

НИКАКИХ СЕКРЕТОВ
ОТ ЕЛЕНА ПОЛЯНСКОЙ

Елена Полянская

**Первые
10 дней
для
ЗАПУСКА
БИЗНЕСА**

Белгород
2020

ББК 88.52 + 65.5-180
П54

Полянская Е.
П54 **Первые 10 дней для запуска бизнеса.** — Белгород, 2020. — 48 с.
ISBN 978-5-9909485-5-6.

«Первые 10 дней для запуска бизнеса» — долгожданное продолжение серии «Никаких секретов от Елены Полянской». В новой книге Елена дает эффективный и дублируемый алгоритм быстрого старта в бизнесе GreenWay: как мотивировать себя, в чем состоят основные шаги новичка, где искать ключевых людей, как работать с сайтом компании и многое другое.

ББК 88.52 + 65.5-180

ISBN 978-5-9909485-5-6

© Полянская Е., 2020

Дорогой партнер. Ты только пришел в бизнес и готов действовать. Как известно, самый тупой карандаш лучше самой острой памяти. Поэтому вооружись ручкой и тетрадкой, проштудируй книгу, все, что нашел важного для себя, выпиши и поделись этим с наставником.

ВВЕДЕНИЕ

Новички часто задают вопросы: что такое сетевой маркетинг, с чего стартовать, как не допускать ошибок?

Мир постоянно переживает экономические кризисы. Кризис — это освобождение рабочих рук и голов людей, которые вынуждены искать новые возможности заработка.

Когда рухнет мелкий и средний бизнес, мы говорим о кризисе предпринимательства, именно сетевой бизнес является единственным спасением для многих. Вот только одни выбирают его в качестве дополнительного дохода, а другие рассматривают как глобальный бизнес и становятся реально богатыми людьми.

Итак, многоуровневый маркетинг — это, в первую очередь, серьезный БИЗНЕС горизонтальной экономики, когда реальный человек устанавливает правильные контакты с другими людьми, когда выстраиваются значимые бизнес-отношения, когда человек встает на путь формирования большой команды. Для экономики любой страны — это просто спасение, поэтому сегодня в сетевом бизнесе участвуют десятки миллионов человек. Это глобальная индустрия, в которой формируется целый пласт профессионалов, зарабатывающих серьезные деньги.

Все это возможно и для вас, если действовать грамотно.

Все новички хотят правильно стартовать после регистрации в компании. В книге мы приведем АЛГОРИТМ ДЕЙСТВИЙ и сделаем акценты на самых важных местах, чтобы уберечь от ошибок.

1. АКТИВИРУЙТЕ СОГЛАШЕНИЕ

Сегодня рынок не терпит профанации, он требует профессионализма, требует движения. Сразу же попробуйте продукт и запишите

пару роликов, как он работает. У вас появятся персональные инструменты для работы.

Мне очень нравятся новички, которые приходят в бизнес со страстным желанием обучаться, меняться, быть в процессе и в системе. В таких людях я узнаю себя, любой лидер в них узнает себя — это правда. Сетевая индустрия, друзья, это индустрия развития!

☒ ЗАДАНИЕ

Каждый месяц активируйте соглашение, то есть делайте определенный по маркетинг-плану личный объем. Это хорошая лидерская позиция, показывающая пример структуре.

2. ИЗУЧИТЕ САЙТ GREENWAY

Узнать подробнее о продуктах и возможностях компании GreenWay можно на официальном сайте.

Я настаиваю на том, что в бизнесе необходим навык инициативы, понимание, что вы вошли в рынок, а не в детский сад. Я сталкиваюсь с большим количеством людей, которые приходят в региональные центры, их кто-то зарегистрировал, но они ни разу не заходили на сайт самостоятельно, не знают, как это делать, не понимают, чем отличается партнер от клиента, не умеют сделать заказ, положить в корзину, оплатить.

А ведь сайт — это информационный ресурс, удобный и полезный инструмент развития вашего бизнеса.

Поэтому в первую очередь **изучите сайт во всех подробностях**: юзабилити, дизайн, контент, тематические разделы, целевые страницы, рабочие папки.

Вместе с наставником разберитесь и несколько раз отработайте практически правильное оформление и оплату заказа. Научитесь ориентироваться на сайте как рыба в воде, тогда сможете в будущем оказывать практическую помощь уже своим новичкам.

☒ ЗАДАНИЕ

Вместе с наставником разберитесь в структуре сайта компании, отработайте на практике оформление заказа, регистрацию новичков.

3. ОПРЕДЕЛИТЕ С НАСТАВНИКОМ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ И ВЫБЕРИТЕ СВОЮ РОЛЬ

Знаете, чем интересен наш бизнес? Он настолько подкреплён системой и товаром, что деньги зарабатывает любой человек, если у него все в порядке с целями и мотивацией. Цели позволяют организовать мир вокруг, развиваться в бизнесе. Например, человек пришел бесцельно, просто что-то сделать. Он может хоть 100 встреч провести, бизнес у него не пойдет. Какую задачу перед собой поставил, для чего пришел, куда идет?

Цель — это навык, который надо правильно сформировать. Иными словами, включить намерения лидера, человека, который только пришел в компанию, но уже знает, что конкретно намерен сделать к концу года.

Ставьте цели на год, на полгода и задачи на месяц. Глупо не воспользоваться реальным шансом, ведь GreenWay — это отлаженная денежная машина, она классно и быстро едет, она проверенная, смазанная и новая. Она наращивает скорость, как ракета! Любой человек здесь зарабатывает. Пришел заработать 10 000 — заработаешь 10 000, наметил заработать 200 000 — заработаешь, запланировал 2 миллиона — 2 миллиона заработаешь! Разница лишь в том, что у тебя в голове, какую сумму планируешь, какую скорость рассчитываешь развить, что готов делать. В зависимости от этого приходит результат!

Выберите свою роль в GreenWay, определитесь, кто вы: потребитель или ключевой человек, планирующий строить бизнес, развивать сеть магазинов.

Определитесь со своим будущим. Возможны три варианта:

- Будущее, которого человек хотел бы избежать. Оно похоже на бесконечные страхи: не хотел бы быть больным, бедным, не хотел бы испортить отношения, похоронить кого-то раньше времени и т. д. Из этой точки ничего не построишь, это слабое энергетическое предложение.

● Будущее, которое никак не начнется. Когда люди, лежа на диване с бутылкой пива в руке, строят прожекты или мечтают: «С понедельника начну!» Приходит завтра, жизнь не меняется. Это перенос прошлого в будущее.

● Когда человек знает, чего он хочет, он создает картинку, которая дает энергию сегодня, заряжает тело, душу, мысли прогнозируемой реальностью. Именно это дает толчок поднять трубку и сделать первый звонок или провести первую встречу.

В любом деле главное — ЭНЕРГИЯ действия. Ее нет ни в прошлом, ни в страхах. Энергия есть только в желаемом будущем, которое детально продумано, от которого вы не можете отказаться ни по каким причинам. Тогда вас не сломают ни трудности, ни отказы.

Энергия дает движение! Как машина не поедет без бензина, так и человек ничего не сможет сделать без энергии: ни звонок сделать, ни встречу провести, ни быть убедительным, ни быть выше обстоятельств! Энергия дается для создания и созидания. Если вы не представляете, что строить и создавать, то нет и энергии.

Но если вы готовы выстроить свою жизнь в нужном ключе, обязательно проработайте свои цели.

Цели ставятся, исходя из важных моментов. GreenWay — это лишь инструмент для достижения цели, которая важна в жизни человека, ради которой он готов преодолевать препятствия. Цели ставятся только так! GreenWay — это инструмент для достижения целей, которые греют, важны, дают энергию!

Постановка цели — навык, который нужно уметь формировать не как получится, а с пониманием, куда хочешь прийти в итоге.

Тогда появится и видение — С КЕМ можно прийти к запланированному результату. И первое, что надо сделать, — это найти людей и сформировать свою команду, потому что геометрическая прогрессия в сетевом бизнесе невозможна с потребителями и продавцами. Она возможна только с людьми, у которых есть цель, которые пришли строить большой бизнес, которые реально будут партнерами.

☑ ЗАДАНИЕ

Определите с наставником ваши финансовые цели на год, на полгода и на месяц.

Идем дальше.

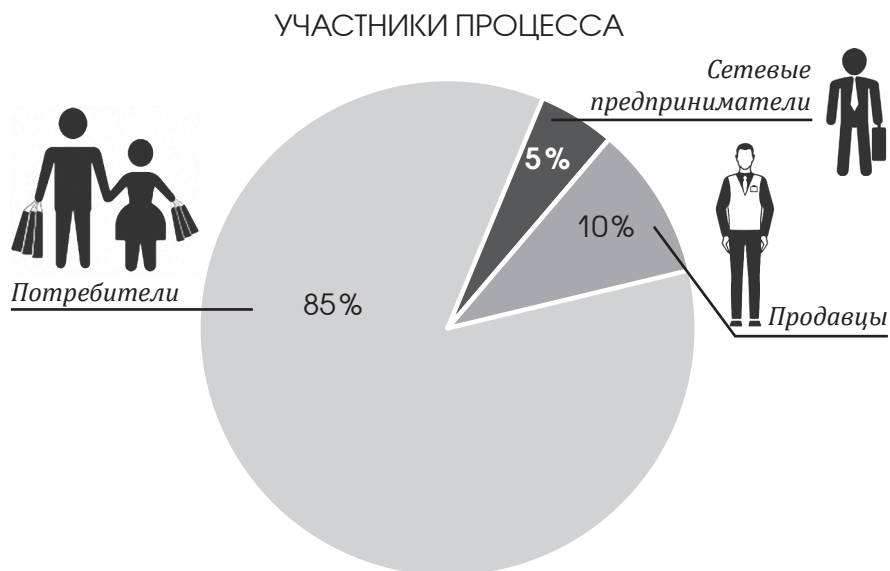
Большинство ошибок новички совершают из-за того, что не внимают в **суть сетевой индустрии**.

Остановимся на важных понятиях.

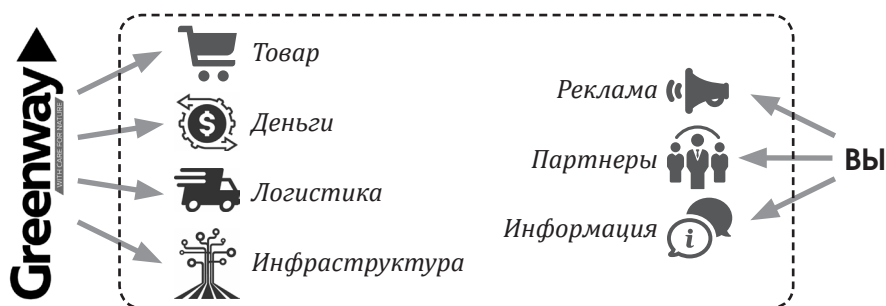
1. Участники процесса. Сетевой маркетинг происходит от слова «*сеть*», а не от слова «*продажа*» или «*потребление*» товара. Соответственно, строится разветвленная инфраструктура, которая позволяет потребителям в разных городах и странах брать товар, который представлен компанией.

Если новичок пришел в сетевой бизнес за товаром — он должен называть себя **потребителем**, его попытки построить сеть, скорее всего, не приведут к результату. Если человек продает товар — он **продавец** внутри сетевой индустрии и должен так себя позиционировать.

Сетевой же предприниматель организует систему сбыта, то есть дает информацию, в результате которой появляется либо партнер, либо клиент. И, как только появляется партнер, он погружает его в систему бизнеса и помогает ему строить бизнес. В результате



ПАРТНЕРСТВО С КОМПАНИЕЙ



создаются бизнес-отношения, создаются команды, создается сеть, и она может быть очень разветвленной. Это уже профессиональный вид деятельности.

Необходимо понимать, что человек, который хочет создать крупную инфраструктуру, большую сеть, должен к этому бизнесу подойти как профессионал, начинать наращивать знания в этой области. И не надо путать это с продажей товара или просто с потреблением, это совершенно другой вид деятельности!

Правильную картину сетевого бизнеса и его суть передают сетевые предприниматели.

2. Ресурсы. Сетевой бизнес — это бизнес объединения ресурсов. GreenWay для нас в первую очередь — официальный **ресурсный партнер**, который помогает нам идеей, товаром, деньгами, инфраструктурой. Маркетологи компании разрабатывают товарное направление, ищут вирусные или запатентованные продукты либо товары с большой емкостью рынка. Другими словами, они предоставляют **продаваемый товар**. Кроме того, они же разрабатывают маркетинговые стратегии по продвижению этого товара. Таким образом, все, что должен был бы делать линейный предприниматель, нам предоставляет наш партнер, GreenWay. Мы со своей стороны также объединяем ресурсы — творческие, временные, социальные, денежные — и являемся для компании большим рекламным агентством. Мы создаем информационное поле, даем информацию, в результате которой у GreenWay появляются либо клиенты, либо партнеры.

Такое объединение ресурсов компании и человека обеспечивает бизнесу скорость, глобальность, масштаб. Один человек в поле не воин, тогда как при объединении ресурсов и при небольших финансовых вложениях ваш бизнес может иметь миллионные товарообороты! И пусть конкретный человек работает, например, 5 часов в день, но все время работы всех партнеров компании также суммируется.

3. Остаточный доход. Как он формируется? На рынке существуют компании, которым по 60 лет, с валовым товарооборотом в 8 миллиардов евро. У них большое количество потребителей, который много лет пользуются продуктом, потому что он им нравится. Но этот бизнес кто-то создал! Именно те люди, которые создали объем этого бизнеса, и зарабатывают самые большие деньги!

Другими словами, одни создают сети, другие являются участниками чьих-то созданных сетей. В сетевом бизнесе инфраструктурой (точками доступа потребителя к товару) являются не магазины, не отделы, а отдельные **ресурсные бизнес-ориентированные люди**, которые держат этот бизнес, делают его системно, ориентированы на доход от 100 000 рублей в месяц. Каждый такой человек и есть инфраструктура, и таких у нас может быть по несколько в каждой деревне, в каждом городе! Мы с вами создаем инфраструктуру.

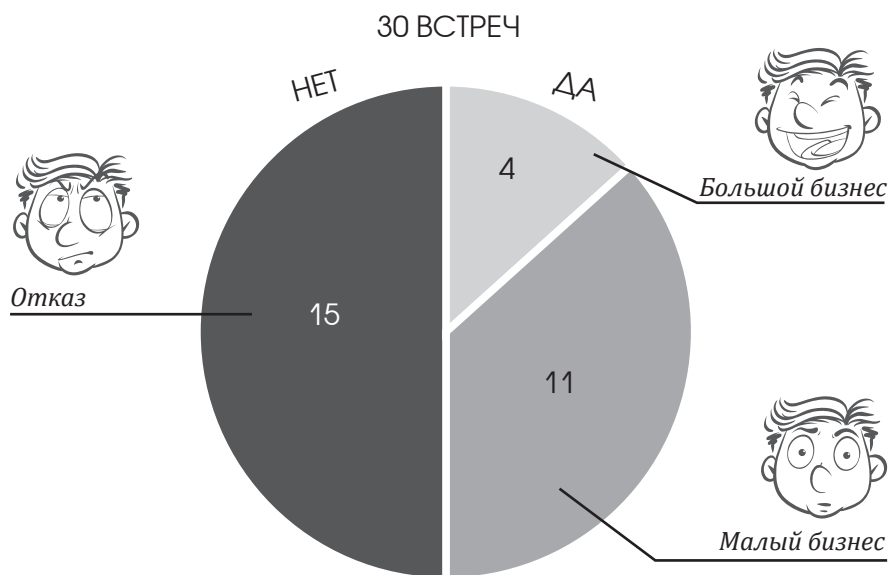
Потребители тоже делают свой товарооборот и могут зарабатывать деньги, правда, небольшие. А когда ключевой человек выполняет активные действия, за ним приходят сотни и тысячи людей, он объединяет ресурсы, создает мощный товарооборот — здесь включается геометрическая прогрессия.

Если наладить систему действий и научить своих людей учить других этим действиям — запускается маховик.

Итак, ключевые люди поднимают огромный пласт! Как это происходит? Для этого переходим к статистике.

4. Статистика. Каждый бизнес имеет свою статистику. На каждый продукт найдется свой покупатель, на каждое бизнес-предложение придет свой бизнес-предприниматель.

Бизнес-встреча в сетевом бизнесе — это предложение человеку стать владельцем сетей экомаркетов. Я звоню и предлагаю стать



владельцем сетей экомаркетов. Это мой прямой посыл. Из 30 встреч, ориентированных на бизнес, бизнесу говорят «ДА» 15 человек. Из них 11 идут по пути малого бизнеса, то есть продают товар, а 4 выбирают большой бизнес с выходом на доход в 100, 200, 300 тысяч, полмиллиона и даже миллион рублей через год.

15 других откажутся от бизнеса, именно они становятся клиентами.

Когда я говорю, что не продаю товар напрямую, это не значит, что я его не продаю. Это значит, что у меня нет посыла на продажу. Когда звоню, я не говорю: «Приходи, я тебе продам». Что это за бизнес? И зачем в таком случае удивляться, почему человек не пришел. Всегда ставьте себя на его место. *Представьте, у вас дети, муж, жизнь распланирована по минутам. Вы не ждали этого звонка: «Приходи ко мне, я тебе что-нибудь продам!» Вот я сейчас все бросила и побежала покупать! А когда вы предлагаете человеку возможность построения большого бизнеса, возможности решить его собственные вопросы, предлагаете возможность через год выйти на доход в 100 000 или полмиллиона (каждый выбирает по себе): «Приходи, я расскажу тебе, КАК это сделать!» — это совсем другой*

посыл. На такое предложение я могу откликнуться, отодвинуть все и пойти послушать.

5. Цифры и факты. 85 % валового товарооборота Японии идет через сетевую индустрию. 350 млрд евро — товарооборот сетевой индустрии в мире. Она на втором месте после газовой отрасли, на третьем месте — интернет-продажи, на четвертом — телекоммуникации. Это реальные цифры, на которые смотрят люди, знающие толк в бизнесе. Если перед вами сидит человек, которому интересен большой бизнес, ему нужно понять емкость рынка.

Линейные компании все больше используют эффективные способы привлечения новых клиентов — партнерские программы, кешбек, дилерские программы, возвратные бонусы. А значит, опираются на сетевые механизмы. Потому что все, где платят за рекомендации — это и есть элементы сетевого бизнеса. А многоуровневые «партнерки» являются практически полноценными моделями сетевого бизнеса.

К 2025 году вся экономика так или иначе станет сетевой, таков прогноз экономистов. Говорите об этом!

Формируйте картину сетевой индустрии в мыслях и сознании человека, когда объясняете суть сетевого бизнеса.

Коротко о нашей компании. GreenWay уже звучит в сетевой индустрии, он реально интересен и профессионалам, и аналитикам сетевого бизнеса. За эти три года мы создали очень динамичный проект, которого не было в истории сетевого маркетинга. Товарообороты и чеки, на которые мы вышли на сегодняшний день, обычно в профессиональных компаниях создаются где-то на 5–7 год. Но никак не в 1–2 года!

GreenWay представляет собой классическую модель сетевого бизнеса. Это самая стабильная модель на сегодняшний день. Правда, «классика» обычно развивается медленно. GreenWay сломал эту парадигму. И добавил скорость выхода на обороты и большие чеки.

Сейчас годовой товарооборот GreenWay составляет миллиарды рублей, это большой бизнес, очень большой! Около 200 реализованных автопрограмм, чеки в несколько десятков тысяч долларов, и ни у одного, ни у двух, а у десятков людей — это круто, правда!

Важно понимать, что здесь любой новичок, ориентированный на бизнес и включающий в своей структуре необходимую скорость, в состоянии в первый же месяц выйти на доход в 50, 60, а есть примеры — и в 100 тысяч! И это также феноменальная для любого бизнеса, не только сетевого, скорость.

Причем много людей без опыта, и поэтому я утверждаю, что на 70 % работает система GreenWay, а на 30 % — работает сам человек. Это очень важно, потому что порой даже в сетевых проектах человек выкладывается на 200 %, а сама система слабая. Или по каким-то другим причинам: с именем что-то не то, либо с маркетинговой стратегией что-то не так, либо президент что-то не делает, либо все вместе не эффективно. Лидер выкладывается полностью, а система не отвечает...

В GreenWay человек без опыта и навыков просто делает то, что нужно, и у него система «выстреливает», как у профессионала!

GreenWay — это сочетание заложенной идеи, ассортимента, маркетинга, плюс лидеры, которые активно двигают этот бизнес. Это и есть та самая **финансовая денежная машина!**

Глобальная миссия компании — очистить планету Земля от химии. Локальная — убрать химию из дома. Это огромная незаполненная экономическая ниша, на нее очень хорошо реагируют предприниматели и потребители, а для сетевиков — это просто золотая жила XXI века!

Мы поставили амбициозную цель: каждый год компания планирует удваивать товарооборот! **За счет маркетинговой, продуктовой стратегий и мировой экспансии.**

Каждый месяц компания растет, цифры товарооборота растут. Эта тенденция мне нравится, это процесс, это развитие — все, что должно быть в настоящем, правильно сделанном сетевом бизнесе.

☑ ЗАДАНИЕ

Выберите свою роль. Вы к кому себя причисляете? Вы — потребитель, продавец или ключевой человек?

Если третье, поздравляю! Теперь настройтесь, что к вам присоединяются такие же ключевые, амбициозные и активные!

4. ОПРЕДЕЛИТЕ СВОИ РЕСУРСЫ

С чего начать новичку?

1. Рассматривать сетевую индустрию как платформу для изменения мышления, приобретения навыков. Особенно, если не было опыта в сетевом бизнесе или бизнесе вообще. Платформу, в которой есть помощь для понимания сути бизнеса. Это то самое новое окружение, которое точно поднимет человека на новый уровень, если он будет оставаться внутри него.

Многие новички приходят в бизнес без опыта, социальных связей и, естественно, не достигают результата сразу же, как они хотят. И тогда, наблюдая, что многие вокруг получают результат быстрее, решают, что этот бизнес не для них. Они не соотносят, что другие, возможно, пришли с опытом и заранее наработали определенные ресурсы, а им необходимо время подучиться, побыть на этой платформе. Она (платформа) необходима для формирования их как профессионалов. Необходимо рассматривать свое начало в сетевом бизнесе именно так, при этом начинать делать первые шаги.

2. Понять, почему именно эта индустрия? Человек может серьезно стартовать в сетевом бизнесе, только понимая его суть, проанализировав все, что есть на рынке, приняв осознанное решение. В наемном труде нет идеи и нет денег, построить традиционный бизнес, особенно без навыков, очень непросто. Сетевая индустрия — это деятельность, которая при минимальных ресурсах, с которыми человек приходит туда, может привести его к очень высоким доходам! Здесь он находится в атмосфере постоянной взаимопомощи, это своеобразный инкубатор, который «вынашивает» человека, возвращает его, ракетой переносит из среды обывателя в среду современного предпринимательства.

3. Осознать глобальность бизнеса и настроиться на какой-то вид деятельности внутри сетевого. С чего начинать понимание сетевой индустрии? Очень быстро поднять массу литературы, поговорить с наставником и убрать все внутренние возражения, принять это как осознанный выбор.

4. **Искать ключевых людей**, без которых не двинуться дальше. Как в любом бизнесе, все основывается на грамотном партнерстве. Если хочешь построить большой бизнес — ищи людей, ориентированных на большой бизнес. Важно определить цель — куда ты идешь, свои намерения — куда ты должен прийти. И тогда, общаясь с людьми на тему партнерства в этой индустрии, ты уже общаешься через свои намерения.

Я буду раскрывать понятие ключевых людей через понятие полноты и пустоты бизнеса.

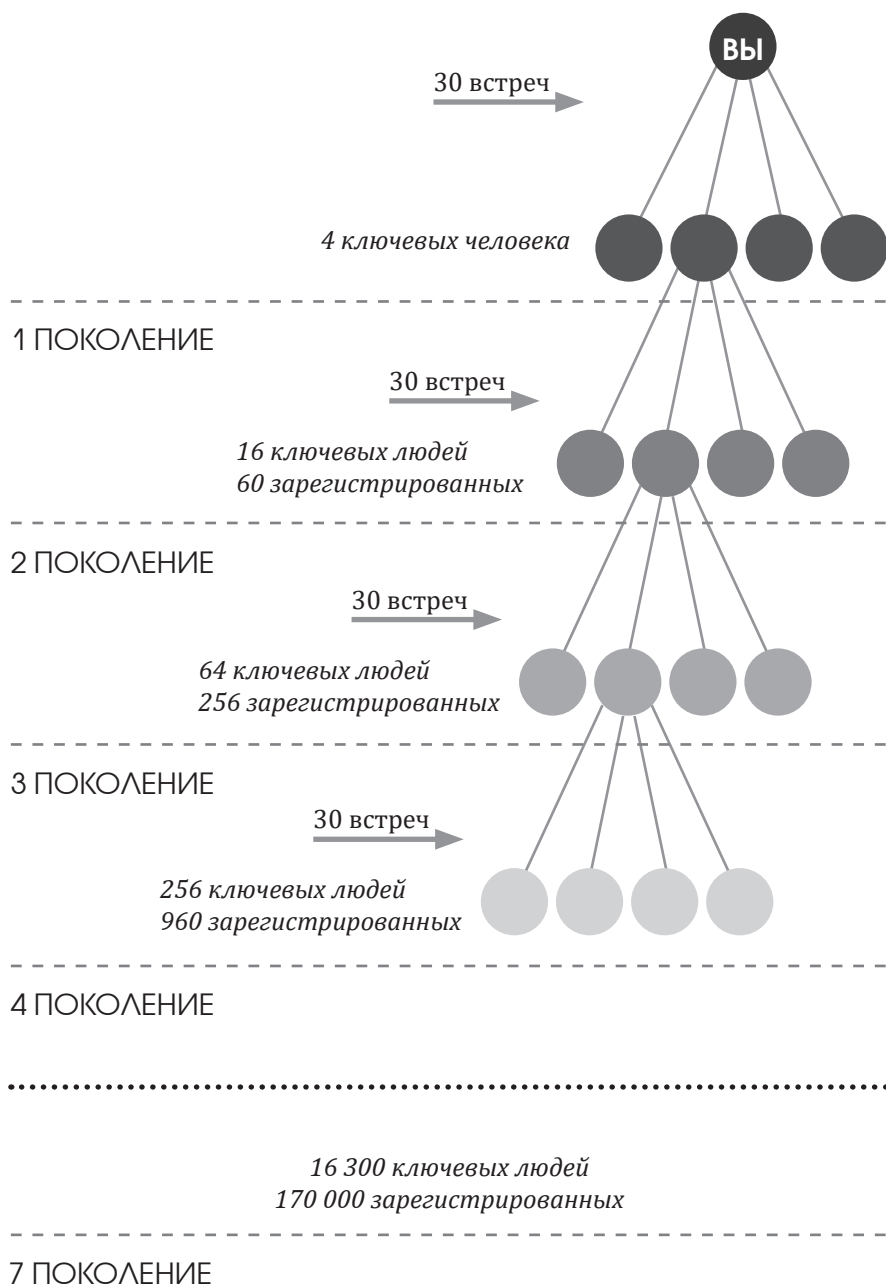
Из 30 встреч подключаются 15 человек и только 4 человека говорят большому бизнесу «Да», идя по тому пути, по которому идете вы. Важно: если вы, разговаривая с человеком, не озвучиваете цель, цифру и дату, к каким хотите прийти, то вы не задаете вектор движения — люди не понимают, куда и зачем вы их зовете. Это один из рычагов включения.

Например, я заявляю: *«К концу года (через полгода) я планирую зарабатывать 100 000 и пересесть на Мерседес. И зову вас реализовать эти цели вместе со мной»*. Если это не проговорено, значит, целеориентированных людей вы не привлечете!

Чем выше цели у вас, тем более ресурсные люди вас услышат! Человек собирает других людей, команду ВОКРУГ целей. Есть команды, собранные просто вокруг хорошего человека. Их цели — попить чай, сходить в баню, в поход, потусить и т. д. И есть команды, которые сильно заточены на результат. Поэтому чем увереннее, чем четче вы говорите, ЗАЧЕМ вы пришли в бизнес, КУДА вы зовете человека и КОГДА намерены туда прийти, тем более ресурсных людей привлекаете в свою команду.

Из 30 человек 4 — **ключевые люди**. Что это значит? Они делают те же действия, что и вы. Действия, к которым вы их призываете. Идут к большой задаче-цели, которая выражается в сумме денег, на которые вы идете, и времени, за которое хотите их получить.

С ключевыми людьми работает геометрическая прогрессия, то есть эти 4 человека, проведя по 30 встреч каждый, могут подключить 16 ключевых и 60 зарегистрированных партнеров. Затем, 16 ключевых, в свою очередь, проведя по 30 встреч, получают 64 ключевых и 258 зарегистрированных. Далее, 64 ключевых дают 256 ключевых и 960 зарегистрированных. В седьмом поколении ключевых будет уже



16 300, а зарегистрированных — порядка 170 000 человек. Это прилизительная статистика.

Клиенты и потребители — это то, на чем будут базироваться основные объемы вашего бизнеса. Но чтобы количество потребителей постоянно росло, нужны ключевые люди.

Ключевые люди — это полнота бизнеса. Условие получения чека, условие принятия решения заниматься бизнесом — это 50 баллов эффективности или товарооборот на 3850. Ключевые люди ежемесячно делают личную активность, потому что они участвуют в процессе, они хотят получать чеки, они пришли сюда зарабатывать деньги. Если сложить обороты вплоть до 7 поколения, то это свыше 3,5 млн евро, это полнота бизнеса! А добавьте к этому еще и оборот потребителей, обозначим его «X», так как учесть его сложно, ведь потребитель сегодня потребляет, а завтра — нет, послезавтра берет на 50 единиц, потом — на 10, затем — на 5 и т. д. Среди потребителей могут рождаться и продавцы, которые делают свой товарооборот, но точно спрогнозировать этот процесс невозможно, вы с ними никаких партнерских отношений не подписывали. И все же, суммарно здесь будет оборот до 5 миллионов евро!

А седьмое поколение ключевых людей, это ранг GM-3, это чек порядка 5–6 миллионов. Поэтому, если вы запускаете хотя бы три поколения, то запускаете хороший маховик. Еще раз, **полнота бизнеса — это запущенная бизнес-система, в которой появляются ключевые люди, продвигающие бизнес и приводящие потребителей и продавцов, которые могут не быть активны каждый месяц. Также вычленяются такие же, как они, ключевые люди, которые запускают и дублируют эту систему.**

5. Для этого составьте **список знакомых**, вносите туда всех, а не по выбору, не надо решать за людей, и начинайте проводить встречи вместе со своим наставником или ментором, то есть человеком, который пригласил вас в бизнес.

Список знакомых. Первый навык новичка — написать список знакомых, внести туда всех, ни за кого не решая, не важно, есть у человека деньги или нет, есть навыки или нет. Потому что не знаешь, где эти «золотые корабли», ключевые люди, которые появятся в структуре. Важно приобрести навык коммуникации, знакомиться с людьми для расширения списка. НЕ ПРЕДЛАГАТЬ бизнес, а просто

КОММУНИЦИРОВАТЬ, обмениваться телефонами и вносить их в список знакомых.

Как только вы составили список в 100 человек, то через 5 месяцев поставьте перед собой следующую задачу — расширить его до 500 человек. Первое, что важно — это настроить входящий поток людей, потому что сетевой бизнес — это бизнес отбора, а не убеждений. Избавьтесь от убеждения, что людей, которым нужны деньги и другой уровень жизни, мало. Настройтесь на убежденность в избытке ресурсов. Людей, которым нужна твердая финансовая платформа и личностный рост, МНОГО! С такой позиции вам будет легче планировать большие задачи. Расширяйте список знакомых и затем формируйте на его основе команду!

Важно видеть картину бизнеса целиком! Учитесь смотреть на бизнес сверху, учитесь прогнозировать, как ваш бизнес будет выглядеть через 5 лет. Хоть раз нарисуйте на бумаге, в скольких городах, какое количество людей сядут на Мерседесы, какой чек будете получать вы, какие чеки будут получать ваши люди. Чем детальнее у вас будет описан исход вашего бизнеса, то, что вы хотите получить в итоге, тем смелее вы будете подниматься по этой лестнице, смелее говорить с людьми, детальнее доносить до них суть!

Как вы думаете, что порождает у человека мотивацию двигаться дальше, помимо мотивации жить лучше? Ответ: **знание пути!** Когда ты понимаешь, как это делать. Если я сейчас скажу, что за дверью офиса лежат \$2000, их достаточно просто поднять с пола, и они — ваши, наверно, каждый найдет в себе силы и мотивацию встать, проверить и забрать деньги. Это и называется знание пути.

Вот поэтому, приглашая человека в бизнес, вы должны показать, КУДА можно пойти, КАК пойти, ЧТО он получит в итоге.

Важно понять суть, как этот бизнес позиционируется. Слушать внимательно и начинать делать то же самое в присутствии сначала наставника, потом без него, до тех пор, пока у вас не появится команда, с которой вы начнете путь к большим делам, большим задачам.

☒ ЗАДАНИЕ

Составьте **СПИСОК ЗНАКОМЫХ**, вносите туда всех, а не по своему выбору. Начинайте проводить встречи вместе со своим наставником или ментором — человеком, который пригласил вас в бизнес.

Где брать партнеров? На холодном или теплом рынке?

Холодный рынок — самое жесткое испытание, рынок вас не знает, влияния на этот рынок нет, помимо того, что вы даете какую-то информацию, еще надо как-то продать себя, чтобы вас слушали.

Когда человек идет на холодный рынок? На мой взгляд, во-первых, когда в его окружении вообще нет людей, которые ему доверяют.

Значит за всю свою жизнь, за 40 или 50 лет он не сформировал круг людей, которые ему доверяют. Это плохо! И даже если он констатирует, что это так, все равно лучше работать с отдаленным, но знакомым рынком, который не видел его достаточно давно.

Во-вторых, когда он не уверен и не понимает суть сетевой индустрии, когда у него есть внутренние возражения. И он решает потренироваться на людях, которые его абсолютно не знают.

А вот когда вы понимаете, что эта индустрия самая МОДНАЯ на сегодняшний день, ПРЕСТИЖНАЯ, ГЛОБАЛЬНАЯ, когда точно в этом уверены, то в самую первую очередь хотите донести эту информацию своим друзьям и близким! Я, к примеру, пытаюсь донести это до сына, он — мой самый близкий человек.

А если человек, минуя теплый рынок, идет на холодный, для меня это большой вопрос. Либо окружение его не слушает, либо он не выучил самый главный урок в этом бизнесе, не понял его суть. Тогда ему бесполезно выходить хоть на холодный, хоть на теплый рынок — он и там, и там столкнется с одним и тем же.

Вникните в суть, поймите, что сетевой бизнес — это модно, престижно, глобально, что сегодня основные деньги крутятся там, и тогда вы сразу пойдете к самым близким и любимым людям!

Если у вас нет опыта бизнеса...

Вы считаете себя новичком в бизнесе и опасаетесь, что люди не воспримут вас всерьез? Если размышлять подобным образом,

то интерна также не воспринимают врачом, а выпускника пединститута — учителем?

Я начала этот бизнес в 21 год и тогда еще не состоялась как сетевой предприниматель. Подумайте, ЗА ЧЕМ люди идут всегда? **За принятым решением и за намерением!**

Поэтому обращайтесь к людям примерно так:

«Я приняла решение и разобралась в этом бизнесе, давай объясню почему? Я намерена к концу года выйти на доход (приведите свою цифру, например, в 200 000 рублей или в полмиллиона). Поэтому я говорю тебе: «Да, я сегодня еще не профессионал, но уже во многом разобралась и готова учиться дальше». Честная позиция новичка — это сильное заявление своему окружению.

Безусловно, окружение будет наблюдать какое-то время. Но! Вы потренируетесь и пойдете дальше. У вас всегда есть теплое окружение и окружение чуть более отдаленное, которое вас не видело года 2–3. Можно начать и с него. Да, у близкого окружения есть ожидания на ваш счет или мнение о вас, что вы можете, а что — нет. Но если вы человек, который в принципе умеет принимать решения, и ваши близкие это знают, то для них ваше решение и ваши намерения будут достаточным аргументом, чтобы пойти за вами, возможно, и сразу.

Здесь вопрос, с какой точки человек стартует, что он сделал до этого хорошего или плохого, сколько у него «косяков» в глазах окружения? Как его воспринимать: как человека слова или блабла-бла, пустомелю?

Понимаете нюансы? От этого все зависит. Если ближнее окружение от вас ничего хорошего не ждет, если и дальнее окружение слышало о вас неважно, это уже плохо. Да, вам надо выходить на холодный рынок, но и там в этом случае вам надо **сильно меняться**.

Потому что холодный рынок быстро поймет, кто есть кто.

☑ ЗАДАНИЕ

Работайте при поддержке наставника над своим настроем: «У меня изобилие ресурсов». Действуйте только с этим настроем.

5. РАЗВИВАЙТЕ НАВЫК КОММУНИКАЦИИ

Чтобы начать формировать навык коммуникации, я рекомендую **делать следующее:**

- Прослушать неоднократно **бизнес-встречу наставника**, переписать ее в ежедневник или записную книжку, составить шаблон презентации. А затем записать свою презентацию на видео и скинуть наставнику, чтобы внести необходимые корректировки.

- Дать понимание, как новичок будет двигаться вместе с вами, используя эту модель для решения своих задач. Предложение не должно быть отдельно от человека.

Если вы в разговоре с новичком просто говорите, какая крутая компания, какой крутой товар, какие крутые наставники, но при этом совершенно не поднимаете тему, которая важна для этого человека, то он не понимает, зачем вы ему предлагаете бизнес и как сопоставить его со своими проблемами. Он видит, что костюм красив, но и размер не его, и как носить — не знает.

- Необходимо дать человеку **уверенность, что его этому бизнесу научат**. Не просто — пришел, давай составляй список и беги, делай что хочешь! Такое непрофессиональное наставничество рождает большое количество непрофессиональных необученных партнеров, которые формируют лицо компании. Это очень плохо!

Мы учим четко позиционировать, поэтому записано 100 роликов бизнес-встреч. Если человек действительно осознал, что он пришел в бизнес, то не может игнорировать профессиональную подачу материала, ведь СЛУШАТЬ и СЛЫШАТЬ — еще один важный навык. А когда человек приходит и КАК БЫ слушает, но, выходя отсюда, начинает делать, как может, изобретает свой велосипед, а потом возвращается и говорит, что не получается, задайте ему вопрос: «А что ты делал, чтобы получилось?»

Я хочу, чтобы компания GreenWay в вашем лице выглядела профессионально. Профессионально не означает «трудно», наоборот, важно сохранять легкость! Люди, достигшие результата, говорят о бизнесе просто и доступно. Они говорят легко, от души. Они беседуют с человеком о насущных вопросах, приводят цифры и аргументы, размышляют о рынке, но простым языком. Потому что уже «заточены» под это.

Как приглашать людей на встречу?

Я против скриптов, против рекламной подачи вообще. От всего этого люди устали, и в большинстве случаев это не работает. Вспомните, например, звонки из банков, call-центров, где по скрипту говорят. Первые пять минут слушаешь, потом кладешь трубку.

Я считаю, что общение между людьми — это **коммуникативная модель**. И формулировка «пригласить на встречу» подсказывает, что во время звонка ты должен договориться с человеком О ВСТРЕЧЕ. Порой я говорю просто: «Ставь чайник, приду, кофе попьем», или «У меня есть тема, надо обсудить!», или «Приходи, я нашла поле деятельности, оно закроет твои вопросы по кредиту (обучению, лечению). И тебе правда понравится, только объясню все при встрече» или «Есть интересная тема! Для себя я, по-видимому, нашла новый способ дохода!»

Важно, КАК ты это делаешь. Не что говоришь, а какая у тебя степень уверенности, энергии в голосе, подача. Люди верят занятым людям! Когда у тебя нет даже трех минут «базарить» по телефону, когда вкidyваешь информацию очень коротко, человек чувствует: если сейчас не придет на встречу, то завтра у тебя времени на него не будет.

И себя нужно загнать вот в это состояние занятости, у вас должно все «кипеть» внутри, тогда вы не станете по телефону ничего рассказывать. «На уши» присаживаются кто? Кому делать нечего! И вот они часами рассказывают, пока не изморят собеседника. Причем это самый неэффективный способ!

Если вы звоните предпринимателю, то там вообще все очень коротко. Мы работаем как эко-предприниматели, у нас есть целый рынок эко-предпринимательства, поэтому прямо говорим: «Есть тема, есть эксклюзивный продукт». Предприниматель понимает, что продукт — это основа, товар-деньги-товар — это экономическая формула!

Эксклюзивный товар в области эко-предпринимательства, рынок пустой, товар вирусный, тема и правда интересная и стоит обратить внимание: «Давай при встрече расскажу, как выйти на такой-то и такой-то доход. Есть очевидная и прозрачная бизнес-система, как продвигать эту тему, и мы развиваемся регионально и международно». Вот именно это нужно предпринимателю услышать: глобальность, масштаб, новизна, идея. Только это подчеркнуть в телефонном разговоре, но не больше!

Подведем итоги. При звонке важно:

- Сказать, что вы звоните по делу. Многие начинают разводить демагогию, спрашивая, как дела, расспрашивая о родственниках, отодвигая собственно предмет разговора на самый дальний план. Это не располагает человека к серьезному разговору.

- Узнать, есть ли у человека несколько свободных минут.

- Сразу перейти к теме. **Задача звонка** — просто договориться о встрече, нет другой задачи! Звонок должен быть короткий, емкий, не больше 4–5 минут. В звонке должна быть энергия! От вас требуется донести, что есть тема, нельзя упускать время, надо срочно встретиться. На все вопросы: что именно, зачем, расскажи кратко сейчас — отвечаете: *«Все при встрече! Не просто расскажу, а покажу! Встреча займет 20–30 минут. Она ни к чему не обязывает. Я постараюсь изложить вам суть дела, которое может вывести на доход 30–40 тысяч за первые три месяца»*.

Задача встречи — «надеть» бизнес на человека, то есть:

- показать, как работает бизнес;
- показать, что в окружении собеседника есть люди, которым это может быть интересно;
- подчеркнуть, что он здесь не один, есть наставники.

Человек должен уйти от вас с пониманием, что у него, возможно, получится. Многие не принимают решения, потому что не понимают, КАК это делать.

Если вы выстраиваете встречу через ДИАЛОГ, через вопросы, вы всегда закроете сделку. Если вы ведете МОНОЛОГ и ваша задача — просто рассказать человеку о своих возможностях, вы не закроете сделку, вас не услышат. Люди не хотят слушать «радио», они хотят общаться с живым человеком. Поэтому после каждого утверждения я спрашиваю: «Что вы об этом думаете?» Этот вопрос подымает внутренние возражения собеседника, которые необходимо прояснить и снять. Не бойтесь возражений. Мнение человека, проговоренное вслух, важно. Затем, на примерах, уважая его мнение, необходимо рассказать, как бывает по-другому.

Включенность в бизнес — это видение. Это ваше умение во время встречи показать, ЧТО в жизни человека изменится кардинально, если он будет совершать определенные действия. Я, например, выбрала GreenWay, когда увидела все цифры, всю геометрию бизнеса, идею

сети экомаркетов, команду, которую я прочувствовала на событиях, когда поняла, что эти люди включены в бизнес по полной! У меня появилась уверенность, что эта команда И Я ВМЕСТЕ С НИМИ в состоянии выстроить значимые бизнес-отношения, получить весомый результат.

Давайте еще раз проясним, что такое видение бизнеса? Салфетку можно показать, маркетинг-план нарисовать. А то, как может развиваться бизнес в целом, как ваш собеседник может развиваться в бизнесе, также можно представить в цифрах, в образах, нарисовать собеседнику картину, к чему идет компания. И если человек амбициозный, если мыслит широко, видит далеко, он поймет, что, работая вместе с профессиональной командой, он сможет создать свой бизнес. Создание такой качественной и детальной картины во время встречи и есть создание видения бизнеса.

Иногда мне говорят, что человек подписался, но не делает активацию. Это означает, что ему не показали ЗАЧЕМ, у него не сформировали правильное видение. Ему рассказали о товаре и бизнесе, но не показали, что этот инструмент может изменить в его жизни. Потому что активация — это естественный шаг, это условие партнерства. Хочешь туда, хочешь развиваться дальше? Условие — сделай первый шаг. А если человек не понимает, куда он идет, тогда ЗАЧЕМ ему делать шаг, эту активацию?

☑ ЗАДАНИЕ

Определите с наставником — кому к первую очередь звонить. Подготовьтесь к звонку. Сделайте 3–5 звонков из этого списка при наставнике.

6. РАЗБЕРИТЕ С НАСТАВНИКОМ МАРКЕТИНГ-ПЛАН

Знание маркетинга. Я вижу, что многие новички не знают маркетинг, не понимают его вообще. Маркетинг — это не просто какие-то цифры, нарисованные на бумажке. Маркетинг — это шаги к достижению результата. Если новичок его не знает, то не может его передать.

Люди не начинают создавать команды, незнание формирует напряжение. Позвонить кому-то из своего списка он уже не может, потому что подозревает, что его могут спросить о цифрах, а в цифрах-то он сам не разбирается. Или что собеседнику нужно дать аргументы, а аргументов у самого мало.

Нельзя недооценивать профессию, не понимать, куда ты пришел. Со старым опытом и старыми навыками в новой профессии ничего не сделаешь!

Важно в первые 7–10 дней изучить материалы. Не затягивать с ролью новичка, брать инициативу в свои руки и быстро действовать.

☑ ЗАДАНИЕ

Разберитесь с наставником маркетинг-план компании. Поставьте цели: удаленную цель в карьере, цель на полгода и на месяц.

7. ПОЗИЦИОНИРУЙТЕ СВОЙ БИЗНЕС

Какая презентация сработает?

Подача, вернее предложение, должно быть через продукт или через бизнес? Более 80 % новичков придут через товар, но они никогда не включатся в бизнес, если дальше вы не проведете их по бизнес-цепочке. А именно: пока не покажите, что этот товар лежит в корзине, а корзина — это эко-магазин. Что можно развивать сеть эко-магазинов. И, в конечном итоге, почему сетевая индустрия — это самый быстрый и качественный способ продвижения информации.

Лично я работаю через бизнес, здесь включается мое видение этого бизнеса, мои цели, мое мироощущение, я ориентируюсь на категорию людей, с кем это надо делать.

Когда вы идете к бизнесмену, вам придется сначала подать бизнес, потом показать товар. Если идете к простому человеку, придется сначала показать товар, чтобы он понял его пользу. Люди, которые никогда не занимались бизнесом, не ориентированы на бизнес. Слово бизнес им чуждо.

А вот когда товар понравился, человек допускает, что да, он мог бы этим заниматься. Например, *помыл посуду нашей губкой, все у него сработало, он понимает, что в принципе у него большой круг знакомых, которые также моют посуду. Людям ведь свойственно говорить о том, что нравится (радио), они и без денег пойдут и расскажут, и с деньгами. И вот потребитель начинает понимать, что здесь, оказывается, можно получить дополнительный доход!*

У GreenWay много результатов, когда люди пришли через товар, были далеки от бизнеса, но вирусность товара позволила быстро навести контакты со своим окружением, и люди активно включились в бизнес!

В любом случае, делаете ли предложение через бизнес или через товар, чтобы включить человека в процесс, вы должны подать ему бизнес. Сразу, вторым шагом или третьим, без этого он не включится!

Как делать предложение?

Порой презентация вся строится только вокруг компании и товара, маркетинг упоминается вскользь. Такая подача приводит к тому, что в ваш бизнес будут приходить только потребители и продавцы. Людям нравится товар, нравитесь вы, ваша эмоциональность. Но у людей очень смутное представление о сетевой индустрии. Вы также умалчиваете или не считаете нужным прояснять вопрос о сетевом. В этот момент вы и начинаете формировать свою команду из продавцов и потребителей.

Попробуйте продать бизнес так, чтобы человек подписал приглашение, а вы ему еще ничего не сказали ни о GreenWay, ни о товаре. Как это? А так. Скажу точно, что основной рекрутинг идет, когда вы:

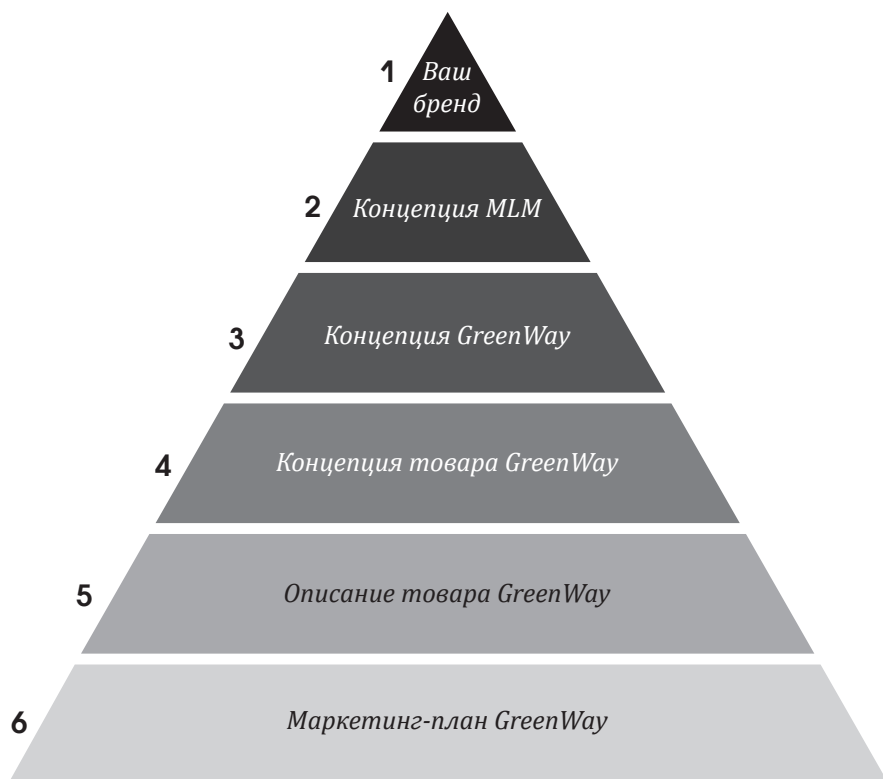
1. Продаете себя, то есть рассказываете историю, как вы пришли в бизнес, какие ваши навыки и умения будут полезны сидящему перед вами человеку. Человек должен понять вашу ценность как партнера.

2. Умеете продать сетевую индустрию, объясняя человеку масштаб, престиж, статистику и то, как этот бизнес развивается. То есть, изменяя представление, что же такое сетевая индустрия, в его сознании.

Вы говорите, что люди идут на товар? Они придут на товар, купят его и уйдут. И вы думаете, почему в команде нет стабильных лидеров и стабильных объемов? Потому что люди пришли к вам не на бизнес, а на товар.

На что бы ни пришли люди, хоть на товар, хоть на вашу харизму, они **включаются** в бизнес, только когда начинают понимать, что такое

ПРЕЗЕНТАЦИЯ КОМПАНИИ GREENWAY



сетевая индустрия в целом, когда они улавливают суть. Например, я говорю, что сетевая индустрия — это круто! А человек вспоминает дядю Петю, который когда-то приходил к нему с вот такой сумкой товара, пытался что-то «втюхать», не объясняя сути. И у него идет сбой: я говорю, что масштабно и престижно, а он помнит картинку с дядей Петей. И ничего у него не выстраивается...

В бизнесе много участников процесса, каждый зашел туда со своим мотивом. В самом бизнесе 80 % потребителей. И не каждый обязан знать и понимать суть. У кого-то был выбор — просто потреблять товар. Продавцы, которые продают товар, так и будут ходить с каталогами, сумками и продавать. Но это не есть сетевая индустрия. По-

тому что есть люди, которые реально являются **сетевыми предпринимателями**. И они делают другие действия. На этом следует акцентировать внимание человека, чтобы он разделял понятия «потребитель», «продавец» и «сетевой предприниматель». У этих категорий разные ДЕЙСТВИЯ, и поэтому разные РЕЗУЛЬТАТЫ.

Как правильно подать бизнес?

Продать бизнес — не значит рассказать о продукции. Продажа бизнеса — это в первую очередь продажа идеи. Бизнес — мужская категория. Соответственно, когда бизнес подается на одних эмоциях, без логики, фактов, цифр, эта категория превращается в женское отношение к процессу. Любая продажа — это информация, облеченная в эмоции. Но ключевое слово здесь ИНФОРМАЦИЯ, которая содержит определенные цифры и факты, изложенные в логической последовательности, с объяснением сути процесса. Человек должен понять суть: как этот бизнес наращивает объемы, как создается товарооборот.

Структура подачи бизнеса простая.

1. Ваш бренд, продажа себя.

Когда вы впервые выходите перед аудиторией или разговариваете с человеком, от того, ЧТО вы о себе скажете, на ЧЕМ заострите внимание, какой сделаете АКЦЕНТ, зависит, завоюете вы внимание этого человека и аудиторию или нет. Вы должны понимать, КТО перед вами и КАК на него сработать. Например, если перед вами бизнес-ориентированный человек, то ему важно знать, что вы знаете, что умеете, какой у вас опыт. В первые минуты знакомства происходит САМОПРОДАЖА. Чем слабее ваше позиционирование себя, чем слабее самопродажа, тем более размытое представление о вас складывается: он получает предложение «непонятно от кого».

Продав себя в 2–3 словах, продав свое отношение к сетевой индустрии, вы уже располагаете человека слушать дальше.

Некоторые новички спрашивают: **«Как я могу делать предложение, если у меня еще нет опыта в этой индустрии?»**

Здесь вам поможет такое видение: «Не важно, где я сейчас, важно, куда я приду». Это о том, каким вы видите себя через год, три, пять лет. И о ваших планах: за счет каких ресурсов, какими путями, с кем вы туда придете. Рисуите эти картины в своем сознании и в сознании другого человека. Все, что куплено у вас другим человеком,

нарисовано вами в его сознании. Важно продать человеку себя, свое предложение, что с вами можно двигаться. Человеку важно понять, куда он идет, верит ли в это, будет ли идти дальше. Он «считывает» не столько ваши результаты, сколько свою оценку: стоит ли с вами идти или нет?

Если вы сами ни во что не вникли, если у вас плавающее состояние (то ли вы в бизнесе, то ли нет), собеседник это тут же «считывает». У него возникают соответствующие вопросы.

Вы можете прямо сказать: *«Я только начал этот бизнес. В этом бизнесе люди за год достигли таких-то и таких-то результатов. Я через полгода сам планирую выйти на такой-то доход. А через два года планирую заработать миллион. Я знаю, как к этому прийти, и отдаю себе отчет в том объеме работы, какой мне надо проделать».*

Смелое заявление? В этом суть, не бла-бла-бла, не «Я буду зарабатывать 10 миллионов, пока не знаю как!» Вы можете назвать свою цифру, 500 000 или миллион, главное, что в этот момент вы должны НАЧАТЬ ДВИГАТЬСЯ. И сделать предложение человеку: *«Хотите, будем двигаться к этому доходу вместе? Потому что, когда я буду зарабатывать 5 миллионов, возможно, я о вас уже не вспомню. Давайте сейчас сделаем это вместе?»*

Бренд — это не продажа результата, а продажа личной истории: как вы жили, как к этому пришли, анализ, почему вы это сделали.

Приведу пример из собственной жизни. *Как я пришла к бизнесу? Я окончила экономический институт, написала работу по оптимизации издержек в Челябинской области. Меня сразу пригласили работать во внешнюю экономику и предложили зарплату в 50 000 рублей. Это было 20 лет назад, и тогда это были просто сумасшедшие деньги! Естественно, я обрадовалась.*

Но при этом выдвинули очень жесткие условия. Это значило не иметь ни семьи, ни детей. Это значило встать ночью и поехать по первому требованию туда, куда меня отправят. И это был контракт минимум на 5 лет. Мне было 20 лет, деньги были нужны, и большие. Но я поняла, что НЕ ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ!

В этот критический момент выбора я направилась искать иной путь, где есть свобода, где нет наемного труда. Мой знакомый был турецким послом, он занялся сетевым бизнесом, рассказал мне о нем, вызвав большой интерес. И тогда я поняла, что многого не знаю, у меня

нет навыков, необходимых в сетевом бизнесе. Я начала собирать информацию, читать, развиваться. Первой книгой была классика, «Как построить многоуровневую денежную машину» Ренди Гейджа. И у меня шаг за шагом стало складываться видение этой индустрии.

Если человек сегодня зарабатывает 30 тысяч, а завтра хочет 300 тысяч, это не произойдет одномоментно! Это два разных человека. То есть первый должен изменить образ мышления, манеру поведения, стиль ведения переговоров и даже одежду, чтобы стать человеком, зарабатывающим 300 тысяч.

Начните с простого: себя надо организовать, наработать новые навыки, привычки, стиль поведения. Бизнес предполагает плановое развитие. Когда я училась плавать и спрашивала у тренера: «Как плавать, как тот мастер спорта?» — тренер отвечал: «Пока ты не будешь плавать по 20 часов в неделю, нечего оптимизировать!» Поэтому не пытайтесь сделать все **сразу правильно**. Надо понимать, к чему стремиться, и начинать, хоть как-то, но НАЧИНАТЬ, с теми ресурсами, которые у вас есть. Пока вы сидите, вы лучше не станете, вы не сможете говорить правильно, не проговорив много раз неправильно.

Затем переходите к следующим пунктам:

2. Суть сетевой индустрии, суть MLM.

3. Концепция компании.

4. Концепция товара.

5. Быстро о товаре.

Наша задача — продать и отстроить бизнес через цифры и факты. Эмоциональное отношение должно быть, но через ваше отношение, через вашу историю.

И завершайте:

6. Маркетинг, не весь и через важные шаги и моменты.

Существенный нюанс: чем с более нижнего пункта вы начинаете свою презентацию, тем ниже вероятность прихода ключевых, ориентированных на бизнес людей. У вас будут появляться потребители и продавцы, но не предприниматели.

Например, *вы предлагаете человеку бизнес с пятого пункта — о товаре. Вот такой-то товар, такой-то маркетинг. И получаете в команду потребителей и продавцов, ведь рассказали О ТОВАРЕ и показали, как на нем зарабатывать деньги.*



Даже если вы начали с концепции товара или чуть выше, с концепции компании, у вас все равно будут появляться потребители и продавцы. Вы не снимите ни одно возражение.

Продажа товара — это побочный результат продажи бизнеса. Просто не все люди будут заниматься бизнесом. И если человек отказался заниматься бизнесом, не терять же его? Конечно, продать ему товар! Но первично желание и готовность продать самый важный товар — бизнес. И продать его по максимуму, чтобы человек пошел на большие задачи. Если это не его уровень, тогда предложить бизнес как дополнительный доход. Если совсем не нужен бизнес, тогда продавайте ему товар.

☑ ЗАДАНИЕ

Опишите своими словами позиционирование бизнеса. Потренируйтесь заранее проговаривать этот текст.

8. НАЧНИТЕ ПРОВОДИТЬ ВСТРЕЧИ

Как начинающему сетевому предпринимателю проводить первые несколько встреч?

Первые встречи, особенно если начинающий никогда не был в сетевом бизнесе, необходимо проводить с наставником. Суще-

ствуует стандарт правильного позиционирования бизнеса. Правильное — это когда вы во время презентации снимаете все возражения. Не потом их разгребаете, а сразу, в процессе.

Для этого нужно как минимум выучить презентацию, а первые пять слушать и смотреть, как делает наставник. Следующие пять вы проводите самостоятельно, наставник рядом, корректирует. Потом вы с ним составляете макет правильного позиционирования, и уже далее идете сами.

Сначала нужно выучить текст презентации, желательно это сделать быстро. Даже если не все до конца понимаете. Вспомните стихи, которые задавали в школе: могли вы не понимать смысл некоторых строф, но декламировали хорошо, с выражением!))

Со временем сформируются нейронные связи, вы уже не задумываетесь над текстом, это просто, как назвать свое имя, хоть ночью разбуди. И самое главное — все глубже и глубже понимаете, что говорите. Поэтому самое первое — выучить, затем прослушать наставника, провести с ним пять встреч, потом начинать самому.

Не откладывать, проводить-проводить-проводить, все свои ошибки вы все равно сделаете — и станете профессионалом.

Если через год человек меня спрашивает, как проводить презентацию — ему уже никак! Если он год в компании ничего не делал, а задавал одни и те же вопросы... Текст можно выучить за два дня! За месяц натренироваться так, что от зубов будет отскакивать. А на следующий месяц уже понимать, что и зачем ты говоришь.

Поможет ли мне работа с возражениями?

Работа с возражениями придумана для тех, кто не умеет продавать сразу без возражений. Вы будете всегда сталкиваться с теми возражениями, о которых думаете сами. Например, я уже очень долго не встречаюсь с возражениями про сетевую индустрию. А вы? Если да, это значит, что у вас не все в порядке с верой в эту индустрию. Вера — это однозначное отношение.

У новичка должно быть сформировано однозначное отношение:

- К себе.

Вас никто не должен сломать. Порой человек с легкостью переживает чужое мнение, мнение людей, которые живут вовсе не так, как он сам хотел бы жить. Гораздо важнее прислушиваться к мнению тех, кто живет так, как хотели бы жить вы. Какое количество мнений вам нужно услышать, чтобы это мнение стало вашим?

- К индустрии.

Вы должны понимать, что обладаете лучшими зернами, лучшим, что есть сегодня на рынке: самым быстроразвивающимся, понятным механизмом. Вы должны понимать сетевую индустрию. Если есть к ней недоверие, если вы ее «не докупили» для себя, вы все время будете сталкиваться с этими возражениями. Потому что это ВАШИ возражения. Открывайте YouTube, читайте книги состоявшихся, хорошо зарабатывающих сетевиков, гигантов индустрии, слушайте, как они позиционируют ее. Я каждое утро смотрю в YouTube сюжет о ком-то, кто реально эффективно работает в нашем бизнесе. Я интересуюсь их картиной мира. С искаженной картиной сетевой индустрии построить большой бизнес невозможно.

Возражения появляются тогда, когда у вас самого есть внутренние возражения. Идеально было бы работать вообще без возражений. Но так не бывает. Давайте изменим взгляд на них? Не стоит их бояться! Возражения — это скрытые вопросы. И если у вас есть убеждения на эти темы и ответы, то просто спокойно уточняйте, что имел в виду человек. И затем отвечайте, ДОБАВЛЯЯ информации, которой ему не хватает. Например, что он имел в виду, чего опасается, насколько полно видит картину, правильно ли понял ситуацию? Другими словами, раскройте ему тему вашего предложения. Постоянно работая над собой, над уверенностью в своем бизнесе, уверенностью в своем предложении, вы придете к тому, что и у рынка этих возражений будет все меньше и меньше.

- К компании.

Вот эти три аспекта веры и есть **обладание лучшим**. Ведь это библейская истина: когда мы разбрасываем семена, то одни упадут на камни, другие склюют птицы, но какие-то упадут в благодатную

почву и прорастут. Но суть в том, что пахарь знает, что обладает лучшими семенами. И когда вы это понимаете, то ваша вера и сила укреплены.

☑ ЗАДАНИЕ

Сформируйте правильное отношение. Проведите первые встречи. Срочно! И поделитесь с наставником результатами.

9. НАЧНИТЕ УЧАСТВОВАТЬ В СОБЫТИЯХ

Какие книги / события освоить начинающим сетевым предпринимателям?

Наш бизнес предполагает самообразование. Если вы понимаете, что вам недостаточно того, что дает наставник — через интернет находите наставников GreenWay и слушайте всех!

Если не хватает и этого, то события с лихвой перекрывают все, чтобы начинать и делать. Будьте на всех событиях!

Если не хватает и этого, открывайте книги! Я 21 год в сетевом бизнесе и 21 год учусь. Но есть нюанс. Если бы я ставила задачу все выучить, перед тем как начать, то я бы 21 год учила, но не получила того результата, который есть. Поэтому начинайте выполнять рекомендованные действия и параллельно читайте. Например, Джон Милтон Фог «Величайший сетевик в мире», Марк Ярнелл «Ваш первый год в сетевом бизнесе», Роберт Кийосаки «Богатый папа, бедный папа». Эти книги не дают техники, но дают понимание, рассказывают истории людей, которые также сталкивались со всеми вопросами, проходили через сопротивления и возражения, с которыми встречается каждый новичок.

Недавно вышла моя книга «Этот бизнес для тебя? Разберись!» — пусть в вашей голове отложится позиционирование бизнеса. Осваивайте материал, подчеркивайте, выписывайте, читайте заново, рассказывайте своими словами, формируйте собственное видение, делайте себе тематические подборки.

Таким образом вы используете чужой опыт, разложенный «по полочкам». В качестве побочного эффекта вы понимаете, что вы такой не один, все проходили этот путь, никто не родился сетевиком, тем более высокого ранга. Этот опыт помогает выйти на путь лидерства. Как в спорте, когда вы смотрите на маститых мастеров, восхищаетесь красотой элементов в художественной гимнастике или тем, как мощно работают мышцы в спортивной. А вы только пришли в этот спорт, но понимаете, что можете стать таким же, ведь реальные свидетельства перед вами. Но для этого потребуются тренировки, труд, упорство! Точно так же в сетевом.

События очень важны! Это то, без чего новичок не вырастет никогда. Иллюзия — думать, что он дома сам с собой договорится. В человеке две стороны. Одна всегда уговаривает полежать, эта сторона сильнее, она объясняет, почему сегодня стоит отдохнуть, почему сегодня не стоит напрягаться, почему и так сойдет. Она объясняет с легкостью, она перестраховывает психику. Вторая сторона робко шепчет: «Надо идти вперед! Надо что-то предпринимать!»

Я очень часто специально погружаю себя в знания, в книги, в интернете нахожу людей, которые круче меня на порядок, что в сетевой индустрии, что в бизнесе. Что они делают? Что успевают за жизнь?

И тогда я осознаю, как мало еще сделала, а могла бы сделать намного больше! И появляется мотивация. Надо искать примеры людей, у которых получилось больше и лучше. Избавляйтесь от привычки брать пример с тех, у кого не получилось, несмотря на то, что это 80 % людей. Потому и живут на грани бедности, потому что друг на друга смотрят. У них не получилось, но все нормально, все хорошо, ведь все так живут!

Над этим стоит поработать, а события компании заставляют человека задумываться, расширять видение, изменяться, повышать уровень жизни, искать причины и думать о себе по-другому. Вот что делают события! Когда на сцену выходят живые люди, которые уже получили свои Мерседесы, и не по одному, которые имеют чеки свыше миллиона! Живые люди, такие же, как мы, достигли этих результатов благодаря постановке целей и реальным действиям, которые привели к реализации этих целей.

Кстати, часто у новичков в зале возникает ощущение, что они-то точно круче, что они тоже так смогут! Они не видят всего, стоит что за этими победами. Но это важно — ощущение идентификации себя в сравнении с такими же людьми.

Они правда ничем не отличаются, кроме того, что они ДЕЛАЮТ, и еще тем, ЧТО они ДЕЛАЮТ, КОГДА у них НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ. Не у всех получается, ну что ты с этим поделаешь? Кто-то впадает в глубокую депрессию и делает вывод, что у него никогда не получится. Но секрет в том, что не бывает результатов без того, чтобы сначала или некоторое время не получалось. Все проходят через падение, через ошибки, никто не рождается профессионалом! Но лидеры — это люди, которые умеют держать удар и делать правильные выводы. На каждой ошибке — правильный вывод, на каждой ошибке — вывод. У них в крови заложено стремление двигаться, поэтому они достигают, а другие — нет. Приглашайте на события как можно больше людей. У людей открывается видение. Так устроен мозг человека, что порой надо, чтобы 15–20 человек на пиковом эмоциональном фоне сказали одно и то же разными словами, чтобы человек УСЛЫШАЛ и понял.

Что еще важно для новичка? Если в ближайшее время нет крупных мероприятий компании, не стоит сидеть и ждать. Вы начали свой бизнес? И решили действовать системно? Организуйте сами или с наставником, к примеру, в первый же четверг свое первое событие, пригласив в офис пять человек. Пришли пять человек, из них трое включились в бизнес. И вы говорите, что в следующий четверг снова будет проводиться бизнес-встреча. На нее вы приглашаете пять новых людей + ваши трое, включенные в бизнес, приводят своих приглашенных. Таким образом, на второй бизнес-встрече могут присутствовать уже 11–14 человек. И вы далее проводите свои события по четвергам, отработываете сами, приглашая по пять новичков, и ваши люди также приводят своих знакомых. Так, на третьей неделе на вашем событии может быть до 30–40 человек, а на четвертой неделе может быть до 100! При условии, что вы знаете, чего хотите, учитываете статистику и действительно работаете, закручиваете процесс.

Настройте себя на то, что первые три месяца в бизнесе — это пахота. Здесь может помочь сравнение с машиной, со сложным механизмом. Чтобы завести такой механизм, нужен толчок, импульс, который осуществляет порой совсем небольшая деталь, запуская целую

машину. Представьте себе, что вы, начиная свой бизнес, на старте, ВРУЧНУЮ, прилагая усилия, приводите эту деталь в действие, чтобы потом заработал весь механизм, набрал обороты и работал эффективно.

Так вот, первые три месяца для вас — это большой объем работы. Постепенно начинают выявляться ключевые люди, которые подхватывают ваш стиль, скорость и методы вашей работы, облегчая вашу задачу. Но помните: они дублируют вас. Если вы работаете спустя рукава, то они думают, что именно так и надо делать бизнес. Если вы ставите перед собой высокую планку, задаете высокие стандарты бизнеса, то и ваши ключевые люди поступают так же. Первые месяцы я просто жила в офисе и интернете, проводила встречи каждый час — сначала со своими людьми, потом с людьми своих людей. Кстати, в интернете этот процесс может происходить в большем объеме, на первую встречу, на вебинары из разных городов может собраться сразу 50 человек! То есть людей больше, но конверсия ниже, чем при общении вживую, глаза в глаза. Поэтому бизнес должен развиваться и оффлайн, и онлайн. Знаю много людей в серьезном возрасте, которые освоили интернет, стали там профессионалами и строят бизнес. Важно не просто проводить время в интернете, а отдавать себе отчет: приводят ли ваши действия людей в бизнес или вы просто теряете время, просматривая Инстаграм?

В ваш бизнес будут приходить люди, если вы раскручиваете свой Инстаграм через полезный для своей ЦА контент. За 2,5 года я увеличила количество подписчиков с 200 человек до 27 000 без всякого искусственного трафика. Работайте в интернете грамотно, будьте полезны своей ЦА. Здесь не работают прямые призывы: «Купи у меня!» или «Иди ко мне в команду!». Здесь работают только интересный и важный контент, ваши размышления, жизненная философия, личный взгляд на бизнес и его возможности.

И еще — начинайте отрабатывать встречи без иллюзий. Это значит, что все Грандмастера и Пулы прошли этот путь, отрабатывая точно такие же действия. Понимаете, если бы вы были в сетевом бизнесе уже много лет и у вас была бы команда и список, тогда вы могли бы выбирать: «Позвоню-ка этому... или лучше — этому!» У вас было бы более целевое, адресное обращение. Но пока этого нет, запустить бизнес можно единственным способом — методом отбора и статистики.

☑ ЗАДАНИЕ

Составьте список книг и регулярно читайте их. Участвуйте сами в событиях структуры / компании и приводите / приглашайте / мотивируйте своих людей.

10. НАЧНИТЕ УЧАСТВОВАТЬ В ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙ

От чего будет зависеть ваш результат?

1. Важно понимать: **сетевая индустрия — это профессия**, которую нужно освоить. Я ратую за то, чтобы человек делал дело, основываясь на глубокой осознанности того, что он делает, а не пока хватает вдохновения. Кому-то хватает его на 30 минут, кому-то — на месяц, кому-то — на год. Важно, чтобы вдохновения человеку хватало на всю жизнь, ведь изучение любой профессии — это путь длиною в жизнь. Каждый год вы разбираетесь все глубже, улучшаете навыки, оттачиваете техники работы.

На рынке никто никого не ждет. Люди либо умеют входить в рынок, либо нет. И тогда они этому учатся.

2. Необходимо оценить, **что вы делали до бизнеса**. Работали ли вы когда-нибудь самостоятельно, развита ли у вас инициативная составляющая? Можете ли вы инициировать события? Без такого навыка каждый день делать что-то самостоятельно непросто.

Почему новичок не делает первых действий? Банально потому, что у него нет знаний, он не знает маркетинг, не знает, как формировать предложение, что происходит на рынке, много чего не знает...

Наемный труд подразумевает исполнение. Сетевой бизнес — инициативу. Важно **начинать проявлять инициативу внутри команды** хотя бы в том, в чем вы сильны. Важно понять свое сильное качество. Сразу профессионалом стать вы не сможете. А вот изучить какую-то узкую тему, но глубоко, сможете. Например,

сможете быть сильным в подаче маркетинга или в подаче товара. Можете быть сильным в подаче идеи. Первая инициатива нужна!

Пусть это будет кусочек какой-то темы, но в которой вы — ас, профи! Чтобы люди начали обращаться к вам за советом. *У меня есть коллеги, которые пришли в бизнес совсем недавно, но они сразу же вышли в офис или вебинар с темой, которую им пришлось изучить с нуля. Например, микроволокно, и вот с каждым разом, с каждой подачей, они становятся все профессиональнее. У них появляются новые примеры, образы, они говорят красиво, стали интересны группе, их начали приглашать. Им легче говорить, еще не во всем, но хоть с какой-то стороны они сильны!*

Если вы уже сильны в чем-то, остальное же можно добавлять? Вначале важно понять, что нужно нарабатывать самостоятельные действия, которые не привязаны к помощи наставника.

Мы здесь партнеры. Если вы выбрали для себя работу с людьми, это подразумевает ПЕРЕДАЧУ опыта, видения, навыков и ПОЛУЧЕНИЕ опыта, видения, навыков. Вы должны быть тонко настроены на обучение, причем на обучение данной профессии, в данной компании. В данном проекте есть своя специфика.

3. Понять, что вы входите в новую профессию, **принять решение, что вы будете здесь развиваться**. Осознать, что если кто-то в этой профессии, в этом бизнесе, в этой компании результативнее, а у вас что-то не получается, то причина не в идее и не в профессии, а в отсутствии банальных навыков и интереса рынка.

☑ ЗАДАНИЕ

Участвовать в событиях структуры на своем уровне, то есть начать проявлять инициативу внутри системы.

11. НАЧНИТЕ РАБОТАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

Как только вы сделаете первые шаги с наставником и познакомитесь с его системой, тут же начинайте формировать свой дом и свою систему внутри системы наставника.

Для этого рекомендую использовать интернет-ресурсы, сегодня это просто необходимо.

1. Отлично зарекомендовал себя и продолжает набирать популярность мессенджер **WhatsApp**. У этого приложения богатый функционал: фото, смайлы, аудио, видео и т. д.

Здесь возможно:

- Объединять ключевых людей в отдельные группы и держать с ними постоянную связь.
- Создавать узкопрофильные группы, где аудитория интересуется конкретными вопросами. Это могут быть очень близкие люди из ваших друзей, или список контактов потребителей, или продавцов.

Группы и чаты в WhatsApp, особенно если вы работаете оффлайн, вещь незаменимая, и это гораздо удобнее, чем во ВКонтакте и в Одноклассниках. Например, не нужно владеть дополнительными знаниями, чтобы отправлять e-mail-рассылки, достаточно собрать людей в одну группу и в один клик отправить рассылку по ним.

Это новый инструмент для маркетинга, который помогает вам постоянно быть на связи и поддерживать близкие партнерские отношения, которые позволяют всем развиваться.

2. Заведите аккаунт в **Instagram**.

Совсем не обязательно «продавать» личные фотографии и историю своей жизни, используйте свою страницу для рекламы и продвижения своего бизнеса, формируйте личный бренд.

В профиле бизнес-аккаунта разместите свой адрес, телефон, ссылку, кнопку призыва к действию. Тогда потенциальные клиенты могут связаться с вами или просмотреть вашу страницу, бизнес-предложение, рекламу товара и пр.

Бизнес-аккаунт позволяет подключить приложения для продажи товаров, услуг, настроить таргетированную рекламу, быть в курсе статистики профиля.

Чем полезна статистика профиля? Вы видите, кто, когда посещал аккаунт, как подписчики просматривали посты. Это поможет создавать контент, который полезен и нравится аудитории, выбирать лучшее время для публикаций, в итоге — продавать больше.

☑ ЗАДАНИЕ

Откройте свою группу в WhatsApp и присоедините первых партнеров. Активно используйте чат для общения с партнерами. Заведите страницу в Instagram. Составьте контент-план полезных публикаций.

12. НАЧНИТЕ ФОРМИРОВАТЬ СВОЮ ЛИДЕРСКУЮ ПОЗИЦИЮ

Сегодня вы — новичок в мощном бизнесе GreenWay, вам кажется, что лидерство — это самый пик карьеры, до которой еще очень далеко. Я скажу иначе. Лидерство — это путь, это ваш настрой, ваша позиция прийти в наш бизнес и стать Победителем. Поэтому сразу, с первых шагов, держите ориентир на высший эшелон мастерства в GreenWay.

Задайте себе установку: если я заключил партнерское соглашение и настроен строить бизнес, я готов стать лидером для своей команды, наставником для своих людей.

Лидер по маркетингу — это товарооборот более 300 тысяч рублей, это чек 40–70 тысяч рублей и 4 ключевых человека.

Из этой точки вы можете стартовать в точку **Мастер** — это доход в среднем 100 тысяч + Мерседес. И 4 ключевых человека.

Далее можете идти на **Гранд Мастера** — это 300–500 тысяч дохода и Мерседес.

Из этой точки можно идти на **Гранд Мастер Пул** с доходом от миллиона рублей в месяц. И также 4 ключевых человека, которые начинают развивать бизнес.

Разница в том, что, когда вы приняли решение идти на Лидера, то ищите ресурсных людей, согласных на доход меньше, то есть тех, кто готов зарабатывать 15–20 тысяч рублей.

Когда идете на Мастера, вы ищите людей, ориентированных на доход 40 тысяч рублей, то есть предлагаете им быстро выйти на Лидера.

Когда идете на Гранд Мастера, ищите потенциальных Мастеров, другими словами, общаясь с человеком, вы предлагаете ему выйти на доход в 100 тысяч и Мерседес.

И когда идете на Гранд Мастер Пул, ищите людей, которые ориентированы на доход в миллион.

Приведу свою статистику. В первом поколении у меня зарегистрировано 150 человек. Я планирую за 10 лет увеличить их количество до 2000. Если вы не планируете это делать, значит, не настроены на развитие.

Из этих 150 человек первой линии 50 человек дают ежемесячную активность по 50 баллов. Под этими 50 от 16 до 18 лидерских веток, а под ними — от 7 до 9 мастерских веток. Из них Гранд Мастеров — 3. Таким образом, из моих 150 людей, которые сказали бизнесу «Да» и включились в работу, выкристаллизовалось 3 Гранд Мастера. Остальные подрастают в мастерских и лидерских ветках. Но есть большая вероятность, что в лидерских ветках будут люди, которые остановятся и скажут, что им достаточно Лидера. Поэтому я лишена иллюзий, что если у меня 18 лидерских веток, то я выращу 18 Гранд Мастеров. Это статистика. Поэтому я обращаю внимание на то, чтобы создавать **постоянный входящий поток** в свою первую линию (150 человек).

Что еще важно понимать?

Ваши цели всегда будут включать цели других людей.

Если ваши цели — 50 000, вероятность того, что к вам придет случайно человек с доходом в миллион, без соприкосновения с наставником, практически нулевая, потому что вы будете позиционировать бизнес, показывать цифры, при этом ваша уверенность и ресурсность останутся на уровне 30 000 рублей.

Предпринимательство — это поиск возможности без учета тех ресурсов, которыми вы обладаете прямо сейчас. Без учета означает, что в вашем окружении на сегодняшний день может не быть тех людей, с которыми вы построите самый большой бизнес. Соответственно, всегда необходимо искать ресурсных, ориентированных на бизнес людей.

Кто такие ресурсные люди? Это не обязательно крутые бизнесмены, которые держат рынок, нет! В Челябинске у меня есть Фарида Апа, ей 65 лет, читает Коран, у нее много учеников. По большому счету, она — учитель духовных знаний. Она ресурсный

человек? Безусловно, ресурсный и очень влиятельный человек. Ресурсные люди — это те, кто обладают влиянием в своем окружении, с чьим мнением считаются.

Рассматривайте людей, с которыми сможете сработаться. Они есть в списке знакомых, который должен всегда расширяться. Если раньше я знакомилась с людьми и мне незачем было брать контакты, то сейчас ситуация изменилась. Привычка обмениваться контактами — привычка бизнесменов. Вот и у вас должна появиться такая привычка. Это не значит, что как только вы познакомились и обменялись контактами с человеком, нужно ему тут же что-то предлагать. Просто каждый день у вас должны появляться новые знакомые.

По статистике, к 50 годам у человека может быть 2500–3000 знакомых. Но что происходит в реальности? К 50 годам он «захлопывается», сворачивает свой список. У него никого нет, кроме мужа, соседки и круга близких родственников. Такая манера поведения приводит к асоциализации. Соответственно, входя в бизнес, этот круг приходится разворачивать, заново знакомиться с людьми, ходить по магазинам, салонам, выставкам, конференциям и прочее.

Ваш потенциальный круг — это ориентированные на бизнес люди. **Как его расширить? Откуда в ваш бизнес могут заходить люди?** Кроме списка знакомых используют:

- **Рекомендации.** Разговаривая с одним человеком, вы должны понимать, что у него есть свое окружение, свой список знакомых. Если вы о нем не спросите, вы на него и не выйдете. Даже если человек не откликнулся на ваше предложение и не сказал вам «Да», вы можете спросить: «В вашем окружении есть люди, которые занимаются бизнесом? Либо общественники, спортсмены? Одним словом, «движняковые» люди, которые умеют достигать? Меня интересует эта категория людей. Пока мы разговариваем, напишите, пожалуйста, мне их координаты? Или позвоните им при мне?» Так у вас появляются контакты, телефоны, расширяется список.

- **Таргетированная реклама, «воронки» в интернете.**

- Рассматривайте **предпринимателей.** Это люди, которые содержат свои торговые точки, вы покупаете там продукты, вещи или услуги, ходите в парикмахерскую или к косметологу. Это люди, **вокруг**

которых всегда есть люди. Они — ваши потенциальные партнеры, просто с ними нужно начать знакомиться, говорить, обмениваться визитками, вносить в свой список знакомых.

● Рассматривайте **сетевиков**. Что происходит сейчас? Есть компании уже старые, в которых новичку трудно подняться. Рынок уже занят, все, кто хотел, уже покупает, все, кто его развивал, уже зарабатывает. Есть компании, которые вообще не ориентированы на большие доходы, то есть там масса продавцов и потребителей. Сама стратегия компании не раскручивает лидерский стиль. Больших денег там не зарабатывают, и люди подсознательно ищут другие варианты. Так и мне лет 5 назад GreenWay был нужен больше, чем я ему. То есть Я ЕГО ИСКАЛА, еще не знала, что это будет конкретно GreenWay, но искала некую модель, которая приносила бы быстрые деньги, имела интересный товар и закручивала этот процесс очень стремительно. Так что сетевики — это тоже наш рынок. Списки необходимо постоянно расширять.

Важные моменты на пути к лидерству

Важно отношение к процессу.

● **Первый шаг**, когда вы начинаете понимать, что вам никто ничего не должен. Ни государство, ни муж, ни дети, НИКТО ничего не должен, вы должны прокормить себя сами. Итак, это инициатива.

● **Второй шаг**, когда понимаете, что отвечаете не только за себя, а берете ответственность за семью, становитесь как бы внутренне более старшим.

● **Третий шаг**, когда вы начинаете отвечать за результаты своей команды. Когда вы начинаете понимать, что зарабатываете в сетевом только тогда, когда помогаете другому человеку, когда ваше предложение направлено на получение ценностей для этого человека, когда вы создаете ценности на его территории.

Чем больше человек дает, чем больше человек делится, чем больше у него бесплатного контента, чем больше он отдает, неважно, своим структурам или вообще в мир, тем больше он понимает суть сетевого бизнеса, тем более он Лидер.

Как только у вас появляется первый человек и вы серьезно настроены развивать бизнес, вы становитесь **бизнес-наставником**. Поэтому:

1. Создавайте систему чатов, которые вы администрируете. Это обычно чаты по бизнесу и по продукту.
2. Становитесь активным участником других чатов, например, своих наставников.

Важно понимать: как вы ведете себя в других чатах, так вы ведете и свои. К примеру, вы сидите в чате наставника. Кто должен драйвить чат, как думаете? Все! Если в течение дня вы не написали в чат ничего позитивного или полезного, значит вы там находитесь зря! Значит вы просто не понимаете, как работают чаты.

Сформируйте привычку писать результативное и позитивное (например, результаты или выводы) в чат, в котором находитесь, и передавайте это правило в свои группы. Иначе получается так: наставник держит чат, и только он туда и пишет, остальные — молча присутствуют. Приучайтесь к активному поведению в чатах, потому что это тоже событие, которое вы либо драйвите, либо нет. Лидер запускает в чат свою энергию, идеи, послылы. Чтобы не было негативщиков, подключая к чату новых людей, сбрасывайте им правила поведения в чате, в которых оговаривается первое предупреждение при некорректном поведении и удаление в случае повторения.

Чат — это большая энергетическая нагрузка. И если человек не понимает, как себя со своим «великим мнением» вести в сообществе, где он может испортить или поднять настроение группе людей, и выбирает испортить его, говорите ему: «Прощай!» Иногда я прошу: пишите о том, что не нравится, в личку, негативное настроение не нужно людям, нам важно сохранять состояние позитива в чате.

Кстати, ключевые люди умеют создать комфортное атмосферное состояние, хорошее настроение, я сразу вижу таких! Они часто «делают день», размещая в чате не картинки, не анекдоты, а делясь своим осознанием какого-то важного момента в бизнесе или успешным результатом, количеством проведенных встреч. Люди ведь нуждаются в дополнительных примерах, информационных поводах, рычагах наращивания объемов.

☑ ЗАДАНИЕ

Держите одинаковую лидерскую позицию каждый день — за это начинают уважать. Именно это формирует устойчивую правильную позицию выбранного пути.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. НАПУТСТВЕННЫЕ СЛОВА НОВЫМ ПАРТНЕРАМ

Хорошо подумайте о своей жизни! Человек проводит в мыслительной деятельности 90 % своей жизни, и не хватает ни энергии, ни ресурсов на реализацию этой мыслительной деятельности. Более того, формируется привычка думать, а не делать.

Поэтому в первую очередь я рекомендую ДЕЛАТЬ и думать. И не бояться ошибок, потому что никто за вас их не совершит. В сетевом практически нечем рисковать. Я считаю: самый большой риск — это ничего не делать и ничего не менять. Самый большой риск — это жить по старинке, утопичное занятие, честно! Сегодня ему 20 лет, потом — 45, 80, он оглядывается назад, а ведь ничем не рисковал в своей жизни, вспомнить нечего, никаких острых моментов! Даже тот, кто потерял деньги, поднялся и победил, ему и то есть, что вспомнить, и он с удовольствием, с высоты своих 80 лет рассказывает, как он рисковал, преодолевал, побеждал!

А когда человек вообще ничего в жизни не делает, у него нет событийности, его жизнь «сворачивается». Многие хотят идти путем наименьшего сопротивления, не напрягаться, ничему новому не учиться, ничем не рисковать, ничего не менять, плыть по течению...

Когда у человека формируется поисковая активность? Когда он решает поменять свою жизнь, когда ему надоело жить так, как он живет, когда вот до тошноты... и тогда ему уже некогда задумываться, тогда он просто принимает решение «Да, это эта тема!» и начинает ДЕЙСТВОВАТЬ!

Желаю вам понять, чего вы хотите от жизни, во что вы ее превращаете, в конечном итоге, о чем будете сожалеть, когда она закончится!

Ваша жизнь может быть наполнена всем, а может быть пуста, как пустой стакан. Вы его перевернули и не даете ничем наполнить.

GreenWay — это инструмент для реализации задуманного, ничего другого, это просто инструмент! Он может помочь наполнить вашу жизнь. Поэтому мой вам совет: подумайте, какую жизнь вы выбираете!

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Введение</i>	3
1. Активируйте соглашение	3
2. Изучите сайт GreenWay	4
3. Определите с наставником финансовые цели и выберите свою роль	5
4. Определите свои ресурсы.....	13
С чего начать новичку?	13
Где брать партнеров? На холодном или теплом рынке?	17
Если у вас нет опыта бизнеса.....	17
5. Развивайте навык коммуникации.....	19
Как приглашать людей на встречу?.....	20
6. Разберитесь с наставником маркетинг-план.....	22
7. Позиционируйте свой бизнес.....	24
Какая презентация сработает?	24
Как делать предложение?	25
Как правильно подать бизнес?	27
8. Начните проводить встречи.....	30
Как начинающему сетевому предпринимателю проводить первые несколько встреч?	30
Поможет ли мне работа с возражениями?	31
9. Начните участвовать в событиях.....	33
Какие книги / события освоить начинающим сетевым предпринимателям?	33
10. Начните участвовать в организации событий	37
От чего будет зависеть ваш результат?	37
11. Начните работать в интернете.....	38
12. Начните формировать свою лидерскую позицию.....	40
Важные моменты на пути к лидерству.....	43
<i>Заключение. Напутственные слова новым партнерам</i>	45

Научно-популярное издание

ПОЛЯНСКАЯ Елена
Первые 10 дней для запуска бизнеса

Подписано в печать 20.01.2020. Формат 60х84/16.
Гарнитура Cambria. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 2,8. Тираж 5000 экз. Заказ ????