cifra isuviše velika, odnosno preko 3.000 (da budemo precizni, 3.125). Primer desno je ono što bi trebalo da dobijete.



Obidite oko petouglu još jednom i proširite ga na godinu.



Da zaista istaknete kako izgradnja u dubinu može učiniti da vaša organizacija raste brzo, precrtajte sve grupe osim one ispod vaših početnih pet ljudi. Istaknite osobi kojoj pokazujete da, čak i ako samo grade organizaciju ispod ove jedne grupe (i nisu uradili ništa ispod onih koje smo precrtali), mogu ostvarivati preko 6.000 dolara mesečno ili više, zavisno od vozila koje koriste. Osnovni razlog ove vežbe je da jednostavno prikaže važnost rada u donjim nivoima sa ljudima koje sponzorirate i koje učite da rade to isto. Sada se bacite na posao!

POGLAVLJE XII

POVRATAK U ŠKOLU

Vaš lični odnos prema poslu može učiniti veliku razliku dok pokušavate sponzorirati novog distributera. Većina distributera kao da ima stav – „Koga ja mogu uvesti u svoj posao?“ Ispravan stav bi glasio – „Kome ću idućem pružiti priliku da zaradi?“ Ako verujete da se osoba može osloboditi redovnog zaposlenja u periodu od jedne do tri godine i razumete kako ćete tu mogućnost predstaviti u svega tri minuta, zašto biste tu priliku želeli da pokažete strancu?

Da bi bili u mogućnosti da ostavite stalni posao u periodu od jedne do tri godine sa prihodom većim od 50.000 dolara godišnje, morate biti spremni da se vratite ponovo u školu. Sve što vam je potrebno za to može se savladati investirajući pet do deset časova sedmično u narednih šest meseci. Ostaviti stalni posao jednostavno znači ne ići na posao, osim ako to ne želiš. Ako vam neko kaže da će probati da radi sa vama narednih 30 dana da vidi kako će ići, ne trošite na njega uzalud svoje vreme. Ne možete iskopati dobre temelje za 30 dana. Za to je potrebno najmanje 6 meseci.

Škola na koju ja mislim je škola UKLJUČENOSTI. Vreme koje utrošite dok idete na sedmične treninge, prisustvujete sastancima, pričate sa sličnim osobama koji takođe uče, putujete kući, već vam je oduzelo tri do pet sati sedmično. Ostatak vremena utrošite na slušanje pozitivnih motivacija, informacija o vašem programu, sastanke sa svojim sponzorom, razgovore sa klijentima i sl. Sve to možete stići radeći to što već radite izvan MLM-a.

Dok sam radio seminare pitao sam učesnike širom SAD i Kanade: „Da li neko zna četvorogodišnju školu gde nakon mature možete otići u penziju za jednu do tri godine i imati prihod preko 50.000 dolara godišnje?“ Niko mi nikad nije rekao da zna. Niko čak nije znao ni za približno tako dobru školu. To je ono što je uzbudljivo u vezi MLM-a. Praktično za šest meseci možete naučiti sve što vam treba da bi se penzionisali za jednu do tri godine. Sećate li se kad ste na fakultetu kupovali knjige za studije? Velike, teške knjige, koje ste jedva čekali da proučavate kad se vratite u svoju studentsku sobu. Sećate li se kako ste nakon učenja jedva čekali ispitne rokove da bi pokazali šta znate? Dok ste išli u školu, da li vam je iko za to plaćao? Kad ste već četiri godine studirali bez da vam iko plati i bez nade da ćete za jednu do tri godine otići u penziju, zbog čega ste onda toliko zabrinuti jer ste postigli mali napredak u vaših prvih nekoliko meseci u MLM poslu? Zapamtite, vi ste u školi. MLM školi.

Neki ljudi koji uđu u MLM obeshrabre se odmah nakon nekoliko sedmica. Mislim da nisu u pravu, sve dok ne prođu barem 6 meseci u MLM školi. Probajte da pustite studenta medicine da operiše nakon svega par sedmica na fakultetu. Verovatno bi bili vrlo razočarani rezultatom.

Pitajte doktora, advokata, zubara ili bilo kog drugog profesionalca, koliko dugo su učili svoju profesiju. Njihov odgovor će se kretati od vremena kad su diplomirali, a ne od prvog dana na fakultetu. Pitajte nekoga u MLM-u koliko dugo je u poslu. Reći će vam od dana od kad je potpisao distributerski ugovor. U stvari, trebalo bi da znate da ste u MLM poslu od onog dana kada ste naučili šta treba da radite.

Previše distributera uđe u MLM očekujući da će odmah na početku zaraditi ogroman novac. Prvo i osnovno je ići u školu. To će vam oduzeti najmanje 6 meseci. Smatrajte to kao odlaskom na fakultet. Pravim studentima, nakon šest meseci na brucoškoj godini, još uvek ostaje tri i po godine pre nego što su spremni da potraže posao.

Da bi zaista bili uspešni u MLM-u, morate naučiti druge da budu uspešni. Vaš distributer mora da prestane da bude zabrinut o tome koliko će novca zaraditi i povećati svoju brigu za svoje donje linije učeći ih i radeći sa njima. Što brže to razumeju, brže će osetiti stvarni uspeh u MLM-u. Ali za to treba vremena. Pre nego što počete da učite druge, morate i sami naučiti šta da radite.

