

Юрий Мороз



О чем молчит Богатый Папа. Анти-МЛМ

Аннотация

Сначала MLMицики будут смеяться, читая эту книгу. Потом они будут удивляться тому, что эта книга будет становиться все более популярной в среде сетевиков. Потом они будут «мягко» - не рекомендовать новичкам читать эту книгу. Потом они будут горько плакать, что эта книга разрушила их бизнес. Потом они признают правоту того, что здесь написано - ибо как известно именно практика - критерий истины. А практика и докажет верность всего того, что здесь написано.

Содержание:

Карфаген должен быть разрушен.....	3
Как создать собственную сеть?.....	4
Разбираемся ли мы в MLM?.....	5
Маркетинговый план.....	15
Выбор.....	18
Негатив.....	21
Лучший продукт.....	22

Карфаген должен быть разрушен

МЛМ, по примеру Карфагена, тоже должен быть разрушен. Почему так, вы узнаете по тексту и разрушен он может быть, разумеется, не путем его запрещения законодательно.

Во-первых, политики продажны, а во-вторых, прекрасно известно, что всегда можно найти дырки в законах. Мы пойдем другим путем.

МЛМ должен быть разрушен на его собственном поле. На поле идеологии.

МЛМщики, просто, до сих пор не знали - что нужно двигаться вперед и развиваться, а значит отбрасывать устаревшее морально.

МЛМ морально устарел и я вам это докажу в этой книге. Нужно обладать, наконец, позитивным мышлением и перестать только повторять то, чему вас научили. Подумайте своей головой - станьте самому себе идеологом - вместо того, чтобы распространять чужую идеологию. А как стать идеологом я вас научу.

Вас использовали, обучая повторять чужие слова. Над этими чужими словами мы с вами вместе весело посмеемся. Лишь находя недостатки и устраняя их можно быстро развиваться.

Правда нужно понимать, что когда автомобильные корпорации предлагают вам новую марку автомобиля, которая на 3% экономичней, чем предыдущая модель - вам морочат голову. Ибо они, вместе с нефтяными компаниями, придерживают появление на рынке (настоящее триумфальное появление) электромобилей? Почему? Это очевидно. Продажа нефтепродуктов и морально устаревших автомобилей выгодней продажи электромобилей. А зачем им терять прибыль?

Основателям МЛМ выгоднее убеждать вас, чтобы вы занимались морально устаревшими технологиями или же совершенствовали их проект вместе с обленившимися боссами МЛМ на 3% в год. Когда доходы боссов растут на 3% в год - их это устраивает и они могут лениво хвастаться своими достижениями. Тем более, что любые ваши попытки - успешные или неуспешные - льют воду на их мельницу.

Или же вы будете продавать что-то и они будут получать прибыль или же вы сможете ничего продать - в этом случае они просто получают бесплатную рекламу, или хотя бы упоминание об их фирме. В качестве бонуса за успех вам предлагается добиться того, чтобы куча легковых идиотов теперь работала за вас и приносила вам доходы. Также как вы приносили доход и проводили бесплатную компанию (бесплатную для боссов) работая на компанию. А потом они будут привлекать еще кого-то. Используя тебя - мы даем тебе право использовать других - вот формула МЛМ - которую нужно высечь на входе в офис каждой МЛМ компании. Но они не договаривают. Продолжение у этой формулы таково: «Мы будем использовать всех вас вашими же руками. Нам достаются деньги, а вам - все негативные эмоции и раздражение от людей, которых вы всякими манипулятивными штучками склоняете к тому, чтобы они послушали об МЛМ.»

Согласитесь - это очень позитивный подход. Верхушка получает доходы - низы получают раздражение и негативные эмоции людей. До верхушки все это не доходят - ибо передавать наверх раздражение людей - не позитивно. Вы можете выпускать все это в бок, или носить в себе - боссам все это не нужно. Им нужны ваши деньги и нужны ваши положительные эмоции.

Пожалуй, нужно констатировать - что боссы неплохо устроились. Способ эксплуатации, которые они придумали, намного лучше эксплуатации обычного наемного сотрудника.

Достаточно только привести один милый штрих. Как вам нравится компания - за устройство на работу в которую нужно платить? Может быть эта компания обладает ограниченным количеством рабочих мест? Или может там большой конкурс? Или может - такая только одна? Нет, их много! И рабочих мест сколько хочешь! Но плати за вход.

Мне это напоминает старый анекдот времен начала перестройки - когда заработную плату задерживали на несколько месяцев, а то и на полгода. Понаблюдав то, что несмотря на то, что никто зарплаты давно не получает - практически никто не увольняется и рабочий класс тянется каждый рабочий день на работу - генеральный директор крупного завода изрек: «А может сделать платный вход?» Его идея, оказывается, была внедрена. Но пойдём дальше.

Как создать собственную сеть?

Собственно говоря, я вам могу предложить две стратегии. Первая стратегия наверняка заинтересует каждого сетевика. Она выглядит так: стать во главе пирамиды, переманив в свою сеть кучу народа из других сетей.

Разумеется, многие будут сомневаться идти по этому пути. Это сложно - вдруг у них не хватит квалификации или еще чего-то, чтобы создать собственную сеть. Тем, кто сомневается, вам будет достаточно дать эту книгу и сказать, что если ты сомневаешься быть первым - стань вторым. Это уже не так страшно. «Первым», - скажешь ты, «буду я». А быть вторым или даже третьим - это тоже очень здорово. Это же не то, чтобы быть тысячным или даже миллионным. Каждому дураку, но не каждому новичку в МЛМ понятно, что, чтобы зарабатывать приличные деньги нужно быть поближе к началу. Таким образом аргумент - что некая сеть очень большая и очень успешная означает, что нужно держаться от нее подальше. Там вы всегда будете копошиться внизу пирамиды и можете надеяться увидеть основателей компании только по видео.

Второй момент - который очевиден, хотя разумеется не оглашается основателями, что они просто зарабатывают на разнице между оптовой и розничной ценой. Розничные торговцы - это вы. Правда, в отличие от обычной оптовой фирмы разница в цене - по которой основатели закупают свои товары и по которой продают его своим так называемым партнерам составляет 50%, а то и 100%. Это является очень убедительным аргументом - чтобы начать со-

здавать собственную сеть - не правда ли?

Учитывая, что типичная MLM-компания пренебрегает рекламой в СМИ, а на кой хрен на это тратить деньги, если есть куча бесплатных рекламных агентов, то вы ничего не теряете - создав собственную компанию. Все равно вам ваша компания ни в чем не помогает и вам нужно будет добиваться успеха самому. Вам же это всегда объясняют на собраниях.

Приобретаете же вы то, что получаете, как основатель, намного больше прибыли - раз и второе - вы же будете тем самым боссом, который выходит на сцену и которому все аплодируют. А не тем негром, который выслушивает презрительные слова в свой адрес и адрес MLM в целом, работая бесплатным рекламным агентом компании и сетевого маркетинга.

Вы скажете - нужны специальные документы, материалы и так далее для организации собственной MLM-компании. Здесь я вам помогу.

