



ERIC WORRE

BĄDŹ PRO!

7 KROKÓW DO MISTRZOSTWA
W MARKETINGU
SIECIOWYM



ne
press

EXCLUSIVE

Tytuł oryginału: Go Pro - 7 Steps to Becoming a Network Marketing Professional

Tłumaczenie: Maksymilian Gutowski

ISBN: 978-83-283-2623-1

©2013 Eric Worre, Network Marketing Pro™.
All rights reserved.

No part of this book may be reproduced, scanned, or distributed in any printed, mechanical or electronic form (including recording or photocopying) without written permission.

Polish edition copyright © 2014, 2016 by Helion SA.
All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/bapr7t>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Wprowadzenie	11
1. Marketing sieciowy nie jest idealny... Jest po prostu LEPSZY	15
2. Jeśli chcesz się zająć marketingiem sieciowym, zajmij się nim profesjonalnie	29
Pozerzy	29
Amatorzy	29
3. Jak w każdym zawodzie, musisz zdobyć pewne umiejętności	35
4. Umiejętność 1. Znajdowanie prospektów	39
5. Umiejętność 2. Objaśnianie prospektom produktu lub okazji	45
Zasada pierwsza	50
Zasada druga	50
Zasada trzecia	51
Zasada czwarta	51
Krok pierwszy: śpiesz się	52
Krok drugi: powiedz komplement	53
Krok trzeci: przekaż zaproszenie	54
Krok czwarty: „czy gdybym?”	57
Krok piąty: potwierdzenie pierwsze — deklaracja terminu	59

Krok szósty: potwierdzenie drugie — potwierdzenie terminu	60
Krok siódmy: potwierdzenie trzecie — umówienie się na kolejną rozmowę	61
Krok ósmy: zakończ rozmowę	61
6. Umiejętność 3. Prezentowanie prospektom produktu lub okazji	65
7. Umiejętność 4. Podtrzymywanie kontaktu z prospektami	71
Zasada pierwsza: kontynuacją jest zrobienie tego, co zapowiedziałeś	71
Zasada druga: ekspozycje służą tylko do tego, żeby załatwić kolejne ekspozycje	72
Zasada trzecia: rekrutacja wymaga średnio od czterech do sześciu ekspozycji	75
Zasada czwarta: skondensuj ekspozycje dla uzyskania lepszych rezultatów	76
Pytania i wątpliwości	76
Kiedy prospekci nie wierzą w swoje umiejętności	78
Kiedy ludzie nie wierzą w marketing sieciowy	79
8. Umiejętność 5. Przekształcanie prospektów w klientów lub dystrybutorów	83
9. Umiejętność 6. Wspieranie nowego dystrybutora	89
Rozmowa o planie działania — część pierwsza	90
Rozmowa o planie działania — część druga	90
Rozmowa o planie działania — część trzecia	92
Rozmowa o planie działania — część czwarta	93
Rozmowa o planie działania — część piąta	94
10. Umiejętność 7. Promowanie spotkań	95
11. Wszystko, co wartościowe, wymaga czasu	101
Formuła 1/3/5/7	102
Jak się uczyć	103
Zachowuj się tak jak ludzie sukcesu	103
Nauka	104

Filmy	105
Materiały online	105
Spotkania	105
Uważaj na wszystko, co może Cię rozproszyć	106
Działaj	106
Nauczanie	108
Znajomości	109
12. To się opłaca	111
Kariera, którą sobie stworzysz	111
Wolność, którą będziesz się cieszyć	112
Ludzie, na których wpłyniesz	113
Ludzie, których poznasz	113
Miejsca, które zwiedzisz	114
Sprawy, na rzecz których możesz działać	115
Człowiek, którym się staniesz	117
O autorze	119

Marketing sieciowy nie jest idealny...

Jest po prostu LEPSZY

1

Czy jesteś niespokojny? Czy jesteś niezadowolony? Czy masz poczucie, że musi istnieć lepszy sposób na pracę i zarabianie? Dobra wiadomość jest taka, że lepszy sposób ISTNIEJE, ale różni się od tego, czego nauczyłeś się w szkole. Pozwól, że wytłumaczę.

Podczas wystąpień w ramach swoich podróży lubię oddawać głos słuchaczom. Proszę ich o pomoc w stworzeniu optymalnej firmy i proszę też, by opowiedzieli, czym taka firma miałaby się odznaczać, a czego unikać. W ten sposób zawsze powstaje fascynująca lista. Gdybyśmy teraz ze sobą rozmawiali, poprosiłbym Cię o to samo. Skoro tak jednak nie jest, przytoczę tylko, co powiedzieli mi ludzie z ponad trzydziestu krajów podczas tworzenia czegoś, co nazywam „listą idealnej kariery”.

Ludzie zazwyczaj zaczynają od wymieniania tego, czego nie chcą:

- żadnego szefa,
- żadnych dojazdów,
- żadnych budzików,
- żadnych pracowników,
- żadnej polityki,
- żadnych kompromisów,
- żadnej dyskryminacji,
- żadnych wymagań co do wykształcenia.

Następnie wykorzystują swoją wyobraźnię bardziej pozytywnie, przytaczając jakieś zalety:

- coś pozytywnego,
- świetny produkt lub usługa,
- nieograniczony dochód,
- stały przychód,
- mili współpracownicy,
- wolność zarządzania czasem,
- zajmowanie się czymś znaczącym,
- rozwój osobisty,
- duży zakres świadczeń,
- międzynarodowość,
- osiąganie ważnych celów,
- małe ryzyko,
- niskie koszty początkowe,
- stabilność,
- ulgi podatkowe,
- zabawa!

Możesz dodać kilka pozycji od siebie, ale czy nie sądzisz, że to całkiem niezła lista jak na początek? Wyobraź sobie, że Twoja kariera też może się odznaczać tymi wszystkimi zaletami!

Każdego znanego mi człowieka pracy można przypisać do jednej z pięciu kategorii:

- Niebieskich kołnierzyków
- Białych kołnierzyków
- Handlowców

- Tradycyjnych przedsiębiorców
- Inwestorów

Niebieskie kołnierzyki

Na podstawie Wikipedii można zdefiniować niebieskiego kołnierzyka jako przedstawiciela klasy robotniczej, który wykonuje pracę fizyczną. Sam natomiast uważam, że jest to ktoś zajmujący się naprawami, produkcją, porządkowaniem, budową czy obsługą czegoś (lub kogoś).

Sam pracowałem na wielu tego typu stanowiskach i wiem, że każdy taki pracownik odczuwa pewną satysfakcję z wykonanej pracy.

Pytanie jednak brzmi, czy praca niebieskiego kołnierzyka może zapewnić wszystkie atuty z listy idealnej kariery? Oczywiście, że nie. Owszem, może zapewnić część zalet. Możesz wprawdzie stworzyć świetny produkt przy niewielkich kosztach wejściowych oraz cieszyć się innymi plusami z tej listy, ale praca niebieskiego kołnierzyka nie doprowadzi Cię tam, gdzie chciałbyś trafić. To nie jest „idealna kariera”.

Białe kołnierzyki

Na podstawie Wikipedii można zdefiniować białego kołnierzyka jako osobę wykonującą pracę wymagającą profesjonalnych umiejętności, związaną z zarządzaniem lub administracją, w odróżnieniu od pracy fizycznej niebieskiego kołnierzyka. Zwykle wiąże się to z pracą w biurze.

Sam natomiast uważam, że jest to osoba zatrudniona przez kogoś innego, żeby wykonywała zadania inne niż fizyczne i związane ze sprzedażą.

Wielu ludzi decyduje się na karierę białego kołnierzyka, jako że należy ona do najbardziej akceptowanej społecznie kategorii. Od dawna uważa się ją za bezpieczny wybór. Ostatnimi czasy uległo to jednak zmianie. Już nie można żyć w przeświadczeniu, że lojalny pracownik firmy zaskarbi sobie jej lojalność wobec siebie.

Sam pracowałem także na tego typu stanowiskach. Z doświadczenia wiem, że w tej kategorii można się zetknąć z dwoma rodzajami ludzi: Tygrysami i Strusiami.

Tygrysy są ludźmi pragnącymi uzyskiwać wyniki na wysokim poziomie. Są ambitni, zmotywowani i energiczni. Mają głowy pełne pomysłów i chcą się wspinać po szczeblach firmowej hierarchii — to duże zalety. Bycie Tygrysem wiąże się jednak z pewnymi minusami.

Kiedy ktoś postanawia zostać Tygrysem, staje się jednocześnie chodzącą tarczą strzelniczą. Jego przełożony traktuje go jako zagrożenie, wobec czego stara się go powstrzymać lub ugodzić w jego reputację. Jego współpracownicy postrzegają go jako człowieka, który może ich poniżyć lub pozbawić awansu, więc za wszelką cenę starają się umniejszać jego dokonania.

Aby pozostać Tygrysem i przetrwać w nieprzyjaznym środowisku, trzeba nauczyć się czegoś, co nie ma nic wspólnego z produktywnością — politykierstwa. Trzeba nauczyć się poruszać po krajobrazie politycznym tak, aby umniejszać wartość wrogów i wzmacniać swoje relacje z ludźmi na mocnych pozycjach. W rzeczy samej, największymi sukcesami w świecie korporacji cieszą się często nie Tygrysy, tylko pełnokrwisici politycy.

Jeśli więc zdecydujesz się na pracę w środowisku korporacyjnym w roli Tygrysa, musisz pogodzić się z tym, że w takim środowisku trzeba być również sprawnym politykiem.

Przejdźmy teraz do Strusiów. Są to ludzie, którzy NIENAWIDZĄ polityki, ale potrzebują pracy. Uczą się, by nie być ambitnym Tygrysem. Nie wyróżniają się. Nie wypowiadają się na zebraniach. Nie wnoszą nowych pomysłów. CHOWAJĄ się. Chowają głowę w piasek i robią to, co im każą. Pracują tyle, by nie mówiono o nich źle. Próbuje przetrwać.

To podejście sprawdza się od dziesięcioleci. Jednak w Nowej Gospodarce chować się jest coraz trudniej, a czas zaczyna się ludziom kończyć.

Wróćmy więc do listy idealnej kariery: czy praca białego kołnierzyka może Ci zapewnić wszystko z tej listy? Oczywiście, że nie. Może zapewnić pewne atuty w niewielu zakresach.

Handlowcy

Niektórzy rezygnują z bycia „pracownikami” i decydują się na karierę handlowca. Jest to zdecydowanie ciekawsza i odważniejsza praca, ponieważ handlowcy zwykle wynagradzani są za wyniki, a nie od godziny.

Znam tysiące handlowców. W ciągu swojej kariery zwróciłem uwagę na pewien stały wątek. Handlowiec standardowo cieszy się przez jakiś czas okresem, w którym wszystko działa sprawnie. Zamienia w złoto wszystko, czego dotknie, i zarabia naprawdę nieźle.

W tym okresie niemal wszyscy handlowcy dostosowują swój styl życia do poziomu swoich przychodów. Kupują nowy dom, samochód, przenoszą swoje dzieci do lepszych szkół, kupują domek wakacyjny — wszystko, co zechcą. Wszystko przez jakiś czas działa świetnie.

Ale potem coś się zmienia.

Firma zmienia swój system wynagrodzeń, traci pozycję na rynku, musi się zmierzyć z nowym konkurentem, traci swojego najlepszego klienta, zaczyna się recesja, nowe technologie obniżają wartość oferty albo zmiany w prawie wpływają na branżę. To zaledwie kilka możliwości. Istnieją setki innych powodów, dla których świat handlowca może stać się (i na pewno stanie się) bardziej skomplikowany.

W takiej sytuacji, mając wzgląd na bogaty styl życia, okazuje się, że 40 godzin pracy tygodniowo nie wystarczy do opłacenia rachunków. Handlowiec zaczyna więc pracować 50 godzin tygodniowo. Potem 60. Potem 70. Jego życie osobiste kurczy się. Owszem, ma swój dorobek, ale nie ma czasu, by się nim nacieszyć.

Innym wyzwaniem towarzyszącym karierze handlowca jest to, że niezależnie od osiągnięć handlowiec zaczyna każdy dzień od zera. Życie pod taką presją przez dłuższy czas może być męczące.

Czy handlowca stać na opłacenie swoich rachunków? Owszem. Ale czy jego kariera pasuje do idealnej kariery, którą wcześniej opisaliśmy? Nie.

Tradycyjni przedsiębiorcy

Niektórzy decydują się spełnić wielkie marzenie — stworzyć własną firmę, być sobie sterem i podejmować wszystkie decyzje. To zachęająca ce, nie sądzisz? Dla większości ludzi wygląda to jednak następująco:

Krok pierwszy. Wykorzystują swoje życiowe oszczędności, zaciągają kredyt oraz zadłużają się u krewnych i znajomych, żeby zacząć działalność.

Krok drugi. Zadłużają się jeszcze bardziej, wynajmując obiekty i składając dookoła osobiste zobowiązania.

Krok trzeci. Teraz zamiast koncentrować się na tym, co potrafią robić (np. ktoś był świetnym handlowcem i postanowił założyć własną firmę), muszą być wszystkim dla wszystkich. W sprawach prawnych są adwokatami, w finansowych księgowymi, w pracowniczych niańkami, w nabywczych negocjatorami, a w sprawach wierzitelności samodzielnym pionem windykacyjnym. Do tego wynoszą śmieci. Zajmują się WSZYSTKIM, tylko nie sprzedają.

Krok czwarty. Zdesperowani, walczą. To nie oni prowadzą firmę, to firma prowadzi ich. Przychodzą do pracy pierwsi i wychodzą ostatni. Po zapłaceniu wszystkim dookoła może nawet są w stanie wykrobać wystarczająco dużo pieniędzy na opłacenie bieżących rachunków, że nie wspomnę o spłacaniu długów zaciągniętych na założenie przedsiębiorstwa.

Krok piąty. Odnoszą sukces lub ponoszą klęskę. Albo trafiają na etap, na którym firma zaczyna się cieszyć powodzeniem, albo przeżywają porażkę, ogłaszają bankructwo i wracają do pracy biurowej lub w charakterze handlowca. A nawet jeśli odnoszą sukces, to jest on okupiony dalszym życiem w stresie i ciągłą pracą.

Romantyczna wizja, prawda? Jeśli nie prowadziłeś nigdy własnej firmy, popytaj znajomych przedsiębiorców, czy powyższy opis nie wydaje im się znajomy. Większość tradycyjnych przedsiębiorców nie

interesuje się stopą zwrotu z inwestycji. Zależy im na jakimkolwiek zwrocie. Widać czarno na białym, że prowadzenie firmy nie może zapewnić idealnej kariery, którą sobie opisaliśmy.

Inwestorzy

Ostatnią kategorią człowieka pracy jest inwestor. Co jest potrzebne, by zostać inwestorem? Pieniądze, prawda? Jeśli nie jesteś bogaty, utrzymanie się ze zwrotu z inwestycji będzie niezwykle trudne, zwłaszcza jeśli starałbyś się działać ostrożnie, by zmniejszyć ryzyko straty.

Załóżmy jednak, że masz pieniądze. Co musisz jeszcze mieć, żeby cieszyć się powodzeniem jako inwestor? Musisz mieć niezwykłą wiedzę i umiejętności. Nie zliczę ludzi, którzy przez lata okazywali się sprawnymi inwestorami na rynku nieruchomości. Kiedy jednak sytuacja w branży zmieniła się, ich umiejętności im nie pomogły. Przegrali z kretesem.

Chciałbyś zainwestować w czyjeś tradycyjne, małe przedsiębiorstwo? Powodzenia. Będziesz raczej filantropem niż inwestorem.

A co z giełdą? Ludzie sobie radzą na niej świetnie, czyż nie? Niektórzy tak, przynajmniej od czasu do czasu. Znam jednak wielu ludzi, którzy raczej ponieśli porażkę, niż cokolwiek wygrali, zwłaszcza w minionym dziesięcioleciu. Trudno zagwarantować sobie zwrot, kiedy nie masz kontroli nad biegiem wydarzeń. Zaufaj mi: inwestor nie ma **ŻADNEJ** kontroli. Zdarzyć może się wszystko, w dodatku z dnia na dzień.

Pozwól, że opowiem Ci historię. Pod koniec 2001 roku żyłem na wysokich obrotach. Właśnie sprzedałem firmę, której byłem współzałożycielem, i miałem wysoko płatną pracę w charakterze konsultanta. Ze sprzedaży firmy otrzymałem około 170 tysięcy akcji nowego przedsiębiorstwa. Akcje znajdowały się w obrocie na nowojorskiej giełdzie. Każda z nich była warta około 44 dolarów, wobec czego łączna wartość moich akcji wynosiła 7,5 miliona dolarów. Miałem duży przychód i świetny portfel. Żyło się **DOBRZE**.

Część akcji wykorzystałem jako zabezpieczenie kredytu budowlanego o wysokości 2 milionów dolarów, za które miałem zbudować swoją

wymarzoną posiadłość. Nie dywersyfikowałem swoich inwestycji, bo wiedziałem, że firma jest w dobrej kondycji, oferuje dobry produkt i ma sprawny dział sprzedaży.

Nagle stało się coś, na co nie miałem wpływu. Z dnia na dzień wartość akcji spadła do 37 dolarów, ponieważ grupa inwestorów dokonała szybkiej sprzedaży. Innymi słowy, mieli zarobić tym więcej, im niższa była wartość akcji.

Sądziłem, że to idiotyczny pomysł, skoro firma radziła sobie tak dobrze. Dokupiłem zatem więcej akcji w cenie 37 dolarów, wykorzystując swoje bieżące udziały jako zabezpieczenie — wiedziałem, że ceny jeszcze podskoczą. Cena spadła do 33 dolarów. Kupiłem więcej akcji. Cena spadła do 27 dolarów. Zacząłem otrzymywać wezwania do uzupełnienia depozytu zabezpieczającego, co oznaczało, że aby pokryć straty, przystąpiono by do sprzedaży moich udziałów, jeśli nie przekazałbym pieniędzy. Nie miałem z czego opłacić depozytu.

Wartość akcji nadal spadała. Kiedy zeszła do 10 dolarów, moje 7,5 miliona magicznie się ulotniło. To wszystko w niecałe 90 dni. Wartość akcji w końcu wróciła do normy, a firma została wykupiona za 65 dolarów od akcji. Sam jednak nie mogłem na tym skorzystać. Wykuzono mnie.

Czy mogłem się zachować sprytniej? Owszem. Czy popełniłem błędy? Bez wątpienia. Ale morał jest taki: jeśli zamierzasz zostać inwestorem, musisz mieć świadomość tego, że od czasu do czasu sprawy będą wymykać się spod Twojej kontroli. A wtedy możesz za to słono zapłacić.

Wróćmy zatem do naszej listy idealnej kariery. Czy bycie inwestorem pozwala zapewnić sobie plusy z tej listy? Nie sędzę.

Omówiliśmy pracę niebieskich kołnierzyków, białych kołnierzyków, handlowców, tradycyjnych przedsiębiorców oraz inwestorów. Żadna z nich nie oferuje korzyści z listy idealnej kariery. Czy idealna kariera jest w ogóle osiągalna? Jak najbardziej, ale żeby ją sobie zapewnić, trzeba zrozumieć, że wszystko się zmienia. Stare modele zapewniania wynagrodzeń są już przeżytkiem lub jeszcze dogorywają, a obecnie

przechodzimy przez największą transformację gospodarczą w całym swoim życiu.

NOWA gospodarka

Świat się zmienił. Tych, do których to nie dociera, czekają najcięższe czasy. Tych, którzy są tego świadomi, czeka sukces.

Ostatnie stulecie było świadkiem ciekawego zjawiska. Powstanie korporacji wyznaczyło standard społeczny. Bycie pracownikiem korporacji stało się bezpiecznym i poważanym wyborem zawodowym.

Krok pierwszy. Wykształć się na pracownika firmy.

Krok drugi. Znajdź firmę, która Cię zatrudni.

Krok trzeci. Pracuj dla firmy przez czterdzieści lat.

Krok czwarty. Przejdź na emeryturę.

W ciągu ostatnich dziesięcioleci prysł mit, że za lojalność wobec firmy i ciężką pracę czeka pracownika nagroda. Do ludzi zaczęło docierać, że ich lojalność jest nieodwzajemniona. Z tego względu powstał nowy proces.

Krok pierwszy. Wykształć się na pracownika firmy.

Krok drugi. Znajdź firmę, która Cię zatrudni.

Krok trzeci. Zmieniaj pracodawcę co 3 – 5 lat przez całe swoje życie zawodowe ze względów osobistych bądź ekonomicznych.

Krok czwarty. Po czterdziestu latach zorientuj się, że nie możesz spokojnie przejść na emeryturę; pracuj dalej.

Przechodzimy obecnie największą transformację w całym swoim życiu. Przez całe stulecie firmy płaciły ludziom od godziny, tygodnia lub roku. Obecnie zmienia się to w skali globalnej.

Świat zwraca się w kierunku gospodarki wydajności. Dokonuje się to na naszych oczach. Znaczy to tyle, że w przyszłości będą Ci płacić wyłącznie za wydajność. Nie będziesz już dostawał pieniędzy za swój czas. Obsługa w branży restauracyjnej już pracuje zgodnie z tym modelem. Pracownicy otrzymują bardzo niską stawkę godzinową (którą

muszą otrzymywać ze względu na prawo pracy), a żyją z napiwków, które zdobywają za efektywność.

Jeśli wyobrazisz sobie zastosowanie tego modelu w praktycznie każdym zawodzie, będziesz wiedział, co Cię czeka. Sprzątaczką hotelową nie będzie opłacana od godziny pracy, tylko od posprzątanego pokoju.

Podam teraz przykład pracownika biurowego.

Pracownik zarabia rocznie 35 tysięcy złotych.

Krok pierwszy. Firma obniża mu pensję do około 32 tysięcy, ponieważ w dzisiejszych czasach są inni gotowi wykonywać tę samą pracę za mniejsze pieniądze.

Krok drugi. Firma redukuje „podstawową” pensję do około 20 tysięcy złotych rocznie.

Krok trzeci. Pracownik dowiaduje się, że dodatkowe 12 tysięcy rocznie może zarobić, osiągając pewne poziomy wydajności w skali miesięcznej.

Innymi słowy, jeśli pracownikowi się powiedzie, będzie sobie mógł dorobić 1000 złotych miesięcznie. Jest presja, a firma może jedynie zacierać ręczki. Jeśli pracownikowi się nie powiedzie, firma oszczędzi na wynagrodzeniu. Jeśli jednak pracownikowi się powiedzie, wiesz, co się stanie? Firma PODNIESIE wymagania.

Jeżeli nie jesteś skrajnie wyspecjalizowanym pracownikiem, wszystko powyższe stanie się również z Tobą — o ile jeszcze to nie nastąpiło. Możesz być tego pewien. Stanie się to z każdym zawodem. Czas przemian już się zaczął.

Dlaczego tak się dzieje? Po pierwsze, model ten jest korzystniejszy dla firmy, która uzyskuje lepsze rezultaty mniejszym kosztem. Po drugie, Nowa Gospodarka potrzebuje mniejszej liczby pracowników, więc coraz więcej ludzi konkuruje o coraz mniej stanowisk pracy.

Dlaczego Nowa Gospodarka nie potrzebuje tylu pracowników? Przyspieszający rozwój technologiczny zmienił wszystko. Sto lat temu 90% ludzi pracowało na roli. Dziś, za sprawą ogromnego wzrostu wydajności, zajmuje się tym mniej niż 1%, a w rolnictwie trudno o pracę.

Pamiętasz biura obsługi klienta, do których dzwoniło się, żeby z kimś porozmawiać? Dziś rozmawiasz z automatem i tych stanowisk pracy już nie ma. Pamiętasz, jak w firmach było pełno ludzi zajmujących się sprzedażą? Dziś ludzie kupują w sieci i tych etatów już nie ma. Pamiętasz wypożyczalnie kaset? Dziś ludzie oglądają filmy na komórkach i tabletach i nie ma już wypożyczalni. Uwielbiam książki, ale muszę Cię teraz nakłonić, żebyś czym prędzej przeszedł się do pobliskiej księgarni. Takie księgarnie już wkrótce znikną, wraz z miejscami pracy, które zapewniały.

Mógłbym bez końca omawiać w ten sposób kolejne branże. Technologia i wzrost wydajności prowadzą do eliminacji następnych stanowisk pracy i nie możemy zrobić niczego, żeby to powstrzymać. Co więcej, proces ten może co najwyżej przyspieszyć. Jeśli czekasz, aż gospodarka wróci na poprzedni tor i tamte miejsca pracy znowu się pojawiają, to przestań czekać. Nic takiego się nie stanie.

Dzieci rolników dostrzegły nadciągające przemiany i zrezygnowały z pracy swoich ojców na rzecz innych zawodów. To samo dzieje się dziś z ludźmi pracującymi na posadach właściwych Starej Gospodarce. Aby przetrwać, muszą spojrzeć prawdzie w oczy i znaleźć nowe zajęcia.

Marketing sieciowy jest LEPSZY

Najlepszym znanym mi sposobem, by nie tylko przetrwać, lecz także cieszyć się sukcesami w Nowej Gospodarce, jest marketing sieciowy. W dzisiejszym świecie istnieją ważne produkty i usługi, które należy promować wśród ludzi mających na nie zapotrzebowanie. Konsumentów wciąż trzeba informować o ofercie.

Firmy mają różne możliwości. Mogą zagłębić się w pofragmentowanym świecie reklamy, zatrudnić wielki i kosztowny dział sprzedaży albo przedstawić światu swoją ofertę, używając marketingu sieciowego.

Coraz więcej firm decyduje się na marketing sieciowy, ponieważ przystaje on do Nowej Gospodarki. W promocji swoich produktów mogą

w ramach marketingu sieciowego udzielać pełnego wsparcia dystrybutorom, wynagradzając ich jednocześnie wyłącznie za wydajność. Jest to niezwykle efektywne, ponieważ w Nowej Gospodarce marketing szeptany działa sprawniej niż jakakolwiek inna forma promocji. Firma może dzięki temu płacić dystrybutorom z tych pieniędzy, które w innym wypadku wydałaby na reklamę i promocję.

Jako przedsiębiorca czerpiesz dzięki temu wszystkie korzyści związane z prowadzeniem tradycyjnej firmy, a jednocześnie nie musisz się mierzyć z typowymi zagrożeniami. Twój przychód nie jest nijak ograniczony, ponieważ firmy z branży marketingu sieciowego CHCA, żebyś zarabiał jak najwięcej. Skoro i tak wszyscy płacą Ci za wydajność, to na co Ci ograniczona wysokość pensji?

„Haczyk” marketingu sieciowego

Brzmi to świetnie, bo to jest świetne. Jest jednak haczyk, o którym większość ludzi nie wspomina. Oto on:

Musisz wytrzymać tymczasową utratę statusu społecznego w oczach ignorantów.

Oznacza to, że przez pewien czas osoby starające się nadal funkcjonować w starym systemie będą Tobą pogardzać. Nie zrozumieją Cię. Będą sądzić, że postradałeś zmysły, wiążąc się z branżą marketingu sieciowego.

Ponadto słowo „wytrzymać” nie jest do końca trafne. Musisz zrobić coś więcej. Musisz w pełni zaakceptować tymczasową utratę statusu społecznego w oczach ignorantów. To TY widzisz przyszłość, gdy inni pozostają ślepi. To TY jesteś mądry. To TY podejmujesz działania, by żyć lepiej.

Ludzie będą Tobą pogardzać nie tylko dlatego, że utknęli w starym systemie. Spróbuję pomóc Ci w zrozumieniu tej sprawy, ponieważ warto mieć tę wiedzę, kiedy podejmuje się decyzję w sprawie wejścia w marketing sieciowy.

Większość ludzi albo dołączyła kiedyś do firmy zajmującej się marketingiem sieciowym, albo zna kogoś, kto to zrobił. Praktycznie każdy, kto się na to decyduje, myśli następująco: „Hm, przychodzi mi do głowy z pięć, sześć osób, które mogłyby się przyłączyć. Na przykład moja siostra! Mój kolega zresztą też lubi takie rzeczy. O, jeszcze ten jeden znajomy by się doskonale nadawał! Dobra, dołączam”.

Innymi słowy, nie dołączają do branży. Zwyczajnie mają nadzieję, że im się poszczęści, dołączą kilka osób, żeby pokryć swoją wstępną inwestycję, i pozostanie im czekać, aż pieniądze napłyną same. Wizja zarabiania na cudzym wysiłku jest zachęcająca, ale błędnie rozumiana.

Tacy ludzie nie zakładają prawdziwego przedsiębiorstwa, tylko kupują los na loterii. Wyobraź sobie kupon z sześcioma zaznaczonymi kratkami. Te kratki przedstawiają poszczególne osoby, które miałyby „na pewno” dołączyć. Taki człowiek odzywa się do swoich znajomych i stara się ich zachęcić. Ze względu na brak umiejętności na ogół nie wygrywa niczego — jak na loterii. W ten sposób traci szansę, jak zwykle, a być może — z powodu własnej ignorancji i braku umiejętności — niszczy swoje relacje z innymi.

Człowiek ten drze swój kupon na strzępy i zamiast wziąć na siebie odpowiedzialność za zlekceważenie swojego przedsięwzięcia, obwinia marketing sieciowy, koniecznie jeszcze powtarzając wszystkim: „Ja to robiłem, ja wiem. Wszyscy inni też mówią, że marketing sieciowy się nie sprawdza. Lepiej nie trać pieniędzy”.

Właśnie Z TYM musisz się zmierzyć, jeśli zdecydujesz się zająć marketingiem sieciowym zawodowo — z opiniami ignorantów, przekonanych, że zrobili wszystko poprawnie i okazało się, że system nie działa. Jeśli Cię to przerasta, marketing sieciowy nie jest dla Ciebie. Jeśli jednak czujesz się na siłach, świat należy do Ciebie.

Ci, którzy są do tego zdolni, zarabiają KROCIE. Firmy wypłacają nieograniczone sumy tym, którzy potrafią uzdrowić ślepych, oświecić ignorantów i stworzyć społeczność zgodnych umysłów.

Niektórzy twierdzą, że „punkt widzenia zależy od punktu siedzenia”. Nienawidzę takich powiedzeń jak to. Wszyscy wielcy przywódcy

gardzili nim od stuleci. Czy Nelson Mandela w to wierzył? Czy Martin Luther King w to wierzył? Co by było, gdyby Steve Jobs w to wierzył? Wielcy przywódcy świata myśleli raczej: „Rzeczywistość to rzeczywistość, a ja zrobię wszystko, co się da, żeby ludzie to zrozumieli”. Prawda jest taka, że marketing sieciowy nie jest idealny. Jest po prostu LEPSZY. I taka jest rzeczywistość!

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

PANIE I PANOWIE, ŻYCZĘ WAM, ŻEBYŚCIE ZDECYDOWALI SIĘ ZOSTAĆ
MARKETERAMI SIECIOWYMI — ŻEBYŚCIE ZDECYDOWALI SIĘ ZOSTAĆ
PROFESJONALISTAMI — PONIEWAŻ NIE MA WĄTPLIWOŚCI,
ŻE ZNALEŻLIŚMY LEPSZĄ DROGĘ. A TERAZ POWIEDZMY O TYM
CAŁEMU ŚWIATU!

OTWÓRZ SIĘ NA NOWE MOŻLIWOŚCI ZAWODOWE

Twoja praca Cię rozczarowuje? Jesteś przekonany, że masz talent, potencjał i możesz osiągnąć dużo więcej, a przy tym zarabiać znacznie sensowniejsze pieniądze? W takim razie zostań marketerem sieciowym! Nie akwizytorem biegającym od drzwi do drzwi, tylko profesjonalistą budującym własną sieć sprzedaży i zarabiającym na tej sieci.

Konsumenci coraz skuteczniej uodporniają się na reklamę telewizyjną, przestają zauważać billboardy i z irytacją wyłączają wyskakujące reklamy internetowe. Współcześni specjaliści do spraw marketingu muszą się nieźle nagimnastykować, by wymyślić taki przekaz, który dotrze do ich grupy docelowej. A tymczasem w rzeczywistym świecie najlepiej sprawdza się to, co na portalach społecznościowych — bezpośredni kontakt z klientem. Dlatego coraz więcej firm decyduje się na marketing sieciowy, ponieważ doskonale wpasowuje się on w obecną sytuację rynkową. Marketing szeptany działa sprawniej niż jakakolwiek inna forma promocji. Jeszcze się zastanawiasz? Nie trać czasu, tylko zostań marketerem sieciowym, zarządzaj samodzielnie swoim czasem i zarabiaj. Zysk czystszy już nie będzie!

ERIC WORRE jest liderem branży marketingu sieciowego, w której pracuje od ponad ćwierćwiecza. Zbudował organizację sprzedaży obejmującą łącznie ponad 500 tysięcy dystrybutorów w ponad 60 krajach oraz pracował na stanowisku prezesa wartej 200 milionów dolarów firmy prowadzącej sprzedaż bezpośrednią. Eric jest także utalentowanym szkoleniowcem. Poprowadził spotkania z 250 tysiącami ludzi z całego świata i uczył ich, jak odnaleźć się w pracy marketera sieciowego. W 2009 roku założył Network Marketing Pro, najczęściej przeglądany serwis szkoleniowy w branży.

książki klasy business

Nr katalogowy: 43837



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900



0 601 339900

one
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://onepress.pl/nowosci>

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

Network
Marketing Pro

cena: 34,90 zł

ISBN 978-83-283-2623-1



9 788328 326231