



Дорогой родитель/ опекун,

Этот информационный пакет был послан Вам потому что ваш(а) сын(дочь) проявил(а) интерес к летней программе от The Southwestern Advantage на следующее лето. Он(она) встретился(лась) с одним из участников нашей программы с предыдущих лет или с нашим послом в университетском кампусе. Наша программа началась в 1868 году и за последних 30 лет мы помогли больше, чем 75000 студентов, из 400 университетов из более, чем 60 стран. Работая в нашей летней программе обмена в США, студенты развивают характер и навыки, которые нужны им, чтобы стать успешными в жизни.

Родители предыдущих участников неоднократно заявляли, насколько они ценят какую-либо более конкретную информацию и я надеюсь, что это введение в нашу программу будет полезным для Вас. С точки зрения родителя, идея провести лето, будучи студентом летней программы, помогающей развитию навыков продажи и работы с людьми, лидерских качеств, создает массу вопросов.

Пожалуйста, обратите внимание на прикрепленную далее информацию о нашей компании- я надеюсь, что она будет полезной для Вас. Более подробная информация(на английском языке) о программе доступна здесь:

[www.southwesternadvantage.com](http://www.southwesternadvantage.com)

[www.swhighlanders.com](http://www.swhighlanders.com)

[www.southwesternadvantagereviews.com](http://www.southwesternadvantagereviews.com)

Мотивация и причины принять участие в нашей программы у каждого из студентов различные, но факт, что он(она) заинтересован(а) программой такого рода показывает целеустремленность и энтузиазм встречать испытания лицом к лицу. Работа в этой программе является очень большим испытанием. Однако, вознаграждение в качестве опыта, саморазвития, безусловно, могут отразиться на будущем студента в значительной мере.

Вам позвонит один из наших менеджеров, который уже поговорил с вашим(ей) сыном(дочерью), будучи готовым ответить на любые возникшие у Вас вопросы. Я надеюсь, это поможет Вам. Пожалуйста, также обратите внимание, что в любой момент вы можете контактировать нашу команду поддержки студентов прямо по телефону +1-615-391-2758 (США) если у Вас возникнут какие-либо дополнительные вопросы,

С уважением,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dave Kauser'.

Дэйв Каузер,  
Вице-президент компании, президент международного отдела.



## Часто задаваемые вопросы- FAQs

### Что такое The Southwestern Advantage? Чем мы занимаемся?

Компания Southwestern Advantage была образована в городе Нэшвилл, штат Теннесси в 1855 года. Мы помогаем студентам финансировать их затраты во время учебы в университете, продавая образовательную литературу и веб-сайты. За последние 25 лет около 60000 студентов из более чем 50 стран приняли участие в программе.

### Где студенты продают в течение лета?

Студенты размещены в группах от 10 до 20 человек по всей территории США. Опыт работы в непривычном и новом для студента месте является огромным плюсом в их резюме, показывая их независимость и зрелость. Финальное решение по поводу места для каждого кампуса определяется поздней весной( конец апреля-начало мая).

### Где студенты проживают в течение лета?

Координаторы Southwestern Advantage работают в течение года, чтобы найти подходящие условия проживания для каждого студента в американских семьях перед тем, как те покинут Sales School (Школу продаж). Большинство студентов делят расходы по проживанию с двумя-тремя другими студентами, в среднем 20-50\$ в неделю с человека

### Что касается безопасности?

Безопасность студента является важнейшим аспектом в Southwestern Advantage. В Sales School(Школе Продаж), студенты обучаются тому, как правильно и корректно собирать информацию о семьях и их соседях и как действовать в экстренных ситуациях. Все студенты регистрируются в органах местной власти (полиции), тем самым ставя их в известность, что они будут работать в конкретной территории в течение лета. Студенты получают от них все нужные разрешения и лицензии. Студенты находятся в непрерывном каждодневном контакте с менеджером в их территории и с офисом компании в Нэшвилле. Девушки проходят отдельный тренинг, где покрываются вопросы общей безопасности и предосторожности. Сумки с образцами Southwestern Advantage сделаны с участием рефлексивного материала, чтобы сделать студентов более видимыми вечером. Мы также рекомендуем студентам, которые собираются использовать велосипеды использовать велосипедные шлемы, велосипедные лампочки и рефлексивные жилеты для большей безопасности. Любая помощь со стороны родителей касательно данного вопроса воспримется с большой благодарностью.

### Сколько нужно заплатить, чтобы начать?

Студенты не платят за тренинг, который они получают. Все необходимые образцы, обучающие материалы студент получает бесплатно. The Southwestern Advantage также берет на себя проживание от понедельника до четверга в Sales School(школе продаж). Международные студенты, работающие в США должны иметь визу типа J-1. Как и в случае с другими работами, затраты связаны с получением виз и билетами в США и являются затратами студента. Обычно, это около 1500-2000\$. Более подробную информацию вы можете найти на сайте официального спонсора- [www.gecworkandtravel.com](http://www.gecworkandtravel.com).



### **Сколько студенты зарабатывают в среднем за лето?**

В 2017 году студенты, работающие первое лето с Southwestern Advantage зарабатывали в среднем \$2982 в месяц. Студенты работают разный промежуток времени, однако в среднем 12 недель (середина июня-середина сентября). Также студенты получают пассивный доход в течение года за проданные ими подписки на наши веб-сайты в течение летних месяцев.

### **Почему программа будет выгодной для моего ребенка?**

Совершенно вне зависимости от карьеры, которую выбирают студенты, всегда им нужно уметь продавать две вещи: себя и свои идеи. Ведя свой собственный бизнес в течение лета и генерируя прибыль в области продаж студенты выделяются из толпы. Southwestern Career Services (Карьерный центр компании) дает студентам советы по поводу их будущего резюме, помогает с подготовкой к собеседованию на работу, с рекомендательными письмами и т.д.

### **Что требуется для того, чтобы стать успешным в течение лета?**

То, чего студенты достигают в программе зависит от их усилий. Самые успешные студенты-позитивны, сосредоточены, трудолюбивы. Студентам рекомендуется проводить 30 и более презентаций продукта в день для успешного лета.



## Отзывы действующих участников, выпускников программы и их родителей:

**Тимур Сахаутдинов, Высшая Школа Экономики в Праге, Чехия.**  
(из г. Костанай, Республика Казахстан).  
В Southwestern Advantage с 2014 года



Последние четыре лета, что я провел, работая в США с Southwestern Advantage для меня были самыми сложными, важными и интересными. Участие в программе мне помогло в осознании основополагающих принципов успеха, таких как распорядок дня и дисциплина, постоянное позитивное отношение к делу, честность и, конечно же, трудолюбие. Также я очень благодарен возможности быть менеджером и помогать другим студентам достичь их целей и стать лучшей версией самих себя. Я настоятельно рекомендую эту программу каждому, кто стремится работать над собой и хочет расти как персонально, так и профессионально».

**Елизавета Сухоносова, Высшая Школа Экономики в Праге. Чехия.**  
(из г. Ставрополь, Российская Федерация)  
В Southwestern Advantage с 2017 года



Этим летом я участвовала в программе SW Advantage в США, штат Колорадо. В течение целого года до июня мы проходили тренинги, на которых прокачивали свои как soft, так и hard skills, с нами проводили индивидуальные консультации. По прилёте в США мы прошли интенсивный пятидневный тренинг в Нешвиле и разъехались по штатам. Что мы делали? Знакомились с семьями и учителями и продавали образовательную программу. Я заработала за лето больше \$18000, стала частью самого вдохновляющего и амбициозного комьюнити молодых людей, узнала на деле, что такое «дисциплина», «достижение целей», «хардворк», «schedule» итд; выиграла недельный трип в Египет в январе, и только что вернулась с конференции из Будапешта. Не спору, что это не самая простая стажировка, но для амбициозных ребят с большими планами на жизнь лучше Southwestern Advantage вряд ли есть что-то на рынке для студентов 😊

**Василий Ротарь, Академия Экономических Наук Республики Молдова.**  
(из г. Кишинев, Республика Молдова)  
В Southwestern Advantage с 2014 года



Преимущества у программы на первый взгляд было много: резюме, опыт, деньги, путешествия и т.д. в 2014 году перед моим первым летом я скептически отнёсся ко всему этому, потому что это выглядело как сказка. Но за последние 4 года моего участия я понял, что успех с неба не падает. У всего вышеперечисленного есть цена. Здесь ты получаешь ровно столько, сколько вложишь. Southwestern это не лотерея. На мой взгляд это отлично продуманная платформа для персонального саморазвития, с поддержкой менторов, которые через неё прошли сами. Ты терпишь неудачи и делаешь ошибки изо дня в день, так как сама суть работы пройти через множество отказов что дойти до заветного «Да». Не каждый готов

встретиться с этим, поэтому кто-то делает это одно лето, кто-то несколько, кто-то более десяти, а кто-то вообще отбор не проходит. Я считаю, что пока ты студент без карьеры и детей, нет лучше времени испытать на себе эти вызовы жизни на регулярной основе и по своему выбору и развить в себе выносливость и даже иммунитет, нежели чем ждать в свои 20, 30, 40 пока они случатся с тобой и застанут врасплох. Короче говоря, для кого-то это интересное и сложное лето в их жизни, для кого-то это может быть кардинальной переменой и лучшим, что с ними когда либо случалось. Я знаю, что из-за последнего я продолжаю участвовать и еду на своё 4-е лето. Если говорить о Southwestern Advantage, я с уверенностью могу сказать что это самый лучший опыт, который у меня когда-либо был.

**Никита Патраманский, Высшая Школа Экономики в Праге, Чехия.  
(Из г. Киев, Украина)**



#### **В Southwestern Advantage с 2017 года.**

Летом 2017 прошёл через своё первое лето с Southwestern Advantage. Стажировка как таковая даёт прекрасную возможность юным студентам научиться многим хорошим качествам, как самодисциплина, умение упорно работать, достижение поставленных целей и много других. Я провёл отличное лето вдали от своих родителей, оперируя своим "маленьким бизнесом" по продаже книг семьям, помогая их детям с образованием и при этом осваивая новую культуру. Жил я в прекрасной американской семье в штате Колорадо с мамой Хезер и отцом Иваном, собакой Мэвериком и котами Стюарт и Шторм, получил море удовольствия живя и общаясь с ними. По завершению лета значительно улучшил свои коммуникабельные способности. Лето, в общем, провёл потрясающее, прилетел домой с кучей позитивных историй,

которые запомнятся на всю жизнь.



#### **Тамара Сухоносова, мама Елизаветы Сухоносовой**

Все социальные сети отключены, видео звонки родителям в единственный выходной. Самодисциплина, упорство, верная мотивация, бесстрашие, вера в успех, отличное знание предмета, владение несколькими языками, коммуникабельность, и, конечно, труд, труд и еще раз труд. Это слагаемые успеха. Безусловно, чужая страна порождает кучу вопросов, и на некоторые у меня до сих пор нет ответов. Но я верю в свою дочь, уповаю на ее благоразумие, и, уверена, Лиза чувствовала мою моральную поддержку и веру в ее успех! Есть вопросы ко мне? - спрашивайте, "предупрежден, значит. вооружен" 😊

И, да. я всегда знала, что моя дочь там не одна. Что у них большая команда, что есть лидеры, которые и подскажут и помогут вплоть до бытовых вопросов. Спасибо им большое за участие и поддержку!



### **Ирина Патраманская, мама Никиты Патраманского.**



В самом начале поездки были переживания и боязнь неизвестности. Работа, на которую решился сын требовала много затрат, как физических, так и моральных. Необходимо было подготовить себя к трудностям и к тому, что не всегда сразу и быстро будет результат, которого ты ожидаешь. Так и получилось. Вначале было очень трудно. Но рядом были друзья и менеджеры, которые помогали и поддерживали, советовали, как себя правильно вести в разных ситуациях (а их было очень много). И никогда не падать духом. Иногда хотелось бросить всё, хотелось домой, может, поменять работу.... Но... Поддержка близких всегда была рядом. Постоянная связь по телефону, разговоры каждое утро перед завтраком, настрой на удачный рабочий день, что все будет отлично. Всё помогало. И действительно, всё получилось !!!! Результат достигнут. Кроме достигнутого результата и победы над самим собой, было очень много приятных моментов: новая страна, новые

друзья, необходимые навыки в общении с разными людьми, навыки коммуникации, психология, языковые навыки. В конце тяжелого лета наступило приятное удовлетворение от полученного результата. 🇷🇺🇷🇺. Я осталась очень довольна летом своего сына.

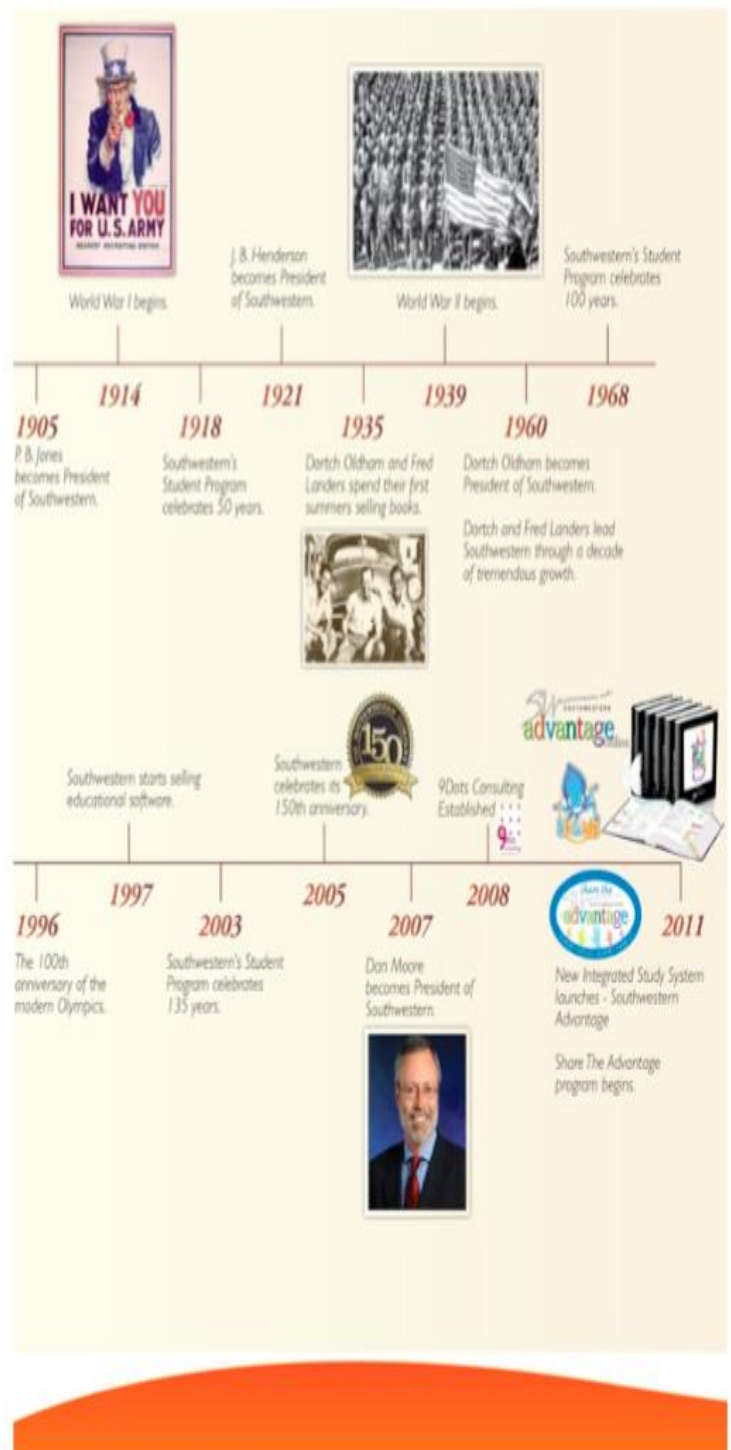
### **Максим Патраманский, Папа Никиты Патраманского**

Мои мысли: когда я узнал о предложении, мне стало интересно: как сын воспримет его и чего сможет достичь в результате. У меня не было сомнений в том, что стоит пробовать. Даже если бы ничего не получилось, это был бы полезный опыт. С другой стороны, это возможность - испытать себя, доказать самому себе...или не доказать. Я наблюдал, как Никита увлечен и уверенность в том, что он добьется поставленной цели, крепла. Хотя цифры, которые он называл, казались недостижимыми. Основное, чего опасался, это период до начала продаж. Психологически непросто убедить себя, что неделя, а то и больше, без результата не означают провал. К его чести, Никита смог преодолеть трудные периоды, когда на фоне отсутствия собственных результатов, у остальных членов команды дела шли в гору. Благодаря своей настойчивости и воле, он добился своего. Для меня это не было сюрпризом, ведь я с самого начала верил в него. Однако, конечный результат всё же был неожиданным и превзошел самые смелые прогнозы. Я же отметил, сколь результативным может быть мотивированный человек.

Больше отзывов студентов и выпускников программы Вы можете найти на наших веб-сайтах : [www.swhighlanders.com](http://www.swhighlanders.com) , [www.southwesternadvantagereviews.com](http://www.southwesternadvantagereviews.com)



# История Компании Southwestern Advantage









# Training covers safety, staying healthy — and staying motivated

Continued from 18

"Having entrepreneurial students have a lot of energy," which is why these jobs can be a good fit, says Joseph Martinez of leader group Direct Selling Association. Yet increasingly, college students are often broke, or close to it. The potential to earn an average \$25 to \$30 of a product's price can outweigh the appeal of a minimum-wage job at the college bookstore or of a summer internship at a law firm.

## Cover story

Door-to-door sales caught on in the U.S. in the early 20th century. The practice has soared in recent decades amid a decline in households with a stay-at-home member, evolving state sales rules and rising concerns about privacy. Yet technology has yet to ease the traveling salesperson's health woes: perspiration. "They can make you feel uncomfortable about saying no or good about saying yes," says Victor Frankel, a Harvard historian who wrote *Search for a Salesman: The Transformation of Selling in America*. There are the things you can't do.

How safe are these door-to-door positions for college students? The industry doesn't keep track of any related crime figures. But direct sales — especially door-to-door knocking — carry the risks involved in selling to strangers in their homes.

## Power of persuasion

Caitlyn Fogarty, 21, is one of about 3,000 college students selling Southwestern books this summer. It's a position she seems born for.

In the first four weeks of summer, Fogarty, who'll be a senior at Arizona State University in the fall, has earned more than \$15,000. That's twice what the average first-year salesperson makes the entire summer. She earned more than \$33,000 in gross profits last summer and close to \$24,000 her first year.

On a sunny 80-something-degree June day, Fogarty brushes a strand of chestnut-brown hair off her shimmering forehead. She wears a 30-pound bag over her shoulder and jogs toward a house in Mountain Brook, Ala., a wealthy suburb of Birmingham.

It's 11:40 a.m., and the early promise of the day — she made a sale at the first door she knocked on, at 7:59 a.m. — is waning. No one's home. Five doors in a row. No answer. No chance to give one of 30 daily doses of educational books that help her pay for college.

Fogarty lets out a sighing cry. "It's a great day to be a book salesman. I love my job."

As if to convince herself, she nods her head, her ponytail bouncing in rhythm. It's one of many motivating chants Fogarty will repeat during the day. They keep her hopes up as doors are shut and people cut her off without glancing at the books she says will help their kids with math, English and other subjects.

She's been awake since 6 a.m. and takes a cold shower before donning a protein-packed breakfast of sausage and biscuits at a Cracker Barrel restaurant. After breakfast, she and her roommates — also Southwestern salespeople — danced around in the parking lot, singing a ditty about bananas.

The song and dance is silly, she knows, but that's its power: It reminds her not to take herself too seriously, so she won't be discouraged by the dismissive waves and rejections inevitable in door-to-door sales.

Selling door to door brings peculiar challenges. Southwestern salespeople will be chased by dogs and yelled at by angry homeowners. Sometimes the police are called if a town restricts soliciting.

But the company, during weeklong training in Nashville, believes the students scatter across the country: warm them their biggest barrier will be a mental one: overcoming feelings of hopelessness, of self-pity.

"Without a young person sales from going out and selling books is how to deal with fear of failure," says Jerry Helbert, Southwestern's president. "That book people had to reach in life."

The privately held Nashville company has been recruiting college students to sell books door to door since 1968. Starr says his experience selling Bibles in the 1960s "was, under anything I had ever done, better or since. It really did prepare you to run a summer-long marathon."

Other Southwestern alumni, senior to politics, include Texas Gov. Rick Perry, Rep. Martha Blahars, S. Sen., and former Mississippi governor Ross Barnett. Blackman, three decades after selling Southwestern books, occasionally finds himself invoking an adage he learned way back when: "When you're in the political realm, sometimes people will treat you as if you're an inanimate object," she says. "When that happens, you say, 'I just got another one out of the way, and the next one might be a great big yes.'"

Direct sales involving Southwestern is one of the few direct-sales companies still doing traditional door-to-door sales as others have moved on selling wares on the Internet, by e-mail and through product parties.

The company says it's door business the same way for more than a century because it works. Its book sales have climbed gradually in the past five years, and made up about 15% of parent company Southwestern's Great American's \$2.48 billion total sales last year.

The industry no longer keeps separate numbers for traditional door-to-door sales. It lumps them instead in an \$18 billion category called "face-to-face selling in the home," which includes product parties and sales by appointment. Overall, in 2004, the latest year figures were available, direct sales were a \$30 billion industry, a share of retail sales.

Southwestern and other company Cutco depend almost entirely on college-age students to sell products from houses in homes. Others, such as Avon and Mary Kay, also rely heavily on students, and have boosted their college-age sales force in recent years.

But those days, when the door lady — synonymous with door-to-door sales in the '50s and '60s — comes calling, it won't necessarily be at your door. Increasingly, Avon representatives are selling cosmetics through beauty parties, the Internet and in offices, says Vicki Banfield of Avon's Mark Group.

In 2003, Avon launched the Mark cosmetics line for young women, and has recruited college students to sell its glamorous eye shadow and high-shine lip gloss. "Avon doesn't recruit students on how many Mark sales representatives it has."

For instance, John Wood — who was crowned Miss Mississippi 2004 while wearing Mark's Pink Crush lip gloss and Hollywood Pink body lotion — threw Mark makeup parties for students and puts together Mark's "You'll Sell Your Sister's Roommate at the University of Mississippi, where she's to graduate school."

Cutco representative Natascha Garris, who will be a junior this fall at the University of California at Davis, earned selling Cutco in Santa and Sonoma a year ago. She got referrals from them to other campuses.

During home-visit sessions, Garris, 20, demonstrates the sharpness of her knife sets — which sell for about \$80 to \$2,500 — by cutting through paper and leather. Cutco makes agreements with families. Whether or not they buy, she'll ask for some 10 referrals. This gives her many credibility and makes her feel safer, too. She avoids making appointments where a female adult won't be home.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.



Getting ready for the day: Arizona State University students Stacy Dawell, 20, left, Caitlyn Fogarty, 21, center, and Kathryn Belton, 19, do a motivational dance after breakfast at a Birmingham, Ala., Cracker Barrel.



Southwestern is one of the few direct-sales companies still doing traditional door-to-door sales as others have moved on selling wares on the Internet, by e-mail and through product parties.

The company says it's door business the same way for more than a century because it works. Its book sales have climbed gradually in the past five years, and made up about 15% of parent company Southwestern's Great American's \$2.48 billion total sales last year.

The industry no longer keeps separate numbers for traditional door-to-door sales. It lumps them instead in an \$18 billion category called "face-to-face selling in the home," which includes product parties and sales by appointment. Overall, in 2004, the latest year figures were available, direct sales were a \$30 billion industry, a share of retail sales.

Southwestern and other company Cutco depend almost entirely on college-age students to sell products from houses in homes. Others, such as Avon and Mary Kay, also rely heavily on students, and have boosted their college-age sales force in recent years.

But those days, when the door lady — synonymous with door-to-door sales in the '50s and '60s — comes calling, it won't necessarily be at your door. Increasingly, Avon representatives are selling cosmetics through beauty parties, the Internet and in offices, says Vicki Banfield of Avon's Mark Group.

In 2003, Avon launched the Mark cosmetics line for young women, and has recruited college students to sell its glamorous eye shadow and high-shine lip gloss. "Avon doesn't recruit students on how many Mark sales representatives it has."

For instance, John Wood — who was crowned Miss Mississippi 2004 while wearing Mark's Pink Crush lip gloss and Hollywood Pink body lotion — threw Mark makeup parties for students and puts together Mark's "You'll Sell Your Sister's Roommate at the University of Mississippi, where she's to graduate school."

Cutco representative Natascha Garris, who will be a junior this fall at the University of California at Davis, earned selling Cutco in Santa and Sonoma a year ago. She got referrals from them to other campuses.

During home-visit sessions, Garris, 20, demonstrates the sharpness of her knife sets — which sell for about \$80 to \$2,500 — by cutting through paper and leather. Cutco makes agreements with families. Whether or not they buy, she'll ask for some 10 referrals. This gives her many credibility and makes her feel safer, too. She avoids making appointments where a female adult won't be home.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

the home," which includes product parties and sales by appointment. Overall, in 2004, the latest year figures were available, direct sales were a \$30 billion industry, a share of retail sales.

Southwestern and other company Cutco depend almost entirely on college-age students to sell products from houses in homes. Others, such as Avon and Mary Kay, also rely heavily on students, and have boosted their college-age sales force in recent years.

But those days, when the door lady — synonymous with door-to-door sales in the '50s and '60s — comes calling, it won't necessarily be at your door. Increasingly, Avon representatives are selling cosmetics through beauty parties, the Internet and in offices, says Vicki Banfield of Avon's Mark Group.

In 2003, Avon launched the Mark cosmetics line for young women, and has recruited college students to sell its glamorous eye shadow and high-shine lip gloss. "Avon doesn't recruit students on how many Mark sales representatives it has."

For instance, John Wood — who was crowned Miss Mississippi 2004 while wearing Mark's Pink Crush lip gloss and Hollywood Pink body lotion — threw Mark makeup parties for students and puts together Mark's "You'll Sell Your Sister's Roommate at the University of Mississippi, where she's to graduate school."

Cutco representative Natascha Garris, who will be a junior this fall at the University of California at Davis, earned selling Cutco in Santa and Sonoma a year ago. She got referrals from them to other campuses.

During home-visit sessions, Garris, 20, demonstrates the sharpness of her knife sets — which sell for about \$80 to \$2,500 — by cutting through paper and leather. Cutco makes agreements with families. Whether or not they buy, she'll ask for some 10 referrals. This gives her many credibility and makes her feel safer, too. She avoids making appointments where a female adult won't be home.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"

In Fogarty's third summer with Southwestern, going door-to-door hasn't gotten much easier. But she's better able to stay motivated. Today, Fogarty jogs over to her gray Volkswagen Jetta and cranks down the tone-deaf stereo, studying the imposing houses in the neighborhood for signs of life: a light, an open door, a dog playing in the yard.

Her eyes scan the lawns for multicolored playthings — called "MCH" for short by some Southwestern salespeople. They mean the colorful balls. It's a sure sign they'll be getting a visit from Fogarty to demonstrate the educational books. A motivational Southwestern CD player in the background, reminding her that "the answer is always behind the next door."

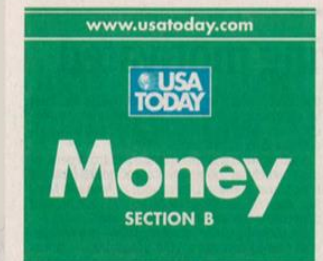
On this June day, Fogarty finishes her sales call at 6:54 p.m., nearly 14 hours after she began. She's knocked on 81 doors, demonstrated her books to 23 families — about her 30-door-a-day goal — and closed seven sales. Her legs are covered in mosquito bites, and her shoulders ache from the weight of her book bag. She's tired but satisfied that her sales improved during "gray time." Those evening hours when working parents come home and sometimes agree to host at her product.

She thanks herself the day the way it started, with a call. Maybe it's her persuasive sales pitch. Her persistence. Or maybe it's the addictive smile of a hard-working college student.

It's really hard to be good at someone who's selling and not," Fogarty says.

Southwestern, during its weeklong training in Nashville, covers safety issues, along with how to manage your own business, stay healthy — and stay motivated.

Chenier to a "yes"



Thursday, July 20, 2006



Booking: Caitlyn Fogarty, 21, jogs from door to door to keep up her momentum and adrenaline while selling books. Here, she tries her luck in Mountain Brook, Ala.



Photos by Michael A. Schwarz, USA TODAY

## College students learn from job of hard knocks

Door-to-door sales draw thousands every summer

By Kathy Chu  
USA TODAY

Long before Ken Starr took on President Bill Clinton in the Whitewater case, he served a less visible — but arguably just as stressful — role.

It was the summer of '66. Starr, a college student, was trekking door to door in the Cincinnati suburbs. He sold Bibles.



### **Главные преимущества программы:**

- ✓ Резюме
- ✓ Заработок
- ✓ Опыт
- ✓ Путешествия
- ✓ Возможность карьерного роста
- ✓ Вызов

## **10 причин, почему студенты выбирают Southwestern Advantage:**

### **1. Традиции фирмы**

Southwestern- группа компаний с долгой и славной историей и богатыми традициями. Фирма была образована в 1855 году, начала работать со студентами в 1868 году. Согласно ресурсу Collegegrad.com в 2015 году была в десятке Топ-работодателей в США (в списке так же были такие компании, как Ernst&Young, PWC, KPMG, Enterprise, Amazon или же Microsoft).

### **2. Карьера во время обучения в университете.**

Студенты получают возможность карьерного роста, профессионального роста и длительного сотрудничества с фирмой. У студента есть возможность образовать свою организацию с другими студентами, тем самым получая опыт в менеджменте и ведении людей. Вне зависимости от специальности студента, каждый работодатель ищет инициативных, дисциплинированных, стрессоустойчивых работников, способных быть командным игроком, способных работать с людьми.

### **3. Развитие связей.**

Каждое лето в программе принимает участие больше 2500 студентов со всего мира. Благодаря этому, студенты находятся в окружении молодых людей с подобными целями и мотивацией. Тем самым участники приобретают друзей и знакомых со всего света.



#### **4. Финансовая возможность**

У участников программы есть возможность заработка для покрытия их затрат в течение школьного года, путешествий и т.д. Заработок студентов зависит только от них самих и их усилий. В то же самое время, участники получают возможность вести свой бизнес.

#### **5. Рабочий и профессиональный опыт**

Для участия в программе, компания не требует предыдущего опыта в сфере продаж. Напротив, скорее дает обучаемым, трудолюбивым и целеустремленным студентам шанс приобрести полезный профессиональный опыт.

#### **6. Мультикультурная среда**

С 1986 года уже более 20 000 студентов из Европы и Южного полушария приняло участие в программе.

#### **7. Sizzler Trip**

Каждый участник имеет шанс выиграть недельные каникулы в экзотическом месте, которые оплачивает компания. За последние несколько лет наши студенты были в Мексике, Кабо Верде, Канарских островах, Марокко.

#### **8. Помощь другим**

Европейская группа студентов в последние годы жертвует в благотворительных целях около 8000 долларов в год, которые идут на помощь детям в развивающихся странах, в основном направленная на улучшение уровня образования.

#### **9. Поддержка со стороны компании.**

Southwestern поддерживает молодых студентов, которым предоставляет обучение и поддержку в течение всей программы и предоставляет все тренинги и учебные материалы бесплатно.

#### **10. Резюме и помощь в дальнейшем трудоустройстве**

Участие в программе Southwestern Advantage является большим плюсом в Резюме студентов из-за ее сложности. Так же, при необходимости, предоставляются прямые рекомендательные письма от представителей компании и содействие в составлении грамотного резюме.





## Письмо поддержки родителей.

Начиная с 1868 года, десятки тысяч студентов по всему миру из различных академических областей провели одно или несколько летних каникул, участвуя в программе «Southwestern Advantage».

Участвуя в программе, студенты учатся и совершенствуют основные жизненные навыки, такие как: самодостаточность, способность эффективной коммуникации и разрешения всевозможных жизненных препятствий.

Грядущим летом в этой программе поучаствуют студенты из более чем 400 университетов. Бывшие участники программы сегодня управляют множеством различных филиалов компании «Southwestern Advantage». Также, некоторые выпускники программы стали американскими сенаторами, гувернерами, предпринимателями, инженерами, учителями, писателями, правоведами, профессионалами в области здравоохранения.

Ваш(а) сын/дочь проявил(а) заинтересованность в этой программе. В течение пятидневного профессионального тренинга, который проходит в городе Нэшвилл, штат Теннесси, он(а) научится основам ведения своего собственного бизнеса, ориентирующегося на продажу образовательной системы (книги, приложения, веб-сайты) семьям под средством прямых продаж. В течение тренинга компания «Southwestern Advantage» обеспечивает студентов проживанием со скидкой. Также, все необходимое оборудование (образец книги, рюкзак и т.д.) предоставляется компанией бесплатно. Компания проводит тренинг абсолютно бесплатно, но каждый студент отвечает за свои затраты на дорогу и питание.

Студенты становятся частью культуры и общества США и проживают вместе со студентами одного и того же пола, участвующими в программе. Студенты получают заявки на образовательную систему от семей и собирают с каждой семьи залог. Часть залога предназначена на покрытие затрат в течение лета. Остаток залога посылается на счет студента в компанию, тем самым образуется кредит баланса. Студенты заказывают необходимую образовательную систему для каждого своего клиента от компании «Southwestern Advantage». Доставка производится самой компанией.

Компания «Southwestern Advantage» открывает для Вашего сына/Вашей дочери беспроцентный счет для заказа продуктов с целью их доставки клиентам. Любые недоставленные либо поврежденные продукты, которые находятся в руках студентов-дилеров в конце лета могут быть возвращены компании, тем самым будут приписаны на счет студента. Компания «Southwestern Advantage» создаст такой беспроцентный счет, если вы выступите гарантом на сумму 500 (пятьсот) долларов США в случае проблем со счетом по вине Вашего сына/Вашей дочери.

Программа «Southwestern Advantage» является экстремально сложной, именно поэтому мы привлекаем студентов, которые верят в себя и свои силы.

Предыдущий опыт в сфере продаж не является обязательным, но желание быть успешным, способность к обучению от более опытных коллег и желание работать являются обязательными факторами успеха.

В течение нескольких дней Вам позвонит успешный студент программы, который будет подготавливать Вашего сына/Вашу дочь перед началом программы. Вы можете задать ему любые интересующие Вас вопросы. Более подробную информацию вы можете найти на нашем веб-сайте : [www.southwesternadvantage.com](http://www.southwesternadvantage.com).



Как показывает опыт, студенты могут получить значительную поддержку от своих родителей, а участие родителей – долгая традиция в нашей компании. Этот бланк является подтверждением поддержки для Вашего сына/Вашей дочери в течение лета.

Мы благодарим Вас за Вашу поддержку и желаем Вам и Вашей семье всего наилучшего.

**Заявление поддержки родителей( Пожалуйста, заполните латиницей)**

Я (мы) родитель(и) или законные представители \_\_\_\_\_, который(ая) изъявляет желание принять участие в летней программе от компании «Southwestern Advantage». Я (мы) понимаем, что \_\_\_\_\_ планирует вести свой собственный бизнес по продаже образовательной системы в летнее время, с условием, что какие-либо непроданные продукты в пригодном состоянии могут быть возвращены компании «Southwestern Advantage» за их полную стоимость. Я (мы) ниже выражаем ему/ей свою поддержку в этом начинании и соглашаемся выступить гарантом на сумму 500(пятьсот) долларов США в случае, если он/она не выполнит финансовые обязательства перед компанией «Southwestern Advantage».

Подпись(и):.....

Имя (печатными буквами):.....

Адрес:.....

Город, индекс, страна:.....

Тел.номер (в течение дня):.....

E-mail адрес:.....

DSM:.....Менеджер студента.....

Подпись студента:.....

Дата:.....