Эта книга и выполнит роль всех мотивирующих и инструктирующих материалов для создания вашей MLM-компании. Более того, так как эта книга для шефа, а не для негра в самом низу пирамиды, то я вам расскажу всю правду об MLM, а не ту сладкую кашку, которой кормят неопитов. Вы же понимаете, например, что политики при встрече с народом говорят совсем не то, что они обсуждают между собой на закрытых заседаниях? А почему вы думаете, что в MLM не так? Но вот о чем они говорят там? Я вам все расскажу.

Во-первых, я это знаю, так как создавал собственные MLM-компании, а во-вторых, догадаться о чем они там говорят, на самом деле, не так уж и трудно, при наличии некоторого опыта в бизнесе. И создать свою компанию не так уж и трудно. Они вы и сами знаете, как грибы растут.

Но давайте для начала расскажем о MLM правду. Вы же хотите знать, что такое MLM на самом деле - без всяких рекламных прибабасов? Голую правду без попытки хоть что-то приукрасить.

Разбираемся ли мы в MLM?

Прежде всего, скажу, что мы разбираемся в MLM намного лучше, чем кто-либо из MLMщиков подозревает. И чем им бы всем хотелось.

В частности я собираюсь тестировать отрывки из этой книги на MLMщиках и выслушав их саркастические насмешки - отредактировать текст (убрав все слабые места) так, что бы смеяться им было не над чем, но было над чем задуматься и как следует.

Два основных аргумента, которые будут сетевики предъявлять по поводу этой книги - таковы. Авторы книги - неудачники. И второй аргумент - мы ничего не понимаем в MLM. Мол, нам нужно все хорошо изучить сначала, а уж потом...

Ну по поводу второго аргумента я сразу скажу - может вы прежде чем критиковать наркотики, предложите самому наркоманом стать или прежде чем критиковать алкоголизм - до-

питься до белой горячки?

А что такое изучить МЛМ? Прочитать книжки на эту тему? Или начать ходить на их платные семинары - которые никогда не заканчиваются - так как там, якобы, много уровней и после семинара вас приглашают на следующий - более продвинутый и все, разумеется, платные.

Кстати, открою вам секрет Полишинеля. Доход от семинаров у ведущих МЛМщиков не уступает, а то и превосходит доход получаемый ими от их пресловутых сетей. Таким образом, закончу мысль, предложение изучить все сначала, потом покритиковать - это есть очевидный обман. Давайте мы начнем на сетевиках наживаться, а потом поговорим.

Это же правильный подход к бизнесу? И, правда, не МЛМщикам же нас бизнесу учить. Мы все сделаем наоборот.

По поводу того, что мы неудачники. У нас на двоих почти 25 летний опыт предпринимательской деятельности и не в какой-нибудь спокойной и почти скучной Германии, а в России. А это - не плюшки с чаем кушать.

И имея такой опыт - мы кое-что понимаем в том, что и как делается в бизнесе. И опыт - дай Бог всякому. Начиная от продажи сельхозпродукции и кончая нефтепродуктами. Это вам не баночки в пакетике носить. Это тех, кто порошу не нюхал, МЛМщики могут, что называется «грузить», но нам то, по первым их словам, - все очевидно.

В лучших традициях МММ - МЛМ соблазняет своих адептов халявой: «Ты немного поработаешь, а потом под тобой будет сеть - ты, можно сказать, ничего не будешь делать и будет, как в рекламе: *«ты сидишь, а денежки идут»*».

Некоторым даже и удастся оказаться в такой ситуации, только нужно напомнить МЛМщикам правило Парето, которое железно работает в сетевом маркетинге. 20% процентов сетевиков получает те доходы, которые своим трудом обеспечивают 80% остальных. Четверо кормят одного. И это - в лучшем случае. Посмотрите маркетинговые планы, которыми они так гордятся сетевики. Это так называется красиво - настоящее название этого документа: «как мы будем ДЕЛИТЬ наши деньги». Точнее, деньги заработанные вами.

По поводу маркетингового плана у сетевиков сложилось что-то вроде культа. Они рассказывают с горящими глазами, что разработка такого-то маркетингового плана обошлась в 10 тысяч, 20 тысяч или даже 100 тысяч, да не рублей, а долларов. (Это сказка для легковверных и я потом вам расскажу про маркетинговый план подробнее.) Считается, что на удачный маркетинговый мед народ повалит как мухи на мед. И начнут и начнут нести деньги. Разумеется деньги, больше ничего сетевиков не интересует. Высшей доблестью в МЛМ является - продать своему старому знакомому, родственнику или другу что-нибудь ненужное.

Кстати, обман в МЛМ начинается с названия. Как известно - слово маркетинг означает изучение потребностей покупателя, прежде всего.

Ни один сетевой маркетолог (ха-ха), изучением потребностей покупателя никогда не страдал. Они всем и всегда продают одно и то же, независимо от того, что может потребоваться покупателю. Это не сетевой маркетинг - это сетевой тоталитаризм. Чтобы вообще не впутывать сам товар в процесс его впаривания сетевика самых разных компаний называют свой товар просто «продукт».

Да и какая разница - что продавать? Главное - сеть построить под собой побольше, чтобы тебе проценты капали с большего количество людей. А сам товар не важен. Потребитель в МЛМ никогда никого не интересовал и не интересуется. Чтобы компенсировать потребителю покупку чего-то ему ненужного - ему предлагают самому продать еще кому-нибудь тоже самое.

Мол, ты и сам получишь это что -то ненужное и другим дашь и, в результате - у тебя еще и денег станет больше, чем было. А у тех, кто не продаст - меньше. А они типа, дураки.

Ну то есть, если ты купил какой-то тюбик чего-то, то тебе нужно продать пять тюбиков своим лучшим друзьям и ты уже в плюсе. А друзья как же? А друзья продадут еще каждый по пять тюбиков своим друзьям. Уже будет 5 плюс 25 итого 30 тюбиков продано! Здорово!

Товар начал двигаться по сети - бурную радость по этому поводу выражают МЛМщики. Ну на самом деле, начал в обратную сторону двигаться поток денег. Это главное. В сторону боссов, конечно. А вы ведь не босс? Ну и что вас тут может радовать?

А как же те друзья? А они еще кому-нибудь продадут по пять тюбиков - ну неудобно же другу отказать - он тебя так убеждает, просит попробовать, да и помочь в конце концов надо. И уже у нас получается 125 тюбиков, да плюс еще те 30 - итого 155 тюбиков продано! Ура! Ура то ура, только это означает, что 155 человек потратили свои деньги на ненужный им товар, чтобы тот, кто все это закрутил, получил какой-то процент от продажи этих 155 тюбиков. А про разницу между розничной ценой и оптовой - вы знаете.

Да на каждом этапе, ведь, накрутка на цену возникает и еще каждый тюбик нужно ручками и ножками доставить надо - народ бегает, суетится и все ради чего? Курьеры, курьеры, десять тысяч одних курьеров. Это деньги хочется основателю сетевой компании заработать. Деньги ему так же сильно нужны, как и Хлестакову. Тот для этого дела и 100 тысяч курьеров отправил бы. Глазом не моргнул.

А сколько зарабатывают на самом верху? Вы не знаете правило Парето второго порядка? Я вам сейчас расскажу. Из 20 процентов богатеньких тоже можно выделить 20%. И они тоже получают 80% от 80%. Таким образом 4% МЛМщиков получают 64 процента всей прибыли. На остальных 96 процентов приходится 36 процентов всей прибыли. И эти четыре процента знают - что они делают. Кстати, один процент - 50%. Это уже веселее правда? И ни грамма заботы о человеке тут нет. О оставшихся 99%? Пушечное мясо. Корысть есть. Под видом привлечения «партнеров». Неплохо, да? 99% партнеров кормят 1% тоже партнеров.

А как это достигается? Феноменально просто! Повторяя лишь: продукт, да маркетинговый план, продукт, да маркетинговый план... Некий безликий товар, который из себя представляет, никакого значения для сетевого не имеет - что, да вопрос: «как мы будем ДЕЛИТЬ наши деньги». Больше, можно сказать, почти ничего и нет, за исключением, пожалуй, технологии, я другого слова не подберу, «окучивания» клиента.

Это интересный момент. Рассказывать то нечего про тот самый продукт. Ну что может вам рассказать в магазине продавщица про какое-то косметическое средство или там пакетик с травами? Ну кто произвел, ну из чего состоит, ну рекомендации по применению, ну противопоказания... да и все.

МЛМщик про самый невзрачный тюбик, может говорить часами - его этому и учат на этих самых платных семинарах. Это якобы то, чего мы не знаем об МЛМ. И главное - в подавляющем большинстве случаев это все покупателю триста лет не нужно! Но мы же в большинстве своем люди вежливые и вот начинает этот сетевик свою волюнку и сыпет и сыпет он кучей сведений. Ты пытаешься отговориться: «да не нужно мне это, мне другое что в жизни нужно» - ничем не остановить эту Ниагару слов. Купить - самый простой способ отделаться. Единственный способ отделаться от МЛМщика, не купив что-нибудь - в грубой форме его отправить подальше. Другого языка большинство из них и не понимает.

Разумеется, типичный МЛМщик, хотя его сразу видно по пакету или папке в руке и разговору издали - очень редко сразу признается, что он из сетевой компании. Он будет что-то такое говорить долго и вокруг и около, но кончается все это всегда одинаково - или он с торжественным видом выставляет на стол свои баночки - как будто это яйца Фаберже, или же подсовывает вам листок и ручку и показывает, где нужно расписаться.

Второе означает, что вы сейчас должны внести деньги и за эту вас внесут в некую КОМПЬЮТЕРНУЮ (слово «компьютерную» очень важно, ибо хорошо действует на людей не имеющих дело с компьютером) БАЗУ ДАННЫХ. На самом деле - это действие полностью эквивалентно тому, что ваше имя и фамилию внесут в бумажный список. И все. Больше это ничего не означает.

Вам еще могут присвоить УНИКАЛЬНЫЙ ИДЕНТИФИКАТОР!!! Это - номер в списке. Каждый номер, конечно, уникальный. Не присваивать же нескольким людям один и тот же номер? Из этого внесения в список изображается что-то такое... Иногда кажется, что по этому поводу срочно Буш позвонит Путину и скажет: «ты знаешь что случилось?! Такого-то такого-то внесли в базу данных и присвоили уникальный идентификатор. Во как! Это же событие века! Елы-палы!»

И, разумеется, все ваши доходы будут подсчитываться на компьютере!!! Как будто от этого их больше станет. Звучит солидней, согласен. Вообще, типичная история про комнату с канделябром. Вы не знаете историю про комнату с канделябром? Сейчас расскажу. Это исто-

рия из американской действительности.

Как известно- во время выборов в Штатах собирают добровольные пожертвования. И для сбора этих пожертвований в каждом штате арендуется комната, обставляется солидной мебелью, и очень важно - на солидный стол ставится канделябр! Почему канделябр? Никто не знает. Но известно по опыту, что канделябр производит очень сильное впечатление на жертвователей. Принимает взносы мужчина с очень солидной внешностью, и, как известно, по слухам лучший друг кандидата в президенты, его однокашник, друг семьи прочее...

Эта комната оборудуется в каждом штате и в каждом штате принимает взносы друг семьи и однокашник. Конечно. А штатов в США пятьдесят с чем-то? Так вот, какой-нибудь фермер, зажав в потную ладошку свою тысячу долларов входит в кабинет, садится в шикарное кресло и друг президента золотым пером вносит в шикарный блокнот запись - от такого-то такого в предвыборный Фонд господина кандидата в президенты такого-то вносится столько-то.

Разумеется, на видном месте стоит канделябр и он производит магическое действие. Пробовали делать комнаты без канделябров. Вы знаете - народ посидит-поговорит и уходит, так и не отдав деньги. А с канделябром - все как по маслу. Разумеется, человек принимающий взносы говорит, что он, конечно, все подробно расскажет господину кандидату в президенты... «Да-да», радуется фермер, «я из местечка такого-то не забудьте, конечно!» «Конечно, не забуду», отвечает солидный мужчина. Он провожает фермера до двери и пожимает ему руку. Блокнот, потом, конечно, - просто выкидывается.

Так вот, все эти слова вроде - уникальный идентификатор, компьютерная база данных, компьютерный учет и так далее - это такие канделябры. И вот эти канделябры и изучают на семинарах МЛМщики.

А потребитель? Дело потребителя покупать самому и продавать другим, потом, получив уникальный идентификатор. И все. А вы что думали, для чего он еще?

Думаю, что вы уже от меня немного устали. Передам я слово своему соавтору Алексею и он вам расскажет о своем опыте общения с руководителями крупнейших сетей.

Любимый аргумент МЛМщиков. МЛМ - это ПРОСТО инструмент. Ну, просто. И бери и применяй этот инструмент как хочешь. Ну, например, нож продается в магазине - бери покупай и применяй как хочешь, хочешь колбасу режь, хочешь людей. Это же просто инструмент, да? Но вообще-то - опасные по настоящему ножи (охотничьи) просто так и не купишь, охотничий билет нужен, а чтобы охотничий билет получить, как минимум, справку нужно принести, что ты не псих.

Другое дело МЛМ - бери и применяй кто хочешь. И как хочешь. Ну никаких ограничений. Ну, как, например, уран обогащенный. Хочешь электричество из него вырабатывай на атомных станциях, а хочешь, посыпай территорию тонким слоем, чтобы ничего живого не оста-

лось. Ну правда ведь, какая разница, да? Ведь уран это просто уран, он не плохой и не хороший. Но почему-то, абы кому этот самый уран не дают. Странно? Почему бы не дать каждому применять уран как он хочет. Ну вроде как просто инструмент. Так?

МЛМ - это инструмент. А вот из чего состоит этот инструмент, давайте посмотрим повнимательней? А оказывается он ИЗ ЛЮДЕЙ СОСТОИТ! И что же, для этих МЛМщиков люди - это инструмент? Конечно, они и сами в этом постоянно признаются и даже это их главный аргумент в свою защиту.

И какая разница как этих людей применить, во вред другим людям или для их пользы, - какая разница да? Но давайте посмотрим на все это повнимательней. Что такое смерть человеческая? Это значит жизнь этого человека закончилась.

А из чего состоит жизнь? Да и из секунд, минут, дней и лет жизни этого человека. Средняя продолжительность жизни человека сейчас в России что-то около 70-ти лет. Ну и что такое - взять и потратить скажем десять лет жизни этого человека на что-нибудь ненужное? Что это такое?

А означает это - не больше не меньше, как убить этого человека на одну седьмую, вот что это означает! То есть использование неправильное человека - это есть его медленное убийство. То, что оно медленное - оно не перестает быть убийством.

А МЛМщики именно используют людей. Причем как потребителей, которым сетевики свои дурацкие товары навязывают, так и самих сетевиков. И те и другие занимаются медленным, - одни самоубийством, другие убийством.

Не хочется повторять банальности всем известные, но ведь никто не будет спорить с тем, что у каждого человека есть миссия, с которой он на этот свет нарождается. И все эти миллионы людей, с уникальными миссиями, сетевики превращают в некое подобие роторного экскаватора, который с помощью шестеренок-сетевиков перерабатывает человеческую руду - превращая ее опять в шестеренки.

Творить такое находясь в здравом уме и твердой памяти? Уму непостижимо! Тут или полный интеллектуальный абзац у тех, кто подобное творит или же четкое понимание происходящего и сознательное распространения зла - иных вариантов не видно. Ведь отличительной особенностью сетевика является машиноподобность его деятельности. Думать ему запрещено и категорически! Ему предопределено действовать строжайшим образом - по инструкции, которую он должен вызубрить наизусть и отрепетировать самым тщательным образом.

Кто попался ему навстречу - значения не имеет. Брат, друг, да хоть мать родная. Нужно отработать программу и всучить свой продукт. Если продукт продан этому человеку - отработать следующую программу по превращению этого человека в еще одну шестеренку. Которая будет тоже обрабатывать всех, кто встретится ей на пути. А если не встретится, то шестеренка будет останавливать всех, кто ходит по улицам, заходить в офисы, звонить по всем

(ПО ВСЕМ!) телефонным номерам своей записной книжки - вести обработку в интернете и так далее и так далее и так далее.

Личность потребителя не имеет НИКАКОГО ЗНАЧЕНИЯ - индивидуальность потребителя - вздор. Уникальность человека - ерунда! Все в шестеренки! Шестеренка не мыслит, не живет, не мучается, не радуется. Шестеренка действует согласно импульса поступающего с шестеренки более высокого уровня. Та шестеренка все время подталкивает все шестеренки ниже уровнем напрягать свои иссякающие силы.

Крутиться, крутиться, крутиться, вот заповедь шестеренки. Зачем, почему для чего, что в итоге - какое дело до этого шестеренке. Вопросы смысла и этичности для шестеренок - пустой звук.

Приводным ремнем всего это идиотического круговращения является успех, который на самом деле просто деньги. Успех равен деньгам. Деньги равны успеху. Деньги и это и смысл, и цель, и мечта и мотивация. Ничего кроме денег не существует в МЛМ.

Не существует ни любви, ни сомнений, ни этики, ни чувств. Эмоции имитируются, восторг имитируется, успех имитируется, единство имитируется, радость имитируется и даже товары имитируются.

То, что продается МЛМщиками это не товары для потребителей. Это продукт. Функция продукта - двигаться по сети - создавая обратный поток денег. Продукт вторичен. Люди вторичны. Деньги первичны.

Индустрия МЛМ - стало модно говорить среди сетевиков. Подлог! Индустрия, в самом прямом смысле этого слова - это заводы, станки, здания, и так далее.

Все это есть в МЛМ? Конечно, нет. А что есть? А есть люди. И значит люди и есть индустрия МЛМ. То есть люди уподоблены, низведены, до заводов, станков, зданий и расходных материалов, кстати.

Что происходит в производстве - когда станок изнашивается? Его выбрасывают. Что происходит в МЛМ, когда человек устал? От него избавляются. Он не был нужен, не нужен сейчас и не будет никогда нужен. Как человек, как личность. А если он не выполняет функции шестеренки, то такую шестеренку заменят на другую. Людей хватает. А если не будет хватать, бабы еще нарожают. Что их этих людей жалеть? Чем больше людей - тем лучше!

Кого-то интересует производительность труда? Нет, конечно. Подумаешь, в маленьком городке уже 1000 человек распространяет косметику. На этот город есть всего три отдела по продаже косметики и там работает три продавщицы и они всех обеспечивают. Нет проблем с косметикой. Но этому городу нужна 1000 МЛМщиков?

МЛМщики не остановятся даже тогда, когда сетевиков, продающих косметику в городе будет и в тысячу раз больше, чем продавцов в отделах.

Разве, сетевик несет расходы если десять сто или тысяча человек бегают по городу, разго-

варивает с людьми, сбивает обувь, снашивает одежду, платит за транспорт? И вообще этот человек есть-пить должен каждый день - иначе он долго не сможет бегать за клиентами.

Нет, сетевик никаких расходов не несет. Который - сверху. Который Босс. Даже встречу с боссом - те, кто снизу оплачивают. Это называется семинар. Это резко упрощает процедуру встречи с начальником. Хочешь высказать начальнику претензии - заплати за семинар. Если же ты даже заплатил за семинар и решил высказать некую критику на нем - тебе резонно скажут: «вот видишь этих людей, - они заплатили деньги, чтобы слушать меня, а не тебя. Или иди отсюда, я даже могу тебе вернуть деньги или слушай.»

Ну что же, по моему это правильный совет. Пусть эти люди платят вас и слушают вас. Вместо того, чтобы вы слушали и платили за то, что вас учит босс приносить ему прибыль.

Странно, что сами МЛМщики не понимают бессмысленность того, что они делают. Зачем городу больше водителей троллейбусов, чем есть троллейбусов? Зачем городу лишние учителя, парикмахеры или строители? Конечно, они не нужны. Количество рабочих рук ограничено и рабочие руки нужно использовать оптимально. Это верно для всех. Кроме сетевиков.

Они не собираются беречь рабочее время людей. Им на то, сколько его будет потрачено абсолютно наплевать. Это возможно только потому, что МЛМЩИКИ паразитируют на остальных. Уедут из города все парикмахеры или все водители троллейбусов или учителя - возникнут проблемы. Их нужно будет срочно решать. А если исчезнуть вдруг все сразу маркетинговые сети и тот товар, который они продавали просто выставят в магазине - что-нибудь произойдет? НИ-ЧЕ-ГО!

МЛМщики абсолютно бесполезны для общества. И более того вредны - так как они паразиты. Паразитируют на тех, кто действительно необходим.

Таким образом, мы с вами нашли слабое место МЛМ. Для того, чтобы всех переманить в вашу компанию - вы должны указать недостатки других компаний - причем недостатки реальные, а не вымышленные. И затем создать компанию, которая будет лишена недостатков других компаний. И тогда вы вне конкуренции. Никто не сможет с вами конкурировать. Как вы уже прекрасно знаете - товар в МЛМ никакого значения не имеет. Именно поэтому МЛМ-компании начали резко расширять свой ассортимент. Все равно что продавать. А раз так, то вы находитесь в очень выгодной ситуации. Вы и сами можете легко сформировать ассортимент товаров - продающийся в вашей компании. Уже в вашей.

А что же главное в МЛМ? Итак, главное не товар. Ну это вы тоже прекрасно знаете - главное в МЛМ бла-бла-бла...

Положа руку на сердце скажите, что, разве это не так? Но на самом деле это бла-бла-бла не такое уж простое дело. Для того, чтобы убедить человека - нужно продемонстрировать железную логику и заранее знать все его возражения. И затем тщательно, с карандашиков в руках, поработать со списком возражений - найдя, блестящие - это важно, ответы.

Эти примеры блестящих ответов вы, наверняка, слышали на собраниях сетевиков. Но те, кто проводил эти собрания - а это наверняка не основатели, скорее всего, вы с основателями никогда не встречались, - и сами не знали один секрет. Основатель компании сам придумывает что сказать! А если вы повторяете аргументы за другими - то вы лишь жалкий подражатель и не имеете никакого морального права быть боссом.

Поняли как боссы нейтрализуют своих конкурентов? Они все время повторяют - учитесь, учитесь, у тех, кто добился большего. А сами про себя усмеваются. «Ха-ха.» Пока вы будете у нас учиться, вы не начнете думать самостоятельно, а пока вы не будете думать самостоятельно вы никогда не станете боссом.

Понятно почему, так верхушка МЛМ критикует самостоятельных предпринимателей. Они боятся, что вы, контактируя с самостоятельными предпринимателями (я их так называют, чтобы отличить от несамостоятельных предпринимателей - МЛМщиков) - заразитесь от них свободомыслием и начнете вдруг мыслить самостоятельно!

Мыслить самостоятельно в МЛМ- низзя! Ведь МЛМ держится не на товаре и даже не на идеологии - возьмите и перепишите сами основные идеи - вот вам и идеология своей сети - МЛМ держится на слепой вере!

Вы же знаете, что на самом деле имел ввиду Христос, когда говорил: «если у вас будет вера хотя бы в горчичное зерно...» Он имел ввиду, конечно, веру в СЕБЯ! И именно эту веру подавляют в МЛМ-компаниях. Там прививают веру в компанию, веру в продукт, веру в канонические тексты компании - но незаметно отнимают у вас веру в себя. Ну, например, в то, что вы способны создать и собственную компанию. А вы способны! В этом нет никаких сомнений! С вашим то опытом в МЛМ!

По моему это и есть НАСТОЯЩЕЕ ПОЗИТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ! Разве нет? И это именно способ стать бриллиантом. Будете спорить?

Делать карьеру в чужой компании - это дело для людей привыкших к послушанию и к тому, чтобы смотреть на все снизу вверх. Вы знаете этот прием. Посмотрите, рассказывают вам, как вы будете подниматься все выше и выше и зарабатывать все выше и выше. Стоп!

Когда вам это рассказывают - то незаметно внушают вам - что вы в самом низу! Давайте стряхнем эту лапшу с ушей. Давайте, наоборот посмотрим на МЛМ компании сверху с высоты орлиного полета.

Вы способны своим взглядом охватить весь мир и множество ведущих компаний. Давайте вместо того, чтобы быть объектом и членом «команды» одной из этих компаний, посмотрим на эти компании как на объект.

Зачем нам с вами это нужно? Нам с вами нужно проанализировать (только предельно объективно, безо всякой рекламной мишуры) чем одна компания лучше другой, какие недостатки у одной компании и какие достоинства у другой.

Вам нужно абстрагировать от той, компании, с которой вы сегодня имеете дело - чтобы увидеть все как есть - без пристрастия. Честно говоря, после написания мною моей первой книги «Бизнес. Пособие для гениев» - на меня МЛМщики бросались, как голодные рыбки в аквариуме на корм. Они хотели меня завербовать в свою сеть. Ха-ха.

Если бы я сам хотел устроиться в какую-нибудь сетевую компанию, то вместо того, чтобы слушать то, чем меня будут грузить низовые кадры, влекомые корыстью и бесплодными мечтами, зацепить меня в свою сеть - я бы начал с того, что изучил рынок, для начала. Какие есть компании, чем отличаются и так далее. Это как раз то, что я вам и предлагаю сделать.

Во-вторых, я бы стал общаться исключительно с самыми высшими руководителями - ибо зачем мне информация в пересказе и разумеется с искажениями.

В третьих я бы предпочел, чтобы меня учил и лично какой-нибудь миллионер, а еще лучше а основатель, а не тот, кто даже не создал приличной собственной сети.

Логично? Поступили ли вы так? Нет. Это ошибка, и ее бы следовало исправить.

Далее, после того, как я все изучил, я бы, конечно, пришел к выводу, вполне тривиальному, что лучше быть основателем своей, пусть небольшой компании, чем таскать каштаны для кого-то еще.

Собственно я так и поступил. Что из этого вышло я вам расскажу позже, а пока вы согласны со мной - что это правильная стратегия - которая дает намного большие шансы на успех?

Да, а моей вышеназванной книжкой трясли на собраниях дистрибьютеров региональные руководители по крайней мере двух сетей. Это то, что я знаю лично. То, что ее штудировали многие те самые бриллианты - вы можете проверить сами. Спросите просто у них про эту книгу - видели ли они ее и что они о ней думают. Многие видели и многие ее хвалят.

Что это доказывает? Это доказывает то, что я кое-что понимаю в том, о чем пишу. В этой книге есть то самое, чего так тщетно ищут многие МЛМщики - та самая харизма. Не там ищут, вот и тщетно.

А если есть харизма, то уж прицепить к этому маркетинговые план и продукт - это задача для преподавателя экономического колледжа.

Секрет основателей сетей заключается в том, что они тщательно скрывают, что создать собственную это просто. И многие успешные даже МЛМщики на это ведутся. Ну неужели для МЛМщика, который сумел привлечь ни одну тысячу человек в сеть - сложно создать собственную? НЕ ВЕРЮ!

Подойдите к такому и спросите его: «почему он еще не создал такую сеть?». Вы увидите его удивленный и заинтересованный взгляд. Он думает об этом - уверяю вас. Но не может решиться. Он находится под впечатлением рекламной компании сверху о дороговизне маркетингового плана - о трудности составления текстов и хрен знает еще о каких трудностях.

На самом деле МЛМщик высокого уровня уже сам может писать мотивирующие тексты.

И часто сам их пишет. Так чего ему не хватает? Разумеется уверенности в себе. Но человек, который сумел в свое время подойти ко множеству людей и рассказывать им... ну всякий... он боится сделать следующий шаг? А сколько ждать? Сколько готовится?

Пожалуй, если у вас еще небольшой опыт в МЛМ, то вам нужно подойти к такому человеку с опытом и предложить ему создать компанию вместе. Скажи ему: «вот я не боюсь - а ты чего боишься, брат? Не боги горшки обжигают.»

Но сначала, как я уже сказал, нужно найти недостатки в существующих компаниях. Вам их часто будут ставить в пример - и вы значит, должны знать что ответить. Аналогично, вас будут обвинять всех скопом (мол, все МЛМщики такие-сякие) и вам нужно будет аргументированно ответить: «а чем вы отличаетесь?». Уверен, что вы захотите меня пригласить в свою собственную МЛМ. Спасибо, нет. Я занимаюсь кое-чем получше этого ср... МЛМ.

Морочить людям голову ради десятка другого тысячи евро? Или даже сотни тысяч? Увольте. Оставьте их себе. Евро потому, что доллар уже скоро рухнет. Кстати, не держите свои сотню другую долларов в этой валюте. Держите в евро.

На самом деле существует четыре альтернативы в жизни:

1. Офисный раб.
2. Бесплатная рекламная рабочая сила - МЛМщик.
3. Трудоголики-предприниматели.

А четвертое - спросите вы? А это я оставлю на закуску.

Только не думайте, что это политики. Политик - это смесь второго и третьего пункта. Им нужны голоса и они их получают, как МЛМщики, вешая лапшу, но в какой-то степени они предприниматели - ибо делают деньги на своей близости к бюджету.

Предприниматели они в худшем смысле этого слова - так как могли бы предпринять и кое-что получше.

Маркетинговый план

На маркетинговом плане обвели вокруг пальца миллионы людей. Каким образом? Элементарно. Маркетинговые план для кого создается? Для тех, кто работает в МЛМ. А значит он должен быть понятен каждому, даже самому тупому МЛМщику? Ведь так? А если он непонятен МЛМЩИКУ - то какая разница как он устроен? Ну скажут ему, начислят, что тебе причитается столько-то. И ладно. Если все равно непонятно.

К чему я веду, сообразили? Если маркетинговые план выше по своему содержанию и принципам, которые в него заложены понимания среднего сетевика - то что там написано и неважно. Если же он проще понимания среднего сетевика - по принципам, которые заложены в план, то вы и сами способны такой план сляпать.

Главное только ни в коем случае не дать понять - что, маркетинговый план может придум-

мать практически каждый. Не забудьте напоминать всем, что за ваш маркетинговый план вы отвалили кучу денег и там зарыты такие глубокие математические разработки - такие ноу-хау, что даже и не пытайтесь сделать что-то подобное.

Разумеется, в вашем плане учтены последние тенденции рынка, особенности вашего товара и тому подобная лабуда. И потому, копировать ваш план, мол бесполезно.

Вы скажете, а что же так много всякого и очень заумного пишется про маркетинговые планы. Так это просто, среди МЛМщиков попадают также всякие доценты с кандидатами, которые с удовольствием пишут научные работы - ностальгируя по своей научной деятельности.

Так им ничего не стоит сложные формулы написать и кучу умных слов сказать и по поводу математического описания ловли рыбы или же приготовления картошки со шкварками. Сомневаетесь? Нет, конечно, не сомневаетесь. Если нужно что-то простое и понятное запутать - умников найдется сколько хочешь. Так известно же. Гениальное просто! И как кто-то хорошо сказал, упрощать - сложно, усложнять - просто.

Мы с вами пойдем по трудному пути. Будем упрощать. Чем проще будет ваш маркетинговый план тем он гениальней. Кстати, некоторые основатели по поводу своих маркетинговых планов проговорились. Например, Мэри Кей честно призналась, что когда она создавала свою компанию, то поручила расчет маркетингового плана шестнадцатилетнему сыну, и тот прекрасно справился. С тех пор там практически и изменений не вносили.

Почему он справился? Ну он не знал, что это сложно. И его по поводу этого вопроса не грузили так, как грузили вас. Да, ни в коем случае никому не поручайте разработку маркетингового плана. Во-первых, я знаком с такими планами, которые предполагали выплаты 200% от полученной прибыли (а такие ошибки только наемный дурак может сделать, вы такого не сделаете), а во вторых, если вы сами план составите, то сами его легко и изменить сможете. И избежите опасности, что автор маркетингового плана, сделав эти элементарные прикидки, потом будет требовать от вас доли или же, рассказывать всем, что он автор успеха этой компании. И что все произошло благодаря его гениальности.

Вам же нужно изображать, что вы этот план очень дорого купили где-то, а этот недовольный будет все портить.

Хотя, если эту книгу прочитают и другие, и потом, вроде бы мы договорились, что вы ее будете давать читать тем, кто волеется в компанию, то этот вариант уже не пройдет.

Делайте смело самый простой план, который вы только можете придумать - тем проще его будет объяснять, и смело заявляйте что вы его автор. Вы просто не боитесь быть первым, вот и все.

На самом деле, первыми отважатся стать немногие. А что делать им? Что делать робким? Робким нужно бежать от МЛМ, как черт от ладана. Или быть первым - или бежать.

Ну, на самом деле, там - наверху все места поделены, на кой черт вам другим каштаны из огня таскать? Ну, в крайнем случае. войти в тройку-пятерку основателей. Не дальше. Причем не упускайте своего с самого начала. Не соглашайтесь на то, что вы получать будете доход, только от той сети, которую создадите сами. Требуйте, чтобы вы вошли в число учредителей и получали долю от всех прибылей компании. Это единственный надежный способ - быть по настоящему богатым в МЛМ.

В противном случае получается так, что вы будете получать доходы только от созданной вами сети, а остальные от всего что только шевелится в вашей компании. И, кстати, не забудьте о разнице между оптовой закупочной ценой товара и той, по которой товар будет запускаться по сети. Кто будет делить эту разницу? Почему не тот, кто собственно и будет создавать возможность этих самых оптовых закупок?

И чем больше учредителей тем лучше. Скорее между собой передеретесь. Будет заседать почаще, всякие вопросы, не стоящие выеденного яйца обсуждать. Ну типа того, какого цвета будут фирменные цвета фирмы? На такой вопрос, если соберется пять человек, да еще все с равными правами - легко будет месяц-другой убить.

А этих вопросов на повестке дня - море! И все же нужно обсуждать. А как же. Неужели брать на себя ответственность за единоличное решение этих вопросов?

Хорошо работать в чужой МЛМ - делай как сказано и ни о чем голова не болит. Научат, покажут, товар купишь и пошел. Продал, не продал, - компания уже заработала.

А может черт с ней со своей компанией, - делай себе карьеру в чужой? Не всем же звезды с неба хватать. Кому-то же нужно обеспечивать процветание тех, кто наверху? А кто это если не вы? Кто же - если не вы? В конце концов - любая МЛМ-компания - ничто без таких как вы. Которые работают в поле. Вы уйдете - другой уйдет - так и развалится все эти успешные компании. Нельзя же этого допускать. Нужно же их поддержать. А на кого того равняться, если они развалятся?

Что-то я тут запутался. Но не важно. Так или иначе, у вас есть выход или свою компанию создавать или работать на чужую. Но если работать на чужую, то нужно получше выбрать на какую. Желательно бы получше компанию выбрать - разослать свое резюме - придти на собеседование. А черт! Совсем забыл. Туда же всех берут! Ну так и тем более. Если всех берут и вакантное место не займут - куда торопиться? А вы уже там? А как вы выбрали в какую компанию поступить? Неужели вообще не выбирали?

Это глупо! Это очень глупо! Самое важное, можно сказать решение в вашей жизни и совершили необдуманно совершенно. Ну вы же собираетесь в МЛМ минимум еще несколько лет провести? А ну как ошиблись и не в ту компанию попали?

Выбор

А ваша компания самая лучшая? Это кто вам сказал? В самой компании сказали? Ну этого, знаете ли, недостаточно. А что говорят конкуренты? Мне кажется, что конкуренты могут рассказать о вашей компании такое, что в вашей компании никогда не расскажут.

Вы слышали о том, что одной из ценностей сегодняшней жизни является свободный выбор? И разве был ли выбор компании для вас осознанным и свободным выбором?

Осознанный и свободный выбор был бы в том случае, если вы пришли на собрания **НЕСКОЛЬКИХ КОМПАНИЙ** - выслушали их все, причем посетили не только самые крупные компании, - но и те, что помельче. Думаю, что вам нужно посетить собрания минимум пяти-семи компаний.

И это еще не поздно. Вам же говорят в вашей компании, что настоящий МЛМщик всегда учится - впитывает знания. Вот и начните учиться сразу в пяти, скажем, компаниях. Именно учиться! Вы же согласны, что если учиться в пяти компаниях сразу - то скорость обучения будет намного выше.

А еще очень полезно задавать один и тот же вопрос в разных компаниях и сравнивать ответы. И пытаться понять, какой ответ вам кажется лучше и почему. Обязательно это проделайте. Если вы даже и не соберетесь создавать собственную компанию - вам это будет все равно полезно.

Ведь нужно собрать **ЛУЧШЕЕ** из разных компаний, примерно так, как это делает пчелка - собирая пыльцу из разных цветов. И в результате получается очень полезный мед.

Мне как-то рассказал один консультант по управлению, что на самом деле не он учит тех, кто ему платит деньги, а сам учится у компаний, которые он консультирует. Он как та пчелка, перелетая из одной компании в другую - собирает самое лучшее и накапливает это.

Очень важно также изучать мнения противников МЛМ. Если вы уверены в своей правоте - что вам эти возражения? А если они в чем-то правы, то что ж, нужно сказать им спасибо за то, что они указали на ваши слабые места.

В частности я думаю, что нужно обязательно выслушать мнение об МЛМ предпринимателей с опытом. Никто вас не заставляет сразу делать как они сказали - но послушать стоит! В конце концов эти люди тоже обладают колоссальным опытом - хотя и другим опытом. Отличающимся по виду деятельности и сфере деятельности. И пренебрегать этим опытом было бы глупо.

Поговорите (выяснив, кто среди ваших знакомых и родственников, кто предприниматель) и задайте им вопросы о МЛМ. Придите посоветоваться, а не продавать. Просто порассуждать. Вот мне сказали то-то и то-то, а вы что думаете по этому поводу?

Если вы будете пытаться что-то продать, то предприниматель, скорее всего, просто постарается избавиться от вас. А вот если вы придете посоветоваться, то он вам расскажет много

полезного и, в том числе, даст много советов - по тому, как разговаривать с людьми, и так далее.

«Учиться, учиться и еще раз учиться» - как говорил Ленин. Причем, не обижайтесь, если этот предприниматель будет сам вам предлагать какой-то проект в качестве альтернативы МЛМ. Вы же сами предлагаете многим людям заняться сетевым маркетингом, а почему предприниматель не может вам что-то предложить.

Начните разбираться что вам предлагают и задайте множество подробных вопросов. Потом, обязательно выясните мнение по этому поводу у вашего куратора или спонсора в МЛМ. Что он думает по этому поводу. Имейте всегда в наличии не меньше двух, а лучше трех мнений - только в этом случае вы будете иметь реальный выбор.

Получая разные мнения и что очень ВАЖНО -противоположные - вы получите поле для размышлений. А каковы аргументы с одной стороны в защиту этого мнения, а каковы аргументы с другой стороны. Слепо принимать на веру чужие слова не подобает разумному человеку. Проверьте каждый аргумент на зуб.

Если вас кто-то будет отговаривать искать ответы на какие-то вопросы, объясните, что каждое сомнение должно быть выяснено до конца, только тогда оно перестанет быть сомнением. Что лучше, честно высказать то, что вас беспокоит или носить это сомнение в себе.

Для такого разговора лучше подходит разговор по душам наедине с вашим спонсором. Если вас собралось несколько человек, он как председатель этого маленького собрания должен вести себя оптимистично, уверенно и отклонять все попытки сбить его с намеченного плана беседы. И это правильно. Разве бы вы сами себя так не вели?

А вот наедине можно задать те вопросы, которые не всегда уместно задавать публично. И вы это прекрасно понимаете. Зачем нужны эти вопросы? Кстати, подобные вопросы нужно обязательно задать и предпринимателю. Вы должны узнать, не то, что они демонстрируют - не их внешнюю (показушную часть) поведения, а внутренние их реальные мотивы и реальные соображения.

Вы прекрасно знаете - успех вырастает внутри человека - а уж потом проявляется в окружающей жизни. Вот и личную почти интимную кухню вам и нужно узнать.

На самом деле, без этого, научиться чему-то и невозможно. Ведь пока вы не прочувствуете внутренние очень глубокие нюансы мастерства - вы будете лишь ремесленником - который повторяет внешнюю канву движений мастера - но не проник в суть того, что он делает. Вот и поймите СУТЬ того, что делает ваш идеал. Да, разумеется, нужно найти себе идеал. Но идеал не абстрактный, а конкретный, который рядом с вами, которого вы можете буквально потрогать руками и которому вы можете задавать любые, самые острые вопросы.

Настоящий мастер не боится острых вопросов и возражений - он легко и блестяще их парирует. Более того, они просто нужны мастеру, чтобы он мог показать свое мастерство в по

настоящему трудной ситуации.

Только еще раз повторю: задавайте одни и те же вопросы - разным людям и спрашивайте их, а почему они так думают??? И сравнивайте ответы. Если вы не можете сами решить, какой из ответов ближе к истине - нужно высказать противоположные соображения обоим авторам противоположных тезисов и спросить, а что вы думаете по этому поводу и по поводу такого аргумента в пользу этого тезиса? Только не ссылайтесь ни на кого. Скажите это, как вопрос от себя. Поразмышляйте вместе, а не ссылайтесь на авторитеты. И попросите, чтобы ваш собеседник тоже не ссылался на авторитеты, а ссылался на личный опыт. Неужели в вашем совокупном опыте нет того, что бы помогло вам самостоятельно выяснить истину?

Это и будет реальным обучением. Не заучиванием наизусть канонических текстов - а познание истины путем сравнения и различения того, какой из аргументов слабее, а какой сильнее.

Кстати, это позволит вам расти намного быстрее. Ласковое телятко двух маток сосет. А необходимость размышлять - когда вы будете получать противоположные ответы - будет развивать вашу способность мыслить вообще и мыслить несамостоятельно в частности.

Кстати, перенося знания из одной сферы в другую - вы будете иметь возможность блеснуть чем-то новым. Что всегда приятно.

Позитивный подход заключается не в том, чтобы все время повторять одно и то же, а в том, чтобы везде искать лучшее и периодически находить в том, что вы делаете ошибки и исправлять их. Это и будет процесс роста и процессе совершенствования. Но внимание!

Чем острее вы будете ставить вопросы - чем глобальнее - тем, глубже вы сможете проникнуть и тем больше возможностей для совершенствования найти.

Например, постановка вопроса - чем плох МЛМ в целом. Не каждый сетевик найдет в себе мужества поставить так вопрос и начать искать ответ на него. Хотя понять, что в результате можно найти слабые стороны МЛМ и что в этом плохого?

Если ошибка найдена - ее можно исправить, пока вы ошибку не замечаете - они есть, но вы не можете ее исправить. Ведь так?

Билл Гейтс например, в своей книге рассказывал, что в его компании самым большим приоритетом пользуются... как вы думаете что? Информация о успехах? НЕТ!

Плохие новости! Билл Гейтс требует, чтобы о плохих новостях ему сообщали НЕ-МЕДЛЕННО!

И, пожалуй, по некоторому размышлению вы согласитесь, что он прав. Если вы не узнаете вовремя о хороших новостях - то никакой катастрофы не произойдет. Ну порадуетесь чуть позже. А вот если вы не узнаете вовремя о плохих новостях - то может быть поздно уже что-то предпринять.

Негатив

Ну что, я убедил вас, что нельзя игнорировать негативную информацию? Еще раз повторю, если вы готовы, если вы знаете что делаете - то вам эта негативная информация не повредит, а во-вторых, если вы вовремя о ней узнаете - то найдете, опять-таки, способ как с этим справиться.

По моему, в МЛМ негативу оказывается незаслуженно мало внимания. Я понимаю, что уверенность в себе хорошо - но плохо, когда она переходит в самоуверенность и шапкозакидательские настроения. Это прекрасно - кричать во весь голос - мы их сделаем и мы их победим. Но кроме этого нужно еще знать точный ответ на вопрос - КАК мы это сделаем. А чтобы знать ответ на вопрос КАК - нужно еще и составить список ожидаемых трудностей и способов их преодоления.

Еще лучше вообще не видеть проблем и препятствий. Ну я согласен, что мастеру это удастся, но остальные если пойдут закрыв глаза то треснутся лбом о первый же телеграфный столб. Вообще, спроси меня КАК?

Поразительно то, что ответ, который дается в МЛМ по поводу того, почему одни добиваются успеха, а другие нет, на девяносто с лишним процентов состоит из ответа - больше напрягайся - больше работай - больше старайся - больше энтузиазма! И все!

Ну пожалуй, тут стоит вспомнить известную метафору, про человека, который пилил дерево тупой пилой, весь вымотался, а когда ему посоветовали наточить пилу - ответил - мне некогда, - вы же видите, - мне нужно пилить! Ну что, будем точить пилу или пилить? Я предлагаю заняться пилой. И кстати, сравнить пилу вашей марки, с пилами других марок. Только беспристрастно сравнить. Хорошо, если вы узнаете, что ваша пила тупая и ее нужно заточить, или что ее нужно развести, а если вы не узнаете в чем дело? Так и потеть без всякого толку? Правильно? Нужно узнать, в чем ваши ошибки! Обязательно узнать! А для этого вам нужен РАЗЛИЧНЫЙ ОПЫТ и изучение того, что вы делаете с самых разных точек зрения.

Например, я уверен, что изучения опыта православной церкви принесет вам намного больше опыта, чем еще один семинар вашей компании. Там вы уже на более чем 80 все знаете. Вам нужен ДРУГОЙ ОПЫТ! Именно люди, имеющие разный опыт из очень разных видов деятельности - и синтезировав его добиваются успеха.

Кстати, еще по поводу негатива. Именно об ошибках и недоработках и говорят учредители компаний на своих закрытых собраниях. Это на публике они излучают уверенность и жизнерадостность. Я, например, когда у меня была своя компания никогда не появлялся на людях, когда у меня было плохое настроение. И это правильно. Но это НЕ ЗНАЧИТ, что пытался ИГНОРИРОВАТЬ ПРИЧИНЫ плохого настроения. Вот чего нельзя делать ни в коем случае.

Плохое настроение или плохие чувства указывают, что что-то не так. И нужно постараться осознать - вытащить из подсознания в сознание, а что же не так? Только тогда, вы сможете, поняв, что это такое, устранить причину вызывающую негатив.

У вас есть, как и у Билла Гейтса, ваш собственный источник плохих новостей. Так не мешайте информации о плохих новостях поступать в ваше сознание немедленно. Вы справитесь со всеми проблемами, конечно. Как только о них узнаете. А если вы о них не узнаете - они справятся с вами.

Как вы думаете, что лучше? Знать, что у вас в автомобиле масло на нуле - и чертыхаясь искать, где же залить масло, или не подозревать об этом, так как у вас перегорела лампочка на индикаторе масла?

Итак - плохие новости игнорировать нельзя! Я не говорю о том, что они самые главные, но и не придавать им значение - тоже глупо.

Вот теперь возьмите лист бумаги и спокойно -сосредоточившись - напишите то, что можно отнести к плохим новостям и сомнениям. Мы с вами поработаем еще с этим списком - а пока нужно наконец-то вкрутить новую лампочку в индикатор - взамен перегоревшей. На вашем табло должна отображаться ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ! И плохая и хорошая. Иначе какой вы руководитель (самого себя) и какой вы предприниматель? Но пойдём дальше.

Лучший продукт

Как вы думаете, какой продукт является лучшим. Каковы характеристики такого продукта? Не для производителя или продавца, а для потребителя.

Давайте я вам помогу, с помощью такого примера. Какой психотерапевт или психоаналитик лучше, тот, к которому нужно ходить на протяжении месяцев или лет, или тот, кто может помочь пациенту за один-два сеанса?

Странный вопрос не правда ли. Для кого лучше, да? Для психоаналитика лучше постоянные клиенты, правда, это смешно, а для потребителя или пациента лучше тот, кто помогает быстрее.

Я как то прочитал такую фразу: «Проблема считается решенной, если за ее решение не нужно больше платить». Не правда ли справедливо? А какой продукт является, например, самым преследуемым? Разумеется, наркотики. Этот продукт отличается, тем, что он создает проблему, за которую нужно платить и платить. И часто все больше и больше. Таким образом - посадить на иглу или приучить к продукту - явно против интересов потребителя и в интересах продавца.

Таким образом - лучшим продуктом (для потребителя) является тот, который РАЗ И НАВСЕГДА решает проблему потребителя. Это и будет реальная забота о потребителе. А если учесть, что мы живем в справедливом мире и каждый получает ровно то, что заслуживает, то

хорошо бы не делать людям то, чего бы ты не хотел, чтобы делали тебе.

А какие же есть проблемы у потребителя? И какие бы можно было решить раз и навсегда. Разумеется, я понимаю, вы привыкли, что в МЛМ нужно снова и снова одному и тому же клиенту продавать один и тот же продукт. Но ведь мы собираемся создать компанию, которая в ЛУЧШУЮ СТОРОНУ отличается от имеющихся компаний. И я думаю, что забота о покупателе всегда окупается. Реальная забота - а не ее имитация. Ведь если вы будете честны перед самим собой и делать то, и предлагать то, что вы действительно считаете самым нужным людям - уверяю вас, что у вас все будет идти как по маслу.

Правда, никакое самовнушение, что вы, якобы, и так продаете лучшее - не поможет. В этом случае - у вас ничего не выйдет. Каждый человек обладает интуицией и он все равно чувствует, если вы даже на сотую долю кривите душой.

Ну что ж подумайте о том, какие у вас есть проблемы - и постарайтесь, исходя из этого, подумать о том, какие проблемы потребителя вы можете решить.