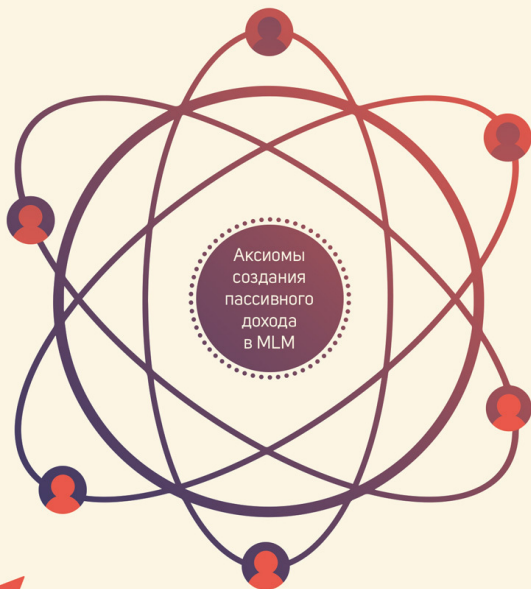


АЛЕКСЕЙ ПЛОТНИКОВ

РАЗУМНЫЙ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Теория и практика построения успешного MLM-бизнеса



Алексей Плотников
Разумный сетевой маркетинг:
Теория и практика построения
успешного MLM-бизнеса

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69738109

*Разумный сетевой маркетинг: Теория и практика построения
успешного MLM-бизнеса: Альпина ППО; Москва; 2023*

ISBN 9785206002645

Аннотация

Разумный сетевой маркетинг? Чуть! Так скажут 99 % людей, никогда не державших в руках книгу Алексея Плотникова. Однако автор взял на себя тяжелый труд по преодолению многолетних предубеждений в отношении сетевого бизнеса – бизнеса, ведению которого он посвятил последние 15 лет своей жизни.

Главное отличие сетевого бизнеса от других способов наладить сбыт состоит в том, что ваш проект – это люди, а не торговые точки. Каждый найденный и выращенный вами лидер – это ваш проект, который будет приносить дивиденды на протяжении многих лет.

Плотников находит возможность говорить о сетевом маркетинге просто и в то же время зажигательно. Но нельзя

сказать, что жанр книги – это в чистом виде *inspirational reading*. Автор обещает, что на 400 с небольшим страниц вы найдете гораздо больше, чем 60 полезных мыслей, а это обычный коэффициент полезности книги.

В бизнес надо вкладывать! Это один из важнейших постулатов любого бизнеса, MLM в том числе. Не отдав – не получишь. Таков закон вселенной. И сейчас речь идет не только о деньгах: стартовые финансовые вложения относительно невелики. В первую очередь это вложение времени и сил.

И неудивительно, что автору это удастся. Ведь он делится опытом каждого дня, самымнаболевшим, развенчивает расхожие предубеждения, отвечает на насущные вопросы. Поэтому, если вы обдумываете возможность заняться сетевым маркетингом или даже если вы всего лишь ищете нестандартные подходы в рамках более традиционного бизнеса, – эта книга будет вам полезна на 100 %!

MLM-бизнес держится на трех китах. Они и только они создают товарооборот в сети: рекрутинг, потребление и продвижение. Других способов создания товарооборота не существует, либо они не что иное, как разновидность одного из этих трех.

Зачем читать

- Научиться разбираться в человеческих типах;
- Совершенствовать свои навыки работы в MLM-бизнесе;
- Построить бизнес, который приведет к личной мечте.

Особенности

- В конце каждой главы – практические задания;

- Текст, вдохновленный опытом сетевого бизнеса в мусульманском мире;

- Впечатляющий список рекомендованной литературы.

Конечная цель работы с клиентом – превратить его в потребителя. Так иногда называют постоянных клиентов. Если ваша цель – разовая продажа, а дальше «хоть трава не расти», вы проиграли. Нужно, чтобы клиенту всё понравилось – и продукт, и сервис – и он захотел еще и еще.

Для кого

Для новичков в сфере сетевого бизнеса, для их родственников, для крупных дистрибьюторов и представителей иного подхода к бизнесу.

Содержание

От автора	10
Часть 1	15
01 Найдите достаточную причину	15
02 Разберитесь, что такое MLM-бизнес	24
03 Не вводите в заблуждение себя и других	34
Часть 2	44
04 Наставничество: люди не грибы, сами не растут	44
05 Мероприятия. Нет на событии – нет в бизнесе	54
Конец ознакомительного фрагмента.	59

Алексей Плотников

Разумный сетевой маркетинг: Теория и практика построения успешного MLM-бизнеса

Редактор *Л. Смилевска*

Руководитель проекта *А. Туровская*

Дизайн обложки *М. Гранько*

Корректоры *Н. Казакова, Е. Сербина*

Компьютерная верстка *О. Щуклин*

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

но.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

© Плотников А., 2023

© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2023

* * *

Алексей
Плотников

Разумный сетевой маркетинг

Теория и практика
построения успешного
MLM-бизнеса



От автора

Теория – это когда вы знаете всё, но ничего не работает.

Практика – это когда всё работает, но никто не знает почему.

Мы совмещаем теорию и практику – ничего не работает и никто не знает почему.

Девиз некоторых сетевиков

Приветствую вас, дорогой читатель!

Если вы держите в руках эту книгу, то, значит, имеете какое-то отношение к MLM-бизнесу.

Возможно, вы ещё зелёный новичок, пару дней назад дрожащей рукой подписавший контракт и сделавший стартовую закупку.

А может быть, вы – родственник, обеспокоенный тем, в какую такую историю вляпался ваш муж, ребёнок или ваша мама.

Не исключено, что вы уже полноценный дистрибьютор: имеете результат в MLM-бизнесе в виде нескольких партнёров и/или клиентов, но хотите выйти на другой уровень.

Или же вы лидер крупной коммерческой организации, долгое время находящейся в стагнации, и ищете способы преодоления этого «узкого горлышка».

Ну а может, вы просто сочувствующий наблюдатель.

В любом случае уверен: эта книга будет вам полезна.

Здесь я позволил себе изложить своё видение бизнеса, чтобы помочь вам сдвинуться с мёртвой точки, найти ответы на вопросы и посмотреть на привычные вещи под другим углом. Подозреваю, что с какими-то принципами вы будете не согласны, от каких-то мыслей в вас закипит возмущение, а где-то вы и вовсе измените свою точку зрения на противоположную. Это нормально. Просто постарайтесь принять это, необязательно в момент прочтения. С какими-то мыслями и идеями необходимо переспать.

Почему я решил написать эту книгу?

Ну, во-первых, на территории стран бывшего СНГ не найти хоть каких-то стоящих книг на тему MLM-бизнеса. Есть достойная англоязычная литература, но и та уже давно морально устарела. Людям из MLM-индустрии просто нечего читать, моим партнёрам в том числе.

Во-вторых, я понял, что готов и имею моральное право делиться с миром своим профессиональным опытом. Я прошёл длинный путь от нищеты и нужды до серьёзных доходов и всеобщего признания, собрал многочисленные премии, поощрения, автобонус (\$30 000) и т. д.; на деньги от бизнеса посетил 46 стран (в каких-то побывал до пяти раз), приобрёл отличную квартиру площадью более 100 м² и создал инвестиционный портфель. На сегодняшний день моя сеть насчитывает свыше 20 000 контрактов с клиентским товарооборотом в двух десятках стран. Я вырастил достойных ли-

деров, сам ездил и запускал регионы, остаюсь действующим сетевиком и работаю на всех уровнях (от новичка до лидера). В 2016 г. на мировом конкурсе систем НДО (начального дистрибьюторского обучения) я презентовал свою систему обучения, занял первое место и был отмечен премией \$20 000. Этой системой я поделюсь и с вами.

В-третьих, мне всегда хотелось создать максимально правдивый материал, каковых мало.

Сейчас будет довольно крамольная мысль. Готовы?

Ни один лидер, добившийся успеха, не скажет точно, как преуспеть. На 100 % этого не знает никто. Кто-то максимально близок к этому пониманию, а кто-то топчется в самом начале пути. Как, например, «пассажиры» из конца 1990-х и начала 2000-х гг., выросшие на хайпе, на росте рынка MLM в России, и считающие себя гуру сетевого бизнеса. При этом они совершенно оторваны от современных реалий. А мир изменился, мир ушёл вперёд, и они не знают, как работать в этой новой действительности. Это нормально, типично для определённого процента «лидеров». В современном обществе присутствует некоторое количество людей, купивших биткоин в начале 2010-х. Но ни то, ни другое не имеет ничего общего с пониманием принципов успешного построения бизнеса. Просто кому-то повезло оказаться в нужное время в нужном месте. О роли удачи в бизнесе, да и в жизни, мы ещё поговорим – этому будет посвящена отдельная глава.

Волшебных таблеток не существует. Нет никаких чудо-фраз или методик, позволяющих в одночасье добиться успеха. Но существуют принципы ведения бизнеса: соблюдая их, можно достичь результата при достаточно большом количестве повторений. Воспринимайте все приводимые в книге рекомендации как некие правила, которых следует придерживаться, как и правил дорожного движения.

Нет единственно верного способа преодолеть путь между Санкт-Петербургом и Москвой, даже если ехать по одной и той же трассе. Невозможно прописать алгоритм вроде: «На 4-й минуте 55-й секунде совершите обгон, на 8-й минуте остановитесь на светофоре». Но если вы знаете и соблюдаете ПДД, то с огромной вероятностью доедете.

О подобных принципах-правилах MLM-бизнеса и пойдёт речь в этой книге. Какие-то из них, базовые и лежащие на поверхности, я так и называю – базовые сетевые принципы (БСП). Но есть и другие – менее очевидные, но не менее важные.

Содержание книги выстроено для последовательного ознакомления с этими самыми принципами. Вы вольны читать главы в любой последовательности. Но рекомендую всё же идти по порядку, так информация будет усваиваться значительно проще.

Не люблю графоманов, льющих воду, и рассказы про «успешный успех», поэтому обещаю: КПД книги будет приближён к максимальному. Где-то я слышал, что ко-

эффицент полезности нон-фикшн-литературы проверяется по формуле $P > n \times 0,15$, где P – число полезных для вас мыслей, а n – количество страниц в издании. То есть на 400 с небольшим страниц должно приходиться не менее 60 полезных мыслей. Гарантирую, что в этой книге их будет несравнимо больше.

После каждой главы приводятся задания – рекомендую их выполнять.

Что ж, переворачивайте страницу, мы начинаем!

Часть 1

Поговорим об MLM

01 Найдите достаточную причину

*Спросил у них леший: «Вы камо грядеши?»
Владимир Высоцкий*

Позади полгода в бизнесе, и я вернулся к исходной точке: я снова один, у меня нет команды, нет оборота, нет денег и даже поесть особо не на что.

Бывало, я голодал по два-три дня, питаюсь на промоакциях, когда ездил встречаться с потенциальными партнёрами...

Примерно в это время я понял: офис и система работы, в которую я попал, не подходят мне по ценностям. Поддержки ждать неоткуда, многие друзья отвернулись, впереди неизвестность...

Наступил период отчаяния. Была середина осени: промозглая питерская погода, пасмурное небо и мелкий противный дождь.

Я брёл вдоль Обводного канала и гонял по кругу мысли: куда я иду? Зачем мне всё это нужно? Может быть, послать

всё к чертям?

Крах? Всё, уходить из бизнеса? Предать свои мечты?

Я шёл и думал, что со мной будет дальше...

С одной стороны, в высшем образовании и весомости дипломной корочки я уже разочаровался; после того как я перестроил свой мозг на бизнес-подход, мысли о наёмном труде вызывали тошноту.

С другой же – неудачи, поражения, неопределённость и общественное мнение медленно склоняли меня к негативному сценарию.

И тогда я начал вспоминать и представлять себе максимально отчётливо зарисовки из жизни – всё то, ради чего я и приходил в бизнес.

Возможность получать неограниченный пассивный доход, занимаясь при этом любимым делом.

Тратить на бизнес 5–7 дней в месяц, а в остальное время встречаться с друзьями, уделять время семье, читать, играть в компьютерные игры...

Объехать полмира, посетить города и страны, о которых читал только в книгах. Побывать на могиле Джека Лондона под Сан-Франциско, покататься на гондолах в Венеции, посидеть на краю Гранд-Каньона, оценить монументальность Эйфелевой башни, прикоснуться к Великой Китайской стене...

Всё это и было моей настоящей *достаточной причиной!* Тем, ради чего я готов был двигаться дальше, несмотря

на все трудности.

В тот день я пообещал себе идти до конца, что бы ни случилось, как бы тяжело ни было. Где-то в подсознании вертелась мысль: «За любой успех нужно платить».

Однако стоило мне принять решение состояться в бизнесе, как всё начало меняться. Нет, чуда не произошло, жизненные обстоятельства как были отвратительными, так и оставались.

Но в этот момент пришла вера в себя, в то, что я смогу преодолеть любые сложности. Я вспомнил свою *достаточную причину*, изменил восприятие ситуации, начал думать и действовать исходя из нового убеждения – «я иду до конца».

Мечта. Цель. Достаточная причина. То, что будет давать вам стимул вставать по утрам. То, что будет будоражить воображение. То, о чём вы не сможете думать без учащённого сердцебиения.

Цели – ваш личный «вечный двигатель»: его не существует в физике, но он есть в психологии. Именно из своих целей вы способны черпать неограниченное количество энергии. Помните: мы с вами от природы ленивые существа, стремимся к анабиозу, к экономии сил. В идеале нам бы лежать на диване и ничего не делать. Так вот: *мозг выделяет энергию под задачу!* Поэтому в первую очередь нужно разобраться с целями.

Часто ко мне приходят с запросом: «У меня нет целей»;

я не знаю, что делать; наставник, помоги». Это распространённое заблуждение, будто цели откуда-то должны взяться сами или будто они – дар свыше. Господа, никто с нами не рождается. **Цели нужно придумать себе самому!** Только и всего.

Поразмышляйте в тихой спокойной обстановке: чем бы вы занимались, если бы не нужно было работать ради денег? Представьте, что у вас счёт в банке, а на нём – практически неограниченная сумма, хватит вашим правнукам в десятом поколении. Всё, необходимость трудиться ради денег отпала. Чем бы вы занимались? Как бы проходил ваш день? В какой части мира вы бы жили? В каком доме? Какие ваши потенциальные увлечения уже несколько лет дожидаются своего часа? Какие страны вы хотели бы посетить? Может быть, с детьми или с родителями?

Берите ручку и пишите, пишите...

Как же писать цели, спросите вы? Я рекомендую использовать известную во всём мире технологию SMART, только в дополненном виде. Итак, какая она – правильная цель?

S (specific) – конкретная. Желанный результат должен быть определён максимально точно. Для большей конкретизации рекомендую расписывать цели на бумаге. Это лучший способ материализовать в реальном мире что-то абстрактное. Также важно формулировать цели от первого лица, чтобы крепче себя с ними ассоциировать.

M (measurable) – измеримая. Если цель невозможно из-

мерить, то и реализовать её будет сложно. Но есть и хорошая новость: практически любую цель, даже духовную, можно оценить количественно. Например, посетить Лувр и увидеть Мона Лизу – цель духовная, но поездка будет стоить денег, а их, в свою очередь, можно посчитать.

A (achievable) – достижимая. Цель должна быть реальной, такой, в которую мозг может поверить. В идеале – привязанной к финансовому плану вашей компании-партнёра, исходя из примерных доходов на определённых статусах.

R (relevant) – актуальная. Цель должна быть ваша, а не навязанная обществом, семьёй или друзьями. Цель ради цели, или формата «было бы неплохо», работать не будет. Например, сколько бы ни пропагандировали в современном обществе необходимость иметь личный автомобиль, меня это никогда не зажигало. Соответственно, если бы я включил машину в свой список, это была бы не моя цель и она не мотивировала бы меня на действия.

T (time-bound) – ограниченная во времени. Сроки достижения цели должны быть чётко прописаны.

По времени реализации цели можно условно разделить на краткосрочные (до года), среднесрочные (до 3 лет) и долгосрочные (до 10 лет и более).

Также рекомендую прописывать цели в настоящем времени и в позитивном ключе.

Пример: в декабре 2028 г. я покупаю двухэтажный дом в готическом стиле площадью 400 м² на побережье Крыма

за 80 млн руб.

(До этого вы посчитали, что к декабрю 2028 г. сможете закрыть определённый статус, построив соответствующую команду, и выйдете на доход 3,5 млн руб. в месяц. Далее: согласно золотому правилу, сформулированному Бодо Шефером, дом должен стоить не более той суммы, которую вы способны заработать за 2 года: $3,5 \text{ млн руб.} \times 12 \text{ месяцев} \times 2 \text{ года} = 84 \text{ млн руб.}$, и $84 > 80$.) Далее вы можете максимально конкретизировать цель, расписав всё в подробностях – от размера комнат до цвета занавесок.

Если вы хотите углубиться в вопрос постановки целей, рекомендую почитать книгу «Цельная жизнь» Джека Кэнфилда¹.

Может быть, у вас в голове по-прежнему вертится вопрос: «А зачем мне всё это, вся вот эта клоунада с целями? У меня два высших образования, я материалист и живу в реальном мире, а не в каких-то эфемерных грёзах...» Зачем, говорите? Да затем, что это работает, независимо от того, верите вы в это или нет!

Благодаря сетевому маркетингу у вас есть возможность самому определить свою судьбу; стать в своей семье тем, кто разорвёт цепь бедности. Прожить счастливую жизнь, полную ярких моментов, найти множество друзей в разных странах, объездить весь мир, постоянно расти как личность,

¹ Кэнфилд Д., Хьюитт Л., Хансен М. Цельная жизнь. Главные навыки для достижения ваших целей. – М.: Бомбора, 2022.

стоять на сценах перед многотысячными аудиториями и получать признание, помогать близким, заниматься благотворительностью, оставить достойное наследство потомкам...

Кто-то приходит в бизнес MLM без гроша за душой и становится финансово независимым. Кто-то же имеет деньги, но пашет 24/7 и не имеет возможности ими наслаждаться, не может найти время, чтобы побыть с семьёй.

Один мой знакомый весьма неплохо зарабатывал в предпринимательстве. Он подолгу не видел семью и понял, что нужно менять свою жизнь, когда его родная дочь спросила: «Мама, а кто этот дядя?» У кого-то есть и время, и деньги, но нет достойного развитого окружения, не с кем пообщаться. Или же не хватает признания и нет ощущения самореализации. Сетевой маркетинг может закрыть не только эти потребности, но и огромное количество других.

Я твёрдо убеждён: бизнес MLM – это лучшая возможность развиваться и зарабатывать для обычного человека, не имеющего связей или большого стартового капитала.

Если у вас дядя в аппарате президента, или папа может дать пару миллионов долларов на бизнес, или же вы уникальный и востребованный специалист в своей области, тогда разговор другой. Но в 99 % случаев это не так. И что же остаётся нам, простым смертным? Горбатиться в найме, вечно считать копейки, перебиваясь от зарплаты до зарплаты? Прозябать в тихом отчаянии и умереть в нищете?

Мы живём в такое время, когда возможностей практически нет. Не согласны? Это потому, что существует *иллюзия* возможностей, иллюзия лёгких денег. Каждый день, листая ленту соцсетей, мы натываемся на эти привлекательные лозунги – «научу зарабатывать на госзакупках», «поделюсь тайными методами трейдинга», «раскрою секреты инвестирования в криптовалюты», «покажу, как стать миллионером на маркетплейсах» и т. д.

Всегда умиляли люди, знающие, как заработать миллиарды, но при этом продающие курсы по \$100. Вам это никогда не казалось подозрительным?

Всё дело в том, что продавать методики зарабатывания денег выгоднее, чем самим их использовать. Проще говоря, вам предлагают «липу». Не верьте сладкоголосым любителям пожить за чужой счёт. Никакой успех не приходит просто так, за всё нужно платить, везде нужно трудиться. Большие деньги не падают с неба; заработать много и быстро *легальным* путём невозможно.

Что же нам остаётся? Только труд. Но можно долго и упорно трудиться на работе, а на старости лет получить нищенскую пенсию (это если доживёшь). Можно попытаться счастья в предпринимательстве (с крайне низким шансом на успех, но об этом позже). А можно упорно потрудиться несколько лет в MLM, выйти на высокий чек, создать капитал и вести бизнес в поддерживающем режиме.

Сетевой маркетинг – очень интересный и многогранный

бизнес, но преуспеть в нём непросто. Халявы не будет, придётся потрудиться. И если вас в жизни всё устраивает, если вы сидите в зоне комфорта, если у вас нет своей *достаточной причины*, то вы просто не сможете добиться успеха в MLM.

Ещё одна рекомендация: поставьте себе такие цели, которые физически невозможно реализовать, работая по найму. В противном случае мозг будет сопротивляться: иррационально тратить столько энергии на построение бизнеса для осуществления мелких целей, если их можно достичь в найме куда меньшими усилиями!

О том, что на *самом деле* представляет собой MLM-бизнес, мы поговорим в следующей главе.

Задание: написать 50 целей (и краткосрочных, и среднесрочных, и долгосрочных) из различных групп – путешествия, семья, хобби, личностный рост, бизнес, доход, здоровье.

02 Разберитесь, что такое MLM-бизнес

*Как жаль, что все, кто знают,
как управлять страной, уже работают
таксистами или парикмахерами.*

Франсуа Миттеран

Моя мама работала в Faberlic; я наблюдал, как она постоянно носилась туда-сюда с каталогами, но никакого дохода в этом деле я не видел. Именно таким было моё первое впечатление о сетевом маркетинге: беготня с сумками и брошюрами, прямые продажи, которые не ведут к большим деньгам.

Второе впечатление о MLM у меня сложилось, когда я собирал справки для военкомата, и один наш местный врач, закрыв дверь кабинета на ключ изнутри, пытался убедить меня вступить в его маленькую «секту» (MLM, как оказалось позже). Весь приём я сидел и думал, как вырваться из его лап невредимым и попасть домой. После этой встречи я был твёрдо убеждён: сетевой маркетинг похож на секту зомбанинутых; здесь надо жёстко навязываться людям и переубеждать их, что с моими принципами никак не резонировало...

А ещё где-то в чертогах моего разума крутились ассоциации, связанные с концом 1990-х гг. и злополучным «МММ»

Мавроди. Казалось, будто MLM и «МММ» – в сущности одно и то же: нечто «пирамидальное». Я же был воспитан по таким канонам, что никогда не переносил обман, несправедливость и всегда радел за правое дело.

Итак, к 22 годам я успел собрать максимальное количество стереотипов, связанных с MLM-бизнесом. Позже я узнал, что финансовые пирамиды незаконны, мошеннические схемы неэтичны и нелегальны, а сетевой бизнес не имеет с этим ничего общего. Напротив, он позволяет развиваться, честным путём зарабатывать деньги, помогая другим – кому-то со здоровьем, кому-то с финансами. Позже я убедился в том, что в сетевом маркетинге ни в коем случае нельзя навязываться, не стоит заниматься агрессивными продажами... И да, и ни о каком сходстве с сектантством и речи быть не может. Но обо всём по порядку.

В 2008 г. мне предложили заняться сетевым бизнесом. Этично, профессионально, без лжи, уговаривания и навязывания. У меня хватило ума не отказаться сразу, а поставить под сомнение собственные убеждения и разобраться. Оглядываясь назад, я понимаю: это было самое стратегически верное решение в моей жизни.

Так что же такое MLM, или, как его ещё называют, сетевой бизнес или сетевой маркетинг?

Обожаю задавать этот вопрос новичкам, приходящим ко мне на зачёт по MLM. Большинство сразу впадают в ступор. Говорят: «И так понятно». Понятно, да не всем и не

всегда. Давайте разбираться.

MLM (multi-level marketing), сетевой бизнес, сетевой маркетинг – это способ реализации товаров и услуг через дистрибьюторскую сеть (состоящую из партнёров и клиентов компании).

То есть основная задача – построить сеть, через которую будет реализовываться определённый товар, с целью получения дохода. Со временем он станет преимущественно резидуальным (пассивным).

Каждый партнёр или клиент может привлекать других таких же партнёров и клиентов, получая комиссионное вознаграждение с их покупок в соответствии с маркетинговым планом конкретной компании. Похожий принцип сегодня часто встречается в формате одноуровневого маркетинга – в виде акций «приведи друга». Каждый из вас хотя бы раз в жизни сталкивался с подобной рекламой: «приведи друга и получи \$20 на банковский счёт», «приведи друга и получи купон \$10 на следующую покупку», «приведи друга и получи 300 бонусных минут на телефон». Вся разница в том, что в MLM действует принцип многоуровневости: вы получаете бонусы, когда рекомендуете товар или услугу друзьям, а заодно получаете бонусы от друзей друзей, и получите опять, когда друзья друзей приведут друзей, – и так до бесконечности.

В повседневной жизни мы постоянно кому-то что-то рекомендуем. Представьте: вы сходили в кино и фильм вам

понравился. Вы, разумеется, рассказали о нём 10–15 своим друзьям, кто-то из них заинтересовался и пошёл в кино по вашей рекомендации. Как было бы хорошо, если бы хозяин кинотеатра позвонил вам, поблагодарил за новых клиентов и поделился прибылью! В сетевом маркетинге это возможно. Повторюсь: вы это и так уже делаете – каждый день, сами того не осознавая, даёте *рекомендации*. Только кто-то при этом ещё и зарабатывает, и вы можете стать одним из таких людей.

Как видите, нигде я не говорил, что нужно встать у прилавка на рынке или, вооружившись двумя клетчатými сумками, бежать распродавать их содержимое по соседским квартирам. Агрессивных продаж в MLM нет и быть не может.

В основе всей системы лежит принцип рекомендации: довольные клиенты привлекают клиентов. Из этого следуют сразу несколько выводов.

Во-первых, люди должны сами пользоваться продуктом, иначе они просто не смогут его рекомендовать знакомым. Рекомендация без личного потребления – это не что иное, как ложь, разрушающая отношения.

Во-вторых, продукт должен нравиться людям, иначе не возникнет искреннего желания его рекомендовать. То есть продукт должен быть достаточно высокого качества.

В-третьих, рекомендация – самая сильная реклама! Сильнее сарафанного радио нет ничего. Какие-то методы продви-

жения будут рождаться и умирать, но принцип сарафанного радио будет жить, пока живут люди. Мы намного охотнее доверимся рекомендации продукта или услуги от нашего друга или родственника, нежели рекламе по телевизору, на ютубе, таргетингу в соцсетях и прочему.

Вот почему в MLM-бизнесе практически отсутствуют затраты на прямую рекламу: она осуществляется самими людьми. Как следствие, цена на продукт ниже. Вы же понимаете, что, покупая в магазине шоколадный батончик известной фирмы за 100 руб., примерно 30–50 вы переплачиваете за то, что его вам показали по телевизору: расходы на рекламу уже включены в стоимость товара.

Как товар добирается до конечного потребителя по классической схеме? Примерно так, через цепочку посредников: производство – крупный оптовик – мелкий оптовик – реклама – доставка – наценка магазина – потребитель. Каждый накрутил «кому сколько не хватает» – от 30 до 100 %. На выходе получаем плюс 600–1000 % к себестоимости, за что платит конечный потребитель.

Схема MLM: производство – дистрибьюторская сеть (забирающая обычно 55–59 %) – потребитель. То есть намного интереснее приобретать продукт по цене в 2–2,5 раза выше себестоимости, нежели в 6–10 раз. Защита от подделок, цена ниже, все в выигрыше – и производитель, и потребитель. Win-Win.

Как же отличить здоровый сетевой маркетинг от финан-

совых пирамид?

1. В финансовых пирамидах **деньги платятся с рекрутинга**, то есть с привлечения новых adeptов. В MLM способ заработка принципиально другой: деньги платятся с товарооборота. Теоретически возможна даже такая ситуация: за месяц в сеть никто не подключился, но доход все получили, потому что произошёл товарооборот – за счёт личного потребления и рекомендаций.

2. В финансовых пирамидах **продукт либо отсутствует, либо он крайне низкого качества**. В классической пирамиде нет продукта, который имел бы реальную ценность. Обычно там идёт торговля воздухом – ничего не значащими бумажками или пустыми обещаниями. У финансовых пирамид очень много общего с финансовыми пузырями, но о них не в этой книге.

3. В финансовых пирамидах **нет движения товара**. В последнее время всё чаще появляются *замаскированные финансовые пирамиды*. В таких структурах формально присутствует продукт, что может ввести в заблуждение неискрущённого кандидата. Но этот продукт не востребован, движения по сети нет, закупок и клиентов нет, и всё сводится к тому, что оборот производится единственным способом – за счёт стартовых закупок жертв. Это влечёт за собой увеличение объёма стартовых закупок и повышение порога для входа в бизнес: \$1500, \$3000 или даже \$10 000. В бизнесе MLM же нормой считается закупка на \$200–500 – такая

по карману любому.

4. Финансовые пирамиды **нелегалыны**, в отличие от MLM-компаний. Если компания имеет государственную регистрацию, платит налоги и ведёт прозрачную деятельность – это очень хороший знак для вас.

На протяжении многих лет общественное мнение о MLM-бизнесе было крайне негативным: я много чего наслушался от знакомых и начитался всякой ереси в интернете. Тому есть две причины: общая невежественность масс в этом вопросе, а также некорректная, местами неэтичная работа дистрибьюторов.

Но время изменилось, сетевой бизнес уверенно шагнул вперёд, в эпоху профессионализма. Об MLM положительно отзываются крупные бизнесмены, успешные и уважаемые в мире люди, такие как Дональд Трамп, Роберт Кийосаки, Ричард Брэнсон, Стивен Кови, Уоррен Баффетт и другие. Всё чаще о сетевом маркетинге пишут различные авторитетные издания, включая деловой журнал *Forbes*.

Мировой оборот индустрии MLM на сегодня составляет свыше \$150 млрд в год. Годовые показатели крупнейших компаний – \$7–9 млрд. Предприниматели с самыми высокими доходами зарабатывают свыше \$1 млн в месяц! А людей с доходами от \$100 000 в месяц и вовсе неприлично много. Эта информация открыта и общедоступна, можете загуглить хоть сейчас. Вы только вдумайтесь, насколько масштабен этот бизнес. Поэтому, когда я слышу бред в духе «MLM –

это несерьёзно», хочется смеяться в голос.

У MLM несколько серьёзных преимуществ перед другими видами бизнеса, и какие-то из них мы уже вскользь упоминали:

1. В сетевом бизнесе нет пола и возраста, совершенно не важны ваше вероисповедание и цвет кожи. Важны только ваш характер, система ценностей и желание добиться успеха.

2. Нет рисков. Даже при наихудшем сценарии, где вы решили бросить бизнес на следующий день после стартовой закупки, на руках у вас останется классный качественный продукт, в который вы инвестировали символическую сумму. Хотя инвестицией это назвать сложно: вряд ли вы считаете покупку колбасы в магазине инвестицией в колбасу.

3. Можно самому выбирать, с кем работать, а с кем – нет. Меня всегда подкупало то, что я могу делать бизнес вместе с друзьями, и при этом не нужно никого тянуть или упрашивать.

4. Доход потенциально не ограничен. Ну круто же! Вы сами решаете, сколько вам зарабатывать в месяц и где ваш личный потолок. Хотя, как мы с вами выяснили, потолок всё же есть. Даже так: долларовым *миллиардером* только за счёт MLM вы точно не станете. Но с учётом того, что на международной конференции сетевиков Go Pro собирается достаточное количество спикеров, заработавших свыше \$100 млн, даже если вы заработаете в MLM 10 % от этой суммы, вы уже будете обеспеченным человеком. А если ещё и грамотно

распорядитесь деньгами, вложив часть в индексные фонды и недвижимость... Ну вы поняли.

5. Свободное время. Вы сами планируете свой график, решаете, сколько и когда отдыхать, когда уходить в отпуск. По мере роста, если вы грамотно выстроите все бизнес-процессы, количество выходных будет превышать количество рабочих дней: вы вполне можете прийти до 5–7 рабочих дней в месяц. Назовём это «условно-пассивным доходом», ибо чистого пассивного дохода не существует в природе. Даже будучи пассивным инвестором, нужно раз в год (иногда и чаще) тратить время на ребалансировку портфеля. А при инвестировании в недвижимость вы и вовсе превратитесь в активного управленца с вечной головной болью.

6. Мощная школа личностного роста. Здесь можно получить реальные навыки ведения бизнеса, освоить азы психологии и маркетинга, обучиться искусству публичных выступлений и управления финансами, прокачать умение работать в команде и раскрыть свой лидерский потенциал; обрести бесценный опыт, который пригодится во всех сферах жизни.

7. Признание. Публичные выступления, слова благодарности, аплодисменты многотысячных залов – это здорово, почётно и, конечно, приятно. *Каждый без исключения человек хочет быть значимым.*

8. Путешествия. Возможность посмотреть мир в формате как деловых, так и личных поездок. При наличии свободного

времени, денег и широкого кругозора вы откроете для себя путешествия с новой стороны.

9. Возможность передать бизнес по наследству.

Из линейных моделей бизнеса с сетевым маркетингом наиболее схожа франчайзинговая. В MLM вы приобретаете систему за символический «паушальный взнос», получаете право представлять интересы компании-производителя и делитесь с ней частью прибыли. При этом компания-производитель берёт на себя все основные организационные вопросы, а ваша задача – строить сеть для реализации продукта. Главное отличие сетевого бизнеса от других способов наладить сбыт состоит в том, что ваш проект – это люди, а не торговые точки. Каждый найденный и выращенный вами лидер – это ваш проект, который будет приносить дивиденды на протяжении многих лет.

Спустя годы моё видение цели MLM-бизнеса развилось до такого:

Найти нескольких серьёзных кандидатов и вырастить из них лидеров.

Подробнее о том, как прийти к этому, мы поговорим в последующих главах.

Задание: сформулируйте и объясните за 30 секунд, что такое сетевой маркетинг.

03 Не вводите в заблуждение себя и других

Если вас критикуют, значит, вы всё делаете правильно. Люди нападают на всякого, у кого есть мозги.

Брюс Ли

В моей сети был один яркий парень – назовём его Федей. Прошлое у Федей было довольно интересное: он пришёл в бизнес, уже имея развитые навыки управления и общения. Занимался организаторской деятельностью при Академии госслужбы, занимался предпринимательством: владел прокатом спортивного оборудования. Этот парень бодро стартовал в сетевом бизнесе, построил сеть, вышел на доход до \$1500 в месяц из MLM... И всё и дальше бы было хорошо, не будь у Федей одного авторитетного друга на десяток лет старше – друга из 90-х с понятиями 90-х. Так вот, этот друг с завидным постоянством клевал Феде мозг и убеждал, мол, «если ты полгода в бизнесе, и он не приносит тебе \$20 000 в месяц, то твой бизнес фуфло и его надо бросать». Первое время Федей ещё сопротивлялся, но в итоге сдался и бросил сетевой маркетинг, несмотря на явно ожидавшее его в MLM блестящее будущее. Позже Федей занимался много чем, попробовал порядка 15 различных проектов, от онлайн-школ

личностного роста до попытки заработать на криптовалютах, но нигде не преуспел.

Не обманывайте себя! MLM – это бизнес, в котором преуспевают лишь терпеливые. Если вы оказались здесь в погоне за лёгкими быстрыми деньгами, то вы не по адресу. Вам в хайпы, пирамиды или ещё куда-то, но точно не в сетевой маркетинг.

Не обманывайте и потенциальных кандидатов, вводя их в заблуждение завышенными доходами или заниженными сроками их получения.

«Ты только приди, квалификацию сделай, немножко совсем поработай – и будет тебе счастье! Будем капусту стричь, валяясь на Мальдивах кверху пузиком». Лежать-то вы будете, но не сразу, а после долгого упорного труда. Когда-то сможете даже работать по 5–7 дней в месяц, но только спустя какое-то время. До момента закрытия лидерской квалификации я трудился по 16–18 часов в сутки без праздников и выходных. И если вы собрались делать большой бизнес, то, вероятнее всего, вас ждёт нечто похожее. *Невозможно достичь выдающегося успеха, работая по 2 часа в день!* Так не бывает.

Не стоит приукрашивать возможные доходы – это рождает лишь недоверие. Я снимаю шляпу перед теми, кто уже в первый месяц в бизнесе смог заработать и \$700, и \$1000 – в моей сети есть такие ребята. Но это скорее ошибка выжившего, у большинства так не получится. Мой первый чек был

\$60, Карл! И это не помешало мне увеличить доход в 10 раз в течение первого года и в 100 раз в течение трёх лет.

Люди слишком переоценивают результат, который может дать сетевой бизнес через год. И слишком недооценивают то, что могут получить в этом бизнесе через 5 лет.

Рекомендую считать первое время в бизнесе подготовительным этапом – месяц–два, пока вы ходите, обучаетесь, делаете первые шаги. Не стоит корить себя, если в этот период что-то не получается: «Как же так, я уже месяц в бизнесе, а у меня ещё нет яркого результата». Вы просто испортите себе настроение, и ничего более.

Это такая своеобразная ошибка мозга: мы учимся 11 лет в школе, потом 5–6 лет в университете, и никто не гарантирует нам достойной оплаты труда по окончании учёбы. А в MLM вы приходите в новый бизнес, в новую профессию со множеством нюансов – и хотите сразу грести деньги лопатой. Ну это же бред! Отучитесь сетевому маркетингу 5 лет, и я даю вам 10 000 % гарантии, что вы будете зарабатывать. Но не в первый месяц или два. Дайте себе как минимум год, прежде чем делать хоть какие-то выводы о собственных достижениях.

Не преувеличивайте результаты применения продукта.

Я уверен, что продукт, с которым вы работаете, и так достаточно хорош, чтобы ваши друзья заинтересовались им.

Без вранья и удивительных историй, полных волшебства и розовых единорогов.

Все не преуспеют. Выживает 25 %.

MLM – бизнес для всех, но не все для этого бизнеса. Первый год переживут не более 25 %. Кто-то уйдёт из-за того, что не поддержит семья, кто-то не выдержит отказов со стороны близких друзей, кому-то не хватит терпения дойти до результата, кто-то не сможет выстроить отношения с командой. Причины будут разные, в большинстве случаев не связанные с финансами. Относитесь к этому философски: текучка есть везде. И в линейном бизнесе она ещё выше.

Путешествуя по Европе, в Латвии я познакомился с одним предпринимателем. На протяжении 25 лет он занимался выращиванием грибов шиитаке. С его слов, главным нюансом его деятельности было то, что урожай невозможно собрать в первый год. Предварительная подготовка брёвен, на которых выращивались эти самые грибы, занимала 3–5 лет. То есть первые годы нужно было просто терпеливо трудиться, ожидая дивидендов. Об этом нюансе знали все, кто начал этот бизнес в одно время с ним, все 300 человек. И что вы думаете? 80 % из них бросили это дело в первый же год. Зачем вообще было начинать?! А через 25 лет их и во все осталось двое: мой знакомый и ещё один. Это говорит о неосознанности горе-бизнесменов – к этой теме мы ещё вернёмся.

Люди будут уходить из бизнеса. Просто примите это

как факт. *Большинство ваших партнёров отвалились из бизнеса в тот момент, когда вы их подключили.*

Расскажу, как сам прошёл серьёзную проверку на старте. На момент прихода в бизнес у меня была девушка, дело шло к свадьбе. У неё была своя квартира в Питере, и мы давно жили вместе в гражданском браке. Она поставила мне ультиматум – «либо я, либо бизнес», – и главным аргументом было: «А что скажут мои родители, когда узнают, что ты начал заниматься сетевым маркетингом?» Мне было совершенно фиолетово, что подумают её родители; я пытался вразумить её, объясняя, что буду делать бизнес ради нашего с ней совместного будущего. Но мои аргументы не возымели действия, и пришлось определяться. Догадались, какой выбор я сделал?

Невозможно преуспеть, занимаясь лишь клиентами.

Про пирамиды мы уже поговорили в предыдущей главе, но есть и другая крайность – когда люди приходят в бизнес MLM за серьёзными деньгами, но занимаются только формированием клиентской сети, не воспитывая и не выращивая из партнёров лидеров. Наиболее яркий результат в моей сети по такой модели был у девушки из Пензы: она работала по найму с графиком 6/1 и умудрялась получать дополнительно до \$1000 в месяц благодаря клиентам. Но если вы хотите от бизнеса большего, то нужно искать и растить тех, кто намерен зарабатывать, а не только пользоваться продук-

том.

Вы можете выйти на доход \$500–2000 или даже больше, но ваш чек будет ограничен количеством часов в сутках. Если же ваша цель – потенциально неограниченный доход, то придётся задействовать принцип рычага, речь о котором пойдёт в 11-й главе.

Сетевой маркетинг – это халяль, а не харам.

Бизнес MLM – не только легальный и этичный способ заработка: он также абсолютно халялен. Те, кто утверждает обратное, находятся в плену распространённого заблуждения, бытующего, в частности, в моих исламских сетях, например в Узбекистане и Таджикистане. Всё дело в общей некомпетентности большинства в вопросах религии. MLM не является ростовщицеством ни в каком виде; заработок из глубины вы получаете по праву, за то, что *обучаете людей из своей сети* – как в коучинге, тренерской и преподавательской деятельности. Поэтому, услышав слово «процент», не стоит падать в обморок и биться в конвульсиях. Весь цивилизованный исламский мир давно уже разобрался в этом вопросе. Я знаю одну лидерскую семейную пару в Турции, состоявшуюся в бизнесе MLM: в прошлом они преподавали ислам в университете.

Не ждите, что вас поддержат все родственники.

Просто будьте готовы к обратному. Я не знаю ни одного человека, которого поддержала бы вся семья. Поддержал отец – значит, не поддержит мать. Поддержат родители – зна-

чит, не поддержат дети. Поддержат и те, и те – значит, бабушка или дедушка будет против. Если и тут все поддержат – значит, негатив будет лить двоюродная бабушка троюродной тёти сына маминой подруги. Все вас не поддержат никогда. По разным причинам: начиная от банального незнания или нежелания разбираться в вопросе и заканчивая чисто психологическими факторами. Например, вас могут не воспринимать как бизнесмена, ибо не видят вас в этой роли.

Не думайте, будто уже «слишком поздно» заниматься MLM-бизнесом.

Я стартовал в MLM в 2008 г., и ещё тогда меня пытались убедить: время ушло, начинать надо было раньше, теперь поздно. На тот момент в России было уже много долларовых миллионеров, начавших бизнес в конце 1990-х. Тогда было поздно, сейчас поздно и через 20 лет будет поздно. Это всё чушь, оторванная от реальности! Прелесть сетевого маркетинга в том, что начать им заниматься можно в любой момент, как и спортом, инвестированием, изучением иностранных языков или другими полезными вещами. Люди, пришедшие раньше, может, где-то и поймали волну, на хайпе взлетев вверх. Но, во-первых, таких единицы и подобный успех сродни удаче. А во-вторых, давно наступила эпоха профессионализма. И самые большие чеки зарабатывают те, кто на самом деле понимает, как всё устроено и что нужно делать; те, кто пришёл в бизнес осознанно и надолго.

По этой же причине глупо прыгать из компании в ком-

панию в надежде «стать первым» – это ничего не даст. Никакие «сливки» вы не снимете, вероятность на ажиотаже закрыть высокие квалификации и заработать шальные деньги нулевая, вы просто потратите драгоценное время жизни. Это своего рода инфантильность, толкающая людей спускать деньги в казино в надежде стать миллионерами. Или же купить новый перспективный coin «на всю котлету», намереваясь озолотиться. Пора повзрослеть и расстаться с этими заблуждениями.

В MLM-бизнесе зарабатывают профессионалы, а не те, кто пришёл раньше.

Не заблуждайтесь, что вложения не понадобятся.

В бизнес надо вкладывать! Это один из важнейших постулатов любого бизнеса, MLM в том числе. *Не отдав – не получишь.* Таков закон вселенной. И сейчас речь идёт не только о деньгах: как мы выяснили в предыдущей главе, стартовые финансовые вложения относительно невелики. В первую очередь, это вложение времени и сил. Энергии на бизнес уйдёт очень много. Работа с людьми сама по себе выматывает, и иногда вы будете уставать настолько, что не хватит сил даже разговаривать. Вместо выходных с любимой девушкой – уикенд-семинары, вместо вечера с детьми – встреча с клиентами. Эту цену придётся заплатить; всем этим придётся пожертвовать в пользу бизнеса, чтобы иметь то будущее, которое вы хотите.

Не обманывайтесь, будто наём стабильнее бизнеса.

Увы, это не так. Мнимая надёжность работы по найму может закончиться в одночасье. Я знал одну женщину – крупного чиновника в правительстве Ленинградской области: её уволили за 24 часа, когда понадобилось на её место посадить отпрыска какой-то ещё более важной шишки. Не дали даже доработать до пенсии, хотя оставалось менее двух лет. У этой истории счастливый финал: женщина разбогатела в бизнесе MLM и создала себе достойную «сетевую пенсию», в сотни раз больше государственной. Поэтому не гонитесь за стабильностью. Истинная стабильность и спокойствие есть только на кладбище.

Даже если вы решили начинать сетевой бизнес, совмещая его с наёмным трудом, у вас должен быть план, как и когда оставить работу. Рекомендую для этого выйти на доход, сопоставимый с зарплатой в найме или её превышающий. Конечно, у вас есть финансовые обязательства, и в некоторых случаях практически невозможно на 100 % с головой уйти в бизнес, бросив работу, потому что так вы просто не сможете прокормить семью. Я всё понимаю. Занимайтесь бизнесом по вечерам. Уделяйте ему столько времени, сколько можете. Но живите с мыслью, что *наём – это временно и днём вы работаете на хлеб, а вечером – на мечту*. Работа – это так, для поддержки штанов. С таким настроем у вас точно получится быстрее выйти на нужный доход из бизнеса и уволиться.

Задание: подумайте и запишите, какие ещё у вас остались заблуждения, сомнения или вопросы без ответа. Разберите их со спонсором.

Часть 2

Ощутим силу базовых сетевых принципов

04 Наставничество: люди не грибы, сами не растут

Если твои планы рассчитаны на год – сей просо, если твои планы рассчитаны на десятилетия – сажай деревья, если же твои планы рассчитаны на века – воспитывай людей.
Восточная пословица

Итак, мы с вами разобрались, что же на самом деле собой представляет MLM-бизнес и зачем он вообще нужен. Теперь перейдём к основным «столпам» – принципам, на которых держится вся модель сетевого маркетинга. Я называю их базовыми сетевыми принципами (БСП).

Принцип наставничества – это первый важнейший принцип, выгодно отличающий модель бизнеса MLM от других и дающий конверсию на порядок выше, чем в остальных моделях. В системе MLM заложен механизм честного распределения прибыли, благодаря чему успешные наставники

не только идейно, но и материально заинтересованы в передаче всех своих знаний и навыков младшим партнёрам. Ни в каком другом бизнесе успешные предприниматели не станут посвящать вас во все тонкости своего дела и не будут делиться многолетним уникальным опытом, чтобы не плодить себе же конкурентов.

Не жалейте времени на наставничество!

Если вы занимаетесь здоровым сетевым маркетингом, и делаете это профессионально, *95 % времени вы будете тратить на спонсирование и рост людей* – на работу с ними, на их развитие, помощь в решении личных вопросов, передачу навыков и выстраивание отношений.

В сетевом маркетинге очень забавно наблюдать за теми, кто либо не научился растить людей, либо не понял, что это ключевой фактор успеха. «Подписывайте суперрекрутеров», – обычно говорят такие, снимая с себя всю ответственность за происходящее. Видимо, сам дурак, раз не состоялся. Ну, о'кей, подключили лично 3–5–7 человек, а доходная ветка так и не появилась – бывает. Но если вы подключили 10–15–30 партнёров и у вас не вырос лидер, то проблема не в людях. Вместо того чтобы заниматься сетевым бизнесом, вы занимаетесь переписью населения и несёте на рынок негатив в виде очередных «MLM-абортов». Причём это в равной степени относится и к тем, кто работает офлайн, и к тем, кто работает онлайн!

Существует классическое определение такого промаха –

синдром бизнес-банкрота. Бизнес-банкрот – человек, подключающий нескольких партнёров и последующие месяц-два тратящий не на помощь этим людям, не на спонсирование и запуск в бизнес, а на поиск новых кандидатов. В итоге первые уходят из MLM разочарованные, а на смену им приходит вторая партия. Вместо того чтобы обучать их, банкрот рекрутирует третью группу; вторая партия новичков за это время уходит из бизнеса. И так до бесконечности. Какая-то разновидность мошенничества с ценными кадрами получается. В итоге доходных веток нет, серьёзного дохода нет, режим работы нон-стоп, вечная гонка. Плюс море негатива и десятки разрушенных жизней за спиной.

Эти забавные зверьки, банкроты, даже после нескольких лет в бизнесе продолжают меряться тем, «сколько я подключил партнёров в первую линию», вместо того чтобы думать, «сколько людей я научил зарабатывать по \$1000–2000–5000+ с сети», «как помочь создать сеть моим людям» и «какая дубликация у меня в пятом поколении».

Существует огромная разница между «помощью со вступлением в бизнес» и спонсированием.

Как же эффективно спонсировать людей?

Ну, во-первых, **личным примером.** В бизнесе MLM существует понятие «дубликация», подразумевающее копирование действий успешного наставника. Дубликация – это и самая большая наша сила, и самая большая слабость – смотря какой личный пример вы подаёте. Если вы бездель-

ник и лоботряс, не соблюдаете базовые принципы, не проводите встречи, не занимаетесь саморазвитием и не консультируетесь, то подаёте своим людям губительный пример. Они будут повторять ваши действия, хотите вы того или нет. Даже если говорить им одно, а делать при этом другое, долго держать их в дураках не получится. Самое позднее через полгода вас раскусят, а дальше крах: потеря доверия – потеря авторитета – потеря влияния – потеря сети.

Однако вы можете избрать и благоприятный сценарий: стать *эталон*ом для своих людей – в словах, действиях и принципах ведения бизнеса. Тем, кто подаёт позитивный пример дубликации, тем, за кем хочется идти и кем хочется гордиться. Выбор за вами.

Во-вторых, **правильно передавая навык**. Тут вам на помощь придёт слово-подсказка «**вместе**». Проще один раз показать человеку, проделать действие вместе с ним, чем 100 раз рассказывать и объяснять. Не говорить: «Иди и напиши цели», – а взять ежедневник и написать вместе несколько пунктов. Не отправлять обзванивать список, а сесть вместе и показать, как это делается.

В моей практике был случай, когда нужно было привить партнёру любовь к чтению бизнес-литературы, а если точнее – сформировать положительную привычку. Я купил две одинаковых книги, посадил партнёра напротив себя в офисе, и мы начали читать *вместе*: он свою книгу, я свою. Прочитали первую главу, обсудили, продолжили; прочитали вторую,

обсудили – и так далее. Навык был передан успешно.

Также ключевую роль играют **консультации**.

Здесь я имею в виду встречи тет-а-тет в офисе или кафе. В ходе таких бесед передаются навыки, проводятся индивидуальные тренинги, обсуждаются действия дистрибьютора, направленные на товарооборот (начиная от улучшения конверсии рекрутинга и заканчивая ведением клиентов), его внутреннее состояние и мешающие факторы, саморазвитие, внешние вопросы, требующие незамедлительной реакции, обстоятельства личной жизни, прямо или косвенно отражающиеся на бизнесе, и многое другое. В первый месяц рекомендуемая продолжительность консультаций – от часа в день, ввиду большого объёма передаваемых навыков и знаний. Постепенно время консультаций уменьшается до 20 минут в день на этапе среднего звена. Под средним звеном я подразумеваю дистрибьютора, владеющего всеми базовыми навыками и знаниями, умеющего самостоятельно запускать и спонсировать людей, а также вести группы из 10 и более новичков. На лидерском уровне остаются обязательные месячные консультации (их ещё называют месячными планёрками) плюс ситуативные консультации. В моей практике изредка возникает необходимость в 2–3 созвонах в день, но в большинстве случаев это 1–2 экстренных звонка или 1–2 переписки в месяц.

Роль консультаций трудно переоценить. В 2021 г. я создал масштабную настольную игру по бизнесу MLM. От двух

до шести игроков в кооперативном режиме одну за другой проходят миссии, попутно обучаясь азам бизнеса: прокачивают свои навыки и уникальные способности, рекрутируют, преодолевают испытания и т. д. У каждого игрока есть личная колода, и самыми сильными в ней я сделал *карты консультаций*; они универсальны и могут помочь практически в любой ситуации... Собственно, как и в бизнесе. (Подробнее об игре – в главе 43 «Геймификация в бизнесе MLM»).

Также на начальном уровне рекомендую использовать методику ежевечернего отзвона: новичок звонит наставнику на 15–20 минут, задаёт вопросы, анализирует прошедший день. Это может стать полноценной заменой ежедневной консультации, даже если вы работаете в одном регионе и постоянно видите в офисе.

Всё дело в том, что только при личном общении строятся человеческие **отношения – это клей**, связывающий членов команды. Если провести параллель со стройкой, то каждый партнёр вашей сети – это кирпичик, а отношения – цемент, скрепляющий кирпичики между собой. Как долго простоит дом из кирпичей, но без цемента? Ответ очевиден.

Стремитесь к тому, чтобы после каждой консультации с партнёром ваша связь становилась чуть крепче, чем до неё. Помните: *все хорошие отношения воспитательного характера начинаются с личных отношений*.

Обязательно выстраивайте личные отношения и с теми, у кого учитесь, и с теми, кого растите. Если нам кто-то

несимпатичен или неблизок, мы не будем учиться у него. Какие бы правильные вещи ни говорил «враг» или недоброжелатель, с которым мы в конфликте, мы никогда его не услышим и не воспримем. Так устроен наш мозг.

Если отношения не налажены, мы не в состоянии воспринимать обратную связь. А *обратная связь – ключевой элемент роста*, без неё невозможно двигаться дальше. Наставник – это тренер, а суть тренерской работы состоит как раз в обратной связи. Как вы понимаете, расти с тренером в десятки раз быстрее, чем без него, и неважно, говорим мы о спорте или о бизнесе. А значит, глупо отказываться от этого главного козыря MLM.

У меня тоже есть наставник, очень успешная бизнес-леди из Китая, со структурой свыше 3 млн контрактов. На протяжении последних 8 лет я с большим вниманием и благодарностью прислушиваюсь ко всем её рекомендациям, как мелким, так и масштабным. Например, в 2019 г. она посоветовала мне самому поехать в регион открывать новую страну. Собственно, вариантов было немного: она личным примером показала, как открываются регионы, – отправилась в Турцию и за год с нуля вывела страну на оборот \$1 000 000.

Хочу дать ещё несколько практических рекомендаций, касающихся наставничества.

1. Примите за основу концепцию:

Пункт 1. Наставник всегда прав.

Пункт 2. Если наставник не прав, смотри пункт 1.

Эта концепция сохранит вам нервы и время. В некоторых ситуациях нужно просто поверить. Все причинно-следственные связи вы поймёте в процессе развития в бизнесе, но можете, выражаясь шахматным языком, потерять темп. Если доверились наставнику один раз, заключая контракт, доверяйте и дальше; не стоит ставить под сомнение всё новое и непонятное.

2. Научитесь воспринимать критику, если хотите расти. Наставнику (спонсору) не доставляет удовольствия вас критиковать. А уж портить отношения и подавно – это просто экономически невыгодно.

3. Будьте благодарны наставнику. И не только наставнику, но и аплайну². Хотя бы за то, что дал вам жизнь в сетевом бизнесе, познакомив с этой замечательной возможностью. Тот, кто привёл меня в MLM, ничего не знал и не умел; мы стартовали в один день. Когда я подключил 5 партнёров, у него ещё не было никого, и я помогал ему с действиями начального уровня. Это не спасло ситуацию; через какое-то время он покинул проект, но я всё равно благодарен ему за своё «рождение».

Благодарите наставников, в том числе публично; слова благодарности, произнесённые в присутствии других, произ-

² В данном контексте наставник (он же спонсор) – это человек, который растит вас, а аплайн (англ. upline) – тот, кто непосредственно привёл вас в бизнес. В большинстве случаев это разные люди, если вы понимаете, о чём я. Когда я захочу упомянуть всех активных наставников в спонсорской ветке, я буду использовать термин «спонсорская ветка».

ведут гораздо более сильный эффект.

4. Всегда продавайте спонсорскую ветку, неважно где и кому: на мероприятиях, в личных беседах, параллельным веткам или своей глубине. Не продавая активного спонсора, пытаясь замкнуть структуру на себе, вы делаете себе только хуже, закладываете бомбу замедленного действия. И в критической ситуации она рванёт. В тот момент, когда вам очень потребуется помощь в работе с командой, когда необходимо будет влияние третьего лица, этим лицом может стать проданный вами наставник. Если он продан, то его выслушают с благоговением и спонсор отработает на вас. В противном случае такого эффекта не достичь. Если спонсор не продан в вашей сети, его просто не воспримут. Итог может быть плачевным: от потери скорости развития до потери бизнеса.

Есть ещё один нюанс, о котором нельзя не упомянуть: никогда «из вежливости» не продавайте неактивных или ушедших спонсоров – сами себе выроете яму. Ваши партнёры берут пример с тех, кого вы им продаёте, и если в числе последних будут неактивные, то ваши партнёры переймут их пассивность.

5. Когда вам плохо, звоните спонсору. Если на душе кошки скребут, срочно звоните наставнику. Не ждите, когда вас накроет депрессия и колебания эмоциональной синусоиды затормозят вас в бизнесе или, ещё хуже, заставят отвалиться из него (глава 25).

6. Не путайте личное с деловым. Сколь бы хороши

ни были ваши личные отношения, как бы близки вы ни были друг другу в повседневной жизни, нужно научиться переключаться. Сделать это бывает крайне тяжело, особенно если когда-то лучшие друзья оказываются в ролях «наставник – дистрибьютор». Или если и вовсе происходит смена ролей, когда ребёнок становится наставником своего родителя. Или же если наставник-мужчина критикует дистрибьютора-женщину, а та обижается и оскорбляется, потому что обычно представители противоположного пола так себя с ней не ведут. Нужно расставить личные границы и соблюдать правила игры, стараясь переключаться, когда нужно исполнять роль в бизнесе. Именно перемешивание личного и делового тянет за собой наибольшее количество конфликтных ситуаций в MLM.

Наставничество – это сложная, но в то же время интересная и необходимая часть MLM-бизнеса. Всегда помните: люди сами не растут – они же не грибы. Людей надо растить и не жалеть на это времени!

Задание: на протяжении последующего 21 вечера звоните активному спонсору, задавайте накопившиеся вопросы и проводите анализ дня.

05 Мероприятия.

Нет на событии – нет в бизнесе

Нельзя вернуться в прошлое, чтобы изменить свой старт. Но можно стартовать сегодня, чтобы изменить свой финиш.

Рой Джонс

На событиях рождаются мечты.

Ключевым фактором в моей карьере, не давшим ей оборваться в самом начале, было мероприятие. На тот момент я занимался бизнесом 3 недели, предпринимал какие-то действия, даже с энтузиазмом. Но решение *дойти до конца и вырасти в лидера* принял именно на событии. Это была международная конференция на 20 000 человек в СКК у нас в Питере. Там я увидел весь масштаб бизнеса своими глазами, услышал истории множества успешных лидеров от 18 до 80 лет, получивших денежные премии и признание. Это было поистине фееричное двухдневное событие. Я смотрел на всё это грандиозное действо, и в голове вертелась мысль: «Я ничем не хуже этих людей; я точно смогу добиться результата».

MLM-бизнес – это бизнес событий.

С годами я осознал, что вся модель построения сетевого бизнеса вертится вокруг мероприятий (событий). Пока вы

ещё новичок, ваша работа – ходить на мероприятия, посещать тренинги и расти, обучаясь. Когда вы сами становитесь наставником и у вас появляется группа, то ваша работа – водить своих людей на мероприятия. Ну а основная работа лидера – создавать условия для функционирования своей сети, организуя мероприятия. У меня есть опыт организации конференций на 7000 человек и даже отдельное обучение на эту тему.

События – ваша работа. Чем быстрее вы это осознаете, тем стремительнее будете расти.

Правильное отношение к событиям: если вас разбудить в 3 часа ночи, первое, что вы должны сделать, – продать следующее мероприятие.

Есть только две причины, по которым ты можешь отсутствовать на мероприятии:

1. Умер кто-то из твоих близких.
2. Умер ты сам.

Это не моя фраза, я услышал её на старте бизнеса от одного крутого сетевика, ставшего через несколько лет моим товарищем. Я полностью согласен с этой философией, она даёт понимание, каким в действительности должно быть отношение к мероприятиям и к бизнесу в целом; именно поэтому до достижения чека в \$2000 в месяц я не пропустил ни одного события или тренинга. Впоследствии я понял, что первый пункт можно упразднить. Ибо мёртвым мы уже ничем не поможем, да им и всё равно; мы ходим поплакать на кладби-

ще не потому, что жалеем умерших. Наши слёзы – это слёзы *жалости к себе*: мы сокрушаемся потому, что нам самим тяжело будет жить дальше без ушедших. А вот живым помочь мы ещё способны. Несколько лет назад я не поехал на похороны троюродной сестры: в тот день у меня было мероприятие, более того – я должен был выступать. И я осознанно отмёл все эгоистические мысли и остался на мероприятии, чтобы помогать живым.

Нет на мероприятии – нет в бизнесе.

Если человека нет на мероприятии, значит, он не в системе, не в команде и не может правильно расставить приоритеты со всеми вытекающими последствиями.

И отсюда следует ещё один неприятный вывод для читателей – ветеранов MLM-бизнеса. Готовы?

Ваша реальная сеть – те, кто сидят на событии.

Как бы это ни огорчало, нужно принять это и не заниматься самообманом. Если у вас на спонсировании 15 человек «команды», но на структурном собрании наставника в субботу только трое (неважно, онлайн или офлайн), то ваша реальная сеть – 3 человека, а не 15. Размер и весомость причин и отговорок не имеют значения. Имеет значение только факт присутствия.

Вопрос к вам, дорогой читатель: сколько ваших людей присутствовало на последнем мероприятии?

Рецепт прост: любой ценой сажать всех разбирающихся на обучение, доносить до них важность присутствия на со-

бытии, контролировать посещаемость и не слушать отговорки.

Серьёзные мероприятия должны быть платными.

Мы не ценим того, что досталось даром или слишком легко, – так уж устроена человеческая психика. Вы знаете примеры стереотипного отношения в обществе к лёгким деньгам – «легко пришло, легко и ушло». Или про то, что мужчины часто не ценят отношения с женщиной, если завоевали её без особых усилий. С обучением дела обстоят так же: *если за знания не заплачены деньги, информация усваивается в несколько раз хуже*. Хотя бы символическая, но цена должна быть. Это не относится к базовой учёбе на бесплатной основе, но за все серьёзные мероприятия необходимо платить.

Почему же так важно посещать мероприятия?

1. Обучение. Бесценный опыт, которым делятся старшие коллеги. Возможно, вы уже не раз бывали на обучении по одной и той же теме. Но выйдет другой спикер, скажет какую-то фразу – и именно благодаря ей у вас «провалится жетон» и бизнес сдвинется с мёртвой точки. Даже тот же самый спикер может на том же самом обучении озвучить то, чего не рассказывал раньше. Так бывает. Обязательно фиксируйте всё, что сочтёте полезным для себя, на бумаге. Поверьте, это важно. У меня дома лежат полностью исписанные толстенные тетради с разных семинаров и лидерских тренингов.

2. Рост лидеров. Возможно, вы ещё недостаточно компетентны, чтобы дать своим людям толчок для роста и запол-

нить пробелы в их видении бизнес-процессов. Но вы приводите их на обучение, где опытный спикер делает всю работу за вас, и потом пожинаете плоды.

3. **Мотивация.** Как автомобилю, чтобы ездить, нужен бензин, так и вам нужна мотивация. Вы регулярно получаете большие или маленькие порции негатива, слышите отказы, в голове прорастают зёрнышки сомнений в себе... А с нулевой мотивацией вы и действия эффективные совершать не сможете – ни встречу провести, ни с клиентом пообщаться.

Всё это лечится новой дозой мотивации. Воспринимайте события как **дозаправку**. Вы приехали и на халяву подзарядились там бензином – мотивацией, позволяющей двигаться дальше. Рекомендуемая частота дозаправки – не реже одного раза в 72 часа, а лучше чаще. Почему 72 часа? Ровно столько держится внешняя мотивация. На старте бизнеса, неуверенный в себе и с кучей страхов, я на физическом уровне ощущал, как моя мотивация падает. И сам стремился попасть на любое доступное обучение.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.