Ako u svojoj organizaciji imate distributere kojima je problem da razgovaraju sa svojim prijateljima o svom poslu, to je zato što oni u stvari ni sami ne veruju da se mogu penzionisati u jednoj do tri godine ili ne razumeju kako se to u stvarnosti može postići. Pokazaću vam jednostavnu prezentaciju koju možete koristiti kada želite nekome pokazati kako izgraditi veliki prihod u 6 meseci do tri godine. Potrebno vam je par minuta da je naučite i oko dva minuta da je izložite. To je varijacija prezentacije na salveti broj 1.

Pretpostavimo da imate novog distributera kojem ćete reći: „Od svih ljudi koje poznaješ ili sa kojima se uz moju pomoć možeš susresti, da li misliš da bi mogao sponzorisati pet ljudi do kraja svog prvog meseca? Ljudi koji bi želeli da nauče kako se penzionisati za jednu do tri godine?“ Većina ljudi će reći: „Svi koje poznajem bi voleli da su sposobni da to učine.“

Nemojte napraviti grešku, pa otići sa svojim distributerom da posetite odjednom svih 5 ljudi. Idite sa distributerom 5 puta da posetite svaku osobu pojedinačno. Ako razgovarate sa svih 5 odjednom, samo jedna negativna osoba može pokvariti planove i za preostalih četiri. Osim toga, ako sa svojim distributerom odete 5 puta na dogovor, vaš distributer će imati priliku da poslušava vaše izlaganje svih 5 puta i razumeti ga bolje nego da ga je poslušao samo jednom. Tako ste i njega naučili da ode sa svakim od svojih distributera najmanje 5 puta. Vaš distributer će postati ekspert vežbajući na klijentima svojih distributera baš kako ste i vi postali ekspert vežbajući na njegovim klijentima.

Ako uspete sponzorirati pet ozbiljnih distributera do kraja vaših prvih trideset dana, bićete sposobni da im pomognete da sponzorišu svaki po svojih pet do kraja vašeg trećeg meseca. Dok vaši distributeri pomažu svojoj petorici, vi im pomažete radeći sa donjim grupama i učite ih da rade to isto. Do kraja šestog meseca trebalo bi da imate izgrađen treći nivo. Pa šta i ako vam treba godina? Dok pravite ovu prezentaciju, crtice (-5-) koje stavljate na svaku stranu brojeva 5, 25, 125, predstavljaju vaše veleprodajne kupce ili ljude koji su potpisali ugovor kako bi vas skinuli s vrata. To su u stvari ljudi među kojima ste pronašli svoje ozbiljne kupce. Vaša prezentacija bi trebalo da izgleda ovako:

- Vi -
Kraj 1. meseca - 5 -
Kraj 3. meseca - 25 -
Kraj 6. meseca - 125 -

U ovom trenutku trebalo bi da imate ukupno 155 ozbiljnih distributera. Ako gradite svoj posao pravilno, kroz proces upoznavanja sa poslovnom mogućnošću, normalno je da neki od njih neće biti zainteresovani. Ali oni mogu postati vaši veleprodajni kupci kroz potpisivanje ugovora ili obični maloprodajni kupci koji plaćaju punu cenu proizvoda.

Recimo da svaki od vaših distributera u donjim linijama ima najmanje 10 prijatelja koji su kupci. Kada pomnožite 10 prijatelja-kupaca sa 155 ozbiljnih distributera dobićete 1.550 prijatelja-kupaca. Kako su vaši distributeri ujedno i kupci dodaćete ih na prethodni saldo od 1.550, te tako dobiti ukupno 1.705 aktivnih kupaca.

Pored toga, imajte na umu da postoje tri valjana razloga zbog kojih će distributer-kupac naručivati više proizvoda nego prijatelj-kupac:

- 1) Distributer-kupac bolje poznaje celu liniju proizvoda;
- 2) Distributer-kupac kupuje proizvode po veleprodajnoj ceni, pa su mu proizvodi pristupačniji i može dobiti više proizvoda za isti novac;
- 3) Distributeri-kupci kupuju proizvode da bi ih poklanjali kao uzorke. Treba nastojati da svi vaši distributeri koriste uzorke, jednako kao i vi sami.

Linija ispod 155 predstavlja vaše veleprodajne kupce koje nismo uračunali. To može biti samo plus. Vaša prezentacija bi sada trebalo da izgleda otprilike ovako:

- Vi -	
Kraj 1. meseca - 5 -	155 ozbiljnih distr. x 10 prijatelja kupaca
Kraj 3. meseca - 25 -	1550 prijatelja kupaca
Kraj 6. meseca - 125 -	+155 distributera kupaca
	xxx kupaca na veliko
	1705 KUPACA UKUPNO

Sada pomnožite 1.705 sa 30 evra da dobijete ukupnu prodaju za jedan mesec. Većina nas je u programima gde je naša lična prodaja mnogo veća od 30 evra mesečno. Uzeli smo ovu cifru da bi prikazali minimum. Ne želimo da vašem klijentu potpuno zamutimo um ciframa. Tada na trećem nivou upitajte svog klijenta: „Pa šta ako nam umesto šest meseci bude potrebna godina da ovo postignemo? Zar svejedno ne vredi truda?“

Kada pomnožite 30 evra sa 1.705 kupaca doći ćete do cifre od 51.150 evra ukupnog prometa. Istaknite činjenicu da se to postiglo radom sa svega 5 ozbiljnih distributera.

Sa obimom od preko 50.000 evra mesečno, ne računajući vaše veleprodajne kupce, vaš profit, u zavisnosti od programa, može biti između dve hiljade i deset hiljada evra mesečno. Razlog za raspon između dve i deset hiljada evra mesečno je taj da neće svi imati svojih 10 prijatelja-kupaca, neki će imati više, neki manje.

Do ovog trenutka, vaša prezentacija je trajala 10 do 15 minuta. Sad upitajte svoga klijenta da li je spreman odvojiti vreme da nauči kako da dođe do ovde. Ako kaže „Ne“, pređite odmah na proizvode i dobićete još jednog maloprodajnog kupca. Ako kaže „Da“, pređite na iduću prezentaciju o razlici između 5 i 6 (sledeće poglavlje). Kad završite i tu prezentaciju, biće više nego spreman da uskoči u vaše vozilo.

Evo nagradnog pitanja. Ako možete za 6 meseci postići da zarađujete od 2.000 do 10.000 evra mesečno, pored onoga što trenutno zarađujete, možete li videti sebe kako se vraćate u školu na pet do deset časova sedmično, da bi u narednih šest meseci naučili kako da to postignete?

Ova jednostavna prezentacija pokazuje mehanizam rasta vaše organizacije. To je kombinacija izgradnje organizacije u kojoj svi naručuju minimalne iznose. Svako može naći deset prijatelja kupaca. Za to vam nije potreban profesionalni trgovac. Kada to postignete, vaša cela prezentacija će izgledati ovako:

- Vi -	
Kraj 1. meseca - 5 -	155 ozbiljnih distr. x 10 prijatelja kupaca
Kraj 3. meseca - 25 -	1550 prijatelja kupaca +155 distributera kupaca
Kraj 6. meseca - 125 -	xxxx kupaca na veliko
1705 KUPACA UKUPNO	
x 30 EUR	
51.150 EUR PROMETA	

Značenje ozbiljnog distributera u ovoj prezentaciji je da je to distributer koji je odvojio najmanje 5 do 10 sati sedmično, najmanje 6 meseci. To je jedini način na koji se ovaj posao može naučiti.

POGLAVLJE XIII

IGRANJE BROJKAMA

Šta da radite kada jedan od vaših distributera iz prvih linija (distributera koje direktno sponzorirate) dođe do tačke kada mu više niste potrebni? (Pogledati Poglavlje X – Prezentacija na salveti broj 9). Vi ste sad slobodni da sponzorirate nekog drugog i gradite novu liniju. Pod linijom se smatra organizacija vašeg distributera koja ima najmanje tri nivoa.

Umesto razmišljanja koga da sad uvedete u posao, radije razmislite kome od svih ljudi koje ste susreli dok ste radili sa svojih prvih pet ozbiljnih distributera da sad pružite šansu za rano penzionisanje.

Veoma je uzbudljivo kada shvatite da vi odabirate kome ćete dati ovu priliku. Vi nosite sa sobom mnogo snage, ako to u potpunosti razumete i verujete u to.

Sada imate šest ozbiljnih ljudi u svojoj prvoj liniji. Primetite razliku između 5 i 6 koja se sve više ispoljava kako silazite u donje linije. $5 \times 5 = 25$, $6 \times 6 = 36$, a razlika između 36 i 25 je 11. Probajmo još jednu liniju. $5 \times 25 = 125$, $6 \times 36 = 216$, a razlika između 216 i 125 je 91. Sada bi vaša prezentacija trebalo da izgleda ovako:

V_i	Razlika	V_i
5	1	6
25	11	36
125	91	216

Svi programi plaćaju dobro do petog nivoa, a većina će platiti do sedmog nivoa. Nastavite množiti sa 5 do 7. nivoa. Sada vaša prezentacija izgleda ovako:

Vi	Razlika	Vi
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625		
3,125		
15,625		
78,125		

Ova prezentacija je laka za učenje. Kad dođete do 125 u nivou kolone, poslednje tri cifre se menjaju između 125 i 625. Ovo će se nastaviti bez obzira na to koliko nivoa prema dole idete. Dakle, u stvari, treba da zapamtite 3, 15, 78.

Sada zamolite vašeg distributera da završi obračun. Drugim rečima, da pomnoži 216×6 (što iznosi 1.296) i od toga oduzme 625, što daje razliku od 671. Nastavite ovaj proces do 7. nivoa. Učinak je mnogo veći, ako ga pustite da sam preračunava.

Pitajte ga šta misli, kolika će razlika biti na sedmom nivou. Pustite ga da pogađa. Verovatno neće biti ni približno blizu. Razlika na sedmom nivou je preko 200.000, odnosno 201.811. Vaša prezentacija sad izgleda ovako:

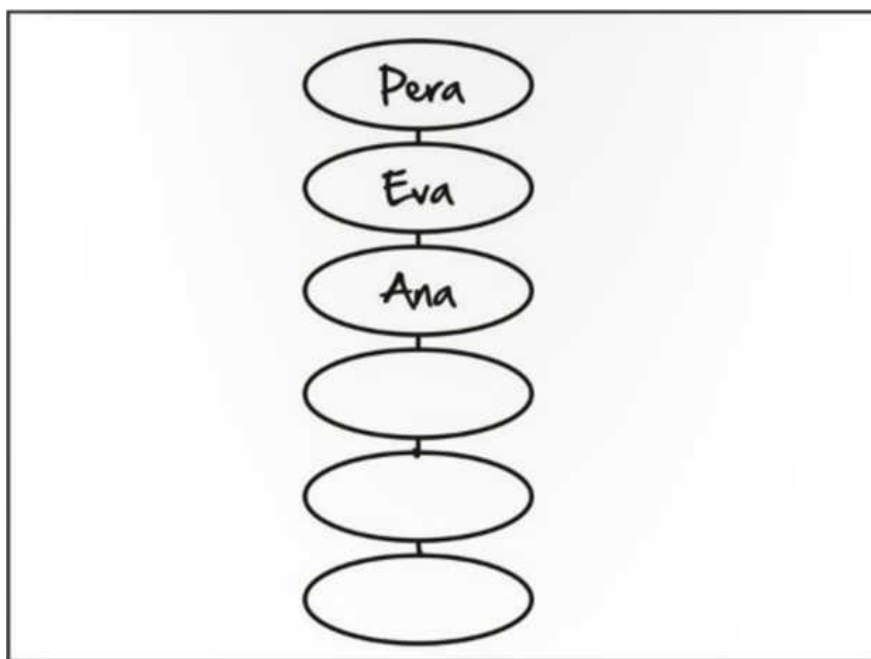
Vi	Razlika	Vi
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	?	—
3,125	?	—
15,625	?	—
78,125	201.811	—

Očito, 201.811 je zaista velika razlika. Napomenite svom distributeru da, ko jednom razume ovo, shvatiće važnost rada sa donjim linijama. Zašto se brinuti imajući mnogo ljudi u prvoj liniji? Ionako sa svima njima ne možemo odjednom raditi. Osim toga, sponzorisanje mnogo osoba u prvoj liniji uvući će nas u igru koju zovemo dodavanje i oduzimanje. Mi ćemo radije igrati igru množenja koju zovemo MLM.

Sve što treba da znate da bi igrali ovu igru je kako naučiti svoje ljude da stvore tri dubine. Kada učite tri dubine, vi u stvari stvarate pet dubina. Na primer, moje ime je Pera i ja sponzorišem Evu. Reći ću Evi: „Kada uvodim novu osobu u posao, najvažnija stvar koju je moram naučiti je ta da, kad oni sponzorišu nekoga, urade sve što mogu da ti koje sponzorišu što ranije dođu do trećeg nivoa.“

Ovo će automatski potegnuti raspravu o motivaciji, odnosno prezentaciju na salveti broj 9.

Eva je dobar učenik. Dok sponzoriše Anu, pomaže joj i podržava je u izgradnji njenih donjih linija, dok ona radi sa svoja tri nivoa dubine. Ovo je varijacija prezentacije broj dva i izgleda ovako:



Sada izračunajte dubinu. Ispod sebe imate pet nivoa. Naučili ste Evu da njeni ljudi imaju tri nivoa dubine. Eva će sada naučiti svoje ljude ono što je naučila od vas i vi idete još dublje. Vidite li zašto učitelji dobro prolaze u MLM-u?

Većina trgovaca, kada počnu graditi svoju organizaciju misle da moraju samo sponzorisati, sponzorisati, sponzorisati. U stvari važno je sponzorisati i učiti, sponzorisati i učiti, sponzorisati i učiti. Nikad nećete uspeti u MLM-u ako ne naučite nekoga drugog kako da uspe.

Ako nastavite sa prezentacijom pokazivanja razlike između 5 i 6, u četvrtom nivou imaćete 1.296 – 625, i razliku od 671. Ukupna razlika kroz ova četiri nivoa je 774. Ukupan broj vaših distributera na levoj strani biće 780, a na desnoj 1.554. Vaša prezentacija će izgledati ovako:

	Vi	Razlika	Vi
	5	1	6
	25	11	36
	125	91	216
	625	671	1296
	—	—	—
Ukupno	780	774	1554

Sad ste na svom. Pomnožite 780 ili 1.554 sa deset prijatelja-kupaca. Dodajte prijatelje-kupce distributerima-kupcima. Sad to pomnožite sa 30 evra mesečne prodaje, pa rezultat pomnožite sa 12 meseci. Zapamtite, čak ni ne razmatramo veleprodajne kupce. Eto tako možete videti kako se jedna osoba može penzionisati za jednu do tri godine. To se ne može postići sponzorisanjem na široko, bez izgradnje dubine.

Ova prezentacija je u stvari nastavak prve prezentacije.

POGLAVLJE XIV

POSLOVNI TRENING VS. SASTANCI O POSLOVNOJ MOGUĆNOSTI

Većina ljudi posao u MLM-u započinje prisustvujući sastanku o poslovnoj mogućnosti. Kako su i oni na taj način ušli u posao, misle da su sastanci o poslovnoj mogućnosti i dovođenje ljudi na njih suština posla. Pa tako redom pozivaju prijatelje na sastanke dok ne pomisle kako je dosta i kako će ih već previše doći. I šta se dogodi? Na sastanku se ne pojavi niko. To je veoma obeshrabljujuće.

Tipičan sastanak o poslovnoj prilici izgleda otprilike ovako: stolice su postavljene kao u kinu, bilo kod nekoga kući ili u hotelskoj prostoriji. Tabla je naslonjena na zidu. Osoba u trodelnom odelu iznosi prezentaciju kompanije, proizvoda i naravno marketinški plan. Ovo, u većini slučajeva, traje između sat i sat i po.

Od 22 ljudi koji su se pojavili na sastanku, njih 19 su distributeri i tri nova gosta. Većina onih koji su pozvani kao gosti nisu se pojavili. Osoba koja vodi sastanak obraća se u stvari gostima. On ili ona priča za svega tri od 22 prisutne osobe. Distributerima koji su već bili na nekoliko sastanaka i videli istu prezentaciju desetinu puta postaje veoma dosadno.

Tokom prezentacije jednim okom posmatrate goste i primećujete pozitivno klimanje glavom, dok govornik priča o kompaniji, proizvodima i marketinškom planu. Ali uprkos svim tim pozitivnim znacima, zašto vaši gosti često odbijaju priliku kad ih pitate da li vide sebe u ovom poslu? Nema nikakvog smisla da im se sve što su čuli i videli sviđa, a opet kažu „Ne“.

Razlog za to „Ne“ je veoma jednostavan. Oni osobu ispred sebe koja iznosi prezentaciju vide kao veoma uspešnu. Pa u skladu sa tim misle kako će i oni, da bi bili jednako tako uspešni, morati da drže takve prezentacije. Možda ne na početku, ali vremenom sigurno. Većini ljudi strah od javnog govora može biti jači od straha od smrti. Sada razumete zbog čega su odbili mogućnost koju ste im pružili. (Inače, važno je razumeti razliku, oni su odbili poslovnu mogućnost, a ne vas lično. Nemojte da vas to odbijanje obeshrabri.)

Ovu postavku dokazao sam držeći seminare. Često kažem: „Kako sam ograničen vremenom, mogu pozvati na binu samo jednu osobu. Molim vas da oni koji bi voleli da se popnu do mene i pričaju o bilo čemu što odaberu u naredna tri minuta, podignu ruku.“ Svega nekoliko, manje od pet posto gostiju podigne ruku. Treba videti izraz olakšanja na njihovim licima kada kažem da sam se šalio.

Poznajem stotine ljudi koji mogu da pričaju satima sa prijateljima na kafi. Isti ti ljudi polude čak i od same pomisli da bi morali javno da govore. Čak ni veličina grupe pred kojom bi govorili ne predstavlja razliku.

Da li bi voleli da izbegnete ovaj strah dok gradite svoju organizaciju? Da li bi voleli da imate zanimljive sedmične sastanke o poslovnoj mogućnosti? Pa to je bar lako. Kada jednom naučite kako to postići, vaša organizacija će rasti nekoliko puta brže.

Sastajemo se sa našim klijentima jedan na jedan ili na cvrčecim sesijama (Poglavlje IX – Prezentacija na salveti broj 8). Obično se sastajemo u restoranu, u neprometnim terminima. Svojim gostima preporučujem da ponesu diktafon. Snimljeni materijal mogu iskoristiti da

naknadno još prouče prezentaciju ili kao pomoćno sredstvo kad budu sponzorirali svoje prijatelje.

Obično preporučujem da pročitaju ovu knjigu pre našeg sastanka. To će mi uštedeti dosta vremena. Ako već znaju kako voziti, lakše mi je da im pomognem da odaberu vozilo (Poglavlje IV – Prezentacija na salveti broj 3).

Nakon uvodnog razgovora o prednostima MLM-a, recite im da bi voleli u dvadeset minuta da im predstavite vašu kompaniju, proizvode i marketinški plan. Kako ste najavili da će to trajati svega dvadeset minuta, indirektno ste istakli da svako može naučiti dvadesetominutnu prezentaciju. Osim toga, dok ne nauče, sve što treba da urade je da puste snimljeni materijal svojim prijateljima.

Ako vam prezentacija oduzima sat ili sat i po, moraćete postati više selektivni kad dogovarate sastanke. Koliko dnevno prezentacija od sat i po možete obaviti? Ako smanjite svoju prezentaciju na svega dvadeset minuta, tada je možete održati i tokom pauze za kafu, a tokom ručka čak i nekoliko. Obično ovako izgleda dvadeset minuta prezentacije. Tri minuta priče o kompaniji. Sedam minuta za priču o proizvodima i davanje uzoraka. Zadnjih deset minuta za objašnjenje marketing plana. Podelite vreme za marketing plan u nekoliko delova. U većini slučajeva nećete morati da objašnjavate osobi da treba započeti sa poslom. Zapamtite, oni su pristali da se vrate u školu na pet do deset časova sedmično kako bi naučili posao. Tokom vašeg prvog sastanka ne trudite se da im pokažete sve što treba da nauče u narednih šest meseci.

Dve najvažnije reči u MLM-u su sponzor i učenje. Najnevažnija reč je prodaja. Prodaja treba uvek biti zamenjena rečima deljenje iskustva. Iduće tri najvažnije reči su: izloži, uključi i nadogradi.

Prvo izložite svoj posao.

Tada ih uključite na pet do deset sati sedmično tokom idućih šest meseci. Njihovo znanje i motivacija o tome gde žele da budu u poslu će ih nadograditi kako vremenom napreduju. Možda će ući u posao želeći da zarade dodatnih trista do petsto evra mesečno, ali nakon što provedu šest meseci u poslu njihove misli će verovatno biti usmerene na zaradu od nekoliko hiljada evra mesečno.

Ako je vaš klijent zaboravio svoj diktafon, ponesite vaš i poklonite mu traku kad završite. Kada započnete svoju dvadesetominutnu prezentaciju, zamolite ih da zapišu pitanja koja će možda imati kako bi na njih odgovorili kada završite sa izlaganjem. Istaknite da, ako bi odgovarali na pitanja tokom prezentacije, ne bi uspeali da završite za dvadeset minuta.

