

Содержание

От автора 7

Часть 1

ПОГОВОРИМ ОБ MLM

- 01** Найдите достаточную причину 12
- 02** Разберитесь, что такое MLM-бизнес 18
- 03** Не вводите в заблуждение себя и других 26

Часть 2

ОЩУТИМ СИЛУ БАЗОВЫХ СЕТЕВЫХ ПРИНЦИПОВ

- 04** Наставничество: люди не грибы, сами не растут 34
- 05** Мероприятия. Нет на событии — нет в бизнесе 41
- 06** Саморазвитие. Чтение — привычка
миллионеров 47
- 07** Окружение. Короля играет свита 51
- 08** Система — залог успеха 59
- 09** Три кита MLM: рекрутинг, потребление,
продвижение 66
- 10** Жизненные признаки — двигатель бизнеса 76
- 11** Принцип рычага 80

12	Сторителлинг. Своя история	86
----	----------------------------------	----

Часть 3

НАУЧИМСЯ РАБОТАТЬ ПО КЛАССИКЕ

13	Почему классика?	96
14	Список знакомых. Длина чека равна длине списка	103
15	Приглашение. Цель приглашения — назначить встречу	111
16	Тонкости работы с тёплым кругом	120
17	Презентация — лицо бизнеса	126
18	Методы расширения списка. Холодные контакты	135
19	Работа с клиентами	141

Часть 4

ПРИВЕДЁМ МЫШЛЕНИЕ В ПОРЯДОК

20	Три аспекта развития: «техничка», мышление, атмосфера	154
21	Осознанность. Установки и убеждения	157
22	Тайм-менеджмент	163
23	Дисциплина. Привычки	171
24	Концентрация. Терпение и упорство	176
25	Настрой. Эмоциональная синусоида	180
26	Отказы и возражения	187
27	Личное позиционирование. Самооценка	194

Часть 5

СОЗДАДИМ АТМОСФЕРУ

28	Роль EQ в создании атмосферы	202
29	Этика бизнеса	209
30	Психология общения	216
31	Построение отношений	226
32	Работа в команде. Командный дух	236

ЧАСТЬ 6

ОСВОИМ ПРЕМУДРОСТИ СПОНСИРОВАНИЯ

33	Личное ведение новичка	250
34	Проведение домашней встречи	261
35	Планирование и анализ бизнеса. Работа с KPI	267
36	Мотивация. Как пробудить в партнёрах энтузиазм	274

ЧАСТЬ 7

НАУЧИМСЯ РАБОТАТЬ С ГРУППОЙ

37	Построение глубины	282
38	Формирование рабочей группы	292
39	Проведение групповых сборов	298

Часть 8

ВСТАНЕМ НА ПУТЬ ЛИДЕРА

40	Истинное лидерство в сетевом маркетинге	306
41	25 черт лидера в MLM	310

Часть 9

ПОСТРОЕНИЕ МОЛОДЁЖНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

- 42** Создание молодёжных сетей 320
- 43** Геймификация в бизнесе MLM 325

Часть 10

MLM В ИНТЕРНЕТЕ

- 44** Инфомаркетинг в MLM. Онлайн или офлайн? 334
- 45** Соцсети и мессенджеры. Рекрутинг в интернете 341
- 46** Работа со структурой онлайн 349

Часть 11

ПОГОВОРИМ О НЕОЧЕВИДНОМ...

- 47** Основы финансовой грамотности сетевика 356
- 48** Удача в бизнесе MLM. Случайности
неслучайны? 362
- 49** Соционика. Важность индивидуальных
особенностей 370
- 50** Анализ и оценка MLM-компаний 383

Заключение 397

Список рекомендованной литературы 400

Благодарности 402

От автора

Теория — это когда вы знаете всё, но ничего не работает.
Практика — это когда всё работает, но никто не знает почему.
Мы совмещаем теорию и практику — ничего не работает и никто не знает почему.

Девиз некоторых сетевиков

Приветствую вас, дорогой читатель!

Если вы держите в руках эту книгу, то, значит, имеете какое-то отношение к MLM-бизнесу.

Возможно, вы ещё зелёный новичок, пару дней назад дрожащей рукой подписавший контракт и сделавший стартовую закупку.

А может быть, вы — родственник, обеспокоенный тем, в какую такую историю вляпался ваш муж, ребёнок или ваша мама.

Не исключено, что вы уже полноценный дистрибьютор: имеете результат в MLM-бизнесе в виде нескольких партнёров и/или клиентов, но хотите выйти на другой уровень.

Или же вы лидер крупной коммерческой организации, долгое время находящейся в стагнации, и ищите способы преодоления этого «узкого горлышка».

Ну а может, вы просто сочувствующий наблюдатель.

В любом случае уверен: эта книга будет вам полезна.

Здесь я позволил себе изложить своё видение бизнеса, чтобы помочь вам сдвинуться с мёртвой точки, найти ответы на вопросы и посмотреть на привычные вещи под другим углом. Подозреваю, что с какими-то принципами вы будете не согласны, от каких-то мыслей в вас закипит возмущение, а где-то вы и вовсе измените свою точку зрения на противоположную. Это нормально. Просто постарайтесь принять это, необязательно в момент прочтения. С какими-то мыслями и идеями необходимо переспать.

Почему я решил написать эту книгу?

Ну, во-первых, на территории стран бывшего СНГ не найти хоть каких-то стоящих книг на тему MLM-бизнеса. Есть достойная англоязычная литература, но и та уже давно морально устарела. Людям из MLM-индустрии просто нечего читать, моим партнёрам в том числе.

Во-вторых, я понял, что готов и имею моральное право делиться с миром своим профессиональным опытом. Я прошёл длинный путь от нищеты и нужды до серьёзных доходов и всеобщего признания, собрал многочисленные премии, поощрения, автобонус (\$30 000) и т.д.; на деньги от бизнеса посетил 46 стран (в каких-то побывал до пяти раз), приобрёл отличную квартиру площадью более 100 м² и создал инвестиционный портфель. На сегодняшний день моя сеть насчитывает свыше 20 000 контрактов с клиентским товарооборотом в двух десятках стран. Я вырастил достойных лидеров, сам ездил и запускал регионы, остаюсь действующим сетевиком и работаю на всех уровнях (от новичка до лидера). В 2016 г. на мировом конкурсе систем НДО (начального дистрибуторского обучения) я презентовал свою систему обучения, занял первое место и был отмечен премией \$20 000. Этой системой я поделюсь и с вами.

В-третьих, мне всегда хотелось создать максимально правдивый материал, каковых мало.

Сейчас будет довольно крамольная мысль. Готовы?

Ни один лидер, добившийся успеха, не скажет точно, как преуспеть. На 100% этого не знает никто. Кто-то максимально близок к этому пониманию, а кто-то топчется в самом начале пути. Как, например, «пассажиры» из конца 1990-х и начала 2000-х гг., выросшие на хайпе, на росте рынка MLM в России,

и считающие себя гуру сетевого бизнеса. При этом они совершенно оторваны от современных реалий. А мир изменился, мир ушёл вперёд, и они не знают, как работать в этой новой действительности. Это нормально, типично для определённого процента «лидеров». В современном обществе присутствует некоторое количество людей, купивших биткоин в начале 2010-х. Но ни то, ни другое не имеет ничего общего с пониманием принципов успешного построения бизнеса. Просто кому-то повезло оказаться в нужное время в нужном месте. О роли удачи в бизнесе, да и в жизни, мы ещё поговорим — этому будет посвящена отдельная глава.

Волшебных таблеток не существует. Нет никаких чудо-фраз или методик, позволяющих в одночасье добиться успеха. Но существуют принципы ведения бизнеса: соблюдая их, можно достичь результата при достаточно большом количестве повторений. Воспринимайте все приводимые в книге рекомендации как некие правила, которых следует придерживаться, как и правил дорожного движения.

Нет единственно верного способа преодолеть путь между Санкт-Петербургом и Москвой, даже если ехать по одной и той же трассе. Невозможно прописать алгоритм вроде: «На 4-й минуте 55-й секунде совершите обгон, на 8-й минуте остановитесь на светофоре». Но если вы знаете и соблюдаете ПДД, то с огромной вероятностью доедете.

О подобных принципах-правилах MLM-бизнеса и пойдёт речь в этой книге. Какие-то из них, базовые и лежащие на поверхности, я так и называю — базовые сетевые принципы (БСП). Но есть и другие — менее очевидные, но не менее важные.

Содержание книги выстроено для последовательного ознакомления с этими самыми принципами. Вы вольны читать главы в любой последовательности. Но рекомендую всё же идти по порядку, так информация будет усваиваться значительно проще.

Не люблю графоманов, льющих воду, и рассказы про «успешный успех», поэтому обещаю: КПД книги будет приближён к максимальному. Где-то я слышал, что коэффициент полезности нон-фикшн-литературы проверяется по формуле $P > n \times 0,15$, где P — число полезных для вас мыслей,

а n — количество страниц в издании. То есть на 400 с небольшим страниц должно приходиться не менее 60 полезных мыслей. Гарантирую, что в этой книге их будет несравнимо больше.

После каждой главы приводятся задания — рекомендую их выполнять.

Что ж, переворачивайте страницу, мы начинаем!

ЧАСТЬ 1

Поговорим об MLM

01 Найдите достаточную причину

Спросил у них леший:
«Вы камо грядеши?»

Владимир Высоцкий

Позади полгода в бизнесе, и я вернулся к исходной точке: я снова один, у меня нет команды, нет оборота, нет денег и даже поесть особо не на что.

Бывало, я голодал по два-три дня, питаюсь на промо-акциях, когда ездил встречаться с потенциальными партнёрами...

Примерно в это время я понял: офис и система работы, в которую я попал, не подходят мне по ценностям. Поддержки ждать неоткуда, многие друзья отвернулись, впереди неизвестность...

Наступил период отчаяния. Была середина осени: промозглая питерская погода, пасмурное небо и мелкий противный дождь.

Я брёл вдоль Обводного канала и гонял по кругу мысли: куда я иду? Зачем мне всё это нужно? Может быть, послать всё к чертям?

Крах? Всё, уходить из бизнеса? Предать свои мечты?

Я шёл и думал, что со мной будет дальше...

С одной стороны, в высшем образовании и весомости дипломной корочки я уже разочаровался; после того как

я перестроил свой мозг на бизнес-подход, мысли о наёмном труде вызывали тошноту.

С другой же — неудачи, поражения, неопределённость и общественное мнение медленно склоняли меня к негативному сценарию.

И тогда я начал вспоминать и представлять себе максимально отчётливо зарисовки из жизни — всё то, ради чего я и приходил в бизнес.

Возможность получать неограниченный пассивный доход, занимаясь при этом любимым делом.

Тратить на бизнес 5–7 дней в месяц, а в остальное время встречаться с друзьями, уделять время семье, читать, играть в компьютерные игры...

Объехать полмира, посетить города и страны, о которых читал только в книгах. Побывать на могиле Джека Лондона под Сан-Франциско, покататься на гондолах в Венеции, посидеть на краю Гранд-Каньона, оценить монументальность Эйфелевой башни, прикоснуться к Великой Китайской стене...

Всё это и было моей настоящей *достаточной причиной!* Тем, ради чего я готов был двигаться дальше, несмотря на все трудности.

В тот день я пообещал себе идти до конца, что бы ни случилось, как бы тяжело ни было. Где-то в подсознании вертелась мысль: «За любой успех нужно платить».

Однако стоило мне принять решение состояться в бизнесе, как всё начало меняться. Нет, чуда не произошло, жизненные обстоятельства как были отвратительными, так и оставались.

Но в этот момент пришла вера в себя, в то, что я смогу преодолеть любые сложности. Я вспомнил свою *достаточную причину*, изменил восприятие ситуации, начал думать и действовать исходя из нового убеждения — «я иду до конца».

Мечта. Цель. Достаточная причина. То, что будет давать вам стимул вставать по утрам. То, что будет будоражить воображение. То, о чём вы не сможете думать без учащённого сердцебиения.

Цели — ваш личный «вечный двигатель»: его не существует в физике, но он есть в психологии. Именно из своих целей вы способны черпать неограниченное количество энергии. Помните: мы с вами от природы ленивые существа,

стремимся к анабиозу, к экономии сил. В идеале нам бы лежать на диване и ничего не делать. Так вот: *мозг выделяет энергию под задачу!* Поэтому в первую очередь нужно разобратся с целями.

Часто ко мне приходят с запросом: «У меня нет целей; я не знаю, что делать; наставник, помоги». Это распространённое заблуждение, будто цели откуда-то должны взяться сами или будто они — дар свыше. Господа, никто с ними не рождается. **Цели нужно придумать себе самому!** Только и всего.

Поразмышляйте в тихой спокойной обстановке: чем бы вы занимались, если бы не нужно было работать ради денег? Представьте, что у вас счёт в банке, а на нём — практически неограниченная сумма, хватит вашим правнукам в десятом поколении. Всё, необходимость трудиться ради денег отпала. Чем бы вы занимались? Как бы проходил ваш день? В какой части мира вы бы жили? В каком доме? Какие ваши потенциальные увлечения уже несколько лет дожидаются своего часа? Какие страны вы хотели бы посетить? Может быть, с детьми или с родителями?

Берите ручку и пишите, пишите...

Как же писать цели, спросите вы? Я рекомендую использовать известную во всём мире технологию SMART, только в дополненном виде. Итак, какая она — правильная цель?

S (specific) — **конкретная**. Желанный результат должен быть определён максимально точно. Для большей конкретизации рекомендую расписывать цели на бумаге. Это лучший способ материализовать в реальном мире что-то абстрактное. Также важно формулировать цели от первого лица, чтобы крепче себя с ними ассоциировать.

M (measurable) — **измеримая**. Если цель невозможно измерить, то и реализовать её будет сложно. Но есть и хорошая новость: практически любую цель, даже духовную, можно оценить количественно. Например, посетить Лувр и увидеть Мона Лизу — цель духовная, но поездка будет стоить денег, а их, в свою очередь, можно посчитать.

A (achievable) — **достижимая**. Цель должна быть реальной, такой, в которую мозг может поверить. В идеале — привязанной к финансовому плану вашей компании-партнёра, исходя из примерных доходов на определённых статусах.

R (relevant) — **актуальная**. Цель должна быть ваша, а не навязанная обществом, семьёй или друзьями. Цель ради цели, или формата «было бы неплохо», работать не будет. Например, сколько бы ни пропагандировали в современном обществе необходимость иметь личный автомобиль, меня это никогда не зажигало. Соответственно, если бы я включил машину в свой список, это была бы не моя цель и она не мотивировала бы меня на действия.

T (time-bound) — **ограниченная во времени**. Сроки достижения цели должны быть чётко прописаны.

По времени реализации цели можно условно разделить на краткосрочные (до года), среднесрочные (до 3 лет) и долгосрочные (до 10 лет и более).

Также рекомендую прописывать цели в настоящем времени и в позитивном ключе.

Пример: в декабре 2028 г. я покупаю двухэтажный дом в готическом стиле площадью 400 м² на побережье Крыма за 80 млн руб.

(До этого вы посчитали, что к декабрю 2028 г. сможете закрыть определённый статус, построив соответствующую команду, и выйдете на доход 3,5 млн руб. в месяц. Далее: согласно золотому правилу, сформулированному Бодо Шефером, дом должен стоить не более той суммы, которую вы способны заработать за 2 года: 3,5 млн руб. × 12 месяцев × 2 года = 84 млн руб., и 84 > 80.) Далее вы можете максимально конкретизировать цель, расписав всё в подробностях — от размера комнат до цвета занавесок.

Если вы хотите углубиться в вопрос постановки целей, рекомендую почитать книгу «Цельная жизнь» Джека Кэнфилда*.

Может быть, у вас в голове по-прежнему вертится вопрос: «А зачем мне всё это, вся вот эта клоунада с целями? У меня два высших образования, я материалист и живу в реальном мире, а не в каких-то эфемерных грёзах...» Зачем, говорите? Да затем, что это работает, независимо от того, верите вы в это или нет!

* Кэнфилд Д., Хьюитт Л., Хансен М. Цельная жизнь. Главные навыки для достижения ваших целей. — М.: Бомбора, 2022.

Благодаря сетевому маркетингу у вас есть возможность самому определить свою судьбу; стать в своей семье тем, кто разорвёт цепь бедности. Прожить счастливую жизнь, полную ярких моментов, найти множество друзей в разных странах, объездить весь мир, постоянно расти как личность, стоять на сценах перед многотысячными аудиториями и получать признание, помогать близким, заниматься благотворительностью, оставить достойное наследство потомкам...

Кто-то приходит в бизнес MLM без гроша за душой и становится финансово независимым. Кто-то же имеет деньги, но пашет 24/7 и не имеет возможности ими наслаждаться, не может найти время, чтобы побыть с семьёй.

Один мой знакомый весьма неплохо зарабатывал в предпринимательстве. Он подолгу не видел семью и понял, что нужно менять свою жизнь, когда его родная дочь спросила: «Мама, а кто этот дядя?» У кого-то есть и время, и деньги, но нет достойного развитого окружения, не с кем пообщаться. Или же не хватает признания и нет ощущения самореализации. Сетевой маркетинг может закрыть не только эти потребности, но и огромное количество других.

Я твёрдо убеждён: **бизнес MLM — это лучшая возможность развиваться и зарабатывать для обычного человека, не имеющего связей или большого стартового капитала.**

Если у вас дядя в аппарате президента, или папа может дать пару миллионов долларов на бизнес, или же вы уникальный и востребованный специалист в своей области, тогда разговор другой. Но в 99% случаев это не так. И что же остаётся нам, простым смертным? Горбатиться в найме, вечно считать копейки, перебиваясь от зарплаты до зарплаты? Прозябать в тихом отчаянии и умереть в нищете?

Мы живём в такое время, когда возможностей практически нет. Не согласны? Это потому, что существует *иллюзия* возможностей, иллюзия лёгких денег. Каждый день, листая ленту соцсетей, мы натываемся на эти привлекательные лозунги — «научу зарабатывать на госзакупках», «поделюсь тайными методами трейдинга», «раскрою секреты инвестирования в криптовалюты», «покажу, как стать миллионером на маркетплейсах» и т.д.

Всегда умиляли люди, знающие, как заработать миллиарды, но при этом продающие курсы по \$100. Вам это никогда не казалось подозрительным?

Всё дело в том, что продавать методики зарабатывания денег выгоднее, чем самим их использовать. Проще говоря, вам предлагают «липу». Не верьте сладкоголосым любителям поживиться за чужой счёт. Никакой успех не приходит просто так, за всё нужно платить, везде нужно трудиться. Большие деньги не падают с неба; заработать много и быстро *легальным* путём невозможно.

Что же нам остаётся? Только труд. Но можно долго и упорно трудиться на работе, а на старости лет получить нищенскую пенсию (это если доживёшь). Можно попытаться счастья в предпринимательстве (с крайне низким шансом на успех, но об этом позже). А можно упорно потрудиться несколько лет в MLM, выйти на высокий чек, создать капитал и вести бизнес в поддерживающем режиме.

Сетевой маркетинг — очень интересный и многогранный бизнес, но преуспеть в нём непросто. Халявы не будет, придётся потрудиться. И если вас в жизни всё устраивает, если вы сидите в зоне комфорта, если у вас нет своей *достаточной причины*, то вы просто не сможете добиться успеха в MLM.

Ещё одна рекомендация: поставьте себе такие цели, которые физически невозможно реализовать, работая по найму. В противном случае мозг будет сопротивляться: нерационально тратить столько энергии на построение бизнеса для осуществления мелких целей, если их можно достичь в найме куда меньшими усилиями!

О том, что на *самом деле* представляет собой MLM-бизнес, мы поговорим в следующей главе.

Задание: написать 50 целей (и краткосрочных, и среднесрочных, и долгосрочных) из различных групп — путешествия, семья, хобби, личностный рост, бизнес, доход, здоровье.

02 Разберитесь, что такое MLM-бизнес

Как жаль, что все, кто знают,
как управлять страной,
уже работают таксистами
или парикмахерами.

Франсуа Миттеран

Моя мама работала в Faberlic; я наблюдал, как она постоянно носилась туда-сюда с каталогами, но никакого дохода в этом деле я не видел. Именно таким было моё первое впечатление о сетевом маркетинге: беготня с сумками и брошюрами, прямые продажи, которые не ведут к большим деньгам.

Второе впечатление о MLM у меня сложилось, когда я собирал справки для военкомата, и один наш местный врач, закрыв дверь кабинета на ключ изнутри, пытался убедить меня вступить в его маленькую «секту» (MLM, как оказалось позже). Весь приём я сидел и думал, как вырваться из его лап невредимым и попасть домой. После этой встречи я был твёрдо убеждён: сетевой маркетинг похож на секту зомбану-тых; здесь надо жёстко навязываться людям и переубеждать их, что с моими принципами никак не резонировало...

А ещё где-то в чертогах моего разума крутились ассоциации, связанные с концом 1990-х гг. и злополучным «МММ» Мавроди. Казалось, будто MLM и «МММ» — в сущности одно и то же: нечто «пирамидальное». Я же был воспитан по таким

канонам, что никогда не переносил обман, несправедливость и всегда радел за правое дело.

Итак, к 22 годам я успел собрать максимальное количество стереотипов, связанных с MLM-бизнесом. Позже я узнал, что финансовые пирамиды незаконны, мошеннические схемы неэтичны и нелегалы, а сетевой бизнес не имеет с этим ничего общего. Напротив, он позволяет развиваться, честным путём зарабатывать деньги, помогая другим — кому-то со здоровьем, кому-то с финансами. Позже я убедился в том, что в сетевом маркетинге ни в коем случае нельзя навязываться, не стоит заниматься агрессивными продажами... И да, и ни о каком сходстве с сектантством и речи быть не может. Но обо всём по порядку.

В 2008 г. мне предложили заняться сетевым бизнесом. Этично, профессионально, без лжи, уговаривания и навязывания. У меня хватило ума не отказаться сразу, а поставить под сомнение собственные убеждения и разобраться. Оглядываясь назад, я понимаю: это было самое стратегически верное решение в моей жизни.

Так что же такое MLM, или, как его ещё называют, сетевой бизнес или сетевой маркетинг?

Обожаю задавать этот вопрос новичкам, приходящим ко мне на зачёт по MLM. Большинство сразу впадают в ступор. Говорят: «И так понятно». Понятно, да не всем и не всегда. Давайте разобраться.

MLM (multi-level marketing), сетевой бизнес, сетевой маркетинг — это способ реализации товаров и услуг через дистрибьюторскую сеть (состоящую из партнёров и клиентов компании).

То есть основная задача — построить сеть, через которую будет реализовываться определённый товар, с целью получения дохода. Со временем он станет преимущественно резидуальным (пассивным).

Каждый партнёр или клиент может привлекать других таких же партнёров и клиентов, получая комиссионное вознаграждение с их покупок в соответствии с маркетинговым планом конкретной компании. Похожий принцип сегодня часто встречается в формате одноуровневого маркетинга — в виде акций «приведи друга». Каждый из вас хотя бы раз

в жизни сталкивался с подобной рекламой: «приведи друга и получи \$20 на банковский счёт», «приведи друга и получи купон \$10 на следующую покупку», «приведи друга и получи 300 бонусных минут на телефон». Вся разница в том, что в MLM действует принцип многоуровневости: вы получаете бонусы, когда рекомендуете товар или услугу друзьям, а заодно получаете бонусы от друзей друзей, и получаете опять, когда друзья друзей приведут друзей, — и так до бесконечности.

В повседневной жизни мы постоянно кому-то что-то рекомендуем. Представьте: вы сходили в кино и фильм вам понравился. Вы, разумеется, рассказали о нём 10–15 своим друзьям, кто-то из них заинтересовался и пошёл в кино по вашей рекомендации. Как было бы хорошо, если бы хозяин кинотеатра позвонил вам, поблагодарил за новых клиентов и поделился прибылью! В сетевом маркетинге это возможно. Повторюсь: вы это и так уже делаете — каждый день, сами того не осознавая, даёте *рекомендации*. Только кто-то при этом ещё и зарабатывает, и вы можете стать одним из таких людей.

Как видите, нигде я не говорил, что нужно встать у прилавка на рынке или, вооружившись двумя клетчатými сумками, бежать распродавать их содержимое по соседским квартирам. Агрессивных продаж в MLM нет и быть не может.

В основе всей системы лежит принцип рекомендации: довольные клиенты привлекают клиентов. Из этого следуют сразу несколько выводов.

Во-первых, люди должны сами пользоваться продуктом, иначе они просто не смогут его рекомендовать знакомым. Рекомендация без личного потребления — это не что иное, как ложь, разрушающая отношения.

Во-вторых, продукт должен нравиться людям, иначе не возникнет искреннего желания его рекомендовать. То есть продукт должен быть достаточно высокого качества.

В-третьих, рекомендация — самая сильная реклама! Сильнее сарафанного радио нет ничего. Какие-то методы продвижения будут рождаться и умирать, но принцип сарафанного радио будет жить, пока живут люди. Мы намного охотнее доверимся рекомендации продукта или услуги от нашего

друга или родственника, нежели рекламе по телевизору, на ютубе, таргетингу в соцсетях и прочему.

Вот почему в MLM-бизнесе практически отсутствуют затраты на прямую рекламу: она осуществляется самими людьми. Как следствие, цена на продукт ниже. Вы же понимаете, что, покупая в магазине шоколадный батончик известной фирмы за 100 руб., примерно 30–50 вы переплачиваете за то, что его вам показали по телевизору: расходы на рекламу уже включены в стоимость товара.

Как товар добирается до конечного потребителя по классической схеме? Примерно так, через цепочку посредников: производство — крупный оптовик — мелкий оптовик — реклама — доставка — наценка магазина — потребитель. Каждый накрутил «кому сколько не хватает» — от 30 до 100%. На выходе получаем плюс 600–1000% к себестоимости, за что платит конечный потребитель.

Схема MLM: производство — дистрибьюторская сеть (забирающая обычно 55–59%) — потребитель. То есть намного интереснее приобретать продукт по цене в 2–2,5 раза выше себестоимости, нежели в 6–10 раз. Защита от подделок, цена ниже, все в выигрыше — и производитель, и потребитель. Win-Win.

Как же отличить здоровый сетевой маркетинг от финансовых пирамид?

1. В финансовых пирамидах **деньги платятся с рекрутинга**, то есть с привлечения новых adeptов. В MLM способ заработка принципиально другой: деньги платятся с товарооборота. Теоретически возможна даже такая ситуация: за месяц в сеть никто не подключился, но доход все получили, потому что произошёл товарооборот — за счёт личного потребления и рекомендаций.
2. В финансовых пирамидах **продукт либо отсутствует, либо он крайне низкого качества**. В классической пирамиде нет продукта, который имел бы реальную ценность. Обычно там идёт торговля воздухом — ничего не значащими бумажками или пустыми обещаниями.

У финансовых пирамид очень много общего с финансовыми пузырями, но о них не в этой книге.

3. В финансовых пирамидах **нет движения товара**. В последнее время всё чаще появляются *замаскированные финансовые пирамиды*. В таких структурах формально присутствует продукт, что может ввести в заблуждение неискушённого кандидата. Но этот продукт не востребован, движения по сети нет, закупок и клиентов нет, и всё сводится к тому, что оборот производится единственным способом — за счёт стартовых закупок жертв. Это влечёт за собой увеличение объёма стартовых закупок и повышение порога для входа в бизнес: \$1500, \$3000 или даже \$10 000. В бизнесе MLM же нормой считается закупка на \$200–500 — такая по карману любому.
4. Финансовые пирамиды **нелегальны**, в отличие от MLM-компаний. Если компания имеет государственную регистрацию, платит налоги и ведёт прозрачную деятельность — это очень хороший знак для вас.

На протяжении многих лет общественное мнение о MLM-бизнесе было крайне негативным: я много чего наслушался от знакомых и начитался всякой ереси в интернете. Тому есть две причины: общая невежественность масс в этом вопросе, а также некорректная, местами неэтичная работа дистрибьюторов.

Но время изменилось, сетевой бизнес уверенно шагнул вперёд, в эпоху профессионализма. Об MLM положительно отзываются крупные бизнесмены, успешные и уважаемые в мире люди, такие как Дональд Трамп, Роберт Кийосаки, Ричард Брэнсон, Стивен Кови, Уоррен Баффетт и другие. Всё чаще о сетевом маркетинге пишут различные авторитетные издания, включая деловой журнал *Forbes*.

Мировой оборот индустрии MLM на сегодня составляет свыше \$150 млрд в год. Годовые показатели крупнейших компаний — \$7–9 млрд. Предприниматели с самыми высокими

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru