

Томас Гёттфрид

Программа успеха «ВИВАСАН»



Программа успеха «Вивасан»



Дорогие друзья!

Поздравляю вас с решением вступить в ряды «ВИВАСАН»! Что такое «ВИВАСАН»? Это — уникальная швейцарская продукция для поддержания красоты и здоровья плюс перспективный бизнес. Все это отражено в философии компании «ВИВАСАН» — «Здоровье. Красота. Успех». Как этого достичь — описывается в книге, которую вы держите в руках.

Вы хотите сделать карьеру? Жить долго и выглядеть молодо? Стать успешным и зарабатывать неплохие деньги? Тогда вы на правильном пути.

Эта книга поможет вам в достижении ваших целей и осуществлении ваших желаний.

«Программа успеха „ВИВАСАН”» — это не просто типовая брошюра по маркетингу, которых сейчас так много на рынке и в которых очень трудно разобраться неспециалисту. «Программа успеха „ВИВАСАН”» представляет собой собрание практического опыта более чем за 10 лет работы в сетевом маркетинге.

В ней рассказывается, почему одним удается добиться успеха, а другие терпят неудачу; даются разъяснения, какие стратегии в сетевом маркетинге работают, а какие — нет, и четко изложено, что, в конце концов, надо делать, чтобы заработать деньги.

Книга написана в форме дневника, что дает читателям возможность шаг за шагом, в течение 9 месяцев изучить и применить на практике все стратегии, ведущие к успеху. То есть за это время вы обязательно должны стать УСПЕШНЫМИ! Что это значит в «ВИВАСАН»?



Это значит, что нам за этот срок нужно построить 21% структуры. Конечно же, есть такие активные представители «ВИВАСАН», которые достаточно быстро, практически за пару-тройку месяцев, достигают этой цели. Я намеренно установил более длительный срок, так как хочу дать возможность добиться успеха и тем людям, которые по каким-либо причинам не могут или не хотят работать в «ВИВАСАН» ежедневно и со 100%-ной отдачей.

Рассматривайте книгу как вашего спонсора, который все это время будет о вас заботиться. Но не забывайте: действовать вы должны самостоятельно. Помните также, что есть еще и реальные спонсоры. Они тоже важны и необходимы, поскольку помогут вам применить приобретенные с помощью этой книги знания на практике. Только с таким комплексным подходом вам удастся добиться успеха. И когда вы сами станете успешными лидерами и спонсорами, не торопитесь ставить эту книгу на полку. Она вам пригодится еще не раз.

*Успеха Вам!
Ваш Томас Гёттфрид*

Чего вам следует достичь в течение первых 9 месяцев?

На протяжении этого времени я буду направлять вас со страниц книги, но вы сами должны определить, куда мы будем двигаться в течение этих месяцев. Иными словами, нам необходима цель, к которой мы будем стремиться. Если вы, например, планируете путешествие из Цюриха в Рим, и у вашего автомобиля нет навигационной системы, то вам придется ориентироваться по карте, чтобы выбрать самый короткий и удобный путь. Вы будете искать точки для ориентирования и с их помощью проверять правильность движения. То же самое мы будем делать в течение девятимесячного путешествия с «ВИВАСАН».

Пояснения к некоторым понятиям сетевого маркетинга

Структура — зарегистрированная под вами группа представителей «ВИВАСАН».

Групповой (структурный) оборот — понятие из Плана Маркетинга компании «ВИВАСАН». Сумма всех личных оборотов брутто членов вашей структуры за месяц составляет **групповой оборот брутто**.

Групповой оборот нетто получается при делении **группового оборота брутто на коэффициент пересчета**, также указанный в Плане Маркетинга «ВИВАСАН».



Месяц	Количество членов в вашей структуре	Групповой оборот нетто, у. е.
1-й, учебный	0	0
2-й	3	250
3-й	9	500
4-й	20	750
5-й	41	1200
6-й	80	1800
7-й	155	3000
8-й	297	6500
9-й	480	9800

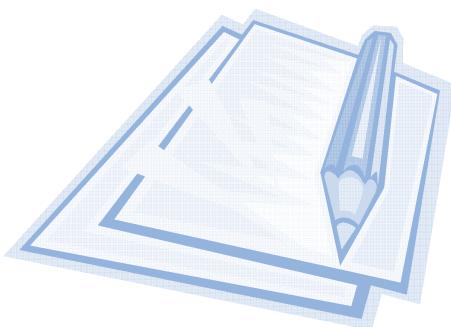
Для успеха в «ВИВАСАН» важны два критерия:

- величина структуры.
- обороты в структуре.



Оптимально, если бы вы смогли **ежемесячно регистрировать не менее трех человек**. А если это будет делать и каждый член вашей структуры, то через год она значительно вырастет, что, соответственно, приведет и к росту оборотов. Однако, это идеальная картина. На практике все далеко не так. Приведенная выше таблица показывает реальные цели для представителя «ВИВАСАН», который может или хочет посвятить работе в «ВИВАСАН» хотя бы 10 часов в неделю.

Первый месяц — это месяц обучения. Далее в книге вы найдете подробное описание того, что должен изучить начинающий представитель «ВИВАСАН» в течение каждого следующего месяца и что рекомендуется выполнять для достижения желаемых результатов.



Мой первый месяц в «ВИВАСАН»



Мой первый месяц в «ВИВАСАН»

Цель: приобретение важнейших знаний, чтобы начало работы в «ВИВАСАН» не стало мучением.

Что от вас требуется?

В первую очередь, полная готовность и твердое желание внимательно прочитать, понять и в будущем активно применять важнейшие сведения, которые вам здесь даны.

1.Что такое сетевой маркетинг?

Представьте себе следующую ситуацию: к вам приходит знакомая и с восхищением рассказывает, какой замечательный фильм она посмотрела. Она эмоционально описывает наиболее интересные и захватывающие сцены, а затем говорит: «Но чем фильм закончился, я тебе не скажу. Будет лучше, если ты сама его посмотришь».

Вопрос к вам: разве у вас после такого рассказа не возникнет желание пойти в кино и посмотреть фильм?

Этот пример просто и понятно объясняет, что такое сетевой маркетинг.

Сетевой маркетинг — это бизнес, в котором вы высказываете свое мнение, даете рекомендации и вызываете у людей любопытство.



Вам не нужно стоять на улице и раздавать посторонним людям рекламные листки или пытаться продавать продукцию первому встречному. **Вы просто делитесь информацией со своими друзьями и знакомыми.** Если вы это поняли и глубоко прочувствовали, то значит вы уже заложили фундамент для построения собственной структуры.

Главное, чтобы вы далее, в процессе вашего карьерного роста, не забывали суть сетевого маркетинга.

2. Определение целей и желаний

Прежде чем начинать новую деятельность, следует понять, почему вы вообще хотите этим заниматься. Заработать денег — это очень важно, не спорю. Но деньги сами по себе — лишь бумага с нанесенными на ней знаками. Зачем вам необходимы деньги, чего вы хотите достичь — вот главный вопрос. Вы должны ясно себе представлять, к чему вы в жизни стремитесь.

Поэтому нужно определить для себя то, ради чего вы их будете зарабатывать. То есть поставить для себя важнейшие цели. Не забывайте, что они должны быть действительно реальными, достижимыми.

Если вы хотите зарабатывать деньги ради самих денег, то у вас никогда не будет настоящих денег!



Наметьте себе такие цели, запишите их и только после этого продолжайте читать книгу. В точности опишите, чего вы хотите достичь. Если вам для реализации вашей цели нужен определенный ежемесячный доход, напишите точную сумму, которая вам необходима.

Определите, сколько времени вам потребуется для достижения этой цели. Чтобы вы могли контролировать, по верному ли пути вы идете, разделите вашу цель на три подцели. Например, чего вы хотели бы достичь по истечении одного года, двух лет и т. д.

Простого желания иметь стабильный доход — маловато. Следует знать, что вам необходимо делать, какие действия предпринимать для этого.

Моя важнейшая цель

1. Запишите важнейшую для себя цель, которую вы обязательно хотели бы достичь.
2. Запишите, сколько времени вам на это потребуется.
3. Разделите цель на три подцели. Если вы, например, пишете, что хотите достичь своей цели через три года, разделите цель следующим образом:
 - чего я хочу достичь через 1 год?
 - - / - через 2 года?
 - - / - через 3 года?



Количество членов в вашей структуре определяется предполагаемым месячным оборотом структуры, из чего получается ожидаемый вами доход.

Может быть, вас одолевают сомнения, удастся ли построить удовлетворяющую вас большую структуру. Но поймите, речь идет не о том, чтобы вам самим лично регистрировать тысячи человек.

Работая в одиночку в нашем бизнесе, любой обречен на неудачу. Наверняка, среди зарегистрированных вами людей найдутся активисты, которые сами начнут интенсивно привлекать людей в вашу структуру, способствуя ее росту. И здесь ваша задача состоит в том, чтобы, в свою очередь, находить как можно больше таких активных людей для своей структуры, грамотно руководить ими и всячески помогать им добиваться успеха. То есть, вы только тогда сможете построить большую структуру, когда сами вырастете до лидера и будете делать успешными других людей.

Если люди в вашей структуре будут успешными, вы тоже автоматически становитесь успешным.

Как стать лидером — подробно описано в этой книге.

Идите вперед шаг за шагом по ее страницам — и вы станете лидером!

И помните: если другие смогли этого добиться, то и вы сможете, имея волю и стремление.

Итак, вы определили цели и знаете, сколько членов структуры вам требуется для достижения запланированного результата.

Теперь необходимо создать основы для построения большой структуры.



Дальнейшие действия

Вы поставили себе цель, которая обязательно должна быть достигнута. Эта книга приведет вас к ней, поэтому постарайтесь точно выполнять все данные в «Программе» указания. В любом случае пытайтесь достигать всех целей, поставленных вами в каждом месяце. Если этого не удается в течение одного месяца, не отчайвайтесь! Страйтесь сделать это в следующем месяце и разберитесь в том, что было причиной неудачи.

Вспомните еще раз, что такое сетевой маркетинг? Правильно — это не что иное, как распространение информации. Вспомните пример с кинофильмом. Теперь подумайте, какой информацией относительно «ВИВАСАН» вам необходимо поделиться с вашими знакомыми. Вы сможете делать это только в том случае, если имеете информацию, которая является достаточно ценной для других людей. Поэтому так важно самим обладать исчерпывающими сведениями о том, что вы хотите им рассказать. А именно, о компании «ВИВАСАН».

Какая же информация о «ВИВАСАН» необходима? Основой Вашего успеха является следующая информация:

- личный опыт использования продукции «ВИВАСАН»;
- справочник по продукции;
- каталог продукции;
- книга «В мир здоровья с „ВИВАСАН“»;
- журнал «„ВИВАСАН“ для Вас»;
- результаты применения продуктов «ВИВАСАН»;
- посещение учебных мероприятий компании «ВИВАСАН».



Прежде всего, вы сами должны пользоваться продукцией «ВИВАСАН». Потому что только таким образом вы получите «эмоциональную привязку» к продуктам. Это очень важно. Вы сможете передать свое восхищение другим людям, если сами будете на 100% уверены в высоком качестве и эффективности продуктов.

Кроме того, вам необходимо работать с литературой и другими информационными материалами, предлагаемыми компанией «ВИВАСАН», чтобы в будущем вы смогли выполнять пожелания ваших клиентов и предоставлять им интересующую их информацию. Именно такая компания, как «ВИВАСАН», с большим ассортиментом продуктов и широкими возможностями для бизнеса, является для вас гарантией достижения успеха. Просто не упускайте такого шанса.

Практически во всех офисах «ВИВАСАН», даже на крупных складах, регулярно проводятся семинары по изучению продукции. Используйте эти возможности! Вы прямо на месте сможете, во-первых, задавать вопросы о продукции, во-вторых, познакомиться с людьми, которые уже длительное время работают с «ВИВАСАН». То есть легко получите в ходе таких мероприятий полезные и важные сведения.

Не будем забывать, что пока мы все еще находимся на этапе изучения первого месяца работы в «ВИВАСАН», так называемого «учебного месяца».

Мы знаем о наших целях, мы получили необходимые сведения о наших продуктах. Прежде чем активно приступить к формированию структуры, следует более подробно ознакомиться с бизнесом «ВИВАСАН». Существуют определенные основы, которыми должен владеть каждый представитель «ВИВАСАН», если он действительно хочет достичь успеха. Эти основы мы будем осваивать теперь вместе.

Список из 100 человек

Указанный список является важным элементом, который должен быть составлен представителем «ВИВАСАН» в течение первого месяца. Именно этот перечень является начальным капиталом для вашего бизнеса и должен быть сделан обязательно, если вы, конечно, хотите добиться успеха. Без списка у вас будет гораздо меньше шансов даже построить работоспособную структуру.

Формирование собственной структуры должно идти по плану, и список — первая ваша задача в этом плане.

Что такое СПИСОК ИЗ 100 ЧЕЛОВЕК? Это список ваших родных, друзей и знакомых. Не пугайтесь, вы знаете более 100 человек, можете мне поверить. Занесите в список каждого, кто приходит вам в голову. Ни в коем случае не давайте никаких оценок человеку (вроде: будет работать — не будет работать), просто впишите его.

Пример

Допустим, вашей бабушке 85 лет. Вы скажете себе: «Ну, собственной бабушке я, конечно, ничего не буду продавать, да и работать в компании она тоже не сможет. Зачем вносить ее в список?» Но, может быть, именно у нее есть знакомая, чей внук как раз ищет работу. А внук этот — активный толковый парень, который прекрасно бы работал в сетевом маркетинге. Вы видите, куда все идет? А вы бабушку не хотите вписывать! Для того чтобы вам было легче найти 100 человек, я подготовил для вас перечень, в котором вы можете искать людей по категориям.

***Составьте собственный список 100 знакомых
и родственников. Сделайте это сейчас.
Не читайте книгу дальше, пока не составите список.
В этом списке заключается ваш успех!***



Где можно найти знакомых для моего списка из 100 человек?

Кого я знаю по школе, институту, военной службе и пр.?

Кого я знаю по работе (бывшие и настоящие коллеги)?

- профсоюзные работники;
- коллеги, начальники;
- клиенты и конкуренты.

Кого я знаю через супруга (супругу) и наших детей?

- учителя, воспитатели;
- знакомые моего супруга (супруги);
- родители друзей моих детей;
- организации, членом которых является мой супруг (супруга) (коллеги по работе и т. д.).

Кого из родственников я знаю?

- родственники со стороны матери / отца;
- родственники супруга (супруги).

Кого из соседей/друзей я знаю или помню?

- бывшие соседи и друзья;
- нынешние соседи и друзья;
- бывшие соседи и друзья моего супруга(супруги).

Кого я знаю по спортивным занятиям, увлечениям, хобби, в связи с наличием автомашины и пр.?

- школьные приятели;
- автомеханики, работники автосервиса;
- люди с таким же хобби, как у меня.



Кого я знаю по повседневной жизни?

- продавцы в киосках — табак, газеты, цветы;
- продавцы в супермаркетах и универмагах;
- работники химчисток и прачечных;
- парикмахеры, косметологи;
- врачи, медсестры, обслуживающий персонал в медучреждениях;
- продавцы в аптеках.

Кого я знаю по отпуску?

- работники турфирмы, экскурсовод, сопровождающий;
- персонал ресторана, гостиницы, санатория и пр.;
- знакомые по отпуску.