Sredstvo (traka) koju dajete svom novom distributeru daje vam valjan razlog za kontinuitet prezentacije bez prekidanja trake svaka dva minuta. Ne pokušavate odgovoriti ni na jedno pitanje tokom prezentacije. Ako samo počnete izgubićete kontinuitet izlaganja.

Ako vaš klijent pokaže bilo kakvo oklevanje po pitanju toga da li bi bio sposoban raditi taj posao, jednostavno ga pozovite da dođe na vaše sedmične treninge pre nego što donese konačnu odluku.

Svrha sedmičnih treninga je da nauči vaše distributere kako da tokom razgovora uz kafu izlože dvadesetominutnu prezentaciju o kompaniji, proizvodima i marketing planu. Ceo trening ne bi trebalo da traje duže od jednog sata.

Za razliku od sastanaka o poslovnoj mogućnosti, na sedmičnim treninzima usmeravate razgovor prema vašim distributerima, a ne prema gostima. Jeste li ikad primetili koliko je uverljiviji razgovor koji slušate sa strane nego onaj koji je upućen direktno vama? Dok učite svoje distributere kako da prezentuju kompaniju, proizvode i marketing plan, vi ujedno učite i svoje goste.

Krajnji rezultat ovog stila učenja je taj da sad imate 19 distributera koji su bolje pripremljeni da dele poslovnu mogućnost i tri gosta koja su se priključila, jer mogu videti sebe kako rade posao.

Jedna osoba može biti trener za ceo grad, pa nikad nećete biti opterećeni idejom da ćete morati javno da govorite kako bi bili uspešni.

Jako je važno da skupite svoje distributere najmanje jednom sedmično. Setite se prezentacije na salveti broj 8 o sesiji cvrčanja. Morate držati svoje cepanice zajedno kako bi dobili odgovarajuću energiju i kako bi vaši distributeri bili efektivniji dok razgovaraju sa svojim prijateljima.

Na ovakvim okupljanjima vaši distributeri veoma često imaju goste. U redu je pozvati goste na vaš trening sastanak, čak i ako im još niste pokazali vašu dvadesetominutnu prezentaciju. Videće je dok instruktor bude učio distributere kako da je prezentuju. Kada pozivate osobe, istaknite da dolaze na trening, a ne na sastanak o poslovnoj mogućnosti. Poslovnu mogućnost će uočiti sami tokom treninga.

POGLAVLJE XV

VAŽNI IZRAZI I NAJČEŠĆA ODBIJANJA

Kako smo istakli u prezentaciji na salveti broj 4, vaš posao treba izgledati kao velika zgrada u izgradnji. Ne možete videti zgradu sve dok ne počne da se diže iz zemlje, a ne može početi dok ne postavite jake temelje. U MLM-u ne možete videti svoj prihod (onaj značajniji) dok ne postavite svoje temelje.

Kad se obraćate osobama koje nisu trgovci reći ćete: „Vidim da se dvoumiš oko ulaska u posao. Želim da razumeš da, ako prihvatiš, ja ću biti uz tebe. Takođe, da nisam mislio da ti to možeš, verovatno bi razgovarali o nečemu drugom.“

Pitanje koje treba da postavite je: „Zašto bih ja želeo da razgovaram sa nekim oko ulaska u moj posao, ako ne smatram da on to može postići?“ Takođe možete pomenuti: „Kada jednom budeš u poslu trideset dana i naučiš samo deo onoga što ja sad znam, razumećeš zašto sam tako uzbuđen zbog mogućnosti koja ti se pružila.“

„Da li treba prodavati?“ Ne. Proizvodi će se kretati u procesu izgradnje tvog posla tako što ćeš ih deliti sa svojim prijateljima. Jesi li ikada video prezentaciju kristala, posuđa ili usisivača. To je ono što većina ljudi smatra prodajom. Definicija prodaje dolazi od 95% osoba koje se ne bave prodajom i onoga što oni misle da je prodaja. Oni definišu prodaju kao pozivanje stranaca nagovarajući ih da kupe nešto što im verovatno ne treba, niti žele. Ti nikada nećeš to morati da radiš u MLM-u. Kao prvo, susrećeš se sa ljudima koje poznaješ. Drugo, radiš sa proizvodima koji im trebaju i koje žele.

„Je li to piramida?“ Ne. Glavna razlika između MLM-a i piramide je ta što su piramide nelegalne. MLM je prisutan preko trideset godina i da je MLM nelegalan već odavno bi bio ugašen. Kada dobijete ovu primedbu, ona je u većini slučajeva nastala zbog straha od neuspeha. Osoba sa kojom se susrećete se boji da proba vaš program i sa pitanjem o piramidi želi da vas skine sa vrata, jer većina distributera ne zna kako na to pitanje da odgovori.

„Ne mogu priuštiti da uđem u posao.“ U većini MLM kompanija posao se može započeti za manje od 100 evra. Ukoliko ne žele provesti ostatak svog života radeći za nekog drugog, ne mogu priuštiti da NE uđu u posao. Moja definicija uspeha je imati više novca nego što možeš potrošiti i vremena kada ga trošiš. Moje mišljenje je da nikada nećete imati toliko radeći za nekog drugog.

„Moja žena/muž neće biti zainteresovana.“ Ne dozvolite da vas to spreči. U većini slučajeva samo jedan partner započinje posao. Kada postane uspešan, drugi supružnik dolazi sam. Kad se to desi znači da je posao zaista krenuo. Kada par radi svoj posao zajedno onda $1 + 1 = 2$ ne važi. Tada je $1 + 1$ više od dva. Javlja se snažna sinergija koja postiže snažne rezultate.

„Mogu li biti sponzorisan direktno od kompanije?“ Ne. U stvari, ja bih to smatrao preprekom. Što više distributera između vas i kompanije, to bolje. Svi u vašim gornjim linijama podržavaju i pomažu vaše aktivnosti. Kad vas sponzoriše kompanija, prepušteni ste sami sebi.

„Koliko u dubinu treba da radim?“ Što dublje to bolje. Mnogi distributeri neće raditi ispod nivoa za koji su plaćeni. To je pogrešan pristup. Setite se prezentacije na salveti broj 9. Kada radite ispod linija za koje ste direktno plaćeni, vi u stvari dodajete vatru ispod svojih distributera.

„Kako da odaberem MLM kompaniju?“ U vreme dok ovo čitate verovatno ste već u nekoj kompaniji. Istina je da većina ljudi ne odabira svoju kompaniju nego neko ko već radi sa kompanijom odabere njih.

„Mogu li da radim na više od jednog programa?“ Postoji stara izreka koja kaže da, ako imaš mnogo sekira u vatri i jedna od njih je vruća, druge ti i ne trebaju. Većina distributera koja je u više programa sama će nastojati da troši svoje vreme u onom koji je za njih odgovarajući.

„Nemam vremena.“ Postoje četiri elementa za priključivanje i sponzorisanje: 1) kontakti, 2) vreme, 3) energija i 4) znanje. Ako se susrećem sa veoma zauzetom osobom, jednostavno mu kažem da ne tražim njegovo vreme nego njegove kontakte. Zamolim ga da pomene MLM svojim prijateljima i uputi ih na mene. Drugim rečima, želim ujediniti njegove kontakte, moje vreme, moju energiju i moje znanje. On možda potroši dva minuta, a ja dva sata.

„Koja je razlika između priključenja i sponzorisanja?“ Priključenje je kada dovedete nekoga u vašu organizaciju, a ko je već iskusan u MLM-u. Sponzorisanje ima konotaciju dovodenja nekog novog u MLM kome ste se obavezali da ćete ga naučiti poslu, zavisno od toga kako firma radi. Priključenjem možemo graditi brzo. Ali graditi čvrsto možemo samo sponzorisanjem.

Napravite takmičenje. Neka se vaši ljudi takmiče u sponzorisanju onih koji nikada nisu bili u MLM-u. Kako nova osoba osvaja različite uspehe, trener dobija nagrade.

„Moj sponzor mi ne pomaže u poslu, šta da radim?“ Penji se po gornjoj liniji dok ne nađeš nekog ko hoće. Tvoj sponzor, ako je neaktivan, ispašće i ti ćeš se popeti na njegovo mesto ispod osobe koja ti pomaže.

„Koliko su važna okupljanja?“ Svaki put kada učinite nešto pozitivno i okupite svoje distributere zajedno, stvarate energiju za dalji rad.

„Dva sata vožnje od mene je grad u kojem poznajem 5 ljudi. Da li bi trebalo da sponzorišem svih pet samostalno, ili bi trebalo da sponzorišem jednog, a ostale staviti ispod njega?“ Nikada nemoj staviti nekoga ispod nekog drugog osim ako nisu došli zajedno i spremni su uložiti zajednički napor i pružiti jedno drugom podršku. Ja bih sponzorisao prvo najboljeg. Onda, nakon nekoliko sesija predstavio bih ostale prvom. Ako se slože, odlično. Ako ne, opet bih sam odradio posao sponzorišući ih samostalno.

„Moja kompanija ne dozvoljava da se pridružim drugoj kompaniji.“ Interesantno je kako neke kompanije imaju taj stav. Veoma rado priključuju distributere iz drugih kompanija, ali su jako odbojni kada to neko učini njima. Te kompanije obično kažu: „Pridruži nam se i zaradi svoju slobodu.“ Kad im se priključite vidite da su upravo oni ti koji žele da vas poseduju.

„Zadovoljan sam svojom kompanijom, zašto bih se pridružio nekoj drugoj?“ Verujemo da moramo podržati svoju MLM industriju. Ako nam trebaju neki proizvodi, obraćamo se drugoj MLM kompaniji, uključimo se i kupujemo po veleprodajnim cenama, radije nego da idemo u klasičnu trgovinu. Svaki pojedinac može biti priključen u neograničen broj MLM sistema i kupovati proizvode po povlašćenim cenama, ali svega par distributera može izgraditi uspešnu karijeru u više od jedne kompanije.

„Izgoreo sam u MLM kompaniji. Moja organizacija je upravo proglasila bankrot!“ Razmislite, ako odete na večeru u fini restoran, dobijete loše jelo, hoćete li misliti kako su svi restorani u gradu loši? Zapamtite, u MLM sistemu **ne** možete **ne** uspeti. Možete samo odustati. Vaša kompanija nije dovoljno dobra? Pa šta onda. Pređite u drugu! Nikad ne odustajte. Zamislite sliku svog spomenika na kojem piše A) „Ovde leži _____, koji je jednom pokušao i odustao,“ ili B) „Ovde leži _____, koji možda nije uspeo, ali nikad nije prestao pokušavati.

„Kada da napustim svoj redovni posao?“ Mnogi distributeri urane sa napuštanjem redovnog posla. To je glavna greška. To im stvara veliki pritisak da odmah počnu stvarati novac. Veoma je teško stvarati čvrste temelje, ako vam stanarina stiže na naplatu krajem sedmice. Nemojte napuštati redovni posao sve dok ne stvorite rezervu novca i dok vaš MLM prihod ne bude barem dva puta veći od vašeg redovnog prihoda. Znajte da vaši bonusi stižu samo jednom mesečno (u većini programa).

ZAŠTO MREŽNI MARKETING?

Kada u potpunosti uspete da razumete sledeću prezentaciju, postaće vam jasno zašto bi 90% populacije trebalo da bude u mrežnom marketingu.

U većini država, glavni cilj životne igre je da radite sve do penzije, te u tom radu akumulirate dovoljno prihoda da možete nesmetano živeti do smrti. Život na socijalnoj pomoći ne može se smatrati nesmetanim životom. Kad živite u kući kakvoj želite (bez obaveze plaćanja stambenog kredita), vozite auto kakav želite (bez auto kredita), kada su vaše kreditne kartice uredno plaćene i nemate telefonskih računa, drugim rečima, nemate uopšte neplaćenih računa, te kada ste u situaciji da svaki mesec imate redovan prihod od 10.000 evra, bez obzira ustali vi iz kreveta ili ne, vaš život se može smatrati boljim nego životi većine milionera.

Za većinu ljudi prihod od 10.000 evra koji pristiže svaki mesec, mogao bi se osigurati jedino iz bankovne ušteđevine koja mora iznositi 2.400.000,00 evra sa kamatom od 5%. U banci možete videti koliko novca sa različitim kamatnim stopama proizvodi različite mesečne prihode. Odaberite prihod koji bi želeli da imate, pa pogledajte koliko morate uštedeti da bi taj prihod i dobili. Naravno, pre nego što počnete štedeti morate napraviti novac, platiti poreze, kredite, auto kredit i sve svoje račune. Koliko će vam onda ostati za štednju?

Za sada nam je poznato da

- ušteđevina od 2.400.000,00 evra nam daje mesečni prihod od 10.000 evra.

Prepolovimo ovaj iznos

- ušteđevina od 1.200.000,00 evra će nam dati mesečni prihod od 5.000 evra.

Koliko ljudi poznajete, a da su u stanju da uštede iznos između 1.200.000 i 2.400.000 evra pre nego što se penzionišu?

Osoba u mrežnom marketingu može za period od 2 do 5 godina da izgradi dodatni mesečni prihod od 5.000 do 10.000 evra. Taj novac može da troši jednako kao i onaj koji bi dobio od kamate na štednju od 1.200.000 do 2.400.000 evra.

Gornji primer objašnjava kako za 2 do 5 godina možete stvoriti stalni prihod. Pogledajmo sada prvih nekoliko meseci u godini.

Ušteđevina od 48.000 evra nam daje mesečni prihod od 200 evra. Koliko ljudi poznajete, a da mogu uštedeti 48.000 evra za tri meseca? Skoro svako, koristeći naš sistem, može izgraditi organizaciju koja će mu donositi 200 evra mesečno.

Obratite pažnju na sledeće:

- 48.000 evra daje mesečni prihod od 200 evra;
- 24.000 evra daje mesečni prihod od 100 evra;
- 12.000 evra daje mesečni prihod od 50 evra;
- 6.000 evra daje mesečni prihod od 25 evra;
- 3.000 evra daje mesečni prihod od 12,50 evra.

Koliko ljudi poznajete, a da mogu mesečno uštedeti od 3.000 do 6.000 evra? Malo koga. Koliko ljudi poznajete da bi mogli sponzorirati jednog prijatelja mesečno? Ne zaboravite da ceo proces počinje sa 45 sekundi razgovora, zatim pozajmljivanjem knjige da

pročitaju prve četiri prezentacije. Zatim sastanak sa sponzorom. Zar nije zanimljivo da svako koristeći ovaj sistem može sponzorirati jednog prijatelja mesečno i naučiti ga da učini isto.

Napomena: ako mesečno sponzorirate samo jednog prijatelja i naučite ga da uradi isto, Vaša organizacija će izgledati ovako:

1	mesec	2
2	mesec	4
3	mesec	8
4	mesec	16
5	mesec	32
6	mesec	64
7	mesec	128
8	mesec	256
9	mesec	512
10	mesec	1024
11	mesec	2048
12	mesec	4096

Pa šta ako vam ovo pođe za rukom tek za godinu dana, da uspete napraviti ovakav sistem i svoje prijatelje naučite da urade isto? Postići ćete finansijsku nezavisnost nakon 12 godina. Koliko ljudi bi volelo da se penzioniše nakon 12 godina rada? Jedan mesečno dovešće Vas do toga za jednu godinu.

Mrežni marketing nije igra brojeva kao prodaja. Trgovac ide da radi za trgovačkog direktora. Mrežni marketing je upravo suprotno. Kada sponzorirate nekoga, vi u stvari idete da radite za njega. Imate mogućnost da birate za koga ćete raditi.

Sve što vam je potrebno da bi bili uspešni u mrežnom marketingu može se sažeti u dve rečenice:

1. Steknite prijatelje (ako ih već nemate),
2. Upoznajte njihove prijatelje.