

## ОТ АВТОРА

Я пришел в сетевую индустрию в 1995 году — сначала как клиент, чтобы вернуть утраченное здоровье.

Этот процесс у меня совместился с познанием Индустрии Здоровья и Многоуровневого маркетинга, техниками продаж.

На этом пути вначале я встретил Маленькие победы, и Большие разочарования! Это сопровождалось выходом из одной-второй-третьей компании, перерывами в работе в сетевой индустрии. Но мысль об успехе не покидала меня. Я приобретал новые навыки, новые знания. Но успех не спешил ко мне приходить. Тем не менее, усилия не были потрачены впустую. Главное, чему я научился в это непростое время, — ЧЕГО НЕ НАДО ДЕЛАТЬ в бизнесе и личной жизни!

Благодаря этому высвободилось много времени, которое я потратил на создание «Дела своей мечты».

Я продолжал читать и учиться, нашел опытного, неравнодушного ко мне наставника, нашел компанию, которая полностью соответствовала моим представлениям о компании сетевого маркетинга.

В результате всех действий я приобрел видение и научился выстраивать взаимовыгодные отношения с окружающим миром.

И только в этой, в четвертой по счету компании, я достиг блестящего результата в бизнесе.

За первые два года вышел на ежемесячный доход, который рядовой врач получает за 5–7 лет работы. Это дало мне возможность уволиться с работы. Передо мной открывался огромный мир с новыми возможностями и эмоциями!

За 7,5 лет достигнут высший статус в компании «Член Совета Директоров». На праздновании 10-летия компании на рынке стран СНГ признание в номинации «Самый быстрый карьерный рост на рынке стран СНГ». Так что о том, как быстро и надежно пройти путь от новичка к высотам карьерной лестницы, знаю не понаслышке.

Я благодарен наставникам и спонсорам, которые передали нам свой опыт. Благодарен параллельным структурам за то, что рядом

с ними было интересно расти, общаться и развиваться. Благодарен некоторым Лидерам других компаний за здоровое соперничество.

За это время, почти за четверть века в сетевом маркетинге, видя как растут и разваливаются большие организации в компаниях, в которых я работал и как появляются, растут и исчезают крупные организации и крупные сетевые лидеры в других проектах, у меня сложилась собственная система работы с новичками, свое видение бизнеса, которым я готов поделиться с читателями этой книги.

Главная мысль, которая меня оставила в этом бизнесе, и которая меня заставляет постоянно думать и оценивать ситуацию на рынке MLM: «Лидеры сегодняшнего дня не есть лидеры завтрашнего дня!»

Хорошо запомните это!

## Глава 1. ПЕРВАЯ ВСТРЕЧА. ВМЕСТО ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОВОДИМ ОТБОР КАНДИДАТОВ

Ни для кого не секрет, что в MLM-индустрии одним из важных факторов развития являются **люди, которых мы приглашаем в свой бизнес** в качестве клиентов или партнеров. Как с ними общаться? С чего начать?

Традиционно, на любом предприятии, в любой организации отдел кадров подбирает сотрудников. Претендентов на должность могут взять с испытательным сроком, предусмотрев несколько месяцев обучения под чутким контролем наставника, а могут и не взять. Будьте готовы, что не все, кто придет к вам на встречу, будут заинтересованы в вашем предложении или подойдут вам, как партнеры, на всю оставшуюся жизнь. Этот бизнес прекрасен тем, что мы сами можем подбирать себе команду. Помните и воспользуйтесь этим шансом.

В MLM просматривается та же тенденция. Человек, заинтересовавшийся сетевым маркетингом, в идеале, делает первые шаги в бизнесе рядом с наставником: он начинает действовать, пробует свои силы и... большинство уходит, так и не поняв особенностей этого бизнеса, как нужно действовать. А главное, как правильно оценивать уже сделанную работу и свою перспективу.

Большинство лидеров прекрасно видят, что самая большая проблема, тормозящая рост их структуры — **низкая выживаемость новых партнеров**. Другими словами, на отрезке пути от момента заключения Соглашения до момента «Лидер» с доходом порядка \$1000 самые большие потери партнеров. И этот отрезок я предлагаю разобрать предметно, пошагово.

**ОШИБКА № 1.** Начинать первую встречу презентацией.

- По правилам общения встреча начинается от «small talk» — малый разговор. Цель — создать рабочий настрой, сблизиться, присоединиться по голосу, позе или другим моментам. На это нужно 1–2 минуты. Есть специальная литература на эту тему, например Алан Пиз «Язык телодвижений».
- Выяснить потребности человека и его ближайшие цели, что он ждет от общения сейчас? Запомните, нам нужны люди, которые хотят именно СЕЙЧАС! Если «потом», то пусть приходят потом.
- Подтвердить (без презентации), что его потребности могут быть удовлетворены при сотрудничестве с вами и компанией. Для этого ему/ей нужно выполнить ряд заданий, о которых речь пойдет ниже. Если он/она в состоянии выполнить эти задания, то у них есть шанс выйти на доход \$1000 и выше. Если окажется, что не в состоянии выполнить задание, то он ничего не теряет. Просто он сможет зарабатывать меньше и приобретать продукцию компании для себя.
- Получить согласие на этот «эксперимент»
- ВСЕ!!!

**ОШИБКА № 2.** Пытаться завлечь кандидатов, используя некорректные приемы.

Если в презентации будет использоваться приукрашенная информация и даже обман касательно состава продукции, приукрашены результаты ее применения; ложь о компании, то в результате соберется команда доверчивых и инфантильных людей, не способных перепроверить факты, либо команда лживых беспринципных людей. В том и в другом случае вы формируете не лучшее окружение для себя. В этой среде вы будете вынуждены общаться до конца своей карьеры. Рано или поздно все, что вы создадите таким образом, превратится в прах. Быстро строить можно. Надежно и надолго — нет. Так как на лжи не возможно получить долгосрочные положительные результаты. Примером могут служить компании, которые быстро взошли и сегодня их уже нет. Против части из них

возбуждались уголовные дела. Сегодня их уже могут не помнить: Ксанго, Монави, Едоша, Колор из лайф и множество других.

**ОШИБКА № 3.** НАДЕЯТЬСЯ, ЧТО ПРЕЗЕНТАЦИЯ С ОЧЕНЬ СИЛЬНОЙ МОТИВАЦИЕЙ — ГАРАНТ ПОСТРОЕНИЯ НАДЕЖНОЙ КОМАНДЫ НА ДОЛГИЕ ГОДЫ. ОБЫЧНО ЭТИМИ ПРИЕМАМИ И ПРИЕМАМИ НЛП ПОЛЬЗУЮТСЯ ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ. ЦЕЛЬ: СРАЗУ ПОЛУЧИТЬ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ОТВЕТ И МАКСИМАЛЬНУЮ СУММУ ДЕНЕГ.

Этим же грешат новички в нормальных товарных компаниях. Под впечатлением от такой презентации часть людей заподозрят неладное и закроются от дальнейшего общения. Часть пройдут с высоким ожиданием быстрого успеха.

Надо понимать: чем выше ожидание — тем глубже разочарование в дальнейшем. Чем сильнее мотивация в презентации, тем больше присоединится людей, не готовых действовать. Они будут отвлекать вас от развития действительно заслуживающих внимания партнеров. Для создания хорошей команды нужны сильные люди с мощной способностью к самомотивации и самоорганизации. В структуре личности ключевых людей должна быть заложена порядочность и стремление к взаимопомощи. Именно поэтому я провожу презентации без лишних эмоций, по существу. И жду осознанного положительного решения.

Если кандидат не готов присоединиться, но готов разобраться в каком-то из вопросов, я продаю ему литературу на интересующую тему по специальной методике (отдельное занятие). Это здорово, если он готов заплатить еще за информацию и глубже разобраться в ней. Потом он возвращается более подготовленным для дальнейшего общения. Я экономлю на этом очень много времени и энергии. В таком режиме я в состоянии провести гораздо больше встреч и с большей отдачей. Мои рекомендации по проведению презентации я изложу в конце книги.

Помните так же, что для части людей ваши супермотивационные речи могут оказаться демотивирующими — может возникнуть ощущение «Я так не смогу». Или представьте, что знакомый вас послушал, вдохновился, под влиянием эмоций подписался, а дальше

начинается ступор: он ведь не умеет еще проводить презентации так же блестяще, как вы!

Возникают комплексы. Он может быстро оставить попытки проводить презентации самостоятельно.

ИТОГ. Своим партнерам говорю буквально: «Чем хуже презентация, тем лучше по качеству люди, которые после нее остаются». Им достаточно 1–2 фактов, чтобы принять решение начать с вами сотрудничать и начать использовать продукт нашей компании.

Поэтому проводите любые презентации, но «по правилам». Для моих подписчиков я создам чат поддержки, где будут изложены 5 правил проведения презентации «по Нижегородцеву».

**ОШИБКА № 4.** БОЛЬШИНСТВО КНИГ И МЕТОДИК ПРЕДЛАГАЮТ ГОВОРИТЬ С НАЧИНАЮЩИМ ПАРТНЕРОМ О МЕЧТАХ И ЦЕЛЯХ. ЧАЩЕ ВСЕГО Я СЛЫШУ ОТ КОЛЛЕГ, ПРИГЛАШАЮЩИХ В БИЗНЕС НОВИЧКОВ, РАССКАЗЫ О БОЛЬШИХ ДЕНЬГАХ, КОМФОРТНОМ ЖИЛЬЕ (ДОМЕ ИЛИ КВАРТИРЕ), О ДОРОГИХ МАШИНАХ, О ПУТЕШЕСТВИЯХ НА КАРНАВАЛ В БРАЗИЛИИ, И СЕРФИНГ В АВСТРАЛИИ, О БЛЕСТЯЩИХ ВОЗМОЖНОСТЯХ ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ И Т. Д.

Да, красивые картинки, жизнь «с экранов» всегда будоражит наше воображение. Но такой путь результативен только на первый взгляд.