Кого я знаю из тех, кто связан с моим жильем?

- архитектор, строительный подрядчик, поставщик;
- арендатор, арендодатель, маклер;
- электрик, слесарь — сантехник, газовик и пр.

Итак, мы составили список из 100 человек. Нашим следующим шагом должно быть установление контактов с людьми из списка и предоставление им информации по «ВИВА-САН». Но прежде мы должны понять, как можно профессионально установить контакт с этими людьми.

Самое простое, конечно, позвонить им по телефону. Но тогда вопрос, что мы им скажем? Об этом мы поговорим на следующем этапе.



Приглашение на презентацию по телефону

Установление контакта по телефону нужно для того, чтобы лично пригласить человека на презентацию «ВИВАСАН». Поэтому разговор по телефону не направлен на продажи или регистрацию, это всего лишь приглашение.



Пример того, как можно построить разговор:

- *вводные вопросы (в зависимости от того, насколько хорошо вы знаете человека) — всегда должны быть открытыми, то есть ваш собеседник не должен просто ответить «да» или «нет»;*
- *перевод разговора на тему «ВИВАСАН» одним вопросом;*
- *краткий обзор продукции компании;*
- *информация о том, как продукты «ВИВАСАН» помогают людям;*
- *краткий обзор международной деятельности компании с особым акцентом на то, что наши продукты производятся в Швейцарии;*
- *вопрос собеседнику, что он знает о Швейцарии (открытый вопрос);*
- *информирование собеседника о возможностях бизнеса в «ВИВАСАН»;*
- *обращение внимания собеседника на то, что на него не возлагается никаких обязательств против его желания;*
- *информирование собеседника о том, что будет обсуждаться на презентации;*
- *реклама презентации с максимальным энтузиазмом.*



Пример

Вы: Алло! Привет, как дела? Давно не виделись!

Ваш собеседник: Привет, ты знаешь, хорошо. Наша младшая дочь как раз школу закончила. На работе ничего нового, все та же рутина (в зависимости от того, что ответит собеседник, в 90% случаев, базируясь на его словах, вы сможете перейти к интересующей вас теме).

Вы: Да у меня то же самое, мои дети, как ты знаешь, тоже школу закончили. Я в последнее время был в поисках нового дела и источника дохода. Надоело вкалывать с девяти до шести, хочется иметь собственный бизнес и свободно распределять свое время.

Ваш собеседник: Ну и что, нашел что-нибудь?

Вы: Кое-что нашел, что лично для меня подходит. Слышал что-нибудь о компании «ВИВАСАН»?

Ваш собеседник: Нет, а что это за компания?

Вы: Очень солидная и довольно известная компания. Продает швейцарские продукты. Вот, когда ты слышишь слово «швейцарский», тебе что приходит в голову?

Ваш собеседник: Ну... сыр, шоколад, часы, швейцарское качество, высокие цены.

Вы: Я тоже думал, как и ты, до недавнего времени, что «швейцарский» и «дорогой» — обязательно синонимы... А недавно побывал на одной презентации и был приятно удивлен тем, что классную швейцарскую продукцию можно купить по разумной цене.

Ваш собеседник: Интересно... и что же это за продукция? Какой фирмы?

Вы: Ну, я же тебе говорил, фирмы «ВИВАСАН». Там есть лечебные кремы, лечебная и декоративная косметика, аромамасла, БАДы, продукты здорового питания и многое другое. Всего более 100 наименований. Если хочешь, я тебе покажу некоторые при встрече.

Ваш собеседник: Ну, хорошо, а ты-то что делаешь в этой фирме?



Вы: Струю собственную структуру сбыта. Кстати, очень выгодно и интересно. К тому же, могу сам планировать свое время. Да и продукты мне очень нравятся. С качественными продуктами вообще очень приятно работать. Опять же, при встрече могу тебе все подробно рассказать в спокойной обстановке. Может быть, тебя это тоже заинтересует. Что ты думаешь насчет четверга? Часика в четверг? Или в пятницу в двенадцать? Когда тебе удобнее?

Ваш собеседник: Я думаю, в четверг в 16-00 было бы прекрасно. Тем более, давно не виделись.

Вы: Отлично! Тогда до четверга! Встретимся в 16-00 в (назвать место).

Конечно, этот разговор несколько искусственный, но содержит важнейшие стратегии, необходимые для того, чтобы заинтересовать человека. Вспомните, что многие разговоры проходят именно по такому образцу.

Задавайте людям вопросы, пробуждайте в них любопытство краткой, но интересной информацией.

**Не забывайте о том, что у нас
ЧУДЕСНАЯ ПРОДУКЦИЯ
И ВЫГОДНЫЙ ПЛАН МАРКЕТИНГА!**

И нам не должно быть стыдно за бизнес, которым мы занимаемся, и за продукцию, которую предлагаем!

Важно, чтобы вы всегда были внимательны к собеседнику и учитывали его состояние и точку зрения. Вы сможете достичь успеха, только если будете действительно слушать человека. Многие при разговоре слышат только себя и сосредотачиваются только на себе. А здесь важен именно результативный диалог.

Пример. Знакомый говорит вам: «*У меня дела идут не очень хорошо ...*». Если вы ему ответите: «*Жаль, а у меня все отлично!*», — то это, конечно, хорошо для вас, но дальнейшему развитию разговора между вами и вашим собеседником эта фраза способствовать не будет.

Вы должны вести беседу так, чтобы ваш интерес стал интересом вашего собеседника.

Выше мы воспроизвели позитивный телефонный разговор. Теперь перейдем к следующему инструменту, необходимому в каждой беседе. Это вопрос-рекомендация.

Никогда не забывайте про вопрос-рекомендацию!

У вас составлен список из 100 человек, вы звоните по очереди каждому знакомому, родственнику или другу, желая пригласить его на презентацию. Вы действительно верите, что все люди из списка согласятся пойти? Конечно, нет! Многие откажутся от приглашения. Причин этому может быть много, нет смысла их здесь все перечислять. Что делать, если вы обзвоните 100 человек, а 70 из них скажут «нет»? Продолжать работать с оставшимися 30-ю?

Вовсе не обязательно ограничиваться только этими людьми. Здесь нам поможет так называемый вопрос-рекомендация. **Задумайтесь над логикой этого вопроса. Она очень проста: если один человек говорит вам «нет», это не значит, что все потеряно.** Вы просто спросите, не знает ли ответивший «нет» знакомых или друзей, которые могли бы заинтересоваться продуктами или возможностями бизнеса в «ВИВАСАН». На этот вопрос никто не откажется отвечать.

Прежде, чем подробнее рассмотреть технику вопроса-рекомендации, я хотел бы вам представить более глобальный взгляд на данную ситуацию.



Путь от «горячего» к «холодному» рынку

Сто человек из вашего списка являются для вас так называемым «горячим» рынком. Вы более или менее знаете их, а они знают вас. Задайте себе вопрос, какое чувство бы вы испытали, если бы вам звонил ваш знакомый. Неосознанно у вас возникло бы чувство доверия к этому человеку. При условии, конечно, что у вас нет негативного опыта общения с ним. Если же вам звонит человек, которого вы не знаете, то у вас сразу появляется чувство настороженности и недоверия к нему. То есть, незнакомые вам люди, которым вы звоните без рекомендации, составляют для вас так называемый «холодный» рынок. Поэтому, если вы хотите эффективно увеличить свою структуру, вам необходимо сделать шаг именно на этот «холодный» рынок. Это можно сделать двумя способами: либо вы будете стоять на улице и раздавать рекламные листки, либо возьмете в руки телефонный справочник и станете подряд звонить незнакомым людям. Такие способы установления контактов я бы не хотел вам рекомендовать — это работа для людей с железным характером и стальными нервами.

Гораздо более целесообразной и осмыслиленной представляется следующая тактика: **всем людям, сказавшим вам «нет», вы можете задать вопрос-рекомендацию**. Если в ответ на него вы получите два или три контакта, то у вас появляется шанс позвонить людям уже по рекомендации их знакомого.

Как бы вы отреагировали, если бы вам позвонил незнакомый человек и сказал следующее:

«Господин / госпожа ... я звоню вам по рекомендации вашего друга ..., который полагает, что вам было бы интересно следующее ...».

Поскольку незнакомца рекомендовал ваш друг, вы, скорее всего, его выслушаете. Эта простая методика поможет вам профессиональным образом войти на «холодный» рынок.

Подумайте сами: если я попрошу вас дать рекомендацию, кого вы назовете в первую очередь, не задумываясь? Конечно, тех людей, кого вы хорошо знаете, и кто хорошо знает вас. Посмотрите на Ваш список из 100 человек. Кто стоит в начале, а кто — в конце? В конце списка стоят люди, с которыми вы не поддерживаете особо тесных контактов по каким-либо причинам.

Как правильно задать вопрос-рекомендацию? Это мы снова рассмотрим на примере.

Мы знаем, что не каждый телефонный разговор будет проходить так же позитивно, как приведенный выше. Что мы сделаем, если разговор пойдет таким образом, как написано ниже?

Вы: Алло! Привет, как дела? Давно не виделись!

Ваш собеседник: Привет, ты знаешь, хорошо. Наша младшая дочь как раз школу закончила. На работе ничего нового, все та же рутина (в зависимости от того, что ответит собеседник, в 90% случаев, базируясь на его словах, вы сможете перейти к интересующей вас теме).

Вы: Да у меня то же самое, мои дети, как ты знаешь, тоже школу закончили. Я в последнее время был в поисках нового дела и источника дохода. Надоело вкалывать с 9 до 6, хочется иметь собственный бизнес и свободно распределять свое время.

Ваш собеседник: Ну и что, нашел что-нибудь?

Вы: Кое-что нашел, что лично для меня подходит. Слышал что-нибудь о компании «ВИВАСАН»?

Ваш собеседник: Нет, а что за компания?



Вы: Очень солидная и довольно известная компания. Продает швейцарские продукты. Вот когда ты слышишь слово «швейцарский», тебе что приходит в голову?

Ваш собеседник: Ну... сыр, шоколад, часы, швейцарское качество, высокие цены.

Вы: Я тоже думал, как и ты, до недавнего времени, что «швейцарский» и «дорогой» – синонимы... А недавно побывал на одной презентации и был приятно удивлен тем, что классную швейцарскую продукцию можно купить по разумной цене.

Ваш собеседник: Интересно... и что же это за продукты? Какой фирмы?

Вы: Ну, я же тебе говорил, фирмы «ВИВАСАН». Там есть лечебные кремы, лечебная и декоративная косметика, аромамасла, БАДы, продукты здорового питания и многое другое. Более 100 наименований. Если хочешь, я тебе покажу некоторые при встрече.

Ваш собеседник: Ну, хорошо, а ты-то что делаешь в этой фирме?

Вы: Страну собственную структуру сбыта. Кстати, очень выгодно и интересно. К тому же могу сам планировать свое время. Да и продукты мне очень нравятся. С качественными продуктами вообще очень приятно работать. Опять же, при встрече могу тебе все подробно рассказать в спокойной обстановке. Может быть, тебя это тоже заинтересует. Что ты думаешь насчет четверга? Часика в четыре? Или в пятницу в двенадцать? Когда тебе удобнее?

Ваш собеседник: Я думаю, эта работа не для меня. Торговля — это вообще не мой конек.

Вы: А никто и не говорит, что ты должен обязательно продавать. Взгляни на продукцию, может быть, тебе лично что-то подойдет...

Ваш собеседник: Ну, может быть... правда, я сейчас так занят, что у меня на это совсем нет времени.

Вы: Ясно... да я и сам до недавнего времени был в такой ситуации. Поэтому и решил сменить вид деятельности. Просто сказал сам себе — если я сейчас ничего не изменю, то уже никогда этого не сделаю!

Ваш собеседник: Ты прав... мне нужно подумать. Я тебе позвоню через некоторое время, и мы все обсудим.

Вы сами видите, что здесь, как бы ловко вы ни вели беседу, задавая вопросы и отвечая на них, желаемого результата вы пока не получите.

Не оказывайте давления на людей!!! Вы же хотите, чтобы они сотрудничали с Вами с радостью и энтузиазмом. Если Вы получили отказ, позвоните этому человеку через несколько месяцев. Отметьте в своем календаре дату повторного звонка, например, через полгода.

**Неважно, сколько отказов вы получите,
все это не так плохо.**

**Хуже будет, если вы забудете задать
вопрос-рекомендацию.**

В приведенном выше примере у вас еще есть шанс закончить разговор успешно. Это так называемый вопрос-рекомендация, который может вас спасти.

Вы: Я понимаю, что ты занят. Тогда посоветуй мне кого-нибудь, кто хотел бы сменить занятие. У тебя много знакомых. Для некоторых это было бы очень заманчивым предложением. Ну, или тех, кто мог бы заинтересоваться нашей продукцией.

Ваш собеседник: Не знаю, что-то никто на ум не приходит.

Вы: Может быть, тебе нужна какая-то дополнительная информация, чтобы ты со спокойной совестью мог мне порекомендовать парочку своих знакомых?



Заключительные пояснения к указанному выше примеру

В данном примере скрыты некоторые приемы, которые я хотел бы коротко разъяснить.

Если человек говорит: «Эта работа не для меня» или «Другие фирмы тоже говорят, что их продукция самого лучшего качества» и т. д., — то это так называемые **«отговорки»** или **«возражения»**. Это значит, что собеседник собирается ответить вам отказом, сейчас или чуть позже. Причины отказа могут быть самыми разными. Как правило, или собеседника не интересует данная тема, или он чего-то недопонял, или вы позвонили не вовремя. Даже плохое настроение может стать причиной отказа.

Удачные вопросы и ответы могут нейтрализовать возражения. Всегда необходимо активизировать собеседника, заставить его думать. Никогда не следует начинать дискутировать или затевать риторический спор. Это займет много времени, и собеседник будет потерян для вас в любом случае. Гораздо лучше сначала проявить понимание, как это описано выше, а уж потом осторожно довести до собеседника собственное мнение.

Не стоит также говорить: **«Я тебя понимаю, но ...»**. Слова **«но»** или **«все же»** являются разобщающими, исключите их из беседы.

~~но...~~

~~все же...~~

Запомните следующее:

**Если ваш собеседник пытается вам возразить,
вы должны отреагировать с пониманием
и лишь потом в щадящей форме выразить
свое мнение.**

В приложении я привел ряд возражений и ответов на них. Конечно, методика ответов на возражения не дает 100%-ной гарантии успеха. Если ваш собеседник, несмотря ни на что, говорит «нет», остается последний шанс, а именно: вопрос-рекомендация. Этот вопрос поставить очень легко (см. выше). Но, внимание! Не ждите, что вы получите после этого сразу 20 рекомендаций. Люди часто в силу разных причин отвечают «не знаю», «слишком дорого», «я не могу» и т. д.

Многим просто не хочется думать или действовать. Каким образом можно побудить человека к действиям или размышлению? Очень просто: задавать вопросы.

Если человек отвечает вам: «Не знаю», — задайте ему простой вопрос: «Какая информация тебе необходима, чтобы ...?»

Точно так же надо сделать, если собеседник отвечает на вопрос о рекомендации: «Не знаю, что-то никто на ум не приходит». Задайте вопрос: «Какая информация тебе необходима, чтобы ты со спокойной совестью мог мне рекомендовать нескольких своих знакомых?»

