

АЛЕКСАНДР СИНАМАТИ

**АЛГОРИТМ
ДЕЙСТВИЙ
КОНСУЛЬТАНТА
СЕТЕВОЙ
КОМПАНИИ**

«Издательство ФАИР»
Москва
2011

УДК 339.13
ББК 65.290-2
С38

Синамати А.

С38 Алгоритм действий консультанта сетевой компании / Александр Синамати. — М.: «Издательство ФАИР», 2011. — 112 с.: ил. — (Библиотека MLM).

ISBN 978-5-8183-1738-0

В своей новой книге Александр Синамати, основываясь на 20-летнем опыте работы в данной области, описывает алгоритм действий консультанта сетевой компании с момента подписания им соглашения до создания собственной сбытовой структуры. Приведенные рекомендации помогут читателю быстрее достичь успеха в сетевом маркетинге и изменить свою жизнь к лучшему.

Для широкого круга читателей.

УДК 339.13
ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-8183-1738-0

© Синамати А., 2011
© Оформление, серия.
«Издательство ФАИР», 2011

ОТ АВТОРА

Доброе время суток, уважаемые читатели.

Меня зовут Александр Синамати. Я живу в России, в Москве. По образованию я преподаватель и бизнес-тренер и уже 20 лет реализую себя в сетевом маркетинге. Это очень интересная и перспективная область современной жизни, которая предоставляет прекрасные возможности для умных людей, желающих создать свой бизнес.

К сожалению, в России сетевой маркетинг оброс огромным количеством мифов и легенд, и многие люди пребывают в заблуждении по поводу этого бизнеса. Я изучаю сетевой маркетинг много лет, издаю журнал, а также написал об этом бизнесе несколько книг, в которых подробно изложил, что на самом деле представляет собой сетевой маркетинг и какие возможности получают люди, занимающиеся им.

Книга, которую вы держите в руках, написана для людей, только начинающих свой путь в сетевом маркетинге. В ней я описал общий алгоритм действий консультанта сетевой компании с того момента, когда он только начинает свою деятельность в сетевой компании, до создания собственного бизнеса. Более подробную информацию о каждом шаге вы сможете найти в многочисленных книгах, аудио- и видеоматериалах,

посвященных сетевому маркетингу. Эти материалы широко представлены в интернет-магазине «Sinamati. Книги для сетевиков» и в электронном журнале «Sinamati. Сетевой маркетинг и прямые продажи».

Я буду рад, если благодаря этой книге вы сможете быстрее достичь успеха в сетевом маркетинге и изменить свою жизнь к лучшему.

Желаю удачи, с уважением,

Александр Синамати.

Моя электронная почта: *sinamatia@gmail.com*
Интернет-журнал «Sinamati. Сетевой маркетинг и
прямые продажи» — *www.sinamati.com*
Интернет-магазин «Sinamati.
Книги для сетевиков» — *www.sinamati.ru*
Мой блог: *www.sinamati.blogspot.com*

Чтобы иметь то, чего вы раньше никогда не имели, нужно начать делать то, что вы раньше никогда не делали.

Джим Рон

ГЛАВА 1

ЧТО ТАКОЕ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Сетевой маркетинг — это система продвижения товаров или услуг от производителя к потребителю через сеть независимых распространителей, которые получают вознаграждение, зависящее от объема закупаемой ими продукции, а также имеют возможность привлекать к распространению товаров других людей и получать комиссионное вознаграждение, зависящее от объемов продукции, закупленной этими людьми.

Из определения понятно, что сетевой маркетинг — это один из способов распространения товаров и услуг, смысл которого заключается в том, что не покупатель приходит к товару (в магазин, на рынок и т. д.), а товар (вместе с распространителем) приходит к покупателю.

В ЧЕМ ПРЕИМУЩЕСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТОВАРА ИМЕННО ЭТИМ СПОСОБОМ

Первоочередная задача каждой компании, производящей какую-либо продукцию, — сделать так, чтобы

покупатели о ней узнали. Поэтому огромное количество денег компании тратят на рекламу. Однако **хорошая** реклама — большая редкость, а та, которую мы видим и слышим на каждом шагу, вызывает лишь отторжение. Одинаковые слова, одинаковые лозунги, глупые сюжеты — и все это для того, чтобы заставить нас купить почти не отличающиеся друг от друга товары. И постепенно стало ясно, что нужно искать какие-то другие способы, чтобы «достучаться» до покупателя и дать ему информацию о своей продукции. И одним из этих способов оказался сетевой маркетинг. Десятки тысяч консультантов сетевых компаний самостоятельно ищут покупателей, индивидуально работают с каждым человеком, объясняют все преимущества продукции, доставляют ее покупателю, благодарят за покупку, а потом еще звонят и интересуются, остался ли покупатель доволен. В результате довольными остаются все — покупатель окружен вниманием и заботой, каких днем с огнем не сыщешь в магазине, производитель имеет рост объема продаж своей продукции, а консультант получает вознаграждение за свою деятельность.

В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОНСУЛЬТАНТА СЕТЕВОЙ КОМПАНИИ

Консультант сетевой компании — это человек, который заключил договор с компанией и получил право приобретать продукцию со скидкой и распространять ее. Основная задача консультанта заключается в создании сети сбыта для распространения продукции компании. У консультанта существует три способа выполнить эту задачу:

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

Консультант регулярно проводит информационные встречи, рассказывая на них другим людям о компании, ее продукции и о возможности заработать деньги. Люди, заинтересовавшиеся ее продукцией, становятся его клиентами.

Обязанности консультанта по продукции

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

Люди, заинтересованные возможностью зарабатывать деньги, регистрируются в компании и становятся членами ее консультантской структуры (организации, сети). Они начинают пользоваться продукцией, приобретая ее со скидкой, и распространять ее. По от-

ношению к этим людям консультант выступает в роли руководителя структуры.

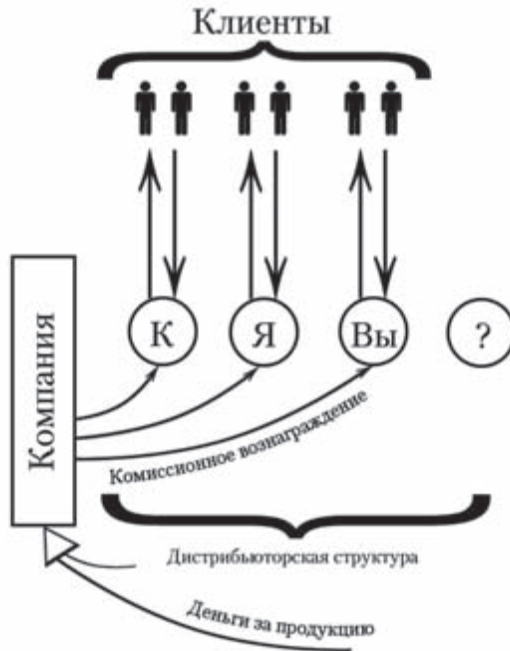
Обязанности организатора и руководителя структуры

1. Пройти обучение по ведению бизнеса.
2. Пользоваться продукцией компании.
3. Регулярно проводить информационные встречи, во время которых рассказывать о компании и возможности зарабатывать деньги; привлекать других людей к работе консультантами компании.
4. Осуществлять регулярную профессиональную подготовку новых консультантов своей структуры (обучать, развивать, мотивировать).
5. Организовывать и проводить различные мероприятия, направленные на увеличение сбыта продукции.

В результате всех вышеописанных действий консультант создает сеть сбыта (структуру, организацию), состоящую из потребителей продукции, продавцов и организаторов бизнеса. Эта сеть распространяет продукцию компании, а компания выплачивает консультантам комиссионное вознаграждение.

ИСТОЧНИКИ ДОХОДА КОНСУЛЬТАНТА СЕТЕВОЙ КОМПАНИИ

Тема заработков в сетевом маркетинге окутана многочисленными мифами и легендами. Одна из любимых фраз сетевиков звучит так: «В сетевом маркетинге каждый человек может обрести финансовую независимость».



Давайте подробнее поговорим о конкретных цифрах дохода консультанта сетевой компании.

Комиссионное вознаграждение консультанта сетевой компании начисляется в соответствии с документом, называемым маркетинг-планом (планом компенсаций). В каждой сетевой компании свой маркетинг-план и свои условия для получения вознаграждения.

Однако известно, что в среднем вознаграждение сетевика составляет 10% от объема закупок его сбытовой структуры. Другими словами, если месячный товарооборот структуры составляет 100 тысяч рублей, то комиссионное вознаграждение руководителя структуры — 10 тысяч рублей.

ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ ДОХОД КОНСУЛЬТАНТА

Доход консультанта зависит, во-первых, от того, как быстро консультант создаст свою сбытовую структуру, и, во-вторых, от того, насколько активно будут работать консультанты его структуры.

От некоторых консультантов иногда можно услышать такую фразу: «Я в компании уже несколько лет, а почти ничего не зарабатываю». А не зарабатывают они по двум причинам: либо не создали многочисленную структуру, либо создали, но их консультанты неактивны, не делают ежемесячных закупок продукции. Важно понимать, что консультанту сетевой компании платят не за «выслугу лет», а за товарооборот, который создает его сбытовая сеть под его руководством.

Я могу привести средние цифры доходов консультантов различных сетевых компаний.

Через **год активной работы** консультант может рассчитывать на комиссионное вознаграждение размером в 500–1000 американских долларов.

Через **два-три года активной работы** реально достичь заработка в 3–5 тысяч долларов в месяц. А через **пять-шесть лет активной работы** доход сетевого консультанта может составить 7–10 тысяч долларов в месяц.

Я лично знаю лидеров сетевых компаний, чей ежемесячный заработок составляет 50–100 тысяч долларов в месяц. В каждой компании их не очень много, как правило, это люди, создававшие свой бизнес в течение 10–15 лет, и товарооборот их структур исчисляется сотнями тысяч долларов.

Но есть суперлидеры, которые зарабатывают свыше 100 000 долларов в месяц, при этом такие люди скорее являются исключением, чем правилом.