

Mówiąc prościej, marketing sieciowy to sieć ludzi, którzy mają dostęp do szeregu produktów i usług dystrybuowanych za pośrednictwem tej sieci. Zamiast działać za pośrednictwem sklepu, ludzie mogą kupować te produkty i usługi do użytku osobistego lub sprzedawać innym. Co więcej, ludzie mogą pomagać w rozszerzaniu sieci, zapraszając innych do przyłączenia się do sieci, rozszerzając w ten sposób koncepcję na ich sferę. Z biegiem czasu i wraz z wprowadzeniem większej liczby osób ilość dystrybuowanych produktów i usług rośnie. Po drodze część zysków z tych produktów i usług jest wypłacana Tobie i osobom z Twojej „down-line” (niektóre z tych terminów wyjaśnimy później). Z czasem możliwość tworzenia regularnych dochodów z zespołu ludzi używających i sprzedających produkty staje się rzeczywistością. Przez lata marketing sieciowy przyciągał mniej niż przychylne opinie. Wizerunek branży został nadszarpnięty w pierwszych dniach rozwoju, kiedy nie istniały systemy edukowania zaangażowanych osób, aby prowadziły swoją działalność w sposób etyczny i profesjonalny. Dodatkowo, wokół było wiele firm o złej reputacji, które przyjęły postawę sprzedaży produktów za wszelką cenę, komukolwiek, bez długoterminowej strategii; istniały również nielegalne piramidy finansowe, które weszły na rynek pod przykrywką firm marketingu sieciowego. Obecnie na całym świecie ponad 20 milionów ludzi zajmuje się marketingiem sieciowym, znanym również jako marketing wielopoziomowy (MLM) lub sprzedaż bezpośrednia, a liczba ta rośnie. Producenci, wielu z nich z listy Fortune 500, postrzegają ją teraz jako realną i wiarygodną alternatywę dla dystrybucji swoich produktów i usług. Dotarcie do konsumentów bezpośrednio za pomocą tradycyjnych metod sprzedaży detalicznej i/lub punktów sprzedaży jest nie tylko trudne, ale także niezwykle kosztowne. Dziś prawie wszystko - w tym suplementy zdrowotne, kosmetyki, środki czystości, materiały szkoleniowe, ubrania, samochody i podróże - może być i jest sprzedawane poprzez marketing sieciowy. Niektóre z najbardziej znanych nazwisk w branży marketingu sieciowego to Avon, Usana, Melaleuca, Mary Kay, Quixtar, Herbalife, Amway, Tupperware, Juice Plus, Nu Skin i AIM. Technologia, zwłaszcza Internet, wywarła ogromny wpływ na branżę i coraz częściej widać, że wraca ona do głównego nurtu marketingu. Branża szybko dojrzeje, a osoby angażujące się w marketing sieciowy często wywodzą się z profesjonalnych środowisk. Marketing sieciowy z pewnością osiągnął pełnoletność. To jest doskonały sposób na wejście w biznes, ma wiele atrakcyjnych aspektów, których nie można znaleźć w biznesie głównego nurtu (omawiamy to w całej książce), a wiele z 20 milionów zaangażowanych osób zarabia dużo pieniędzy za niewiele pracy. Kiedy zaczęli, robili trudne podwórka, ale teraz cieszą się owocami swojej pracy dzięki solidnemu strumieniowi dochodu pasywnego i dochodowi rezydualnemu. Wcześniej wiele osób postrzegało marketing sieciowy jako coś, co robiło się na boku, aby zarobić trochę dodatkowej gotówki. Ta opcja jest nadal dostępna, ale dla większości osób obecnie w nią zaangażowanych marketing sieciowy jest okazją do założenia firmy, która jest i będzie ich głównym źródłem dochodu. Jednym z największych błędów popełnianych przez ludzi zajmujących się marketingiem sieciowym jest nietraktowanie go od samego początku jako prawdziwego biznesu. Ponieważ zwykle koszty początkowe są stosunkowo niskie, a duża elastyczność, niektórzy traktują to bardziej jako hobby. To powiedziawszy, ta koncepcja działa dla niektórych osób. Udaje im się założyć świetny mały biznes, który uzupełnia ich dochody i pomaga im zdobywać rzeczy, których chcą od życia. Ale dla wielu innych, ich brak przekonania ostatecznie powoduje, że biznes powoli schodzi na dalszy plan — materiały, książki i produkty są zostawiane, by zebrać kurz na półce, a słowa „marketing sieciowy po prostu nie jest dla mnie” padają za każdym razem, gdy koncepcja jest podnoszona. Głównym celem tej książki jest uświadomienie czytelnikowi podobieństw między budowaniem biznesu opartego na marketingu sieciowym a budowaniem biznesu tradycyjnego. Mimo że sposób działania każdego z nich i wyniki końcowe są różne, wiele zasad, podstaw i postaw stojących za sukcesem każdej firmy pozostaje takich samych. Jeśli postrzegasz swój biznes w marketingu sieciowym jako właśnie taki biznes, od samego początku i dawaj mu wymagany szacunek i koncentrację, a jednocześnie zdajesz sobie sprawę, że wiele zasad i wyzwań nie różni się od zakładania sklepu zoologicznego na przykład, to droga do sukcesu jest długa. Na całym świecie istnieją obecnie liczne firmy zajmujące się marketingiem

sieciowym. Sposób, w jaki prowadzą działalność, ich struktura i stosowana terminologia różnią się w zależności od firmy. Choć nasza dyskusja była jak najbardziej ogólna, aby objąć całą branżę, większość obserwacji opiera się na doświadczeniach z konkretną firmą zajmującą się marketingiem sieciowym. Jeśli odniesienia i przykłady, których używamy, nie zawsze wydają się odpowiednie dla konkretnej firmy marketingu sieciowego, w którą jesteś zaangażowany, możesz się założyć, że zasada traktowania jej jak prawdziwego biznesu nadal obowiązuje.

Dlaczego marketing sieciowy?

Ważne jest, aby pamiętać, że przede wszystkim wchodzisz w biznes; w tym przypadku rodzaj biznesu, który rozważasz, to biznes związany z marketingiem sieciowym. Każda firma zajmująca się marketingiem sieciowym ma swoje własne cechy charakterystyczne i możliwości. Mogą być niesamowicie satysfakcjonujące na wielu poziomach i równie trudne, jak każdy główny biznes.

Pracować mądrzej, nie ciężiej

Był czas, kiedy po prostu ciężka praca oznaczała możliwość wyprzedzenia przeciętnej osoby, która być może miała bardziej zrelaksowane podejście do pracy. Dziś po prostu tak nie jest. Choć silna etyka pracy zawsze będzie ważna, nie jest już jedynym składnikiem. Sukces polega na byciu mądrzejszym i często robieniu rzeczy inaczej niż robilibyśmy to w przeszłości. Marketing sieciowy pozwala Ci to zrobić, jednocześnie dając Ci możliwość kontaktu z ludźmi odnoszącymi sukcesy, którzy rozumieją tę zasadę i którzy sprawili, że to dla nich działa.

Dźwignia i powielanie

Dźwignia i duplikacja to po prostu możliwość wykorzystania czasu i powielania wysiłków. Jeśli pracujesz w tradycyjnym biznesie, twoje dochody w dużej mierze zależą od liczby godzin, które możesz fizycznie przepracować w tygodniu. W marketingu sieciowym, gdy Twoja sieć się rozrasta, czas wspólnie zainwestowany w sieć znacznie się wydłuża, a Twoje wysiłki są duplikowane i wykorzystywane. Mówiąc najprościej, ty sam, jako jedna osoba, możesz nadal pracować 40 lub 60 godzin tygodniowo, lub możesz zbudować sieć, w której na przykład 1000 osób pracuje tylko 10 godzin tygodniowo, co oznacza, że Twoje zarobki wynoszą teraz 10 000. Musisz zrozumieć, że ta koncepcja nie jest unikalna dla marketingu sieciowego, ale jest kluczowym składnikiem najbardziej udanych przedsiębiorczych przedsiębiorstw. Większość odnoszących sukcesy przedsiębiorców używa go do budowania swojego bogactwa. Na przykład ci, którzy założyli duże firmy franczyzowe, opierają swój sukces na powielaniu i wykorzystywaniu jednego odnoszącego sukcesy sklepu, powtarzając to w całym kraju, a najlepiej globalnie.

Dochód pasywny a dochód aktywny

Aktywny dochód najlepiej opisać jako konieczność ciągłej pracy, handlu godzinami za złotówki, aby utrzymać ten dochód. Dochód pasywny oznacza, że z czasem nie musisz fizycznie wykonywać pracy, ale nadal możesz utrzymać dochód. Mając wybór, większość ludzi wolałaby dochód pasywny od dochodu aktywnego. Większość ludzi myśli o dochodach pasywnych w kategoriach tantiem wypłacanych artystom i autorom nagrań lub zwrotów z inwestycji właścicieli nieruchomości i udziałowców. Do tego dochodzą przedsiębiorczy właściciele firm, którzy czerpią duże pasywne dochody ze swoich firm. W niektórych przypadkach dochód pasywny można ustalić bez większego wysiłku; w innych przypadkach może być wymagana pewna ilość pracy, aby utrzymać przepływ pasywnego dochodu. Istnieją różne modele, ale koncepcja jest ta sama – wykonaj pracę teraz, aby zbudować długoterminowy strumień dochodów. Dochód pasywny daje odbiorcom wybór; nie są przywiązani do godzin pracy za pieniądze, ale znajdują się w wyjątkowej sytuacji, w której mają

kontrolę nad tym, co chcą robić ze swoim czasem. Dochód pasywny daje możliwość większej kontroli nad tym, co chcesz robić w ciągu dnia - jeśli chcesz grać w golfa, możesz grać w golfa; jeśli chcesz wykonać jakąś pracę, zrób trochę pracy; jeśli chcesz wyjechać na wakacje dla kaprysu, to idź. Dochód pasywny reprezentuje kontrolę, wolność i styl życia. Marketing sieciowy to świetna okazja do ustanowienia dochodu pasywnego. Wiele osób, które zbudowały odnoszące sukcesy firmy marketingu sieciowego, teraz cieszy się pasywnym dochodem, jaki przynoszą. Dotarcie do tego punktu wymagało wysiłku i zaangażowania, ale efekt końcowy jest tego wart.

Niskie inwestycje kapitałowe

Dla wielu z tych, którzy marzą o posiadaniu własnego biznesu, główną przeszkodą do pokonania są koszty i ryzyko związane z zakupem istniejącej firmy lub założeniem jej w pierwszej kolejności, co często wiąże się z setkami tysięcy dolarów i dużym ryzykiem. Jedną z atrakcyjnych cech budowania biznesu w marketingu sieciowym jest niski kapitał lub niski koszt wejścia, wymagany do rozpoczęcia. Większość firm zajmujących się marketingiem sieciowym wymaga bardzo niewielkich pieniędzy z góry, aby dołączyć; jakie pieniądze są potrzebne, aby pokryć koszty początkowe i początkowy zakup produktu. Jeśli dana osoba z powodzeniem rozwija swój biznes w marketingu sieciowym, zwrot z tak niskiej początkowej inwestycji kapitałowej może być znaczny.

Niskie koszty operacyjne

Bieżące koszty operacyjne wymagane w większości firm marketingu sieciowego są generalnie bardzo niskie w porównaniu z tradycyjnymi firmami generującymi podobne obroty. Koszty często obracają się wokół dostępu do materiałów edukacyjnych i motywacyjnych, nabywania narzędzi do budowania biznesu oraz uczestnictwa w seminariach organizowanych i organizowanych w ramach systemu wsparcia. Do tego dochodzą dodatkowe koszty, takie jak telefon, paliwo i inne małe koszty operacyjne w domowym biurze. Ponieważ wolumen wytwarzany w całej sieci opiera się na zasadzie dźwigni i duplikacji wielu niezależnych właścicieli firm wspólnie zakładających własne firmy, a następnie wolumen, koszty osiągnięcia tego wolumenu są znacznie zmniejszone poprzez rozłożenie ich na każdego niezależnego właściciela firmy. Dlatego każda firma ma niskie koszty operacyjne, minimalizując zapotrzebowanie na personel, infrastrukturę i inne zwykle wysokie koszty ogólne.

Zaangażowanie w niepełnym wymiarze godzin nadal działa

Jedną z głównych zalet angażowania się w marketing sieciowy jest możliwość prowadzenia go w niepełnym wymiarze godzin obok obecnego zawodu lub firmy. Dla tych, których marzeniem było posiadanie firmy, ale obawiają się, że zaryzykują ze względu na ryzyko związane z rezygnacją z bezpiecznej pracy i dochodu w celu zagłębienia się w nieznaną, ten aspekt pracy w niepełnym wymiarze godzin zmniejsza to ryzyko. Dla tych, którzy już prowadzą tradycyjny biznes, którzy czują się w pułapce i nie mogą zaryzykować po prostu odejścia od niej, możliwość rozwijania czegoś na boku z myślą, że pewnego dnia zastąpi to ich obecny strumień dochodów, jest również bardzo atrakcyjna. Po zbudowaniu biznesu marketingu sieciowego w niepełnym wymiarze godzin do punktu, w którym dochód z niego uzyskany może bezpiecznie zastąpić dochód z pracy lub tradycyjnego biznesu, można wtedy wygodnie przejść do pracy w biznesie marketingu sieciowego w pełnym wymiarze godzin.

Systemy wsparcia

Jednym z powodów, dla których franczyza stała się dziś tak popularna, jest to, że ludzie kupujący franczyzę robią to z poczuciem pewności, wiedząc, że istnieje system i że nie są sami. Marketing sieciowy zapewnia również to poczucie pewności – chociaż prowadzisz biznes dla siebie, nie jesteś w biznesie sam. Wiele firm zajmujących się marketingiem sieciowym, zwłaszcza tych większych, posiada

znaczący system wsparcia, aby pomóc właścicielom firm. W niektórych przypadkach te systemy wsparcia są prowadzone przez niektórych właścicieli firm i liderów, którzy odnoszą większe sukcesy w ramach sieci, ludzi, którzy rozumieją wartość dzielenia się swoim doświadczeniem i wiedzą w celu wspomaganie szybszego rozwoju własnej organizacji. Inną ważną korzyścią z posiadania systemu wsparcia jest możliwość ponownego wykorzystania czasu – poprzez kierowanie ludzi w Twojej organizacji do systemu wsparcia i pozwolenie mu na wykonanie większości pracy za Ciebie, zamiast ponoszenia wyłącznej odpowiedzialności za szkolenie i wsparcie osób z Twojego zespołu.

Tworzenie pozytywnych przepływów pieniężnych

W swojej bestsellerowej książce Cashflow Quadrant, Robert Kiyosaki i Sharon Lechter, zagorzali zwolennicy marketingu sieciowego (Kiyosaki jest autorem wielu książek na ten temat), podkreślają znaczenie tworzenia dodatnich przepływów pieniężnych, jeśli chcesz osiągnąć bogactwo. Większość ludzi działa w ujemnym przepływie pieniężnym - wystarczy spojrzeć na skumulowane zadłużenie na karcie kredytowej. Większości ludzi kończą się pieniądze przed końcem każdego miesiąca i „kiedy jest to drastyczne, kładź je na plastik”. Większość z nich spędzi całe życie, żyjąc z miesiąca na miesiąc, zadłużona i w rezultacie nigdy nie osiągnie swoich celów lub marzeń. Przeciętnemu człowiekowi, gdy już znajdzie się w tej sytuacji, bardzo trudno jest to odwrócić, ponieważ ujemna pozycja gotówkowa sprawia, że jest prawie niemożliwe, aby przejść do przodu - chyba, że wygra na loterii, na którą wszyscy czekają. Dodatni dochód jest w zasadzie odwrotny, gdzie Twój dochód przewyższa koszty utrzymania. Marketing sieciowy daje osobie możliwość osiągnięcia pozytywnego dochodu, oferując biznes, który wymaga bardzo niewielkich kosztów początkowych i bieżących, coś, co może rozwijać w niepełnym wymiarze godzin, bez zagrożenia dla ich bieżących dochodów, duży schemat rzeczy, pozwala na bardzo małe lub żadne ryzyko. Co ważniejsze, biznes marketingu sieciowego oferuje potencjał zapewnienia pasywnego i wykładniczo rosnącego dochodu, który z czasem staje się dodatnim przepływem pieniężnym, ponieważ dochód przeważa nad wydatkami. Po uzyskaniu dodatniego przepływu środków pieniężnych można je wykorzystać do zainwestowania w inne pozytywne możliwości przepływu środków pieniężnych i tak dalej i tak dalej.

Tworzenie bogactwa

Wiele osób, które zbudowały udany biznes w marketingu sieciowym, zrobiło to, dostrzegając możliwości wykorzystania go jako narzędzia do tworzenia dużego pasywnego dochodu i dodatniego przepływu gotówki oraz wykorzystania tego przepływu gotówki do budowania swojego bogactwa. Dla wielu jest to nie tylko okazja do stworzenia pozytywnego przepływu środków pieniężnych, ale także daje im możliwość kojarzenia się z ludźmi, którzy sami stworzyli bogactwo, a tym samym uczenia się na ich doświadczeniach. Większość właścicieli firm, które odniosły sukces w marketingu sieciowym, znalazło niezależność finansową dzięki swojej działalności w zakresie marketingu sieciowego, a wielu z nich wykorzystowało dodatnie przepływy pieniężne do dalszego budowania bogactwa poprzez inwestycje, nieruchomości lub zakup innych przedsięwzięć biznesowych.

Rzeczywistość kontra fikcja

Marketing sieciowy padł ofiarą wielu nieporozumień i złej reputacji w minionych latach. Niestety, w niektórych przypadkach zła reputacja była zasłużona. Jednak obecnie większość organizacji marketingu sieciowego musi przestrzegać ścisłych kodeksów postępowania, ich produkty muszą spełniać najwyższe standardy, a stosowane w przeszłości techniki sprzedaży pod wysokim ciśnieniem już nie działają. Niektóre z często słyszanych nieporozumień omówiono na kolejnych stronach.

To „piramida”

To jedno z najczęstszych nieporozumień. Często, gdy jest mowa o marketingu sieciowym, odpowiedź będzie brzmiała: „Och, to jest jedna z tych rzeczy związanych z piramidą, prawda?” Co ciekawe, kiedy są kwestionowane, większość ludzi piszących komentarz nie ma pojęcia, co stanowi piramidę, a nawet tego, jak się działa, a już na pewno nie rozumiem marketingu sieciowego. Pomijając różnice strukturalne, najważniejszą różnicą jest to, że piramidy są nielegalne, a renomowane firmy marketingu sieciowego nie. Wiele firm zajmujących się marketingiem sieciowym ma obecnie siedzibę w krajach na całym świecie, w których musiały przejść surową kontrolę regulacyjną przed dopuszczeniem do otwarcia. Co więcej, wiele firm zajmujących się marketingiem sieciowym współpracuje obecnie z firmami z listy Fortune 500, dystrybuując te produkty lub usługi za pośrednictwem swoich sieci, na co prawnicy tych firm z listy Fortune 500 nie pozwoliliby, gdyby mieli do czynienia z nielegalną piramidą.

„Zarabiasz pieniądze na innych ludziach”

Ludzie często zauważają, że bycie w biznesie marketingu sieciowego to po prostu zarabianie pieniędzy na znajomych lub innych ludziach. Ale to właśnie robi każda firma — zarabia na dostarczaniu produktu lub usługi innym ludziom. Gdybyś był na przykład handlowcem, a Twój znajomi chcieliby zaangażować Twoje usługi w remont domu, czy odrzuciłbyś ofertę, ponieważ nie chciałbyś na nich zarabiać? Marketing sieciowy nie różni się od tradycyjnego biznesu tym, że dany produkt lub usługa są dostępne do zakupu przez tych, którzy go wybiorą.

„Stracisz wszystkich swoich przyjaciół”

Osoby zajmujące się marketingiem sieciowym często dzięki swojemu zaangażowaniu nawiązują o wiele więcej przyjaciół. Ponieważ poznajesz tak wielu nowych ludzi podczas rozwijania swojej sieci, a następnie pracujesz z wieloma innymi jako partnerzy biznesowi przez cały okres swojej działalności, twój krąg znajomych znacznie się powiększa, z których wielu pozostaje przyjaciółmi na całe życie. Nie oznacza to, że nie ma ludzi, którzy stracili przyjaciół. Istniała i prawdopodobnie zawsze będzie mniejszość zaangażowana w marketing sieciowy, której naturą jest bycie nachalnym, nieprzyjmowanie odmowy, bycie bardzo wymagającym, czasem wręcz niegrzecznym, a nawet wstrętnym. Zwykle to ci ludzie chcieli zrobić to po swojemu i nie słuchali rad ani nie podłączali się do systemu szkoleń i wsparcia. Nie trzeba dodawać, że ich zaangażowanie w marketing sieciowy jest często krótkie. Jeśli prowadziłeś tradycyjny biznes i stale naciskałeś na swoich znajomych, aby kupowali od Ciebie, nie zabrakłoby Ci wiele czasu, aby ich stracić — ale jak wiemy, większość osób prowadzących tradycyjny biznes ma wielu przyjaciół. Czemu? Ponieważ prowadzą swoją działalność w sposób profesjonalny. Twój biznes związany z marketingiem sieciowym jest właśnie biznesem. Zajmij się swoim biznesem w sposób profesjonalny, a nie stracisz przyjaciół, zarobisz o wiele więcej, niż miałbyś w innym przypadku.

„To kult”

Dość często dużo emocji, entuzjazmu, motywacji i zaangażowania przejawiają osoby zajmujące się marketingiem sieciowym. Dla osób spoza branży może to być trochę trudne do zrozumienia, a niektórzy z nich widzą stopień entuzjazmu jako podobny do kultu — tylko dlatego, że nie odnoszą się do tego poziomu motywacji i zaangażowania w porównaniu z ich własnymi. sytuacja. Bardzo często zdarza się, że ludzie pogrążają się w znoju codziennego życia, na przykład na bieżni, doświadczając bardzo mało podekscytowania, entuzjazmu, motywacji czy zaangażowania. Łatwo zrozumieć, dlaczego widzenie ludzi w marketingu sieciowym, którzy wykazują coś przeciwnego, są tak namiętni i zaangażowani, może być trudne do zaakceptowania. Więcej ludzi kieruje się wpływem zewnętrznym, takim jak zadowolenie szefa, spłata kredytu w rachunku bieżącym lub kredyt hipoteczny wiszący nad głową, niż osobistym marzeniem lub celem. Ludzie, których pociąga marketing sieciowy, widzą w biznesie okazję do wyjścia z bieżni. Gdy zaczynają dostrzegać wyniki, ich nastawienie staje się jeszcze bardziej pozytywne, rośnie ich podekscytowanie i zaangażowanie w biznes, a także są napędzani

wewnętrznie. Ludzie, którzy nie potrafią pojąć, że ktoś robi coś, nie będąc do tego zmuszonym przez wpływy zewnętrzne, często dochodzą do wniosku, że ktoś musi ich do tego przekonywać. Całe środowisko ekscytacji, entuzjazmu, motywacji i zaangażowania, które otacza branżę marketingu sieciowego, jest często źle rozumiane. Prawdopodobnie kluczem jest tutaj perspektywa. Kiedy fani sportu idą na stadion z ufarbowanymi włosami i twarzami pomalowanymi w kolory ulubionej drużyny, wymachują flagami, krzyczą i krzyczą wraz z tysiącami innych ludzi wykazujących to samo podekscytowanie, entuzjazm, motywację i zaangażowanie, myślimy, że to normalne. Jednak kiedy osoby zajmujące się marketingiem sieciowym wykazują entuzjazm i motywację do własnej szansy biznesowej i zespołu biznesowego, z jakiegoś powodu jest to postrzegane jako dziwne.

„Nikt nigdy nie zarabia”

To dość powszechna uwaga i zwykle jest wynikiem spotkania osób, które zajmowały się marketingiem sieciowym i faktycznie nie zarobiły żadnych pieniędzy. Jeśli jeszcze nie spotkałeś się z jednym z nich, to spotkasz. To prawda, że jest wielu ludzi, którzy nie zarobili żadnych pieniędzy na swojej działalności w marketingu sieciowym i zwykle pierwszą rzeczą, za którą obwiniają, jest biznes, a nie siebie. Większość z nich nie wpinała się w system wsparcia, nie dawała się uczyć, nie słuchała, nie była wystarczająco aktywna w swoim biznesie, nie dawała wystarczająco dużo czasu na pracę i co najważniejsze, nie traktowała tego jak prawdziwy biznes. Gdyby założyli tradycyjny biznes z takim samym brakiem skupienia i szacunku, tam również by ponieśli porażkę. Ponieważ w większości przypadków koszty rozpoczęcia działalności w marketingu sieciowym są bardzo niskie, może to znaleźć odzwierciedlenie w zobowiązaniu udzielonemu firmie. Ważną rzeczą, o której musisz wiedzieć, jest to, że wiele tysięcy ludzi zarobiło pieniądze na marketingu sieciowym, w większości znaczącym, i Ty też możesz, jeśli zdecydujesz się w nim pracować. Bycie w marketingu sieciowym nie różni się od bycia w tradycyjnym biznesie - jeśli nie pracujesz w biznesie, biznes nie będzie działał dla Ciebie. Kolejna rzecz, która jest tutaj ważna, to po raz kolejny perspektywa. Na przykład, ile osób rozpoczyna studia wyższe i nie kończy? Dobrze, że uniwersytety nie mają ceremonii porażki pod koniec roku – gdyby tak było, nikt by nie pomyślał, że uniwersytet działa. Ile znasz osób, które rozpoczęły program fitness lub zapisały się na siłownię i po prostu zrezygnowały? Co tu zawiodło: program fitness, siłownia czy osoba? W biznesie, co ważniejsze, zastanów się, ile osób rozpoczyna tradycyjny biznes i ponosi porażkę. Liczby są naprawdę alarmujące (w niektórych obszarach dziewięć na dziesięć firm upada w ciągu pierwszych dwóch lat) i w większości przypadków ludzie tracą wszystko. Gdybyśmy skupili się na tym fakcie, nikt nie chciałby zakładać firmy i gospodarka prawdopodobnie by się załamała.

Najważniejsza wiadomość

Odniesienie sukcesu w każdym biznesie to bardziej nastawienie niż cokolwiek innego. Jasne, jeśli Twoim pomysłem na biznes jest sprzedaż lodu Eskimosom, najlepsza postawa na świecie prawdopodobnie niewiele Ci pomoże i najprawdopodobniej biznes zbombarduje. Ale cudowną rzeczą w większości modeli i firm marketingu sieciowego jest to, że udowodniono, że działają w przeszłości, co oznacza, przynajmniej teoretycznie, że można sprawić, by to również działało. Innymi słowy, opierają się na wypróbowanym, przetestowanym i sprawdzonym modelu, a nie na jakiejś koncepcji ciasta w niebie, która może okazać się fundamentalnie wadliwa. W tej książce dużo dyskutuje się o wyznaczaniu celów, posiadaniu marzeń, utrzymywaniu motywacji i pozytywnym nastawieniu. Wiemy, że niektórzy ludzie mają tendencję do zamykania się nieco, gdy poruszane są takie tematy, ale wierzymy, absolutnie i całkowicie, że jeśli przyjmiesz właściwe podejście do prowadzenia biznesu, Twoje szanse na sukces znacznie wzrosną. Więc jeśli weźmiesz tylko jeden kluczowy przekaz z tej książki, jest on taki: podejź do swojego biznesu w marketingu sieciowym z odpowiednim nastawieniem, bądź pozytywny, miej cele i marzenia, a sprawisz, że będzie to dla ciebie pracowało.

Sugerujemy, abyś zaznaczył tę stronę i przeczytał ją, gdy będziesz miał chwile wątplenia lub niepewności (które z pewnością będziesz mieć).

Wybór firmy marketingu sieciowego

Rozważając wejście do jakiegokolwiek firmy, ważne jest, aby odrobić pracę domową, aby określić rentowność tej firmy i czy jest ona dla Ciebie odpowiednia. W tej pierwszej części omówiono szereg tematów, które należy wziąć pod uwagę w ramach procesu podejmowania decyzji przed zaangażowaniem się w marketing sieciowy. Przesłanie, które prześwieca, jest takie, że nigdy nie możesz odrabiać zbyt wiele pracy domowej w żadnej firmie, z którą chcesz pracować. Im bardziej komfortowo czujesz się w firmie, tym większe zaangażowanie będziesz mieć i tym większy sukces odniesie Twoja firma. Jeśli jesteś już zaangażowany, ta sekcja będzie również cenna, aby potwierdzić Twoją decyzję lub podkreślić coś, czego wcześniej nie brałeś pod uwagę.

#1 Znalezienie odpowiedniego biznesu w marketingu sieciowym dla Ciebie

#2 Dobry, zły i wręcz brzydki

#3 Sieci a piramidy

#4 Nie spiesz się i odrób pracę domową

#5 Zawsze otrzymuj informacje z wiarygodnego źródła

#6 Każdy może odnieść sukces w marketingu sieciowym

#7 Wielu zawodzi, ale wielu odnosi sukcesy w wielkim stylu

#8 Zawsze będą przeszkody do pokonania

#1 Znalezienie odpowiedniego biznesu w marketingu sieciowym dla Ciebie

Dla większości ludzi wprowadzenie do marketingu sieciowego nastąpiło poprzez zaproszenie kogoś już zaangażowanego w konkretną firmę, a zatem ich jedyną decyzją było to, czy się zaangażować, a nie z jaką firmą się zaangażować. Dziś jednak, ze względu na rosnącą pozytywną ekspozycję, jaką marketing sieciowy zdobywa na całym świecie, ludzie inicjują kontakt poprzez własne zainteresowanie i chęć dowiedzenia się więcej oraz wyszukują firmy, z którymi chcieliby być związani. Marketing sieciowy i jego akceptacja rośnie, wraz z rosnącą liczbą firm zajmujących się marketingiem sieciowym działającym na całym świecie. Ich modele biznesowe, struktury, kultury, produkty i wynagrodzenia mogą się znacznie różnić; ważne jest, aby zrozumieć tę zmienność, a nie myśleć o nich tak samo. Na przykład możesz mieć doświadczenie w branży medycznej lub żywo interesować się własnym zdrowiem i dobrym samopoczuciem. Firma marketingu sieciowego, która specjalizuje się w zdrowiu lub ma dużą kategorię produktów w tej branży, może być dla Ciebie najbardziej odpowiednia. Możliwe, że Twoją pasją jest branża kosmetyczna; znowu firma, która specjalizuje się w produktach kosmetycznych lub je sprzedaje, będzie miejscem, w którym możesz wykorzystać swoją pasję i stworzyć własny biznes. Dla jednych mogą to być usługi profesjonalne lub specjalistyczne, dla innych firma oferująca duży przekrój produktów i usług. Innymi względami może być to, że niektóre firmy zajmujące się marketingiem sieciowym lepiej pasują do Twojej dostępności czasu lub że struktura wynagrodzeń innej osoby najlepiej odpowiada Twoim celom i marzeniom. Być może szukasz bezpieczeństwa firmy o bardziej ugruntowanej pozycji lub możliwości parterowych, które zapewniają nowo powstałe firmy. Bez względu na powód, przy tak dużym wyborze, ważne jest, abyś odrobił pracę domową i znalazł firmę, która jest dla Ciebie odpowiednia.

#2 Dobry, zły i wręcz brzydki

We wszystkich branżach są firmy dobre i nie tak dobre, szanowane i nie tak szanowane, etyczne i nie tak etyczne. Dotyczy to w równym stopniu organizacji marketingu sieciowego, chociaż, jak wspomnieliśmy we wstępie, branża przeszła w ostatnich latach długą drogę, a korporacyjne przepisy dotyczące zgodności w większości krajów wymagają i egzekwują najwyższe standardy etyki i standardów. Większość dzisiejszych firm zajmujących się marketingiem sieciowym sprzedaje produkty wysokiej jakości – gdyby tego nie robiły, po prostu nie byłyby w stanie utrzymać się na rynku. Bardzo ważne jest, aby firma była wiarygodna. Ze względu na rosnącą akceptację marketingu sieciowego powstaje coraz więcej firm zajmujących się marketingiem sieciowym. Większość z nich jest uprawniona, ale niektórzy, uznając ten trend, próbują zamaskować się jako system marketingu sieciowego, podczas gdy w rzeczywistości mogą to być piramidy; jeszcze inni planują być na rynku tylko przez krótki czas, zarabiać na niczego niepodważających, a potem zniknąć. Pamiętając, że celem budowania udanego biznesu w marketingu sieciowym jest osiągnięcie długoterminowego pasywnego dochodu, bardzo ważne jest, abyś miał poczucie, że firma, do której dołączasz, będzie istnieć na dłuższą metę. Chociaż „oferta na parterze” promowana przez nowo powstałą firmę jest często atrakcyjna, wiele można powiedzieć o firmie, która istnieje już od dłuższego czasu. Długowieczność w branży marketingu sieciowego jest oznaką stabilności, wiarygodności, solidnego modelu biznesowego, sprawdzonych systemów i, co najważniejsze, zaangażowania w długoterminową rentowność niezależnego właściciela firmy. Nie oznacza to z pewnością, że nowo powstałe firmy marketingu sieciowego nie są legalne, ale podkreślenie, że te firmy, które powstały na dłuższą metę, mają tę zaletę, że oferują poczucie bezpieczeństwa i pewności tym, którzy myślą o przystąpieniu do nich. w porównaniu do nowej firmy z niepotwierdzonym rekordem. Więc usatysfakcjonuj się; zrobić własne badania. Porozmawiaj z innymi zaangażowanymi osobami, zadzwoń do centrali lub najlepiej ją odwiedź. Kup niektóre produkty, aby upewnić się, że są wysokiej jakości; ogólnie rzecz biorąc, rób wszystko, aby mieć pewność, że jest to organizacja, z którą chciałbyś być związany. Nie wierz we wszystko, co czytasz, zwłaszcza gdy jest online. Nie zmuszaj się do przyłączenia się do jakiegokolwiek organizacji. Jeśli masz jakieś dokuczliwe wątpliwości, posłuchaj małego głosu w sobie. To wkrótce stanie się dość jasne, które firmy marketingu sieciowego są naprawdę wiarygodne i mogą poprzeć swoje oferty i roszczenia, a których należy unikać – ale ostatecznie to zależy wyłącznie od Ciebie i od Twojej należytej staranności i badań.

#3 Sieci a piramidy

Dla niewtajemniczonych istnieje ryzyko, że nieświadomie zaangażują się w piramidę, myśląc, że jest to marketing sieciowy. Niestety, ze względu na rozwój branży marketingu sieciowego, zawsze będą istnieć piramidy oszustów, którzy zrobią wszystko, aby przebrać się za firmę marketingu sieciowego. Z powodu represji w ostatnim czasie ci intryganci nie są tak aktywni jak kiedyś, a ryzyko dla niczego niepodważających zostało zminimalizowane. Istnieje wiele organizacji rządowych i straży, które mogą zaoferować porady dotyczące piramid; proste wyszukiwanie online pozwoli Ci skontaktować się z odpowiednią organizacją w Twoim kraju lub stanie. Poświęć na to trochę czasu. Schematy piramidowe są często niezwykle przekonujące i atrakcyjne, ale są nieetyczne i nielegalne. Ogólnie rzecz biorąc, osoba na szczycie piramidy robi kupę pieniędzy, a ludzie na dole tracą większość swoich. Oszuści piramidy często atakują ludzi, których znają, którzy pracują w firmach marketingu sieciowego, ponieważ mają już sieć, której sprzedają. Poza tym są ogólnie otwarci i zmotywowani do osiągania wyników. Jeśli okazja wydaje się zbyt piękna, aby była prawdziwa, prawdopodobnie tak jest. Firmy zajmujące się marketingiem sieciowym mogą zarobić dużo pieniędzy, ale osiągnięcie tego wymaga czasu, energii i przekonania. Nie są one drogą z dnia na dzień do bajecznej sławy i fortuny, tak zazwyczaj sprzedaje się piramidy finansowe niczego niepodważającym.

#4 Nie spiesz się i odrób pracę domową

Decydując o tym, czy zaangażować się w marketing sieciowy lub z jaką firmą się zaangażować, upewnij się, że masz wystarczająco dużo czasu na podjęcie świadomej decyzji. Uważaj, aby nie podejmować spontanicznej decyzji i wskakiwać od razu, ani nie odrzucać okazji bez sprawdzenia jej. Niezależnie od tego, czy zajmie Ci to tydzień, miesiąc czy rok, poświęć trochę czasu na odpowiednie zbadanie możliwości. Słowo ostrzeżenia: uważaj, aby nie zwlekać z rozpoczęciem pracy z powodu strachu przed nieznanym lub dlatego, że ulegasz opiniom innych. Ważne jest, abyś czuł się komfortowo ze swoją decyzją; nie daj się namówić na kogoś, kto „sprzedaje ci pomysł”. Ludzie, którzy są kolejami, rzadko budują udany biznes. Kluczem do budowania udanego biznesu jest ekscytacja i pasja w tym, co robisz. Przy tak wielu różnych firmach zajmujących się marketingiem sieciowym, które oferują teraz szeroką gamę różnych produktów i usług, ważne jest, abyś znalazł ten, który jest odpowiedni dla Ciebie, taki, który Cię ekscytuje. Kiedy odrabiasz pracę domową, zastosuj takie samo podejście, jak w przypadku rozpoczęcia tradycyjnego biznesu. Jeśli chcesz rozpocząć przygodę z marketingiem sieciowym, użyj poniższej serii pytań jako punktu odniesienia lub punktu odniesienia, do którego możesz wrócić. Zanotuj, co lubisz w oferowanej możliwości, a co stanowi wyzwanie, i porównaj wyniki, aby pomóc Ci w procesie podejmowania decyzji. Jeśli jesteś już zaangażowany w branżę, zanotuj, co lubisz i co sprawia Ci trudność w tym, co robisz, i omów swoje wskazówki z zespołem pomocy technicznej.

Co lubię w tej możliwości?

.....

.....

.....

.....

Co jest dla mnie wyzwaniem w tej możliwości?

.....

.....

.....

.....

Jaką pracę domową odrobiłem?

.....

.....

.....

.....

Czy mam jakieś dokuczliwe wątpliwości, na które chciałbym odpowiedzieć?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

#5 Zawsze otrzymuj informacje z wiarygodnego źródła

Zbyt często ktoś, kto szuka okazji do marketingu sieciowego zwraca się o radę do ludzi, którzy po prostu nie są do tego przygotowani. Prawie każdy ma jakieś zdanie na temat marketingu sieciowego, ale gdy rzucisz mu wyzwanie, przekonasz się, że znaczna większość nie ma prawdziwej wiedzy na temat branży ani tego, jak ona działa. Musisz być bardzo ostrożny, badając swoje zaangażowanie i szukając więcej informacji, których szukasz od kogoś, kto jest do tego wykwalifikowany. Osobą, która najlepiej spełnia te kryteria, jest osoba, która odniosła sukces w branży. Szukając informacji, zadaj sobie pytanie: Czy ta osoba ma kwalifikacje do oferowania tych informacji? Czy odnieśli sukces w marketingu sieciowym? Czy odnieśli sukces w którymś ze swoich przedsięwzięć? Czy są przedsiębiorczy? Czy są niezależni finansowo? A może borykają się finansowo i przejść przez życie na bieżni? Niektórzy powiedzą, że informacje lub porady od kogoś, kto odniósł sukces w marketingu sieciowym, muszą być nieuniknione. Inni, mądrzy, uznają to za zdrowy rozsądek. Jeśli naprawdę chciałeś schudnąć, czy najlepiej zasięgnąć porady, jak to zrobić, od kogoś, kto próbował i nie powiódł się, czy od kogoś, kto odniósł sukces? Jeśli chciałbyś założyć odnoszący sukcesy tradycyjny biznes, czy zasięgnąłbyś porady kogoś, kto poniósł porażkę, lub kogoś, kto odniósł sukces? Słowo ostrzeżenia przed wyszukiwaniem przez Internet. Chociaż Internet jest doskonałym narzędziem do uzyskiwania dostępu do informacji, należy pamiętać, że zapewnia również platformę, na której każdy może zamieszczać niewłaściwe informacje i negatywne komentarze na dowolny temat, w tym marketing sieciowy. Jeśli korzystasz z Internetu do badań, nie daj się wpłynąć na takie komentarze bez uprzedniego upewnienia się, że źródło jest wiarygodne. Internet może dostarczyć wielu cennych informacji, ale jednocześnie zawiera tyle samo bezwartościowych bzdur. Musisz upewnić się, że możesz określić, który jest który. Koniec końców musisz mieć pewność, że decyzje, które podejmujesz, nie są regulowane informacjami i poradami udzielanymi przez niewykwalifikowane osoby.

#6 Każdy może odnieść sukces w marketingu sieciowym

Dwa najczęściej zadawane pytania to „Czy mogę to zrobić?” i „Czy jestem odpowiednim typem osoby?”; odpowiedzi brzmią „Tak, możesz” i „Tak, jesteś”. To powiedziawszy, podróż w budowaniu biznesu marketingu sieciowego jest inna dla każdej osoby. Niektórzy przychodzą już z pewnymi umiejętnościami, doświadczeniem i pewnością siebie, które ułatwią im pracę, podczas gdy inni mają niewiele umiejętności, doświadczenia i pewności siebie, co może stwarzać pewne wyzwania. Ważne jest, aby zrozumieć, że oba typy osób mogą odnieść sukces, nawet jeśli podróż i czas jej trwania będą się różnić. Weźmy na przykład historię dwóch zupełnie różnych par, które zaczynały w tej samej firmie zajmującej się marketingiem sieciowym. Anna i Adrian mieli wykształcenie zawodowe; obaj byli dobrze wykształceni i odnosili sukcesy w wybranych przez siebie dziedzinach. Byli szanowani, mieli dobrą sieć rodzin i przyjaciół oraz byli wiarygodni. Bob i Becca pochodzili z niższych środowisk społeczno-ekonomicznych. Mieli tylko podstawowe wykształcenie i większość życia zmagali się z problemami finansowymi. Mieli tylko małą sieć rodziny i przyjaciół i brakowało im wiarygodności. Obie pary rozpoczęły działalność w marketingu sieciowym mniej więcej w tym samym czasie. Każdy miał swoje powody, by się zaangażować. Każdy z nich miał marzenia, które chciał spełnić, których nie mogła spełnić ich obecna sytuacja. Chociaż ich pochodzenie było bardzo różne, były dwie rzeczy, które czyniły ich równymi – oboje mieli marzenie i oboje pragnęli nauczyć się wszystkiego, co było potrzebne, aby odnieść sukces w swojej firmie i osiągnąć to marzenie. Biznes Anny i Adriana szybko się rozwijał, ponieważ para miała już świadomość zasad sukcesu i dodatkową zaletę wiarygodności w rozmowach z innymi o możliwościach. Początek Boba i Becci był znacznie wolniejszy, ponieważ nie byli wcześniej

narażeni na zasady sukcesu i ich znaczny brak wiarygodności w oczach tych, z którymi rozmawiali. Niemniej jednak obie pary zbudowały bardzo udane firmy, a jedyną różnicą jest czas potrzebny na osiągnięcie tego sukcesu. Obie pary od wielu lat z powodzeniem prowadzą swoje biznesy związane z marketingiem sieciowym i obie zrealizowały marzenia, do których dążyły. Czy myślisz, że Bob i Becca naprawdę wierzą, że to ma znaczenie, że zajęło im to więcej czasu niż Annie i Adrianowi? Może tak było w tamtym czasie, ale teraz, po tylu latach stylu życia, którym się cieszą, czas potrzebny na wykonanie zadania zbladł. Marketing sieciowy zapewnia równe szanse. Zaangażowani mogą być rzemieślnicy lub profesjonaliści, wykształceni lub niewykształceni, nieśmiały lub towarzyski, ale w branży wszyscy są równi i każdy może odnieść sukces. Najważniejsze jest zrozumienie, że wszystkiego, co jest potrzebne do odniesienia sukcesu w biznesie marketingu sieciowego, można się nauczyć, ale chęć uczenia się jest niezbędna, jeśli chcesz, aby Twój biznes szybko się rozwijał.

#7 Wielu zawodzi, ale wielu odnosi sukcesy w wielkim stylu

Jeśli nigdy nie spotkałeś nikogo, kto pracował w marketingu sieciowym i poniósł porażkę, po prostu potrzebujesz więcej. Jest niezliczona ilość osób, którym nie powiodło się w marketingu sieciowym, tak jak jest niezliczona liczba osób, które nie powiodły się z odchudzaniem, programem fitness, nauką nowego instrumentu muzycznego, nauką nowego języka, ukończeniem uniwersytetu lub, co więcej, punkt, tradycyjny biznes. Czy to oznacza, że nikt nigdy nie może schudnąć, zadbać o formę, nauczyć się grać na instrumencie muzycznym, mówić w innym języku, uzyskać dyplom uniwersytecki lub prowadzić udanego biznesu? Oczywiście nie. W rzeczywistości w większości przedsięwzięć zawsze będzie procent niepowodzeń, ale dopóki istnieje procent sukcesu, jest to dowód na to, że ty też możesz odnieść sukces. Poziom sukcesu i czas potrzebny na jego osiągnięcie różni się w zależności od osoby, ale jeśli masz zapał, motywację, wytrzymałość i, co najważniejsze, marzenie, możesz sprawić, by to zadziałało. Tak więc, jeśli chodzi o wybór biznesu w marketingu sieciowym, po raz kolejny dochodzimy do kluczowego punktu tej sekcji - podejmij świadomą decyzję w oparciu o wszystkie dostępne informacje. Dowiedz się o historiach sukcesu, ale także dowiedz się o porażkach – i dlaczego się nie powiodły. Zbierz kompletny i dokładny obraz możliwości biznesowych, aby upewnić się, że pasuje do Ciebie i gdzie jesteś w swoim życiu.

#8 Zawsze będą przeszkody do pokonania

Marketing sieciowy jest świetną okazją biznesową, ale jak każdy biznes ma swoje wyzwania i pułapki. Ich zakres i ich wpływ będą się różnić dla każdej osoby, przy czym niektórym łatwiej jest znaleźć pewne obszary niż innym. W porównaniu z niektórymi wyzwaniami i pułapkami, z którymi na co dzień mierzą się właściciele tradycyjnych firm, te, z którymi boryka się marketing sieciowy, błędne i stają się nieistotne, ale one istnieją i ważne jest, abyś był ich świadomy. W szczególności ważne jest, abyś był świadomy tych, które Cię dotyczą, abyś mógł się do nich zwrócić lub ich uniknąć. Niektóre z wyzwań i pułapek, z którymi możesz się zmierzyć, obejmują:

- wyjście ze swojej strefy komfortu
- negatywność ze strony przyjaciół i rodziny
- ludzie Cię zawiodą
- konieczność wykonywania dodatkowej pracy oprócz tego, co już robisz
- nie zawsze osiągasz swoje cele
- rezygnacja z czasu wolnego w krótkim okresie
- dodatkowe obciążenie dla Twoich finansów w krótkim okresie

- frustrację, że to nie działa tak szybko, jak byś tego chciał.

Każdy, kto zbudował odnoszący sukcesy biznes marketingu sieciowego, miał swoje własne wyzwania do przezwyciężenia i napotkał po drodze pewne pułapki, ale wszyscy poparli to ciężką pracą, zaangażowaniem, wytrwałością i postawą niepoddawania się, coś jest również wymagane, jeśli chcesz odnieść sukces w tradycyjnym biznesie. Dla większości droga nie zawsze była łatwa, ale podróż z pewnością była tego warta. Wszyscy powiedzą ci: „Chociaż czasami było to trudne, w porównaniu z tym, co robiliśmy przed marketingiem sieciowym, było łatwe”. Nie daj się olśnić. Zbudowanie biznesu wymaga czasu, energii i pieniędzy. Wejdź w to z tą wiedzą bardzo jasną w swoim umyśle.

To jest biznes

Kiedy zaczynasz angażować się w marketing sieciowy, ważne jest, abyś zrozumiał, że jest to biznes, co jest powtarzane w tej książce. Wiele osób zajmujących się marketingiem sieciowym nigdy do końca nie pojmuje korelacji między posiadaniem biznesu opartego na marketingu sieciowym a posiadaniem tradycyjnego biznesu. Chociaż sposób prowadzenia działalności przez każdego z nich może być bardzo różny, podstawowa zasada, że marketing sieciowy jest biznesem, nigdy się nie zmienia. Zbudowanie udanego biznesu wymaga zrozumienia szeregu podstawowych zasad, a następnie zaangażowania i dobrych praktyk biznesowych. W tej sekcji przyjrzymy się niektórym tematom, które położą podwaliny pod budowanie udanego biznesu w marketingu sieciowym.

#9 Traktuj to jak biznes, a nie hobby

#10 Podejmij zobowiązanie, a Twoje szanse na sukces wzrosną

#11 Zrozumienie uniwersalnych praw biznesu

#12 Marketing sieciowy to gra liczb

#13 Możesz nie lubić wszystkiego w swojej firmie

#14 To nie zawsze jest wygodne

#15 Zarządzaj swoim czasem, a rentowność przyjdzie do Ciebie

#16 Otwarte drzwi dla biznesu

#17 Załóż osobne konto bankowe

#18 Mądrze zarządzaj swoimi pieniędzmi

#9 Traktuj to jak biznes, a nie hobby

Ważnym aspektem tej książki jest pomoc w zrozumieniu, że elementy budowania i prowadzenia biznesu marketingu sieciowego nie różnią się od elementów budowania i prowadzenia tradycyjnego biznesu. Co najważniejsze, staramy się pomóc Ci zrozumieć i wzmocnić, że prowadzisz bardzo prawdziwy biznes, a nie tylko hobby. Mając to na uwadze, ważne jest, abyś traktował swój biznes związany z marketingiem sieciowym tak, jak na to zasługuje. Duża liczba osób, które zajmują się marketingiem sieciowym, traktuje to jak hobby lub coś, czym można się bawić, co jest w porządku, jeśli chcesz tylko hobbyistycznych wyników. Ci, którzy zaangażują się w szerszy obraz, będą rozczarowani i sfrustrowani, jeśli nie podejną do tego w sposób zaangażowany lub nie okażą mu potrzebnego szacunku. Jeśli zaangażowałeś się w marketing sieciowy, aby zbudować dochodowy biznes, pierwszym krokiem do osiągnięcia wyników jest podjęcie świadomej decyzji o traktowaniu nowego

przedsiębiorstwa jako prawdziwego biznesu – już od pierwszego dnia. Brak sklepu, fabryki czy dużego biura nie zabiera niczego samemu biznesowi, a w rzeczywistości jest naprawdę sprytny, ponieważ tego rodzaju koszty ogólne zabijają wiele firm. Twoja firma może osiągnąć wielomilionowy obrót, jeśli tego sobie życzysz, ale tak się nie stanie, jeśli prowadzisz ją z nastawieniem hobbystycznym. O wyznaczaniu celów i marzeń mówimy w dalszej części książki, w której podkreślamy, że możesz zbudować swój biznes marketingu sieciowego, aby dać ci dokładnie to, czego chcesz od życia. Potraktuj to jako szansę, która może być tak duża lub tak mała, jak chcesz - ale niezależnie od wielkości traktuj ją jak biznes, a będziesz na dobrej drodze do osiągnięcia upragnionych celów.

#10 Podejmij zobowiązanie, a Twoje szanse na sukces wzrosną

Jeśli właśnie założyłeś swój własny, tradycyjny biznes, uczciwie byłoby założyć, że poświęcasz mu znaczny poziom zaangażowania, finansowego, fizycznego i psychicznego. Rozumiejąc, że Twój biznes marketingu sieciowego jest po prostu biznesem, upewnij się, że poświęcasz mu ten sam poziom zaangażowania – nie tylko firmie marketingu sieciowego, z którą jesteś powiązany lub osobie, która Cię przedstawiła, chociaż oba są ważne, ale dla Ciebie i Twojej firmy. Zbyt często widzimy ludzi, którzy angażują się w marketing sieciowy, popełniając błąd polegający na niedorabianiu siebie, jeśli chodzi o poziom zaangażowania. Skutkiem tego jest poczucie frustracji, że biznes wydaje się nie działać lub nie działa wystarczająco szybko, co ilustruje historia Johna i Jessiki, którzy zaangażowali się w marketing sieciowy i chcieli wykonać pracę tak szybko, jak możliwe, aby mogli zrezygnować z pracy. Niestety, niedługo po tym, jak zaczęli, stało się jasne, że ich zaangażowanie nie poparło ich celu. Wkrótce John i Jessica zaczęli usprawiedliwiać się, że nie są w stanie zrobić rzeczy, które im zasugerowano. Nie brali udziału w spotkaniach biznesowych i seminariach, unikali zakupu narzędzi wsparcia i materiałów do rozwoju osobistego, a także nie prowadzili aktywnie swojego biznesu wystarczająco konsekwentnie, aby osiągnąć pożądaną rezultat. Nie trzeba dodawać, że ten brak zaangażowania znalazł odzwierciedlenie w braku powodzenia ich biznesu, a cel, jakim było jak najszybsze zrezygnowanie z pracy, musiał zostać odłożony na później. Twoja firma będzie wymagać od Ciebie pewnego zaangażowania w obszarach takich jak czas, wysiłek i finanse. Chociaż te zobowiązania są minimalne w porównaniu z wymaganiami tradycyjnego biznesu, to jednak istnieją. Podejmując zobowiązanie, minimalizujesz rozterki: „Czy zrobię to, czy zrobię tamto, czy wezmę udział w tym spotkaniu, na tym seminarium, czy naprawdę chcę wyjść dziś wieczorem, czy stać mnie na to, czy stać mnie na to?” podejmując zobowiązanie, już odpowiedziałeś na pytanie, więc po prostu to robisz.

#11 Zrozumienie uniwersalnych praw biznesu

Jeśli jesteś nowicjuszem w marketingu sieciowym, nigdy wcześniej nie pracowałeś w biznesie, a niektóre aspekty stanowią dla ciebie wyzwanie, zadaj sobie pytanie: „Czy byłoby inaczej, gdybym budował tradycyjny biznes?” Odpowiedź w większości przypadków będzie brzmiała: 'nie'. W prowadzeniu działalności gospodarczej istnieje szereg uniwersalnych praw, które dotyczą większości przedsiębiorstw. Niezależnie od tego, czy firma jest duża, czy mała, niektóre aspekty nigdy się nie zmieniają – na przykład przepływy pieniężne, komunikacja, tworzenie systemów, marketing, zarządzanie czasem itp. Marketing sieciowy to biznes, a niektóre z tych uniwersalnych praw będą miały zastosowanie tylko dlatego, że prowadzisz działalność. Jednym z wyzwań, z jakimi często spotykają się nowicjusze w marketingu sieciowym, zwłaszcza ci, którzy nigdy wcześniej nie byli zaangażowani we własny biznes, jest błędne przekonanie, że problemy te są unikalne dla marketingu sieciowego, kiedy się z nimi po raz pierwszy skonfrontują. Ale jeśli z tego powodu zdecydują się przerwać działalność i przejść do czegoś innego, odkryją, że nadal obowiązują te same problemy. Był przypadek Matthew, który przez całe życie pracował dla kogoś innego, ale zawsze chciał mieć własny biznes. Gdy zdał sobie sprawę z możliwości marketingu sieciowego, uznał to za swoją szansę i postanowił się zaangażować. Wkrótce zetknął się z niektórymi realiami prowadzenia biznesu. Ponieważ Matthew nigdy wcześniej

nie był w biznesie, pomyślał, że niektóre z wyzwań, przed którymi stanął, były specyficzne dla jego biznesu w marketingu sieciowym i wkrótce uciekł, komentując, że „marketing sieciowy nie działa, ponieważ jest po prostu zbyt trudny”. Jakiś czas później Matthew założył tradycyjny biznes, w którym wkrótce stanął przed tymi samymi wyzwaniami. Niestety, te wyzwania również uważał za „zbyt trudne”, a ten biznes też się nie powiódł. Aby lepiej zrozumieć biznes ogólnie, kup książki, zrób kilka kursów dla małych firm i mieszaj się z innymi ludźmi biznesu, nie tylko ludźmi z marketingu sieciowego. Im więcej możesz dowiedzieć się o biznesie w ogóle, tym większe masz szanse na sukces w biznesie marketingu sieciowego.

#12 Marketing sieciowy to gra liczb

Marzeniem wszystkich firm jest posiadanie jak największej liczby klientów kupujących ich produkty lub usługi, najlepiej 100 procent całego rynku. W rzeczywistości wszyscy właściciele firm zdają sobie sprawę, że przyciągną tylko określoną część rynku lub udział w rynku. W rzeczywistości większe organizacje tak dobrze rozumieją tę zasadę, że duża część ich planowania biznesowego opiera się na obliczaniu, jak się układają liczby. W oparciu o doświadczenie i szeroko zakrojone badania, firmy odnoszące największe sukcesy znają procenty, jeśli chodzi o akceptację rynku i udział w rynku. Niezależnie od tego, czy jest to murarz prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą, który składa ofertę na mały mur oporowy, czy międzynarodowa firma inżynierska składająca ofertę dotyczącą dużego projektu, obaj rozumieją, że nie wygrają wszystkich złożonych ofert lub ofert. Zdają sobie sprawę, że to gra liczbowa i jeśli będą się upierać i poddawać, wygrają wystarczająco dużo, aby przynosić zyski. Co ciekawe, procentowy współczynnik konwersji mówi o wiele więcej. Jeśli wygrasz każdą pracę, na którą wyceniasz, prawdopodobnie jesteś za tani. Jeśli nie otrzymasz żadnego, prawdopodobnie jesteś za drogi. Celem jest ustalenie, jaki jest Twój współczynnik konwersji. Jeśli wygrasz pięć z dziesięciu ofert i chcesz rozwijać swój biznes, prześlij więcej ofert. Proste. Kiedy budujesz swój biznes w marketingu sieciowym, dla Ciebie gra liczbowa będzie oznaczać znalezienie na rynku tych, którzy mogą chcieć się zaangażować i dołączyć do Twojego zespołu, lub tych, którzy chcą kupić od Ciebie produkt. Będą tacy, którzy to robią i tacy, którzy tego nie robią. Jednego możesz być pewien – zawsze znajdą się tacy, którzy to robią. Oznacza to po prostu, że musisz wytrwać, przechodząc przez te, które tego nie robią, aby znaleźć tych, którzy to robią. Najważniejsze jest to, że robienie interesów to gra liczbowa, a im więcej pracujesz nad liczbami, tym większą masz szansę na wygranie gry. Twój biznes w marketingu sieciowym nie jest inny – nie traktujesz ludzi jak liczby, ale jeśli od razu zrozumiesz, że nie wszyscy będą chcieli tego, co masz do zaoferowania, nawet jeśli myślisz, że powinni, to sprawi, że Twoja podróż jest o wiele łatwiejsza. Jeśli pracujesz z liczbami, liczby będą działać dla Ciebie.

#13 Możesz nie lubić wszystkiego w swojej firmie

Choć taka możliwość jest ekscytująca, w rzeczywistości możesz nie lubić wszystkiego w swojej firmie lub niektórych rzeczy, które musisz zrobić, aby działały. W idealnym świecie tak nie byłoby, ale musimy pamiętać, że prawdopodobnie są rzeczy, których nie lubimy robić w naszej obecnej tradycyjnej działalności lub pracy – ale nadal je robimy, ponieważ rozumiemy, że są one ceną płacimy, aby osiągnąć efekt końcowy. Istnieje ciekawe zjawisko, które nazywamy „zazdrością biznesową”. To ta „rzecz”, która sprawia, że biznes wszystkich innych wygląda o wiele lepiej niż nasz. Wyglądają na łatwiejsze w obsłudze i znacznie bardziej opłacalne, powodują mniej bólów głowy, przyciągają mnóstwo klientów i tak dalej. W rzeczywistości nie spotkaliśmy się jeszcze z żadnym łatwym biznesem. Zazdrość biznesowa musi być dobrze i naprawdę kontrolowana. Nadejdą chwile, kiedy pewne aspekty budowania Twojego biznesu będą dla Ciebie wyzwaniem i wyrzucą Cię poza Twoją strefę komfortu. Będą rzeczy, których po prostu nie lubisz robić, czujesz się niekomfortowo lub z którymi się nie zgadzasz. Niezwykle ważne jest, aby budując swój biznes w marketingu sieciowym, rozpoznać ten fakt: „Tak, są pewne rzeczy, których nie lubię robić i które są dla mnie wyzwaniem – ale nie różni się to od niechęci i wyzwań, które

znalazłem w tym, co robię. robiłem przed moim zaangażowaniem w marketing sieciowy. Ale cena, jaką trzeba zapłacić za efekt końcowy, jest nieistotna w porównaniu z ceną, którą musiałem zapłacić wcześniej”. Zalecamy, abyś, gdy czujesz się nieswojo w swojej firmie, poświęcił czas na spisanie pozytywnych aspektów, które naprawdę sprawiają, że wydaje Ci się to warte zachodu — elastyczność, swoboda, kreatywność i satysfakcja z osiągania wyników. Skoncentruj się na tych pozytywach, a negatywy wkrótce będą wydawać się mniej przytłaczające.

#14 To nie zawsze jest wygodne

Większości osób rozpoczynających pracę w marketingu sieciowym daje to możliwość rozwijania biznesu w niepełnym wymiarze godzin, równoległe z obecnymi zobowiązaniami zawodowymi. Chociaż ma to swoje zalety, oznacza to również wpasowanie się w coś innego, co może być już bardzo napiętym harmonogramem. Rozpoczęcie pracy nie zawsze będzie wygodne i może oznaczać poświęcenie niektórych rzeczy w krótkim okresie. Rzeczy takie jak telewizja, część twojego życia towarzyskiego lub część twojego czasu z rodziną mogą wymagać zastąpienia czasem budowania twojego biznesu. Ważne jest, aby pamiętać, że te poświęcenia są krótkoterminowe, a Twoją nagrodą będzie czerpanie z nich radości w pełnym wymiarze godzin po założeniu firmy. Będą chwile, kiedy nie będziesz miał ochoty iść na kolejne spotkanie, uczestniczyć w seminarium lub dostarczyć produkt do klienta. Przeciętna osoba usprawiedliwi to jako „niewygodne” i nie zrobi tego, co należy zrobić. W takich chwilach będziesz musiał sobie przypomnieć, że porażka nie jest wygodna, że „robienie tego, czego inni nie robią, prowadzi do osiągnięcia tego, czego inni nigdy nie osiągną”. To powiedziawszy, zdecydowanie zalecamy, abyś cieszył się podróżą. Oczywiście, aby Twoja firma mogła ruszyć z miejsca, potrzebne będą poświęcenia, ale poświęć trochę czasu na cieszenie się procesem, dreszczykiem emocji, nerwami, oczekiwaniem i satysfakcją, gdy zaczną się pojawiać wyniki. Ta przyjemność będzie cię napędzać do przewyciężenia uczucia płaskości, którego każdy doświadcza od czasu do czasu. Zapytaj dowolnego pisarza, co pozwala mu przetrwać niezliczone godziny spędzone za klawiaturą w piękny dzień, kiedy prawie wszystko inne jest bardziej atrakcyjne niż wpisanie kolejnych kilku tysięcy słów; zawsze będą mówić, że oglądanie ich książki na półce w księgarni sprawia, że jest to całkowicie warte zachodu.

#15 Zarządzaj swoim czasem, a rentowność przyjdzie do Ciebie

Ponieważ budowanie biznesu w marketingu sieciowym odbywa się zwykle w niepełnym wymiarze godzin, w połączeniu z napiętym harmonogramem pracy i zobowiązaniami rodzinnymi, ważne jest, aby ćwiczyć dobre zarządzanie czasem. Będzie to oczywiście łatwiejsze dla osób z natury dobrze zorganizowanych niż dla tych, którzy mają trudności z zapamiętaniem, który to dzień. Niezależnie od stylu, jedno jest pewne - aby Twój biznes marketingu sieciowego odniósł sukces, będziesz musiał być zorganizowany i zarządzać swoim czasem tak efektywnie, jak to tylko możliwe. Wszyscy mamy 168 godzin tygodniowo. Dlaczego niektórzy ludzie wydają się osiągać o wiele więcej w ciągu swoich 168 godzin niż inni? Zwykle dzieje się tak, ponieważ maksymalizują swój czas, lepiej nim zarządzając. Na szczęście dobre zarządzanie czasem nie jest rzeczą trudną do osiągnięcia. W przeważającej części jest to spowodowane byciem zorganizowanym i pracą z pamiętnika. Jeśli nie masz pamiętnika lub nigdy z niego nie pracowałeś, teraz jest czas, aby zacząć. Dostępnych jest wiele świetnych książek na temat zarządzania czasem, aby pomóc tym, którzy zmagają się w tej dziedzinie; na przykład Zarządzanie czasem od Inside Out autorstwa Julie Morgenstern i The One Minute Manager autorstwa Kennetha Blancharda i Spencera Johnsona. Jeśli nie jesteś najbardziej zorganizowaną osobą, zdecydowanie zalecamy, abyś dowiedział się więcej o zarządzaniu czasem. Jeśli nie lubisz książek, istnieją świetne strony internetowe, które oferują kursy szkoleniowe online z zakresu zarządzania czasem, na przykład www.worldwidelearn.com i www.remotecourse.com. Albo może się okazać, że przyjaciele lub współpracownicy chcą podzielić się swoimi sekretami i wskazówkami, jak zrobić tak wiele w ciągu jednego

dnia. Zarządzanie czasem to umiejętność, która przychodzi naturalnie niektórym, ale nie wszystkim. Jeśli brakuje ci umiejętności, zrób coś z tym.

#16 Otwarte drzwi dla biznesu

Gdybyś zakładał tradycyjny biznes i otwierał drzwi dla klientów tylko kilka dni w tygodniu lub miałbyś niespójne godziny pracy, jak pomyślny byłby ten biznes? Otwarte drzwi dla biznesu to prezentowanie swojej firmy innym lub sprzedawanie jakiegoś produktu, ale wiele osób zajmuje się marketingiem sieciowym, robiąc bardzo niewiele z nich, a następnie zastanawia się, dlaczego to nie działa dla nich. Ludzie, którzy spędzają dużo czasu myśląc o biznesie lub uczestnicząc w wielu szkoleniach i seminariach wsparcia, często błędnie myślą, że są zajęci budowaniem biznesu, ale w rzeczywistości nie trzymają drzwi otwartych wystarczająco długo, aby ich biznes działał. Oto doskonały przykład takiej postawy z życia wzięty. David i Di, którzy budowali biznes związany z marketingiem sieciowym, spotykali się z Ianem, ich trenerem, sfrustrowanym brakiem dotychczasowych wyników. Powiedzieli Ianowi, jak bardzo byli podekscytowani tą szansą i jak ciągle o niej myśleli, jak czytali i słuchali jak najwięcej wsparcia i materiałów motywacyjnych, jak tylko mogli, i uczestniczyli we wszystkich spotkaniach biznesowych, seminariach i funkcjach które zostały im awansowane. Kiedy to wszystko się działo, w ich umysłach byli zajęci budowaniem swojego biznesu. Ale kiedy Ian przejrzał pamiętnik Davida i Di z ostatnich kilku miesięcy, zdali sobie sprawę, że czas, który faktycznie spędzili na prezentowaniu możliwości innym (budowaniu firmy), był minimalny, że słaby rozwój ich firmy był bezpośredni w związku z tym, jak często w tamtym czasie otwierali swoje drzwi w interesach. Kiedy David i Di zauważyli brak równowagi i zajęli się nim, ich interesy zaczęły się rozwijać. Poświęcenie czasu na przemyślenie i przygotowanie planów dla Twojej firmy jest ważne, a uczestnictwo w szkoleniach i seminariach jest również kluczowym składnikiem, ale jeśli chcesz, aby Twoja firma szybko się rozwijała, regularnie sprawdzaj swój czas w rzeczywistości, aby upewnić się, że te elementy są w równym stopniu odpowiada „otwarcie drzwi dla biznesu”. Musisz codziennie wywieszać swój znak „TERAZ OTWARTE”, aby klienci wchodzili przez te drzwi.

#17 Załóż osobne konto bankowe

Ważne jest, aby założyć oddzielne konto bankowe do prowadzenia działalności w zakresie marketingu sieciowego. Jeśli prowadzisz tradycyjną działalność, nie próbowałbyś prowadzić dla niej bankowości z konta osobistego; to samo dotyczy tutaj. Nawet jeśli na początku może się wydawać, że Twoja firma nie jest wystarczająco duża, aby zagwarantować oddzielne konto bankowe, kładziesz podwaliny pod dobrą praktykę biznesową, zaczynając od razu z oddzielnym kontem. Ponadto, gdy zaczniesz budować swój biznes, pojawią się wydatki, z których wiele można odliczyć od podatku. Koszty związane z takimi wydatkami są znacznie łatwiejsze do monitorowania, jeśli transakcje są na oddzielnym koncie. Próba ich identyfikacji może być trudna, gdy są one połączone z Twoim kontem osobistym. Wszystkie wydatki na marketing sieciowy powinny być opłacane z konta firmowego, a wszelkie uzyskane dochody powinny być również wpłacane bezpośrednio na to konto. Nie popełniaj błędów polegającego na wpłacaniu jakichkolwiek dochodów z marketingu sieciowego bezpośrednio na konto osobiste podczas opłacania wydatków z konta firmowego, zwłaszcza na początku, w przeciwnym razie będzie się wydawać, że zawsze wydajesz pieniądze i nigdy nie zarabiasz. Prowadzenie odrębnego rachunku pozwala również na prostszą księgowość, co prowadzi do łatwiejszej oceny przychodów i wydatków oraz składania zeznań podatkowych. Innym doskonałym powodem otwarcia oddzielnego konta bankowego jest po prostu to, że nie ma nic bardziej motywującego niż obserwowanie, jak to konto zaczyna rosnąć. Wraz ze wzrostem równowagi rośnie Twoja energia i przekonanie. Jeśli napływające pieniądze w jakiś sposób gubią się w szczelinach, nie ma motywacji do dalszej pracy nad nimi. Gramy w zabawne gry w naszych umysłach, a prosta sztuczka jak ta może mieć większy wpływ niż cokolwiek innego.

#18 Mądrze zarządzaj swoimi pieniędzmi

Prowadząc jakąkolwiek firmę, kluczowe jest posiadanie dobrych praktyk księgowych i podstawowej wiedzy z zakresu księgowości.

Nie musisz się spieszyć i zdobyć dyplom z księgowości – od tego jest twój księgowy – ale ważne jest, abyś szanował potrzebę prowadzenia dobrych ewidencji i był zorganizowany. Na początku możesz czuć, że nie ma potrzeby zwracać zbytnej uwagi na ten obszar, ale pamiętaj, że kładziesz podwaliny pod znacznie większy biznes. Co ważniejsze, budujesz sieć ludzi, którzy będą brać na Ciebie przykład i szukać porad, jak najlepiej budować swój biznes. Jeśli zrobisz wszystko poprawnie od początku, nie będziesz musiał później wracać i sprzątać bałaganu. W biznesie często mówi się, że „nie możesz zarządzać, jeśli nie możesz mierzyć”. Praktykowanie dobrej księgowości pozwoli Ci lepiej mierzyć, gdzie znajduje się Twoja firma finansowo, a tym samym lepiej nią zarządzać. Dodatkowo sposób, w jaki ustrukturyzujesz swój biznes podczas jego budowania, może mieć wpływ na jego rentowność; dobre praktyki księgowe pozwolą Ci dużo szybciej identyfikować problemy i działać na rzecz ich rozwiązania. Jeśli nigdy wcześniej nie byłeś w biznesie, umów się na spotkanie z księgowym i uzyskaj porady, jak najlepiej zorganizować prowadzenie dokumentacji i ogólnie księgi. Należy pamiętać, że nie wszyscy księgowi rozumieją marketing sieciowy lub będą wobec niego tak pozytywnie nastawieni, głównie dlatego, że widzieli, jak inni klienci nie odnoszą sukcesu. Jeśli poważnie myślisz o swojej długoterminowej karierze w marketingu sieciowym, możesz chcieć zasięgnąć opinii księgowego na temat jego wiedzy i wsparcia. Jeśli czujesz, że brakuje mu w tych obszarach, możesz rozważyć zmianę na kogoś, kto ma wiedzę w tej dziedzinie i wspiera. Tam, gdzie biznes marketingu sieciowego jest dodatkowym źródłem dochodu i jest prowadzony z domu, mogą istnieć znaczne korzyści podatkowe i być może pewne pułapki, o których musisz wiedzieć. Uzyskanie właściwej porady okaże się nieocenione, aby zmaksymalizować możliwości i zmniejszyć ryzyko. Podobnie, gdy zaczynasz generować strumień dochodów, który rośnie do zdrowej wartości miesięcznej, możesz zastanowić się, jak najlepiej wykorzystać te pieniądze. Niektórzy używają go jako rocznych pieniędzy na wakacje, co zapewnia im wspaniałą podróż zagraniczną każdego roku; inni wykorzystują go do sfinansowania co roku depozytu na nową nieruchomość inwestycyjną. Są też, oczywiście, tacy, którzy po prostu to przesadzają, nigdy nie wykorzystując w pełni tego, co dodatkowy dochód może zrobić dla nich i ich przyszłości. To, co zrobisz z pieniędzmi, które zarobisz dzięki marketingowi sieciowemu, zależy wyłącznie od Ciebie, ale zalecamy, abyś miał jakieś plany i najlepiej odwiedzić dobrego planistę finansowego, który może udzielić Ci profesjonalnych porad.

Zrozumienie, jak działa Twoja firma

Rozpoczęcie nowej pracy lub nowego biznesu zawsze wiąże się z pewnym dostosowaniem. Trzeba się zaaklimatyzować w zupełnie nowej kulturze, zrozumieć nowe terminologie i oczywiście nauczyć się, czego wymaga twoja nowa rola. Marketing sieciowy w rzeczywistości ma więcej nowych rzeczy do zrozumienia niż większość form biznesu i może być nieco mylący. Ta sekcja zapewni ogólny przegląd tego, w jaki sposób firmy marketingu sieciowego używają terminologii, w jaki sposób zarabiasz na nich pieniądze i ich specyficzne cechy. Chociaż nie jesteśmy w stanie omówić specyfiki każdej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym na świecie, możemy zapewnić wystarczający przegląd, aby zapewnić wykształcone zrozumienie kluczowych punktów operacji marketingu sieciowego.

#19 Zrozumienie zupy alfabetu Twojej firmy

#20 Czym jest „linia sponsorowania” i dlaczego jest ważna?

#21 Plany wynagrodzeń i skale premiowe

#22 Nagrody i uznanie

#23 Etyka i postępowanie

#24 Poznaj przedstawicieli firmy

#19 Zrozumienie zupy alfabetu Twojej firmy

Każda branża używa określonej terminologii (żargonu) do opisanie określonych działań, ról i stanowisk. Marketing sieciowy nie jest inny, ale ludzie często kwestionują użycie tej terminologii, czując, że jest to jakoś dziwne i trudne do dostosowania. W rezultacie ugrzęzli w szczegółach, a ich biznes stoi na straganach, zanim jeszcze zaczną. Pierwszą rzeczą do rozpoznania jest to, że terminologie biznesowe są unikalne dla poszczególnych firm; Twoja pierwsza styczność z terminologią marketingu sieciowego nie różni się od rozpoczęcia nowej pracy w jakiegokolwiek branży, której nie znasz. Zdanie sobie z tego sprawy ułatwia i przyspiesza zrozumienie i zapoznanie się z terminologią specyficzną dla biznesu marketingu sieciowego, w którym zdecydowałeś się uczestniczyć. Większość żargonu używanego w różnych firmach marketingu sieciowego na całym świecie jest wspólna dla nich wszystkich; prawie wszystkie mają jednak określone terminy. Terminy takie jak down-line, sponsoring, line of sponsoring, group i front-line są powszechnie używane do opisu struktury w sieci. Terminy takie jak diament, szmaragd, platyna i reżyser mogą być używane do wskazania poziomu osiągnięć lub pozycji w hierarchii; mogą istnieć inne terminy specyficzne dla Twojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym. Kluczem jest zrozumienie, czym są poszczególne terminy Twojej firmy, co oznaczają dla Ciebie w budowaniu Twojego biznesu, i rozpoznanie, że są to po prostu sposób na opisanie pewnych struktur i pozycji w Twojej sieci - nie różni się to od używania terminów takich jak brygadzysta, menedżera lub dyrektora generalnego, aby opisać stanowisko. Kluczowym przesłaniem jest tutaj: jeśli nie masz pewności, co oznacza nowy termin – zapytaj. Nigdy nie wstydź się zapytać, co coś znaczy; w rzeczywistości szaleństwem jest nie pytać.

#20 Czym jest „linia sponsorowania” i dlaczego jest ważna?

W każdej z firm zajmujących się marketingiem sieciowym będzie termin używany do opisanie związku między tobą, a tymi powyżej i tymi pod tobą. Jest to po prostu rodowód lub drzewo genealogiczne, w sensie biznesowym, tych w twojej sieci. Chociaż często określany jako linia sponsorowania, termin ten może być inny w firmie, z którą jesteś powiązany. Jako właściciel firmy ważne jest, abyś zapoznał się ze swoją linią sponsorowania i, co ważniejsze, budował relacje, szczególnie z tymi, którzy są nad tobą.

Osoby znajdujące się nad Tobą w Twojej linii sponsorskiej zapewniają dostęp do puli wiedzy, umiejętności i informacji opartych na doświadczeniu, ponieważ są zaangażowane w biznes dłużej niż Ty. W wielu przypadkach stają się Twoimi mentorami i są wielkim atutem w budowaniu udanego biznesu. Posiadanie linii sponsorowania zapewnia również możliwość znalezienia kogoś, komu można się zwierzyć i z którym można się utożsamić. Osoba, która wprowadziła Cię do biznesu, niekoniecznie musi być kimś, z kim jesteś związany, lub może nie była zaangażowana od bardzo dawna, a zatem nie może zaoferować wiele pod względem doświadczenia. Korzystając z linii sponsoringu, możesz poszukać kogoś, kto może ci lepiej pomóc. Kluczem do sukcesu Twojej firmy będzie zarówno zrozumienie, jak i poznanie Twojej linii sponsorowania. Upewnij się, że spotykasz się i budujesz silne relacje z osobami nad tobą, które są uznawane za liderów i są aktywne w biznesie.

#21 Plany wynagrodzeń i skale premiowe

Wszystkie firmy zajmujące się marketingiem sieciowym mają jakiś system obliczania i wynagradzania właścicieli firm. Czasami określane jako plany wynagrodzeń, często są powiązane ze skalą premiovą, która nagradza właściciela firmy za ilość sprzedanych produktów. Dokładna terminologia używana do

opisania systemu rachunku różniczkowego różni się w zależności od firmy, ale najważniejsze jest to, że masz pełne zrozumienie konkretnego systemu i jego wpływu na Twój biznes. W niektórych przypadkach sposób, w jaki ustrukturyzujesz swój biznes pod kątem osób w Twojej sieci, może mieć znaczący wpływ na Twoje wynagrodzenie i rentowność. W innych przypadkach niektóre produkty mogą być bardziej opłacalne w promowaniu i użytkowaniu w Twojej sieci niż inne. Jako właściciel firmy w marketingu sieciowym, tak jak w przypadku tradycyjnego właściciela firmy, konieczne jest jasne określenie, co sprawia, że Twoja firma jest najbardziej dochodowa. W marketingu sieciowym kluczem do osiągnięcia tego celu jest znajomość i zrozumienie planu wynagrodzeń firmy oraz skali premii. Wielu właścicieli firm w branży marketingu sieciowego popełnia błąd angażując się bez odpowiedniego zrozumienia planu wynagrodzeń, skali osiągnięć wymaganej do osiągnięcia następnego poziomu wynagrodzenia lub prawidłowego sposobu ustrukturyzowania swojego biznesu, aby był najbardziej opłacalny, i tak dalej. Oznacza to, że nie mają rzeczywistej własności ich działalności i po prostu błąkać się, nie mając realistycznego kierunku ani planu pracy. W niektórych przypadkach plan wynagrodzeń obejmuje bardzo skomplikowane obliczenia matematyczne. Dobrą wiadomością jest to, że niekoniecznie musisz mieć dogłębne zrozumienie stosowanej matematyki, ale musisz wiedzieć, na jakim poziomie kwalifikujesz się do wynagrodzenia na podstawie planu wynagrodzeń i skali premii oraz jak najlepiej osiągnąć tym poziomem. Na początku prowadzenia działalności może to być trudne do zrozumienia, dlatego zdecydowanie zachęcamy do spotkania się z przedstawicielem firmy lub, jeszcze lepiej, jednym z uznanych liderów w ramach Twojej linii sponsorowania.

#22 Nagrody i uznanie

Jedną z wielkich cech marketingu sieciowego jest to, że wiele firm i ich systemów wsparcia koncentruje się w dużej mierze na nagradzaniu i uznawaniu osiągnięć, zarówno dużych, jak i małych. O uznaniu często mówi się, że „dzieci płaczą za tym, a mężczyźni za to umrą”. Wielu ludzi przechodzi przez życie, otrzymując bardzo mało uznania; kiedy doświadczają wysokiego poziomu uznania przyznawanego osobom uczestniczącym w marketingu sieciowym, samo to może być siłą napędową do dalszego osiągnięcia. Wiele firm marketingu sieciowego oferuje również oferty bezgotówkowe zachęty, takie jak podróże zjazdowe, samochody i wakacje jako nagrody za osiągnięcia. To znowu może być szczególnie satysfakcjonujące dla tych, którzy inaczej nigdy nie mieliby okazji doświadczyć takich rzeczy. Kwalifikowanie się do nagród często daje dodatkową premię w postaci możliwości kojarzenia się z „innymi osobami” w organizacji – a skojarzenie z sukcesem może być tylko korzystne. Ponadto, jako lider we własnym biznesie, dajesz przykład, kwalifikując się do takich zachęt. W ten sposób można uzyskać wiele szacunku i inspiracji dla ludzi w Twojej organizacji. Jeśli system wsparcia Twojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym zapewnia takie zachęty i uznanie, upewnij się, że rozumiesz, co musisz zrobić, aby się do nich zakwalifikować. Nagrody i uznanie mogą być dla Ciebie bardzo przydatne w wyznaczaniu celów; Co ważne, jeśli jest to coś, co ekscytuje innych w Twojej organizacji, może być świetnym narzędziem pomagającym im w wyznaczaniu celów i osiągnięciu sukcesów. Koncepcję nagrody i uznania można w równym stopniu zastosować do osób z Twojej linii. Pamiętaj, aby nagradzać i rozpoznawać je, gdy tylko jest to możliwe. Najwięksi przywódcy i najlepsi motywatorzy za pomocą kilku dobrze skierowanych słów mogą zmienić bieg historii. Może to brzmieć trochę melodramatycznie, ale to prawda. Poświęć trochę czasu na rozpoznanie i nagrodzenie tych, którzy pomogli ci w realizacji twoich marzeń, a oni będą się tylko bardziej starać i stać się jeszcze większymi sojusznikami.

#23 Etyka i postępowanie

Większość firm zajmujących się marketingiem sieciowym, zwłaszcza tych o ugruntowanej pozycji ma jakiś rodzaj spisanych zasad postępowania lub wytycznych, które określają rolę i obowiązki zarówno firmy, jak i Ciebie. Jako właściciel firmy ważne jest, abyś zapoznał się z nimi i zawsze ich przestrzegał.

Nie powinno być odcieni szarości. Ze względu na wcześniej nadszarpnięty wizerunek marketingu sieciowego kierowanego przez nachalne, pozbawione skrupułów osoby zainteresowane tylko w krótkoterminowych zyskach każdy, kto zajmuje się marketingiem sieciowym, musi odegrać rolę w zmianie tego postrzegania. Zaledwie kilka tygodni temu, niestety, doświadczenie z nachalnym sprzedawcą sieciowym agresywnie narzekającym na nas przez telefon za brak zainteresowania tym, co sprzedaje, wzmocniło fakt, że wciąż są ludzie, którzy po prostu tego nie rozumieją. Takie podejście nie ma miejsca w dzisiejszym świecie marketingu sieciowego. Albo jesteś, albo wkrótce staniesz się orędownikiem branży marketingu sieciowego. Zdecydowanie zalecamy, abyś był etyczny we wszystkim, co robisz, przejawiał nienaganne zachowanie i był całkowicie profesjonalny. Dzięki swojemu profesjonalnemu podejściu zdobędziesz reputację osoby operatora jakości i przyciągnie więcej klientów i więcej osób zainteresowanych współpracą z Tobą. Ponadto ważne jest, aby wyjaśnić ludziom w Twojej strukturze, że oczekujesz od nich tych samych standardów; ostatecznie mogą zszargać twoją reputację, jeśli nie prezentują tego samego wysokiego kodeksu moralnego.

#24 Poznaj przedstawicieli firmy

Firma sieciowa, z którą jesteś powiązany, będzie miała wewnętrznych pracowników i przedstawicieli odpowiedzialnych za niektóre operacje w organizacji. Mądrym posunięciem z Twojej strony jest poznanie i zbudowanie relacji z niektórymi z tych kluczowych osób. Pamiętaj, że duże firmy marketingu sieciowego mają nie setki, ale tysiące osób z nimi powiązanych. W tak dużych organizacjach trudno to zauważyć. Staraj się spotykać tych, którzy pracują w firmie, przy każdej nadarzającej się okazji. Dobre firmy zajmujące się marketingiem sieciowym opierają swój sukces na pomaganiu członkom sieci w osiągnięciu sukcesu i posiadaniu specjalnego personelu do bliskiej współpracy i pomocy tam, gdzie to możliwe. Wiele z tych osób z pasją podchodzi do swojej roli i czerpie wiele radości z pomagania innym w osiągnięciu sukcesu. Są jednymi z niedocenianych bohaterów w branży marketingu sieciowego. Posiadanie kogoś „w środku” może być bardzo pomocne w radzeniu sobie z problemami i wyzwaniem, które powstają wraz z rozwojem sieci. Poświęć czas i energię na budowanie relacji z osobami wewnątrz, ale nie rób tego zbyt jednostronnie. Bądź szczerze zainteresowany osobą, a związek będzie miał znacznie więcej treści.

Wykorzystanie marzeń i wyznaczanie celów do osiągnięcia sukcesu w marketingu sieciowym

W branży marketingu sieciowego zauważysz, że duży nacisk kładzie się na „marzenie” i słusznie. Marzenia są podstawą wszelkiego sukcesu. Większość osiągnięć, czy to osobistych, sportowych, politycznych czy biznesowych, zaczyna się od marzeń. Duże czy małe marzenia motywują nas do działania. Ta sekcja skupia się na znaczeniu snu i potrzebie wyznaczenia celów, które posłużą jako odskocznia na drodze do osiągnięcia tego snu. To naprawdę dobra sekcja do regularnego odwiedzania, ponieważ zasady, które tutaj oferujemy, można zastosować w praktycznie każdej części twojego życia, z niesamowitymi rezultatami.

#25 Wszystko zaczyna się od snu

#26 Potrzebujesz pomocy, aby zdefiniować swoje marzenie?

#27 Moc słowa pisanego, która pomoże Ci osiągnąć

#28 Otocz się właściwymi zdjęciami

#29 Niech twoje marzenia ewoluują

#30 Idź do budowania marzeń

#31 Codziennie przeglądaj swoje marzenia

#32 Uważaj na złodziei snów

#33 Wyznacz swoje cele

#34 Codziennie sprawdzaj swoje cele

#35 Bramki w piasku – marzenia w betonie

#25 Wszystko zaczyna się od snu

Zapytaj dziecko, czy ma marzenia na przyszłość, zapytaj nastolatka, co by zrobiło, gdyby nie czas i pieniądze; bez problemu podzielą się z Tobą swoim marzeniem, a co ważniejsze, wierzą, że jest to możliwe. Każdy rodzi się, by marzyć i każdemu dano możliwość jego spełnienia, ale gdy się starzejemy i trochę dojrzewamy, wielu z nas traci z oczu swoje marzenia. Niestety, gdy idziemy razem zbyt wielu z nas zdaje sobie sprawę, że nasze dochody nie odpowiadają naszym marzeniom. W tym momencie możemy zrobić tylko dwie rzeczy - zwiększyć dochód, aby pasował do snu, lub zmniejszyć sen, aby pasował do dochodu. Dla większości z nas to drugie, rezygnacja z nierealizowania swoich marzeń lub przekonanie, że „kiedyś wygram na loterii/przypłynie mój statek”. Dla ludzi, którzy borykają się finansowo przez większość swojego życia, trzymanie się marzenia staje się coraz trudniejsze. Zaangażowanie w marketing sieciowy potencjalnie otwiera drzwi do realizacji swojego marzenia, ale nie możesz tego osiągnąć, jeśli nie wiesz, co to jest lub straciłeś je z oczu. Trudność we śnie jest zwykle wynikiem mechanizmu samoobrony chroniący przed zranieniem – „po co myśleć o czymś, czego nie mogę dostać?” Twoje sny niekoniecznie muszą krążyć wokół materialnych opętań; mogą obejmować takie rzeczy jak więcej czasu i to, co byś z nim zrobił, praca charytatywna, możliwość pomocy rodzinie i przyjacielom, rozwijanie sportowej pasji lub hobby, a nawet stawanie się lepszą osobą. Ludzie często popełniają błąd myśląc, że sen jest po prostu czymś, czego pragniesz w sensie materialnym, ale to tylko jeden aspekt tego, o czym możesz marzyć. Pierwsze i najważniejsze kroki w osiągnięciu sukcesu w biznesie marketingu sieciowego wymagają zidentyfikowania lub ponownego rozpalenia swoich marzeń, a następnie odważenia się na ich realizację.

#26 Potrzebujesz pomocy, aby zdefiniować swoje marzenie?

Być w obliczu pustej kartki papieru i spisać nasze marzenia i aspiracje, bywa czasem trochę zniechęcające. Jeśli od jakiegoś czasu tak naprawdę nie mieliśmy żadnych konkretnych marzeń, wyciągnięcie listy z powietrza może być wyzwaniem. Ale nie ma wątpliwości, że jeśli chcesz osiągnąć pewne rzeczy w życiu, bycie bardzo jasnym i bardzo konkretnym w swoich pragnieniach jest jedynym pewnym sposobem na osiągnięcie tego, czego chcesz. Jeśli zmagasz się z określeniem, czego tak naprawdę chcesz od życia, te wskazówki mogą okazać się pomocne:

- Podziel swoje życie na kategorie – biznes, rodzina, zdrowie i dobre samopoczucie, finanse, rozwój osobisty itp. – liczba kategorii zależy od Ciebie. Zamiast mieć jeden wielki cel życiowy, wypracuj cele i marzenia, które pasują do każdego segmentu twojego życia.
- Dość często ustalenie, czego chcemy, obejmuje najpierw określenie, czego nie chcemy. Na przykład, jeśli nie chcesz pracować 80 godzin tygodniowo, Twoim marzeniem jest ustalenie, ile godzin tygodniowo chcesz pracować .
- Istnieje kilka wspaniałych kursów dotyczących odzyskiwania naszego życia i wyjaśniania naszych snów. Pytaj, rozmawiaj z grupami biznesowymi, trenerami biznesowymi itp.

• Przeczytaj książkę – znowu jest wiele, wiele książek na ten temat. Kiedy pracujesz nad swoimi snami, pamiętaj, że mogą się one zmieniać z biegiem czasu, że są bardzo osobiste, a niektóre są trudne do zdefiniowania. Poświęcenie spokojnego i świadomego czasu na refleksję i rozważenie wielkich pytań jest naprawdę ważnym krokiem w rozwijaniu własnych marzeń i celów.

• Porozmawiaj z bliskim przyjacielem – rozmowa o swoich marzeniach może naprawdę pomóc w ich zdefiniowaniu. Ważne jest, aby mieć wysoki stopień zaufania do osoby, której się zwierzasz, więc wybieraj mądrze. Poświęć trochę czasu na jasne określenie swoich życiowych marzeń i aspiracji. Gdy je poznasz, twoje szanse na ich osiągnięcie znacznie się zwiększają.

#27 Moc słowa pisanego, która pomoże Ci osiągnąć

Poznanie swojego marzenia lub marzeń to pierwszy krok. Następnym krokiem, i to kluczowym, jest spisanie ich, sporządzenie listy. Istnieje wiele udokumentowanych dowodów potwierdzających moc zapisywania snów, a nie tylko zamykania ich w umyśle. Przeprowadzono długoterminowe badanie na grupie studentów uniwersytetu, w którym połowę poproszono o spisanie swoich marzeń, a następnie dodanie do nich i regularne przeglądanie ich przez całe życie zawodowe. Drugą połowę zapytano tylko o to, jakie były wtedy ich sny, a nie poproszono o ich zapisanie. Po latach wyniki były zdumiewające. W grupie, która regularnie spisywała i przeglądała swoje sny, zdecydowana większość osiągnęła bardzo duży procent swoich marzeń. Grupa, która nie spisywała swoich marzeń, osiągnęła bardzo niewielki procent. Kiedy spisujesz swoje sny, warto podzielić je na trzy kategorie: Jakim typem osoby chciałbym BYĆ? Jakie rzeczy chciałbym ZROBIĆ? Jakie rzeczy chciałbym mieć? Jeśli jesteście parą, każdy z was powinien sporządzić osobistą listę snów, które są ważne i specyficzne dla siebie („samolubne”), a następnie napisać listę, która jest ważna dla was jako pary. Powodem posiadania osobistej listy jest to, że rodzice (zwłaszcza matki) instynktownie stawiają innych przed sobą i mają tendencję do wypisywania rzeczy, które odnoszą się do zbiorowego snu, a nie marzeń, które są dla nich ważne osobiście. W porządku jest mieć „samolubne” marzenia, a także marzenia, które masz dla swojej rodziny, i można osiągnąć oba, o ile jedno nie odbywa się kosztem drugiego. Kolejną wskazówką jest rozbięcie marzeń na sny krótko-, średnio- i długoterminowe. Pomyśl o nich jako o małych marzeniach, średnich marzeniach i marzeniach, które są daleko. Odpuść sobie, nie powstrzymuj się i zawsze pamiętaj, co twój umysł może myśleć i postrzegać, co możesz osiągnąć. Poświęć chwilę, aby rozpocząć tworzenie listy marzeń w następujących kategoriach: „Osoba, którą chciałbym być”, „Rzeczy, które chciałbym robić” i „Rzeczy, które chciałbym mieć”. W każdej sekcji zanotuj pięć ważnych dla ciebie rzeczy. Gdy to zrobisz, chwyć kartkę papieru i zacznij rozwijać każdy przedmiot. Kontynuuj poprawianie i rozbudowywanie swojej listy. Nie zapomnij – odpuść sobie, pomyśl o swoich marzeniach tak, jakby czas i pieniądze nie były przedmiotem.

Osoba, którą chciałbym być:

1)

2)

3)

4)

5)

Rzeczy, które chciałbym zrobić:

1)

- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

WYKORZYSTANIE MARZEŃ I WYZNACZANIE CELÓW

Rzeczy, które chciałbym mieć:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

#28 Otocz się właściwymi zdjęciami

Kiedy już zidentyfikujesz swoje sny i zapiszesz je, następnym krokiem jest otoczenie się przypomnieniami. Jeśli masz zdjęcia lub broszury o wakacjach, samochodzie, cokolwiek, umieść je w widocznym miejscu, aby móc je regularnie oglądać. Może to być na lodówce, lustrze w łazience, a nawet z tyłu osłony przeciwsłonecznej w samochodzie, dzięki czemu za każdym razem, gdy wyciągasz osłonę, tam jest. Istnieją nawet doniesienia, że niektórzy z odnoszących największe sukcesy ludzi na świecie wieszają zdjęcie swoich marzeń na drzwiach toalety! Otaczanie się wspomnieniami o swoich marzeniach jest jednym z kluczy do ich realizacji. Nie przejmuj się tym, co ludzie mogą pomyśleć lub powiedzieć – musisz wiedzieć, że jest to coś, co robią ludzie odnoszący największe sukcesy, że jest to normalna część formuły sukcesu. Ludzie sukcesu rozumieją potrzebę otaczania się swoim marzeniem, zanurzania się w nim i wyobrażania sobie, że już nim żyją. Za sukcesem wielu złotych medalistów olimpijskich stoją niezliczone historie opowiadające o tym, jak otoczyli się wizją zdobycia złotego medalu na długo przed jego urzeczywistnieniem. Jeden sportowiec miał praktycznie wszystko w swoim domu, pomalowane lub owinięte złotem; każdy przedmiot gospodarstwa domowego, który mogła kupić w złocie, aby zastąpić ten, który zrobiła - pościel, ręczniki, szczoteczki do zębów, mydła, szczotki do włosów, co tylko chcesz. Miała nawet złoty medal i jego wstążkę wymalowaną na lustrze, tak że za każdym razem, gdy stała przed lustrem, widziała siebie noszącą złoty medal. Całkowicie otoczyła się swoim marzeniem, a rezultatem . . . złoty medal na igrzyskach olimpijskich. Nie musisz posuwać się do tej skrajności, ale morał tej historii pozostaje - otocz się swoim marzeniem, a Twoje szanse na jego osiągnięcie dramatycznie wzrosną.

#29 Niech twoje marzenia ewoluują

Jakiegokolwiek są twoje obecne marzenia, niekoniecznie muszą być granicą tego, co możesz osiągnąć. Wiele osób z wiekiem odkrywa, że zdolność do marzeń jest ograniczona z powodu ograniczeń finansowych i czasowych; Twoje zaangażowanie w marketing sieciowy potencjalnie zniósło te ograniczenia i otworzyło drzwi do realizacji marzeń wykraczających poza to, co uważasz za możliwe. Weźmy na przykład tę historię o Gicie i Graeme, którzy po raz pierwszy dostrzegli okazję na spotkaniu w małej grupie, które odbyło się w czyimś domu. Tego wieczoru Gita była naprawdę podekscytowana możliwością wygenerowania dodatkowego dochodu wraz z dotychczasową pracą. Jej marzeniem w

tym momencie było zarobienie wystarczającej ilości pieniędzy, aby kupić nową pralkę i suszarkę do ubrań, których tak bardzo potrzebowali. Gdy zdecydowali się zaangażować, Gita i Graeme szybko zajęli się tym, co było potrzebne, aby biznes działał. W stosunkowo krótkim czasie zarobili wystarczająco dużo na marketingu sieciowym, by kupić tę pralkę i suszarkę. Kiedy dotarli do tego punktu, odważyli się marzyć nieco większe i zaczęli trochę rozwijać swoje marzenia, zwiększając się za każdym razem po osiągnięciu każdego marzenia po drodze. To, co zaczęło się od małego marzenia, urosło z biegiem lat do punktu, w którym Gita i Graeme są finansowo niezależni, posiadają kilka luksusowych domów i pojazdów, dużo podróżują i posiadają własny prywatny samolot. Żadnej z tych rzeczy nie mogli zobaczyć ani uwierzyć tej pierwszej nocy, ale z biegiem czasu zrozumieli, jak ważne jest ciągłe rozwijanie swoich marzeń poza ich obecne ograniczenia finansowe i czasowe. Znając wagę snu i wpływ, jaki może on mieć na nasze życie, ważne jest, aby stale rozwijać swoje marzenia i znajdować rzeczy, które nas motywują. Rozwijanie swoich marzeń wymaga, abyś najpierw odważył się marzyć, a następnie wyjść i doświadczyć życia i tego, co ma do zaoferowania. Wyobraź sobie przez chwilę, gdyby czas i pieniądze nie były przedmiotem: kim chciałbyś być, robić lub mieć?

#30 Idź do budowania marzeń

Nie ma nic potężniejszego niż doświadczenie swojego snu na własnej skórze. Spisanie marzenia jest kluczem do jego realizacji, posiadanie broszur lub odwiedzanie stron internetowych jest ważne, ale nic nie może się równać z fizycznym oglądaniem, dotykaniem i wąchaniem marzeń. Powiedzmy, że jednym z Twoich marzeń jest nowy samochód - wyjdź i spójrz na samochód, usiądź w nim, powąchaj, zabierz go na jazdę próbną, abyś mógł go doświadczyć tak, jakbyś już go posiadał. Jeśli podróże są Twoim marzeniem, udaj się do biura podróży, usiądź z agentem i zaplanuj wakacje. Nie rób tych rzeczy tylko raz, rób je, dopóki sprzedawca nie pozna cię jako zwykłego. Jeśli Twoim marzeniem jest spędzanie większej ilości czasu z rodziną, pomaganie organizacji charytatywnej, uprawianie sportu lub aktywność w określonym hobby, spróbuj poświęcić na to trochę czasu i wyobraź sobie, że robisz tego o wiele więcej. Jakikolwiek marzysz, pamiętaj, aby znaleźć sposób, aby doświadczyć go z pierwszej ręki tak często, jak to tylko możliwe. Postaraj się chodzić na budowanie snów przynajmniej raz w tygodniu i rób to przez trzy miesiące; będziesz zdumiony, jak zmieni to twoje życie i nigdy nie będziesz chciał przestać. Budowanie snów często prowadzi do znalezienia jeszcze większej liczby snów. Ważne jest również budowanie na swoich marzeniach; kiedy osiągniesz marzenie, nie zatrzymuj się na tym, ale staraj się iść dalej i osiągnąć następny.

#31 Codziennie przeglądaj swoje marzenia

Kiedy już zidentyfikujesz swoje sny i zapiszesz je, nie popełnij błędu polegającego na odkładaniu gdzieś listy i zapomnianiu o niej wszystkiego. Ważną częścią formuły sukcesu jest codzienne przeglądanie swoich marzeń. W pewnym momencie w ciągu dnia poświęć kilka minut na przejrzenie swojej listy – miej ją w swoim pamiętniku, na komputerze, na lustrze w łazience, wszędzie tam, gdzie możesz szybko przejrzeć swoje sny i przypomnieć sobie, dlaczego robisz to, co robisz czyn. Budowanie biznesu opartego na marketingu sieciowym jest tak samo łatwe, jak w budowaniu tradycyjnego biznesu, aby stracić z oczu to, co próbujesz osiągnąć i pożądany efekt końcowy. Jeśli nie przypominasz sobie regularnie, dlaczego robisz to, co robisz, możesz szybko skupić się na codziennych wyzwaniach, a nie na nagrodzie. Twój biznes związany z marketingiem sieciowym jest po prostu narzędziem, którego używasz do realizacji swoich marzeń; Twoje marzenia są paliwem napędzającym ten pojazd. Bez codziennego tankowania tego pojazdu poprzez przeglądanie swoich snów, może on stanąć w miejscu.

#32 Uważaj na złodziei snów

Jednym z największych zagrożeń dla twojego sukcesu są złodzieje snów, ludzie, którzy wygłaszają uwagi typu „Co sprawia, że myślisz, że mógłbyś odnieść w tym sukces?”, „Bądź realistą”, „Przestań marzyć”

lub, co gorsza, śmieję się z ciebie, śmiać się z ciebie i poniżać. Ostrzegam, oni tam są i mają misję. Ta misja polega na powstrzymaniu cię, abyś nie odniósł sukcesu i nie zostawił ich za sobą lub pokazał ich jako ludzi, którzy nie są gotowi gonić za własnymi marzeniami. Niestety, niektórzy z największych złodziei snów mogą być rodziną i przyjaciółmi. Ludzka natura jest taka, że niektórzy ludzie po prostu nie chcą, abyś odniósł sukces lub boją się zmian; czasami, często podświadomie, będą próbować cię powstrzymać. Zobacz smutną historię młodego człowieka o imieniu Jeremy, który miał ogromny potencjał, by odnieść sukces w marketingu sieciowym. Jeremy był ambitny i miał wielkie marzenia, był zmotywany i uczony, a wszystkie te pozytywy były poparte dobrą etyką pracy. Peter, który wprowadził go do marketingu sieciowego, uwierzył w niego i jego potencjał. Niestety, grono rodziny i przyjaciół Jeremy'ego nie podzielało tego przekonania i nie popierało jego zaangażowania. Ciągłe go poniżali, kazali mu „stać się realnym”, pytali: „Co sprawia, że myślisz, że możesz odnieść sukces?” Zmęczony go do tego stopnia, że porzucił swój biznes marketingu sieciowego i wrócił do robienia tego, co robił. poprzednio praca bez wyjścia, bez szans na awans. Świat nie byłby tam, gdzie jest dzisiaj, gdyby ludzie, których podziwiamy i szanujemy, słuchali złodziei snów. Aby odnieść sukces w marketingu sieciowym, jak w każdym innym, musisz być świadomym złodziei snów i upewnić się, że nie wpłyną one na twoją podróż do spełnienia twoich marzeń.

#33 Wyznacz swoje cele

Różnica między marzeniami a celami polega na tym, że sen jest tym, że wynik końcowy, a cele są kamieniami milowymi na drodze do realizacji marzenia. Cele są często dość krótkoterminowe i oparte na aktywności, tak jakbyś planował długą podróż gdzieś drogą. Miałbyś cel jako swoje marzenie i krótkoterminowe cele, aby osiągnąć pewne etapy po drodze. Posiadanie celów to mechanizm, który sprawia, że koncentrujesz się na realizacji swojego marzenia. Dostarczają planu i celu. Bez tych bramek wędrowałbyś bez celu, bez celu, tak jak dwie drużyny grające na boisku sportowym bez słupków bramkowych. Aby odnieść sukces w każdej firmie, konieczne jest dobre planowanie i wyznaczanie celów. Twój biznes związany z marketingiem sieciowym jest właśnie biznesem i dlatego wymaga tej samej taktyki wyznaczania celów, jeśli chcesz, aby odniósł sukces. W marketingu sieciowym Twoje cele mogą obracać się wokół działań, takich jak: ile nowych osób dodasz do listy potencjalnych klientów, z iloma osobami podzielisz się szansą biznesową, ile osiągniesz sprzedaży i tak dalej. Mogą również odnosić się do wyników, na przykład: osiągnięcie nowego poziomu w branży, zakwalifikowanie się do określonego uznania, zakwalifikowanie się do wyjazdu motywacyjnego i tak dalej. To tylko kilka przykładów. Cele, które musisz osiągnąć, mogą się różnić w zależności od firmy marketingu sieciowego, z którą jesteś powiązany. Jednak jedna rzecz się nie zmienia, a jest to konieczność posiadania celów, jeśli chcesz odnieść sukces swojego biznesu. Przy ustalaniu celów upewnij się, że są one realistyczne, mierzalne i osiągalne. Nie popełniaj zbyt powszechnego błędu polegającego na wyznaczaniu zbyt wysokich celów. Wyznaczanie nierealistycznych celów prowadzi do rozczarowania, które prowadzi do bezczynności, co ostatecznie prowadzi do porażki. Usiądź ze swoim trenerem, aby uzyskać pomoc w wyznaczaniu celów; trener powinien lepiej rozumieć, co możesz osiągnąć. Pamiętaj, aby zapisać swoje cele i ramy czasowe ich osiągnięcia. Jeśli koncepcja wyznaczania celów jest dla Ciebie nowa, odwiedź księgarnię. Istnieje wiele doskonałych książek, które nie tylko wzmocnią potrzebę wyznaczania celów, ale także pomogą Ci przejść przez ten proces.

#34 Codziennie sprawdzaj swoje cele

Podobnie jak w przypadku marzeń, ważne jest, abyś codziennie przeglądał swoje cele. Tak jak odwołujesz się do mapy w drodze do nowego miejsca docelowego, aby upewnić się, że jesteś na dobrej drodze, tak musisz odnieść się do swoich celów, aby upewnić się, że jesteś na dobrej drodze do spełnienia swoich marzeń. Miej zawsze przy sobie pisemną listę celów. Użyj go, aby zadać sobie pytanie: „Czy to, co robię teraz, pomaga mi osiągnąć moje marzenia i czy jest to częścią mojego celu?”

Jeśli jesteś częścią pary, poświęć trochę czasu i wspólnie przejrzyj swoje cele. Usiądź ze swoim trenerem i szczerze powiedz, co zrobisz lub czego nie zrobisz, aby osiągnąć kolejny cel. Użyj swojej listy celów jako miernika do osiągnięcia swoich marzeń. Im więcej celów wyznaczysz i osiągniesz, tym bliżej jesteś osiągnięcia swojego marzenia. Jeśli nie przeglądasz ciągle swoich celów, tym dalej będziesz od snu.

#35 Bramki w piasku - marzenia w betonie

Nawet jeśli twoje marzenia mogą się nie zmienić, podróż i cele wymagane na drodze do ich osiągnięcia mogą. Podobnie jak podczas podróży, możesz mieć ustalony cel, do którego możesz się dostać, ale trasa, którą wybierasz, może się po drodze zmienić. Twoje marzenia mogą być utrwalone w konkretach i nigdy się nie zmieniają, ale musisz zrozumieć, że Twoje cele są po prostu wypisane na piasku i mogą zostać zmienione w razie potrzeby. Ważne jest, abyś był elastyczny, dostosowując swoje cele w razie potrzeby, jeśli oznacza to szybsze osiągnięcie swoich marzeń. Dobrym przykładem elastyczności jest Steve i Sandi, młoda para, która marzyła, aby Sandi mogła zrezygnować z pracy na pełny etat i spędzać więcej czasu z młodą rodziną. Usiedli ze swoim trenerem, ułożyli plan i ustalili cele dotyczące tego, co będą musieli zrobić w ciągu dwunastu miesięcy, aby tak się stało. Plan obejmował pracę z pewnymi osobami w ich firmie, które zidentyfikowali jako chcące przejść dalej w firmie, i pomaganie im w osiągnięciu pożądanego celu. Wiązało się to również z wyznaczeniem celów krótkoterminowych, które były poziomami działalności, które musieli osiągnąć w określonych momentach w ciągu tych dwunastu miesięcy. Jak się okazało, nie wszyscy ludzie, których Steve i Sandi początkowo zidentyfikowali jako chcący odejść, faktycznie to zrobili, więc plan musiał się zmienić, aby uwzględnić innych, których wcześniej nie zidentyfikowano. Żaden z ich pierwotnych poziomów osiągnięć nie został osiągnięty w proponowanej dacie, więc ponownie ich cele musiały zostać zresetowane – i dalej je osiągnęli. Efektem końcowym, po czternastu miesiącach i ciężkiej pracy i zmianie celów po drodze, było to, że Steve i Sandi zbudowali swój biznes do poziomu, w którym dochód Sandi został zastąpiony. Zrealizowali swoje marzenie, a ona mogła zrezygnować z pracy w pełnym wymiarze godzin i spędzać więcej czasu z dziećmi, a jednocześnie mogła poświęcić część swojego czasu na dalsze budowanie ich biznesu.

Wszyscy potrzebujemy szkolenia i wszyscy potrzebujemy wsparcia

Jedną z wielkich korzyści marketingu sieciowego jest to, że nawet jeśli prowadzisz biznes dla siebie, nigdy nie jesteś w biznesie sam. Bardzo niewiele osób rozpoczynających tradycyjną działalność ma kiedykolwiek okazję pracować z kimś, kto pomoże im zacząć i trzymać rękę na początku. Dla większości jest to w dużym stopniu przypadek uczenia się na bieżąco, metodą prób i błędów, przy bardzo niewielkim dostępie do szkoleń i wsparcia. Z drugiej strony marketing sieciowy zapewnia świetny mechanizm szkolenia i wsparcia, który niestety często nie jest wystarczająco wykorzystywany. Ta sekcja zapewnia wgląd w systemy szkolenia i wsparcia oraz korzyści, jakie można uzyskać, jeśli jesteś wystarczająco inteligentny, aby się z nimi zapoznać.

#36 Podłącz do systemu wsparcia

#37 Zwiększ swoją wiedzę, aby zwiększyć swoje dochody

#38 Znajdź sobie sprawdzonego trenera

#39 Zostań dobrym uczniem i bądź otwarty na naukę

#40 Usystematyzuj swój biznes, gdziekolwiek możesz

#41 Nie rozcieńczaj systemu

#42 Zostań duplikatem, aby zwiększyć swój potencjał zarobkowy

#43 Użyj wszystkich dostępnych narzędzi

#36 Podłącz do systemu wsparcia

Większość większych organizacji marketingu sieciowego posiada pewien rodzaj stałego szkolenia, wsparcia i programu rozwoju osobistego. Program ten może być prowadzony przez samą firmę marketingu sieciowego lub przez sformalizowany system wsparcia zorganizowany przez indywidualnych właścicieli firm z nią związanych. Jeśli istnieje system wsparcia, najsmartszym posunięciem, jakie możesz wykonać, jest podłączenie go tak szybko, jak to możliwe. Jedną z wielu korzyści płynących z marketingu sieciowego jest możliwość skorzystania z zasobów dostarczanych przez lata doświadczenia i wiedzy zgromadzonej przez tych, którzy zrobili to, co zamierzasz zrobić. Systemy wsparcia zapewniają dostęp do tego doświadczenia i wiedzy, co skutkuje bardziej stromą krzywą uczenia się podczas budowania własnego biznesu. Wraz z rozwojem własnego biznesu i wzrostem liczby osób w nim związanych, przekonasz się, że nie będziesz już miał czasu na nauczanie, wspieranie i doradzanie każdemu z osobna. Kiedy jednak zrozumiesz moc systemu wsparcia, będziesz w stanie podłączyć do niego swoich ludzi, a dzięki temu z powodzeniem wykorzystasz swój czas i zasoby. Systemy wsparcia to w efekcie uczelnia marketingu sieciowego. Tak jak musimy studiować na uniwersytecie, aby uzyskać dyplom, który umożliwia nam wykonywanie określonego zawodu, tak musimy zrozumieć, że jeśli chcemy zbudować biznes oparty na marketingu sieciowym i osiągnąć niezależność finansową, musimy uczęszczać na „uniwersytet”, aby nauczyć się Zrób to. Bardzo częstym błędem wśród osób początkujących w marketingu sieciowym jest niepodłączenie się do systemu wsparcia lub odłożenie go na jakiś czas. Popędzają ten błąd, ponieważ mają już doświadczenie w biznesie i sprzedaży lub ponieważ są już zmotywowani. Niekorzystanie z systemu wsparcia to recepta na porażkę. Gdybyś przyjrzał się, w jaki sposób ludzie zbudowali duże organizacje marketingu sieciowego, okazałoby się, że wszyscy byli bardzo zaangażowani w systemy wsparcia i, co ważniejsze, aktywnie promowali je wśród innych w swojej organizacji. Jeśli chcesz zbudować udany biznes marketingu sieciowego, jak najszybciej podłącz się do dostępnego systemu wsparcia. Nie kwestionuj jego znaczenia dla Ciebie, po prostu zrozum, że jest to kluczowy element Twojego sukcesu i sukcesu tych, których wprowadzasz do swojej sieci.

#37 Zwiększ swoją wiedzę, aby zwiększyć swoje dochody

Dlaczego pielęgniarka zarabia więcej niż sanitariusz? Dlaczego lekarz zarabia więcej niż pielęgniarka? Dlaczego chirurg zarabia więcej niż lekarz? Jedna osoba nie jest lepsza od drugiej, więc dlaczego jedna radzi sobie lepiej finansowo od drugiej? Odpowiedzią jest wiedza. Każdy w pewnym momencie zwiększył swoją wiedzę, zwiększając w ten sposób swoje umiejętności i jest odpowiednio nagradzany. To, gdzie aktualnie jesteś finansowo, w dużej mierze zależy od ilości posiadanej wiedzy i umiejętności. Jeśli powodem, dla którego angażujesz się w branżę marketingu sieciowego, jest zwiększenie dochodów, słuszne jest założenie, że będziesz musiał również podnieść swoją wiedzę i umiejętności, tak samo jak pielęgniarka, która chce zostać lekarzem. Szkolenia, wsparcie i systemy rozwoju osobistego dostępne w marketingu sieciowym dostarczają wiedzy, która daje umiejętności niezbędne do budowania udanego biznesu marketingu sieciowego i zwiększania dochodów. Tak jak rozumiemy, że pielęgniarka nie może zostać lekarzem bez zdobycia niezbędnej wiedzy, ty również musisz zrozumieć, że nie możesz awansować finansowo tylko dlatego, że chcesz, bez zdobycia niezbędnej wiedzy. Niezrozumienie znaczenia tych systemów i zaniedbanie podłączenia się do nich tylko cię powstrzyma. Tak jak w tradycyjnym biznesie, gdzie trzeba zdobyć wiedzę, aby skutecznie prowadzić ten biznes, tak jest w biznesie marketingu sieciowego. Istnieje wiele różnych sposobów zdobywania wiedzy. Możesz sam się uczyć, możesz robić kursy, możesz dołączyć do grup biznesowych i możesz

prowadzić badania online. Wszystkie są wartościowe i każda ma swoje zalety. Nasza rada to połączenie ich wszystkich. Formuj wykształcone opinie, zwiększaj swoją „wartość” poprzez podnoszenie poziomu wiedzy.

#38 Znajdź sobie sprawdzonego trenera

Jeśli przyjrzyysz się niektórym z najbardziej utytułowanych ludzi zaangażowanych zarówno w sport, jak i w biznes, przekonasz się, że każdy z nich w dużym stopniu polega na trenerze lub mentorze. Większość z nich, mimo że udowodniła swój sukces, będzie nadal korzystać z coacha lub mentora przez cały okres swojej kariery. Jedną z wielkich korzyści marketingu sieciowego jest możliwość znalezienia trenera w Twojej sieci, który może pomóc Ci w budowaniu Twojego biznesu. Nie tylko pomogą Ci w rozwoju Twojej firmy, ale mogą być nieocenionym atutem w pomaganiu Ci w rozwoju osobistym i finansowym. Trener będzie kimś nad tobą w twojej linii bezpośredniej, kimś, kto ma żywotny interes w twoim sukcesie. Upewnij się, że znajdziesz kogoś, z kim możesz się utożsamić, kogoś, kto ma biegi na tablicy i chodzi na spacer, a nie tylko rozmawia. Zrozum, że trener, aby dać ci wymagany czas, będzie szukał kogoś, kto również idzie na spacer i aktywnie pracuje w swoim biznesie. Tak jak trener drużyny sportowej poświęci więcej czasu i wysiłku komuś zaangażowanemu, tak i trener biznesu. Bądź otwarty i szczery ze swoim trenerem, nie bój się dzielić wyzwań, z którymi możesz się zmierzyć. Pamiętaj, że Twój trener jest po to, aby pomóc Ci dotrzeć tam, gdzie chcesz; nie mogą tego zrobić, nie wiedząc, gdzie teraz jesteś. Upewnij się, że mówisz swojemu trenerowi, jak naprawdę jest, zamiast mówić to, co Twoim zdaniem chciałby usłyszeć. Ponadto posiadanie pomocy trenera w wyznaczaniu celów sprawia, że staje się on kimś, przed kim stajesz się odpowiedzialny za ich osiągnięcie. Dostęp do coacha lub mentora to ogromny atut w każdym biznesie. W tradycyjnym biznesie być może będziesz musiał zapłacić dużo pieniędzy za ten przywilej. W marketingu sieciowym masz dostęp do coachów i mentorów, którzy osiągnęli to, co chcesz osiągnąć, bezcenny zasób, a jednak jest on dostępny dla Ciebie za darmo. Wykorzystaj ten bezcenny atut tak szybko, jak to możliwe i przygotuj się do słuchania i uczenia się.

#39 Zostań dobrym uczniem i bądź otwarty na naukę

Rozpoczynając swój biznes w marketingu sieciowym, wniesiesz do niego umiejętności, wiedzę i doświadczenie, które zdobywałeś przez lata. Zakres tych umiejętności i wiedzy różni się znacznie w zależności od osoby, ale jedno jest pewne – jeśli nie byłeś wcześniej zaangażowany w marketing sieciowy, nie będziesz wiedział, jak zbudować udany biznes marketingu sieciowego. Mając to na uwadze, ważne jest, abyś był wystarczająco pokorny, aby odłożyć swoje ego na bok i zostać studentem biznesu. Powtarzając wskazówkę #36, dużym błędem, który popełnia wiele osób na początku, jest niepodłączenie się do dostępnego systemu wsparcia, ponieważ czują, że ich sukces w poprzednich przedsięwzięciach oznacza, że go nie potrzebują. Budujesz sieć innych ludzi z własnymi niezależnymi firmami, ludzi, którzy często zwracają się do Ciebie o wskazówki i porady. Im szybciej staniesz się dobrym uczniem i zdobędziesz niezbędną wiedzę, tym szybciej staniesz się dobrym nauczycielem. Doprowadzi to do szybszego rozwoju Twojej firmy niż w innym przypadku. Innym ważnym powodem, dla którego warto zostać dobrym uczniem swojego biznesu, jest udowodnienie, że wiedza równa się pewność siebie, pewność siebie równa się działanie, a działanie równa się rezultatom. Bez wystarczającej wiedzy ludzie nie będą działać z powodu braku zaufania do tego, co robią; kiedy działają, ich brak wiedzy prowadzi do mniej niż korzystnego rezultatu, co z kolei prowadzi do rozczarowania, co z kolei prowadzi do mniejszej aktywności. Stając się studentem biznesu, po pierwsze zyskasz wymaganą pewność siebie, a po drugie zobaczysz wymierne rezultaty, ponieważ dzięki posiadanej wiedzy jesteś znacznie bardziej efektywny. Stań się gąbką i wchłoń jak najwięcej informacji tak szybko, jak to możliwe. Bądź przygotowany na słuchanie tych, którzy mają biegi na desce i bądź na tyle pokorny, aby skorzystać z rad i wskazówek. Postaraj się postrzegać swój system wsparcia jako kurs uniwersytecki

pokazujący, jak zbudować udany biznes marketingu sieciowego. Tak jak każdy student musi uczęszczać na zwykły uniwersytet, aby dowiedzieć się o wybranej przez siebie karierze, tak samo musisz uczęszczać na swoją.

#40 Usystematyzuj swój biznes, gdziekolwiek możesz

Jedną z wielkich korzyści płynących z pracy w branży franczyzowej są systemy, które opracowali, aby wspierać swoich franczyzobiorców. Kiedy ktoś kupuje franczyzę, płaci głównie za prawo do zakupu sprawdzonego systemu, który działa. Marketing sieciowy również zapewnia tę korzyść. Systemy nośne leżą u podstaw sprawdzonego działania, udoskonalanego przez wiele lat. Systemy te dają możliwość zbudowania dużej sieci poprzez usystematyzowanie procesu i skrócenie czasu, który w przeciwnym razie trzeba by poświęcić na nauczanie i wspieranie członków sieci. Aby czerpać korzyści z usystematyzowania swojego biznesu, musisz najpierw podłączyć się do systemu wsparcia. Największym błędem, jaki możesz popełnić, jest zachowanie postawy, która mówi „zrobię to po swojemu”. Myślenie, że masz lepszy sposób niż system, jest receptą na katastrofę. Kiedy już zaszczepisz w swojej sieci poczucie, że jest w porządku robić rzeczy, które wykraczają poza wytyczne systemu, oni również zaczną robić rzeczy „po swojemu” i niedługo będziesz miał biznes, który nie jest usystematyzowany, sieć, która jest poza kontrolą, zdezorientowany, nie ma kierunku, jest rozdrobniony i niewiele osiąga. Czy możesz sobie wyobrazić, co by się stało z firmą taką jak McDonald's, gdyby pozwolili swoim franczyzobiorcom „robić to po swojemu”? Sukces McDonald's opiera się na jego systemach; jego największą atrakcją dla osób inwestujących we franczyzę jest sprawdzony system, który działa. Zrozum, że jedną z wielkich korzyści marketingu sieciowego jest możliwość zakupu sprawdzonego systemu i wykorzystania go we własnym biznesie i sieci. Im szybciej wyedukujesz swoją sieć w zakresie zalet systemu i im szybciej usystematyzujesz swój biznes, tym szybciej Twój biznes będzie się rozwijał i tym szybciej zrealizujesz swoje marzenia.

#41 Nie rozcieńczaj systemu

Systemy wsparcia w firmach marketingu sieciowego to sprawdzone procesy i procedury, których doskonalenie zajęło wiele lat. Na początku budowania firmy możesz nie w pełni rozumieć potęgę tych systemów lub dlaczego niektóre z nich są na swoim miejscu. Niebezpieczeństwo pojawia się, gdy zdecydujesz się „rozcieńczyć” system, promując w zespole tylko te aspekty, które uważasz za ważne. Może pojawić się nowe narzędzie, sprawowana funkcja, a nawet promowana pewna książka lub płyta CD, której, ponieważ nie zdajesz sobie sprawy z jej znaczenia, decydujesz się nie promować aktywnie w swoim zespole. To rozwadnia system. Było wiele przypadków, w których ludzie rozwadniali system w oparciu po prostu o niezdolność danej osoby do odniesienia się do określonych narzędzi, funkcji, produktów lub głośników. Zrozum również, że twoja sieć będzie składać się z różnych typów ludzi, z których nie wszyscy będą odnosić się do rzeczy, które uważasz za ważne, lub dostrzegać ich znaczenie. Innym niebezpieczeństwem nieodłącznie związanym z rozwadnianiem systemu jest wpływ, jaki może on mieć na zaufanie zespołu do Ciebie jako lidera. Dobrym tego przykładem z życia jest Laurie, który zdecydował się nie promować do swojego downline nowego narzędzia, które zostało mu promowane przez jego upline, ponieważ tak naprawdę nie miał z nim związku ani nie rozumiał jego wartości. Jednak niedługo później, na seminarium biznesowym dotyczącym systemów wsparcia, narzędzie to było bardzo mocno promowane, a wyniki innych, którzy już z niego korzystali, były bardzo widoczne. Oczywiście downline Laurie zakwestionowało, dlaczego nie powiedziano im o jego istnieniu. Efektem końcowym było poczucie nieufności wobec „czego jeszcze nie wiemy lub czego nie będziemy wiedzieć”. Miało to poważne konsekwencje dla zaufania kierownictwa w organizacji Laurie, którego naprawa zajęła dużo czasu. Twój system wsparcia jest specjalnie zaprojektowany, aby zaspokoić duży przekrój ludzi. Rozcieńczając go, zawężasz szansę, że inni będą odnosili się do ludzi takich jak ty. To, że nie odnosisz się do określonej książki, konkretnego mówcy lub konkretnego aspektu systemu, nie

oznacza, że nikt tego nie robi. Jeśli chcesz zbudować duży biznes związany z marketingiem sieciowym, nie rozładniaj systemu; utrzymuj ją w czystości i promuj jej zalety dla wszystkich.

#42 Zostań duplikatem, aby zwiększyć swój potencjał zarobkowy

Ogromną korzyścią marketingu sieciowego jest możliwość uzyskania dostępu do systemu, który został wypróbowany i przetestowany na przestrzeni czasu i daje sprawdzone wyniki. Budowanie udanego biznesu w marketingu sieciowym oznacza budowanie sieci ludzi, którzy sami rozwijają swój własny biznes i wszyscy stosują ten sam sprawdzony system. Dzięki temu rozwój Twojej firmy będzie znacznie większy, niż gdyby wszyscy zostali pozostawieni samym sobie. Największym błędem, jaki możesz popełnić, jest robienie rzeczy po swojemu, a nie w sposób systemowy. Ryzyko polega na tym, że możesz stać się tak dobry w tym, co robisz, że nikt inny nie może tego powtórzyć. To ostatecznie doprowadzi do tego, że będziesz jedyną osobą, która uzyska wyniki. Przekonasz się, że Twoja firma osiąga pewien poziom, który jest całkowicie zależny od Ciebie, a nie od lewarowanych wyników innych członków Twojego zespołu. Zaniedbując przestrzeganie systemu, utrudniasz innym członkom zespołu powielanie wyników, co ostatecznie spowalnia rozwój zespołu i Twojej firmy.

Dobrym przykładem jest Rod, który zdecydował, że nie będzie wykorzystywał już istniejącego systemu, aby ludzie mogli naśladować, prezentując swoją szansę innym. Uważał, że można to zrobić lepiej i „bardziej profesjonalnie”. Rod miał doświadczenie w sprzedaży i marketingu i opracował prezentację, która była tak zgrabna, że sponsorował dużą liczbę osób do swojego zespołu. Jedyny problem polegał na tym, że jego prezentacja była tak dopracowana, że nikt inny nie mógł tego zrobić tak dobrze, że w rezultacie nie mogli nikogo zasponsorować do swoich zespołów. Po kilku miesiącach Rod stwierdził, że jego organizacja się nie rozwija, ponieważ nikt nie mógł powiełać tego, co robił. Kluczem do rozwoju udanego biznesu w marketingu sieciowym jest bycie kimś, kogo inni członkowie Twojego zespołu mogą powiełać. Zawsze pamiętaj, że duplikowanie jest o wiele ważniejsze niż wprowadzanie innowacji.

#43 Użyj wszystkich dostępnych narzędzi

System wsparcia Twojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym będzie zawierał szereg narzędzi, które pomogą Ci w budowaniu Twojego biznesu. Rodzaj dostępnych narzędzi będzie się różnić w zależności od firmy, podobnie jak powiązane z nimi systemy wsparcia. Narzędzia mogą obejmować takie rzeczy, jak płyty audio CD, książki, płyty DVD oraz szereg broszur i materiałów wspierających sprzedaż. Opracowane przez wiele lat metodą prób i błędów narzędzia wsparcia są ogromnym atutem w budowaniu Twojego biznesu. Jako właściciel firmy ważne jest, abyś zapoznał się z dostępnymi narzędziami i sposobami ich używania. Handlowiec rozumie, że łatwiej jest wykonać pracę, jeśli ma odpowiednie narzędzia; to samo dotyczy Twojej firmy. Ten sam handlowiec rozumie również, że potrzebne będą pewne inwestycje, aby uzyskać potrzebne mu narzędzia, jeśli chce odnieść sukces w swojej firmie. Ty też będziesz musiał zainwestować w dostępne narzędzia. Nie popełnij błędu, próbując zmienić swój biznes; wszyscy odnoszący sukcesy właściciele firm wiedzą, że musisz wydawać pieniądze, aby zarabiać pieniądze. Doskonałym przykładem postrzegania zakupu narzędzi jako inwestycji, a nie kosztu, jest sytuacja Penny i Paula, pary, która zmagala się z problemami finansowymi, kiedy rozpoczynali swój biznes w marketingu sieciowym. Na początku próba znalezienia pieniędzy na zakup niezbędnych narzędzi była prawdziwą bitwą. Niemniej jednak uparli się, wiedząc, że jeśli chcą, aby ich firma działała, muszą zainwestować w narzędzia, które są im promowane przez ich upline. Na drugim roku Penny i Paul osiągnęli poziom w swoim biznesie, który oznaczał, że co miesiąc przychodził spory dochód. Co ważniejsze, przyznano im jednorazową premię za praktycznie każde narzędzie, seminarium i zbiornik paliwa do tego momentu.

Rozwijaj się

Wiele osób zaangażowanych w marketing sieciowy powie ci: „Nawet jeśli nigdy nie zarobię żadnych pieniędzy na mojej działalności związanej z marketingiem sieciowym, to, co osiągnąłem w samym rozwoju osobistym, było tego warte”. Środowisko marketingu sieciowego, zwłaszcza w ramach systemów wsparcia, zapewnia niezwykle korzyści zaangażowanym osobom. Ludzie, którzy noszą osobisty „bagaż” (w obszarach takich jak relacje, zdrowie, poczucie własnej wartości i pewność siebie) przekonują się, że czasami może to ich powstrzymać i negatywnie wpływać na sukces biznesowy, do którego dążą. Również dla wielu ludzi sukces nie polega tylko na sukcesie w biznesie. Coraz więcej osób zdaje sobie sprawę, że prawdziwy sukces bierze się z bardziej holistycznego podejścia, obejmującego wszystkie aspekty ich życia. W tej części omówiono szereg tematów, które pomogą Ci określić, czy masz jakiś bagaż, który może powstrzymać Cię przed osiągnięciem celu, jakim jest zbudowanie odnoszącego sukcesy biznesu marketingu sieciowego. Rozwiązanie tych problemów da Ci również możliwość osiągnięcia holistycznego sukcesu.

44 Wychodzenie ze strefy komfortu

#45 Pokonywanie lęków (a wszyscy je mamy)

#46 Sekretnym składnikiem jest motywacja

47 Ubierz się na sukces

#48 Budowanie relacji

49 Zachowanie zdrowia i sprawności to dobry interes

#50 Znalezienie tej nieuchwytniej równowagi

44 Wychodzenie ze strefy komfortu

Zaangażowanie się w marketing sieciowy będzie wymagało od Ciebie nauki i robienia rzeczy, których być może wcześniej nie robiłeś. Jak wszystkie nowe rzeczy, będzie to oznaczać wyjście ze strefy komfortu. Może to być dość trudne, ale może oznaczać różnicę między sukcesem a porażką. Rzeczywiście, aby odnieść sukces w jakimkolwiek przedsięwzięciu, trzeba wyjść ze swojej strefy komfortu – nie ogranicza się to tylko do marketingu sieciowego. Dość często Twój rozwój osobisty i sytuacja finansowa są wprost proporcjonalne do „wielkości” Twojej strefy komfortu; twój potencjał do rozwoju osobistego i finansowego zależy od twojej zdolności do ciągłego wychodzenia poza tę strefę. Przez „wychodzenie ze swojej strefy komfortu” rozumiemy po prostu robienie rzeczy, z którymi czujesz się nieswojo lub które stanowią wyzwanie. Kiedy robisz je wystarczająco często, stają się wygodne i tworzysz nową, powiększoną strefę komfortu. Ponieważ Twój rozwój osobisty i finanse są związane z tą strefą, za każdym razem, gdy wychodzisz poza nią i tworzysz nową, poszerzasz swój potencjał osobisty i finansowy. Jeśli stwierdzisz, że musisz wyjść poza swoją strefę komfortu, bądź podekscytowany — oznacza to, że rozwijasz się osobiście i robisz coś, na co większość ludzi nie jest gotowa. To znak zwycięzcy. Chociaż jest to trudne, musisz zrozumieć, że robiąc to, jesteś na dobrej drodze do osiągnięcia sukcesu.

#45 Pokonywanie lęków (a wszyscy je mamy)

Największą rzeczą powstrzymującą ludzi przed spełnieniem marzeń byłby strach. Strach może przybierać różne formy – w tym strach przed nieznanym, strach przed tym, co pomyślą ludzie, strach przed wymaganym działaniem, strach przed porażką, a nawet strach przed sukcesem. Niestety, wszyscy do pewnego stopnia cierpimy z powodu niektórych lub wszystkich tych lęków. Dobrą

wiadomością jest to, że odczuwanie strachu nie ogranicza się tylko do ciebie — wielu ludzi, których podziwiamy we wszystkich dziedzinach życia, na pewnym etapie musiało stawić czoła własnym lękom, zanim odniosło sukces. Bardzo niewielu ludzi osiągnęło sukces bez konieczności przezwyciężenia strachu; tym, co ich łączy, jest to, że w pewnym momencie postanowili nie pozwolić, by ich lęki ich powstrzymywały. Strach jest wrogiem sukcesu. Jeśli nie zajmiesz się tym, przejmie kontrolę nad twoim życiem. Najlepszą obroną przed strachem jest działanie. Działanie leczy strach. Czy kiedykolwiek zauważyłeś, że kiedy podejmujesz działania i robisz to, czego się boisz, strach często szybko mija: to, czego się obawialiśmy, okazuje się nie tak złe, jak myśleliśmy, że będzie. Niektóre z powszechnych obaw, z jakimi borykają się ludzie w marketingu sieciowym, to:

- strach przed telefonem (kontaktowanie się z ludźmi)
- strach przed odrzuceniem
- strach przed tym, co ludzie pomyślą
- strach przed zmianą
- strach przed porażką.

W większości przypadków strach wynika z percepcji, a nie z faktów lub fałszywych dowodów, które wydają się prawdziwe. Kiedy podejmuje się działania niezależnie od strachu, strach często szybko się zmniejsza, ponieważ teraz widzimy rzeczywistość, a nie percepcję. Wyzwanie polega na tym, że łatwiej to powiedzieć niż zrobić, ale zrozum, że jeśli chcesz osiągnąć swoje marzenia, musisz po pierwsze być szczerzy ze sobą i określić, jakie są twoje obawy, a po drugie, mimo wszystko podjąć działania. Większość ludzi, którzy osiągnęli sukces, to nie ludzie nadzwyczajni, to zwykli ludzie, którzy dokonali niezwykłych rzeczy. Decyzja o podjęciu działań w obliczu ich strachu jest jedną z takich niezwykłych rzeczy. Nie pozwól, aby strach powstrzymywał Cię przed budowaniem biznesu w marketingu sieciowym; zrozumieć, że to normalne, że się boisz. Podjęcie działań w celu przezwyciężenia tego odróżni cię od przeciętnej osoby, która pozwala, by strach ją kontrolował. Pierwszym krokiem do przezwyciężenia problemu jest rozpoznanie i szczerość wobec siebie w kwestii swoich obaw. Skorzystaj z tej sekcji, aby zanotować obawy, które według ciebie powstrzymują cię przed prowadzeniem firmy. Kiedy już je rozpoznasz, usiądź ze swoim trenerem lub zespołem wsparcia i otwarcie przedyskutuj każdy z nich. Lęki, które mnie powstrzymują:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

#46 Sekretnym składnikiem jest motywacja

Branża marketingu sieciowego może być bardzo motywującym środowiskiem, ale dla nowych w branży poziom motywacji może początkowo być nieco onieśmiałający. Częstym błędem jest przekonanie, że tak wysoki poziom motywacji ogranicza się do marketingu sieciowego. Każdy, kto był zaangażowany w światowy lub zawodowy sport, powie ci, że posiadanie silnego systemu motywacyjnego jest niezbędne do odniesienia sukcesu. Większość firm zajmujących się marketingiem sieciowym i związanych z nimi systemów wsparcia będzie silnie koncentrować się na narzędziach motywacyjnych — płytach CD, taśmach, seminariach, konferencjach i wiecach. Sieci mogą również obracać się wokół silnego

programu uznawania i nagradzania. Osoby, które nigdy nie były w takim środowisku, mogą mieć poczucie przytłoczenia, a czasem dość niekomfortowe. To normalne; z czasem dostrzeżesz znaczenie i zrozumiesz wartość motywacji. Wszyscy potrzebujemy motywacji. Normalnie zrobienie czegokolwiek wymaga, abyśmy byli zmotywowani, zanim zaczniemy działać. Nawet najmniejsze zadanie wymaga motywacji do jego wykonania; wstanie z krzesła, aby sięgnąć po napój z lodówki, jest inicjowane przez motywację do chłodnego, orzeźwiającego napoju, który ugasi pragnienie. Co ważne, im bardziej jesteśmy zmotywowani, tym szybciej będziemy działać. Istnieje nawet negatywna motywacja. Na przykład, gdyby zapytać przeciętnego człowieka, czy wolałby dziś iść do pracy, czy zostać w domu, większość odpowiedziałaby, że zostałaby w domu. Jeśli tak, to po co chodzą do pracy? Powodem jest negatywna motywacja. Motywuje ich kredyt hipoteczny, to, co powiedziałyby szef, utrzymanie pracy, płacenie rachunków – żadna z tych rzeczy nie jest zbyt inspirująca, ale wciąż jest motywacją. W zrozumieniu wysokiego poziomu motywacji w marketingu sieciowym ważna jest perspektywa. Poziom motywacji nie różni się i nie jest mniej ważny od tego, na co byłbyś narażony na cotygodniowym spotkaniu kierownictwa lub sesji podsumowującej przedstawicieli handlowych w świecie korporacyjnym lub w szatniach i obiektach treningowych profesjonalnego sportu. We wszystkich tych przypadkach poziom motywacji jest bardzo wysoki, ale jest uznawany za kluczowy element sukcesu tej korporacji lub drużyny sportowej. Stopień motywacji dostępny w marketingu sieciowym jest prawdziwym atutem. Na początku może ci się to wydawać trochę obce, ale szybko się przyzwyczaisz. Przyjmij to, wykorzystaj i wykorzystaj do rozwoju swojej firmy. Nie popełniaj typowego błędu początkujących, polegającego na unikaniu motywacji lub myśleniu, że sam jesteś wystarczająco zmotywowany. Mała motywacja, mało powodów do działania; wysoka motywacja, wysoka aktywność. Im większa aktywność i motywacja, która ją napędza, tym większy sukces odniesiesz. Motywacja jest po prostu paliwem napędzającym Twój biznes. Mając wybór, czy chcesz, aby Twoja firma napędzała paliwo do silników dwusuwowych czy do silników odrzutowych?

47 Ubierz się na sukces

Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym jest po prostu biznesem, więc pamiętaj, aby reprezentować ją w profesjonalny sposób, odpowiednio się ubierając. Nie oznacza to, że musisz spieszyć się i kupować najlepsze markowe ubrania i garnitury, ale oznacza to, że wyglądasz jak właściciel firmy. Wszyscy wiemy, jak ważne jest pierwsze wrażenie; mogą cię stworzyć lub złamać, szczególnie w biznesie. Dla mężczyzn – jeśli nie masz garnituru, po prostu spraw sobie ładne spodnie, koszulę i krawat, a jeśli to możliwe, dodaj pasującą sportową marynarkę. Nie musisz wydawać fortuny, ale to naprawdę zmieni Twój biznes i Twoje samopoczucie. Zawsze upewnij się, że twoje buty są czyste, a ubrania świeże i wyprasowane. Zwracaj uwagę na higienę osobistą – bądź gładko ogolony lub starannie przystrzyż brodę, uczesz włosy i zadbaj o świeży oddech. Dla kobiet – ubierz się odpowiednio i bądź konserwatywny. Kiedy prowadzisz interesy, chcesz, aby potencjalny klient koncentrował się na omawianym produkcie, a nie na Tobie. Staraj się unikać krótkich spódniczek i odstaniających bluzek; załóż odpowiedni strój biznesowy – spódnice do kolan lub długie spodnie są najlepsze – i dodaj pasującą marynarkę. Bądź zadbany, ale nie przesadnie. To nie jest konkurs mody, kiedy pracujesz w swoim biznesie, ale konkurs percepcji. Chcesz sprawiać wrażenie, że jesteś profesjonalnym biznesmenem, który wykazuje pewność siebie i bywa w różnych miejscach. Zawsze pamiętaj, percepcja jest rzeczywistością. Jeśli jesteś profesjonalistą z doświadczeniem w biznesie, znaczenie dobrego ubioru biznesowego nie będzie dla Ciebie nowością, ale wiele osób, które wchodzi do marketingu sieciowego, nigdy nie miało wykształcenia w zakresie ubioru biznesowego ani nie potrzebowało zrozumienia znaczenia ubioru dla odniesienia sukcesu. Bardzo ważne jest, abyś docenił ten aspekt swojej działalności; Jeśli to jest ci trochę obce, zasięgnij porady. I nie przejmuj się tym, co niektórzy z twoich znajomych mogą powiedzieć o tym, że jesteś „wystrojony”, jeśli jest to coś, czego wcześniej nie widzieli. Mogą poczynić pewne uwagi na początku, ale za kulisami będą potajemnie pod wrażeniem,

że podjąłeś wysiłek. Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym ma potencjał generowania setek tysięcy dolarów obrotu, w niektórych przypadkach milionów — czy ubierasz się tak, aby pasował do potencjału Twojej firmy i sprawiał wrażenie profesjonalnego właściciela firmy? Co sposób, w jaki się ubierasz, mówi innym o tym, jak postrzegasz swoją firmę?

#48 Budowanie relacji

Jeśli jesteście parą budującą razem biznes marketingu sieciowego, ważne jest, abyście nauczyli się pracować w zespole. Wspólne budowanie firmy może być ekscytujące i bardzo satysfakcjonujące, ale może być również wyzwaniem, jeśli nigdy wcześniej nie pracowaliście razem. Jeśli są jakieś problemy w związku, teraz jest czas, aby je rozwiązać. Konieczne jest nie tylko stworzenie lepszych relacji między wami podczas budowania firmy, ale ważne jest również, aby mieć dobre relacje po zbudowaniu firmy i spędzeniu więcej czasu razem. Dobre relacje sprawią, że będziesz znacznie bardziej efektywny, a Twoja firma będzie się rozwijać szybciej. Jak wyjaśnia wskazówka nr 56, „praca zespołowa sprawi, że marzenie zadziała”. Przykładem, który uwydatnia znaczenie relacji zawodowych męża i żony, jest sytuacja Mike'a i Melissy, którzy przed zaangażowaniem się w marketing sieciowy nigdy nie współpracowali ze sobą blisko. Mieli dobre relacje osobiste, ale niezależne kariery. Po dwunastu miesiącach aktywnego budowania biznesu marketingu sieciowego Mike i Melissa byli sfrustrowani brakiem wyników. Zorganizowali spotkanie z Jane, ich trenerką z pierwszej linii, aby określić, co ich powstrzymuje. Jane szybko zorientowała się, że problem polega nie tyle na tym, czego Mike i Melissa nie robią, ile na tym, jak sobie z tym radzą. Stało się oczywiste, że obaj mieli silną wolę i lubili robić rzeczy po swojemu. Tak naprawdę nie budowali swojego biznesu jako zespół, ponieważ dość często kłócili się o to, jak coś powinno być zrobione oraz gdzie i jak powinni prowadzić swój biznes. Rada, której udzieliła im Jane, była prosta: „Musicie to zebrać razem”. Po rozpoznaniu tego i pracy nad ich związkiem, biznes Mike'a i Melissy nabrał rozpędu. Budowanie lepszych relacji nie ogranicza się tylko do Ciebie i Twojego partnera; wiele osób dźwiga duży bagaż nierozwiązanych spraw i złych relacji z rodziną i przyjaciółmi. Jeśli tak jest w Twoim przypadku, podejmij decyzję o jak najszybszym rozpoczęciu budowania lepszych relacji ze wszystkimi wokół. Nie musi to być wstrząsająca zmiana z dnia na dzień, ale wyznacz sobie cel, aby rozpocząć i rozwijać je w miarę upływu czasu. W końcu poczujesz się znacznie lepiej o sobie i życiu w ogóle. Na rynku jest wiele doskonałych książek o związkach; Zrób sobie przysługę, odwiedź księgarnię i regularnie inwestuj w ten kluczowy element formuły sukcesu.

49 Zachowanie zdrowia i sprawności to dobry interes

Często mówi się, że nie jest dobrze być najbogatszą osobą na cmentarzu. Nie jest dobrze osiągać bogactwo, jeśli nie masz się wystarczająco dobrze lub, co gorsza, nie żyjesz, aby się nim cieszyć. Twoje zaangażowanie w marketing sieciowy otworzyło drzwi do potencjalnego bogactwa dzięki dodatnim przepływom pieniężnym i pozostałym dochodom generowanym przez Twoją firmę. Dzięki tej kombinacji możesz stworzyć nowy styl życia, co dla wielu osób oznacza więcej czasu na robienie tego, co sprawia im przyjemność. Ale dotarcie do tego punktu nie jest dobre, jeśli nie masz zdrowia ani sprawności, aby się nim cieszyć. Większość ludzi wie, czy ich poziom zdrowia i sprawności jest taki, jaki powinien być, a jeśli tak nie jest, uznaje, że powinni coś z tym zrobić. Dlaczego więc tak wielu ludzi nie robi więcej dla swojego zdrowia? Bardzo często dzieje się tak dlatego, że zbyt szybko próbowali wprowadzić zbyt wiele zdrowych zmian (na przykład zbyt długi trening na siłowni przy jednoczesnym poważnym ograniczeniu spożycia kalorii) i wszystko staje się zbyt trudne. Ich wysiłki są często krótkotrwałe. Poprawa stanu zdrowia niekoniecznie oznacza natychmiastowe radykalne zmiany, ale wymaga podjęcia działań i podjęcia działań. Poprawa zdrowia i kondycji nie oznacza, że musisz od razu biec na siłownię lub radykalnie zmienić swoje nawyki żywieniowe, jeśli nie jesteś typem, który to robi. Może to być tak proste, jak codzienny spacer i zmniejszenie ilości niezdrowej żywności, którą możesz

jeść. Z biegiem czasu powoli zwiększaj ilość ćwiczeń i zastępuj więcej złych pokarmów pokarmami, które są dla Ciebie lepsze. Zdrowie i kondycja są często związane z nawykami, a jeśli z biegiem czasu zmieniasz je powoli, istnieje większe prawdopodobieństwo, że staną się one częścią Twojego normalnego życia. Spróbuj zastosować długoterminowe podejście do poprawy zdrowia i kondycji, zamiast próbować szybkiej naprawy. W razie potrzeby ustal plan na następne dwanaście miesięcy, a nie na kolejne cztery tygodnie. Rób trochę każdego tygodnia i zwiększaj co miesiąc; w ciągu roku będziesz zdumiony wynikami i będzie to o wiele mniej bolesne niż próba zrobienia tego z dnia na dzień. Co więcej, rezultaty będą długotrwałe, ponieważ wyrobiłeś sobie lepsze nawyki. Dla większości ludzi budowanie biznesu marketingu sieciowego oznacza rozwijanie go równoległe z obecną pracą, karierą lub tradycyjnym biznesem. Praca nad kondycją oznacza dopasowanie czegoś innego do i tak już bardzo napiętego harmonogramu. To dodatkowe zobowiązanie może być trudne do podjęcia. Pamiętaj jednak, że poprawa zdrowia i kondycji będzie miała dodatkowe korzyści w postaci dodania Ci energii i zmniejszenia stresu, co z kolei pomoże Ci w budowaniu biznesu. Poczujesz się lepiej ze sobą i będziesz mieć bardziej holistyczne podejście do swojego życia. Co ważniejsze, kiedy zbudujesz swój biznes do poziomu, który odpowiada Twojemu stylowi życia, będziesz mieć zdrowie i kondycję, aby naprawdę cieszyć się czasem i pieniędzmi, które stworzyłeś dla siebie.

#50 Znalazienie tej nieuchwytej równowagi

Wiele osób w tradycyjnych firmach uważa dziś, że jest to przytłaczające. Zbudowanie i prowadzenie odnoszącego sukcesy biznesu wymaga wiele zaangażowania i wysiłku, a bardzo łatwo jest wpaść w pułapkę, w której biznes rządzi Twoim życiem, a Ty masz mało czasu na cokolwiek innego. Marketing sieciowy ma swój udział w ludziach, którzy pozwalają sobie wpaść w tę pułapkę. Twój biznes w marketingu sieciowym to ekscytująca okazja, która może przynieść wiele korzyści, zarówno finansowych, jak i osobistych, ale nie jest jedyną rzeczą w Twoim życiu. Budując firmę, upewnij się, że znajdujesz równowagę między budowaniem firmy a spędzaniem czasu z rodziną i przyjaciółmi, a także korzystaniem z zajęć rekreacyjnych. Poświęcając trochę czasu swojej firmie, po powrocie przekonasz się, że jesteś bardziej skoncentrowany, produktywny i podekscytowany. Nie wpadaj po prostu w rutynę, która stale przywiązuje Cię do Twojej firmy. Planując swój harmonogram, przydziel czas poza swoją firmą i upewnij się, że weźmiesz ten czas wolny. To nie musi być dużo, ale pod koniec każdego miesiąca zadaj sobie pytanie, czy to zrobiłeś. Zbyt często możesz dać się wciągnąć w swój biznes i staje się on wszechogarniający; zanim się zorientujesz, minęły miesiące, a Ty nie znalazłeś czasu na inne ważne aspekty swojego życia. Równowaga jest kluczem. Pamiętaj, że nie musisz rezygnować ze wszystkiego innego, aby prowadzić swój biznes; musisz dać swojej firmie wszystko, co masz, tylko wtedy, gdy w niej pracujesz. Jeśli potrzebujesz praktycznych porad, jak znaleźć lub utrzymać równowagę między biznesem a życiem prywatnym, 101 sposobów na prowadzenie firmy i życie popchnie Cię we właściwym kierunku i dostarczy 121 wskazówek, jak wygrać wojnę w równowadze.

To sieć ludzi

Budowanie biznesu marketingu sieciowego to budowanie sieci ludzi. Gdy znajdą się w sieci, ludzie będą kupować i sprzedawać produkty. Bez ludzi nic się nie dzieje. Dużą część czasu, który spędzisz w swojej firmie, poświęcisz na pracę z tymi ludźmi, aby pomóc im w budowaniu ich sieci, co z kolei rozszerzy Twoją sieć. Ścisłe współpracując z członkami swojego zespołu, będziesz dzielić ich marzenia i aspiracje, wzloty i upadki, triumfy i porażki, a przy okazji zawrzeć bliskie przyjaźnie na całe życie. W tej części podkreślono znaczenie marketingu sieciowego jako biznesu opartego na ludziach i wyjaśniono, co jest wymagane do stworzenia odnoszącego sukcesy zespołu.

#51 Chodzi bardziej o ludzi niż o produkt

#52 Rozwijaj swoje umiejętności interpersonalne

#53 Zrozumienie osobowości (nie wszystkie są takie same)

54 W odniesieniu do innych ludzi

55 Bądź liderem, którym chcesz być

#56 Praca zespołowa sprawia, że marzenie działa

57 Odwróć wzrok od siebie

#58 Wzmacnianie ludzi

#59 Daj przykład

60 Nie oczekuj, że inni zrobią to, na co nie jesteś przygotowany

61 Baw się dobrze

#62 Ludzie nie chcą „pracy”

#51 Chodzi bardziej o ludzi niż o produkt

Marketing sieciowy zasadniczo polega na budowaniu biznesu z innymi ludźmi, którzy chcą mieć możliwość poprawienia się finansowo i osiągnięcia swoich marzeń i celów. Ludzie, którzy angażują się w marketing sieciowy, robią to, ponieważ kupowanie i promowanie produktu dostępnego w sieci postrzegają jako sposób na realizację tych marzeń i celów. Większość osób, które zdecydują się do Ciebie dołączyć, zrobi to nie ze względu na produkt, ale ze względu na możliwość spełnienia swoich marzeń. Kiedy rozumieją, że mogą to zrobić, po prostu kupując produkty dostępne w sieci i używając ich samodzielnie lub sprzedając je innym, produkt zacznie się naturalnie poruszać. Jednym z twoich celów podczas budowania firmy powinno być poznanie marzeń i celów osób w twoim zespole oraz pomoc im w osiągnięciu tych celów. Robisz to, ucząc ich, jak znaleźć inne osoby, które chcą uczestniczyć z tego samego powodu, a następnie pomagając im znaleźć jeszcze więcej osób; z kolei rozwijasz większą sieć ludzi, którzy wspólnie kupują duże ilości produktów. Cytat „Jeśli to zbudujesz, oni przyjdą” jest bardzo prawdziwy w marketingu sieciowym, z pewnym zwrotem: „Jeśli zbudujesz ludzi, sprzedaż produktu przyjdzie”. Zawsze pamiętaj, że Twój biznes marketingu sieciowego to o wiele więcej o ludziach niż o produkcie; jeśli zbudujesz ludzi, objętość produktu będzie domyślnie budowana.

#52 Rozwijaj swoje umiejętności interpersonalne

Ponieważ Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym jest w dużej mierze biznesem opartym na ludziach, konieczne jest doskonalenie swoich umiejętności interpersonalnych. Niektórym przyjdzie to z łatwością, ale dla innych może to być trochę trudne. Tak czy inaczej, ważne jest, abyś zdawał sobie sprawę z potrzeby ciągłego rozwijania swoich umiejętności interpersonalnych, ponieważ będziesz regularnie pracować i obcować z ludźmi w Twojej sieci. Pierwszym sprawdzianem Twoich umiejętności interpersonalnych jest pierwsze spotkanie, na którym przedstawiasz swój pomysł innym. Ludzie podejmą decyzję o zaangażowaniu się nie tylko na podstawie akceptacji pomysłu, ale także na podstawie osobistej oceny ciebie. Jeśli brakuje Ci umiejętności interpersonalnych, możesz nawet nie ruszyć z biznesem z powodu ludzi, z jakiegokolwiek powodu, którzy Cię nie lubią lub nie są z Tobą związani. Rozwijanie umiejętności interpersonalnych nie jest trudne. W większości przypadków jest to po prostu kwestia bycia na tyle pokornym, aby zaakceptować, że nie jesteś doskonały i że musisz poprawić się w niektórych obszarach. Poprawa zwykle wiąże się z potrzebą słuchania, a nie mówienia, i szczerego zainteresowania ludźmi. Kiedy jesteś z kimś, bądź tam; kiedy z kimś rozmawiasz, pozostań

w kontakcie, nie pozwól myślom wędrować. Dobre umiejętności ludzi są ważną częścią budowania udanego biznes marketingu sieciowego. Bez względu na to, czy z natury dobrze radzisz sobie z ludźmi, czy nie, ważne jest, abyś nieustannie dążył do dalszego rozwoju i doskonalenia swoich umiejętności interpersonalnych. Jednym z największych mistrzów i orędowników nauki radzenia sobie z ludźmi był Dale Carnegie, który odegrał fundamentalną rolę w ustanowieniu ruchu badającego zachowanie i motywację. Jego słynna książka, Jak zdobyć przyjaciół i zjednać sobie ludzi, jest nadal uważana za wiodącą pracę dla każdego, kto chce poprawić swoje umiejętności interpersonalne. Chociaż została napisana około siedemdziesiąt lat temu, a tytuł może nie pasować do nas dzisiaj, zawarte w niej pragmatyczne wskazówki, sugestie i porady są równie aktualne dzisiaj, jak były wtedy. Im lepiej rozumiemy ludzkie zachowanie, tym lepiej rozumiemy siebie i tych, z którymi staramy się pracować i wchodzić w interakcje. Inwestowanie czasu, pieniędzy i energii w tę dziedzinę wiedzy zwróci się na każdym poziomie.

#53 Zrozumienie osobowości (nie wszystkie są takie same)

Twój zespół marketingu sieciowego będzie się składał z ludzi w różnym wieku, o różnym zawodzie, pochodzeniu i typie osobowości. Aby pomóc ci w kontaktach z ludźmi i doskonaleniu umiejętności interpersonalnych, naucz się rozpoznawać różne typy osobowości i jak najlepiej odnosić się do każdego z nich. Jedna lub dwie z wielu dostępnych książek na temat różnych typów osobowości byłyby cennymi narzędziami w budowaniu biznesu marketingu sieciowego. Szczególnie polecamy Personality Plus autorstwa Florence Littauer oraz specyficzną dla branży marketingu sieciowego książkę Sponsor with Style autorstwa Roberta A. Rohma. Zrozumienie różnych osobowości pomoże ci również lepiej zrozumieć współmałżonka, partnera, dzieci i współpracowników oraz dlaczego robią to, co robią, a co ważniejsze, dlaczego ty robisz to, co robisz i jak wpływa to na innych wokół ciebie. Zidentyfikowanie czyjegoś typu osobowości znacznie zwiększa twoją zdolność do nawiązywania relacji i pracy z tą osobą oraz może radykalnie zmniejszyć frustrację wynikającą z obcowania z kimś, kto ma osobowość zupełnie odmienną od twojej. W licznych książkach o osobowościach podaje się różne nazwy opisujące typy osobowości, ale zasadniczo istnieją cztery typy. Jest osoba bardzo zorganizowana, która jest dobra w szczegółach, osoba o silnej woli i postępową, osoba energiczna i towarzyska oraz osoba wyluzowana i spokojna. Niektórzy ludzie mogą wykazywać cechy wszystkich czterech typów, ale na ogół są silniejsi w jednym z nich. Nauczenie się rozpoznawania, z kim masz do czynienia, znacznie zwiększy twoją skuteczność w kontaktach z nimi. Na przykład, jeśli masz do czynienia z wysoce zorganizowaną osobą, zawsze upewnij się, że nie spóźnisz się na spotkania i zaakceptuj fakt, że będziesz musiał poświęcić dużo więcej czasu na omawianie z nią najdrobniejszych szczegółów. Osoba o silnej woli i odważna będzie chciała przejść od razu do sedna i próbować kontrolować rozmowę. Żywa i towarzyska osoba nie będzie dbała o szczegóły, w rzeczywistości szybko się nią zmęczy i będzie znacznie bardziej zainteresowana tym, jaką zabawę może mieć. A wyluzowana i spokojna osoba, cóż, po prostu pójdą z prądem. Słowo ostrzeżenia: identyfikacja typów osobowości nie polega na umieszczaniu ludzi w szufladzie i używaniu ich do wyjaśniania, dlaczego robią różne rzeczy, i nie oczekuje od nich, że zrobią coś innego. Zrozumienie osobowości jest doskonałym narzędziem do identyfikacji wrodzonych mocnych i słabych stron oraz do pracy nad ich ulepszeniem. Liczne kursy i programy zostały zaprojektowane w celu nauczania profilowania osobowości i sposobów jego wykorzystania. Wiele osób spędziło całe życie badając osobowość, rozumiejąc ją i definiując różne modele. Zrozumienie typów osobowości może pomóc nam wszystkim w lepszej interakcji z innymi ludźmi.

54 W odniesieniu do innych ludzi

Rynek, na którym próbujesz wystawić swoją firmę, jest zróżnicowany i składa się z różnych ludzi w różnym wieku, o różnych zainteresowaniach. Dlatego ważne jest, aby starać się nawiązać kontakt z jak największą liczbą osób. Aby to zrobić, może być konieczne wprowadzenie kilku zmian — takich jak

niepalenie przy ludziach, nie przeklinanie, nienadmierne picie, usunięcie nadmiernej biżuterii z twarzy lub zmiana nietypowego koloru włosów lub ubrania. Nie oznacza to, że musisz zrezygnować z któregośkolwiek z nich lub zmienić to, kim jesteś. Oznacza to po prostu, że jeśli budując swój biznes, chcesz nawiązać kontakt z jak największą liczbą ludzi, być może będziesz musiał dostosować się trochę do tego, czego ludzie zazwyczaj oczekują od kogoś w biznesie. Kiedy nie budujesz swojego biznesu, możesz wrócić do robienia tego, co lubisz. Próba zachowania pewnego stopnia indywidualności w zakresie wyglądu i zachowania niestety nie zaprowadzi cię zbyt daleko w budowaniu biznesu marketingu sieciowego; na rynku będzie tylko ograniczona liczba osób, które odnoszą się do twojej indywidualności. Rezygnacja z części tej indywidualności umożliwi ci dostęp do większej liczby osób, które będą się z tobą lepiej identyfikować. Ważne jest, abyś zrozumiał, że nie oznacza to, że musisz zmienić to, kim jesteś lub co robisz. Oznacza to po prostu, że kiedy prowadzisz interesy, zakładasz swój biznesowy wizerunek i zachowanie, aby przedstawiać profesjonalny wizerunek.

55 Bądź liderem, którym chcesz być

Kluczowym elementem w budowaniu biznesu marketingu sieciowego będzie przywództwo, które okazujesz innym członkom swojego zespołu. Budowanie biznesu marketingu sieciowego to budowanie sieci ludzi, z których wielu będzie szukać przywództwa u innych. Jeśli to możliwe, to przywództwo powinno pochodzić od ciebie. Jeśli nie możesz tego zapewnić, to w porządku, ponieważ jedną z wielu zalet marketingu sieciowego jest to, że przywództwo może być wspierane przez kogoś innego nad tobą w twojej organizacji. Zapewnienie przywództwa może być dla niektórych naturalne, podczas gdy dla innych może być onieśmielające. Jeśli wydaje ci się to onieśmielające, być może warto poświęcić trochę czasu na przezwycięzenie niepokoju. Przejęcie przywództwa nad zespołem jest bardzo satysfakcjonujące i zapewnia większe poczucie własności. Może to również oznaczać szybszy wzrost i wyniki dla Twojej firmy. Pamiętaj również, że przywództwo jest brane, a nie dawane; kiedy zaczniesz, najprawdopodobniej będzie ktoś nad tobą kierujący organizacją, który będzie to robił, dopóki nie obejmiesz przywództwa w swoim zespole. Nie oznacza to przewrotu przywództwa, ale naturalny transfer przywództwa z tej osoby na ciebie, gdy przejmujesz większą odpowiedzialność i odpowiedzialność za obopólnie korzystną zmianę. Ciekawym ćwiczeniem jest myślenie o szefie, którego miałeś w przeszłości i którego naprawdę lubiłeś. Co takiego było w tej osobie i jej stylu przywództwa, że podziwiałeś? Jak się czułeś, kiedy z nimi pracowałeś i co cię motywowało? Następnie pomyśl o szefie, którego nie lubiłeś, i zadaj sobie pytanie, czego tak naprawdę nie lubiłeś i jak się czułeś, kiedy dla niego pracowałeś. Refleksje na temat dobrego szefa często określają twoje poglądy na temat bycia liderem i tego, jak chcesz być postrzegany, podczas gdy zły szef określa cechy, których nie chcesz (oczywiście). Morał z tej historii jest następujący: być liderem naprawdę chcesz być. Pomyśl o sobie jako o tym liderze, z własnym stylem, wartościami i cechami, a ostatecznie takim liderem się staniesz.

#56 Praca zespołowa sprawia, że marzenie działa

Twój sukces w marketingu sieciowym w dużym stopniu zależy od tego, ilu innym osobom w Twoim zespole pomogłeś na drodze do sukcesu. Prawdziwy sukces w marketingu sieciowym to zasadniczo wysiłek zespołowy. Wiele dużych organizacji marketingu sieciowego na całym świecie zawdzięcza swój sukces wspianemu duchowi pracy zespołowej, który udało im się zaszczepić wśród swoich ludzi. Ludzie lubią być częścią zwycięskiego zespołu. Podnosząc ducha zespołu i wspierając wszystkich w sukcesach innych członków zespołu, możesz wywołać szal entuzjazmu i podniecenia. Marketing sieciowy tworzy silne przyjaźnie i jeszcze większe poczucie zaangażowania zespołu, jeśli jest odpowiednio pielęgnowany. Bycie indywidualistą zaprowadzi cię tylko do tej pory; możesz odnieść pewien sukces, ale twoja zdolność do zbudowania dużej organizacji będzie znacznie ograniczona. Ludzie uwielbiają być częścią czegoś większego niż oni sami, uwielbiają dzielić radość z sukcesu innych.

Nigdy nie zapominaj, że budujesz zespół - to zespół, a nie ty sam, będzie oznaczał różnicę w realizacji twoich marzeń i celów.

57 Odwróć wzrok od siebie

Podstawą sukcesu w marketingu sieciowym jest zasada, że sukces w realizacji swoich celów i marzeń osiąga się tylko wtedy, gdy pomagasz innym członkom swojego zespołu w realizacji ich celów i marzeń. Mając to na uwadze, najszybszym sposobem na osiągnięcie tego, czego chcesz, jest znalezienie jak największej liczby osób, które również mają cele i marzenia, a następnie odwrócenie wzroku od siebie i skupienie się na swoich ludziach oraz pomoc im w osiągnięciu ich celów. Dobrym tego przykładem są Rick i Rowena, którzy borykali się z rozpaczliwymi trudnościami finansowymi w czasie, gdy zaczęli przygodę z marketingiem sieciowym. Widzieli, że może to być odpowiedź na ich modlitwy, ale aby wydostać się z sytuacji, w której się znaleźli, musieliby szybko zbudować bardzo dużą organizację. Dobrze rozumiejąc, jak działa biznes, Rick i Rowena postanowili znaleźć pół tuzina innych par, które miały małe, krótkoterminowe cele. Gdyby mogli pomóc tym ludziom osiągnąć te cele, domyślnie osiągnęliby swoje. Mając to na uwadze, po prostu odwrócili od siebie wzrok i pracowali z innymi parami, pomagając im przez krótki czas osiągnąć swoje cele. Rick i Rowena nie tylko uznali, że pomoc tym parom była niezwykle satysfakcjonująca, ale także zaowocowała zbudowaniem dużej organizacji, w wyniku czego całkowicie zmienili swoją sytuację finansową. Miej świadomość, że wielu ludziom trudno początkowo zrozumieć „pomaganie innym”, ponieważ niestety w dzisiejszym świecie często zdarza się, że inni wykorzystują cię, zamiast ci pomagać. Na początku Twojej firmy może być trudno zrozumieć, dlaczego ktoś byłby gotów poświęcić tyle czasu i wysiłku, a w wielu przypadkach pieniędzy, aby pomóc Ci odnieść sukces. Wiele osób na początku jest podejrzliwych i czeka na „haczyk”; może być trudno zrozumieć koncepcję sytuacji, w której wszyscy wygrywają, w której pomaganie im w osiągnięciu sukcesu pomoże odnieść sukces tobie. Marketing sieciowy to świetna koncepcja w kontekście filozofii „odwróć wzrok od siebie i pomóż innym”. Ci, którzy wchodzą do branży bez tej filozofii, ludzie, którzy próbują wykorzystać innych, aby osiągnąć swój efekt końcowy, trwają tylko przez krótki czas. System szybko je odfiltrowuje.

#58 Wzmacnianie ludzi

W Twoim zespole znajdują się osoby, którym zabraknie pewności siebie i poczucia własnej wartości. Ci ludzie będą wymagać od ciebie dodatkowej uwagi, ciągłego przypominania im, że mogą to zrobić i że w nich wierzysz. Wielu z nich spędzi całe życie, słysząc, że nic nie osiągną, że nie mogą odnieść sukcesu, lub wierząc, że ponieśli porażkę. Ich zaangażowanie w marketing sieciowy oznacza, że nie są nieudacznikami; mogą odnieść sukces, ale trzeba będzie im o tym stale przypominać, aby wymazać stare zaprogramowanie. Wielu z tych, którzy zawodzą w marketingu sieciowym (oprócz omówionych wcześniej typów egocentrycznych) przybyło do branży z bagażem emocjonalnym i niestety nie zostaje na tyle długo, aby zaradzić negatywnemu programowaniu. Jeśli jesteś jednym z nich, podejmij decyzję tu i teraz, że nie pozwolisz, by wpływ innych rządził Twoim życiem. Jeśli znajdziesz w swoim zespole ludzi, którzy cierpią z powodu braku pewności siebie lub niskiej samooceny, musisz zrobić wszystko, co w Twojej mocy, aby wzmocnić ich autentyczną wiarą w nich; zapewnij im, że będziesz przy nich stać i sprawisz, że to się stanie. Nawet jeśli muszą to słyszeć częściej niż inni, miej świadomość, że wszyscy w twoim zespole będą musieli to słyszeć od czasu do czasu. Mówienie komuś, że w niego wierzysz, że wierzysz, że może to zrobić, nigdy nie jest stratą czasu. Wiele odnoszących sukcesy firm marketingu sieciowego opiera się na wierze innych. Wzmocnienie jest jednym z największych darów, jakie możesz dać drugiej osobie; Środowisko marketingu sieciowego jest doskonałym miejscem do dobrego wykorzystania uprawnień.

#59 Daj przykład

Najlepszym sposobem na szybkie zbudowanie firmy jest dawanie przykładu. Nie wpadaj w pułapkę promowania, jak dobra jest okazja lub jak dobre są produkty, jeśli obecnie nie jesteś aktywny w branży lub sam nie korzystasz z produktów. Jeśli firma marketingu sieciowego, z którą jesteś powiązany, lub jej system wsparcia, udostępnia narzędzia do budowania biznesu, takie jak książki, płyty CD lub seminaria, które pomagają rozwijać firmę, nie promuj ich wykorzystania, jeśli nie jesteś przygotowany do praktykowania tego, co głosisz. Ludzie w twoim zespole, zwłaszcza nowi, patrzą na ciebie jako na przykład – upewnij się, że go dajesz. Jeśli firma zajmująca się marketingiem sieciowym oferuje promocje lub zachęty, upewnij się, że to ty wyznaczasz tempo i prowadzisz z przodu. Jeśli Twoja organizacja ma program uznawania, upewnij się, że Twój zespół widzi, że zostałeś doceniony i idziesz naprzód. Dawanie przykładu wysyła wiadomość, że mówisz poważnie. Wzbudza również w zespole pewność, że to działa. Twój zespół zostanie zainspirowany, a to zaowocuje szybkim rozwojem. Ludzie uwielbiają być częścią zwycięskiego zespołu.

60 Nie oczekuj, że inni zrobią to, na co nie jesteś przygotowany

Kiedy trenujesz lub uczysz ludzi w swoim zespole o różnych aspektach budowania ich działalności w marketingu sieciowym, upewnij się, że nie każesz im robić czegoś, do czego sam nie jesteś przygotowany. Łatwo wpaść w tę pułapkę, ponieważ często wydaje się, że łatwiej jest zlecić to innym niż samemu, ale jest to bardzo niebezpieczne miejsce. Na przykład nie doradzaj i nie oczekuj, że ludzie będą robić takie rzeczy, jak szukanie nowych perspektyw, pokazywanie możliwości innym lub sprzedawanie produktów, jeśli z jakiegokolwiek powodu nie chcesz tego robić sam. Najlepszą nauką jest przykład. Ludzie nauczą się o wiele więcej od ciebie, dając przykład, niż z jakiegokolwiek teorii. Chociaż rada jest ważna, doradzanie komuś, jak coś zrobić, nigdy nie może konkurować z pokazaniem, jak to się robi. Oprócz tego istnieje niebezpieczeństwo utraty kontaktu z tym, co naprawdę należy zrobić, ponieważ minęło tak dużo czasu, odkąd sam to zrobiłeś, co często prowadzi do udzielenia niewłaściwej porady. Jeśli ktoś poprosi Cię o radę w jakimś aspekcie budowania biznesu, z którym sam się borykasz, skieruj go do kogoś, kto lepiej rozumie, co należy zrobić. Co ważniejsze, nie promuj innych tego, co jest potrzebne do zbudowania odnoszącego sukcesy biznesu w marketingu sieciowym, jeśli nie jesteś przygotowany, aby wyjść i zrobić to sam.

61 Baw się dobrze

Gdy rozwijasz swój zespół i zaczyna się on powiększać, zbyt łatwo może być tak zajęty i tak skoncentrowany, że zapomnisz zatrzymać się, by powąchać róże i trochę się zabawić. Nie tylko to, ale ludzie wokół ciebie, w twoim zespole i w twojej rodzinie, wkrótce zmęczą się ciągłym przebywaniem w bardzo sztywnym i biznesowym środowisku. Ludzie lubią dobrze się bawić i dobrze się bawić. Marketing sieciowy to bardzo pozytywne i podnoszące na duchu środowisko. Dobrze jest poświęcić trochę czasu i dobrze się bawić. W ramach budowania swojego biznesu planuj regularne spotkania towarzyskie ze swoim zespołem. Zrób coś niezwykłego, na przykład bal przebierańców lub wieczory ciekawostek. Organizuj grille z nimi i ich rodzinami, kolacje, weekendy, karaoke, cokolwiek; po prostu upewnij się, że regularnie robisz coś, co angażuje twój zespół i dobrze się bawi. Innym pomysłem jest organizowanie od czasu do czasu specjalnej promocji w swoim zespole, wyznaczając jakąś aktywność lub cel osiągnięcia, dzięki któremu osoby, które się zakwalifikują, wezmą udział w specjalnym wydarzeniu, które organizujesz. Może to obejmować czas z szanowanym liderem w Twojej linii, który zaoferował swój czas, aby Cię wesprzeć. Historia Jima i Jacqui, która podkreśla korzyści płynące z organizowania takich wydarzeń. Obaj weszli do marketingu sieciowego po długich karierach w bardzo sztywnym i dusznym świecie korporacyjnym. Podczas ich kariery nie było czasu na zabawę, a ich życie toczyło się bardzo szybko. Niestety, przenieśli te stare nawyki pracy do swojego biznesu marketingu sieciowego i chociaż odnieśli sukces w stworzeniu dużego zespołu, wkrótce zespół zaczął się starzeć i zniechęcać środowiskiem „cała praca i zero zabawy”. . Dostrzegając problem, ich trener up-line

zapropował awans dla członków zespołu. Wszyscy zakwalifikowani będą mogli wziąć udział w „rodzinnym zabawnym weekendzie”. W weekend nie wolno było omawiać żadnych spraw biznesowych i zorganizowano szereg zabawnych zajęć z podobnie myślącymi ludźmi. Weekend był również okazją do spędzenia czasu na płaszczyźnie towarzyskiej z szanowanym liderem i jego rodziną. Wyniki awansu były zdumiewające: Jim i Jacqui odnotowali ogromny wzrost obrotów, a ich zespół odzyskał energię. Od tego czasu Jim i Jacqui regularnie organizują podobne promocje i inne zabawne wydarzenia i oboje zgadzają się, że był to bardzo ważny element ich ciągłego sukcesu. Morał z tej porady jest prosty – zabawa jest dobra dla biznesu. Lubimy robić interesy z ludźmi, których lubimy i prawie wszyscy lubią się bawić! Włącz więc jak najwięcej do swojego codziennego życia i nigdy nie popełniaj błędu, myśląc, że zabawa jest nieprofesjonalna.

#62 Ludzie nie chcą „pracy”

Jedną z rzeczy, która przyciąga ludzi do marketingu sieciowego, jest perspektywa posiadania własnego biznesu, ucieczki od szefa, który mówi im, co mają robić. Budując swój zespół, zawsze pamiętaj, że składa się on z indywidualnych właścicieli firm, a ostatnią rzeczą, jakiej chcą od ciebie jako lidera, jest mówienie im, co mają robić. Ponieważ dołączają do ciebie, aby uciec od „pracy” i chcą poczuć poczucie własności i być częścią zespołu, musisz uważać, aby nie wpaść w pułapkę traktowania ich jak podwładnych, aby widzieć cię jako kolejnego szefa. Twoją rolą jest przewodzenie i wzmacnianie członków zespołu, a nie kierowanie nimi. Trzeba zadbać o to, by mieli poczucie zaangażowania w zespół, by zachowali własność własnego biznesu. Bycie mentorem lub trenerem swojego zespołu różni się od kierowania nim. Jako mentor i trener doradzasz i doradzasz swoim ludziom, ale pozostawiasz im podjęcie ostatecznej decyzji, co powinni zrobić.

Produkty i sprzedaż

Jeśli Twoim marzeniem było posiadanie własnej firmy, jakiś rodzaj produktu lub usługi musi być sprzedawany za pośrednictwem tej firmy, jeśli ma ona przynosić zyski. Ta sekcja koncentruje się na obszarze produktów i sprzedaży w ramach marketingu sieciowego oraz znaczeniu jak najlepszego wykorzystania tego aspektu Twojej firmy. Co ważniejsze, wzmacnia to przesłanie, że marketing sieciowy to także biznes i w rezultacie sprzedaż będzie zaangażowana.

#63 Dokładnie poznaj swoje produkty

#64 Bądź w 100% użytkownikiem własnych produktów

#65 Zapłać za produkty, których sam używasz

#66 Sprzedaż jest częścią każdego biznesu

#67 Trochę pomnożone przez wiele równa się dużo

#68 Wykorzystanie zysku ze sprzedaży detalicznej do budowy firmy

#63 Dokładnie poznaj swoje produkty

Konieczne jest, aby każdy właściciel firmy posiadał dobrą wiedzę i zrozumienie produktów lub usług dostarczanych przez tę firmę. Bycie w marketingu sieciowym nie jest niczym innym, jednak wiele osób zaangażowanych w branżę ma zbyt małe zrozumienie i wiedzę na temat produktów dostępnych za pośrednictwem firmy, z którą są powiązane. Aby Twoja firma marketingu sieciowego odniosła sukces, musisz po pierwsze uświadomić sobie, jakie produkty są dostępne, a po drugie edukować się w zakresie ich wykorzystania. Większość firm marketingu sieciowego, tych dobrych, ma silny dział zasobów

wspierających wiedzę o produktach. Może to mieć formę literatury, płyt CD, DVD i seminariów szkoleniowych dotyczących produktów. Niebezpieczeństwo wynikające z braku wiedzy o produkcie stanowi zagrożenie dla postrzeganej wiarygodności wśród tych, których chcesz wprowadzić do swojego zespołu, i tych, którzy już są jego częścią. Zrozumiałe jest, że jeśli zapytają Cię o jeden z produktów lub usług dostępnych w sieci, a Ty nic o tym nie wiesz, wpłynie to na Twoją wiarygodność. To samo dotyczy klienta, któremu próbujesz sprzedać swoje produkty. Czy możesz sobie wyobrazić, jak byś się czuł, gdybyś wszedł do sklepu detalicznego i nikt nie miał pojęcia o produkcie lub usłudze, którą byś zainteresowany zakupem? Czy miałbyś do czynienia z nimi ponownie w przyszłości? Jako właściciel firmy ważne jest, aby znać kluczowe cechy i zalety swoich produktów dla klientów oraz przewagę, jaką mają one nad podobnymi produktami na rynku. Musisz wierzyć w jakość i wartość swojego produktu, jeśli chcesz zainspirować innych do przyłączenia się do Twojej firmy i sprzedawania ich klientom.

#64 Bądź w 100% użytkownikiem własnych produktów

Gdybyś był rzeźnikiem, który prowadził własną firmę, nie poszedłbyś na ulicę, aby kupić mięso od kogoś innego. Co ważniejsze, nie chciałbyś, aby Twoi klienci widzieli, jak to robisz. Gdybyś był właścicielem sklepu z jedzeniem na wynos, nie poszedłbyś do sąsiada, aby kupić jedzenie na wynos, ani nie chciałbyś, aby klienci widzieli, jak idziesz obok. Oba przykłady wysłałyby wiadomość do innych, że nie wierzysz w swoją firmę lub jej produkt. Końcowym rezultatem byłoby biznesowe samobójstwo. Jeśli to, co jest dostępne za pośrednictwem Twojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym, to produkty lub usługi, z których zwykle korzystasz, musisz zawsze kupować je od siebie, a nie od konkurencji. Budowa skutecznego marketingu sieciowego polega na budowaniu zespołu ludzi, którzy cię kopiają. Jeśli nie używasz własnych produktów, ludzie w Twojej sieci uznają to za wiadomość, że tak naprawdę nie wierzysz w to, co robisz. Skopiują Twoją wiadomość i sami nie kupią produktu. Wystarczy, że zobaczą, jak używasz tylko jednego produktu konkurencji, nawet jeśli używasz wszystkich własnych produktów, aby zasiać ziarno wątpliwości. Liczba produktów dostępnych za pośrednictwem każdej z różnych firm marketingu sieciowego znacznie się różni. Niektóre mają bardzo ograniczoną, czasem specyficzną gamę produktów, podczas gdy linie produktów innych są bardzo zróżnicowane, prawie asortyment sklepu spożywczego. Niezależnie od tego, jaki asortyment jest dostępny za pośrednictwem firmy, z którą jesteś powiązany, jeśli zawiera on produkt, który normalnie kupiłbyś, pamiętaj, aby kupić go za pośrednictwem własnej firmy.

#65 Zapłać za produkty, których sam używasz

Jeśli przedmiot, którego potrzebujesz, jest dostępny w sklepie w pobliżu, nigdy nie poszedłbyś do tego sklepu, nie wziąłbyś go z półki i nie wyszedł bez płacenia. Jednak wiele osób prowadzących działalność w marketingu sieciowym zamawia produkt, którego potrzebują do użytku osobistego, za pośrednictwem swojej firmy, nie płacąc za to firmie. To jest to samo, co wyjście bez płacenia. Kupując produkty za pośrednictwem firmy zajmującej się marketingiem sieciowym do użytku osobistego, zawsze płac za nie ze swojego konta osobistego. Może się to wydawać zdroworozsądkowe, ale zdziwiłbyś się, ile osób zamawia i płaci za produkty do użytku osobistego ze swojego konta firmowego i nie zwraca pieniędzy na to konto. Efektem końcowym jest konto firmowe, które nigdy się nie zgadza, z którego zawsze wydaje się, że więcej pieniędzy wychodzi niż wpływa, co sprzyja negatywnemu nastawieniu, że „moja firma nie zarabia”. W większości firm marketingu sieciowego Twoja firma będzie kupować produkty po cenie hurtowej i sprzedawać po cenie detalicznej. Płacąc za produkty do użytku osobistego, zamiast po prostu zwrócić firmie cenę hurtową, możesz zdecydować się na zapłacenie ceny detalicznej, tak jak zrobiłbyś to, gdybyś kupił ten produkt w sklepie na końcu ulicy. Rezultatem jest dodatkowy zysk wchodzący do Twojej firmy, który możesz wykorzystać do dalszego rozwoju swojej firmy.

#66 Sprzedaż jest częścią każdego biznesu

Bycie w biznesie, jakimkolwiek biznesie, zawsze wiąże się z potrzebą sprzedaży. Wymagany poziom sprzedaży zależy od rodzaju działalności, ale możesz być pewien, że sprzedaż będzie zaangażowana. Bycie w biznesie to nie tylko sprzedaż produktów lub usług; w wielu przypadkach chodzi również o sprzedaż siebie i swojej firmy. Ludzie, którzy chcą zbudować biznes marketingu sieciowego, czasami spotykają się z obiekcjami, takimi jak: „Ale ja nie lubię sprzedawać”, „Nie uważam się za sprzedawcę” lub „Nie mam daru gadanina”. Jeśli jest to jedyny powód, dla którego decydujesz się nie wchodzić lub nie kontynuować budowania swojego biznesu marketingu sieciowego, to niefortunna rzeczywistość jest taka, że posiadanie własnego biznesu, jakiegokolwiek biznesu, może nie być dla ciebie. W zależności od firmy marketingu sieciowego, z którą jesteś powiązany, rodzaj i ilość wymaganej sprzedaży będą się różnić. W większości przypadków będziesz musiał sprzedawać produkty i sprzedawać koncepcję biznesową innym. W niektórych modelach biznesowych firm marketingu sieciowego biznes jest w dużej mierze napędzany przez właścicieli firm sprzedających produkty klientom detalicznie, podczas gdy inne opierają się na budowaniu wolumenu poprzez własny użytek osobisty i osobisty użytek innych osób w sieci, w połączeniu z niewielką kwotą sprzedaży detalicznej.

#67 Trochę pomnożone przez wiele równa się dużo

Jedną z największych zalet budowania biznesu marketingu sieciowego jest możliwość wykorzystania własnych wysiłków. Dla tych, dla których sprzedaż produktów jest wyzwaniem, dobrą wiadomością jest to, że nie musisz robić tak wiele w porównaniu z tym, co musiałbyś robić w tradycyjnym biznesie. Nawet jeśli możesz nauczyć się trochę sprzedawać i nauczyć innych robić to samo, ta niewielka ilość, którą robisz, pomnożona przez innych w twojej sieci, którzy robią to samo, daje dużo; w rzeczywistości może równać się wartości wielu dziesiątek tysięcy dolarów. Wolałbyś sam wyjść i sprzedawać produkty warte dziesiątki tysięcy dolarów, czy sprzedawać tylko niewielki procent tego wolumenu i wykorzystać siebie, aby uzyskać ten sam wynik? Ważne jest również, aby zrozumieć, że dźwignia w marketingu sieciowym jest osiągnięta przez innych w Twojej firmie, którzy Cię powielają. Innymi słowy, jeśli nie nauczysz się przenosić nawet niewielkiej ilości produktu poprzez sprzedaż, są szanse, że nie będziesz w stanie nauczyć tego innych i nie osiągniesz korzyści płynących z lewarowania. Powielanie siebie, nie sprzedając żadnego produktu, może ostatecznie do niczego nie doprowadzić; nic pomnożone przez wiele nadal nie równa się nic! Nie trzeba dodawać, że im więcej produktów możesz sprzedać, tym większa szansa, że inni powtórzą to, co robisz. Rezultatem jest znacznie większy wolumen biznesowy osiągnięty dzięki jeszcze większej dźwigni finansowej i powielaniu, ale przy mniejszej liczbie osób potrzebnych do osiągnięcia tego celu.

#68 Wykorzystanie zysku ze sprzedaży detalicznej do budowy firmy

Większość firm marketingu sieciowego zapewnia możliwość zakupu produktów, które dystrybuują po cenie hurtowej i sprzedaży po cenie detalicznej, generując w ten sposób zysk detaliczny oprócz wynagrodzenia dostępnego w ramach ich skali wynagrodzeń i premii. Oczywiście podczas budowania firmy będziesz musiał pokryć pewne koszty towarzyszące, takie jak materiały edukacyjne i motywacyjne, narzędzia do budowania biznesu i udział w seminariach, a także koszty dodatkowe, takie jak telefon, paliwo i inne koszty operacyjne małego biura domowego. Generowanie zysku detalicznego ze sprzedaży produktów jest doskonałym źródłem pokrycia tych wydatków. Zysk detaliczny dostępny ze sprzedaży produktów pomaga w finansowaniu budowy Twojej firmy, pokrywając część kosztów operacyjnych, a tym samym minimalizując obciążenie Twojego istniejącego konta bankowego. Może to znieść barierę napotykaną przez tradycyjnych właścicieli firm, gdy muszą zdecydować, czy stać ich na zakup tego lub uczęszczanie na tamto. Jeśli zbudujesz swój biznes we właściwy sposób, nigdy nie

będziesz musiał się martwić, czy to kupić, czy wziąć udział w tamtym, ponieważ Twoja firma może zapłacić za to z zysków detalicznych.

Poszukiwanie, kontaktowanie się i zapraszanie

„Prospecting” to termin używany w biznesie do opisanego procesu identyfikacji osób potencjalnie zainteresowanych tym, co oferuje Twoja firma. W marketingu sieciowym będą to osoby, które mogą być zainteresowane dołączeniem do Ciebie w biznesie lub zakupie produktu. Bieżące poszukiwanie jest niezbędnym elementem każdego biznesu. „Kontaktowanie się i zapraszanie” to proces kontaktowania się z osobami znajdującymi się na liście potencjalnych klientów i zapraszania ich do przyjrzenia się możliwości. Jest to kluczowa część Twojej firmy, ponieważ im większej liczbie osób możesz przedstawić okazję, tym większą masz szansę na znalezienie osób, które będą tak podekscytowane jak Ty. Ten aspekt może być bardzo onieśmielający dla tych z nas, którzy zmagają się ze strachem przed kontaktami z ludźmi i lękiem przed odrzuceniem. Ta sekcja koncentruje się na tworzeniu i utrzymywaniu listy potencjalnych klientów, którzy mogą dołączyć do Ciebie w biznesie i stać się częścią Twojego zespołu, abyś mógł rozwijać swoją sieć kontaktów. Przygląda się również procesowi kontaktowania się i zapraszania; lepsze zrozumienie tego procesu pomoże ci przezwyciężyć niektóre lęki, które możesz mieć.

#69 Sporządzanie listy potencjalnych klientów

70 Nigdy nie oceniaj książki po okładce

#71 Stale dodawaj do swojej listy

72 Poznaj ludzi, nie wychodź i nie poluj na ludzi

#73 Zapraszanie ludzi do przyjrzenia się Twojej firmie

74 Szukam obserwatorów

75 To zaproszenie, a nie wyjaśnienie

76 Nie próbuj przekonywać ludzi

#69 Sporządzanie listy potencjalnych klientów

Pierwszym krokiem w budowaniu biznesu marketingu sieciowego jest sporządzenie listy wszystkich osób, które znasz, do których możesz się zwrócić i poprosić o przyjrzenie się pomysłowi. To bardzo ważny krok, ale wiele osób nie poświęca na to czasu; nie robiąc tego, zaczynają źle. Jeśli chcesz zbudować odnoszący sukcesy biznes marketingu sieciowego, nie możesz lekceważyć znaczenia tego kroku. Rozumiejąc to, będziesz promować jego znaczenie dla swojego zespołu w miarę jego rozwoju. Siła tego powielania radykalnie zwiększy szybkość, z jaką rozwija się Twoja firma. Aby sporządzić listę, po prostu zapisz nazwiska wszystkich osób, które kiedykolwiek znałeś lub spotkałeś. Mogą to być członkowie rodziny, przyjaciele, koledzy z pracy, osoby, które znasz na co dzień. Nie muszą to być też aktualne kontakty; nieważne, że nie miałeś z nimi kontaktu od jakiegoś czasu - jeśli masz jakieś nazwisko, zapisz je. Większość firm marketingu sieciowego lub ich systemów wsparcia ma standardowy formularz, który pomoże ci przygotować listę, ale jeśli ich nie ma, możesz bardzo łatwo stworzyć własną. Tworząc tę listę, nie przejmuj się tym, kto może być zainteresowany, a kto nie; to duży błąd. Na tym etapie po prostu tworzysz listę wszystkich, których kiedykolwiek znałeś. Po prostu skoncentruj się na sporządzeniu listy bez odnoszenia jej do biznesu. Nie oszczędzając ludzi z góry, twój umysł „otworzy śluzę”, tak że za każdym razem, gdy dodasz nazwisko, pomoże ci to przypomnieć sobie inne. Jeśli

jesteście parą budującą biznes, poświęćcie trochę czasu na wspólną pracę nad listą; zrób burzę mózgów, wyciągnij stare listy mailingowe lub listy zaproszeń, jeśli je masz, stare książki telefoniczne, wszystko, co może pomóc ci odświeżyć pamięć. Lista, którą tworzysz, wyznacza fundamenty Twojego biznesu. Im więcej masz nazwisk, tym silniejszy będzie fundament i tym większy biznes, który można na nim zbudować.

70 Nigdy nie oceniaj książki po okładce

To zdumiewające, jak wielu ludzi, nawet po wyjaśnieniu znaczenia listy, otrzymuje tylko garstkę nazwisk. Powodem jest to, że osądzają ludzi z góry. Wstępna ocena polega na założeniu, że dana osoba nie będzie zainteresowana możliwością biznesową z następujących powodów: może być zbyt zajęta, i tak sobie radzi lub nie byłaby zainteresowana czymś takim. W niektórych przypadkach możesz ich nie dodawać, ponieważ boisz się, co pomyślą o twoim zaangażowaniu w marketing sieciowy. Osądzanie ludzi z góry jest czymś, czego musisz być świadomy; może prowadzić do utraty szans. Dobrym tego przykładem są Elise i Eddy, którzy zastanawiali się nad dodaniem do swojej listy Mirandy, z którą nie mieli kontaktu od jakiegoś czasu. Z góry ją ocenili – pewnie jest zadowolona z tego, co już robi, chyba nie byłaby zainteresowana, jest zbyt zajęta. Sześć miesięcy później, podczas lokalnego seminarium biznesowego marketingu sieciowego, w którym uczestniczyli Elise i Eddy, ta sama Miranda została doceniona na scenie za swoje osiągnięcia. Wprowadzona do marketingu sieciowego przez kogoś innego, Miranda tworzyła już pokaźny zespół, mimo że była zaangażowana tylko przez krótki czas. Miranda i jej mąż zbudowali bardzo udany i dochodowy biznes. Podczas rozmowy z nią po seminarium stało się dla Elise i Eddy'ego jasne, że żadne z ich przesądów na jej temat nie było słuszne; prawda była zupełnie odwrotna. Pamiętaj, że Twoja lista na tym etapie jest po prostu listą. Nie oznacza to, że będziesz kontaktować się ze wszystkimi osobami na nim, ale daje solidne podstawy do pracy. I zastanów się, jak byś się czuł, gdyby ktoś cię z góry osądził i nie dał ci szansy, którą masz teraz. Najważniejsze jest to, że masz świetną okazję do dzielenia się. Przynajmniej dać innym możliwość podjęcia własnej decyzji o zaangażowaniu się; nie decyduj za nich.

#71 Stale dodawaj do swojej listy

Ważnym punktem w budowaniu firmy jest ciągle dodawanie do listy. Czasami nazwisko, które początkowo przeoczyłeś, pojawi się w twojej głowie; pamiętaj, aby zapisać go gdzieś od razu, a następnie dodać do listy później. Nie polegaj na pamiętaniu tego; dziewięć razy na dziesięć zapomnisz. Poza tym to, że założyłeś firmę, nie oznacza, że przestałeś spotykać się z ludźmi. Gdy poznasz nowych ludzi, dodaj ich do swojej listy; niektórzy z nich mogą dołączyć do ciebie w twojej firmie. Zaletą ciągłego dodawania do listy jest to, że nigdy nie poczujesz, że Twoje perspektywy się wyczerpują. Problem z rozpoczęciem od małej listy i znalezieniem większości nazw zostanie wyeliminowanych, jest to, że zaczyna się panika: „Jak mogę zbudować biznes bez ludzi, z którymi można go dzielić?” Ważnym aspektem tworzenia i dodawania do listy jest zrozumienie, że ten krok jest taki sam, gdy prowadzisz tradycyjny biznes. Tradycyjne firmy polegają na liczbie potencjalnych klientów, które mogą wygenerować, liczbie osób, które mogą przejść przez drzwi, liczbie wpisów, które mogą opublikować i tak dalej. To jest ich „lista nazwisk” i wiedzą, że mają określony współczynnik konwersji od nazwisk do sprzedaży. Twój biznes marketingu sieciowego jest taki sam, biznes, i ty też z czasem będziesz miał pewien współczynnik konwersji nazw na sprzedaż. Jedno jest pewne – podobnie jak w tradycyjnym biznesie, jeśli nie masz nazwisk na początek lub nie dodajesz ich do swojej listy, szanse na udany biznes znacznie się zmniejszą.

72 Poznaj ludzi, nie wychodź i nie poluj na ludzi

Częstym nieporozumieniem dotyczącym dodawania do listy nazwisk jest przekonanie, że trzeba wyjść i „zdobyć ludzi”. Myśląc o tym, wstaniesz rano z celem dodania czegoś do swojej listy i wyruszysz na polowanie na ludzi. Efektem końcowym jest zwykle to, że wrócisz do domu bez osiągnięcia swojego celu i prawdopodobnie poczujesz się dość zestresowany całą tą męką. W rzeczywistości dodawanie do listy nie polega na polowaniu na ludzi, ale raczej na wykonywaniu codziennych czynności, jednocześnie starając się poznawać nowych ludzi. Oznacza to, że warto rozpocząć rozmowę, a w rezultacie poznać więcej osób. Nie musisz postrzegać każdej nowej osoby, którą spotykasz, jako potencjalnego klienta z wymalowanym strzałem w dziesiątkę na czole; po prostu naucz się rozmawiać łatwiej i zaprzyjaźnij się. Podczas rozmowy okazuj szczerze zainteresowanie i zadawaj pytania. Często używana formuła określana jest skrótem FORMA: Rodzina, Zawód, Rekreacja, Motywacja. Zadając pytania dotyczące tych tematów, możesz znaleźć osoby, które znajdują się w „strefie patrzenia”: osoby, które mogą być zainteresowane przyjrzeniem się temu, co robisz, jako rozwiązaniu problemu.

#73 Zapraszanie ludzi do przyjrzenia się Twojej firmie

Dobra, masz już rozwiniętą listę potencjalnych klientów. Następnym krokiem jest skontaktowanie się z nimi i zaproszenie ich do przyjrzenia się temu, co robisz, z myślą, że może to być coś, co również ich zainteresuje. Wiele firm marketingu sieciowego i ich systemów wsparcia ma sprawdzone metody i techniki kontaktowania się i zapraszania. Najlepszą rzeczą, jaką możesz zrobić, to dowiedzieć się, jakie są te techniki i po prostu je powielić. Twój trener lub mentor może również pomóc Ci zacząć. Bądź na tyle pokorny, aby stać się chętnym do nauki i słuchaj rad. Dobrą praktyką, której należy przestrzegać, gdy zaczynasz, jest po skontaktowaniu się z trzema potencjalnymi klientami zatrzymanie się i sprawdzenie postępów ze swoim trenerem. Jeśli nie osiągasz pożądaných rezultatów, sprawdź z trenerem swoją technikę podejścia; może istnieć bardzo prosty sposób na poprawę wyników. Daj sobie trochę czasu, aby wczuć się w bieg rzeczy; nie oczekuj, że będziesz ekspertem od samego początku, ponieważ możesz się rozczarować. Wszystkie te rzeczy, które zacząłeś w swoim życiu – nowa praca, sport czy hobby – nie spodziewałeś się, że od razu będziesz dobry, i tak samo jest z twoim nowym biznesem. Pamiętaj, praktyka czyni mistrza, a konsekwencja tworzy doskonałość.

74 Szukam obserwatorów

Każdy biznes, w tym marketing sieciowy, podlega uniwersalnemu prawu, zgodnie z którym „prowadzenie biznesu to gra liczbowa”. Im więcej pracujesz nad liczbami, tym większe masz szanse na wygraną. Każda firma, duża czy mała, rozumie, że nie wszyscy ludzie, którzy odwiedzają ich drzwi, zadają pytania, proszą o wycenę lub z którymi kontaktują się w celu pozyskania potencjalnych klientów, będą chcieli tego, co mają do zaoferowania. Ale rozumieją również, że jeśli zrobią wystarczająco dużo, znajdą ludzi, którzy chcą tego, co jest oferowane. Twój biznes marketingu sieciowego nie jest inny. Jeśli zrozumiesz od samego początku, że nie wszyscy będą chcieli tego, co masz do zaoferowania, nawet jeśli myślisz, że powinni, znacznie ułatwi ci to podróż. Dobra wiadomość jest taka, że jest wielu chętnych. Twoim zadaniem jest po prostu wyeliminowanie tych, którzy do ciebie dołączają, od tych, którzy tego nie robią. W dowolnym momencie 10 procent populacji aktywnie szuka zmiany w swoim życiu, z jakiegokolwiek powodu. Może to być brak pieniędzy, niezadowolenie z pracy, chęć posiadania własnego biznesu, troska o emeryturę – co tylko chcesz. To, co próbujesz osiągnąć, kontaktując się z ludźmi, to znaleźć tych, którzy znajdują się w strefie szukania. Mówiąc najprościej, szukasz podglądaczy. Zrozumienie tego bardzo ważnego punktu sprawi, że budowanie biznesu w marketingu sieciowym będzie o wiele przyjemniejsze i mniej stresujące. Wiele osób boryka się z dużą liczbą odrzuceń, które dostają, widząc w tym odzwierciedlenie przyszłego sukcesu firmy. Nie udało im się pojąć, że w biznesie, jakimkolwiek biznesie, zwykle dostajesz więcej „nie” niż „tak”. Na podstawie utworzonej listy nazwisk i osób, które do niej dodasz, znajdziesz odsetek osób znajdujących się w strefie wyszukiwania. Prawdopodobnie wyobrażasz sobie, że wiesz, kim mogą być, ale w wielu przypadkach

będziesz zaskoczony tym, kto jest, a kto nie patrzy. Pomaga rozwinąć nastawienie, że kontaktując się z ludźmi, oczekujesz jednej z dwóch odpowiedzi: tak lub nie. Myślenie w ten sposób oznacza, że za każdym razem, gdy nawiążesz kontakt, uzyskasz pomyślny wynik. Jeśli zaczniesz nawiązywać kontakt, oczekując, że wszyscy powiedzą „tak”, jest to fałszywe oczekiwanie, które może sprawić ci wiele przykrości. Twój biznes marketingu sieciowego opiera się na dźwigni i powielaniu. Jednak jego sukces w dużej mierze opiera się na twojej zdolności do uzyskania wystarczającej liczby „tak”, a następnie nauczaniu twojego „tak” tej samej zasady, aby mogli wyjść i uzyskać więcej „tak” i tak dalej. W dość krótkim czasie może to stać się bardzo dużą grupą bardzo podekscytowanych ludzi, którzy dążą do spełnienia swoich marzeń, po prostu uzyskując wiele „nie” i tylko tyle „tak”. Pamiętaj jednak, że uzyskanie wystarczającej liczby „tak” zawsze wiąże się z uzyskaniem znacznie większej liczby „nie”. Spójrzmy na „nie” w pozytywnym świetle — powiedzmy, że zbudowałeś swój biznes do poziomu odpowiadającego pasywnemu dochodowi w wysokości 200 000 USD rocznie, a po drodze miałeś 1000 „nie”. W ciągu dziesięciu lat dochód ten wynosi 2 000 000 USD, co oznacza, że każde z otrzymanych „nie” było faktycznie warte 2000 USD. Im więcej lat ma ten dochód lub im większy dochód, tym większa wartość „nie”. Oczywiście te liczby są zaokrąglone, aby ułatwić naśladowanie przykładu, ale miejmy nadzieję, że wyciągniesz z tego punkt, w którym możesz ekscytować się zarówno „nie”, jak i „tak”! Nie postrzegaj „nie” jako braku rezultatu lub straty czasu; postrzegaj je jako bardzo opłacalną inwestycję czasu podczas szukania obserwatorów.

75 To zaproszenie, a nie wyjaśnienie

Jednym z największych błędów, jakie ludzie popełniają, zapraszając kontakty do przyjrzenia się temu, co robią, jest próba wyjaśnienia im możliwości od razu. Ważne jest, aby o tym pamiętać - celem pierwszego kontaktu z kimś jest po prostu zaproszenie go do zobaczenia, co robisz. Nie próbuj tego teraz wyjaśniać. Oczywiście ludzie będą naturalnie ciekawi, kiedy się z nimi skontaktujesz i bez wątpienia zadają ci pytania – ale na razie się wstrzymaj. Powodem powstrzymywania się od odpowiedzi na ich pytania jest to, że gdy odpowiesz na jedno pytanie, zostaną zadane inne, tak że wkrótce będziesz próbował wyjaśnić cały pomysł. Rezultatem najczęściej jest to, że stracisz ludzi, ponieważ nie będą oni w stanie jasno dostrzec możliwości w całości; podejmą decyzję na podstawie niewielkiej ilości informacji, które zaoferowałeś, a nie całego obrazu. Najbardziej użyteczną techniką kontaktowania się z ludźmi jest często określana jako „podejście oparte na ciekawości”. Zamiast próbować wdawać się we wszystkie szczegóły, podczas kontaktu podaj tylko tyle informacji, aby osoba była ciekawa, czy chce dowiedzieć się więcej. Wielu nowicjuszy w marketingu sieciowym zmaga się z tym podejściem, postrzegając je jako w pewnym sensie oszukańcze lub nieuczciwe. Zrozum, że jest to normalna praktyka biznesowa szeroko stosowana w świecie biznesu, zarówno w marketingu sieciowym, jak i w tradycyjnym biznesie. Ludzie w biznesie rozumieją, że aby potencjalny klient postąpił właściwie, musisz szczegółowo wyjaśnić swój produkt lub usługę twarzą w twarz, w środowisku zarówno profesjonalnym, jak i biznesowym. Powodem, dla którego kontaktujesz się i zapraszasz ludzi, jest właśnie to. Pamiętaj też, że masz prawdziwą okazję do dzielenia się z ludźmi. Jeśli skontaktujesz się z nimi niewłaściwie i postanowią nie patrzeć, kto przegra? Mają, ponieważ nigdy nie dałeś im szansy, aby usiąść i zobaczyć okazję w pełni, aby mogli podjąć świadomą decyzję. Kiedy kontaktujesz się z ludźmi, zawsze pamiętaj, że jest to zaproszenie dla potencjalnego klienta do spotkania i dowiedzenia się więcej o tym, co masz do zaoferowania, a nie wyjaśnienie tego, co robisz.

76 Nie próbuj przekonywać ludzi

Zapraszając ludzi do przyjrzenia się temu, co robisz, zawsze pamiętaj, że szukasz tylko osób, które same czegoś szukają. Jeśli ktoś mówi, że nie jest zainteresowany, to proszę, nie próbuj go przekonywać, że jest inaczej. Większość piętna związanego z marketingiem sieciowym spowodowali ludzie, którzy po prostu nie wiedzą, jak przyjąć „nie” za odpowiedź, którzy uporczywie dręczą swoje kontakty w nadziei,

że ich zmęczą i zmieniają zdanie. Pamiętaj, kiedy kontaktujesz się z kimś, Twoim celem jest dowiedzieć się, czy jest on otwarty na spojrzenie, czy nie. Jeśli tak nie jest, misja zakończona — był to udany kontakt, ponieważ osiągnąłeś swój cel odpowiedzi tak lub nie. Niezależnie od tego, jak bardzo jesteś podekscytowany tą możliwością, zrozum, że nie wszyscy zobaczą ją w ten sam sposób. Jest to całkiem naturalne i nie odbija się na tobie. A także to, że ktoś jest teraz na „nie”, nie musi oznaczać, że będzie na „nie” na zawsze. W ciągu swojego życia ludzie mogą wchodzić i wychodzić z kilku stref szukania. Kiedy ktoś mówi, że nie jest zainteresowany, to dlatego, że jest zadowolony z tego, co robi w tej chwili i nie szuka czegoś innego. Mając to na uwadze, kiedy i jeśli przeniosą się do strefy szukania, ponieważ podszedłeś do nich po raz pierwszy w profesjonalny i rzeczowy sposób, będą znacznie bardziej skłonni do ponownego zobaczenia cię, ponieważ szanują sposób, w jaki sobie radzisz.

Przedstawianie swojej szansy innym

Skontaktowałeś się z potencjalnym klientem i zorganizowałeś czas na spotkanie; teraz nadszedł czas, aby przedstawić swój pomysł. Podobnie jak kontaktowanie się z potencjalnym klientem, może to być zniechęcające, jeśli nigdy wcześniej tego nie robiłeś. Jednocześnie może to być bardzo ekscytujące. Nie ma nic bardziej podnoszącego na duchu niż zobaczenie, jak iskra zapala się, gdy potencjalny klient zaczyna wykorzystywać okazję, aby zobaczyć, że może to być dla nich również sposób na spełnienie swoich marzeń. W tej sekcji omówiono podstawy udanej prezentacji.

77 To nie musi być idealne

78 Upewnij się, że oboje partnerzy są obecni

79 Zaprzyjaźnij się

80 Sprzedaj marzenie, a nie biznes

81 Nie cierpieć na szczegóły

82 Umów się na następne spotkanie

83 Pokonywanie obiekcji

84 Zastrzeżenia są czasami pytaniami w przebraniu

#85 Czy to sprzeciw czy wymówka?

86 Nauka pokonywania obiekcji

#87 Prowadzenie ludzi od obiekcji do rozpoczęcia

77 To nie musi być idealne

Zaprezentowanie swojej firmy innym oznacza po prostu zapoznanie się z nimi i szczegółowe wyjaśnienie koncepcji. Można to zrobić indywidualnie lub podczas spotkania w małej grupie w czyimś domu. Preferowana metoda może się różnić w zależności od firmy, aw niektórych przypadkach może nawet obejmować publiczne spotkania grupowe z zaproszonym mówcą prowadzącym prezentację. W większości przypadków będziesz musiał sam przeprowadzić określoną liczbę prezentacji, ponownie albo indywidualnie, albo na spotkaniach w małych grupach, najprawdopodobniej w domu potencjalnego klienta. Przeszkodą, z którą boryka się wiele osób, zwłaszcza perfekcjonistów, jest przekonanie, że muszą doprowadzić prezentację do perfekcji, zanim podzielą się nią z potencjalnymi klientami. Może to często skutkować zatrzymaniem Twojego biznesu, ponieważ nikomu nie pokazuje

się szansy, podczas gdy ty się wstrzymujesz, czekając, aż wszystko będzie dobrze, lub myśląc, że musisz znać wszystkie fakty i liczby, zanim zaczniesz. Wiele firm marketingu sieciowego lub ich systemów wsparcia będzie mieć sprawdzoną prezentację do naśladowania, która może być również wsparta materiałami prezentacyjnymi. Zawsze sprawdzaj, co jest dla Ciebie dostępne i korzystaj z prawdopodobnie wypróbowanej i skutecznej metody. Nie próbuj wymyślać koła na nowo ani nie poddawaj się impulsowi „zrobię to po swojemu” — podążaj za systemem, jeśli taki istnieje. Nie czekaj, aż uznasz, że znasz wszystkie odpowiedzi lub masz bardzo przeciwioną prezentację, po prostu zacznij. Najlepszym sposobem uczenia się jest działanie — i pamiętaj, że Twój potencjalny klient nie wie, co jest dobre, a co złe w Twojej prezentacji, więc nie musi być idealna.

78 Upewnij się, że oboje partnerzy są obecni

Jeśli przedstawiasz okazję parze, ważne jest, aby upewnić się, że oboje są obecni. Często przekonasz się, że jeśli pokażesz to tylko jednemu z nich, a oni będą podekscytowani, spróbują wyjaśnić to swojemu partnerowi, gdy cię nie będzie. W większości przypadków nie będą w stanie poprawnie tego wyjaśnić lub odpowiedzieć na pytania. Zwykły rezultat jest taki, że je tracisz, po prostu dlatego, że drugi partner sprzeciwił się czemuś, czego pierwszy nie potrafił jasno wyjaśnić. Dobrym przykładem znaczenia tego jest historia Louisy. Przedstawiła okazję Julii bez obecności męża Julii, Joe. Julia była bardzo podekscytowana tym pomysłem i zasygnalizowała Louisie, że się zaangażuje, chociaż chciała najpierw porozmawiać o tym z Joe. Niestety, kiedy próbowała to wyjaśnić, Joe zadał jej wiele pytań i poruszył pewne wątpliwości, na które nie była w stanie odpowiedzieć. Kiedy Louisa wróciła, Julia odpowiedziała: „Rozmawiałam o tym z mężem i zdecydowaliśmy, że nie będziemy tego robić”. Louisa była oczywiście rozczarowana, ale, żeby posypać solą ranę, kilka miesięcy później spotkała tę samą Julię i Joe na lokalnym seminarium marketingu sieciowego. Kolega z pracy pokazał Joemu tę możliwość i zdecydował, że od razu się dostaną. Co ciekawe, kiedy Julia powiedziała mu, że to ta sama okazja, którą próbowała mu wytłumaczyć wcześniej, Joe odpowiedział: „Cóż, to nie brzmiało tak, jak to, co widziałem”. Prawdopodobnie nie, ponieważ Julia nie była Louisą i nie znała wszystkich odpowiedzi. Warto wziąć pod uwagę jeszcze jedną rzecz: ponieważ oferta marketingu sieciowego, którą oferujesz, może potencjalnie mieć bardzo pozytywny wpływ na osoby, które się w nią angażują, zarówno pod względem finansowym, jak i osobistym, sprawiedliwa jest obecność obu partnerów tylko wtedy, gdy zaangażowana jest para. Kiedy nawiążesz kontakt i zaprosisz parę, podkreśl, jak ważne jest, aby oboje tam byli, i zorganizuj prezentację tak, aby jak najlepiej odpowiadała obojgu partnerom. Nigdy nie daj się przekonać osobie, z którą się kontaktujesz, że wystarczy zobaczyć jedną z nich; badania wykazały, że gdy tak się dzieje, odsetek osób decydujących się na zaangażowanie drastycznie spada.

79 Zaprzyjaj się

Jeśli osoby, które przedstawiasz, zdecydują się dołączyć do Ciebie w biznesie, Twoja współpraca z nimi może być długa i bliska. Mając to na uwadze, zacznij budować relacje, zanim przejdziesz do prezentacji. Poświęć trochę czasu, aby ich poznać, okaż szczerą zainteresowanie i zadawaj pytania. Szukaj w domu rzeczy, które mogą wskazywać na zainteresowanie sportem lub hobby i zadawaj pytania na ten temat. Na przykład wiele rodzinnych zdjęć na ścianie prawdopodobnie wskazuje, że są oni bardzo zorientowani na rodzinę. Słowo ostrzeżenia: nie bądź fałszywy. Ludzie są bardzo spostrzegawczy i dziś są bardzo świadomi typowego stylu „sprzedaży”. Zawsze pamiętaj: „ludzi nie obchodzi, ile wiesz, dopóki nie wiedzą, jak bardzo ci zależy”. Poświęcając trochę czasu na lepsze poznanie swoich kontaktów, przekonasz się, że będą one znacznie bardziej zrelaksowane i mniej defensywne, gdy przejdziesz do prezentacji. Przekonasz się również, że będą znacznie bardziej otwarci na rozmowę o swoich marzeniach i celach, co jest bardzo ważne dla prezentacji. Twój biznes marketingu sieciowego to biznes ludzi. Jeśli chcesz zbudować odnoszący sukcesy biznes, musisz mieć szczerą zainteresowanie i budować relacje ze swoimi ludźmi, a wszystko zaczyna się od pierwszej prezentacji.

80 Sprzedaj marzenie, a nie biznes

Bardzo częstym błędem popełnianym podczas prezentacji jest poświęcanie większej jej części na logikę biznesową, na fakty i liczby, na to, dlaczego to taki świetny pomysł. Chociaż ważne, to nie są powody, dla których większość ludzi się angażuje. Decyzja ma zwykle charakter emocjonalny i jest odpowiedzią na to, co widzą, że mogą uzyskać dzięki możliwości, niekoniecznie samej możliwości. Dla wielu osób Twoja prezentacja daje szansę na osiągnięcie marzeń lub celów, których ich zdaniem nie da się osiągnąć za pomocą tego, co obecnie robią. Zadaj sobie pytanie, co było siłą napędową Twojej decyzji o zaangażowaniu się. Czy była to logika biznesu, czy emocje związane ze spełnieniem marzenia? Większość czasu na prezentację należy poświęcić na próbę dowiedzenia się, co potencjalny klient chciałby osiągnąć poza tym, czym aktualnie się zajmuje. Twoim celem powinno być odkrycie, jakie są ich marzenia, a następnie rozmowa o tym, w jaki sposób biznes w marketingu sieciowym może pomóc im je zrealizować. Przedstawienie możliwości nie polega na sprzedaży koncepcji biznesowej, ale na pokazaniu potencjalnemu klientowi, że biznes jest narzędziem, które można wykorzystać do spełnienia jego marzeń. To bardziej sesja budowania marzeń niż wyjaśnienia biznesowe. Jeśli skończysz prezentację, nie wiedząc, jakie są marzenia potencjalnego klienta, to dobra wskazówka, że poświęciłeś zbyt dużo czasu na wyjaśnianie i sprzedawanie firmy, a nie na marzenie. Ci, którzy tworzą największe organizacje w ramach marketingu sieciowego, robią to, rozumiejąc znaczenie marzenia; często są największymi budowniczymi marzeń. Pomogli swoim ludziom zidentyfikować ich marzenia, a następnie stale im przypominali i pomogli im je osiągnąć. Zawsze pamiętaj, że biznes to po prostu pojazd; sen jest tym, co go napędza; i jak każdy pojazd, bez względu na to, jak dobry jest, bez paliwa nigdzie się nie wybiera.

81 Nie cierpieć na szczegóły

Podczas prezentacji nie wpadnij w pułapkę wdawania się w zbyt wiele szczegółów, zwłaszcza w informacje, których potencjalny klient nie musi teraz znać. Podczas pierwszej prezentacji potencjalny klient musi po prostu wiedzieć wystarczająco dużo, aby zaspokoić swoje zainteresowanie. Czasami łatwo jest dać się ponieść emocjom i zacząć opowiadać im wszystko o każdym aspekcie biznesu – wkrótce Twój potencjalny klient będzie tym wszystkim przytłoczony. To, co większość potencjalnych klientów musi wiedzieć, wystarczy, aby przejść do następnego etapu, w którym będą mieli kilka pytań, zanim zaczną. Podczas prezentacji potencjalnemu klientowi, który jest bardzo zainteresowany i podekscytowany, łatwo popełnić błąd i samemu dać się ponieść emocjom, zamiast zatrzymać się na tym etapie. Prezenter widzi entuzjazm okazywany przez prospekta jako znak, by powiedzieć mu więcej, błędnie myśląc, że wywoła to jeszcze większe podniecenie. W rzeczywistości będzie odwrotnie, perspektywa straci zainteresowanie z powodu nadmiaru informacji. Podczas prezentacji dobrą praktyką jest ciągle zadawanie sobie pytania: „Czy ta osoba naprawdę musi już to wiedzieć?”. W większości przypadków odpowiedź będzie brzmiała „nie”. Wyrobienie w sobie tego nawyku bardzo ci pomoże, zwłaszcza na początku, w uniknięciu przytłaczania potencjalnych klientów nieistotnymi informacjami.

82 Umów się na następne spotkanie

Kiedy skończysz prezentację i potencjalny klient okaże zainteresowanie, zorganizuj z nim następne spotkanie. Zawsze miej przy sobie swój pamiętnik, abyś mógł go uporządkować w dowolnym miejscu. Spróbuj wrócić do nich w ciągu najbliższych 48 godzin, jeśli to możliwe. Przekonasz się, że entuzjazm i zainteresowanie ludzi zaczną słabnąć po tym czasie. Jeśli masz dodatkowe materiały, zostaw je u nich; pomoże to w utrzymaniu ich zainteresowania. To bardzo ważny krok w tym procesie; w całym tym zamieszaniu łatwo jest wyjść bez umawiania się na następne spotkanie. Czasami może się zdarzyć, że możesz poczuć się tak, jakbyś „gonił” potencjalnego klienta, kiedy dzwonisz, aby ponownie się spotkać.

Staraj się pamiętać, aby „rezerwować spotkanie ze spotkaniem”, co oznacza po prostu, że przed opuszczeniem bieżącego spotkania rezerwujesz następne. Twój potencjalni klienci również będą szanować to profesjonalne i zorganizowane podejście.

83 Pokonywanie obiekcji

Przedstawiając jakąkolwiek ideę w jakimkolwiek kontekście, zawsze spotkasz się z okazjonalnym sprzeciwem. W biznesie, każdym biznesie, jest to jeszcze bardziej powszechne. Marketing sieciowy nie jest inny, a podczas budowania firmy przekonasz się, że dość często pojawia się szereg powszechnych obiekcji. Zastrzeżenia mogą się różnić w zależności od typu firmy marketingu sieciowego, z którą jesteś powiązany, ale z biegiem czasu zobaczysz regularny wzorzec zastrzeżeń specyficznych dla tego, co proponujesz. Dobrą wiadomością jest to, że zwykle są one ograniczone do około pół tuzina. Dobrą wiadomością jest to, że obiekcje niekoniecznie są negatywne, w rzeczywistości mogą być całkiem pozytywne. Budując swój biznes, ważne jest, aby nie dopuścić do tego, by obiekcje wpłynęły na Twoje nastawienie. Zamiast tego naucz się identyfikować obiekcje, co tak naprawdę oznaczają i jak zamienić je w możliwości. Na końcu tej sekcji znajduje się strona, na której możesz zanotować najczęstsze obiekcje, jakie napotkasz podczas przedstawiania swojego pomysłu innym. Zanotuj pod każdym z nich odpowiedź, która Twoim zdaniem jest dla Ciebie najlepsza lub którą polecił Ci trener. Następnie możesz użyć tej strony jako punktu odniesienia, aby wrócić i przejrzeć najlepsze odpowiedzi na najczęstsze zastrzeżenia.

84 Zastrzeżenia są czasami pytaniami w przebraniu

Niektóre zastrzeżenia, które napotkasz, mogą obejmować: Chyba nie mam czasu; Nie sądzę, żebym mógł robić to, co ty; Nie sądzę, żebym znał kogoś zainteresowanego; i tak dalej. Czasami obiekcje są w rzeczywistości pytaniami w przebraniu, a potencjalny klient tak naprawdę mówi: „Jestem zainteresowany, ale chyba nie mam czasu – czy możesz mi powiedzieć, że to nie problem?”. Dowiedz się, czy sprzeciw jest autentyczny i w rezultacie twój potencjalny klient mówi „nie” pomysłowi, czy też jest to pytanie w przebraniu, a twój potencjalny klient mówi „tak”, jeśli masz pozytywną odpowiedź. Jedynym sposobem, aby to ustalić, jest zapytanie. Dobry sposób robienie tego jest równoznaczny z pytaniem: „Jeśli mogę pomóc ci to przewyciężyć, czy byłbyś zainteresowany rozpoczęciem?” Ich odpowiedź pomoże ci dowiedzieć się, co robić dalej. Bez pytania nigdy nie dowiesz się, czy jest to autentyczny sprzeciw, czy pytanie w przebraniu, które utrudnia pomyslną prezentację.

#85 Czy to sprzeciw czy wymówka?

Niektórym osobom może być trudno po prostu odmówić, gdy nie są zainteresowani możliwością. Aby uniknąć odmowy, użyj sprzeciwu jako wymówki. Końcowy rezultat „sprzeciwu” jest taki sam, jak w przypadku prawdziwego sprzeciwu: jest to „nie”. Niemniej jednak ważne jest, aby zdawać sobie sprawę z różnicy między nimi, aby lepiej zrozumieć powody decyzji ludzi. Aby ustalić prawdziwy powód sprzeciwu, jeszcze raz zadaj pytanie: „Gdybym mógł ci pomóc to przewyciężyć, czy byłbyś zainteresowany rozpoczęciem?” Odpowiedź pomoże ci zdecydować, co dalej; jeśli ich odpowiedź brzmi „nie”, sprzeciw jest albo prawdziwy, albo usprawiedliwiony. Tak czy inaczej, nie będą zaczynać z tobą.

86 Nauka pokonywania obiekcji

Pokonywanie obiekcji to umiejętność, której można się nauczyć. Niektórym przychodzi to łatwo, innym może zająć trochę czasu. W obu przypadkach najlepszym posunięciem, jakie możesz zrobić, jest posiadanie trenera lub mentora w swojej linii, do którego możesz zwrócić się o poradę. Twój trener lub mentor jest Twoim najlepszym źródłem uczenia się pokonywania obiekcji, ponieważ „byli tam i robili to” i „słyszeli to wszystko wcześniej”. Nie popełniaj błędów polegających na ciągłym spotykaniu się z

tymi samymi obiekcjami – wpływającymi na Twój wskaźnik sukcesu – bez proszenia trenera lub mentora o pomoc. Ważne jest, aby odłożyć na bok wszelką dumę lub ego, jeśli chodzi o naukę pokonywania obiekcji. Zostań studentem i aktywnie szukaj pomocy, gdzie tylko możesz. Na szczęście obiekcje zgłaszane przez większość ludzi są dość przewidywalne i jest ich zaledwie kilka, więc trzeba nauczyć się je przewycięzać. Z biegiem czasu opracujesz arsenał odpowiedzi na powszechne i niezbyt częste obiekcje.

#87 Prowadzenie ludzi od obiekcji do rozpoczęcia

Dość często ludzie, którzy są zainteresowani tym, co oferujesz, powiedzą ci o tym poprzez mowę ciała lub pytania, zamiast otwarcie mówić: „Zaczynamy”. Ponieważ tak naprawdę mówią „tak”, ale czekają, aż ich poprowadzisz, ważne jest, abyś rozpoznał te „sygnały kupna”. To nie jest trudne, w większości przypadków intuicyjnie zareagujesz na wrażenie, że te osoby są zainteresowane. Kiedy tak się stanie, poprowadź ich do rozpoczęcia, przechodząc do następnego etapu procesu, takiego jak załatwienie formalności, utworzenie listy imion lub zorganizowanie spotkania z przyjaciółmi. Pamiętaj, twoi potencjalni klienci nie wiedzą, jaki jest następny krok; polegają na tobie, że ich poprowadzisz. Wstrzymywanie się w tym momencie, ponieważ uważasz, że zasugerowanie czegoś potencjalnemu klientowi jest zbyt natarczywe, jest błędem. W rzeczywistości potencjalny klient czeka, a nawet ma nadzieję na sugestię. Historia, która to podkreśla, dotyczy Briana. Pokazał okazję Gail, która zareagowała z dużym zainteresowaniem. Pod koniec spotkania Brian zostawił Gail kilka informacji i zorganizował spotkanie za kilka dni. Na tym spotkaniu Gail nadal wydawała się bardzo zainteresowana i miała więcej pytań. Brian znowu zostawił ją z informacjami i zorganizował spotkanie za kilka dni. To zdarzyło się jeszcze dwa razy. Kiedy Brian spotykał się ze swoim trenerem z wyższej półki, wspominał Gail o swoich postępach lub ich braku. Zaskoczony tą historią trener Briana zasugerował, aby przyszedł na następne zaplanowane spotkanie. Pozostałe pytania Gail zostały szybko wyjaśnione, a trener, wyczuwając jej zainteresowanie, po prostu poprowadził ją do rozpoczęcia i wykonania papierkowej roboty. Najważniejszym elementem tej historii jest to, co wydarzyło się później: po skończeniu papierkowej roboty Gail odłożyła długopis i powiedziała: „Dzięki Bogu, chciałam to zrobić od dwóch tygodni”. aby zacząć ponownie podczas pierwszej wizyty kontrolnej. Kiedy Brian zasugerował, żeby zostawiła jej więcej informacji, założyła, że to musi być następny krok i tak dalej. Zrozum, że kierujesz ludźmi, a nie popychasz ich; ludzie nie mogą być prowadzeni, jeśli tego nie chcą, a jeśli źle zinterpretowałeś sygnał kupna, powiedzą ci. W marketingu sieciowym można znaleźć niezliczone historie ludzi takich jak Gail, którzy chcą zacząć, ale są sfrustrowani ludźmi takimi jak Brian, którzy uważają, że potrzebują więcej czasu, aby to przemyśleć lub potrzebują więcej informacji. Ludzie często będą polegać na tobie, abyś poprowadził ich do rozpoczęcia w oparciu o ich sygnały zakupowe, zamiast mówić to otwarcie. Jeśli przedstawiłeś komuś możliwość i czujesz, że jest zainteresowany, nie bój się poprowadzić go do rozpoczęcia, sugerując, co powinien zrobić dalej.

Niektóre z wyzwań, przed którymi wszyscy stoimy w marketingu sieciowym

Marketing sieciowy to wielka szansa, ale nie obejdziesz się bez pewnych wyzwań. Pierwszym krokiem w radzeniu sobie z wyzwaniami jest zrozumienie, że są one normalne. W tej sekcji przyjrzymy się niektórym z najczęstszych wyzwań, jakie napotkasz w marketingu sieciowym, szczególnie tym, które mają największy wpływ na nastawienie ludzi. Nauka rozpoznawania tych wyzwań i reagowania na nie sprawi, że Twoja podróż w budowaniu firmy będzie o wiele bardziej satysfakcjonująca.

88 Radzenie sobie z odrzuceniem

89 Czynniki ludzki

#90 Rozczarowanie jest częścią gry

91 Polityka

92 Postrzeganie ludzi

93 Negatywność od najbliższych

94 Nie zawsze osiągniesz swoje cele

88 Radzenie sobie z odrzuceniem

To nasza naturalna skłonność, aby ludzie nas lubili i zgadzali się z nami, a my chcemy się dopasować. Kiedy ludzie odrzucają nas lub pomysł, który proponujemy, zwykle traktujemy to osobiście. Niestety, aby odnieść sukces w biznesie, każdym biznesie, będziesz musiał wielokrotnie stawić czoła odrzuceniu. Z tego powodu będziesz musiał zrozumieć, że odrzucenie jest normalną częścią prowadzenia biznesu, a następnie nauczyć się, jak sobie z nim radzić. Bycie w biznesie oznacza, że zajmujesz się liczbami, a prowadzenie biznesu to gra liczbowa: im więcej pracujesz nad liczbami, tym większe masz szanse na wygraną. Twoja działalność w marketingu sieciowym nie jest inna, a pracując na liczbach, będziesz naturalnie narażony na dużą liczbę odrzuceń. Jest prawdopodobnie kilka wyjątków, ale generalnie ludzie sukcesu powiedzą ci, że tak naprawdę nigdy nie muszą czuć się komfortowo z odrzuceniem, ale raczej nauczyli się rozumieć to jako normalną część biznesu i nie brać tego do siebie; rozumieją, że jest to część recepty na sukces. Wielu, którzy ponieśli porażkę w marketingu sieciowym, zrobiło to, ponieważ mieli trudności z pogodzeniem się z tą rzeczywistością. Chcąc uniknąć odrzucenia, nie podjęli działań niezbędnych do zbudowania biznesu. Jeśli chcesz odnieść sukces w swojej firmie, dobrą wiadomością jest to, że nie musisz całkowicie przezwyciężyć uczuć związanych z odrzuceniem, ale raczej nauczyć się, jak sobie z nimi radzić. Uznaj, że odrzucenie jest normalną częścią prowadzenia biznesu i częścią ceny, jaką płacisz za sukces.

89 Czynniki ludzki

Rozwijanie biznesu marketingu sieciowego wymaga rozwijania sieci ludzi, którzy będą reprezentować szeroki wachlarz środowisk, wieku, narodowości i osobowości. Niewielu z nich będzie takich jak ty lub będzie miało takie same upodobania i antypatie jak ty. Oznacza to, że musisz być w stanie radzić sobie i odnosić się do dużej części społeczeństwa oraz mieć zdolność akceptowania ludzi takimi, jakimi są. Rozwijając odnoszący sukcesy biznes marketingu sieciowego, stawiasz się na pozycji lidera, która czasami wymaga od ciebie zbiorowego zorganizowania zespołu. Przekrój społeczeństwa i różnorodność osobowości w twoim zespole sama w sobie może powodować pewną frustrację. Wraz ze wzrostem twojej sieci i różnorodności ludzi w niej rosnących, rosną również wymagania dotyczące zaspokajania ich postaw i umiejętności rozwiązywania problemów. Wielu przywiezie ze sobą bagaż z przeszłości, taki jak problemy w związkach, przeszłe niepowodzenia i brak pewności siebie, a także codzienne wyzwania, przed którymi wszyscy stoimy. Musisz zrozumieć, że nie możesz zadowolić wszystkich i nie możesz rozwiązać wszystkich ich problemów. Najlepsze, co możesz zrobić, to spróbować spotkać ludzi tam, gdzie się znajdują i zostać przyjaciółmi. Najlepszą odpowiedzią na wyzwanie, jakim jest radzenie sobie z ludźmi, jest doskonalenie swoich umiejętności interpersonalnych. Istnieje wiele doskonałych książek na ten temat, w które warto zainwestować. Jednym z najlepszych, jakie kiedykolwiek napisano, jest „Jak zdobyć przyjaciół i zjednać sobie ludzi” Dale'a Carnegie. Chociaż niektórym może się wydawać, że tytuł brzmi manipulacyjnie, ta książka po prostu uczy, jak być lepszym komunikatorem, tworzyć głębsze więzi z innymi, unikać – i, jeśli to konieczne, rozwiązywać – konflikty i ogólnie mieć bardziej otwarte i szczerze interakcje. Często poświęcenie czasu na przegląd własnych umiejętności komunikacyjnych, cech i ogólnego nastawienia

jest najlepszym miejscem do rozpoczęcia poprawy komunikacji z innymi. Odkryliśmy, że szczere zainteresowanie życiem innych przynosi dużą korzyść w tym procesie.

#90 Rozczarowanie jest częścią gry

Rozwijając jakąkolwiek sieć ludzi z jakiegokolwiek powodu, zawsze będą chwile, kiedy niektórzy z tych ludzi Cię rozczarują. Nie wszyscy ludzie, którzy dołączą do Ciebie w marketingu sieciowym, pozostaną z Tobą. Niektórzy, nawet ci, którym poświęciłeś dużo czasu i wysiłku, pomagając i zachęcając, zdecydują się nie angażować. Inni, którzy się wycofają, mogą nawet obejmować osoby, o których myślałeś, że będą kluczowymi osobami, integralną częścią Twojej własnej struktury biznesowej w osiągnięciu Twoich celów. Inni po prostu nie będą tak aktywni, jak byś tego chciał. Niektórzy powiedzą jedno, a zrobią drugie. Znajdą się tacy, którzy Cię rozczarują, nie będąc

tak lojalny, jak można by się spodziewać po spędzeniu czasu, pieniędzy i energii na pomaganiu im w budowaniu ich biznesu. Niektórzy mogą nawet przejść do innego lidera stojącego wyżej w Twojej organizacji, być może w celu zaspokojenia własnego ego. Dobrą wiadomością jest to, że ci ludzie stanowią tylko niewielki procent bardzo dużej sieci i musisz uznać, że jest to nieunikniony element w Twojej firmie. Sztuką jest zrozumieć, że nie chodzi o to, co Ci się przydarza, ale o to, jak na to reagujesz.

91 Polityka

Zawsze, gdy masz dużą grupę ludzi w organizacji, w miarę rozwoju tej organizacji nieuchronnie wzrośnie również element polityki. Polityka w dużych grupach zwykle obraca się wokół ludzi tworzących mniejsze grupy. Z biegiem czasu może to objawiać się syndromem „my i oni”. Polityka nie jest czymś wyjątkowym dla marketingu sieciowego i musisz zrozumieć, że stanowi ona część każdej dużej organizacji biznesowej. Faworyzowanie, deptanie po piętach, plotki, drobna rywalizacja i nieporozumienia to tylko kilka przykładów tego, co dzieje się wraz z rozwojem polityki. Polityka może powstać w Twoim własnym zespole, między Twoim zespołem a innym, między liderami w biznesie, między samą firmą a jej systemami wsparcia lub między przedstawicielami firmy a właścicielami biznesowymi. Ważne jest, aby zrozumieć, że ten aspekt Twojej firmy nie jest negatywny, ale tylko jedno z wyzwań budowania każdego odnoszącego sukcesy biznesu, niezależnie od tego, czy jest to tradycyjny biznes, czy biznes marketingu sieciowego.

92 Postrzeganie ludzi

Ludzie mają wiele opinii na temat marketingu sieciowego, niektóre pozytywne, inne negatywne. Negatywni są prawie zawsze źle poinformowani i nie mają kwalifikacji, by mówić o rzeczach, które robią, ale mówią to samo. Będziesz musiał radzić sobie z ich negatywnym nastawieniem, jeśli chcesz odnieść sukces w marketingu sieciowym. Martwienie się o to, jak ludzie postrzegają Twój biznes i co myślą o Twoim zaangażowaniu, z pewnością doprowadzi do porażki. Ale jeśli porozmawiasz z ludźmi odnoszącymi sukcesy w sporcie lub biznesie, przekonasz się, że wszyscy spotkali się z negatywnymi opiniami innych. Jedną z największych przyczyn niepowodzeń w marketingu sieciowym nie jest to, że biznes nie funkcjonował, ale to, że zaangażowani w niego ludzie nigdy nie dostali się do pracy, ponieważ martwili się, co pomyślą o nich inni.

93 Negatywność od najbliższych

Niestety, niektórzy z Twoich największych krytyków mogą być rodziną i przyjaciółmi. Rywalizacja między rodzeństwem i zazdrość mogą odgrywać rolę w tym, jak ludzie reagują na Twoje zaangażowanie w marketing sieciowy. Dość często ludzie nie chcą, abyś odniósł sukces, ponieważ pokazałoby to, że nie chcą gonić za własnymi marzeniami. Inne przypadki odzwierciedlają szczerą troskę bliskich Ci osób, ponieważ nie chcą, abyś był zraniony lub rozczarowany, jeśli to się nie uda. Mogą mieć z góry przyjęte

poglądy na temat marketingu sieciowego i przenosić je do twojego zaangażowania. Niezależnie od powodów, bądź przygotowany na możliwe negatywne reakcje ze strony przyjaciół i rodziny. Czasami może to być trudne, ale musisz zrozumieć ich myśli i sugestie nie należy brać osobiście. Co ważniejsze, nie powinny one być powodem, dla którego nie skorzystasz z okazji. Nie próbuj ich przekonywać ani wdawać się w kłótnie z powodu różnicy zdań. Po prostu zrozum, że po prostu nie wiedzą tego, co wiesz, i uświadom sobie, że to tylko jedna z cen, jakie trzeba zapłacić za sukces. Najlepszą rzeczą, jaką możesz zrobić, aby udowodnić, że masz rację, jest osiągnięcie sukcesu — rozwijaj swój biznes marketingu sieciowego, a z czasem przekonasz się, że stali się oni Twoimi największymi zwolennikami. Każdy, kto osiągnął jakikolwiek poziom sukcesu w swoich przedsięwzięciach, szczególnie ci, którzy mają pomysł na biznes, niewątpliwie spotkał się z pewnym stopniem wątpliwości i negatywnych opinii wśród rodziny i przyjaciół. Jednym z głównych powodów, dla których wielu ludzi nigdy nie osiąga poziomu sukcesu, który jest w stanie osiągnąć, jest to, że nigdy nie wykraczają poza dostosowanie się do opinii i ograniczeń nałożonych na nich przez innych. Pytanie, które musisz sobie zadać, brzmi: „Czy opinie innych są na tyle ważne, aby uniemożliwić mi osiągnięcie moich marzeń?”

94 Nie zawsze osiągniesz swoje cele

Jedną z najtrudniejszych rzeczy, z którymi ludzie muszą sobie poradzić, gdy budują swój biznes marketingu sieciowego, jest nieosiągnięcie wszystkich celów, które sobie wyznaczyli. Wielu postrzega to jako porażkę, a im więcej celów nie osiągają, tym bardziej odczuwają porażkę. Aby odnieść sukces, czy to w biznesie, sporcie, czy w życiu osobistym, rzeczywistość jest taka, że częściej będziesz chybiać swoich celów niż je osiągać. Zrozumienie tej zasady znacznie ułatwi budowanie firmy. Cele to po prostu droga do twojego prawdziwego celu: twojego marzenia. Pominięcie niektórych celów nie oznacza, że nie możesz dotrzeć do celu, oznacza to po prostu zresetowanie ścieżki prowadzącej do celu. Zawsze będzie rozczarowujące, gdy nie osiągniesz określonego celu, ale jeśli wiesz w swoim sercu, że zrobisz wszystko, co w twojej mocy, aby to się stało, to wystarczy. Nieosiągnięcie celów nie jest problemem – problem pojawia się, gdy się nie podnosisz, nie odkurzasz, nie resetujesz swoich celów i nie idziesz dalej. Niemal wszyscy, którzy osiągnęli pewien poziom sukcesu, powiedzą ci, że „nie udało im się osiągnąć sukcesu”. Rozumieli, jak ważne jest zresetowanie swoich celów i nigdy się nie poddawać. Ty również stracisz wiele celów, budując swój biznes marketingu sieciowego, ale podobnie jak wszyscy przed tobą, którzy zawiedli na drodze do sukcesu i spełnili swoje marzenia, odniesiesz sukces, jeśli nigdy nie stracisz z oczu swoich marzeń i nigdy się nie poddasz. .

Postawa - to tylko wszystko

Porozmawiaj z dowolną osobą, która odniosła sukces, a powie ci, że kluczowym składnikiem sukcesu jest nastawienie. Twoje nastawienie może dosłownie zadecydować o twoim przeznaczeniu. Jest to jedyna rzecz, nad którą masz całkowitą kontrolę i której nikt nie może ci odebrać — chyba że mu na to pozwolisz. Głównym czynnikiem sukcesu w marketingu sieciowym jest pozytywne nastawienie podczas całej podróży: nikt nigdy nie zbudował odnoszącego sukcesy biznesu marketingu sieciowego ze złym nastawieniem. Wszyscy mamy w sobie potencjał wielkości; postawa jest fundamentem, na którym można zbudować ten potencjał. W tej sekcji omawiamy znaczenie postawy, jak ją kontrolować i jak ją chronić.

95 Jeśli myślisz, że możesz, możesz - jeśli myślisz, że nie możesz, nie możesz

96 Nie przejmuj się drobiazgami

97 Otaczaj się pozytywnymi ludźmi

98 Czytaj pozytywne, wzmacniające książki

#99 Trzymaj się z dala od negatywnych wpływów

#100 Siła bycia konsekwentnym

101 Nigdy się nie poddawaj

95 Jeśli myślisz, że możesz, możesz - jeśli myślisz, że nie możesz, nie możesz

Jeśli istnieje jeden definiujący składnik w formule sukcesu, musiałoby to być nastawienie. Twoje nastawienie może dosłownie zdecydować o twoim przeznaczeniu, dlatego niezwykle ważne jest zrozumienie znaczenia jego wpływu na ciebie i na twoje wyniki. Wspaniałą wiadomością jest to, że ty – i tylko ty – możesz wybrać, jakie ma być twoje nastawienie: negatywne lub pozytywne. Zmiana sposobu myślenia, kiedy czujesz, że popadasz w negatywność, może zająć trochę praktyki, ale jest to możliwe. Pozytywne nastawienie to po prostu dostrzeganie dobra i możliwości w każdej sytuacji. Istnieje niezliczona ilość stereotypów dotyczących pozytywnego nastawienia, na przykład tego, czy widzisz szklankę jako do połowy pełną, czy do połowy pustą. Większość z nich ma element prawdy. Wszyscy ludzie sukcesu, niezależnie od dziedziny, powiedzą ci, że największym pojedynczym elementem, który doprowadził ich do sukcesu, było ich nastawienie – „to tylko wszystko”. Rozwijanie dobrego nastawienia wymaga pracy, w niektórych przypadkach dużo pracy, ale najpierw musisz podjąć decyzję, aby nad tym pracować. Jeśli chcesz zbudować naprawdę odnoszący sukcesy biznes marketingu sieciowego i jednocześnie mieć uporządkowane życie osobiste, najlepszym miejscem do rozpoczęcia jest doskonalenie pozytywnego nastawienia. Ekscytującą wiadomością jest to, że możesz nauczyć się kontrolować swoje nastawienie. Jest to jedyna rzecz, nad którą nikt inny nie może mieć kontroli. Możesz zdecydować, w jaki sposób ktoś lub coś ma na ciebie wpływ. Masz całkowitą kontrolę. Jeśli potrzebujesz pomocy, dostępnych jest niezliczona ilość książek na temat postaw. Najprawdopodobniej będziesz w stanie uzyskać niektóre z nich za pośrednictwem swojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym lub jej systemu wsparcia. Na początek szczególnie polecamy Attitude is Everything autorstwa Jeffa Kellera i Success Through a Positive Mental Attitude autorstwa Napoleona Hilla.

96 Nie przejmuj się drobiazgami

Zasada nr 1: Nie przejmuj się drobiazgami;

Zasada nr 2: To wszystko drobiazgi.

Ponieważ Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym jest właśnie biznesem, ważne jest, aby zrozumieć, że nie wszystko zawsze będzie szło gładko. Zawsze będą takie chwile, kiedy coś nie pójdzie zgodnie z planem. Mogą wystąpić opóźnienia w dostawie, nieprawidłowa wysyłka, brak produktów w magazynie i tak dalej. Jako właściciel firmy niezwykle ważne jest, abyś nie padł ofiarą myślenia na małą skalę i nie zaczął się przejmować małymi rzeczami, aby patrzeć na duży obraz, a nie na problem. Wiele osób, które zajmują się marketingiem sieciowym, robi to z bardzo niewielkim doświadczeniem biznesowym lub bez niego, a zatem nie zdaje sobie sprawy, że nieuchronnie coś może pójść nie tak podczas prowadzenia firmy. Czasami tracą ją całkowicie i dostają „ataku nastawienia” z powodu drobnego problemu, takiego jak wgniecenie lub rysa na produkcie, produkt, którego nie ma w magazynie, lub inna drobna rzecz, która w porównaniu z większymi obraz jest mało znaczący. Jako właściciel firmy ważne jest, abyś nauczył się proaktywności w rozwiązywaniu problemów, a nie reaktywności. Stań się osobą rozwiązującą problemy, zamiast rozwodzić się nad problemem i ugrzęznąć w nim.

97 Otaczaj się pozytywnymi ludźmi

Większość rodziców przejmują się tym, z kim zadaje się ich dziecko, bojąc się wpływu, jaki wywrze na nich wzmieszanie się w „niewłaściwe towarzystwo”. Jednak z jakiegoś powodu jako dorośli zapominamy o tej samej zasadzie. Podobnie jak dzieci, jeśli obcujemy z negatywnymi, pozbawionymi entuzjazmu i pozbawionymi ambicji ludźmi, istnieje bardzo duża szansa, że i my ulegniemy wpływowi. Ludzie sukcesu na całym świecie rozumieją, że aby chronić swoje nastawienie, musisz spędzać czas z podobnie myślącymi ludźmi, którzy mają pozytywne nastawienie do życia. Im więcej możesz obcować z pozytywnymi ludźmi, tym bardziej pozytywny wpływ będzie to miało na Ciebie. Wielką zaletą marketingu sieciowego jest pozytywne środowisko, które tworzy. Wiele zaangażowanych osób jest optymistycznych i optymistycznych, a sama branża jest silna w promowaniu pozytywności. Bądź świadomy tych wokół siebie, którzy mogą mieć negatywny wpływ na twoje nastawienie; spędzaj większość czasu z pozytywnymi, podnoszącymi na duchu ludźmi. Liderzy w twoim biznesie marketingu sieciowego będą liderami ze względu na ich pozytywne nastawienie; odszukaj ich.

98 Czytaj pozytywne, wzmacniające książki

Często mówi się, że „liderzy czytają”, a książki, które czytają, to pozytywne, podnoszące na duchu książki o rozwoju osobistym. Wielu ludzi sukcesu jest czytelnikami, w wielu przypadkach płodnymi czytelnikami. Księgarnie są pełne pomocnych książek, a wiele firm marketingu sieciowego lub ich systemów wsparcia również będzie dobrym źródłem. Jeśli sam nie jesteś czytelnikiem, naprawdę ważne jest, abyś zaczął. Nie musisz od razu kupować całej paczki książek i czytać ich przez noc. Dobrym punktem wyjścia jest zobowiązanie się do czytania co najmniej piętnastu minut dziennie z pozytywnej, wzmacniającej książki. Będziesz zdumiony, jak wpłynie to na twoje nastawienie i ogólny pogląd na życie. Z czasem zauważysz, że twoje piętnaście minut dziennie wydłuży się, gdy rozwinięsz w sobie głód na więcej. Zauważysz zauważalną poprawę w swoim nastawieniu, a wpływ na Twój biznes będzie wymierny. Jeśli nie masz pewności, które książki przeczytać, poproś swojego trenera lub mentora, aby polecił Ci jakąś. Prawdopodobnie będą wiedzieć, do jakich książek będziesz się odwoływać, dzięki czemu maksymalnie wykorzystasz czas poświęcony na czytanie.

#99 Trzymaj się z dala od negatywnych wpływów

Jeśli przypadkiem masz rodzinę, przyjaciół lub współpracowników, którzy są z natury negatywni, spróbuj zdystansować się od ich negatywności tak bardzo, jak to możliwe. Negatywne często rodzi negatywne i musisz chronić swoje pozytywne nastawienie tak bardzo, jak to możliwe. Nie oznacza to, że nigdy więcej ich nie zobaczysz, ale oznacza to, że musisz pamiętać o wpływie, jaki może mieć na ciebie ich negatywność, i w ten sposób ograniczyć narażenie na nią. Staraj się też unikać negatywnych opinii w mediach — programach informacyjnych w telewizji, czasopiśmie lub gazetach. Wiemy, że „złe wiadomości się sprzedają” i dość często media są pełne negatywnych wiadomości. Nie oznacza to, że nigdy nie oglądasz telewizji ani nie czytasz gazety, ale rób to z umiarem ze względu na przygnębiający wpływ, jaki złe wiadomości mogą mieć na Twoje nastawienie. Nie martw się, jeśli jest coś tak złego, że musisz o tym wiedzieć, ktoś ci powie!

#100 Siła bycia konsekwentnym

Bardzo częstym błędem podczas budowania biznesu marketingu sieciowego jest praca nad nim niekonsekwentnie. Podejmowanie spazmatycznych skoncentrowanych wysiłków na budowaniu biznesu, ale nieutrzymywanie tych wysiłków przez dłuższy czas, skutkuje biznesem, który wydaje się nigdy nie rozwijać. Zdarza się również, że wiele z tego, czego uczymy się podczas działania, jest traczone, gdy działanie się kończy. To, czego ci ludzie nie dostrzegają, to to, że za każdym razem, gdy zaczynają od nowa, dokładnie to robią - zaczynają od początku, a nie od miejsca, w którym ostatnio się zatrzymali. Niektórzy z nich mogą być w swoim biznesie od dłuższego czasu, ale w czasie rzeczywistym budowali swój biznes tylko przez krótki okres. Ponieważ Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym jest

właśnie biznesem, wymagana jest tutaj pewna perspektywa. Na przykład, jeśli miałbyś założyć tradycyjny biznes, ale pracowałbyś w nim niekonsekwentnie, jaki sukces spodziewałbyś się, że ten biznes odniesie? Jeśli prowadzisz sklep detaliczny, który jest otwarty w niektóre dni, a zamknięty w inne, jak bardzo możesz się spodziewać sukcesu? Jeśli zamierzasz pracować w swoim biznesie, pracuj nad nim konsekwentnie. Zdecyduj, ile czasu jesteś gotów poświęcić na to tygodniowo, a następnie utrzymuj ten poziom aktywności na bieżąco. Jeśli jest to jeden dzień w tygodniu, utrzymuj ten jeden dzień w tygodniu; oczywiście im więcej czasu, tym lepiej, ale cokolwiek to jest, rób to konsekwentnie. Biznesy są budowane na rozmachu; nie możesz stworzyć rozpędu, jeśli jesteś niespójny. Konsekwencja pozwala znaleźć się w strefie, wyciągnięte wnioski są stosowane, a nie tracone, ciągła aktywność prowadzi do wyników, wyniki prowadzą do wzrostu, wzrost przenosi się na ekscytację, ekscytacja jest zaraźliwa, co prowadzi do tego, że inni w Twojej organizacji kopią Cię – a inni powielają Cię, prowadząc jeszcze większego wzrostu i ekscytacji. Wszystko to prowadzi do szybkiego zbudowania bardzo dużego biznesu marketingu sieciowego; ale wszystko zaczęło się od tego, że byłeś konsekwentny.

101 Nigdy się nie poddawaj

W trakcie budowania swojego biznesu będziesz musiał stawić czoła wyzwaniom i rozczarowaniom. Twój wybór w tych momentach frustracji będzie polegał na tym, czy ruszyć do przodu niezależnie od wyzwań, zatrzymać się lub, co gorsza, całkowicie się poddać. Aby odnieść sukces w jakimkolwiek przedsięwzięciu, musisz być wytrwały i utrzymywać postawę „nigdy się nie poddawaj”. Zapewniamy, że większość ludzi sukcesu, których szanujesz i do których dążysz, miała po drodze własne wyzwania i rozczarowania, być może większe, niż przeciętny człowiek mógłby znieść. To, co ostatecznie ich tam doprowadziło, to pozytywne nastawienie połączone z wytrwałością. Nie oznacza to, że nigdy nie myśleli o rzuceniu palenia — wszyscy przynajmniej, że zdarzało się, że przychodziło im to do głowy — ale to właśnie decyzja, by nie paść ofiarą mentalności rzucenia palenia, przyniosła sukces. Od czasu do czasu ty również staniesz przed taką samą decyzją; w tym momencie definiuje się różnicę między zwycięzcami a przegranymi. Światowymi zwycięzcami są ci, którzy wytrwali pomimo niepowodzeń. Zrozum także, że sukces często zależy bardziej od wytrwałości niż od umiejętności. Czego możesz brakować w naturalnych zdolnościach, możesz się nauczyć dzięki wytrwałości. Wielu wielkich sportowców może opowiedzieć historie o ludziach, z którymi trenowali lub rywalizowali na początku swojej kariery, a których naturalne zdolności znacznie przewyższały ich własne, ale brakowało im wytrwałości. Budując swój biznes, podejmij decyzję, że będziesz wytrwały bez względu na wszystko. Zdecyduj, że zbudujesz ją z lepszym nastawieniem niż ktokolwiek inny i że będziesz nieustannie pracować nad poprawą swojego nastawienia. Zdecyduj od samego początku, że nigdy się nie poddasz.

#102 Nigdy nie przestawaj się uczyć

W swoim biznesie, tak jak w życiu, nigdy nie powinieneś przestawać się uczyć. Istnieje wiele niebezpieczeństw w myśleniu, że wiesz wszystko, co powinieneś wiedzieć. Wraz z rozwojem Twojej firmy i wzrostem liczby zaangażowanych osób wzrośnie również potrzeba poszerzenia Twoich umiejętności interpersonalnych, umiejętności przywódczych, wiedzy z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem i finansów. Branża marketingu sieciowego to wyjątkowy „uniwersytet” nauki i powinieneś korzystać z okazji, aby stale z niej korzystać. Wraz z rozwojem Twojej firmy mogą pojawić się nowe produkty i usługi, nowe i ekscytujące narzędzia, lepsze sposoby działania. Ważne jest, abyś był na bieżąco ze wszystkimi zmianami i wydarzeniami, które mogą mieć wpływ na Twoją firmę. Niebezpieczeństwo wynikające z nierobienia tego jest biznesem, który staje się przestarzały i stagnacyjny. Zawsze bądź gotów uczyć się nowych rzeczy; nie pozwól sobie na zbytne poczucie komfortu z wiedzą, którą już posiadasz i nie myśl, że da ci ona radę. W większości biznesów albo idziesz do przodu, albo się cofasz; utrzymanie status quo jest bardzo trudne. Zawsze ucz się, jak rozwijać się

również osobiście. Ponownie branża marketingu sieciowego jest doskonałym środowiskiem do rozwoju osobistego. Często mówi się, że twoje dochody mogą być bezpośrednio związane z książkami, które czytasz i ludźmi, z którymi się spotykasz. Dla niektórych może to być przerażająca myśl i może być powodem, dla którego nie są w lepszej sytuacji finansowej. Czytanie pozytywnych i motywujących książek oraz obcowanie z pozytywnymi, zmotywowanymi i odnoszącymi sukcesy ludźmi daje ci możliwość uczenia się i rozwoju poza miejsce, w którym jesteś teraz, a to z kolei zwiększa twoje dochody.

103 Bądź osobą dotrzymującą słowa

Zbudowanie sieci ludzi w odnoszący sukcesy biznes marketingu sieciowego skutkuje powstaniem całkiem dużej organizacji i będziesz musiał przejąć pewien poziom przywództwa w miarę rozwoju organizacji. Niektórzy ludzie będą rozkoszować się rolą przywódczą i nadal będą odgrywać bardzo znaczącą rolę przez całe życie swojej firmy, podczas gdy inni mogą uważać to za nieco onieśmielające, odgrywając swoją rolę w krótkim okresie, ale szczęśliwi mogą zająć miejsce z tytułu i oddać długi - terminowa rola dla kogoś innego. Niezależnie od tego, jaki poziom przywództwa wybierzesz, ważne jest, abyś zrozumiał, że ta rola wiąże się z odpowiedzialnością. Jeden z obowiązków jest prosty, ale nie mniej ważny, a jest nim dotrzymywanie słowa. Jeśli mówisz komuś, że coś zrobisz, zrób to. Jeśli mówisz, że będziesz gdzieś o określonej godzinie, bądź na czas. Co ważniejsze, jeśli mówisz swojemu zespołowi, że dążysz do określonego celu lub nowego poziomu w swojej firmie, zrób to. Nie ma znaczenia, jeśli go nie osiągniesz, dopóki ci, którym powiedziałeś, zobaczą, że dotrzymałeś słowa i dałeś z siebie wszystko. Dotrzymywanie słowa buduje zaufanie, pewność, niezawodność i rzetelność w Twoim zespole. Ludzie będą wiedzieć, że mogą na ciebie liczyć, co jest kluczowym składnikiem rozwoju każdego odnoszącego sukcesy zespołu.

#104 Opinie kontra fakty

Gdy zaczniesz budować swój biznes marketingu sieciowego, będziesz miał do czynienia z różnymi opiniami na temat tego, co robisz. Na początku może to być niebezpieczne, ponieważ będąc nowym w branży i nie znając jeszcze wszystkich faktów, jesteś bardziej podatny na wpływ błędnych opinii. Będąc narażonym na opinie innych na początku swojej działalności, wielu nowicjuszy niestety zdecydowało się nie kontynuować. Jeśli w dowolnym momencie kwestionujesz swoje zaangażowanie z powodu opinii, którą ktoś ci przedstawił, zanim zrobisz cokolwiek innego, odrób pracę domową i poznaj fakty. Idź do liderów w swojej organizacji i przedstaw im to, co zostało ci powiedziane, i posłuchaj ich odpowiedzi. Najczęściej będzie to opinia, którą słyszeli już setki razy i będą mogli szybko skontrolować ją faktami. Co ciekawe, wielu z tych, którzy przedstawiają negatywne opinie, nie ma do tego kwalifikacji, albo wiedząc bardzo mało o marketingu sieciowym, albo nigdy nie byli w to zaangażowani. Dość często ich opinie pochodzą z drugiej ręki, a nawet z trzeciej ręki. Kiedy spotykasz się z taką konfrontacją, pierwszą rzeczą, którą musisz zrobić, to zadać sobie pytanie: „Jakie kwalifikacje ma ta osoba, by wydawać taką opinię?”. I dlaczego opinia bez zastrzeżeń miałaby mieć wpływ na mój przyszły sukces?

#105 Nie zostań fanatykiem sieci

Masz wszelkie powody, by być podekscytowanym i entuzjastycznie nastawionym do swojej działalności w marketingu sieciowym, ale uważaj, aby nie stać się fanatykiem. Część piętna związanego z marketingiem sieciowym jest reakcją na ludzi, którzy stali się fanatykami swojego biznesu i zrazili otaczających ich ludzi, ponieważ „wszystko, co robią, to zachwycają się swoim biznesem, nigdy się o tym nie zamykają”. Pamiętaj, że bardzo ważne jest zachowanie w życiu równowagi między biznesem marketingu sieciowego a rodziną, przyjaciółmi i innymi zainteresowaniami. Nie zamieniaj się w kogoś, przed kim wszyscy uciekają i chowają się, gdy tylko zobaczą, że nadchodzisz, ponieważ dokładnie wiedzą, o czym będziesz rozmawiać. Traktuj swój biznes marketingu sieciowego tak, jak tradycyjny

biznes. Podejdź do niego i do otaczających Cię osób w profesjonalny sposób. Nie oznacza to, że nigdy nie rozmawiasz o swoim biznesie, ale po prostu bądź świadomy przekraczania granic.

#106 Krytyka oznacza, że jesteś na dobrej drodze

Kiedyś donoszono, że Walt Disney często gromadził wokół siebie swój zespół i przedstawiał mu nowy pomysł. Co ciekawe, jeśli większość uważała, że to nie był dobry pomysł, a nawet uważała, że to szaleństwo, on to robił. Logika Walta Disneya była prosta; jeśli wszyscy nie zgadzają się i krytykują to, co robisz, musisz być na dobrej drodze, ponieważ robisz coś, do czego inni nie są przygotowani. Innymi słowy, jeśli robisz coś, co robią wszyscy inni, skończysz tam, gdzie wszyscy inni zmierzają. Jeśli zrobisz coś przeciwnego, skończysz tam, gdzie większość może mieć tylko nadzieję. Większość ludzi żyje przeciętnie, co często bywa określane jako „niewygodnie wygodne”. „Chcieliby” wprowadzić pewne zmiany, ale nie są gotowi wyjść poza swoją strefę komfortu. Twoja decyzja o zaangażowaniu się w marketing sieciowy stawia Cię w małym odsetku osób, które są gotowe wyjść poza swoją strefę komfortu i podjąć ryzyko. Zasadniczo robisz to, na co większość ludzi nie jest gotowa i powinieneś być za to pogratulowany.

107 To, co myślą o tobie inni ludzie, nie jest twoją sprawą

Jednym z największych czynników powstrzymujących ludzi przed budowaniem odnoszącego sukcesy biznesu marketingu sieciowego jest ciągła obawa o to, co inni pomyślą o ich zaangażowaniu. Strach przed tym, co pomyślą inni ludzie, jest jednym z najczęstszych ograniczeń, jakie ludzie na siebie nakładają. I nie jest to unikalne dla marketingu sieciowego. Zrozum to: „to, co myślą o tobie inni ludzie, to nie twój interes”. Ważne jest to, co myślisz. To, co myślą o tobie inni ludzie, nie powinno wpływać na twoje przeznaczenie. Gdyby tak było, połowa ludzi sukcesu na świecie nie byłaby w tym miejscu, w którym jest dzisiaj. Martwienie się tym, co ludzie myślą, to niezawodny sposób na porażkę w realizacji marzeń i celów — i to nie tylko w biznesie marketingu sieciowego, ale w życiu.

108 Status sprawi, że będziesz splukany

Wielkim niebezpieczeństwem w dzisiejszym społeczeństwie jest mentalność „nadażania za Jonesem”, w którą ludzie wpadają, nieustannie próbując prześcignąć się nawzajem, aby osiągnąć jakiś rodzaj wyższego „statusu”. Niebezpieczeństwo związane z marketingiem sieciowym polega na tym, że niektórzy ludzie obawiają się, że ich status zostanie zagrożony, jeśli inni dowiedzą się, że są zaangażowani. To pozostałość po starych złych czasach, kiedy marketing sieciowy był nieuregulowany i postrzegany jako coś, co robi się w ostateczności, tylko w desperacji. Bardzo ważne jest, abyście zrozumieli, że dzisiaj tak nie jest. Marketing sieciowy ewoluje w główną alternatywę biznesową, a wiele firm z listy Fortune 500 chce wykorzystać marketerów sieciowych jako źródło dystrybucji. Jeśli czujesz się nieswojo z powodu swojego zaangażowania z powodu tego, co pomyślą inni i wpływu, jaki może to mieć na twoją pozycję, to cierpisz na przewlekły atak zapalenia statusu. Najważniejsze jest to, że status-itis sprawi, że będziesz splukany. Próba utrzymania postrzeganego statusu jest często dużym czynnikiem powstrzymującym ludzi przed osiągnięciem ich potencjału.

#109 Bądź zorganizowany

Bycie w biznesie, jakimkolwiek biznesie, wymaga od ciebie bycia zorganizowanym. Tylko tak daleko zajdziesz z niedbałymi praktykami biznesowymi – w końcu cię dogoni na wielką skalę. W zależności od Twojej osobowości bycie zorganizowanym może przychodzić łatwo lub być prawdziwą walką. Jeśli jesteś naturalnie zorganizowanym typem, nie będziesz musiał spędzać dużo czasu na zrozumieniu znaczenia tej wskazówki. Ale jeśli nie jesteś tak dobrze zorganizowany, nadszedł czas, aby rozwiązać problem. Nie oznacza to, że musisz przechodzić z jednej skrajności w drugą z dnia na dzień, ale oznacza

to uznanie, że musisz skupić się na lepszej organizacji w przyszłości. Gdybyś był tylko ty w biznesie dla siebie i jedyną osobą, z którą musiałbyś pracować, byłeś ty sam, możesz uniknąć dezorganizacji – ale budujesz biznes marketingu sieciowego. Jeśli twoim celem jest zbudowanie odnoszącego sukcesy biznesu, będziesz rozwijać duży zespół. Radzenie sobie z dużym zespołem wymaga lepszej organizacji, czy ci się to podoba, czy nie. Najłatwiej jest zorganizować się od samego początku. Jeśli poczekaś, aż znajdziesz się w dalszej części toru, będziesz musiał ciężko pracować, aby posprzątać bałagan.

110 Nie pozwól, aby twoja przeszłość cię powstrzymała

Ci, którzy wchodzą do branży marketingu sieciowego, robią to z różnych grup wiekowych, narodowości, poziomów wykształcenia, zawodów i środowisk. Będą również mieli różne poziomy sukcesu w swoich poprzednich zawodach. Niektórzy mają to szczęście, że mają już za sobą pewne sukcesy, ale będą też inni, którzy nie mieli tyle szczęścia i faktycznie mogą dźwigać pewien bagaż wcześniejszych porażek. Znajdą się też tacy, których środowisko do tej pory nie było urodzajne pod względem narażenia na sukces, zachętę, uznanie czy nawet edukację. Wspaniałą cechą marketingu sieciowego jest to, że jest on w dużym stopniu równy, co daje wszystkim, którzy w niego wchodzą, szansę na sukces bez względu na ich przeszłość. Z pewnością ci, którzy nie są spętani przeszłością, prawdopodobnie wcześniej osiągną swoje cele, ale szansa oznacza również, że każdy może odnieść sukces. Kiedy zaczynasz budować swój biznes, postrzegaj to jako nowy początek; nie postrzegaj swojej przeszłości jako powodu, dla którego nie możesz kontynuować i zbudować odnoszącego sukcesy biznesu.

111 Nigdy, przenigdy nie przekazuj negatywności swojemu zespołowi

Jedną z atrakcyjnych cech marketingu sieciowego dla wielu ludzi jest pozytywne środowisko, które jest dla nich podnoszące na duchu, przyjemną odmianą często negatywnego środowiska panującego w ich miejscu pracy, a w niektórych przypadkach w życiu domowym. Mając to na uwadze, nie osłabiaj tego pozytywnego środowiska, przekazując negatywności swojemu zespołowi. Jeśli masz problemy osobiste, finansowe lub w firmie, najlepszymi osobami do rozmowy są osoby nad tobą w Twojej organizacji, liderzy, a nie ci poniżej w zespole. Jeśli masz coś, co musisz zejść z klatki piersiowej, podaj to w górę, a nie w dół. Negatywność to bardzo potężny stan umysłu. Jest zaraźliwa, demotywuje, sprawia, że ludzie czują się źle we wszystkich aspektach swojego życia – i jest szkodliwa dla zdrowia. Nauka powstrzymywania negatywności to wspaniała umiejętność życiowa, która z pewnością pomoże ci zbudować wspaniały biznes.

#112 Zostań dobrym uczniem, abyś mógł zostać świetnym nauczycielem

Budowanie odnoszącego sukcesy biznesu marketingu sieciowego polega tak naprawdę na budowaniu sieci ludzi i pomaganiu im w osiągnięciu sukcesu. Wiele z tych osób będzie szukać u ciebie przywództwa i porady, dlatego ważne jest, abyś dobrze rozumiał, co jest potrzebne do zbudowania odnoszącego sukcesy biznesu, abyś mógł uczyć innych w swoim zespole, aby robili to samo. Rozpoczynając działalność gospodarczą, im szybciej opanujesz się i staniesz się dobrym uczniem, tym szybciej zdobędziesz wiedzę, która pozwoli Ci zostać świetnym nauczycielem. Ponieważ marketing sieciowy polega w dużym stopniu na powielaniu tego, co robisz, jeśli przyjmiesz mentalność ucznia tak szybko, jak to możliwe, Twój zespół pójdzie w Twoje ślady i zrobi to samo, aby oni również lepiej zrozumieli, co jest wymagane, aby odnieść sukces. Wiedza prowadzi do pewności, pewność prowadzi do działania, a działanie prowadzi do rezultatów. Im szybciej zdobędziesz wiedzę, tym szybciej możesz ją przekazać, co prowadzi do pewności siebie całego zespołu – co stworzy zespół z wieloma wynikami.

113 Nie stań się jednym z tych ludzi „we wszystkim, ale nie oddanych niczemu”.

Jeśli wiesz, że każdy nowy pomysł może cię rozproszyć lub uwieść do pewnego stopnia, uważaj, aby nie stać się jednym z tych ludzi, którzy „wszystko, ale nie do niczego”. Ludzie, którzy wymieniają się i zmieniają, wchodzą i wychodzą z każdego nowego pomysłu, który widzą, rzadko odnoszą sukces, ponieważ nigdy nie trzymają się czegoś wystarczająco długo, aby to zadziałało. Tak jak w przypadku każdej firmy, osiągnięcie sukcesu w marketingu sieciowym wymaga zobowiązania się do wytrwania i doprowadzenia go do końca. Świat jest pełen ludzi, którzy kiedyś zajmowali się marketingiem sieciowym i nigdy nie zarobili żadnych pieniędzy. Wielu z nich szukało szybkiej naprawy i łatwych pieniędzy. Kiedy przekonali się, że osiągnięcie sukcesu wymaga pracy i zaangażowania, odeszli w nadziei na znalezienie szybkiego bogactwa gdzie indziej.

#114 Praktykuj opóźnioną gratyfikację

Opóźniona gratyfikacja to po prostu odkładanie zakupu czegoś do momentu, gdy będzie nas na to stać, lub odkładanie nagrody za wyznaczony sobie cel do momentu, gdy faktycznie go osiągniemy. Niestety, bardzo niewiele osób praktykuje opóźnioną gratyfikację. Dzisiejsze społeczeństwo w dużej mierze opiera się na zasadzie „kup teraz, zapłać później”, zachęcając ludzi do nagradzania się teraz i martwienia się, że zapłacisz za to później. To niebezpieczny sposób myślenia i nie jest trwały. Największym powodem skorzystania z opcji „kup teraz, zapłać później” jest to, że brak dochodów do dyspozycji nie zachęca ludzi do oszczędzania i kupowania później. To, w połączeniu z naszą kulturą „mieć to teraz”, wpędziło ludzi w ogromną spiralę zadłużenia. Dobrą wiadomością jest to, że twoje zaangażowanie w marketing sieciowy może przerwać ten cykl, stawiając cię w sytuacji, w której możesz zwiększyć swój dochód do dyspozycji, a tym samym zaoszczędzić na rzeczach, kupując je, gdy masz pieniądze, zamiast popadać w długi. Jeśli chodzi o czekanie na nagrodę za osiągnięcie wyznaczonego celu, wiele osób nagradza się niezależnie od tego, czy osiągnął cel, czy nie. Praktykowanie odroczonej gratyfikacji jest dyscypliną, czasami trudną, ale nagrody są ogromne. Jeśli masz coś, co chcesz kupić, dlaczego nie odłożyć zakupu na razie i wyznaczyć sobie cel związany z biznesem marketingu sieciowego. Efektem końcowym będzie możliwość płacenia gotówką połączona z ogromnym poczuciem spełnienia, ponieważ zakup został połączony z nagrodą za osiągnięcie celu.

#115 Zarabiaj pieniądze, zaprzyjaźnij się i dokonaj zmian

Bardzo satysfakcjonującym aspektem zaangażowania w marketing sieciowy są przyjaźnie, które można rozwijać w połączeniu z poczuciem spełnienia, jakie odczuwa się, pomagając innym w realizacji ich marzeń i celów. Pod wieloma względami Twój sukces polega na zarabianiu pieniędzy poprzez nawiązywanie przyjaźni i zmienianie ich życia. Udany biznes marketingu sieciowego jest zasadniczo budowany przez odrywanie wzroku od siebie i skupianie się na innych członkach zespołu. Pomagając innym osiągnąć to, czego chcą, masz szansę uzyskać wszystko, czego chcesz.

#116 Bądź lojalny wobec swojej organizacji

W większości przypadków zaangażowanie w marketing sieciowy oznacza, że będziesz częścią organizacji, która jest tylko jedną z wielu w firmie, z którą jesteś powiązany. Bądź świadomy ryzyka porównywania Twojej konkretnej organizacji z inną organizacją w firmie, zwłaszcza z kierownictwem Twojej firmy. Bądź dumny z organizacji lub linii sponsoringu, której jesteś częścią; nie wpadnij w pułapkę „trawy zawsze bardziej zielonej” gdzie indziej. Co ważniejsze, bądź lojalny. Brak lojalności wobec organizacji wysyła złą wiadomość do twojego zespołu i może szybko zniweczyć całą dobrą pracę wykonaną w jej rozwoju. Zawsze promuj przywództwo swojej organizacji w swoim zespole i podkreślaj, jakie masz szczęście, mając tych ludzi na czele. Buduj zaufanie do swojego zespołu, zawsze chwaląc swoją organizację i nie porównując jej z innymi. W ten sposób wzmocnisz swój zespół z pewnością siebie i dumą. Każdy lubi być częścią zwycięskiej drużyny; bycie lojalnym wobec swojej organizacji

pomaga to budować, ponieważ w końcu, jak powtarzamy, to praca zespołowa sprawia, że marzenie się spełnia.

#117 Bądź na bieżąco z tym, kto jest kim w Twojej firmie

Twoja sieć będzie się składać z ludzi o różnym poziomie entuzjazmu, aktywności, zdolności uczenia się, przywództwa i pilności. Niektórzy będą bardzo aktywni, inni mniej aktywni. Innymi słowy, będą ludzie, którzy chcą szybko zbudować swój biznes i tacy, którzy tego nie chcą. Ci, którzy chcą szybko budować, to Twoi kluczowi ludzie, a dla szybkiego rozwoju Twojej firmy ważne jest, abyś wiedział, kim oni są. Czas, który poświęcasz na pomaganie i szkolenie innych, powinien być skierowany bardziej do tych, którzy szukają pomocy. Jednym z typowych błędów w budowaniu biznesu marketingu sieciowego jest nieznanostwo kluczowych osób. Może to spowodować, że będziesz spędzać ogromną ilość czasu, próbując zmotywować wszystkich do zrobienia czegoś, czego wielu z nich jeszcze nie chce robić. Zidentyfikowanie kluczowych osób pomoże Ci lepiej zarządzać swoim czasem i umożliwi udzielanie wysokiej jakości porad tym, którzy tego chcą. Aby zrozumieć, kim są Twoi kluczowi ludzie, musisz stale aktualizować informacje o tym, kto jest w Twojej firmie. Możesz regularnie tworzyć „drzewo genealogiczne” swojego zespołu, ale będzie to trudne, gdy organizacja się powiększy. Niektóre firmy zajmujące się marketingiem sieciowym mają sposoby śledzenia zespołu, na przykład w formie regularnych raportów, które dostarczają, lub dostępnych za pośrednictwem środowiska internetowego. Świetnym narzędziem programowym opracowanym specjalnie dla branży marketingu sieciowego jest program opracowany przez australijską firmę WorXSmart. Mają szereg programów, które można dostosować do różnych firm marketingu sieciowego i ich systemów wsparcia. Jest to doskonałe narzędzie biznesowe, które pozwala śledzić i monitorować nowe osoby w Twojej organizacji, a jednocześnie umożliwia ocenę, gdzie znajdują się obecni ludzie pod względem ich liczby i aktywności. To także świetne narzędzie do wyznaczania celów. Jeśli Twoja firma zajmująca się marketingiem sieciowym lub system wsparcia nie zna WorXSmart, warto ją im promować.

#118 Zorganizuj swój biznes tak, aby przynosił zyski

Budowanie dochodowego biznesu marketingu sieciowego nie polega tylko na wrzuceniu grupy ludzi do sieci i nadziei, że kupią lub sprzedają jakiś produkt. Najprawdopodobniej firma, z którą jesteś powiązany, będzie miała sugerowaną strukturę do naśladowania, która ma na celu uczynienie Twojej firmy rentowną. Ta struktura może opierać się na liczbie osób, które osobiście sponsorujesz, liczbie osób w Twojej strukturze lub wolumenie w Twojej organizacji. Ważne jest, abyś uświadomił sobie, czym jest ta struktura. Możesz poświęcić taką samą ilość czasu na wprowadzenie tej samej liczby osób do swojej organizacji, ale różnica będzie polegać na tym, że czas, który poświęcisz na tworzenie dochodowego biznesu, a nie mniej dochodowego. Gdybyś prowadził tradycyjny biznes, musiałbyś zrozumieć, co czyni go opłacalnym, a co nie. To samo dotyczy Twojej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym. Ważne jest, aby podczas budowania sieci stale oceniać, w jaki sposób Twój zespół się łączy i gdzie należy skoncentrować swoje wysiłki, aby mieć pewność, że zainwestowany czas przyniesie Ci najlepszy zwrot.

#119 Daj, a otrzymasz

Ponieważ twój sukces opiera się na zasadzie pomagania innym osobom w twojej sieci odniesienia sukcesu, wielkie uniwersalne prawo „daj, a otrzymasz” jest z pewnością prawdziwe w skutecznym marketingu sieciowym. Rozwijając swój zespół, staraj się odrywać od siebie wzrok i skupiać się na pomaganiu ludziom w zespole. Dowiedz się, co twoi ludzie chcą osiągnąć poprzez zaangażowanie, a następnie poświęć swój czas i energię, aby pomóc im spełnić ich marzenia. Pomóż wystarczającej liczbie osób w swoim zespole, a domyślnie otrzymasz wszystko, co chcesz osiągnąć.

#120 Poddający się nigdy nie wygrywają, a zwycięzcy nigdy się nie poddają

W życiu nie ma wielu gwarancji, ale jedna, która jest bliska, szczególnie w marketingu sieciowym, brzmi: „jeśli zrezygnujesz, nie wygrasz”. Zwycięstwo oznacza różne rzeczy dla różnych ludzi; dla Ciebie może to oznaczać budowanie globalnej sieci, która reprezentuje miliony dolarów obrotu i stałe aktywne zaangażowanie; może to oznaczać budowanie biznesu do pewnego poziomu, niezależnie od tego, czy będzie on duży, czy mały, a następnie zajęcie tylnego siedzenia i nie bycie w nim tak aktywnym; może to oznaczać budowanie biznesu do pewnego z góry ustalonego poziomu i przejście do robienia czegoś innego. Bez względu na cel, jedno jest pewne: nikt nigdy go nie osiągnie, jeśli zrezygnuje po drodze. Świat jest pełen „chętnych”. Większość z nich to osoby, które się poddają i nigdy nie trzymają się czegoś na tyle długo, by to dokończyć. Jednym z największych sekretów sukcesu jest po prostu to, że „jeśli się nie poddasz, uda ci się”. Czas potrzebny do osiągnięcia celu będzie różny, ale jeśli będziesz szedł dalej, to się stanie. Niezależnie od celu, jaki sobie wyznaczyłeś, podejmij decyzję, że nie zrezygnujesz, bez względu na wszystko. Nie skupiaj się na czasie, który to zajmuje, nie oceniaj swoich wyników na podstawie innych wokół siebie, biegnij własnym wyścigiem i . . . jeśli się nie poddasz, uda ci się!

#121 W końcu „jeśli tak musi być, to zależy ode mnie”

To niefortunny fakt, że ludzie zbyt często obwiniają innych za swój los lub czują, że ktoś inny jest odpowiedzialny za pomoc w osiągnięciu sukcesu. Rzeczywistość jest taka, że to do Ciebie należy wybór myśli i działań, które doprowadzą Cię do sukcesu. Twoje życie będzie takie, jakie z niego zrobisz. Nic nigdy samo się nie robi. Sukces nadejdzie, gdy zdasz sobie sprawę, że musisz zrobić to sam poprzez własne działania. Dzień, w którym weźmiesz całkowitą odpowiedzialność za siebie, dzień, w którym przestaniesz szukać wymówek, to dzień, w którym zaczniesz iść naprzód na drodze do sukcesu. Nikt inny nie może tego zrobić za Ciebie. Tylko ty możesz to zrobić. Marketing sieciowy to świetna okazja do stworzenia sukcesu w swoim życiu. Chociaż istnieją silne mechanizmy wsparcia i sprawdzone systemy do naśladowania, ostatecznie to od Ciebie zależy, czy to się stanie.