При помощи таких вопросов каждого человека можно заставить немного подумать. И тогда ваш собеседник наверняка даст вам несколько имен с адресами или номерами телефонов.



Представленные выше методики профессионального ведения беседы по телефону не так уж сложны. Вам только следует обязательно их использовать. Прежде, чем звонить человеку, нужно потренироваться в ведении такой беседы.

Это можно сделать следующим образом.

Найдите человека, который согласится вам помочь. Поставьте два стула спинками друг к другу. Сядьте на стулья спиной друг к другу. Начните беседу, якобы по телефону, причем задача собеседника будет заключаться в том, чтобы отвечать вам с максимальным количеством возражений. Парируйте его возражения!

Лучше всего, конечно, вам поучиться вести такие телефонные беседы у вашего спонсора или лидера «ВИВАСАН»,

Попросите вашего спонсора или опытного лидера «ВИВАСАН» помочь вам в ведении телефонных разговоров. Это самый быстрый путь обучения.

которые уже давно действуют в этой области и имеют богатый практический опыт.

Но телефонный разговор — это всего лишь приглашение на презентацию. Поэтому нам теперь следует поучиться тому, какой должна быть презентация.



■ Презентация «ВИВАСАН»

В конечном итоге, презентация является ключом к регистрации. Не забывайте:

Настоящие деньги вы сможете заработать только тогда, когда поймете, что путь к успеху обеспечивается каждодневными усилиями по поиску людей для вашей структуры.

Если вы это осознаете и будете жить по этому принципу, то и члены вашей структуры будут делать то же самое.

Вспомните о своих целях. Вы знаете, что должны регистрировать ежемесячно минимум 3-х новых представителей. И вы знаете, что должны сделать все от вас зависящее, чтобы члены вашей структуры также регистрировали не менее 3-х новых представителей в месяц. И это не один раз, а постоянно.

Теперь вернемся к презентации. Ниже приводится разъяснение, как провести эффективную презентацию «ВИВАСАН». Я говорю здесь о персональной презентации, то есть о презентации одному человеку, а не группе людей. Каждый представитель «ВИВАСАН», который связывает с регистрацией в «ВИВАСАН» свое финансовое благополучие, должен быть в состоянии провести перед конкретным человеком увлекательную и результативную презентацию.





Для того чтобы презентация осталась в памяти вашего собеседника, необходимо учитывать следующее:

- презентация должна длиться не более 30 – 45 минут;
- у вас должна быть точная концепция того, что вы хотите сообщить вашему собеседнику;
- концепция должна быть у вас в голове. Чтение текста с листа вряд ли будет убедительным;
- вы сами должны быть уверены в стабильности компании «ВИВАСАН», выгодности Плана Маркетинга и в высоком качестве продукции. Только в этом случае вы сможете провести интересную и убедительную презентацию;
- презентацию лучше начинать с рассказа о великолепных продуктах «ВИВАСАН», нужно пытаться передать собеседнику свое восхищение ими;
- короткие интересные истории из успешной практики применения продуктов гораздо больше убедят вашего собеседника, чем скучное описание их свойств;
- не утомляйте собеседника статистикой или скрупулезным перечислением ингредиентов продукта;
- дайте понять своему собеседнику, что компания «ВИВАСАН» — солидная международная фирма, официально зарегистрированная во многих странах и работающая на мировом рынке;
- в конце презентации у Вашего собеседника должно появиться чувство, что компания «ВИВАСАН» — это то, что он долго искал и, наконец, к счастью, нашел.

Теперь давайте совместно сконструируем презентацию. Сначала составим ее точную концепцию.



Концепция презентации

- Введение**
- Вопросы собеседнику**
- Что будет обсуждаться на презентации**
- Представление компании «ВИВАСАН» как компании, легально и официально работающей на мировом рынке**
- Презентация ваших любимых продуктов**
- Вопросы собеседнику**
- Каким образом осуществляется сбыт продукции — переход к сетевому маркетингу**
- Сравнение компании «ВИВАСАН» с другими компаниями сетевого маркетинга**
- Информация о курировании и обучении в компании «ВИВАСАН»**
- Завершение презентации**

Поскольку каждый представитель «ВИВАСАН» имеет собственный опыт использования продукции и ведения бизнеса, то и концепция презентации разрабатывается индивидуально. Составить собственную презентацию вам помогут различные информационные материалы «ВИВАСАН» — литература, видеоматериалы и прочее.

Попытаемся изучить конструкцию профессиональной презентации «ВИВАСАН» на примере.





О Введение

Вы: Уважаемая (ый) госпожа / господин разрешите поприветствовать Вас и поблагодарить за то, что Вы нашли время побеседовать со мной.

Собеседник: Не за что! Я с удовольствием пришел к Вам, наш последний телефонный разговор очень заинтересовал меня.

(Примечание: сердечно поприветствуйте собеседника, но не переусердствуйте. С помощью нескольких вежливых фраз можно создать атмосферу, в которой человек будет чувствовать себя комфортно.)

О Вопросы собеседнику

Вы: Легко ли Вы нашли меня? Как я заметил, сегодня опять пробки.

Собеседник: Это было нетрудно, Вы подробно описали мне, как до Вас добраться.

(Конечно, необязательно начинать разговор именно с этого вопроса. Можно начать и по-иному. Важно только найти для беседы совместную основу, которая появится в том случае, если люди говорят на общие темы: погода, транспорт и пр. Внимание: следует избегать таких «скользких» тем, как, например, религия или политика.)

Вы: Наш последний телефонный разговор был очень интересным. Прежде, чем я начну мою небольшую презентацию, я хотел бы спросить Вас: есть ли темы, наиболее близкие Вам, вопросы, на которые Вы бы очень хотели получить ответ?

Собеседник: Я интересуюсь продукцией из Швейцарии, потому что она, как известно, высокого качества. В последнее время у меня возникла проблема — повышенный уровень холестерина. Есть ли у Вас продукт, который поможет мне справиться с этой проблемой? Впрочем, я с удовольствием послушаю, что Вы сможете предложить мне еще.

(Примечание: задайте собеседнику пару открытых вопросов, на которые нельзя ответить просто «да» или «нет», тем самым активировав его и показав свой интерес к нему. Так вы дадите собеседнику понять, что высоко цените его, и он почувствует себя польщенным и значимым. Важно: внимательно слушайте собеседника и соответствующим образом направляйте ход презентации!)

○ Что будет обсуждаться на презентации

Вы: Хорошо, а теперь несколько слов о том, что мы с Вами будем обсуждать на презентации. Сначала я немного расскажу о компании «ВИВАСАН». После этого я хотел бы коротко представить нашу продукцию, которая может быть очень полезной именно для Вас. В заключение я расскажу Вам, как работает наша компания. Я уверен, что Вас это заинтересует. Для короткой презентации нам понадобится не более 30 – 40 минут. Конечно же, я готов ответить на все Ваши вопросы.

Собеседник: Хорошо, начнем! Я Вас внимательно слушаю.
(Примечание: очень важно, чтобы ваш собеседник знал, о чем будет вестись разговор, чтобы он смог лучше настроиться на презентацию.)

○ Представление компании «ВИВАСАН»

Вы: Как я Вам уже говорил, компания «ВИВАСАН» реализует исключительно швейцарские продукты, высокое качество которых известно во всем мире. Не секрет, что именно такие страны, как Австрия, Германия, Франция и Швейцария относятся к наиболее чистым с экологической точки зрения. Большинство сырья для продуктов, о которых я Вам расскажу, поступают из этих стран. Следует также упомянуть, что швейцарские предприятия, производящие продукцию для «ВИВАСАН», работают в соответствии с самыми строгими европейскими требованиями.



На все продукты и производственные линии есть сертификат GMP и другие необходимые сертификаты. Продукты «ВИВАСАН» реализуются во многих странах мира. Философия компании — «ЗДОРОВЬЕ, КРАСОТА И УСПЕХ!!!» Здоровье и красоту обеспечивает замечательная продукция «ВИВАСАН», а успех достигается с помощью бизнес-возможностей, которые компания предоставляет любому желающему сотрудничать.

Я думаю, теперь у вас нет сомнений в том, что «ВИВАСАН» — это серьезная и солидная компания, работающая на международном рынке. Есть ли у Вас вопросы по этой теме? Все ли мне удалось понятно объяснить?

Собеседник: Вы знаете, почти все фирмы утверждают, что их продукция самая лучшая. Как я могу быть уверенными, что у Вас действительно уникальные и высококачественные продукты?

Вы: Хороший вопрос. Действительно, все говорят, что их продукция самая лучшая. Но не все могут это доказать. Качество продукции «ВИВАСАН» гарантируется несколькими факторами:

- продукты поступают из Швейцарии, их происхождение проверяется еще на таможне;
- у нас, естественно, есть все необходимые сертификаты, которые требуют государственные органы сертификации в соответствии с законодательством;
- как уже сказано, все наши продукты производятся в соответствии с европейскими GMP–требованиями.

Удалось ли мне ответить на Ваши вопросы?

Собеседник: Думаю, да.

(Примечание: нужно четко показать собеседнику, что «ВИВАСАН» — это не какая-то мелкая и сомнительная фирма, а официально работающая на рынке солидная компания. Вы должны это сделать достаточно убедительно, тогда в будущем у Вас не будет проблем с этим пунктом.)



○Презентация ваших любимых продуктов

(Примечание: обычно на этом этапе чаще всего допускаются ошибки. «ВИВАСАН» имеет большой ассортимент продукции, поэтому велико искушение рассказать сразу обо всех продуктах, что совершенно неправильно. Также незачем пока рассказывать о продукции, которая в данный момент не интересует Вашего собеседника. Расскажите лучше в первую очередь о тех продуктах, что могли бы ему помочь именно сейчас. В большинстве случаев люди уже в начале презентации говорят о том, что им необходимо.)

Вы: Давайте сделаем краткий обзор продукции «ВИВАСАН». Ассортимент продукции включает несколько линий. *(Рассказать о линиях продукции — линия для волос, для лица, ароматерапия и пр.)*

Вы видите, у нас есть широкий выбор продуктов. Мы никак не сможем уложиться в рамки нашей презентации, если я буду рассказывать Вам обо всей продукции. В начале разговора Вы сказали мне, что у Вас слишком высокий уровень холестерина.

Собеседник: Да, верно. Есть ли у вас какой-нибудь эффективный препарат для снижения уровня холестерина?

Вы: Наши биологически активные добавки к пище очень эффективны. Сегодня уже ни для кого не секрет, что мы недостаточно потребляем с пищей витаминов и минеральных веществ. К тому же, как выяснили специалисты, мы неправильно питаемся.

(Здесь нужно рассказать о нескольких продуктах из группы биологически активных добавок и особенно подробно и восторженно о тех, которые положительно влияют на показатели холестерина и триглицеридов в крови. Расскажите историю об успешных результатах применения этих продуктов.)

Есть ли у Вас вопросы по данным продуктам?



Собеседник: Все, что Вы рассказываете, очень интересно, но скажите, соответствует ли это действительности? Есть ли сертификаты на эти продукты?

Вы: Разумеется, на все продукты у нас есть сертификаты. Продукты автоматически проверяются при импорте на предмет качества компетентными государственными органами. (*Покажите собеседнику различные сертификаты.*)

Собеседник: Ну, хорошо, я понимаю, но ваши продукты, видимо, довольно дорогие, раз они привезены из Швейцарии.

Вы: Могу заверить Вас, что это не так. Я через несколько минут покажу Вам цены на все продукты, которые Вас заинтересуют.

О Вопросы собеседнику

Вы: Есть ли у Вас интерес к другим линиям продукции, или для первого раза достаточно?

Собеседник: Нет, другие линии продуктов можно обсудить позже. Вы так подробно рассказали об артишоке. Сколько стоит этот продукт?

- ❑ Каким образом осуществляется сбыт продукции — переход к сетевому маркетингу**
- ❑ Сравнение компании «ВИВАСАН» с другими компаниями сетевого маркетинга**
- ❑ Информация о курировании и обучении в компании «ВИВАСАН»**

Вы: Охотно скажу Вам, но сначала у меня один вопрос. Интересны ли Вам только наши продукты, или, может быть, у Вас есть желание стать представителем «ВИВАСАН»?

Собеседник: Что Вы имеете в виду? Что это будет означать для меня?

Вы: Мы не распространяем нашу продукцию через магазины. Не делаем рекламу в обычном смысле этого слова. Наша реклама, что называется, переходит «из уст в уста». Мы реализуем нашу продукцию через представителей компании – напрямую из рук в руки клиентам, которые могут рекомендовать ее далее, если останутся довольны результатом ее применения.

Собеседник: Значит ли это, что я должен буду обязательно продавать продукты? (*Внимание! Здесь мы имеем дело с возражением!*)

Вы: Совсем нет. Если Вы становитесь представителем «ВИВАСАН», на Вас не накладывается никаких обязательств по продаже продукции. Наоборот, Вы получаете ряд преимуществ. Сейчас я Вам коротко расскажу об этом. Вы регистрируетесь в компании «ВИВАСАН», то есть становитесь ее представителем, и покупаете любые наши продукты, которые Вам понравятся, по специальной цене со скидкой 28%.

Собеседник: И это все? Что я должен сделать, чтобы зарегистрироваться в компании?

Вы: При регистрации Вы должны закупить минимум 5 наименований продукции «ВИВАСАН». При этом Вы еще получите подарок от компании. (*Здесь следует разъяснить новые правила регистрации и рассказать о подарках — кремах по 15 мл.*)

Собеседник: Это очень интересно. Какие еще преимущества дает членство в компании?

Вы: Хороший вопрос. Компания «ВИВАСАН» предлагает очень много возможностей для профессионального развития, кое-что может быть интересным лично для Вас. Я не могу сейчас рассказать обо всех возможностях, это слишком объемная информация, могу только вкратце объяснить систему. Как я уже сказал, Вы можете зарегистрироваться у нас в качестве клиента (покупателя) и будете покупать любую продукцию со скидкой 28%.



У Вас также будет возможность рекомендовать нашу продукцию другим людям — своим родственникам, друзьям, знакомым. Если они тоже захотят покупать продукты «ВИВАСАН» со скидкой, Вы их можете зарегистрировать под своим номером. За это Вы получите от компании вознаграждение в виде процентов от суммы их закупки. Чем больше людей Вы регистрируете, тем больше будет объем их закупок и, соответственно, Ваше вознаграждение.

Собеседник: Что-то мне это кажется знакомым, похоже на подозрительные финансовые пирамиды, которых сейчас так много. (*Здесь также имеет место возражение.*)

Вы: Да, я часто слышу такие слова, но в данном случае это не так. Действительно, на рынке сейчас полно разных сомнительных фирм, действующих по методу финансовых пирамид. Но мы не имеем с ними ничего общего. «ВИВАСАН» не требует от нас никаких ежемесячных закупок или минимального оборота. Нас ни к чему не принуждают. Мы сами решаем, кем нам быть — просто клиентами или лидерами, формирующими структуру сбыта, с помощью которой можно зарабатывать деньги..

Собеседник: А каким образом формируется структура сбыта и сколько денег можно заработать с ее помощью?

Вы: Я хотел бы кое-что Вам предложить. Если Вам действительно интересно, как формируется структура «ВИВАСАН» и как с ее помощью зарабатываются деньги, я предлагаю сначала зарегистрироваться, затем мы сможем согласовать специально для Вас программу обучения. Я буду лично вести Ваше обучение и все объяснять, чтобы Вы как можно скорее поняли нашу систему и быстро смогли достичь первых успехов.

Если же Вы сначала хотите присмотреться, то можете зарегистрироваться как клиент. В таком случае Вы будете покупать продукты «ВИВАСАН» со скидкой 28%.

Собеседник: Я пока не знаю, как мне поступить. Думаю, мне сначала следует поговорить с моими знакомыми.

(Очень опасная ситуация! Собеседник сбит с толку — вероятно, он получил очень много информации. Если вы в этой ситуации правильно не среагируете, то можете потерять нить разговора!)

Вы: Я так понимаю, что Вы хотите поговорить со своими знакомыми, потому что не получили от меня достаточно информации о нашей компании? Какие сведения Вам еще нужны, чтобы Вы почувствовали себя увереннее и смогли принять решение?

Собеседник: Прямо даже и не знаю, наверно, я сначала зарегистрируюсь как клиент «ВИВАСАН».

Вы: Поздравляю Вас с таким решением! И не сомневаюсь, что Вы будете очень довольны нашей продукцией. Вы обратили внимание на «Экстракт Артишока», какие продукты были бы интересны для Вас в качестве первой покупки? *(Последующий процесс регистрации является обычной процедурой, проблем с ней не возникает.)*

○ Завершение презентации

Вы: Я хочу еще раз поздравить Вас с покупкой замечательной продукции «ВИВАСАН» и с регистрацией в нашей компании!

Собеседник: Спасибо! Посмотрим, действительно ли эти продукты так эффективны, как Вы мне рассказали.

Вы: Даже не сомневайтесь!.. Давайте я Вам позвоню через некоторое время, и Вы поделитесь со мной своими впечатлениями.

Собеседник: Да, конечно!

Вы: В ближайшее время у нас будет проходить несколько презентаций и семинаров. Позвольте пригласить Вас. Вы сможете в спокойной обстановке узнать больше о нашей компании, и вероятно, примете решение работать с нами более активно.



Собеседник: Большое спасибо! Посмотрим, как у меня будет со временем. Просто позвоните мне, и мы обсудим детали!
Вы: Спасибо, до свидания, желаю успехов!

Еще раз повторю, что каждая презентация индивидуальна. Не существует фиксированной схемы, которая должна повторяться точь-в-точку из раза в раз. Вместе с тем, очень важно научиться проведению презентации, на какие вопросы необходимо настраиваться, как реагировать на возражения.

Далее хотел бы дать вам ряд полезных советов для проведения успешной презентации.

1. *Не произносите длинных монологов. Многие люди считают, что им обязательно следует показать, как обширны их знания. В процессе презентации это совершенно ни к чему и может лишь вызвать скуку у собеседника.*
2. *Исходите из потребностей вашего собеседника. Отвечайте на все его вопросы.*
3. *Но исходить из потребностей собеседника вы сможете только в том случае, если вам известно, каковы они. А узнать об этом вы сможете, задавая открытые вопросы.*
4. *Поэтому необходимо давать собеседнику возможность говорить и активно участвовать в проведении презентации.*
5. *Картинка, изображение может сказать больше, чем тысячи слов. Гораздо эффективнее на презентации показывать саму продукцию или ее слайды, фото и т. п., чем просто рассказывать о ней. То, что человек видит и чувствует, гораздо сильнее на него воздействует, чем то, что он слышит.*
6. *Постарайтесь на каждой презентации получить оптимальный результат для вас и вашего собеседника, а именно: приобретение нового члена для вашей структуры и закупка широкого ассортимента продукции уже при регистрации, что позволит собеседнику сразу сделать минимальный оборот и получить дополнительные призы (в данном случае крема «ВИВАСАН» 15 мл).*

- 
- 7. Важно!** Новый представитель «ВИВАСАН» должен быть уверен, что вы не забудете его после успешной презентации. Проводите с ним обучение, руководите им, заботьтесь о нем и в дальнейшем!
 - 8. Тренируйтесь** в проведении презентаций с другими представителями «ВИВАСАН» или лидерами компании.
 - 9. Важно!** Вы должны держать в голове концепцию «ВИВАСАН» и знать, что хотите сказать. Только таким образом вы будете обладать необходимой гибкостью для профессионального реагирования на непредвиденные возражения.

Конечно, презентация может иметь и негативный результат. Собеседник просто говорит вам «нет». Не страшно, потому что вы знаете, что нужно делать...

Именно! Вы должны задать вопрос о рекомендации!

Теперь подведем краткий итог тому, что мы уже усвоили.

- 1. Вы определили цели, изложили их в письменном виде и точно знаете, чего действительно хотите.**
- 2. Теперь вам известно, сколько людей вам нужно иметь в структуре для достижения ваших целей.**
- 3. У вас составлен список из 100 человек, вы научились приглашать человека на презентацию по телефону.**
- 4. Вы знаете, как организуется презентация и на что необходимо обращать внимание при ее проведении.**
- 5. И, конечно же, вы получили исчерпывающую информацию о продукции и теперь можете подробно о ней рассказать.**



Для того чтобы во всеоружии начать борьбу за достижение успеха, вы уже сейчас, к концу учебного месяца, должны знать и понимать, как вам следует мыслить, чтобы стать успешным именно в этом бизнесе.

Я расскажу вам о некоторых психологических приемах, которые обязательно понадобятся вам в будущем. Многое будет вам более или менее понятно, но хочу добавить:

**Знать и понимать что-то — это одно.
Но делать так и жить в соответствии с этим —
совсем другое.**

В приложении я привел некоторые возражения, которые могут быть вам высказаны. Наряду с этим, я дал наилучшие, по моему мнению, ответы на них. Вы сможете дополнить этот список вашим личным опытом. Не исключено, что вам могут прийти в голову более интересные ответы, в конечном итоге, главное — успех.



Как следует мыслить и чувствовать, чтобы действительно добиться успеха?

В данном разделе будет коротко рассказано о свойствах характера, необходимых для достижения успеха.

Ваши личные качества и черты характера

Для достижения успеха личные качества очень важны. Успешные люди — тому было достаточно примеров — имеют типичные черты характера. Следует знать о них и передавать свои знания другим членам структуры. Но одного этого знания недостаточно. Вам необходимо критически взглянуть на самих себя и определить, есть ли у вас такие черты характера.

Горячее желание. Проверьте ваш личный настрой по отношению к поставленным целям. Думаете ли вы, что это всего лишь воздушные замки, которые все равно недоступны? Или у вас есть горячее желание в один прекрасный день достичь своих сокровенных целей? Ясно одно: только если вы испытываете горячее желание, стремление добиться своего, если вы концентрируете на этом все свои мысли, только тогда появятся условия для достижения поставленной цели. Препятствия, проблемы и трудности в таком случае значения не имеют. Так создается основа для становления очень важной в сетевом маркетинге черты характера, а именно:

Выдержка, терпение. Успешные люди никогда не отступают! Никакие неудачи или шаги назад не смогут сбить их с пути. Они принимают свои ошибки к сведению, анализируют их причины, извлекают из них уроки и продолжают свое дело. Без компромиссов и заблуждений. Выдержка является одним из важнейших качеств, которое необходимо в этой работе.



Даже если у человека нет таланта к ведению коммерческой деятельности, если он ошибается и не слушает советов опытных людей. С выдержкой, граничащей с упрямством, безграничным терпением такие люди смогут достичь успеха в нашем деле.

Первый шаг — регистрация новых людей для построения структуры. Как вы уже поняли, для формирования собственной действующей структуры необходимо примерно 5 активных членов, которые так же ориентированы на успех, как и вы. Для того чтобы найти таких пятерых, нужно будет поговорить, вероятно, с двумястами или даже пятьюстами кандидатами. Из них, наверняка, гораздо больше пяти человек примут решение сотрудничать с вами. Но не обольщайтесь количеством. Тут вас могут подстерегать разочарования и неудачи. Кто-то не будет соблюдать договоренности касательно переговоров и презентаций, восторженные новички-энтузиасты уже через несколько недель могут сбить темп, потенциальные супер-лидеры окажутся полными неудачниками и т. д. Все это заставит вас сомневаться в правильности собственного решения. И выстоять можно только благодаря выдержанке и оптимизму. При поиске клиентов тоже не стоит ожидать, что люди станут с первого дня рвать товар у вас из рук.

Непоколебимая вера в самого себя и свои цели помогает выработать необходимую выдержанку, которая достигается, прежде всего, постоянной и последовательной коммерческой деятельностью. Можно найти кучу причин, чтобы перенести какие-то повседневные дела на завтра, но следует четко уяснить себе, что ваш бизнес должен быть всегда на первом месте! Успешные люди не могут позволить себе зря тратить ценное время. Но особенно плохо, когда люди работают лишь периодически, от случая к случаю, так, как им удобно. Только постоянные и целенаправленные усилия устраниют все препятствия и позволяют осуществить настоящий прорыв в бизнесе.

Возьмите своим девизом следующую фразу:

**Во имя своего бизнеса и для достижения
успеха я работаю каждый день**

Ежедневная работа способствует осмысленному построению бизнеса и тому, что вы будете твердо придерживаться поставленных целей и выбранного пути к ним. Длительные перерывы приводят к остановке. И вам нужно будет каждый раз все начинать сначала, вновь и вновь прилагая максимум усилий.

Позитивное мышление. Центральным звеном нашего бизнеса являются продажи высококачественной продукции и удовлетворение потребностей клиентов. Но речь идет также о том, чтобы находить способных людей, обучать их — тех, кто сможет работать вместе над решением приведенных выше задач. В конечном итоге наша работа ведется с людьми и для людей. Бизнес и успех зависят от их реакции, будь то клиенты или партнеры. Если получать всегда положительную реакцию на свои действия, то бизнес будет развиваться хорошо. Эти реакции будут тем позитивнее, чем позитивнее настроен человек. Оптимистическая личность привлекает других людей, людям комфортно и работать, и просто общаться с таким человеком. Позитивное мышление означает концентрацию, прежде всего, на положительных сторонах личности или какого-то дела. Каждый имеет свои положительные стороны, просто их нужно найти. Интересуйтесь мнениями, интересами, проблемами близких. Умейте слушать других. Вы должны больше слушать, чем говорить.

Постоянная критика других людей недопустима. На первом плане должна быть концентрация на положительных качествах вашего собеседника. При любой возможности подчеркивайте его хорошие стороны и не сккупитесь на похвалы!



В нашем бизнесе вы будете чаще сталкиваться с отказом, чем с согласием. Сконцентрируйтесь, прежде всего, на людях, которые говорят вам «да». Не тратьте время на тех, кто отвергает предложения, это будет стоить слишком много нервов. В этой ситуации я предлагаю сделать вот что.

В приложении вы увидите листок, на котором стоит одно-единственное слово «НЕТ», но это слово повторяется 1 000 раз. Каждый раз, когда вы получаете в ответ «НЕТ» на приглашение на презентацию или в процессе ее проведения, вычеркивайте одно из 1 000 «НЕТ». Но это не игра! Когда вы начнете это делать, посчитайте одновременно, сколько «ДА» вы получаете в противовес вычеркнутым «НЕТ», и сколько людей вам удалось узнать просто по рекомендациям. Поверьте, уже на трехсотом «НЕТ» вы достигнете своих целей

Уверенность в себе. Многие люди страдают от неуверенности в себе. Они считают себя недостаточно умными, недостаточно способными или недостаточно опытными для ведения подобного бизнеса. Типичный настрой «это у меня никогда не получится» приводит к тому, что вам очень тяжело решиться на организацию своего дела, тем более что как раз на начальном этапе у вас и не хватает знаний и опыта. А стоит только решиться, как со всех сторон на вас начинают сыпаться скептические комментарии. Особенно от друзей и знакомых, которые недоверчиво покачивают головой и пытаются вас отговорить от ваших намерений. В такой ситуации вам важно выработать полную независимость от мнения других людей. Зачастую они недоверчиво относятся к вашим планам только потому, что не владеют информацией, а то и просто из зависти или недоброжелательства пытаются вам помешать изменить свою жизнь к лучшему. Уверенность в себе означает веру в себя, доверие к самому себе, а это просто жизненно необходимо для принятия важных решений!

Восторг, восхищение. Эти чувства заразительны. Можно вести презентацию продукта и забыть упомянуть какие-либо важные его свойства. Но если удается передать слушателям ваше восхищение этим продуктом, то они все равно его купят. Можно не учесть половину тонкостей, объясняя слушателю возможности бизнеса в «ВИВАСАН». Но если он замечает ваш восторг, то у вас появляется шанс приобрести нового члена для своей структуры. Никакие исчерпывающие знания не могут заменить восхищения. Не ждите, что человек купит продукты или зарегистрируется в компании, если вы ведете презентацию с грустным лицом, плохим настроением или просто скучно. Показывайте людям свое восхищение при любом удобном случае. Восхищение создает человеку определенную ауру, притягивающую других людей. И чем больше восхищение, тем сильнее притяжение и передача другим позитивного настроя.

Честность, искренность. Рассказывайте правду о продуктах и бизнесе «ВИВАСАН». Не обещайте того, чего не сможете сделать и чего не могут делать наши продукты, не вводите людей в заблуждение заверениями, что с помощью нашего бизнеса можно быстро разбогатеть, ничего не делая и не напрягаясь. Только ваша честность и искренность могут вызвать доверие у людей и позволят приобрести клиентов и сотрудников на длительное время.

Ну вот, вы изучили важнейшие понятия нашего бизнеса. Вы готовы к действию. Прежде чем мы совместно решимся сделать этот шаг, вам следует честно ответить на поставленные вопросы. Ответы к ним есть в приложении. Не обманывайте сами себя. Попытайтесь в спокойной обстановке ответить на вопросы. После этого перепроверьте ответы с помощью приложения.



Тест по продукции и маркетингу «ВИВАСАН»

1. Какая линия «ВИВАСАН» содержит в качестве основного вещества редкое масло, встречающееся только на западе Марокко? Какие продукты имеются в этой линии? Почему это масло обладает такой ценностью?
2. Когда следует применять крем «Календула»?
3. К вам приходит клиент, у которого псориаз. Может ли ему помочь продукция «ВИВАСАН»? Если да, то какие именно продукты и как их применять?
4. Какое ароматическое масло должно быть в каждой домашней аптечке?
5. Какие лечебные крема «ВИВАСАН» являются универсальными для молодых и пожилых и тоже должны быть в каждой домашней аптечке?
6. Пожилой человек обсуждает с вами проблемы с суставами, износ суставного хряща и связанные с этим боли. Какие продукты «ВИВАСАН» вы ему порекомендуете? Какое действие они окажут на суставы?
7. Почему следует контролировать уровень холестерина и триглицеридов в крови? Какие продукты «ВИВАСАН» можно использовать для регулирования этого уровня? Как действуют эти продукты в организме?
8. Какой продукт «ВИВАСАН» вы бы рекомендовали женщинам в период менопаузы?
9. Какую антицеллюлитную программу вы бы посоветовали вашим клиентам?

- 10. Клиент приходит к вам со следующей проблемой: у него выпадение волос и очень сухая кожа головы. Что вы ему порекомендуете?**
- 11. Клиент регистрируется в вашей структуре и намерен активно зарабатывать при помощи «ВИВАСАН». Он спрашивает вас как спонсора, каким образом ему начинать свою деятельность. Какие три действия он должен предпринять в начале своей карьеры?**
- 12. Вы приглашаете человека на презентацию «ВИВАСАН», но он отказывается, говоря, что ему это неинтересно. Что вы сделаете?**
- 13. Член структуры приходит к вам и говорит: «У меня сетевой маркетинг не работает! Сплошные отказы. Что мне делать?». Что вы посоветуете этому человеку?**
- 14. Разочарованный член структуры жалуется: «Большинство членов моей структуры просто не хотят читать эту книгу и не заинтересованы в бизнесе. Что мне делать?» Что вы скажете ему?**

Я надеюсь, что вы сможете подробно и правильно ответить на эти 14 вопросов, не заглядывая в ответы, данные в приложении. Когда закончите, сверьте ваши ответы с приложением. Речь не идет о выставлении оценок, вам просто необходимо понять суть вашей деятельности и овладеть навыками ее осуществления. Поэтому вы в любом случае должны четко знать ответы на эти вопросы. Если вы пока еще путаетесь или не владеете информацией, продолжайте обучение, пока не приобретете все необходимые знания.

Мой второй месяц в «ВИВАСАН»



Мой второй месяц в «ВИВАСАН»

Теперь следует применить полученные знания на практике.

В течение второго месяца в «ВИВАСАН» вы должны достичнуть следующих целей:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 250 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто - оставаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в так называемый «список клиентов и партнеров» (см. Приложение). Вы можете менять этот список в соответствии с вашими потребностями. Важно, чтобы на первом этапе вы сконцентрировались на формировании первых четырех линий структуры. Вы должны знать, кто в структуре клиент, партнер или будущий лидер. Почему вам необходима эта информация, вы узнаете позже.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите максимум усилий и сделайте все возможное для этого! Не поддавайтесь унынию, если вас вдруг постигнет неудача!



Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы.
Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы оборота в размере 250 евро в структуре?
3. Познакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?

Советы

Если вы ответили «да» на вопросы 1, 2, 3, 4 и 7, то я могу лишь поздравить вас с вашими успехами в течение первого месяца! Конечно, вы еще не зарабатываете больших денег, но это сейчас не главное. Важно, что вы понимаете систему, верите в себя и видите, что такая система действительно работает.

Я надеюсь, что вы отмечаете количество полученных отказов в таблице в приложении. Еще более важно, чтобы вы действительно получали рекомендации и добавляли их в список из 100 человек.

Таким образом, ваш список из 100 человек будет пополняться.



Заведите себе привычку каждый месяц проверять список клиентов и партнеров и вносить туда новых представителей «ВИВАСАН».

Тот, кто не достиг целей в этом месяце, должен сам себе ответить на следующие вопросы:

1. Со сколькими людьми вы действительно разговаривали?

Помните, что наша работа является общением по рекомендациям. То есть ваша задача состоит в том, чтобы контактировать по вопросам «ВИВАСАН» как минимум с тремя людьми в день.

2. Составили ли вы список из 100 человек?

Если нет, сделайте это сейчас. Поверьте мне, на пути к успеху нужна система. Это касается любой деятельности. В этой книге я показал вам реально работающую систему. Придерживайтесь ее принципов.

3. При каждом ли ответе «нет» вы задавали вопрос о рекомендации?

Если это не так, со временем вы просто не будете знать, с кем вам еще общаться. Вы перестанете активно разговаривать с людьми, и ваша структура будет не расти, а сокращаться.

***Не полагайтесь на везение и не думайте, что когда-нибудь придет супер-лидер, который сделает вас богатым!
Возьмите свое везение в свои руки и начните активную работу!***



4. Сколько ответов «нет» вы вычеркнули из списка «1000 „нет”»? Одно, два, три или вообще ни одного?

Сберите тысячу «нет»! Каждому ответившему «нет» задайте вопрос с просьбой о рекомендации — так вы быстро достигнете своей цели.

5. Знаете ли вы продукцию «ВИВАСАН»? Легко ли вам дается телефонный разговор с приглашением на презентацию? Держите ли вы в голове концепцию презентации?

Если вы не уверены, то еще раз внимательно прочтите раздел «Мой первый месяц в „ВИВАСАН”» и потренируйтесь в ведении телефонных переговоров и презентаций.

Найдите среди ваших спонсоров успешного и опытного лидера, попросите его о помощи.

Попытайтесь из месяца в месяц достигать поставленных мною целей. Они вполне реальны. Если в течение месяца вы не смогли этого сделать, обязательно ставьте себе задачу добиться результата в следующем месяце.

Замечания по списку клиентов и партнеров

Список клиентов и партнеров — это, действительно, важнейший инструмент для построения вашей карьеры в «ВИВАСАН» и развития планомерной деятельности. Занесите в этот перечень всех активно с вами сотрудничающих людей — не только тех, кого вы лично зарегистрировали, но и тех, с кем вы тесно контактируете по работе. В дальнейшем вы еще сможете в полной мере оценить необходимость и полезность этого списка.

Чего не следует делать ни в коем случае!

1. Перекладывать ответственность на других людей или на обстоятельства за то, что ваши цели не были достигнуты. Лучше задать самому себе следующие вопросы:

- что я могу сделать в будущем для достижения поставленных на месяц целей?
- какие действия я могу предпринять, чтобы получить необходимый результат?
- как я могу улучшить свои знания о продукции?
- как я могу улучшить тактику ведения телефонных переговоров и презентаций?

2. Вы, конечно, можете расслабиться и сказать: «У меня нет хорошего спонсора, я не могу найти хорошего лидера, поэтому у меня нет шансов достичь успеха». Это отговорка, которую используют многие, чтобы не предпринимать активных действий. Прочтите книгу, она поможет вам добиться успеха. Просто придерживайтесь указаний, которые здесь приведены.

3. Ни в коем случае не принимайте отказы лично на свой счет. Неважно, что говорят другие. Посмотрите на лидеров «ВИВАСАН»! Очень многие из них сегодня успешны и зарабатывают много денег. Поверьте, они тоже получали отказы и испытывали неудачи. Попробуйте мыслить иначе. Просто соберите все отказы и включите в список «1000 „нет”». Ведь к каждому «нет» есть свое «да». Вы будете удивлены, сколько «да» вы получите в следующем месяце.

4. Не откладывайте действий на завтра или послезавтра. Либо вы хотите добиться успеха, либо нет. Если вы говорите себе: «Я хочу стать успешным и достичь своих целей», — начинайте действовать немедленно! Только действия дают результат, и только результаты приводят к цели и желаемому успеху!

Мой третий месяц в «ВИВАСАН»



Мой третий месяц в «ВИВАСАН»

В течение третьего месяца в «ВИВАСАН» вы должны достичь следующих целей:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 500 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто — остаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- есть ли в вашей структуре уже 9 членов и более?

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.



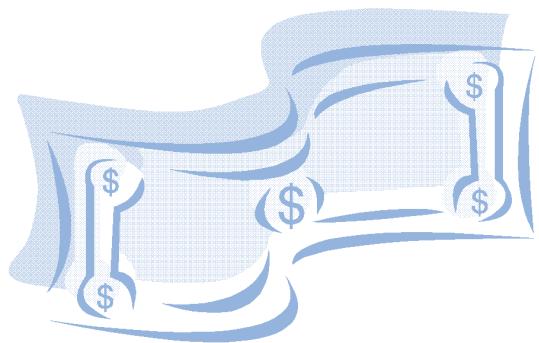
Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы. Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы группового оборота минимум 500 евро?
3. Познакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли вы ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов вы получили в этом месяце?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?

Если вы не полностью достигли желаемых результатов в этом месяце, еще раз прочтайте рекомендации, приведенные в разделе «Мой второй месяц в „ВИВАСАН“».





Мой четвертый месяц в «ВИВАСАН»



Мой четвертый месяц в «ВИВАСАН»

В течение четвертого месяца в «ВИВАСАН» вы должны достичнуть следующих целей.

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 750 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто - оставаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- ваша структура в этом месяце должно включать в себя от трех до четырех структурных линий;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 20 членов;
- на четвертом месяце вы уже должны отлично владеть техникой ведения телефонных переговоров и презентаций.
- Вам нужно постепенно становиться лидером. Это означает, что вы должны заботиться о членах своей структуры, руководить ими. Сконцентрируйтесь на первых четырех линиях структуры.



Необходимо обеспечить следующее:

- ⇒ по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается, не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя даннныe вам рекомендации;
- ⇒ следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- ⇒ рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- ⇒ контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.

Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы. Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы группового оборота в минимум 750 евро?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов вы получили в этом месяце?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дублирование? (объяснение см. ниже)
9. Есть ли в вашей структуре не менее 20 членов?

Советы

Если вы достигли целей в четвертом месяце или даже перевыполнили намеченное, то можно лишь поздравить вас! Вы на правильном пути. Теперь следует определить правильную стратегию. Один из важнейших факторов, который является решающим между успехом и провалом при формировании структуры, — это фактор дуплицирования.

Разъясним следующие вопросы.

Что такое дуплицирование?

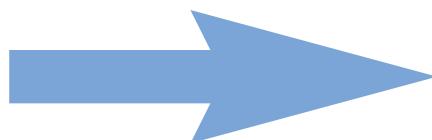
Может быть, вы помните по школьным годам игру «испорченный телефон»? В ходе игры первый шептал второму на ухо предложение. Задача состояла в том, чтобы второй это предложение, как он его услышал от первого, прошептал третьему. Всегда было интересно услышать, какую информацию получал, например, пятый по счету. И мы всегда удивлялись, насколько велика разница между первым и последним сообщением при таком способе передачи информации. Именно этот пример показывает нам суть проблемы сетевого маркетинга. Сведения передаются дальше, но в большинстве случаев неточными или дажеискаженными.





Поэтому мы приходим к следующим выводам:

- вы и только вы ответственны за то, какая информация в вашей структуре будет передаваться другим, и как это будет происходить;
- информация должна передаваться в процессе обучения, поэтому тщательно продумайте, какое обучение вы будете проводить, что именно и как вы будете говорить;
- гораздо проще тиражировать, передавать и воспринимать простые предложения и мысли, чем сложные и запутанные;
- всегда обучайте одному и тому же. Эта книга точно показывает, что необходимо знать на первом этапе. Начинающий должен иметь понятие об основах бизнеса «ВИВАСАН». Ему нет необходимости сразу же начинать мыслить как «ВИВАСАН» — директор или Генеральный менеджер. Обучение должно происходить в доступной форме с помощью данной книги, чтобы уже с первых шагов в «ВИВАСАН» запускался процесс дуплицирования;
- вы — зеркало вашей структуры. Все, что вы делаете, дублируется автоматически вниз, и, прежде всего, плохие привычки. Для того чтобы понять это, читайте внимательно дальше:



- если вы не регистрируете или перестаете регистрировать, то ваша структура будет делать то же самое;
- если вы ждете, что кто-то в структуре начнет активную деятельность, то структура будет делать то же самое. То есть все ждут, никто не предпринимает активных действий;
- если вы не хотите брать на себя ответственность, то никто в вашей структуре тоже этого не захочет;
- если вы ведете обучение неактивно, то не ждите, что в вашей структуре кто-то активно за это возьмется;
- как думаете вы, так думает и ваша структура. Если вы позитивный и энергичный человек, ваша структура тоже будет обладать такими качествами;
- у вас может сложиться мнение, что структура в любом случае автоматически будет расти в глубину. И при любых условиях будет обеспечен какой-то оборот, позволяющий жить обеспеченно. Для чего напрягаться? Я знаю нескольких представителей «ВИВА-САН», думающих именно так. И они постоянно удивляются, почему не зарабатывают ничего или очень мало. Это закон или дуплицирования, который бьет по нам со всей силой.

На основании изложенного, хотелось бы дать следующий совет:

Чем раньше вы начнете организовывать и проводить обучающие семинары, тем легче вам будет в дальнейшем. Ведите обучение по продукции, руководствуясь данной книгой. Для начала этого вполне достаточно. Существует много причин, почему вам следует начинать именно так, но я не буду их сейчас перечислять, чтобы вас не запутать. Просто поверьте моему 10-летнему опыту работы в сетевом маркетинге и постараитесь сделать, как я говорю.



Чего вы не должны делать ни в коем случае!

Не столь важно, сколько людей говорят «нет», важно — сколько людей отвечают «да».

То есть сосредоточиться необходимо, прежде всего, на людях, которые говорят «да».

Многие представители «ВИВАСАН», уяснившие суть дублирования, конечно же, хотят как можно скорее осчастливить всех членов своей структуры обучающими семинарами. После этого они в большинстве случаев испытывают глубокое разочарование, потому что из 20 членов структуры максимум двое действительно интересуются обучением. В результате получается, что многие прекращают учиться, и процесс дублирования прерывается. Отнеситесь к этому иначе.

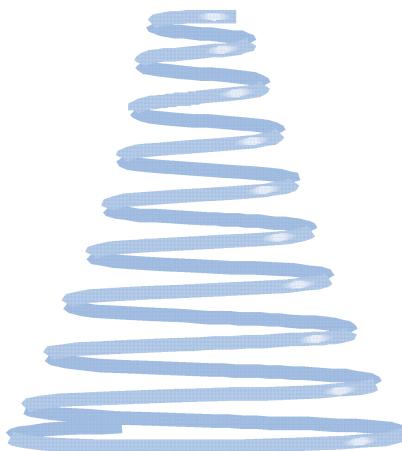
Статистика показывает, что не менее 80% членов структуры являются клиентами. Это нормально, потому что мы стремимся продавать наши продукты, а не План Маркетинга.



Если вы хотите, чтобы в вашей структуре было много людей, желающих вырасти от партнера до лидера, вам следует регистрировать больше людей.

Вы будете достигать ежемесячно больших оборотов, только построив большую структуру. В каждой структуре, как правило, не менее 15% партнеров или лидеров.

**Чтобы построить большую структуру,
вам необходимы партнеры и лидеры.
А их вы сможете приобрести только
путем постоянной регистрации новых членов.**





Мой пятый месяц в «ВИВАСАН»



Мой пятый месяц в «ВИВАСАН»

В течение пятого месяца в «ВИВАСАН» должны быть достигнуты следующие цели:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 1 200 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто — остаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 41 члена;
- есть ли в первых четырех линиях представитель «ВИВАСАН», который сам хочет стать лидером?
- убедитесь в следующем:
 - по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается, не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя данные вам рекомендации;



- следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.

Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы.

Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы группового оборота минимум 1200 евро?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дуплицирование?
9. Есть ли в вашей структуре не менее 41 члена?
10. Есть ли в вашей структуре человек, желающий стать лидером «ВИВАСАН»?

Советы

В течение первых трех месяцев вы в основном занимались собой. Вы изучили бизнес «ВИВАСАН», приобрели первый опыт. На четвертом месяце вам впервые пришлось подумать о дублировании. Вы уже пять месяцев занимаетесь бизнесом, и ваша структура должна иметь не менее 41 члена. Вы вели список клиентов и партнеров, а при просмотре этого перечня вы, вероятно, уже можете сказать, кто из них имеет такие же ориентированные на успех планы в «ВИВАСАН», как и вы.

