

ВВЕДЕНИЕ

Дорогие друзья!

Цель этой книги — помочь получить **лучшие** результаты как новичкам, только начинающим свой путь в бизнесе MLM, так и руководителям, чьи организации состоят из сотен, а возможно, и тысяч консультантов.

Новички, прочитав эту книгу, смогут намного более успешно приглашать в бизнес своих знакомых (и не только знакомых).

Руководители же смогут не только значительно повысить эффективность своего рекрутирования, но и использовать данную систему для более глубокого обучения своих партнёров по бизнесу.

От всей души желаю вам, чтобы эта книга помогла вам **БЫСТРЕЕ** осуществить ваши самые сокровенные желания и реализовать самые желанные цели!

Если вы захотите поделиться своими ощущениями от прочитанного (а также от применения на практике изложенных в этой книге методов), вы можете это сделать, написав мне по адресу: a_buhtiyarov@mail.ru.

С уважением, Александр Бухтияров

Пара парадоксов

Очень своеобразное сейчас время. Своеобразное и парадоксальное. С одной стороны, сегодня любой человек может купить буквально всё. Всё, о чём ещё 20 лет назад он мог только мечтать. Начиная с мясных и колбасных изделий, продолжая путешествиями и заканчивая яхтами, катерами и самолётами. С другой стороны, несмотря на всё это изобилие и свободу, большинство людей, как и раньше, продолжают довольствоваться самым малым. Большинство людей, уж извините за прямоту, пользуются крохами со стола жизни. Потому что не имеют в достаточном количестве денег, за которые можно купить буквально всё. Великое множество людей в странах СНГ зарабатывают 150–200 долларов в месяц, а это — **НИЧТО**. Выходит, **ВСЕМ МОЖНО ВСЁ, А БОЛЬШИНСТВО НЕ ИМЕЮТ НИЧЕГО**. Парадокс? Да. Но не единственный. Другим, ещё более удивительным парадоксом является существование бизнеса MLM (в переводе с английского языка Multi-Level Marketing — многоуровневый маркетинг).

В то самое время, когда большинство людей не имеют того, что хотели бы иметь, и живут не так, как хотели бы, этот бизнес даёт возможность в течение нескольких лет выйти на уровень дохода от 600 до нескольких тысяч долларов в месяц.

Кто-то в это не верит. Чья это проблема? Безусловно того, кто не верит. Возможности бизнеса MLM **АБСОЛЮТНО РЕАЛЬНЫ**. Это — **ФАКТ**. Только в моей организации на сегодняшний день более 100 человек зарабатывают от 600 до 3000 долларов в месяц. Летом 2005 года, когда я писал книгу «Как вырваться из замкнутого круга», в моём бизнесе только около 20 человек имели такой доход.

Так вот, самым удивительным парадоксом является то, что сейчас, когда за деньги можно приобрести столь многое, когда есть бизнес MLM, позволяющий за достаточно небольшой промежуток времени выйти на значительный уровень дохода, большинство людей продолжают заниматься «благотворительным трудом», помогая осуществить мечту кому-то другому.

Может быть, они не знают об этом бизнесе? Конечно же, знают. Так почему же они не бегут сломя голову в офисы сетевых компаний, стремясь как можно скорее зарегистрироваться в компьютере компании и мечтая сразу же начать действовать максимально активно? А потому что в жизни им не так часто встречались люди, которые добились в этом бизнесе заметных результатов. Чаще попадались те, чьи успехи не особенно вдохновляли, а быть может, и вовсе отбивали желание взяться за это дело. Здесь возникает вопрос: почему многие люди, занимающиеся бизнесом MLM, получают такие немотивирующие результаты? Почему приличное число новичков не могут даже стартовать? А потому что у них **не получается** приводить в бизнес других людей; у них не получается **рекрутировать**, а это — один из главных факторов, от которых зависит успех в бизнесе MLM.

Неудачный старт в этом бизнесе, как правило, выглядит следующим образом: свежее испечённый новичок, вдохновлённый перспективами, которые могут благодаря этому бизнесу стать реальностью, бежит к

своим друзьям, родственникам и знакомым. Рассказывает троим-пятерым о возможностях бизнеса, приглашая их присоединиться (рассказывает, не имея никакого представления о том, как это необходимо делать). Эти трое-пятеро ему отказывают (а кто-то из них, возможно, ещё и критикует). В результате расстроенный неудачей и наполненный сомнениями новичок либо вовсе перестаёт действовать, либо уходит в «подполье», переключившись исключительно на работу с клиентами. Вот так. Всё происходит довольно быстро.

Итак, из чего складывается успех в бизнесе MLM? Из четырёх факторов.

Первый: *умение приводить в бизнес других людей.* Это — гарантия успешного старта. Это — 30% успеха.

Второй фактор — *навык работы с клиентами.* Безусловно, этот фактор важен. Без него — никак. Тем не менее его значимость для успеха в бизнесе MLM составляет всего лишь 10%.

Третий фактор — *умение мотивировать, вдохновлять* тех, кто **УЖЕ** являются вашими партнёрами по бизнесу. Ещё 30%.

И наконец, **четвёртый фактор** — *умение обучать* своих партнёров трём перечисленным вещам. Тоже 30%.

Данная книга целиком и полностью посвящена **первому** фактору — умению приводить в бизнес других людей.

Эх, факторы, проценты... Слова и цифры... Как они могут передать все те колоссальные изменения, которые могут произойти в вашей жизни всего лишь в течение нескольких лет?! От долгов — к уверенности в завтрашнем дне. От однообразной рутины — к яркой жизни и незабываемым впечатлениям. От непрерывного решения нудных проблем — к ощущению защищённости, стабильности и финансовой независимости.

30%...

ОДНА ТРЕТЬ НА ПУТИ К НОВОЙ ЖИЗНИ!

Итак, коллеги и единомышленники, вперёд! Главная задача этой книги — найти ответ на вопрос: как стать профессионалом мотивационного рекрутирования. И мы с вами приступаем к созданию системы, которая может помочь любому человеку (если он этого по-настоящему хочет) СТАТЬ МАСТЕРОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ В БИЗНЕС MLM!

Такое проблемное рекрутирование

Рассмотрим для начала нередко встречающуюся картинку рекрутирования. Как это иногда бывает в жизни.

Мы встречаемся с одним нашим знакомым в баре (или в любом другом месте), для того чтобы рассказать ему о возможностях бизнеса MLM. Сначала, как полагается, мы немного говорим о разных вещах, не имеющих к бизнесу прямого отношения. О семье, о детях — о жизни, в общем. Потом переходим к работе. Узнаём о том, что человек недоволен тем, сколько ему платят. Спрашиваем его: «А хотел бы ты зарабатывать больше?» Естественно, он говорит: «Хотел бы». Это означает сигнал к атаке. И мы начинаем рассказ о возможностях бизнеса. Три возможности заработка. Качественная и потребляемая продукция. Достойная и надёжная компания. Премии. Путешествия. Бонусы. Звания. И т. д. У кого-то рассказ занимает 10 минут. У кого-то 45. Не важно. Важно то, что на 15-й секунде нашего рассказа, как только мы скажем название компании, или упомянем о бизнесе MLM, или нарисуем свой первый кружочек, выражение лица человека меняется. Не в лучшую сторону. Оно становится кисло-саркастически-недоверчиво-утомлённым. Между нами возникает невидимая стена. Мы это чув-

ствуем, и нам это не нравится. Но что делать? Назад пути нет. Мы решаем довести рассказ до конца, надеясь, что по ходу, может быть, всё-таки что-то нашего знакомого заинтересует. Может он всё-таки что-то поймёт. Продолжаем рассказывать и рисовать кружочки. И вот, наша презентация подходит к завершению. Выражение лица у человека почти не изменилось. Пора ставить точку и задавать стандартный вопрос: «Что ты об этом думаешь?» Пора замолкать, но очень не хочется. Потому что, если мы остановимся — он скажет то, что собирается. То, что написано на его лице. А нам этого слышать очень не хочется. И мы принимаем решение. Рассказать ему о 15 преимуществах нашей компании. Может, хоть это его «зацепит»? Однако лицо нашего знакомого остаётся прежним. Единственное, что меняется, — на нём появляется отпечаток «лёгкой загруженности». В конце концов, когда мы чувствуем, что сказать уже буквально нечего, нам приходится остановиться. И... наш знакомый говорит нам те слова... которые заготовил на 15-й секунде нашей презентации. Что конкретно он говорит? Да любое стандартное возражение. К примеру, что у него нет времени.

Мы переходим к следующей фазе презентации. Начинаем работать с возражениями. Мы объясняем ему, что в этом бизнесе можно успешно стартовать, даже не имея много свободного времени. Что происходит дальше? Задумавшись буквально на секунду, он говорит нам, что этим заниматься уже поздно. Мы объясняем (по всем правилам работы с возражениями), что вовсе не поздно, что в бизнесе MLM и через 20 лет можно будет также успешно расти и увеличивать свой доход. Затем наш знакомый изрекает, что он не умеет продавать. Затем, что здесь нужно иметь красноречие. Далее, он вспоминает свою соседку, у которой «не получилось». И т. д., и т. п.

ВВЕДЕНИЕ

Проработав весь список существующих возражений, убеждая и доказывая, споря, отстаивая и взывая, мы наконец замечаем, что на лице человека вместе с усталостью появляется заинтересованность. Видим, что он задумался. Чувствуем, что вот сейчас ему нужно было бы дать какую-то ценную информацию и, возможно, он начнёт склоняться на нашу сторону. Но проблема-то в том, что всё самое ценное и важное мы ему уже сказали (причём тогда, когда он вовсе не относился всерьёз к предмету разговора). Что делать? Приходится возвращаться к уже сказанному, идти, так сказать, по второму кругу. В конце концов наш знакомый, замученный и загруженный, говорит нам, что он ПОДУМАЕТ. Мы расходимся, договорившись созвониться. А когда на следующий день (как и договаривались) звоним ему, слышим в ответ следующее: «Знаешь, мне сейчас всё-таки не до этого. Тут куча проблем на работе, дочку нужно в школу отправлять, да ещё попугайчик любимый заболел. Перезвони мне в октябре».

У-у-ух. Сам устал, пока это всё написал.

Почему такие сложности? Что за сплошной дискомфорт? Неудивительно, что после таких разговоров люди иногда не слишком хотят продолжать заниматься рекрутированием, ведь это каторга какая-то! Такое впечатление, что мы не о бизнесе рассказываем, а бьёмся лбом о бетонную стену.

Можно ли что-то делать иначе? Так, чтобы эффективность была выше, а дискомфорта меньше? ДА. МОЖНО. И для того чтобы создать систему эффективного привлечения в бизнес, мы с вами для начала постараемся найти ответ на важный вопрос: почему множество людей в принципе не стремятся найти возможность ЗНАЧИТЕЛЬНО улучшить свою жизнь?

Глава 1

ГРАДУСНИК ЭНТУЗИАЗМА

Разные страны — схожий результат

Большинство людей к 70–80 годам своей жизни приходят к не очень приятному результату. Этот результат можно описать всего тремя словами: бедность, нереализованность, неудовлетворённость.

Почему это так?

Возможно, кто-то скажет, что виной всему — ситуация в нашей стране. Что так случилось потому, что в период развала Советского Союза масса людей потеряла свои сбережения. Что во всём виноват Горбачёв.

Конечно же, нельзя не согласиться с тем, что произошедшее в странах СНГ в 1990-е годы — это беспредел. Нельзя не согласиться с тем, что множество людей в этот период действительно пострадало. И большинство из них — сегодняшние пенсионеры.

Однако я побывал в разных странах и могу вам с полной уверенностью сказать, что к плохому результату в возрасте 70–80 лет большинство людей приходят везде. ВО ВСЁМ МИРЕ. И в Америке. И в Европе. Разница только в том, что нередко **их плохо — лучше, чем наше плохо**. Тем не менее, по их меркам — ЭТО ПЛОХО.

Средняя заработная плата в Чехии составляет 300–400 евро. А цены на продукты питания и одежду у них выше, чем в России и Украине. Много накопишь к пенсии?

Бармен ПЯТИЗВЁЗДОЧНОГО отеля на побережье Средиземного моря в Тунисе получает 10 ДОЛЛАРОВ В ДЕНЬ. Двадцать два рабочих дня. Двести двадцать долларов в месяц!

Насколько экономически развитой страной является Испания! Знаете, какой размер средней испанской пенсии по данным 2006 года? Пятьсот двадцать евро. Хорошая сумма? А как же! Особенно, если учесть, что официально признанный прожиточный минимум у них составляет ПЯТЬСОТ ДВАДЦАТЬ ВОСЕМЬ евро.

Выходит, дело не только в стране? Быть может, есть ещё какая-то причина того, что многие люди к старости приходят к не очень хорошему результату? ЕСТЬ.

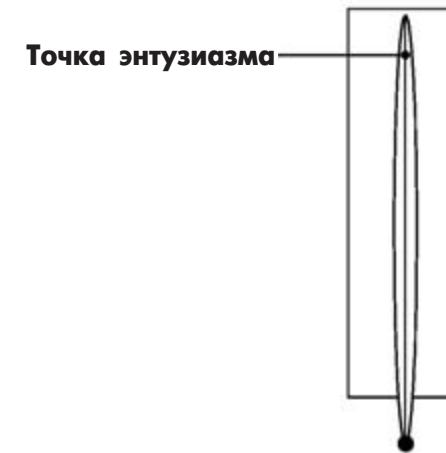
Прогулка «по жизни»

Вспомните, бывали ли у вас в жизни случаи, когда вам чего-то настолько хотелось, что вы не могли усидеть на месте? Когда желание что-либо осуществить было столь велико, что вы ощущали необходимость начать действовать немедленно?

Уверен, такие случаи бывали в жизни любого человека.

Представим себе градусник, отражающий степень энтузиазма человека по отношению к его желаниям. Так вот, данное состояние соответствует верхнему делению на шкале этого градусника. Назовём это состояние **точкой энтузиазма**.

Рассмотрим, что происходит в жизни большинства людей в период от 15 до 45 лет.

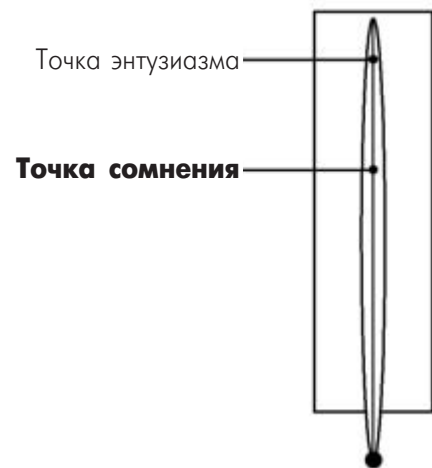


В возрасте **пятнадцати** лет большинство людей «хронически» находятся в точке энтузиазма. Это означает, что они **помнят** о своих желаниях и прикладывают усилия для их осуществления. О чём в этом возрасте мы думаем, когда засыпаем? О СВОЁМ САМОМ ГЛАВНОМ И ЦЕННОМ ЖЕЛАНИИ! О чём в первую очередь вспоминаем, когда просыпаемся? ОБ ЭТОМ ЖЕ! Не важно, какие в этом возрасте приоритеты. Не важно, хотим ли мы, чтобы родители купили нам мобильный телефон или чтобы девушка согласилась пойти с нами в кино. Важно то, что это **НАШИ** желания! Важно то, что мы помним о них и стремимся их осуществить!

Представьте себе парня, который пригласил девушку на свидание, и она ему отказала. Вообразите, что он скажет: «Ну вот, так я и думал, что у меня не получится! Не буду больше этим заниматься!» Абсурд! Девушка не согласилась — это неприятно. Но ничего! Будет другая, которая согласится. Вот что такое точка энтузиазма: **ПРЕДАННОСТЬ СВОИМ ЖЕЛАНИЯМ**. Именно тогда они непременно сбываются.

Однако юношество не вечно. Проходит время, и вот нам уже **двадцать пять**. Родители уже не обеспечивают нас. Не кормят и не одевают. Мы получили образование. У нас появилась своя семья и дети. Нам нужно их обеспечивать. Сейчас. И завтра. Каждый месяц.

Начинается работа. Столкнувшись с реальностью, мы видим, что всё не так просто, как нам казалось раньше. В этом возрасте большая часть людей «падают» с точки энтузиазма. На одно деление ниже. Это — **точка сомнения**.



Находясь в точке сомнения, человек ещё думает о своих истинных желаниях, но уже реже. И попытки выкарабкаться предпринимает также реже. Почему реже думает?

Во-первых, не особо есть когда. Работа отнимает время и силы.

Во-вторых, опыт многих знакомых, друзей и родственников показывает, что реализовать свои желания, выйти на серьёзный уровень доходов и добиться

ся качественной, яркой жизни, по-видимому, не так просто.

И наконец, в-третьих. Главная ловушка «дотридцатилетнего» возраста. Многие люди на этом жизненном этапе стараются «не заморачиваться». Наслаждайся жизнью! Радуйся тому, что есть! Впереди ещё вся жизнь. Как-нибудь всё само собой... А время тик-так...

От 25 до 35 время проходит не особенно быстро, но проходит. И вот нам **тридцать пять**.

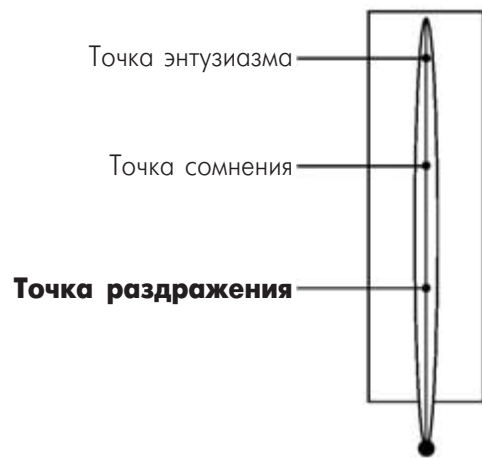
Тридцать пять — это приличная часть жизни, и, чувствуя это, человек порой осознанно, а иногда это происходит на уровне ощущений, но так или иначе задаёт себе ряд вопросов. Кто я есть? Что я имею? Как живёт моя семья? Какой образ жизни я веду? Что я сделал в этой жизни? И наконец, главный вопрос: **ОБ ЭТОМ ЛИ Я МЕЧТАЛ???**

Какой ответ на этот главный вопрос? Чаще всего, увы... отрицательный. И вот здесь, в этом месте происходит самое главное. Человечество делится на два лагеря. На тех, кто заново выбирает свой путь, и... на всех остальных.

Первая часть — это те, кто, осознав ситуацию, осознав, что идут никуда и ни к чему, словно просыпаются. Они бьют кулаком по столу и говорят сами себе: «Как же так?! Я НЕ НАМЕРЕН ЭТО БОЛЬШЕ ТЕРПЕТЬ!!!» Эти люди начинают вспоминать свои желания. Они начинают ставить цели. Они начинают ИСКАТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ. И они находят, как вырваться из замкнутого круга. Это — путь к новой жизни. Но увы, таких меньшинство. Большая же часть, к сожалению, поступает иначе.

Большая часть людей в этой ситуации «падают» ещё на одно деление вниз по шкале энтузиазма. Теперь — **точка раздражения**.

Находясь в точке раздражения, человек вместо того, чтобы думать о том, как выйти из сложившейся



ситуации, начинает искать ответ на вопрос: «Кто виноват в том, что я живу не так, как хотел бы?» И... продолжает делать то же, что делал раньше. Ходить на ту же бесперспективную работу. Решать те же однообразные проблемы. Получать те же маленькие доступные радости. ПРОДОЛЖАЕТ ПЛЫТЬ ПО ТЕЧЕНИЮ.

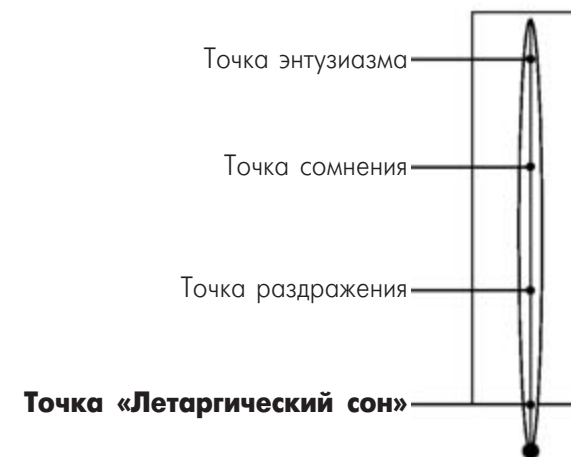
Что же касается желаний, человек принимает решение поверить в то, что они неосуществимы. В результате он о них просто забывает, отказываясь от них как от чего-то ненужного. Забрасывает на чердак подсознания, где они медленно, но уверенно начинают покрываться слоем пыли. А нет желаний — нет мотивов. Нет мотивов — нет стремлений. Нет стремлений — нет инициативы. Жизнь идёт. От 35 до 45 время проходит довольно быстро, и... вот нам уже **сорок пять**.

К этому времени «виновники» успешно найдены. Кто виноват? Ясное дело! Президент. Правительство. Конституция. Олигархи. Депутаты. Возможно, судьба. А может быть, Господь Бог. В крайнем случае — не совершенство мироустройства. Но не я.

Устоялся привычный список маленьких радостей. Посмотреть вечером сериал... Как они там все одеваются! Какие у них дома и машины! Сходить в воскресенье в парк или к реке, почитать что-нибудь «ненапряжное». «Отвести душу» на очередном празднике, которых у нас, слава богу, достаточно.

Желания успешно забыты.

Человек плавно опускается на нижнюю отметку шкалы энтузиазма — **точка «Летаргический сон»**.



И дальше, до 70–80 лет, — прямая линия. Стремлений нет. Желаний нет. Что может измениться?

Вот так вот. Как видите, в том, что многие люди приходят в своей жизни к не очень приятному результату, страна, правительство и президент играют не столь явную роль, как может казаться на поверхностный взгляд. Но самое главное, чем я хочу закончить эту, не слишком позитивную картинку, это то, что любой человек в любой момент времени и в любом возрасте может начать всё изменять.

В ЛЮБОЙ МОМЕНТ.

Дело не в президенте, а в том, насколько мы помним о наших желаниях, в том, насколько мы умеем **ХОТЕТЬ**, и это означает одно:

МЫ МОЖЕМ ВСЁ ИЗМЕНИТЬ!!!

Но вернёмся к нашей теме. Какое отношение всё написанное имеет к привлечению людей в бизнес MLM? Самое прямое.

Кому нужна возможность?

Для того чтобы преуспеть в бизнесе MLM, нам необходимо рассказывать о нём другим людям. А когда мы о нём рассказываем, мы **ЧТО** делаем? **ПРЕДЛАГАЕМ ЛЮДЯМ ВОЗМОