

Александр Синамати

ПРИГЛАШЕНИЕ В БИЗНЕС

***КАК ПРОВОДИТЬ
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВСТРЕЧИ***

Путеводитель дистрибьютора – 5

**М о с к в а
2 0 0 6**

УДК 658.8
С38

С38 Александр Синамати
Путеводитель дистрибьютора – 5. Приглашение
в бизнес. Как проводить информационные встре-
чи. – М., 2006. – 60 с.

ISBN 6-00311-009-6

Книга содержит рекомендации начинающим дистрибьюто-
рам сетевых компаний по приглашению людей в бизнес и проведе-
нию информационных встреч. Предназначена для широкого круга
читателей.

Контакты для оптовых покупателей: sinamati@mail.ru

ISBN 6-00311-009-6

© Александр Синамати, 2006

От автора

Приглашение людей в бизнес – основной вид деятельности профессионального сетеви́ка. Приглашение в бизнес делается во время информационных встреч, где консультант рассказывает потенциальным дистрибьюторам о возможностях, которые предоставляет сетевая компания, и предлагает им заключить соглашение и заняться распространением ее продукции.

Информационные встречи могут быть индивидуальными (один на один) или публичными – когда консультант проводит так называемые презентации, на которых собираются несколько десятков людей. Информационные встречи можно проводить в офисе, дома или в других местах, и у каждого сетеви́ка есть свой излюбленный способ приглашения в бизнес: кто-то предпочитает работать на «теплом» рынке, то есть приглашать в бизнес своих друзей и знакомых, кто-то работает на «холодном» рынке, то есть с незнакомыми людьми.

В настоящем «Путеводителе...» мы с вами рассмотрим один из вариантов приглашения в бизнес – проведение информационной встречи с незнакомым человеком, который пришел в офис компании по объявлению. Материалом для этого путеводителя послужил

Александр Синамати

личный опыт автора по приглашению незнакомых людей в бизнес, а также материал, накопленный во время наблюдения за встречами, которые проводили консультанты различных сетевых компаний.

Вторая часть «Путеводителя...» посвящена проведению публичного выступления, целью которого также является приглашение в бизнес.

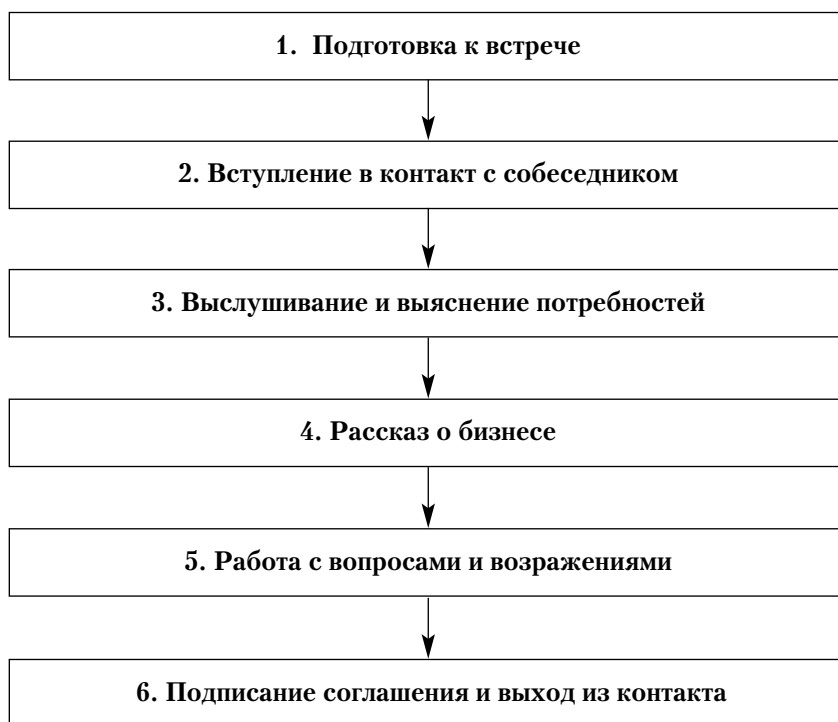
Автор выражает огромную благодарность консультантам разных сетевых компаний – участникам тренингов «Приглашение в бизнес», чьи идеи очень помогли в подготовке этой книги.

Желаю успеха

Часть 1

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ВСТРЕЧА

Общий алгоритм проведения информационной встречи



Общая продолжительность встречи – 30 минут

Шаг 1

Подготовка к встрече

Итак, вы сидите в офисе компании и готовитесь к встрече. Перед вами на столе лежат каталог продукции компании, брошюра с маркетинг-планом, блокнот для записей и ручка. Через несколько минут к вам должен прийти человек, которому вы назначили встречу. Давайте вспомним, какие эмоции вы обычно испытываете накануне и во время проведения информационных встреч?

Наверное, прежде всего **любопытство** – интересно, каким окажется человек, с которым вам предстоит встретиться.

Азарт и надежда – ведь вполне возможно, что этот человек – ваш будущий лидер, который построит огромную организацию.

Волнение – неизвестно, как сложится ваша беседа, какое впечатление вы произведете на собеседника, удастся ли вам рассказать ему то, что вы хотите, и заинтересовать своим предложением.

Страх – а вдруг не получится, и встреча закончится неудачей.

Спокойствие – а почему у вас должно не получиться? В прошлый раз получилось и сейчас получится.

Растерянность – когда собеседник начинает возражать, а вы не знаете, что ответить на возражения.

Уверенность и гордость – вы уверены в своей продукции, компании и бизнесе, у вас есть ощущение правоты и желание донести ее до собеседника.

Раздражение – вы, вроде, все правильно рассказали, а собеседник все сомневается и задает дурацкие вопросы.

Равнодушие – вы уже поняли, что сидящий перед вами человек вам не подходит, но встречу надо довести до конца и распрощаться, и вы «на автомате» договариваете что-то, особо не задумываясь.

Энтузиазм – когда собеседник внимательно вас слушает, и вы чувствуете, что вы сегодня в ударе и встреча закончится подписанием соглашения.

Удивление – собеседник все время задавал вопросы и противоречил вам, и вы думали, что встреча закончится неудачно, а он в конце концов взял и подписал контракт.

Недоверие – что-то этот человек не внушает вам доверия, может быть, лучше не подписывать с ним соглашение – потом морочки не оберешься...

Обида и ощущение напрасно потраченного времени – потратили два часа на встречу, пели, плясали, рассказывали истории, а собеседник сказал: «Спасибо, я подумаю». И ушел.

Жалость к собеседнику – ну куда ему в сетевой маркетинг, ничего он здесь не добьется, только время зря потеряет.

А теперь переседайте на другой стул – на тот, куда должен сесть человек, которого вы ждете. Представьте себя на его месте, влезьте в его «шкуру» и подумайте, какие эмоции он, возможно, будет испытывать во время вашей беседы.

Наверное, прежде всего **любопытство** – вашему собеседнику интересно, что вы за человек и что собираетесь ему предложить.

Азарт и надежда – ведь вполне возможно, что то, что вы предлагаете, заинтересовало вашего собеседника и он уже представляет себе свое блестящее будущее и огромную организацию, которую он построит.

Волнение и страх – ваш собеседник волнуется, он не уверен, получится ли у него то, что вы ему предлагаете; а вдруг вы его обманываете, а что подумают о нем его друзья и знакомые, когда узнают, что он подписал соглашение с сетевой компанией?

Спокойствие – ваш собеседник спокойно анализирует ваше предложение и подсчитывает все плюсы и минусы.

Растерянность – когда собеседник теряет нить разговора и не понимает, о чем идет речь.

Раздражение – когда количество информации, которое вы на него обрушиваете, превышает его способность ее усваивать.

Равнодушие – он уже понял, что то, что вы ему предлагаете, ему не подходит, но сразу уйти неудобно и он ждет, пока вы завершите встречу, чтобы сказать: «Спасибо, я подумаю».

Недоверие – что-то этот человек не внушает мне доверия, думает он про вас, не буду я ничего подписывать.

Обида и ощущение напрасно потраченного времени – потратил два часа на встречу, слушал какую-то ерунду, только зря время потерял.

Жалость к собеседнику (то есть к вам) – вроде интеллигентный человек, а занимается ерундой, каким-то сетевым маркетингом, лучше бы на работу устроился.

Нетрудно заметить, что ваши эмоции и эмоции вашего собеседника очень похожи. Интересно порой бывает наблюдать за проведе-

нием информационной встречи: сидят друг напротив друга два человека – один консультант, другой посетитель – и оба боятся. Или испытывают взаимное недоверие. Или – азарт и энтузиазм.

Кончено, было бы здорово, если бы ваш собеседник испытывал только положительные эмоции. А это во многом зависит от вас: от вашего поведения, ваших слов и действий, которые влияют на состояние собеседника и увеличивают или уменьшают его желание общаться с вами и готовность присоединиться к бизнесу.

Для того чтобы ваш собеседник испытывал положительные эмоции, прежде всего вы сами должны их испытывать. А поэтому первое, что необходимо сделать, – это психологически настроиться.

Алгоритм психологической подготовки

1. Закройте глаза и представьте себе человека, с которым вам предстоит встретиться.

2. Сосредоточьтесь и составьте желаемое представление об этом человеке. Подумайте, каким вы хотите его видеть – добродушным, позитивно настроенным, готовым слушать.

3. Представьте вашу беседу в дружественной обстановке. Вот вы рассказываете о вашем бизнесе, собеседник улыбается и кивает головой, он соглашается с вами, и вот он подписывает соглашение. Вы дружески прощаетесь и договариваетесь о будущей встрече. Картины, которые вы создаете в своем воображении, должны быть максимально яркими и отчетливыми, вплоть до мелочей. Желательно продержать их в своем сознании 2–3 минуты, а потом прокрутить еще несколько раз.

4. Произнесите про себя следующие фразы:

Сейчас я встречаюсь с очень хорошим человеком.

Моя цель – помочь ему в решении его проблем.

Я расскажу ему про то, чем я занимаюсь, и предложу ему подписать контракт с компанией.

Сегодня прекрасный день.

Я хорошо подготовился, сосредоточился, выработал план действий и настроился на положительный результат.

Я бодр, полон уверенности в своих силах, способностях и умении убеждать.

Я достигну своей цели, потому что хорошо знаю продукцию, которую продаю.

Я настроен на собеседника, мне интересно и важно услышать его мнение.

Я искренне хочу помочь ему в решении его проблем.

Я вежлив, терпелив, умею проникнуться интересами собеседника, ответить на его вопросы и возражения.

Я чувствую симпатию к своему собеседнику и сумею расположить его к себе.

И в конце нашего разговора он подпишет контракт.

Этой подготовке нужно уделить 5–7 минут. В результате вы избавитесь от естественного чувства волнения и обретете уверенность, которая сразу же передастся пришедшему к вам на встречу человеку. Вот, кстати, и он. Пора переходить ко второму шагу – вступлению в контакт.

Шаг 2

Вступление в контакт

Вступление в контакт – один из самых сложных и ответственных моментов. Известно, что первое впечатление хотя и часто бывает обманчивым, однако надолго определяет отношения.

Цель всех ваших действий, которые вы осуществляете во время первых минут встречи, заключается в том, чтобы создать атмосферу доброжелательности и комфорта. Помните об эмоциях, которые испытывает ваш собеседник, – ему пока не очень комфортно, он испытывает опасение, смешанное с любопытством, а вам нужно создать у него положительные эмоции – доверие, радость и интерес. Что вы можете для этого сделать?

Что должен сделать консультант для установления и поддержания контакта, для создания атмосферы комфорта и доброжелательности

Вам необходимо:

- 1) представиться (дать при этом визитную карточку);
- 2) организовать пространство для общения;

- 3) сказать несколько слов о себе и кратко сообщить о целях вашей встречи;
- 4) обговорить продолжительность вашей встречи;
- 5) чаще улыбаться и смотреть в глаза собеседнику, обращаясь по имени (примерно каждое третье обращение), подчеркивать значимость собеседника и делать комплименты.

1. Представиться и спросить имя собеседника

Многие консультанты имеют визитные карточки, однако предпочитают давать их собеседнику в конце встречи. Объясняют они это тем, что визитка нужна собеседнику в случае удачного завершения беседы. Если же сотрудничество не состоялось, то и визитку на собеседника тратить не стоит.

На самом деле, протянутая визитка играет ту же роль, что и протянутая рука, – она означает, что вы открыты к общению и вам скрывать нечего: на визитке указаны все ваши реквизиты – и это первый шаг к установлению доверительных отношений между вами и собеседником.

2. Организовать пространство для общения

Чтобы собеседник чувствовал себя комфортно, необходимо правильно организовать пространство, в котором происходит ваше общение. Подробно о том, как это нужно делать, написано в книге Алана Пиза «Язык жестов». Коротко перечислим основные правила, которых стоит придерживаться.

- Не стоит садиться друг напротив друга, лучше сесть по отношению к собеседнику под углом от 45 до 90 градусов (боковое положение передает сообщение «я не имею агрессивных намерений»).
- Угол наклона вашего тела должен быть меньше прямого, то есть не стоит откидываться на спинку стула.
- Оптимальная дистанция между вами и вашим собеседником примерно 100–120 см. Нарушение этой дистанции может восприниматься собеседником как вторжение в его личное пространство.
- Старайтесь сидеть в открытой позе (то есть старайтесь не скрещивать руки, корпус тела развернуть к собеседнику, не сжимать ладони в кулаки и вообще расслабиться).

- Не делайте ритмичных либо резких движений, а также движений большой амплитуды. Часто можно наблюдать такую сцену: вошедший в раж консультант широко размахивает руками, а ошеломленный собеседник при каждом взмахе испуганно вжимается в стул. Или вот такая картина: консультант рассказывает что-то и при этом методично отстукивает ритм карандашом по столу. Делать это не стоит, так как подобные движения могут восприниматься собеседником как агрессия.
- Стоит избегать неритуализированных прикосновений. У некоторых людей есть привычка во время беседы прикасаться к собеседнику – дергать его за пуговицу, сбивать пылинки с рукава и пр. Делать это не нужно, особенно если вы видите человека в первый раз.

3. Сказать несколько слов о себе и кратко сообщить о целях встречи

Встречу лучше начать с короткой информации о себе. Затем нужно объяснить собеседнику, как будет проходить встреча, что вы ожидаете от нее и т. п. Пока вы будете говорить, собеседник получит время освоиться в незнакомой обстановке.

4. Обговорить продолжительность контакта

В начале разговора следует обозначить временные рамки встречи. Это нужно для того, чтобы вы оба знали, сколько продлится ваша встреча, – собеседник не будет ерзать в нетерпении и укладкой поглаживать на часы, а вы не будете затягивать вашу встречу.

5. Чаще улыбаться и смотреть в глаза собеседнику, обращаться по имени (примерно каждое третье обращение), подчеркивать значимость партнера и делать комплименты

Улыбка – это сигнал собеседнику: я рад вас видеть. К сожалению, улыбку редко можно увидеть на лицах консультантов, особенно начинающих. Чаще всего они очень серьезны и своим серьезным видом нагнетают атмосферу напряженности, что не способствует появлению у собеседника положительных эмоций.

Что касается контакта глаз, то здесь консультанты допускают две ошибки: либо вообще избегают смотреть на собеседника, либо буквально сверлят его глазами. Общие рекомендации здесь таковы: не реже одного раза в минуту нужно смотреть в глаза собеседнику в течение 3–5 секунд.

Речевые модули на этапе вступления в контакт

- *Здравствуйте, добрый день, проходите, пожалуйста, присаживайтесь.*
- *Очень приятно вас видеть, давайте познакомимся.*
- *Мне приятно, что вы откликнулись на мое приглашение.*
- *Меня зовут Как я могу к вам обращаться?*
- *Очень приятно, вот моя визитка.*
- *Давайте я скажу несколько слов, о чем мы будем разговаривать.*
- *Я – консультант компании ...*
- *Я работаю в компании ...*
- *Наша компания занимается распространением биологически активных добавок к пище (косметики, парфюмерии, средств для евроуборки).*
- *Я работаю в компании ... лет.*
- *Я подбираю команду, с которой мы будем вместе работать. Я приглашаю партнеров. Очень важно, с кем мы ведем бизнес.*
- *Я постоянно расширяю свой бизнес.*
- *Мой бизнес успешно развивается.*
- *Я набираю команду единомышленников для создания своего бизнеса.*
- *Я приглашаю людей, которые хотят хорошо зарабатывать.*
- *Во время нашей встречи я расскажу вам, чем я занимаюсь и что предлагаю вам.*
- *Каким временем мы располагаем для беседы? Замечательно, мы уложимся в это время.*

Как можно понять, что контакт установлен? По выражению лица и позе собеседника: если ваш собеседник улыбнулся в ответ,

сидит в расслабленной позе, чуть наклонившись к вам, и смотрит вам в глаза, то можете переходить к третьему шагу – выяснению его потребностей.

Шаг 3

Выяснение потребностей собеседника

Прежде чем рассказывать собеседнику о возможностях вашего бизнеса, нужно понять, какие из этих возможностей могут его заинтересовать. В противном случае вам придется выкладывать всю информацию, которая у вас есть, и вы можете «перегрузить» собеседника.

Чтобы узнать, что интересует вашего собеседника, нужно задавать ему вопросы. Это очень важный этап беседы, и опыт показывает, что начинающие консультанты впадают в две крайности:

- 1) пропускают этот этап и сразу же начинают рассказывать о компании и бизнесе. В этом случае приходится выкладывать собеседнику абсолютно всю информацию, в том числе и ту, которая ему совершенно не нужна;
- 2) устраивают собеседнику допрос с пристрастием, выясняя у него всю его биографию до мельчайших деталей. В этом случае очень часто теряется контакт с собеседником, который не очень хорошо понимает, зачем ему нужно отвечать на все вопросы. Непонимание приводит к отчуждению, и собеседник нервно говорит: «Вы мне сначала расскажите, что надо делать, а потом я вам отвечу, сколько я хочу зарабатывать и какие у меня цели в жизни».

Поэтому, чтобы контакт не пропадал и собеседник охотно отвечал на ваши вопросы, необходимо объяснить ему, для чего вы свои вопросы задаете. Сделать это можно с помощью переходных фраз-«мостиков», таких как:

- *Наша компания предлагает несколько возможностей. Во-первых, вы можете пользоваться продукцией компании, то есть стать потребителем. Во-вторых, возможность создать собственный бизнес, стать организатором и зарабатывать деньги. О какой из этих возможностей вам бы хотелось услышать в первую очередь?*

- *В нашей компании много разных возможностей. Чтобы предложить то, что нужно именно вам, разрешите задать несколько вопросов.*
- *Я хочу рассказать о том, что интересно лично вам. И для этого мне нужно понять, что вас интересует. Давайте я задам вам несколько вопросов, а потом расскажу о своих предложениях, согласны?*
- *Чтобы дать вам именно ту информацию, которая вам нужна, разрешите задать несколько вопросов.*
- *Чтобы сэкономить наше с вами время, разрешите задать несколько вопросов.*
- *Для того чтобы наша встреча была эффективной и для вас, и для меня, мне нужно задать вам несколько вопросов.*
- *Для того чтобы наш разговор был конкретным, давайте поступим следующим образом: я задам вам несколько вопросов, а затем сформулирую свое предложение.*
- *Для того чтобы уложиться в то время, которое мы с вами определили, давайте построим нашу беседу в форме вопросов и ответов.*

После того как собеседник согласился ответить на ваши вопросы, можете начинать их задавать. При этом было бы неплохо, чтобы вы записывали информацию, которую получаете от своего собеседника. Для чего это нужно? Во-первых, она вам пригодится на следующих этапах разговора – когда вы будете рассказывать о возможностях вашего бизнеса и отвечать на вопросы и возражения собеседника. Вы всегда сможете вернуться к своим записям, чтобы вспомнить и не перепутать слова собеседника. Во-вторых, эта информация вам пригодится в том случае, если собеседник станет вашим дистрибьютором. Всю информацию вы перенесете в вашу картотеку и будете использовать в своей работе с этим человеком. Ну и наконец то, что вы записываете информацию, производит хорошее впечатление на собеседника, таким образом вы даете ему сигнал, что он вам важен, его слова для вас ценны. Поэтому прежде чем начать задавать вопросы, спросите собеседника: «Вы не возражаете, если я буду кое-что записывать по ходу нашей беседы?»

Что вам нужно выяснить у собеседника? Две вещи:

- 1) может ли ваш собеседник работать в качестве дистрибьютора. Сюда относятся вопросы о профессиональных навыках собеседника, его знаниях, личных качествах, жизненных обстоятельствах, что его мотивирует и так далее.
- 2) подходит ли вам этот человек, и хотите ли вы с ним работать.

В принципе, можно ограничиться только двумя вопросами-предложениями:

- 1) «Расскажите немного о себе»;
- 2) «Опишите, как вы представляете себе идеальную работу».

Если собеседник начинает развернуто отвечать на эти вопросы, то вам остается только кивать головой, поддакивать и задавать уточняющие вопросы по ходу разговора. Однако чаще консультант стоит перед необходимостью «разговорить» собеседника, и для этого нужно задавать четкие конкретные вопросы. Кстати, эти вопросы можно написать в вашем блокноте и при необходимости сверяться с ними.

Речевые модули

- *Чем вы занимаетесь в настоящее время?*
- *У вас есть постоянный источник дохода?*
- *Кто вы по профессии?*
- *Вам нравится ваша нынешняя работа?*
- *Чем она вам нравится? Что не устраивает?*
- *Какой у вас сейчас режим работы?*
- *В связи с чем вы решили искать новую работу?*
- *Какие еще предложения о работе вы рассматривали? Что вас устраивает или не устраивает в этих предложениях?*
- *Что послужило причиной вашего прихода?*
- *Чем бы вы хотели заниматься? Какая работа вас привлекает?*
- *Что для вас главное в работе?*
- *Вы хотите много зарабатывать?*
- *Вас интересует основной доход или дополнительный заработок?*

- *На какой заработок вы рассчитываете? Сколько вы хотите зарабатывать?*
- *Сколько вы готовы работать, чтобы зарабатывать эту сумму?*
- *Назовите пять качеств, которые, на ваш взгляд, помогут вам заработать такую сумму.*
- *Сколько вы хотите тратить в месяц?*
- *Как вы считаете, сколько денег нужно вашей семье в месяц?*
- *Какой режим работы вас устраивает?*
- *Вы хотели бы работать по свободному графику?*
- *Вы предпочитаете работать в одиночку или в команде?*
- *Что бы вы хотели получать от работы, кроме денег?*
- *Представьте себе, что вам не нужно работать за деньги. Назовите несколько причин, по которым вы стали бы работать.*
- *А что у вас лучше всего получается?*
- *У вас есть опыт работы в коммерческих структурах?*
- *У вас есть опыт продаж?*
- *Есть ли у вас опыт работы в сетевых компаниях?*
- *Что вы слышали о нашем бизнесе?*
- *Есть ли у вас опыт руководства другими людьми?*
- *Наш бизнес основан на общении с другими людьми. Вы любите (умеете, хотите) общаться?*
- *У вас широкий круг общения?*
- *Вы хотите расширить свой круг общения?*
- *Что вам ближе – руководить или выполнять поручения?*
- *Есть ли у вас организаторские способности?*
- *Вы лидер по жизни?*
- *Вы хотите им стать?*
- *Наша работа требует определенных знаний, умений и навыков, и наша компания предлагает систему обучения. Вы готовы учиться?*
- *Вы обучаемый человек? Любите ли вы учиться, узнавать что-то новое?*
- *Готовы ли вы учиться и учить других?*
- *Что вы больше любите – учить или учиться?*

- *Готовы ли вы платить за ваше обучение, если это существенно увеличит ваши доходы?*
- *Какие люди вам чаще встречались в жизни – хорошие и порядочные или наоборот?*
- *Какие черты характера вы не приемлете в других людях?*
- *Вы легко сходитесь с людьми?*
- *Нравится ли вам быть в центре внимания?*
- *Вы оптимист?*
- *Чем вы занимаетесь в свободное время?*
- *Где вы обычно отдыхаете?*

После того как вы поняли, что получили всю необходимую информацию, поблагодарите собеседника и очень кратко подведите промежуточный итог:

- *Спасибо, что ответили на мои вопросы.*
- *Итак, если я вас правильно понял... (далее кратко пересказываете то, что вы поняли).*

После этого вы можете переходить к следующему шагу – начать рассказывать о своем бизнесе. Чаще всего рассказ о бизнесе происходит в форме диалога: консультант рассказывает, а собеседник задает вопросы. Но если вы не хотите, чтобы вас прерывали вопросами, то можно попросить собеседника задавать вопросы после того, как вы закончите рассказывать.

- *Сейчас я вам расскажу, чем я занимаюсь и что хочу предложить вам, а потом отвечу на ваши вопросы, согласны?*
- *Сейчас я вам расскажу о возможностях, которые предлагает наша компания, а затем отвечу на все ваши вопросы, хорошо?*

Шаг 4

Рассказ о бизнесе

В результате вашего рассказа собеседник должен получить четкое и ясное представление о том, как работает бизнес, в который вы его приглашаете, и получить ответы на следующие вопросы:

- 1) что такое сетевой маркетинг;

- 2) кто такой консультант сетевой компании;
- 3) основная задача консультанта;
- 4) что конкретно делает консультант для выполнения этой задачи;
- 5) обязанности консультанта;
- 6) источники дохода консультанта;
- 7) условия труда (график работы, кто ему будет помогать и так далее);
- 8) возможности, которые получает консультант сетевой компании.

Материал для составления рассказа о бизнесе

Наша компания... – это компания сетевого маркетинга (использует в своей работе элементы сетевого маркетинга).

Сетевой маркетинг – это один из способов распространения продукции. Компании, которые используют это способ, распространяют свою продукцию не через магазины, а через сеть специально подготовленных консультантов.

Консультант – это человек, который заключил договор с сетевой компанией. При этом он получает право приобретать продукцию со скидкой и распространять ее.

Основная задача консультанта – помогать компании распространять ее продукцию.

Существует три возможности выполнить эту задачу:

- 1) пользоваться продукцией самому (то есть стать потребителем);
- 2) продавать ее другим людям (стать консультантом по продукции);
- 3) строить организацию из людей, которые будут пользоваться продукцией и продавать ее (стать организатором бизнеса, руководителем структуры).

Для выполнения этой задачи консультант регулярно проводит информационные встречи, во время которых рассказывает другим людям о компании, о продукции, и о возможности заработать деньги. Люди, которых интересует продукция, становятся его клиентами. Люди, которых интересует возможность зарабатывать деньги, регистрируются в компании и становятся членами его

консультантской структуры (организации, сети). Они начинают пользоваться продукцией, приобретая ее со скидкой, и распространять ее. По отношению к этим людям консультант выступает в роли руководителя структуры.

Обязанности консультанта по продукции

1. Пройти обучение по продукции.
2. Пользоваться продукцией компании.
3. Регулярно проводить информационные встречи, во время которых рассказывать о компании и ее продукции.
4. Доставлять продукцию в удобное для клиента время и место.
5. Поддерживать связь с клиентом (интересоваться результатом применения продукции, давать информацию о новинках ассортимента).
6. Давать клиенту информацию о возможности стать консультантом компании.

Обязанности организатора и руководителя структуры

1. Пройти обучение по ведению бизнеса.
2. Пользоваться продукцией компании.
3. Регулярно проводить информационные встречи, во время которых рассказывать о компании и возможности зарабатывать деньги; привлекать других людей к работе консультантами компании.
4. Осуществлять регулярное обучение консультантов своей структуры.
5. Организовывать и проводить структурные мероприятия.

Источники дохода консультанта

1. Комиссионное вознаграждение за объем закупок, который сделала его организация в расчетный месяц (в среднем составляет 10 % от товарооборота структуры).
2. Доход от реализации продукции в розницу.

Условия работы консультанта

У консультанта свободный график работы и сдельная оплата труда.

Возможности, которые получает консультант сетевой компании

1. Деньги

- реальная возможность заработать;
- отсутствие финансового риска;
- начать свой бизнес без вложения собственных средств;
- повысить свой уровень жизни;
- зарабатывать на достойную жизнь;
- зарабатывать столько, сколько вам нужно;
- зарабатывать столько, сколько вы хотите;
- стать обеспеченным человеком;
- заработать серьезные деньги на осуществление серьезных желаний;
- обеспечить свою семью;
- не ограничивать себя в расходах;
- перестать экономить деньги;
- заходить в магазин и покупать все что хотите;
- тратить время и деньги с удовольствием;
- всегда иметь наличные деньги;
- не сидеть на шее у ваших детей и не зависеть от них;
- не жалеть денег на свое здоровье;
- зарабатывать живые деньги сразу;
- иметь нефиксированный доход;
- «выращивать» свою зарплату;
- получать деньги не за время, проведенное на работе, а за результат;
- зарабатывать деньги в процессе обучения.

2. Карьера

- встать во главе собственного бизнеса;
- создать собственную организацию и стать ее руководителем;
- стать руководителем коллектива единомышленников, которые ценят и уважают вас;
- за короткий срок освоить новую перспективную и востребованную профессию.

3. Свобода и независимость

- работать без начальника;
- работать в свободном режиме – тогда, когда удобно вам;

- самостоятельно распоряжаться своим временем;
- планировать свой рабочий день и свою жизнь;
- самостоятельно выбирать время для работы и отдыха;
- самостоятельно выбирать, с кем работать;
- уделять больше времени семье и увлечениям;
- заниматься теми интересными делами, на которые раньше не было времени;
- независимость в моральном и материальном плане;
- независимость от обстоятельств;
- независимость от мужа и детей.

4. Личностное развитие и самореализация

- развивать себя, стать более общительным, открыть в себе новые качества;
- стать более уверенным в себе;
- стать притягательной личностью;
- развить и проявить организаторские способности;
- реализовать появляющиеся цели, желания, мечты;
- меняться – стать более успешным, интересным – и внешне, и внутренне;
- посещать семинары, школы по бизнесу, повысить профессиональный уровень, получить новые знания и умения, которые всегда востребованы на рынке труда;
- узнать много интересного, получить много полезной, интересной, нужной информации;
- изменить свой образ мыслей, расширить восприятие жизни и свои возможности;
- повысить свой интеллектуальный уровень;
- повысить социальный статус;
- совмещать учебу и работу – мы учимся зарабатывать деньги;
- вкладывать деньги в себя – учиться, повышать квалификацию.

5. Общение

- вернуться к активной жизни;
- встретить интересных, позитивных, успешных и талантливых людей, которых объединяет общая идея;
- самому выбирать круг общения;

- приобретать новые знакомства, друзей, единомышленников, которые мыслят так же, как вы.

6. Уважение и признание

- делиться своим опытом и знаниями с другими людьми, стать наставником для многих людей, помочь осуществить их мечты и заслужить таким образом их уважение;
- приобрести любовь и признание людей, которые вас окружают;
- облегчить жизнь другим людям;
- помочь другим людям стать счастливыми и удачливыми;
- реально помочь близким людям изменить их жизнь;
- стать примером для своих детей, получить признание семьи, родственников и друзей;
- получить почет и уважение;
- приносить радость и пользу другим людям, ежедневно получать слова благодарности;
- научиться уважать и любить себя.

7. Другие возможности. Сетевой маркетинг – это:

- готовая система бизнеса «под ключ»;
- безопасный, налаженный и доходный бизнес;
- простой для понимания и выполнения бизнес;
- бизнес, в котором другие люди искренне радуются твоему успеху;
- бизнес, который продлевает жизнь и сохраняет молодость;
- бизнес, в котором чем больше вы отдаете, тем больше получаете;
- бизнес, в котором можно получать удовольствие, деньги и радость одновременно и в одном месте;
- бизнес, который позволяет узнать, на что ты способен на самом деле;
- бизнес, который позволяет радоваться жизни;
- бизнес, который поможет осуществить самые смелые мечты и ожидания;
- бизнес, который позволяет получить от жизни то, чего раньше у вас не было;
- бизнес, который помогает получить уверенность в своем завтрашнем дне;

- бизнес, который помогает из домашней хозяйки превратиться в хозяйку жизни;
- бизнес, в котором возможно все.

Итак, мы с вами собрали материал для рассказа. Это так называемая «рыба» – заготовка для будущего вкусного блюда. Теперь это блюдо необходимо грамотно приготовить и структурировать так, чтобы ваш собеседник понял, что вы ему предлагаете.

Структура рассказа о бизнесе

1. Консультант компании «Х»

Кто такой консультант сетевой компании, в чем заключается его основная задача, что конкретно он делает для выполнения этой задачи, каковы его источники заработка и условия труда.



2. Я – консультант

В чем заключается моя основная задача как консультанта, что конкретно я делаю для выполнения этой задачи, каковы мои источники заработка и условия труда.



3. Вы – консультант

В чем заключается ваша основная задача как консультанта, что конкретно вы будете делать, сколько вы будете зарабатывать и каковы условия вашего труда.



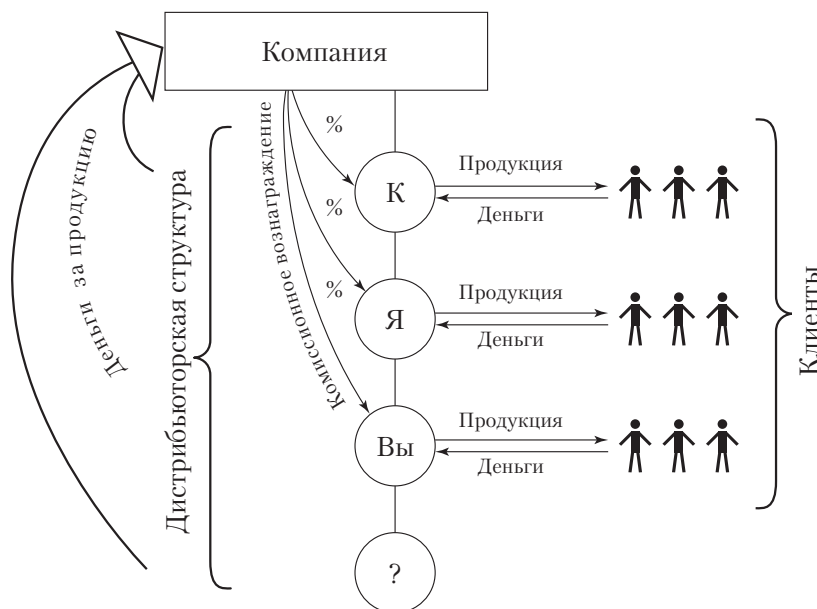
4. Другие преимущества сотрудничества с компанией

1. Начать рассказ нужно с общего объяснения, кто такой консультант сетевой компании, в чем заключаются его обязанности и сколько он зарабатывает.
2. Затем, убедившись, что собеседник понял принципы работы в сетевом маркетинге и механизм зарабатывания денег, вы повторяете ему всю ту же информацию, но теперь уже от первого лица, то есть вы рассказываете о себе – что вы делаете как консультант компании, сколько зарабатываете и так далее.

3. В третьей части рассказа вы повторяете всю информацию в третий раз, но при этом рассказываете, что будет делать ваш собеседник в том случае, если станет консультантом компании. Иными словами, вы делаете ему конкретное предложение присоединиться к вам.

Мы с вами использовали **прием трехкратного повторения** – когда несколько простых мыслей повторяются три раза. В первый раз собеседник получает информацию о принципах работы консультанта сетевой компании, во второй раз все то же самое он слушает от «живого» консультанта, в третий раз он уже «примеривает» информацию к себе. И когда ваш собеседник понял, чем вы ему предлагаете заниматься, можно переходить к четвертой части рассказа, то есть говорить о других преимуществах вашего бизнеса.

Было бы неплохо сопроводить ваш рассказ схемой. У каждого консультанта, как правило, есть своя излюбленная схема, иллюстрирующая работу в сетевом маркетинге. Приведем один из возможных вариантов.



После того как вы закончили свой рассказ, можно переходить к следующему этапу встречи – к работе с вопросами и возражениями. Сделать это можно с помощью переходной фразы «мостика»:

- *Спасибо, что вы так внимательно слушали, теперь мне было бы интересно узнать, что вы по этому поводу думаете? Есть ли у вас какие-то вопросы? Я с удовольствием на них отвечу.*

Шаг 5

Работа с вопросами и возражениями

Конечно, идеальным вариантом была бы ситуация, когда после вашего рассказа собеседник бы сказал, что ему все понятно и он готов подписать соглашение. Однако чаще всего этого не происходит, и собеседник начинает задавать вопросы и (или) возражать. К этому надо быть готовым и знать, ЧТО отвечать на вопросы и возражения и КАК отвечать.

ЧТО отвечать консультант обычно знает, так как этому посвящены занятия для начинающих, на которых подробно разбирается содержание ответов на вопросы. Сложнее обстоит дело с формой ответов, то есть с тем, КАК нужно реагировать, когда собеседник возражает или задает вопросы.

Многие консультанты, особенно те, кто уже имеет немалый опыт работы в сетевом бизнесе, начинают раздражаться, когда в сотый раз слышат вопросы типа «А это не пирамида?» или «А кому я буду предлагать вашу продукцию?». Для него – опытного консультанта, такие вопросы кажутся безумно глупыми, а сомнения собеседников – надуманными и лишёнными смысла. Кроме того, очень часто консультант воспринимает вопрос или возражение как личное оскорбление. Такое состояние консультанта сразу же передается собеседнику, который в свою очередь тоже раздражается, и таким образом созданная и поддерживаемая на протяжении всей встречи атмосфера доверия и комфорта может быть разрушена. Чтобы этого не происходило, необходимо понимать **причины**, по которым ваш собеседник задает вопросы.

Во-первых, он действительно что-то не понял или не услышал и, задавая вопрос, он просто запрашивает дополнительную информацию, которая ему необходима для принятия решения.

Во-вторых, он может оттягивать момент принятия решения. Ему все понятно, однако весь его жизненный опыт, опыт человека, которого неоднократно обманывали государство или отдельные личности, подсказывает ему не торопиться с принятием решения. Именно этот опыт не дает ему сразу же согласиться с вашим предложением, а заставляет задавать вопросы и выдвигать возражения.

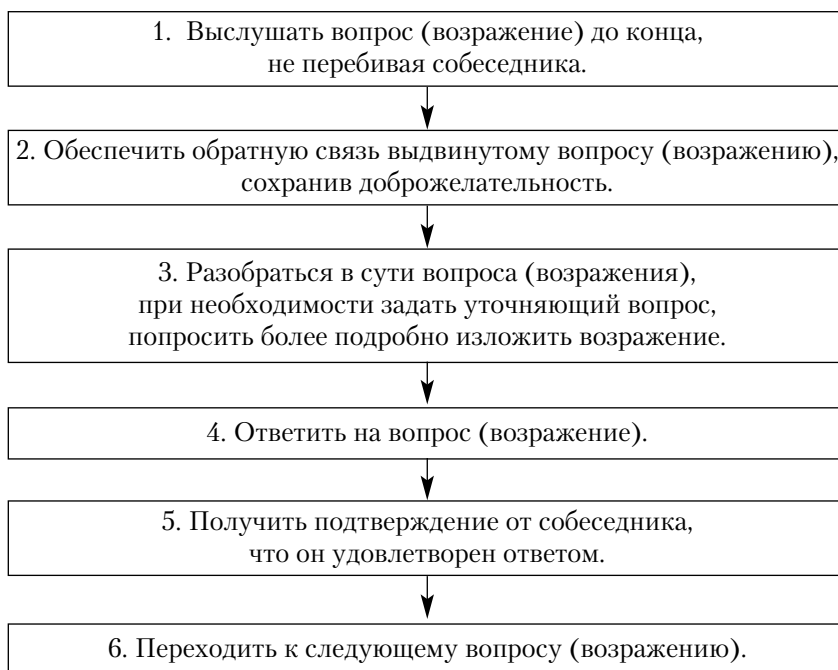
А вам необходимо помнить, что ваш собеседник **имеет право** сомневаться и задавать вопросы. Ваша задача – тактично ответить и развеять его сомнения, при этом не спорить и сохранять спокойствие.

Типичные вопросы и возражения

- *Это пирамида.*
- *У меня не получится.*
- *Это в большом городе есть, где продавать, а у нас...*
- *Это дорого, у меня нет таких знакомых.*
- *В этом бизнесе много зарабатывают только единицы.*
- *Я не хочу унижаться.*
- *Я не могу впаривать (втюхивать) и т. д.*
- *У тебя это получается, а я не такая...*
- *У меня подруга занималась этим бизнесом, у нее ничего не получилось, она сейчас в долгах сидит.*
- *Тебе хорошо, ты первая, а я на тебя работать буду?*
- *Где гарантия, что ваша фирма не исчезнет через год (что мне выплатят деньги, что продукция качественная и т. п.)?*
- *Моим знакомым это не надо.*
- *Я не хочу обманывать.*
- *Я не умею уговаривать.*
- *А где брать людей?*
- *Это нелегальная деятельность.*
- *Это не престижно.*

- *В магазинах полно такой продукции.*
- *Я с рук не беру и другим не советую.*
- *Нет денег.*
- *Это надо с сумками ходить.*
- *Это же не работа, это несерьезно.*
- *Я себя не вижу в этом бизнесе.*
- *Я ничему не верю.*
- *Вас много, все предлагают одно и то же.*
- *Почему о вашей компании ничего не слышно по телевизору?*
- *Почему в магазинах не продается ваша продукция?*
- *Это никому не надо.*
- *Я не хочу зарабатывать на своих друзьях.*
- *Это же надо продавать...*

Алгоритм работы с возражениями



Александр Синамати

Пример

Собеседник: Я не умею уговаривать людей, чтобы они что-то покупали.

Консультант: Да, вы правы. Действительно, уговаривать кого-то что-то сделать – неблагоприятное занятие. У меня самого были сомнения, когда я принимал решение подписать контракт с сетевой компанией. Скажите, а что значит для вас «уговаривать»?

Собеседник: Ну-у-у, заставлять купить.

Консультант: Да, это ужасно, когда к тебе пристают и вынуждают что-то покупать. Я сам терпеть не могу, когда ко мне пристают на улице с предложением приобрести не нужную мне вещь. К счастью, в нашем бизнесе этого делать не требуется. Мы не заставляем покупать, мы просто рассказываем людям о нашей продукции. Если вам нравится крем, которым вы пользуетесь, вы готовы рассказать о нем своей подруге?

Собеседник: Да, конечно.

Консультант: И вы не будете заставлять ее покупать?

Собеседник: Нет.

Консультант: А если она сама захочет его приобрести, вы ей сможете привезти этот крем или сказать, где он продается?

Собеседник: Да, конечно.

Консультант: Вот и прекрасно – так мы и работаем в нашем бизнесе. И вообще, сетевой маркетинг тем и хорош, здесь никто никого ничего не заставляет делать.

Речевые модули для работы с вопросами и возражениями

- *Да, спасибо, что вы об этом сказали (напомнили, заметили, предложили).*
- *То, что вы говорите, очень интересно.*
- *Очень хорошо, что вы затронули этот вопрос... Давайте обсудим его более подробно.*
- *Да, это очень важно и...*
- *Хороший вопрос. Давайте уточним, что вы имеете в виду.*

- *А кроме того, что вы сказали, есть еще какие-нибудь причины, заставляющие вас сомневаться?*
- *Что вы конкретно имеете в виду?*
- *Вы знаете, отчасти я с вами согласен.*
- *Вы задали очень правильный вопрос...*
- *Это очень хорошая идея, я обязательно об этом подумаю и...*
- *Я понимаю, что вы хотите разобраться до мелочей, это правильно.*
- *Давайте подумаем вместе.*
- *Я понимаю вашу обеспокоенность, с другой стороны...*
- *Почему так дорого? Да, я понимаю, что вы хотите разобраться, за что вы платите деньги.*
- *Я понимаю, что в идеале...*
- *Некоторым людям сначала кажется, что...*
- *Иногда люди считают, что...*
- *Мне самому сначала казалось, что...*
- *Я понимаю ваши сомнения, в то же время они не кажутся мне оправданными. Дело в том, что...*
- *Удалось мне ответить на ваш вопрос?*
- *Вы согласны с этими аргументами?*
- *Это снимает ваши опасения?*
- *Скажите, пожалуйста, какой аргумент был бы для вас убедительным?*
- *Я ответил на все ваши вопросы или какие-то детали остались непроясненными?*
- *Теперь мы это решили, не так ли?*

После того как вы ответили на все вопросы собеседника, можно переходить к самому решающему моменту – подписанию соглашения.

Шаг 6

Подписание соглашения и выход из контакта

Подписание соглашения – кульминационный момент встречи. Для плавного перехода к этому шагу можно использовать прием, который называется «подведение итогов». Вы еще раз очень коротко перечисляете все преимущества, которые собеседник получит от сотрудничества с компанией, и говорите, что для того, чтобы воспользоваться этими возможностями, нужно подписать дистрибьюторское соглашение.

Пример

Итак, мы с вами уложились в запланированное время, давайте подведем итоги. С вашего позволения, я еще раз перечислю все преимущества сотрудничества с нашей компанией...

Мы с вами поговорили о нашей компании, о возможностях, которые получает консультант. Для того чтобы начать пользоваться этими возможностями, необходимо заключить соглашение. Прочитайте, пожалуйста, наш договор и, если все понятно, поставьте внизу свой автограф.

Если в начале встречи вам удалось создать атмосферу комфорта и доброжелательности, если вы внушили доверие своему собеседнику, если вы задавали нужные вопросы и выяснили его потребности, если доступно рассказали ему о бизнесе и тактично ответили на все вопросы и возражения, то в этом случае собеседник возьмет ручку и подпишет договор. Вам останется только поздравить его и наметить дальнейшие шаги: кто кому когда будет звонить, когда проводится обучение и др.

Если собеседник говорит: «Я подумаю», то это может быть вызвано двумя причинами.

1. Собеседнику действительно нужно время подумать. Есть люди, которые просто не могут или не привыкли принимать решения сразу же, им нужно определенное время. В этом случае надо задать ему вопрос, когда он примет решение, и позвонить в оговоренное время.

Пример: *Да, я понимаю, что вам необходимо подумать, и это правильно, нужно все взвесить. Вместе с тем у меня к вам*

просьба: скажите, пожалуйста, когда я могу узнать о вашем решении?

2. Собеседник принял решение не сотрудничать с вами, и «Я подумаю» – это вежливый отказ. В этом случае бесполезно продолжать его «пытать» дополнительными вопросами «А о чем вы будете думать?», «А сколько вы будете думать?». Поблагодарите собеседника и распрощайтесь, при этом «оставьте дверь открытой».

Пример: *Ну что ж, время нашей беседы подходит к концу. Спасибо еще раз, что пришли, мне было интересно с вами побеседовать. Моя визитка у вас, там все мои контактные телефоны. Если у вас изменятся обстоятельства, буду рад видеть вас снова.*

Важно! Общая продолжительность встречи не должна превышать тридцати минут. Не стоит вести многочасовые встречи, в результате которых и консультант, и его собеседник расстаются измученные друг другом, не придя ни к какому результату. Встреча должна быть короткой, информативной и результативной. Не забудьте, что к вам уже спешит следующий собеседник. А пока он не пришел, у вас есть время проанализировать вашу встречу. Для этого возьмите лист бумаги и ответьте на следующие вопросы.

1. Что я делал хорошо во время встречи?
2. Чего бы я не стал делать, если бы у меня была возможность провести встречу с этим человеком снова?
3. Что бы я сделал иначе?

Во время встречи очень полезно записывать ваш разговор на диктофон, а затем использовать запись для анализа встречи.

Александр Синамати

Общий алгоритм информационной встречи

Этап	Цель	Что делать
Подготовка к встрече – психологический настрой	Создать необходимый психологический настрой непосредственно перед контактом с партнером	Представить себе человека, с которым предстоит встреча, таким, каким вы его хотите видеть, и произнести про себя несколько позитивных фраз
Встреча с собеседником и установление контакта	Произвести на собеседника благоприятное впечатление, вызвать симпатию, доверие. Создать атмосферу непринужденности и взаимопонимания, найти точки соприкосновения	Представиться (дать визитку). Организовать пространство. Сказать несколько слов о себе и о целях вашей встречи. Обговорить продолжительность вашей встречи. Чаще улыбаться и смотреть в глаза собеседнику; обращаться по имени (примерно каждое третье обращение), подчеркивать значимость собеседника и делать комплименты
Переходная фраза-мостик: <i>«Чтобы сэкономить наше с вами время, давайте поступим так: я задам несколько вопросов, а потом дам вам именно ту информацию, которая вам нужна».</i>		
Выслушивание и выяснение потребностей собеседника	Получить информацию о потребностях и возможностях собеседника. Получить подтверждение, что вы правильно поняли собеседника	Вам нужно выяснить две вещи: 1) может ли ваш собеседник работать в качестве дистрибьютора. В группу вопросов, которые нужно обсудить, входят вопросы о профессиональных навыках собеседника, его знаниях, личных качествах, жизненных обстоятельствах, о том, что его мотивирует, и т. д. 2) подходит ли вам этот человек, и хотите ли вы с ним работать.

Этап	Цель	Что делать
Переходная фраза-мостик: «Спасибо, что ответили на мои вопросы, сейчас я вам расскажу о том, чем я вам предлагаю заняться».		
Рассказ о бизнесе	Объяснить собеседнику суть бизнеса и механизм зарабатывания денег и сделать конкретное предложение	Рассказ должен включать в себе следующие пункты. Что такое сетевой маркетинг. Кто такой консультант сетевой компании. Основная задача консультанта. Что конкретно делает консультант для выполнения этой задачи. Обязанности консультанта. Источники дохода консультанта. Условия труда (график работы, кто ему будет помогать и т. д.). Другие возможности.
Переходная фраза-мостик: «Спасибо, что так внимательно меня выслушали, теперь я готов ответить на ваши вопросы».		
Ответы на вопросы и возражения	Ответить на вопросы собеседника и разрешить его сомнения	Правила работы с возражениями: не спорить, не раздражаться и сохранять спокойствие
Переходная фраза-мостик: «Наша встреча подходит к концу, давайте коротко подведем итоги».		
Подписание контракта и выход из контакта	Подписать соглашение	Подвести итоги беседы, еще раз перечислить возможности, которые получает консультант компании, и предложить подписать соглашение

Александр Синамати

Пример индивидуальной встречи

- Здравствуйте, я пришла по объявлению, мне нужен Виктор.
- Добрый день, очень приятно. Виктор – это я. Проходите, пожалуйста, присаживайтесь. Давайте познакомимся. Как вас зовут?
- Меня зовут Марина.
- Очень приятно, Марина. Спасибо, что откликнулись на мое объявление. Вот моя визитка. Марина, скажите, пожалуйста, каким временем мы располагаем для беседы?
- Ну, полчаса у меня есть.
- Замечательно, этого времени нам вполне достаточно. У меня такое предложение: давайте я сначала расскажу немного о себе и о том, для чего я приглашаю людей по объявлению, хорошо?
- Да, пожалуйста.
- Я – консультант компании «Х», это российская компания, она занимается распространением косметики. Компания работает уже 5 лет, а я в компании – 3 года. Мне очень нравится здесь работать. В рамках этой компании я создал свой успешный бизнес, который я постоянно расширяю. Что это значит? Я приглашаю в свою команду новых партнеров, людей, которые хотят заниматься бизнесом и хорошо зарабатывать. Для этого я провожу информационные встречи и рассказываю другим людям о возможностях, которые предлагает наша компания. Вам это интересно?
- Да, с удовольствием слушаю.
- Отлично. Скажите, Марина, а что вас больше всего заинтересовало в моем объявлении?
- Ну, больше всего меня заинтересовала возможность карьерного роста и неограниченного заработка.
- Прекрасно. Именно об этом я и собираюсь вам рассказать. А для того, чтобы дать вам именно ту информацию, которая вас интересует, давайте поступим таким образом: я задам вам несколько вопросов, а потом коротко изложу свое предложение, согласны?
- Да, пожалуйста.
- Марина, где и кем вы сейчас работаете?
- Я преподаватель в институте.
- Очень хорошо; вы знаете, именно преподаватели особенно ценятся в нашем бизнесе. Дело в том, что в нашем бизнесе нужно и самому учиться, и самое главное – уметь обучать других людей. И ваш опыт преподавателя очень вам поможет. А что вы преподаете?
- Английский язык.
- Отлично, Марина, скажите, а какая у вас нагрузка в институте?
- Я работаю три раза в неделю по четыре часа.
- Замечательно, значит у вас достаточно времени, свободного от работы.

– В общем, да, но свободное время – сильно сказано. На самом деле свободного времени никогда нет.

– Да, вы правы, времени и денег нам всегда не хватает.

– Вот-вот, особенно денег.

– Марина, раз мы уже заговорили о деньгах, скажите, пожалуйста, какую сумму вы хотите зарабатывать в месяц?

– Ну, долларов триста-четыреста.

– Замечательно, это вполне возможно в нашей компании. А теперь вернемся к вопросу о времени. Сколько времени вы готовы посвятить тому, чтобы заработать эти деньги?

– В принципе после обеда я свободна, где-то с двух и до шести часов, потом мне надо забирать ребенка из детского сада.

– То есть пять дней в неделю по четыре часа, правильно?

– Да, где-то так.

– Прекрасно. Еще такой вопрос: наша работа требует определенных знаний, умений и навыков, и наша компания предлагает систему обучения. Все вновь пришедшие консультанты проходят школу для начинающих – это четыре занятия по два часа один раз в неделю. Вы готовы пройти такую школу?

– В принципе, готова, но не знаю, смогу ли – я вам говорила, что мне в шесть часов надо ребенка забирать. Но на четыре занятия я смогу прийти.

– Отлично. А скажите, Марина, вы легко сходитесь с людьми?

– Да, никогда особых проблем не было. А что?

– Дело в том, что наш бизнес – это бизнес общения, здесь очень многое зависит от того, насколько консультант любит и умеет общаться с другими людьми. А если консультант еще умеет организовывать других людей, то тогда ему гораздо проще будет добиться успеха. Как вы считаете, у вас есть организаторские способности?

– Я думаю, что есть. У меня, правда, небольшой опыт руководства, но во всяком случае, когда надо организовать студентов, то у меня получается.

– Ну и отлично, Марина, спасибо, что ответили на мои вопросы. Итак, если я вас правильно понял, вы хотите зарабатывать триста-четыреста долларов в месяц, готовы работать по три-четыре часа ежедневно с двух часов до шести, вы готовы пройти нашу школу для начинающих консультантов, вы любите и умеете общаться и обладаете организаторскими способностями. Все верно?

– Да, все правильно.

– Хорошо, а сейчас я вам расскажу, чем я занимаюсь и что хочу предложить вам, а потом отвечу на ваши вопросы, согласны?

– Да.

– Наша компания производит косметические средства и распространяет их с помощью сетевого маркетинга, не через магазины, а с помощью

Александр Синамати

специально подготовленных консультантов. Кто такой консультант? Это человек, который заключил договор с нашей компанией и получил право приобретать продукцию со скидкой и распространять ее. Его основная задача заключается в том, чтобы распространять продукцию компании.

Существует три возможности делать это: пользоваться продукцией самому, продавать ее другим людям и строить организацию из людей, которые будут пользоваться продукцией и продавать ее. И консультант может выбрать любую из этих возможностей.

Как это происходит, давайте разберемся на моем примере: я один из ста тысяч консультантов нашей компании. В среднем я провожу по пять-шесть информационных встреч в неделю, во время которых рассказываю другим людям о нашей компании, продукции и возможности зарабатывать деньги. Что происходит в результате этих встреч? Кого-то из моих собеседников заинтересовала наша продукция, и он захотел ее приобрести. Прекрасно – в таком случае этот человек становится моим клиентом: я подробно рассказываю ему о том, как пользоваться нашей продукцией, время от времени звоню ему и интересуюсь результатами применения продукции, сообщаю о новинках ассортимента – а у нас в компании постоянно появляется что-то новенькое, – приглашаю его на лекции и семинары по продукции и так далее. Что я получаю за такую деятельность? Я получаю доход от реализации продукции в розницу, ведь как консультант компании приобрел ее со скидкой, а своим клиентам реализую по розничной цене, правильно? Это так называемые «быстрые деньги», и заработать их можно в любой момент. Нужны консультанту деньги – нет проблем – пошел на склад, приобрел продукцию, реализовал ее – и вот уже деньги в кармане. Косметика наша пользуется спросом, очень качественная продукция, поэтому проблем с реализацией не возникает. Наши консультанты, работая только с клиентами, зарабатывают по несколько тысяч рублей в месяц.

Но честно вам скажу, что я почти не занимаюсь работой с клиентами, так как меня интересует другая возможность, о которой я вам говорил, – я строю свою организацию, свой бизнес. Что это значит? Я приглашаю других людей зарабатывать деньги, то есть предлагаю им подписать соглашение с компанией, стать консультантами и точно так же, как я, проводить информационные встречи и рассказывать людям о компании, продукции и возможности заработать деньги. Эти люди становятся членами моей организации, и по отношению к ним я уже выступаю в роли организатора и руководителя. Я учу их, как пользоваться продукцией, как проводить информационные встречи, как рассказывать о продукции и бизнесе, как обучать своих новых консультантов и как работать с клиентами. А они, в свою очередь, делают то же самое с теми людьми, которых они пригласили в свою организацию. И вот в результате всех наших действий растет объем продукции, которую мы приобретаем у компании. И мне как руко-

водителю структуры компания выплачивает комиссионное вознаграждение – за объемы закупок, которые сделала моя организация в расчетный месяц. Конкретная сумма комиссионного вознаграждения зависит от маркетинг-плана компании – это такой документ, в котором оговариваются все условия нашей работы и который мы изучаем на специальных занятиях. Сейчас я вам могу сказать только одно: в среднем комиссионное вознаграждение консультанта составляет десять процентов от объема закупок, сделанных его структурой. Чем больше у меня людей в структуре, чем больше они закупают продукции, тем больше я зарабатываю.

Еще я вам не сказал, что как консультант компании я обязан пользоваться продукцией. Это входит в мои обязанности, но обязанности эти очень приятные, так как продукция у нас великолепная, и я ежемесячно ее покупаю на определенную сумму. Но по сравнению с той суммой, которую я зарабатываю в нашей компании, расходы на продукцию очень невелики.

Вот, Марина, я вкратце рассказал вам о том, в чем заключается мой бизнес и как я зарабатываю деньги. Все понятно?

– В общем и целом да.

– Тогда мне хотелось бы сказать еще несколько слов о том, чем привлекает людей работа в нашей компании. Во-первых, у нас не существует потолка заработка; вы можете зарабатывать столько, сколько вам нужно. Работа в нашей компании – это реальная возможность стать обеспеченным человеком, причем при отсутствии финансового риска – от вас не требуется вкладывать больших денег. Затем очень важно, что в этом бизнесе никто, кроме вас, не решает, сколько вам зарабатывать, – у вас свободный рабочий график. Никто не будет заставлять отрабатывать восемь часов – вам платят не за время, проведенное на работе, а за конкретный результат. Это позволит вам самостоятельно выбирать время для работы и отдыха.

Вот этой деятельностью я занимаюсь уже три года. Я нахожусь в ранге директора, моя организация состоит из четырехсот человек, причем только четырнадцать из них я пригласил лично. И организация моя постоянно растет.

Что я вам предлагаю? Я вам предлагаю безопасный, налаженный и доходный бизнес «под ключ».

Вы заключаете соглашение с компанией и становитесь таким же консультантом, как я. Ваша задача будет состоять в том, чтобы распространять продукцию компании. Каким образом? Пользоваться продукцией, рекомендовать другим людям приобрести ее и создавать свою организацию из консультантов, которые будут пользоваться продукцией и распространять ее. Вы пройдете обучение и начнете проводить информационные встречи. У вас будет своя клиентская сеть и консультантская структура. В результате всех ваших действий люди, которых вы пригласили в свою организацию, будут покупать у компании продукцию и распространять ее, и компания будет увеличивать свой товарооборот. Вы будете получать комиссион-

Александр Синамати

ное вознаграждение за закупки, которые сделали консультанты вашей организации.

Вот в этом, в основном, и состоит бизнес, а все детали мы с начинающими консультантами изучаем на специальной школе. Я – ваш спонсор, я приглашаю вас войти в мою организацию, и я буду помогать вам делать первые шаги. Я готов передать вам свой опыт работы: где и как искать людей, что им говорить, как строить свою организацию, как проводить учебу и так далее. Вот вкратце все, что я хотел вам рассказать, теперь я готов ответить на ваши вопросы.

– У меня такой вопрос – насколько ваша фирма надежна? Я имею в виду то, что сейчас появляется много компаний, которые распространяют разную продукцию. И время от времени они исчезают. Было бы жалко потратить время и силы, чтобы потом остаться ни с чем.

– Я понимаю вашу обеспокоенность, Марина. У многих людей, которые приходят в наш бизнес, возникают такие же сомнения, и это нормально: слишком часто нас обманывали – и государство, и отдельные фирмы. С другой стороны, давайте подумаем – что для вас может послужить гарантией того, что наша фирма не исчезнет?

– Да что-то я даже придумать не могу...

– Вы знаете, я тоже. Марина, мы с вами умные люди и понимаем, что полных стопроцентных гарантий нам не может дать никто и ни в чем. Единственное, что я вам могу сказать, это то, что моя работа в нашей компании в течение трех лет дает мне основание верить, что компания собирается работать серьезно и долго.

– Ну хорошо, а вот такой вопрос: вы сказали, что нет проблем со сбытом вашей продукции. Как же так – в магазинах полно косметики, я не уверена, что на вашу продукцию будет спрос.

– Вы знаете, именно этот вопрос я сам задавал, когда пришел в компанию, – мне вообще казалось удивительным, что появилась еще одна компания, которая предлагает косметику, рынок-то уже переполнен. Но на деле оказалось, что наша продукция пользуется спросом, да еще каким – компания постоянно увеличивает объемы производства. На мой взгляд, здесь дело в том, что, как мы с вами уже говорили, наша косметика распространяется особым способом – из рук в руки.

– Вот, кстати, это меня тожестораживает, ведь существует много людей, которые принципиально ничего не покупают с рук. Только в магазинах.

– Абсолютно с вами согласен. Но и вы согласитесь со мной, что существует огромное количество людей, которые покупают с рук.

– Да, конечно. Вообще эта идея мне нравится, но вот у меня подруга работала в компании типа вашей, и у нее ничего не получилось.

– Да, я согласен с вами, что не все добиваются успехов в нашей работе. Марина, мне сложно судить, почему у вашей подруги ничего не полу-

чилось, я не знаю ни ее, ни компанию, в которой она работала. Но я уверен, что у вас получится, об этом я могу судить на основании моего опыта работы в этом бизнесе.

- Спасибо.
- Марина, у вас есть еще какие-то вопросы?
- Да нет, пожалуй.
- Наша встреча подходит к концу, видите, мы с вами уложились в запланированное время. Давайте подведем небольшие итоги, так сказать, сухой остаток нашей беседы, согласны?
- Давайте.
- Итак, мы с вами говорили о возможностях, которые вы получите, став консультантом нашей компании. Вы регистрируетесь в компании и получаете право приобретать продукцию компании со скидкой, распространять ее и строить свою дистрибьюторскую структуру. Ваша задача – рассказывать о продукции компании и возможностях зарабатывать деньги, приглашать других людей в бизнес и учить их, как рассказывать о продукции и приглашать в бизнес.

У вас сдельная оплата труда. Вы получаете деньги тогда, когда люди, которым вы рассказали о продукции и которых пригласили в свою структуру (дистрибьюторы вашей структуры), приобретают ее. Чем больше людей приобретут продукцию компании, тем больше денег вы заработаете.

У вас нет начальника, который дает вам работу и следит за ее выполнением.

У вас ненормированный рабочий день: сколько, когда, где и как вам работать – решаете вы сами.

Я – ваш спонсор, я расскажу вам о том, что и как нужно делать, и помогу сделать первые шаги в нашем бизнесе. У вас будет возможность пройти обучение в компании и пользоваться справочной и иной литературой по продукции и бизнесу.

Ну а для того, чтобы воспользоваться всеми этими возможностями, необходимо заключить соглашение с компанией. Вот бланк соглашения, прочитайте его, пожалуйста, и скажите, все ли понятно?

- Да, вроде все понятно.
- Вы готовы подписать соглашение?
- Да.
- Отлично, Марина. Я вас поздравляю, мне очень приятно, что в мою команду пришел такой знающий и интересный человек.

Часть 2

ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ «ПРИГЛАШЕНИЕ В БИЗНЕС»

Во время публичного выступления вы рассказываете о своем бизнесе не одному человеку, а группе людей. Это гораздо сложнее индивидуальной встречи, так как в зале собираются люди, разные по возрасту, опыту, интересам, социальному положению, и каждый хочет услышать что-то важное именно для себя. И к каждому нужно найти свой подход и подобрать особые слова.

Эффективное публичное выступление – это «высший пилотаж» для профессионального сетевого. Четкая, грамотная речь и продуманный текст, правильные жесты, уместная мимика и выразительная интонация – вот составляющие удачного выступления. Умение просто, доходчиво и интересно говорить – это искусство, и ему можно и нужно учиться на специальных тренингах. Что касается структуры и содержания публичного выступления, то они почти не отличаются от индивидуальной встречи.

Общие требования к публичному выступлению

Выступление должно быть:

1. Простым, доступным и коротким

По моим наблюдениям, большинство консультантов, которые проводят публичные выступления, излишне «грузят» своих слушателей. Им так хочется побольше рассказать о своей любимой компании, продукции и бизнесе, что они забывают, что человеческие возможности восприятия информации ограничены. В результате большая часть ценной информации, которая обрушивается на головы неподготовленных слушателей, остается неувоенной.

Поэтому во время небольшого выступления не перегружайте слушателей информацией и не касайтесь слишком широкого круга вопросов. Не надо рассказать обо всем ассортименте продукции и вдаваться в подробности ее применения. Тем более не стоит подробно разяснять маркетинг-план компании. На этих подробностях следует акцентировать внимание на специальных занятиях по продукции и маркетинг-плану. Избегайте также употреблять в выступлении специфические слова и выражения, которые непонятны новичкам, – «спонсор», «бонус», «подписать первое поколение», «маржа», «ноги», «перекос структуры», «разница оборотов», «промоушн», «возвратная скидка» и так далее. Непонятные слова мешают усвоению информации. Что же касается продолжительности выступления, то оно должно длиться не более 30 минут.

2. Логичным и структурированным

Еще один распространенный недостаток многих публичных выступлений – недостаточная последовательность изложения. Слушателям порой бывает очень сложно следить за «порхающей» мыслью рассказчика, который перескакивает от аккумулированной скидки к косметическим средствам, потом вспоминает о том, как сам начинал работать в компании, затем рисует на доске схему дистрибьюторской организации и, не дойдя до бонуса суперлидера, достает крем для кожи и начинает рассказывать о его чудодейственных свойствах.

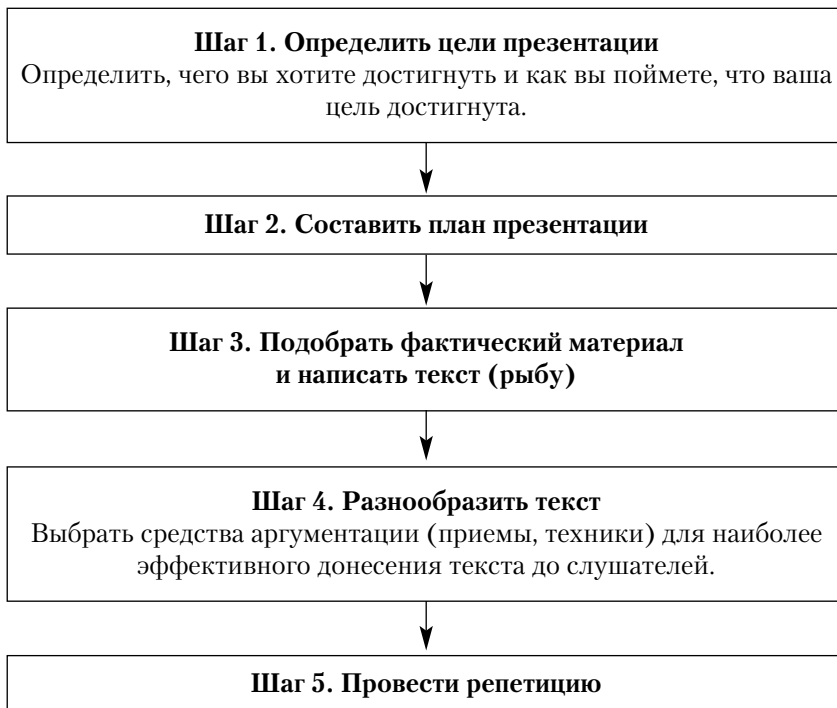
Такой «поток сознания» выступающего затрудняет восприятие материала и создает у слушателей ощущение суеты и неразберихи, которое переносится на всю компанию в целом. Поэтому перед выступлением необходимо составить четкий план рассказа, написать его на листе бумаги или в блокноте и строго придерживаться его во время лекции.

3. Разнообразной

Даже самая интересная информация не может долго привлекать внимание слушателей. Люди устают слушать и отвлекаются, поэтому в выступлении надо использовать различные приемы аргументации, чтобы все время поддерживать интерес слушателей.

Александр Синамати

Алгоритм подготовки к презентации



План выступления «Приглашение в бизнес»

Цели выступления

- Создать у слушателей представление о надежной компании, которая предлагает качественную продукцию и возможность стабильного заработка.
- Заинтересовать слушателей возможностью создать свой бизнес в рамках компании и зарабатывать деньги.

После выступления не менее двух третей присутствующих людей должны подписать дистрибьюторские соглашения.

Этап	Время	Цель	Содержание
1. Вступление	5 минут	Завоевать внимание слушателей, подготовить их для восприятия основной информации, создать атмосферу доброжелательности и комфорта	Приветствие, комплимент слушателям, короткий рассказ о себе, компании, сообщение о целях выступления
2. Собственно сообщение	20 минут	Дать полную информацию, позволяющую слушателям получить представление о бизнесе, которым вы предлагаете им заняться	Подробный рассказ о возможностях, которые получает консультант компании
3. Заключение	5 минут	Призвать слушателей к действию (принятию решения)	Суммировать все, что говорилось на этапе сообщения, призвать к действию, поблагодарить слушателей

Первый этап

Вступление

Структура вступления

1. Представиться, сказать слушателям несколько приятных слов.
2. Минипрезентация (о себе и компании).
3. Сказать о цели выступления и о времени, которое оно займет.
4. Задать несколько вопросов аудитории.
5. Перейти к теме выступления.

Информация о компании:

- название;
- сфера деятельности;

- присутствие на рынке (история и география);
- партнеры (производители);
- ценности, миссия;
- достижения.

Информация о продукции:

- где и кем производится;
- для чего и кого предназначена;
- что представляет собой продукция, эффект от ее применения;
- конкурентные преимущества продукции.

Информация о себе:

- имя, фамилия;
- статус;
- сколько времени сотрудничаете с компанией;
- ваши достижения;
- ваши впечатления от сотрудничества.

Речевые модули

- *Добрый день, дорогие друзья (уважаемые дамы и господа, уважаемые коллеги)!*
- *Разрешите приветствовать вас на нашей встрече.*
- *Благодарю вас за то, что нашли время прийти на нашу встречу.*
- *Я представляю компанию ...*
- *Мне очень приятно видеть столько интересных людей в этом зале.*
- *Очень приятно видеть в зале людей, которые откликаются на те возможности, которые предоставляет жизнь.*
- *Я пришел в эту компанию, потому что меня заинтересовали те возможности, которые предлагает компания. Я воспользовался этими возможностями в полной мере и хочу поделиться с вами.*
- *Наша беседа продлится ... минут. После этого я готов ответить на ваши вопросы.*
- *В течение ... минут я расскажу вам о компании и о тех возможностях, которые она предоставляет каждому из нас.*

- *Меня зовут ... Я занимаюсь ... Я пригласил вас на сегодняшнюю встречу, чтобы рассказать вам о ...*
- *Я работаю в компании ... лет и за это время убедился в ее надежности.*
- *Все больше и больше людей приходят к нам.*
- *Наверняка, многие из сидящих в зале слышали о сетевом маркетинге, и, возможно, кто-то из вас имеет опыт работы в сетевой компании.*
- *Поднимите, пожалуйста, руки те, кто ничего не знает о сетевом бизнесе. Спасибо.*
- *Кто слышал что-то о сетевом маркетинге?*
- *Кто имеет опыт работы в сетевой компании? Спасибо.*
- *На этой презентации мы поговорим о том, как создать свое дело и научиться управлять им.*
- *Сегодня мы поговорим о том, может ли женщина стать финансово независимой, может ли мужчина сделать карьеру. Эти темы интересны вам? Отлично, обо всем об этом мы будем говорить на нашей встрече.*
- *Возможности, которые предлагает компания, доступны для большинства людей, и сегодня мы поговорим об этих возможностях.*
- *Наша компания предлагает две возможности – пользоваться продукцией и зарабатывать деньги. Я в компании строю свой бизнес и хочу поговорить с вами именно об этой возможности.*
- *Мне приятно, что вы задаете вопросы. Это значит, что вам интересно то, о чем я говорю. Давайте поступим так: сначала я расскажу вам то, что подготовил, а затем с удовольствием отвечу на ваши вопросы.*

Второй этап

Сообщение

Текст сообщения подробно описан в первой части настоящего «Путеводителя...», его можно использовать для публичного выступления. Можно также использовать и рисунок.

Некоторые приемы аргументации

Прием «от общего к частному»

Сначала выступающий говорит о теме выступления в целом, не вдаваясь в детали, а затем останавливается на подробностях.

Прием «Проблема – последствия – решение»

Например:

Проблема: современная работающая женщина вынуждена разрываться между работой и семьей.

Последствия: женщина лишена возможности уделять достаточное время своим детям, которые растут без присмотра родителей.

Решение: став консультантом сетевой компании, женщина получает возможность работать по свободному графику, тогда, когда она этого захочет. Таким образом она сможет уделять больше внимания своим детям.

Прием троекратного повторения основной идеи

Прием усиления

Убедительность аргументов постепенно нарастает, самые сильные доказательства используются в конце выступления.

Прием интриги

Для того чтобы заинтересовать слушателей, предмет речи сразу не называется. Например:

Работники американской службы «скорой помощи» обнаружили, что большинство инфарктов приходится на утро понедельника. То есть на то время, когда люди собираются на работу после выходных дней.

Прием парадокса

Побуждает слушателей думать вместе с выступающим, пробуждает активность аудитории. Например:

Во все времена женщин волновали два вопроса: откуда берется пыль и куда деваются деньги?

Вопросно-ответный прием

Выступающий раздумывает вслух над поставленной проблемой, ставит перед аудиторией вопросы и сам на них отвечает. Выдвигает возможные сомнения, возражения, проясняет их и прихо-

дит к определенным выводам. Это очень сильный прием, заставляющий слушателей вникнуть в суть излагаемого вопроса. Например:

Наверняка, вы часто раздумывали над вопросом: почему одни люди зарабатывают много денег, а другие – мало?

Кто-то из слушателей, наверное, сейчас думает: добавки, конечно, полезная вещь, но уж очень дорого они стоят.

Вас, наверняка, интересует вопрос: а сколько зарабатывает дистрибьютор?

Примеры из личного опыта, истории, анекдоты, цитаты, аналогии, метафоры

Третий этап

З а к л ю ч е н и е

Структура заключения

1. Еще раз проговорить наиболее важные идеи сообщения.
2. Сделать вывод.
3. Призвать к действию.
4. Поблагодарить аудиторию.
5. Получить обратную связь о своем выступлении.

Речевые модули

- *Итак, давайте еще раз в нескольких словах...*
- *В заключение мне хотелось бы еще раз остановиться на основных идеях моего выступления.*
- *Благодарю вас за внимание.*
- *Спасибо, что пришли и уделили свое время...*
- *Что вам больше всего понравилось в том, что вы сейчас услышали и увидели?*

После презентации обязательно нужно получить обратную связь от аудитории. Сделать это можно (и нужно) как устно, так и письменно (раздать слушателям короткую анкету).

После того как вы подготовили текст презентации, необходимо потренироваться в ее проведении. Включите диктофон или ви-

Александр Синамати

деокамеру и проговорите текст презентации, затем прослушайте его и сделайте исправления. Второй этап репетиции – попросите нескольких человек (знакомых, родственников, ваших коллег-консультантов) прослушать вашу презентацию и дать свою оценку.

Настрой на выступление

Перед тем как выступать, закройте глаза и произнесите про себя:
*Через минуту я буду выступать перед собравшимися людьми.
Эти люди пришли сюда, чтобы решить свои проблемы.*

Моя цель – помочь этим людям.

Я знаю, как это сделать.

Я хорошо подготовился.

Я знаю, что говорить.

Я умею говорить.

Я уверен в себе.

Я обязательно добьюсь цели.

Я – победитель.

Вперед.

Глубоко вдохните и выдохните, выпрямитесь, улыбнитесь и начинайте выступление.

Не следует

- скрещивать руки и ноги;
- качаться на стуле или переминаться с ноги на ногу;
- вертеть что-либо в руках (ручку, текст выступления и пр.);
- сжимать руки в кулаки;
- закладывать руки за спину.

Пример выступления «Приглашение в бизнес»

Добрый день, уважаемые гости, усаживайтесь поудобнее, мы начинаем нашу встречу.

Мне очень приятно видеть столько интересных людей в этом зале, спасибо, что нашли время прийти на нашу встречу. Я уверен, что вы получите и пользу, и удовольствие.

Меня зовут Виктор, я представляю компанию «Х». Наша компания работает в России уже пять лет, основная сфера ее деятельности – производство и распространение косметических средств. Я – консультант компании, сотрудничаю с ней уже четыре года и за это время убедился в ее надежности. Мне очень нравится работать в нашей компании. За время работы я добился больших успехов – мне удалось создать свой бизнес, сделать хорошую карьеру и зарабатывать деньги. Сегодня, на нашей встрече я хочу рассказать вам о своем опыте и предложить воспользоваться теми возможностями, которые предлагает компания и которыми в свое время воспользовался я. Наша встреча продлится тридцать минут. После этого у вас будет возможность пообщаться с теми людьми, которые вас сюда пригласили.

Начать я хочу с небольшой личной истории. Три года назад я работал инженером в одном институте – я по профессии специалист по холодильным установкам. Ну, работал, как все, зарабатывал не очень много и даже не подозревал, честно говоря, что можно жить как-то по-другому. Но однажды мне попала заметка в газете, которая просто перевернула всю мою жизнь. Это была даже не заметка, а интервью с врачом, который утверждал, что наибольшее количество недугов случается с людьми в понедельник утром. Он пошутил, мол, одна лишь мысль о том, что надо идти на работу, приводит людей в такой ужас, что они предпочитают заболеть. Я подумал – батюшки, да ведь это про меня. Я же сам это испытываю: каждое воскресенье вечером у меня портится настроение от мысли, что в понедельник надо идти на работу. Скажите, а вам знакомо такое чувство?

Голос из зала: Знакомо.

Вот и я с таким чувством жил много лет. А кроме этого чувства, меня еще одна мысль постоянно одолевала, по крайней мере два раза в месяц – в дни аванса и зарплаты, мысль о том, что мне за мою работу платят не столько, сколько я реально заслуживаю, а столько, сколько мой начальник сочтет нужным. Скажите, а у вас такая мысль появлялась?

Голос из зала: Конечно.

Александр Синамати

И, кстати, насчет начальника: что мне никогда не нравилось – так это то, что ежедневно я должен был выполнять указания своего руководства, независимо от того, согласен я с ними или нет, потому что, как говорится, начальник всегда прав, а если начальник не прав, смотри пункт первый.

Интересно, – подумал я после того, как прочитал эту статью в газете, – каждый день на протяжении последних пятнадцати лет я хожу на работу, просиживая там строго с девяти до шести, выполняя все указания своего начальника, да еще с мыслью, что мне недоплачивают. И когда я все это осознал, то понял, что больше так работать не хочу. Я начал думать, как изменить ситуацию, и вскоре нашел выход. Вот об этом я вам сейчас и хочу рассказать. Вам это интересно?

Голос из зала: Да.

Вот и прекрасно. Тогда слушайте. Как я уже сказал, я работаю консультантом компании «Х», которая занимается производством косметики, а распространяет она свою продукцию с помощью сетевого маркетинга. Скажите, пожалуйста, кто из вас слышал что-то о сетевом маркетинге? Спасибо. А кто имеет опыт работы в сетевой компании? Спасибо.

Начнем с определения – что такое сетевой маркетинг.

Сетевой маркетинг – это метод распространения товаров и услуг. Заключается этот метод в том, что компания распространяет свой товар не традиционным способом, то есть через магазины, а с помощью распространителей (их еще называют дистрибьюторами или консультантами). То есть не покупатель приходит к товару (в магазин, на рынок и так далее), а товар (вместе с распространителем) приходит к покупателю.

В чем преимущества распространения товара именно этим методом?

Дело в том, что первоочередная задача каждой компании, которая производит какую-либо продукцию, – сделать так, чтобы покупатели о ней узнали. Поэтому огромное количество денег компании тратят на рекламу. Однако *хорошая* реклама – большая редкость, а та, которую мы видим и слышим на каждом шагу, вызывает лишь здоровое отвращение. Одинаковые слова, одинаковые лозунги, глупые сюжеты – и все это для того, чтобы заставить нас купить почти не отличающиеся друг от друга товары. В ответ у нас возникает только одно желание – чтобы эти товары пропали пропадом вместе со своими производителями.

Постепенно компаниям стало ясно, что нужно искать какие-то другие методы, чтобы «достучаться» до покупателя и дать ему информацию о своей продукции. И оказалось, что сетевой маркетинг – это как раз тот самый метод. Ведь консультанты сетевых компаний работают индивидуально с каждым покупателем, стараются рассказать о своей продукции все, что знают, объясняют все ее преимущества, благодарят за покупку, а потом еще звонят и интересуются, остался ли покупатель доволен.

В результате довольными остаются все: покупатель окружен вниманием и заботой, каких днем с огнем не сыщешь в магазине, производитель по-

лучает рост объема продаж своей продукции, а дистрибьютор... Вот о том, что получает дистрибьютор, или консультант, компании, мы сейчас с вами и поговорим.

Начнем с того, кто такой консультант. Консультант – это человек, который заключил соглашение с сетевой компанией и получил право распространять ее продукцию. Для наглядности я нарисую на доске прямоугольник и внутри него напишу «Компания X». Теперь от прямоугольника я проведу стрелку вниз и нарисую кружок, в середине которого напишу «Консультант».

Какие возможности получает консультант нашей компании? Первая возможность (пишет на доске) – это возможность покупать продукцию компании со скидкой, по специальной дистрибьюторской цене, то есть стать потребителем продукции. Вторая возможность (пишет на доске) – распространять продукцию компании. Третья возможность (пишет на доске) – создавать свой бизнес. Подробнее о возможностях, которые получает консультант, я расскажу на своем примере. Вот от кружка с надписью «Консультант» я рисую стрелку вниз и добавляю еще один кружок «Я» – это я – консультант компании «X».

Итак, первая возможность – это пользоваться продукцией компании.

Как я уже сказал, наша компания производит косметические средства, в том числе зубную пасту. Я ведь все равно каждый месяц покупаю зубную пасту, правильно? И в общем-то, мне неважно, где ее покупать – в киоске, в аптеке или напрямую у компании. Таким образом, я становлюсь **потребителем продукции** компании «X».

Так как мне нравится и зубная паста, и другая продукция нашей компании, то я с удовольствием рассказываю о ней своим друзьям и знакомым. Не знаю как вы, а я всю жизнь так делал – прочитаю интересную книгу или посмотрю хороший фильм и рекомендую своим друзьям сделать то же самое. Или куплю какую-нибудь вещь, которая мне понравится, и советую своим знакомым ее приобрести – мне ведь хочется, чтобы они получили такое же удовольствие, как и я. Да и вы, наверняка, так делаете. Так что мы с вами всю жизнь занимались сетевым маркетингом, не отдавая, правда, себе в этом отчета. Но если раньше я делал все это бесплатно, получая лишь моральное удовлетворение, то, будучи дистрибьютором сетевой компании, я начал получать за это деньги. За что за это? За то, что я рассказываю другим людям о том, что существует такая продукция компании «X», и делюсь своими впечатлениями о ней.

Теперь от кружочка с надписью «Я» я провожу стрелку вправо и рисую там несколько фигурок. Это те самые люди, которым я рассказал о продукции компании, после чего они стали моими клиентами и также начали ею пользоваться. Это моя клиентская сеть.

Итак, вторая возможность, которую я получил, зарегистрировавшись в компании, – это возможность стать **распространителем** (дистрибьютором) **продукции**.

Александр Синамати

А в-третьих, – внимание: это самое главное! – я получаю возможность создать свою собственную дистрибьюторскую организацию. Каким образом?

Дело в том, что я предлагаю другим людям так же, как я, зарегистрироваться в компании «Х», так же, как я, пользоваться продукцией и так же, как я, рассказывать о ней другим людям.

Вот я провожу стрелку от кружочка «Я» вниз и рисую еще кружочек. В нем я пишу «Игорь». Игорь – это мой знакомый, который зарегистрировался в компании и стал таким образом членом моей организации – ведь это я пригласил его, правильно? Так вот Игорь делает то же самое, что и я: пользуется продукцией, рассказывает о ней другим людям и приглашает своих знакомых делать то же самое. То есть пользоваться продукцией, рассказывать о ней другим людям и приглашать своих знакомых делать то же самое. Идея понятна?

Теперь от кружочка «Игорь» я рисую стрелку вниз и еще кружочек. Это Толя – приятель Игоря, который также зарегистрировался в нашей компании. Он пользуется продукцией, распространяет ее и приглашает людей зарегистрироваться в компании (рисуем стрелочки вниз).

А теперь представьте себе: я пригласил в компанию не одного своего знакомого, а троих или четверых, каждый из которых, в свою очередь, пригласил своих троих или четверых знакомых, а те – своих и так далее. В результате через какое-то время моя организация будет насчитывать несколько десятков и даже сотен человек, каждый из которых пользуется продукцией компании.

Теперь я обведу все кружочки одним большим кругом. Это моя дистрибьюторская структура. Все эти люди покупают продукцию компании.

А теперь я проведу от большого круга стрелку вверх к квадратику, в котором написано «Компания Х». Это деньги, которые получает компания от людей из моей дистрибьюторской структуры за приобретенную ими продукцию.

Теперь проведем стрелочку от «Компании Х» к кружочку «Я». Это проценты комиссионного вознаграждения – деньги, которые мне выплачивает компания «Х». За что? Да ведь это благодаря мне все эти люди узнали о компании и начали постоянно пользоваться ее продукцией, правильно? Ведь это я им рассказал о возможности стать дистрибьютором компании, верно? Ведь это я пригласил их в свою организацию и научил работать, так? Ведь это благодаря мне компания увеличивает объем продаж своей продукции и, соответственно, свой доход. И вот за это все компания делится частью своих доходов со мной и со всеми людьми моей организации.

Таким образом, третья возможность, которую я получаю, зарегистрировавшись в компании «Х», – это стать **организатором и руководителем дистрибьюторской структуры**, работа которой дает мне постоянный и высокий доход.

Итак, давайте еще раз: зарегистрировавшись в сетевой компании, я могу быть потребителем продукции компании, могу быть распространителем этой продукции и могу быть сетевиком – организатором людей, которые пользуются продукцией и распространяют ее.

Причем – и это очень важно – я сам выбираю форму своей деятельности как дистрибьютора. То есть я могу ограничиться потреблением продукции: регулярно покупать в компании то, что мне нужно для ежедневного пользования, – зубную пасту, витамины, косметические средства, салфетки для пыли и так далее. И никто не может меня заставить (если я не захочу сам) распространять эту продукцию.

Точно так же, если я занимаюсь самостоятельным распространением продукции, никто не может меня принудить строить дистрибьюторскую структуру, то есть приглашать в этот бизнес других людей. Это исключительно мой выбор и зависит он от того, какие цели я себе ставлю и сколько денег хочу заработать.

Теперь поговорим о деньгах. У меня как дистрибьютора сетевой компании есть **два источника дохода**.

Первый – основной – это **комиссионное вознаграждение** за объем закупок, сделанных консультантами моей структуры. Иными словами, больше всего я могу заработать, выступая в роли организатора бизнеса и построив *хорошо организованную, работоспособную дистрибьюторскую структуру*.

Возникает вопрос: а на что же жить то время, пока строится структура? Ну, во-первых, никто не будет настаивать на том, чтобы вы оставляли свою основную работу, хотя сразу же скажу, что чем больше времени вы будете уделять сетевому маркетингу, тем быстрее будут расти ваша организация и доходы. А во-вторых, не забывайте, что у консультанта существует *два источника дохода*. Первый – это комиссионное вознаграждение за работу структуры, о котором мы только что говорили, а **второй источник** – это **доход от реализации продукции в розницу**.

Помните, я говорил о том, что могу предлагать другим людям приобрести продукцию компании. Эти люди становятся моими клиентами. Я приношу им продукцию, которую я как дистрибьютор приобретаю со скидкой, по специальной дистрибьюторской цене. А отдаю ее – по розничной цене. Вот эта разница между ценой покупки и ценой продажи и является вторым источником дохода дистрибьютора.

Чем хорош этот вид заработка? Тем, что у меня есть **возможность получать деньги сразу и тогда, когда они мне нужны**. На первых порах, пока моя организация только создавалась и комиссионное вознаграждение было не очень велико, этот источник дохода мне очень пригодился.

Я прямо чувствую, как у вас на языке вертится вопрос: сколько конкретно зарабатывает консультант нашей компании, да? Я скажу вам так: комиссионное вознаграждение дистрибьютора сетевой компании начисляет-

Александр Синамати

ся в соответствии с маркетинг-планом. В *среднем* размер комиссионного вознаграждения составляет 10 % от объема закупок дистрибьюторской структуры. Другими словами, если месячный объем закупок моей структуры составит 1000 долларов, то мое комиссионное вознаграждение составит соответственно 100 долларов. Таким образом, наши консультанты зарабатывают от трех до тридцати тысяч рублей в месяц. Заработок зависит от двух вещей:

- 1) как быстро вы создадите свою дистрибьюторскую структуру;
- 2) насколько активно будут работать дистрибьюторы вашей структуры.

По своему опыту могу сказать, что для того, чтобы получать комиссионное вознаграждение размером в 15 тысяч рублей, в среднем потребуется от шести месяцев до года активной работы. За это время вам нужно, во-первых, научиться работать самому: узнать, как рассказывать о продукции и компании, как распространять продукцию и как приглашать людей в бизнес. Во-вторых, найти и пригласить в свою организацию 8–10 человек – активных и желающих зарабатывать деньги – и научить их тому, чему научились вы, то есть научить, как распространять продукцию компании, приглашать других людей в бизнес и как учить этих людей делать то же самое. В-третьих, вам надо организовывать и координировать действия дистрибьюторов своей первой линии, то есть тех, которых пригласили лично вы. Как быстро вы создадите свою структуру, зависит от вашей активности.

Вы, наверное, разочарованы – я вам так и не сказал точно, когда и сколько вы будете зарабатывать. Ведь на обычной работе вы знаете, какая у вас зарплата и когда вы ее получаете. В сетевом маркетинге такой определенности нет, но зато, в отличие от обычной работы, в этом бизнесе никто не будет устанавливать для вас потолок заработка. Ведь мы привыкли, что наша зарплата может не повышаться годами, несмотря на все наши старания и успехи. Так, изредка с барского плеча начальник наградит премией или тринадцатой зарплатой и все. А в сетевом маркетинге потолок заработка определяется самим дистрибьютором: он зарабатывает ровно столько, сколько хочет и сколько работает. Это не пустые слова и не обман – в этом заключается главное отличие этого вида деятельности от многих и многих других. Я знаю дистрибьюторов, которые зарабатывают десятки тысяч долларов в месяц, но прямо скажу, что таких людей в каждой сетевой компании не очень много. Гораздо больше людей, которые получают по несколько тысяч долларов, а уж заработать несколько сотен долларов – это норма для дистрибьютора сетевой компании. Что нужно делать, чтобы много зарабатывать, – это отдельная тема, но рецепты существуют, и скрывать их от вас никто не будет.

Итак, давайте еще раз.

Консультант нашей компании – это человек, который помогает компании распространять ее продукцию. Задача консультанта – создать свою

клиентскую сеть и дистрибьюторскую организацию. У консультанта есть два основных источника дохода: комиссионное вознаграждение за закупки продукции, которые делают дистрибьюторы его структуры, и доход от реализации продукции клиентам по розничным ценам. Размер комиссионного вознаграждения составляет в среднем 10 % от общего объема закупок всех консультантов структуры. Чем больше людей в сетевой структуре и чем активнее они работают, тем больше зарабатывает консультант.

Вот, собственно говоря, на мой взгляд, суть того, что представляет собой сетевой маркетинг. Безусловно, то, что я вам сейчас рассказал, – это общая схема бизнеса. Внутри этой схемы существуют четкие правила, что и как нужно делать, чтобы успешно распространять продукцию, создавать дистрибьюторскую структуру и так далее, так что вам не придется изобретать велосипед. У вас будет свой спонсор – человек, который пригласил вас в бизнес и который научит вас всем премудростям. В нашей компании существует отлаженная система обучения и поддержки дистрибьюторов, о сетевом маркетинге написано большое количество книг, так что у вас будет возможность подробно ознакомиться с тем, что и как нужно делать.

А пока я намеренно не вдаюсь в детали, для меня сейчас важно, чтобы вы поняли именно общую схему: что это за бизнес и как в нем зарабатывают деньги.

А деньги в сетевом маркетинге заработать реально, причем столько, сколько вам надо. Но – внимание! – я подчеркиваю слово **«заработать»**.

Сетевой маркетинг – это не пирамида, в которой достаточно сделать первый взнос и ждать манны небесной. Для того чтобы создать работоспособную дистрибьюторскую структуру и управлять ею, нужно приложить немало сил, времени, энергии – иными словами, нужно хорошо поработать. Другое дело, что работа в сетевом маркетинге отличается от той, к которой мы с вами привыкли, да и оплачивается она в десятки раз выше. Мне нравится такое сравнение. Представьте себе угольную шахту и золотой прииск. На шахте добывают уголь, на прииске моют золото. И на шахте, и на прииске надо работать, причем и там, и там работа достаточно тяжелая. Но цена золотого самородка весом в килограмм равняется цене многих десятков тонн угля. Чувствуете разницу? Так вот, сетевой маркетинг – это золотые прииски, на которых умный и работоспособный человек обязательно добьется успеха и финансовой независимости.

Однако преимущества сетевого маркетинга не только в том, что здесь можно хорошо зарабатывать.

Мы уже говорили, что работа в сетевом маркетинге сильно отличается от обычной работы, к которой мы с вами привыкли.

Первое, что мне понравилось в моей новой работе, – это то, что я могу трудиться тогда, когда мне это удобно, иными словами, у меня свободный график работы. Я назначаю деловые встречи тогда, когда мне это удобно, и работаю тогда, когда считаю нужным. Это, кстати, относится и к работе по

Александр Синамати

понедельникам. Помните, в начале нашей встречи я вам говорил, что не люблю понедельники, так вот я их взял и отменил – издал собственный «декрет», в соответствии с которым по понедельникам я не работаю, а хожу в бассейн. Вот так вот. Ну, остается добавить, что когда перед какими-нибудь календарными праздниками большинство населения нашей страны живо интересуется: «А сколько дней мы отдыхаем и перенесут ли субботу на понедельник?», то меня этот вопрос совершенно не волнует – я лично отдыхаю, пока не почувствую, что соскучился по работе.

Кроме того, я иду в отпуск не по графику, установленному свыше, а тогда, когда считаю необходимым отдохнуть. Вот работаю я, работаю и вдруг чувствую – стоп, пора отдохнуть. И именно тогда я отправляюсь в отпуск, не интересуясь при этом мнением моего начальника. Тем более что начальника у меня нет. Это еще одно преимущество работы в сетевом маркетинге – отсутствие начальника (в традиционном смысле этого слова). Есть спонсор – человек, который пригласил вас в бизнес и который будет помогать вам делать первые шаги.

Есть еще одно преимущество работы в сетевом маркетинге – для меня очень важное – это возможность работать с теми людьми, которые мне приятны.

В любой организации мы вынуждены годами работать с людьми, которые могут быть нам несимпатичны, а порой и просто неприятны. И с этими людьми нам приходится по восемь часов в день находиться в одном помещении и заниматься общим делом. На мой взгляд, это противоестественно. Поэтому когда я создаю *свою* организацию в сетевом маркетинге, то приглашаю в нее только тех людей, с которыми *хочу* работать. Моя сетевая структура – это люди, которые мне приятны и симпатичны.

Итак, сетевой маркетинг прекрасен тем, что у вас есть возможность зарабатывать столько, сколько вы хотите, при этом работать в удобном для вас режиме с приятными вам людьми и самому определять, что и как вы будете делать. А также тем, что существует возможность неограниченного карьерного роста и осознание того, что ваша карьера и благосостояние находятся в ваших руках.

Наверняка, у вас возникает вопрос: а все ли могут добиться успеха в сетевом маркетинге, и что нужно знать и уметь для того, чтобы преуспеть в этом бизнесе?

Для начала давайте уточним, что именно подразумевается под словом «успех». Для большинства начинающих дистрибьюторов успех выражается прежде всего в конкретных цифрах возможного заработка. Причем для одних заработок 100 долларов в месяц – предел мечтаний, другие настроены на значительно большие суммы.

Если речь идет о дополнительном заработке размером, ну, скажем, 100 долларов в месяц, то такую сумму можно заработать, занимаясь сетевым маркетингом в свободное от работы время, как говорится, в качестве

«хобби». Используя спортивную терминологию, такого дистрибьютора можно назвать любителем, в отличие от профессионала.

Так вот, в принципе, заниматься сетевым маркетингом в роли любителя может абсолютно любой нормальный человек. Причем не имеют никакого значения пол, возраст, образование, предыдущий опыт. Я знаю дистрибьюторов, которые еще в школе учатся, равно как и убежденных седидами пенсионеров.

Итак, для того чтобы добиться успеха в понимании «любителя», нужно всего лишь три условия:

- во-первых, позитивно относиться к себе и другим людям;
- во-вторых, уметь и быть готовым общаться с другими людьми;
- в-третьих, испытывать энтузиазм по отношению к тому, чем занимаешься (к продукции и бизнесу).

Никаких специальных знаний, умений и навыков дистрибьютору-любителю не требуется, так как он просто делится информацией и эмоциями. Да, деньги он зарабатывает небольшие, но, с другой стороны, и затраты времени и сил также невелики.

Что же касается сетевого профессионала, то это дистрибьютор, для которого занятие сетевым маркетингом – основной способ зарабатывания денег, соответственно, он уделяет этому бизнесу все свое рабочее время. Цель профессионального сетевого – создать свой бизнес и получать постоянный и высокий доход. Поэтому, для того чтобы добиться успеха в понимании «профессионала», то есть иметь высокий и стабильный заработок, дистрибьютор должен обладать теми же качествами, что и «любитель», плюс еще многое знать и уметь. Как и в любой другой деятельности, больших успехов и, соответственно, высоких заработков может достичь тот, кто относится к делу профессионально, кто готов трудиться, учиться и совершенствоваться. Поэтому профессионально этим бизнесом могут заниматься далеко не все люди.

Итак, давайте подведем итог тому, о чем мы с вами говорили.

Я предлагаю вам надежный и стабильный бизнес. Я предлагаю зарегистрироваться в нашей компании и получить право пользоваться продукцией компании, распространять ее и строить свою дистрибьюторскую структуру. Вы будете распространять информацию о продукции компании и возможностях зарабатывать деньги, приглашать других людей в бизнес и учить их, как давать информацию о продукции и приглашать в бизнес.

У вас будет сдельная оплата труда. Вы будете получать деньги тогда, когда люди, которым вы или консультанты вашей структуры дали информацию о продукции, приобретают ее. Чем больше людей приобретут продукцию компании, тем больше денег вы заработаете.

Существует несколько форм участия в бизнесе – потребитель, распространитель, сетевик. Вы можете выбрать любую из них. В зависимости от формы участия будут различаться виды и размеры ваших доходов – комис-

Александр Синамати

сионное вознаграждение от компании за дистрибьюторскую деятельность и доход от реализации продукции в розницу.

У вас ненормированный рабочий день: сколько, когда, где и как вам работать – решаете вы. Вы берете на себя полную ответственность за свои действия и за их результаты.

С другой стороны, у вас будет спонсор – человек, который пригласил вас в бизнес и который расскажет вам о том, что и как нужно делать, поможет сделать первые шаги. У вас будет возможность пройти обучение в компании и пользоваться справочной и иной литературой по продукции и бизнесу.

Вы можете заниматься сетевым маркетингом в качестве хобби, время от времени, и иметь дополнительный заработок в размере от нескольких десятков до нескольких сотен долларов. Для этого не нужно обладать особыми знаниями, умениями и навыками. Если же вы хотите зарабатывать больше, то заниматься сетевым бизнесом нужно профессионально, нужно постоянно учиться и совершенствоваться. В нашей компании существует система профессиональной подготовки, которой вы можете воспользоваться.

Вот, собственно говоря, и все, что я хотел рассказать о возможностях, которые предлагает наша компания. Еще раз хочу сказать, что этими возможностями уже воспользовались десятки тысяч человек. Теперь этими возможностями можете воспользоваться вы.

Безусловно, у вас может возникнуть множество вопросов по поводу нашей деятельности, это нормально. На все эти вопросы можно получить ответы на наших школах. У нас проводится регулярное обучение, где мы рассказываем нашим новым консультантам все секреты успешной деятельности. Сейчас важно другое: воспользуетесь вы новой возможностью в своей жизни или нет. У меня самого возникало множество вопросов, и я долго раздумывал, прежде чем подписал дистрибьюторское соглашение. А потом все-таки начал работать и не пожалел. И я уверен, что вы тоже не пожалеете.

А закончить свое выступление я бы хотел цитатой из книги одного умного человека, который сказал: в любом обществе есть люди, которые отходят от дел молодыми, богатыми и беззаботными. Другие люди много лет занимаются тяжелым трудом и им удается обеспечить себе комфортную старость. А большинство людей «пашет» всю жизнь, чтобы наскрести на мизерную пенсию. Кем быть и как жить – выбираем мы сами.

В любом случае – желаю успеха и исполнения всех ваших желаний. Спасибо еще раз за то, что вы пришли на эту встречу. Сейчас у вас будет время, в течение которого вы сможете пообщаться с теми людьми, которые пригласили вас на эту встречу. Если у кого-то есть вопросы ко мне, я с удовольствием на них отвечу. До свидания.



Международный Институт Психологии Лидерства

**Международный институт психологии лидерства
Александра Синамати предлагает:**

- 1. Газета «Сетевой маркетинг и Прямые продажи»**
- 2. Книги, аудио и видеоматериалы по сетевому бизнесу**
- 3. Обучающие программы для сетевиков**

Приглашаем региональных распространителей

Контактные телефоны: (495) 645-6344; 432-18-35

Электронная почта: *sinamati@mail.ru*

Страницы в Интернете: ***www.mipl.ru***
www.mlm-gazeta.ru

Александр Синамати

**ПРИГЛАШЕНИЕ В БИЗНЕС.
КАК ПРОВОДИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ВСТРЕЧИ**

Путеводитель дистрибьютора – 5

Редактор: Шафранская Е.
Дизайн
и компьютерная верстка: Гальчук М.

Формат 60х90 1/16
Бумага офсетная №1, 65 г/м²
Тираж 1 000 экз.