Очень важно, чтобы вы находили таких людей в вашей структуре и способствовали их росту до уровня лидеров «ВИВАСАН». Причина проста. Если вы хотите постоянно зарабатывать, например, 2 000 евро в месяц, вам необходима структура численностью около 2 200 человек. Вы не сможете качественно обучить и курировать такое количество людей самостоятельно. Вам нужны помощники. Соответственно, возникает вопрос, как и где найти этих помощников — будущих лидеров «ВИВАСАН»? Сложный вопрос, но есть несколько отправных точек, которые помогут вам в поиске:

- если вы обладаете качествами лидера, то можете ожидать, что найдете таких людей в вашей структуре;
- следующие признаки указывают, что член структуры сможет стать впоследствии лидером:
 - регулярно посещает организуемые вами учебные семинары;
 - в ходе обучения внимательно слушает и все записывает;
 - очень заинтересован в продукции и возможностях ведения бизнеса;
 - следует вашим указаниям и советам;
 - систематически действует так, как указано в этой книге;
 - легко устанавливает контакты;



- общителен и воодушевлен;
- готов прийти на помощь;
- активен и деятелен;
- ищет ошибки у себя, а не у других;
- по характеру является позитивно настроенным человеком;
- готов брать на себя ответственность;
- не жалуется по поводу любой мелочи;
- любит работать с людьми;
- честен и искренен.

Чего вы не должны делать ни в коем случае!

Не впадайте в депрессию, если вы еще не нашли лидера, который соответствует вышеупомянутому описанию.

Прежде всего, задайте себе следующие вопросы и проверьте себя.

Обладаете ли вы сами признаками лидера, приведенными выше?

Еще раз прочтайте все перечисленные выше пункты. Если в результате можете сказать: «Да, я обладаю всеми этими признаками лидера и соответствую всем требованиям, предъявляемым к лидеру», — то либо вас надо ставить во главе государства, либо вам следует немного поработать над самокритикой. Всем нам необходимо работать над собой. Приведенные выше требования показывают, чему следует уделять внимание ежедневно.

Теперь вы знаете, на чем вам важно сконцентрироваться, чтобы самому соответствовать требованиям профессионального лидера. Вы знаете также, на что требуется обращать внимание в работе с людьми, чтобы понять, смогут ли они стать лидерами «ВИВАСАН» или нет.



Полезный совет

Большинство людей хотят многоного достигнуть, ничего для этого не делая. Эти люди крадут наше время и нашу энергию. Для того чтобы вам не потерять таким образом свое время и энергию, следует использовать простой метод для распознавания подобных людей.

Если кто-то хочет что-либо иметь, то он должен показать, что готов что-либо для этого сделать

Дайте члену структуры, который, как вы полагаете, может достичнуть успеха, книгу и другие материалы «ВИВАСАН». Скажите ему: «Почитайте литературу, через несколько дней поговорим об этом».

Если он все прочтет — отлично! Вы можете спокойно продолжать с ним работать! Если нет (отговорки, что ему помешало то-то и то-то) — значит, он еще не готов обучаться на лидера. Тот, кто не составил список из 100 человек, также не готов пока стать лидером.



Мой шестой месяц в «ВИВАСАН»



Мой шестой месяц в «ВИВАСАН»

В течение шестого месяца в «ВИВАСАН» должны быть достигнуты следующие цели:

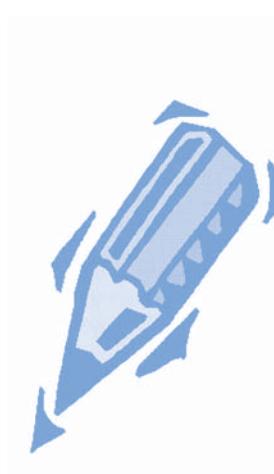
- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 1800 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в нашей книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто — оставаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 80 членов;
- есть ли в ваших первых четырех линиях представитель, который сам хочет стать лидером «ВИВАСАН»?



■ убедитесь в следующем:

- по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается, не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя данные вам рекомендации;
- следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.





Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы.
Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы оборота в размере 1 800 евро в структуре?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дублирование?
9. Есть ли в вашей структуре не менее 80 членов?
10. Есть ли в вашей структуре человек, желающий стать лидером «ВИВАСАН»?



Мой седьмой месяц в «ВИВАСАН»



Мой седьмой месяц в «ВИВАСАН»

В течение седьмого месяца в «ВИВАСАН» должны быть достигнуты следующие цели:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 3000 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто — остаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 155 членов;
- есть ли в ваших первых четырех линиях представитель, желающий стать лидером «ВИВАСАН»?



■ убедитесь в следующем:

- по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается, не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя данные вам рекомендации;
- следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей.
Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.





Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы. Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы оборота в размере 3 000 евро в структуре?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН”», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дублирование?
9. Есть ли в вашей структуре не менее 155 членов?
10. Есть ли в вашей структуре представитель «ВИВАСАН», желающий стать лидером?

Советы

Я хочу поздравить всех, достигших на седьмом месяце своих целей. Вы на пути к успеху! Вы можете быть уверены, что если будете продолжать работать в таком же темпе, то наверняка быстро добьетесь запланированных результатов в «ВИВАСАН».

Всем тем, кто не достиг своих целей, я хотел бы посоветовать следующее.



Начните с анализа вашей структуры. Если на седьмом месяце не достигнут оборот в размере 3 000 евро, а в структуре нет минимум 155 членов, то это значит, что у вас просто мало регистраций!

Причины этого вы увидите сами, если честно ответите самому себе на поставленные вопросы.

- 1. Составили ли вы сами список из 100 человек?*
- 2. Сколько отказов вы получили за прошедшие семь месяцев?*
- 3. Регистрируете ли вы сами не менее трех новых представителей «ВИВАСАН»?*
- 4. Обновляете ли вы список клиентов и партнеров?*
- 5. Ведете ли вы активную беседу с не менее чем тремя не зарегистрированными в «ВИВАСАН» лицами?*
- 6. Сколько рекомендаций вы собрали за последние семь месяцев?*

Здесь не имеется в виду оценка или контроль вашей деятельности. Вы ответственны только перед самим собой, поэтому отвечайте на вопросы искренне. Вы сразу поймете, что причина недостаточного количества регистраций заключена в вас самих или стиле вашей работы. Но не надо сразу расстраиваться! Просто уясните, что действия, которые вы выполняли до сих пор, не приводят к желаемому успеху. Поэтому вам следует освоить иную, улучшенную стратегию. Ведь другие действия приведут к другим результатам.

Прочтайте в связи с поставленными вопросами наиболее важные места этой книги и внесите изменения в стиль вашей работы в соответствии с данными указаниями.

Для всех тех, кто не достигает уровня планируемого оборота, но имеет в структуре 155 и более членов, следующий совет:

Вы должны уделять больше внимания обучению и активизации клиентов в вашей структуре.

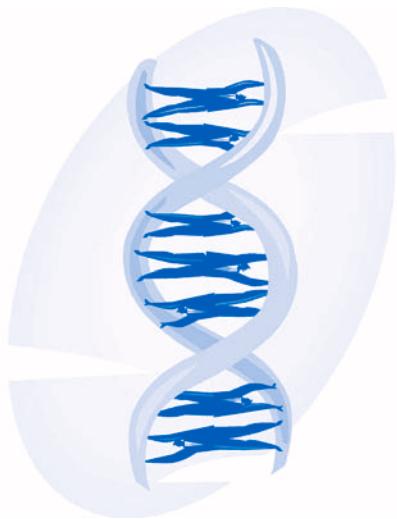
Вероятно, активность в вашей структуре слишком низкая. Причиной этого является отсутствие или недостаточность дуплицирования.

Вы спрашиваете себя, что вам необходимо делать, чтобы активизировать клиентов в вашей структуре?

Приведем примеры возможной активизации клиентов:

- ежемесячные информационные мероприятия для клиентов;
- информирование по почте;
- личный контакт с клиентами по телефону;
- персональное курирование клиентов — прежде всего клиентов, зарегистрированных вами лично.

Мой восьмой месяц в «ВИВАСАН»



Мой восьмой месяц в «ВИВАСАН»

В течение восьмого месяца в «ВИВАСАН» должны быть достигнуты следующие цели:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 6500 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто — остаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 297 членов;
- начните активное формирование и обучение лидеров «ВИВАСАН»;
- убедитесь в следующем:
 - по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается, не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя данные вам рекомендации;



- Следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.

Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы. Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы оборота в размере 6 500 евро в структуре?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН“», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дуплицирование?
9. Есть ли в вашей структуре не менее 297 членов?
10. Начали ли вы активную подготовку и обучение лидеров «ВИВАСАН»?

Советы

Вероятно, вы думаете, что невозможно достичнуть увеличения оборота с 3 000 до 6 500 тысяч евро в месяц. Можете мне поверить, это - реально! Все зависит только от того, какой процесс дуплицирования вы запустили в последние три месяца. Если день за днем вы в процессе нашего совместного 8-месячного путешествия с «ВИВАСАН» выполняли все действия, советы и рекомендации, данные в этой книге, то цели восьмого месяца вполне реальны.

Уясните себе, пожалуйста, смысл следующей фразы:

**Если вы думаете, что что-то возможно,
то вы, вероятно, правы.**

**Если вы думаете, что что-то невозможно,
то вы совершенно точно правы.**

Если через восемь месяцев вы не достигли поставленных целей, то это еще далеко не повод для прекращения работы. Самостоятельно проанализируйте, в чем заключается проблема, и разрешите ее. **Не забывайте: другие действия приносят другие результаты.** В этой книге я дал вам большое количество советов и рекомендаций. Речь идет лишь о том, чтобы с достаточной гибкостью прокладывать новые пути и отказываться от старых методов.

**Если вы идете на запад с целью увидеть восход солнца,
то вас постигнет разочарование.**

**Вы можете жаловаться кому хотите, но факт остается
фактом. Глядя на запад, вам не удастся полюбоваться
восходом солнца.**

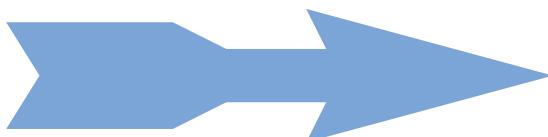


Подготовка и обучение новых лидеров

На четвертом месяце вы изучили, что такое дуплицирование. Вы поняли, что посредством обучения осуществляется передача знаний, в результате чего медленно, но уверенно осуществляется дублирование, то есть тиражирование, распространение.

Но больших оборотов удастся достигнуть, только если вы можете вырастить собственного лидера в своей структуре. Объяснить, что под этим подразумевается, совсем просто. Чем больше вы найдете людей, которые будут организовывать работу по этой книге, тем больше шанс, что в будущем вы можете ожидать стабильного и значительного дохода. Здесь хотелось бы дать вам несколько полезных указаний, как следует лучше и эффективнее организовать свою работу.

Ваша личная система обучения должна быть организована следующим образом.





1. Базовое обучение для начинающих

На этом этапе должны быть пройдены все материалы, приведенные в первом разделе данной книги («Мой первый месяц в „ВИВАСАН”»). Шаг за шагом идите в соответствии с ними. Прежде всего, тренируйтесь в ведении телефонных переговоров и организации презентаций. Страйтесь структурировать обучение как можно проще. Готовьте обучаемых к возможным отказам и возражениям. Обучайте их умению отвечать на возражения. Примеры даны в приложении. Базовое обучение проводится один раз в неделю.

2. Обучение по продукции для начинающих

Это обучение достаточно простое, поэтому уделяйте большое внимание тому, чтобы члены структуры знали продукцию досконально. Используйте различные информационные материалы «ВИВАСАН», как, например, справочник по продукции, журналы «„ВИВАСАН“ для Вас», каталоги продуктов, диски DVD или видео. Такие материалы очень хорошо помогают при изучении продукции. Следите за тем, чтобы члены структуры владели знаниями по всей продукции «ВИВАСАН».

3. Поддержка и помощь начинающим

Просто регистрировать людей и надеяться, что они достигнут успеха, не самый правильный путь к поиску и подготовке лидеров. Поддерживайте «учеников», присутствуя, по возможности, при первых телефонных переговорах (приглашении на презентацию) и первых презентациях. Помогайте начинающим! Вы уже восемь месяцев занимаетесь бизнесом. Передавайте свои знания новичкам. Таким образом, вы будете эффективно способствовать позитивному дуплицированию.



Представленные выше виды деятельности действительно необходимы, если вы хотите построить профессиональную структуру. Вопрос лишь в том, как ее сформировать, как подготовить и обучить лидера?

Еще раз прочтайте раздел «Мой пятый месяц в „ВИВАСАН“». В этом разделе описаны признаки, отличающие лидера «ВИВАСАН». Если в вашей структуре есть такой человек, сосредоточьтесь на работе с ним. Если вы ранее всегда сами проводили учебные семинары, то начинайте привлекать его в вашу систему обучения. Передайте ему функции по организации учебных мероприятий и проводите их совместно. Помогайте этому человеку, пока он не будет готов самостоятельно вести учебные мероприятия.

Все семинары должны проводиться простым способом, как описано в этой книге. Чем больше людей вы будете обучать таким образом, тем больше будет ваша структура.



Советы по обучению и продвижению лидеров «ВИВАСАН»

1. Не все люди в вашей структуре хотят быть лидерами. Не менее 80% ее членов являются клиентами. Они заинтересованы в продукции, а не в бизнесе. Поэтому не стоит ожидать тысяч восторженных претендентов, которые обязательно захотят стать лидерами «ВИВАСАН». Заботьтесь о том, чтобы со временем в первой линии вашей структуры было зарегистрировано не менее пяти хорошо обученных лидеров.
2. Вам следует контролировать прогресс в бизнес-деятельности ваших будущих лидеров. Вы можете делать это только в том случае, если знаете их цели и контролируете прогресс в деятельности отдельных представителей «ВИВАСАН» при помощи этой книги. Если ваш будущий лидер, например, на пятом месяце программы не достиг целей второго месяца, то он пока еще не готов для прохождения обучения в качестве лидера «ВИВАСАН». Поэтому не тратьте свое время, найдите другого человека, который уже сегодня готов слушать вас.
3. Не забывайте: только постоянное регистрация дает вам шанс найти действительно хороших лидеров.





Мой девятый месяц в «ВИВАСАН»



Мой девятый месяц в «ВИВАСАН»

В течение девятого месяца в «ВИВАСАН» должны быть достигнуты следующие цели:

- зарегистрируйте не менее трех человек в вашей первой линии;
- убедитесь, что оборот структуры достигает не менее 9800 евро;
- убедитесь, что каждый день вы разговариваете не менее чем с тремя людьми по поводу продукции или работы в «ВИВАСАН»;
- разъясните новым представителям «ВИВАСАН» принцип сбыта продукции в компании (как указано в книге). Выясните, кто хочет строить структуру в «ВИВАСАН» и стать лидером, а кто —остаться просто клиентом. Занесите все необходимые сведения о членах первых четырех линий вашей структуры в список клиентов и партнеров;
- проверьте, удалось ли зарегистрированным вами в прошлом месяце представителям «ВИВАСАН» также зарегистрировать не менее трех человек. Если это клиенты, не заинтересованные в формировании структуры, спросите, могут ли они кого-либо вам порекомендовать. Тем самым вы сможете расширить ваш список;
- убедитесь, что в вашей структуре не менее 480 членов;
- начните активную подготовку и обучение лидеров «ВИВАСАН»;
- убедитесь в следующем:
 - по возможности каждый представитель «ВИВАСАН» должен зарегистрировать в месяц не менее трех новых представителей. Если у него не получается — не страшно. Регистрируйте новых людей сами, используя данные вам рекомендации;



- следите за тем, чтобы все представители «ВИВАСАН», работающие в вашей структуре в качестве партнеров, руководствовались правилами, изложенными в этой книге;
- рекламируйте эту книгу в вашей структуре, обучайте по ней ваших партнеров;
- контактируйте с клиентами первых четырех линий и приглашайте их на тренинги по продукции. У нас более 150 продуктов в ассортименте, вряд ли клиенты владеют всей необходимой информацией о них.

Попытайтесь достичь указанных выше целей. Приложите усилия и сделайте все возможное для этого.

Проверка целей

Честно ответьте на поставленные ниже вопросы. Не имеет смысла обманывать себя.

1. Зарегистрировали ли вы как минимум трех человек в этом месяце?
2. Достигли ли вы оборота в размере 9 800 евро в структуре?
3. Ознакомили ли вы новых членов структуры с книгой «Программа успеха „ВИВАСАН”», разъяснили ли ее положения?
4. Заполнили ли вы список клиентов и партнеров?
5. Сколько отказов в этом месяце вы получили?
6. Сколько рекомендаций вы получили?
7. Добавили ли вы рекомендации в список из 100 человек?
8. Сделали ли вы так, чтобы в вашей структуре функционировало дуплицирование
9. Есть ли в вашей структуре не менее 480 членов?
10. Начали ли вы активное формирование и обучение лидеров «ВИВАСАН»?

Советы

Если вы действительно достигли всех целей в этом месяце, могу лишь поздравить вас от всего сердца! Вы твердо стоите на пути к тому, чтобы стать менеджером «ВИВА-САН» или занять более высокую позицию. Если вы будете работать так же и дальше, можете ожидать в будущем больших оборотов и получать соответствующие доходы, запланированные вами ранее. Важно, чтобы вы не переставали работать по системе, описанной в книге. Вы должны следить за тем, чтобы эта система распространялась (дублировалась) дальше по вашей структуре.

Всем представителям «ВИВАСАН», не достигшим своих целей за указанное время, я хочу порекомендовать следующее.

- если вам необходимо еще два или три месяца, это не страшно. Важно, чтобы вы всегда удерживали цель в своем сознании, и тогда вы ее достигнете;
- если вы думаете, что не сможете добиться результата, сделайте следующее — прежде всего, составьте список проблем, мешающих достижению цели в течение заданного промежутка времени. После этого запишите, как вы предполагаете их решить и какие действия для этого предпринять? Прочитайте в приложении список проблем и решений к ним;
- не забывайте о силе дуплицирования! Задавайте самому себе критические вопросы, как выглядит ваша структура.

ПРИЛОЖЕНИЯ



Список наиболее часто встречающихся возражений и лучших ответов на них

Типичные возражения при рекомендации продуктов или возможностей ведения бизнеса в «ВИВАСАН»	Как следует отвечать или что спрашивать?
Продукты слишком дороги.	<i>По сравнению с чем? (Очень эффективный вопрос, потому что люди говорят просто так, не думая.)</i>
Продукты хороши, но для меня слишком дороги.	<i>Я понимаю ваши сомнения и сначала тоже так считал. Но потом я подумал: здоровье — это не то, на чем можно экономить. В любом случае один день в больнице стоит гораздо дороже. Плюс расходы на врачей и медикаменты. Вы видите, что оптимальная профилактика в любом случае дешевле и безболезненнее.</i>
Продукты конкурентов дешевле.	<i>С какими продуктами конкурентов вы сравниваете наши продукты? О каких продуктах идет речь? (Если вам удастся получить точную информацию на ваш вопрос, то вы сможете сравнить содержащиеся в них активные вещества и, прежде всего, их дозировку.)</i>
По телевизору была передача, что пищевые добавки — сплошное надувательство и что они вообще не помогают.	<i>Вынужден с вами согласиться: есть фирмы, которые обманывают людей. Биологически активные добавки к пище предназначены, главным образом, для того, чтобы предотвращать появление болезней в самом начале. Разве можно внушать людям, страдающим, например, онкологическим заболеванием, что какая-то пищевая добавка способна их исцелить? БАДы — это не лекарства, это профилактика в чистом виде. Кстати, наши БАДы сертифицированы и зарегистрированы государственными органами.</i>



В сетевом маркетинге просто обманывают людей.	Конечно, в бизнесе встречаются мошенники. Это касается не только сетевого маркетинга, но и традиционных форм реализации продукции. Если один владелец обувного магазина не отличается честностью, это не означает, что другие владельцы обувных магазинов тоже мошенники. То же можно сказать и о сетевом маркетинге.
Если смотреть на вашу структуру, то она явно похожа на пирамиду.	Вы правы. Но посмотрите на организацию любого государства или фирмы. Вверху стоит директор или президент. На второй линии располагаются заместители или министры и так далее. Любая организация выстроена как пирамида.
Как я могу быть уверенным, что именно ваша компания не является именно той «финансовой пирамидой», которая обманывает людей?	Есть факты, которые можно перепроверить. Во-первых: наша компания уже 10 лет успешно работает на рынке. Я не знаю ни одной «финансовой пирамиды», сумевшей продержаться на рынке более 2-х лет. Во-вторых: по всему миру цены «ВИВАСАН» одинаковые. В-третьих: вас никто не уговаривает вкладывать большие деньги в нашу фирму. Если вы регистрируетесь в «ВИВАСАН», то у вас появляется возможность покупать продукты со скидкой 28%. От вас никто не требует, чтобы вы делали, например, какой-то оборот в месяц. Вы совершенно свободны в своих решениях.

Я не знаю, следует ли мне регистрироваться в вашей компании. Я сначала должен посоветоваться с семьей и друзьями.	Я прекрасно понимаю, что вы хотите получить совет со стороны. Какая информация необходима вам от меня, чтобы чувствовать себя увереннее?
В сетевом маркетинге невозможно заработать деньги.	Эту фразу я слышу очень часто. Не следует забывать, что в традиционном бизнесе тоже далеко не все становятся успешными. Именно в «ВИВАСАН» у людей есть шанс достичь успеха при небольших вложениях. Все зависит только от того, сколько вы действительно хотите заработать и готовы ли вы действовать соответствующим образом. Нет таких сфер бизнеса, в которых можно разбогатеть, не прилагая никаких усилий.
В фирме XY можно заработать денег гораздо быстрее.	Это очень интересно. Давайте сравним маркетинговые планы. (Большинство только говорят, но не имеют точных сведений по маркетинговым планам.)
Люди говорят, что качество продуктов фирмы XY лучше.	Кто говорит это? Насколько сравнимо качество? В чем конкретно заключается различие в качестве?
Откуда я знаю, что продукты действительно из Швейцарии?	Спасибо за вопрос. Вот, посмотрите, у меня несколько сертификатов. На каждом сертификате указан поставщик, изготовитель и получатель продуктов. Вот номер телефона сертифицирующего органа и номер сертификата. Вы можете сами убедиться в подлинности сертификата. (Внимание: разные страны — разные сертификаты. Поэтому следует различать сертификаты в зависимости от страны.)



Другие фирмы тоже говорят, что у них самая лучшая продукция.	<i>Совершенно верно. Если позволите, вопрос. С какими компаниями вы нас сравниваете?</i>
Продавать — это не для меня.	<i>Спасибо за возражение. Это тоже приходится слышать довольно часто. «ВИВАСАН» — компания, в которой вам совсем не обязательно продавать. Вы можете зарегистрироваться у нас в качестве клиента. Вы покупаете для себя столько продуктов, сколько хотите и когда хотите. Если же вы заинтересованы в возможностях ведения бизнеса, предлагаемых «ВИВАСАН», я готов рассказать вам об этом больше. Стоять на улице и пытаться продавать нашу продукцию — противоречит философии «ВИВАСАН».</i>
У меня мало знакомых, к которым я мог бы обратиться.	<i>Когда я начинал работать в «ВИВАСАН», я тоже так думал. Но у нас проводятся интересные семинары и есть хорошая литература, которая не только покажет Вам, что вы заблуждаетесь, но и существенно облегчит работу и поможет постепенно добиться успеха.</i>
Слишком много времени пройдет, пока я построю структуру и действительно начну зарабатывать деньги.	<i>Спасибо за ваше мнение. Никто не знает заранее, получится ли у вас построить большую структуру. Все зависит лично от вас. Сколько времени вы готовы тратить на новый бизнес «ВИВАСАН»? Готовы ли вы с радостью тратить на него время и силы? Готовы ли вы посещать семинары и слушать советы спонсоров и лидеров? Вот основные пункты, определяющие, насколько быстро вам удастся сформировать большую структуру.</i>

<p>Почему центральный офис «ВИВАСАН» находится не в Швейцарии?</p>	<p>«ВИВАСАН» имеет производственные предприятия в Швейцарии. Это можно легко проверить по сертификатам. «ВИВАСАН» отказывается от организации центрального офиса в Швейцарии, потому что это не является необходимостью и повлечет за собой лишние расходы. А сэкономленные средства идут в пользу наших клиентов. Продукты высокого качества и эффективности по умеренным ценам — вот девиз «ВИВАСАН». «ВИВАСАН» всегда там, где его клиенты. В любой стране, в которой мы представлены, у нас есть филиал. Таким образом, мы можем гораздо быстрее реагировать на требования рынка и пожелания клиентов.</p>
<p>А помогают ли эти продукты вообще?</p>	<p>Компания «ВИВАСАН» работает на различных рынках уже в течение 10 лет. Десятки тысяч довольных клиентов — лучшее доказательство того, что наши продукты действительно помогают (покажите журнал результатов).</p>
<p>Работает ли компания легально на рынке?</p>	<p>Этот вопрос мне задают часто, на него я могу ответить совершенно спокойно: мы получаем сертификаты на продукты только в том случае, если компания была зарегистрирована в соответствии с местными законами.</p>



Почему продукция «ВИВАСАН» не продается в аптеках?	<p>«ВИВАСАН» работает исключительно через сетевой маркетинг. Это означает, что мы не делаем никакой рекламы, у нас нет посредников. Если бы мы работали через аптеки, нам приходилось бы тратить много денег на рекламу. Мы лучше вложим наши деньги в скидки и бонусы, которые ежемесячно получают наши представители «ВИВАСАН». Вот первая причина.</p> <p>Вторая причина следующая: наши представители «ВИВАСАН» получают вознаграждение за то, что они рекомендуют наши продукты другим лицам. Поэтому нашим представителям не понравилось бы, если бы мы стали продавать продукты через аптеки. Тогда они лишились бы своего заработка с оборота.</p>
А кто сказал, что швейцарское качество соответствует самым высоким стандартам?	Давайте спросим себя: почему швейцарский шоколад известен на весь мир? Почему швейцарские продукты, как, например, часы, сыр, косметика и т. д., известны по всему миру? Все очень просто: Швейцария является одной из стран с самым высоким уровнем жизни в мире. Поэтому швейцарцы имеют самые строгие нормы и требования качества в мире, что касается производства продуктов питания, косметики, биологически активных добавок и т. д. Думаю, что не открою большой тайны, если скажу, что чистота окружающей среды в Швейцарии просто уникальна. Вот причины того, что швейцарское качество является знаковым понятием для всего мира.



СПИСОК 1000 "НЕТ"



Ответы на тест по продукции и маркетингу «ВИВАСАН» (стр. 47)

1. Это масло «Аргана». Линия продуктов из арганы включает в себя крем для рук, масло для кожи, крем для тела и бальзам для губ. Из всех растительных масел масло арганы имеет максимальное содержание витамина Е, способствующего профилактике старения кожи и уменьшающего образование морщин. Кроме того, витамин Е является сильным антиоксидантом.
2. Крем «Календула» очень эффективен для людей с сухой и чувствительной кожей. Он помогает при ранах и ожогах (ускоренное заживление и минимальное образование рубцов), а также при варикозном расширении вен, укрепляет вены и смягчает боль.
3. Все зависит от тяжести заболевания. Пациенты, у которых псориаз распространяется по всему телу, могут быть вылечены только специальной терапией. При малой или средней степени тяжести заболевания может помочь продукция «ВИВАСАН», а именно: бальзам «Сан Рокко» или крем «Вива-Актив», а также БАД «Молодость навсегда» (масло энотеры). Внимание: БАД «Молодость навсегда» нужно принимать в течение 4-х месяцев. Только после этого появляется устойчивый положительный эффект.
4. Конечно же, масло «Чайное дерево». Оно обладает очень широким спектром действия и поэтому должно быть в каждой домашней аптечке.

5. В «ВИВАСАН» есть много универсальных лечебных кремов. Но классической продукцией можно назвать крем «Можжевельник» и крем «Тимьян». Из-за их широкого спектра действия, эти кремы просто необходимо иметь в домашней аптечке.
6. При проблемах с суставами очень эффективно использование продуктов гель «Р.С.28», и БАД «Харпагин Р.С.28 плюс», в состав которых входит экстракт дьявольского когтя (мартиния душистая). Гель «Р.С.28» также содержит экстракт новозеландских мидий. Эти экстракты — первые помощники в борьбе за здоровье суставов: они уменьшают опухоли, повышают подвижность суставов. Комплексное использование этих препаратов рекомендуется людям с артритами, ревматизмом, остеопорозом и другими болезнями суставов. Курс терапии — не менее 4-х месяцев. Только тогда можно достичь оптимального эффекта от комплексного лечения изнутри и снаружи. При износе суставного хряща великолепный эффект дает препарат «Глюкохон», имеющий в составе глюкозамин и хондроитин, способствующие восстановлению хрящевой ткани.
7. Повышенные показатели уровня холестерина и триглицеридов являются основной причиной сердечно-сосудистых заболеваний. Повышение этих показателей может быть вызвано слишком жирным несбалансированным питанием, алкоголем, курением или стрессами. Здесь рекомендуются следующие продукты «ВИВАСАН»: для профилактики каждый день — «Экстракт Артишока» (соблюдать рекомендуемую дозировку, указанную в справочнике продукции) и капсулы «Витал Плюс». Два раза в год - курсы по одному месяцу с использованием БАД «Ультра-защита печени» (расторопша в капсулах). При повышенных показателях уровня холестерина и триглицеридов следует в любом случае провести курс



в течение одного месяца с использованием БАД «Колестина». «Экстракт Артишока» и «Ультра-защита печени» существенно улучшают функцию печени. В результате появляется возможность быстрого и эффективного снижения уровня холестерина и триглицеридов. БАД «Витал Плюс» укрепляет сердце и систему кровообращения. Внимание: «Витал Плюс» имеет много других положительных свойств. Просьба еще раз прочитать справочник по продукции.

8. «Фито 40».
9. Обязательно следует рекомендовать следующие продукты «ВИВАСАН»: линия «Боди контуринг» — крема и гели, БАД «Можжевеловый сироп» и «Молочная сыворотка с персиком». После нанесения крема или геля следует обязательно массировать обработанные места массажной щеткой. Точное руководство — см. в справочнике по продукции. При работе по антицеллюлитной программе важной составной частью является выведение ядов и шлаков. Для этого лучше всего подходят продукты «ВИВАСАН» — БАД «Можжевеловый сироп» и «Молочная сыворотка с персиком». Для достижения оптимального эффекта не рекомендуется употреблять жирную пищу, сладости и алкоголь.
10. В данном случае следует порекомендовать линию «МИГЛИОРИН», а именно: шампунь и не содержащий спирта лосьон от выпадения волос и обязательно капсулы для волос и ногтей. Сочетание этих трех продуктов дает оптимальный эффект.
11. Три действия, которые обязательно должен предпринять каждый представитель «ВИВАСАН» в начале своей карьеры: определение личных целей, составление списка из 100 человек и ознакомление с продуктами «ВИВАСАН».

12. В любом случае вы должны задать вопрос о рекомендации. После этого листаете свой календарь на 6 месяцев вперед и заносите фамилию и номер телефона вашего собеседника, давшего отрицательный ответ. Таким образом, вы будете знать, что через шесть месяцев вам снова нужно позвонить этому человеку. Быть может, у него изменятся жизненные обстоятельства или будет хорошее настроение.

13. Ответ на этот вопрос основан на следующих шагах:

- проконтролируйте, составил ли член вашей структуры список из 100 человек. Если нет, продолжайте работать с ним только после составления им списка;
- вычеркивал ли член структуры каждый раз слово «нет» из приложения? Если нет, работу с ним следует продолжить только после того, как он сделает это;
- спросите, на сколько ответов «нет» член вашей структуры получил ответов «да». Это можно легко проверить при помощи сделанных им регистраций, которые отражены в распечатках объемных скидок. В большинстве случаев окажется, что член вашей структуры просто мало общается с людьми;
- проверьте, задает ли член вашей структуры при отказе вопрос с просьбой о рекомендации. Отмечены ли отказавшиеся люди в календаре (звонок через шесть месяцев)? Если нет, то нужно потренироваться в постановке вопроса о рекомендации и сделать необходимые записи в календаре;
- проверьте его знания по продукции. Попросите его рассказать о каком-либо продукте подробно, как будто он рекомендует его клиенту. Если в его знаниях есть проблемы — пусть их ликвидирует и еще раз изучит продукцию;



- в заключение дайте понять члену структуры, что он должен собрать 1000 ответов «нет», чтобы стать успешным.

Это совершенно нормальный процесс. Не забывайте: мы здесь для того, чтобы рекомендовать продукты. В соответствии со статистикой 80-85% членов структуры являются просто клиентами, то есть они заинтересованы только в нашей продукции. Только для 15% членов структуры «ВИВАСАН» — это еще и бизнес для обеспечения своего финансового будущего. Поэтому на семинарах следует концентрироваться на этих 15%. Если у вас в структуре 10 членов, исходите из того, что в структуре пока не зарегистрировано ни одного будущего лидера. Это означает, что наш девиз — постоянная регистрация. Не менее трех человек в месяц. Чем больше членов структуры, тем больше шанс найти в ней будущего успешного лидера.



Список клиентов

Рег. №:	ФИО	Телефоны.	E-Mail	Адрес

и партнеров



Клиент	Партнер/ лидер	Примечания	Результат первого контакта	Следующий контакт



Список проблем и их возможных решений

Моя проблема	Мои новые мысли и действия
Я не могу регистрировать людей	<p>Каждый человек может регистрировать новых людей. Все зависит от того, как вы настроены на процесс регистрации. Поэтому сначала следует задать себе такие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">■ знаете ли вы о «ВИВАСАН»?■ понятно ли вам содержание учебного материала (в частности «Мой первый месяц в „ВИВАСАН“»)? Применяете ли вы эти учебные материалы на деле?■ сколько ответов «нет» вы уже накопили? Посмотрите по списку. Если в нем отмечено менее 100 «нет», то вы просто еще не начинали работать <p>Если у вас нет мотивации для регистрации, то не стоит ставить себе больших целей.</p>
Я не умею продавать	<p>Вы не в магазине, вы даете рекомендации. Все зависит только от Вас, хотите ли вы говорить с другим человеком о «ВИВАСАН» или нет.</p>
Никто не приходит на мои семинары	<p>Не менее 80% членов структуры являются клиентами. У них нет интереса к возможностям бизнеса в «ВИВАСАН». Вероятно, именно из-за этого на ваших семинарах мало людей. Поймите: для вас важны не отсутствующие, а те, которые приходят. На них и следует концентрироваться. Если вы хотите, чтобы на семинарах было больше людей, вам надо делать больше регистраций.</p>



Люди меня не слушают	<p>А кто, собственно, говорит, что люди должны сразу начинать вас слушать, только потому, что у вас есть что сказать? Если у вас есть ощущение, что сказанное вами не воспринимается людьми, задайте себе следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">■ интересно ли людям то, что вы говорите?■ поможет ли людям то, что вы собираетесь сказать?■ верят ли люди тому, что вы говорите? (Вы сами должны быть очень уверенными в своей правоте. Если вы рассказываете членам структуры, что каждый месяц необходимо регистрировать новых членов, а сами этого не делаете, то о какой правоте может идти речь?) <p>Найдите лидера, которого, по вашему твердому мнению, люди будут слушать. Исследуйте его действия, слушайте, что и как он говорит. Изучите порядок его жизни и деятельности. И делайте то же самое, что и лидер.</p>
Люди настроены негативно по отношению к сетевому маркетингу	<p>В каждом бизнесе есть честные и менее честные фирмы. Сетевой маркетинг здесь не исключение. Важно одно: прежде чем начинающий установит первые телефонные контакты и проведет презентации, он обязательно должен пройти базовое обучение. Сначала познакомьте людей с возражениями, которые касаются нашего бизнеса. В приложении можно найти список наиболее частых возражений и оптимальных ответов на них.</p>

Моя структура состоит только из клиентов	<p><i>Да, на 80% ваша структура и должна состоять из клиентов. Вы только тогда будете иметь лидера в структуре, когда будете готовы сами регистрировать и сами проводить семинары так, как показано в этой книге. Если вы ждете, что в вашей структуре кто-то из членов самостоятельно начнет организовывать семинары и созревать до состояния лидера, вам придется долго этого ждать. Можно с большой долей уверенности сказать, что такого лидера в структуре вы не найдете.</i></p>
У меня бизнес просто не работает	<p><i>Это обычная отговорка многих дистрибуторов, не желающих работать по системе и придерживаться дисциплины. Если вы будете строго соблюдать указания, приведенные в данной книге, то бизнес будет работать.</i></p>
Мои знакомые и родственники относятся скептически к моему бизнесу	<p><i>Люди, которые не понимают нашей деятельности, зачастую скептически к ней относятся. Вы можете постараться на основе фактов переубедить их. Но в большинстве случаев это бесполезная траты времени и энергии. Гораздо лучше не говорить об этом со скептиками. Если вы станете успешным, они замолкнут сами.</i></p>



Многие из тех, кто зарегистрировался, просто бросают это дело.	<p>Да, правильно. Примерно 45% людей, которые регистрируются в вашей структуре, вскоре перестают этим заниматься. Это гораздо меньше, чем в обычном бизнесе. Если вы хотите повысить качество вашей структуры, необходимо сделать следующее:</p> <ul style="list-style-type: none">■ убедитесь, что ваши клиенты каждый месяц или как минимум каждый квартал получают сведения о нашей продукции (письма, проспекты, приглашения и пр.);■ убедитесь, что клиенты получают корректные консультации по нашей продукции, то есть вы должны сделать так, чтобы на презентациях давалась правдивая и не искаженная информация о продукции. Лучше сказать меньше, но только правду;■ позаботьтесь о том, чтобы еженедельно проводились обучения по продуктам и бизнесу, как написано в этой книге.
Некоторые люди говорят, что целей, поставленных в этой книге, достигнуть нельзя.	<p>Во-первых: если некоторые люди так говорят, то только потому, что сами не достигли своих целей. Причина ясно показана в списке проблем: в большинстве случаев эти люди даже и не начинали действовать. Более того, даже и не пытались начать! Во-вторых, не забывайте высказывание:</p> <p style="text-align: center;">Поверь в успех — и ты его наверняка добьешься!</p> <p style="text-align: center;">Поверь в неудачу — и она тебя точно постигнет!</p>

Я не могу найти лидеров	<p><i>Лидеров не находят, их формируют. Поэтому действия должны быть следующими:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>соберите лично не менее 300 ответов «нет»;</i> ■ <i>организуйте еженедельно для новичков одно базовое бизнес-обучение и одно обучение по продукции «ВИВАСАН»;</i> ■ <i>проконтролируйте цели тех, кто был на базовом обучении, в соответствии с данной книгой;</i> ■ <i>сконцентрируйтесь на первых четырех линиях структуры.</i> <p><i>Такие действия определенно помогут вам сформировать от трех до четырех лидеров в первых четырех линиях вашей структуры.</i></p>
Члены моей структуры не хотят заполнять список из 100 человек.	<p><i>А вы сами заполнили список из 100 человек? Если нет, то не удивляйтесь, если ваша структура этого не делает. Клиенты не станут составлять такой список — зачем? Тот, кто это сделал, показывает, что он действительно намерен зарабатывать деньги в «ВИВАСАН». Кто не заполняет список из 100 человек, тот просто не готов еще зарабатывать деньги в «ВИВАСАН».</i></p>



В моей структуре никто не проводит обучения, поэтому она не растет.	Вопрос: проводите ли вы сами обучение? Каждую неделю, как предлагается в этой книге? Если нет, не удивляйтесь, что ваша структура тоже этим не занимается. Регулировать и обучать – первоочередная задача. Если вы это делаете по системе и регулярно, как описано в данной книге, то это лишь вопрос времени, когда члены структуры начнут делать то же самое, и структура начнет расти.
Люди не работают по этой книге.	Вопрос: а вы сами работаете точно по книге? Или вы просто раздаете книгу в структуре и ожидаете, что члены структуры будут соблюдать все указания? Дублирование — вот кодовое слово. Если вы не работаете по книге, этого не будет делать и структура!
Вопрос о рекомендациях у меня не работает.	Если вы задаете вопрос о рекомендации, то не следует ожидать сразу сотни новых адресов. Конечно, есть люди, не желающие давать рекомендаций. Нет проблем! Важно, чтобы вы умели правильно задать этот вопрос. В данной книге точно описано, как его задать и как вам реагировать, если собеседник не хочет давать рекомендаций. Просто заведите привычку при каждом ответе «нет» задавать вопрос-рекомендацию.

Моя структура
растет слишком
медленно

Люди, ориентированные на успех, обычно хотят достигнуть своих целей очень быстро. Если у вас есть ощущение, что ваша структура растет слишком медленно, проанализируйте поставленные ниже вопросы.

- *растет ли ваша структура как минимум в том же темпе, какой предложен в этой книге? Если вы увеличиваете свою структуру месяц за месяцем, как указано в данной книге, то у вас достаточно терпения. Вы на правильном пути! Если же вам далеко до тех показателей, которые требуются в этой книге, поставьте перед собой следующие вопросы:*
- сколько ответов «нет» вы собрали?
- заполнили ли вы список из 100 человек?
- активно ли вы используете вопросы-рекомендации?
- сколько часов в неделю вы тратите на ВИВАСАН»?
- проводите ли вы сами обучение?
- регистрируете ли вы ежемесячно трех человек?
- знаете ли вы все продукты из ассортимента «ВИВАСАН»?

При честном ответе на поставленные выше вопросы вы сразу поймете, где вам необходимо внести улучшения.



Я не могу достичь оборотов в соответствии с этой книгой

Если вы не можете достигнуть рекомендемых ежемесячных оборотов, следует задать себе такие вопросы:

- регистрирую ли я достаточное количество людей, как указано в книге? Если нет, что я могу сделать для увеличения количества регистраций?
- регистрирую ли я лично трех человек в месяц?
- заполнил ли я сам список из 100 человек?
- заполнили ли члены моей структуры этот список?
- активно ли я просил рекомендации?
- сколько ответов «нет» мне удалось собрать?
- спрашивал ли я членов структуры, которые не готовы заполнить список из 100 человек, по поводу рекомендаций?

По этим вопросам вы сразу поймете, какие действия следует предпринимать для достижения необходимого числа регистраций. Если требуемое количество достигнуто, а оборота пока нет, следует задать такие вопросы:

- что я делаю для своих клиентов в моей структуре?
- курирую ли я постоянных клиентов ежемесячно?
- какие сведения я предоставляю моим клиентам ежемесячно?

Как мне мотивировать членов моей структуры?

Каждый раз, когда в структуре что-то функционирует не так, как мы себе представляем, мы говорим о проблемах мотивации. Это одно из самых больших заблуждений, которое может быть у будущих лидеров. Причинами отсутствия активности, или мотивации, как ее многие называют, могут быть:

- отсутствие у вас воодушевления, поскольку вы не знаете, что вам делать;
- вы работаете не по системе;
- в структуре нет знаний, поэтому нет успеха;
- в структуре нет знаний, потому что не проводится еженедельное обучение;
- клиенты не информируются и не обслуживаются, поэтому нет оборотов и успеха;
- только вы являетесь мотивационным двигателем вашей структуры, и никто иной. От вас одного зависит, будет ли в структуре мотивация.

Если вы серьезно воспримете приведенные выше высказывания и будете работать над своим поведением, то у вас не возникнет сложностей с мотивацией.



<p>Члены моей структуры жалуются, что заработка в «ВИВАСАН» слишком мал.</p>	<p>Существует большое количество аргументов, позволяющих попытаться объяснить, что это не соответствует действительности. Проще всего это можно доказать с помощью обоснованных статистических данных. Ниже приводится сравнительная таблица возможного заработка в известных компаниях сетевого маркетинга. В этой таблице вы увидите, действительно ли в «ВИВАСАН» такие незначительные заработки.</p>
<p>Нужно пройти очень длинный путь, прежде чем можно будет заработать деньги в «ВИВАСАН».</p>	<p>Говорящие так люди в большинстве случаев сами не понимают, сколько денег они хотят зарабатывать — то есть какова их финансовая цель. От оборота в один евро не следует ожидать комиссионных в размере 1 000 евро. Таких чудес не бывает в «ВИВАСАН», не бывает и в других серьезных компаниях. Именно в этой книге показана действительность. Прочитайте еще раз раздел «Моя важнейшая цель». В ней отражена реальность. Все прочее — лишь пожелания, и в нашем деле отсутствуют.</p>



Сравнение различных маркетинговых планов

Сравнение маркетинговых планов очень важно, так как, согласно статистике, 90% занятых в сетевом маркетинге рассматривают его как дополнительный заработок. Это значит, что только для 10% сетевой маркетинг является основным занятием. Сетевики-профессионалы более или менее хорошо зарабатывают везде. Поэтому не так важно то, сколько зарабатывают эти 10% профессионалов, а то, сколько могут заработать люди, для которых сетевой маркетинг – побочное занятие. Согласно немецкому «МЛМ-журналу», сетевик с приведенной ниже структурой получит неплохой дополнительный доход:

- 4 члена структуры на первой линии;
- 16 членов структуры на второй линии;
- предполагаемый оборот нетто на члена структуры = **100 у. е.**

А сколько такая структура заработает в «ВИВАСАН»? Согласно Плану маркетинга «ВИВАСАН», спонсор приведенной выше структуры получит:

объемная скидка — 174 у. е.;
стартовая премия — 16 у. е.;
групповая премия — 48 у. е.

**То есть в сумме 238 у. е.
Пересчитайте сами!!!!**



**Таблица из немецкого «МЛМ-журнала».
Сравнение заработков приведенной выше
структуры в следующих компаниях
(в зависимости от маркетинговых планов)**

Сетевая фирма	Заработка, у. е.
ACN	5.-
Amway	132.-
Avon	140.-
Forever Living Young	140.-
Herbalife	100.-
Jafra	100.-
Mary Kay	80.-
Noni International	84.-
Nikken	120.-
Neways	220.-
Nuskin	164.-
PM International	180.-
Sunrider	88.-
Nutriton for Life	164.-

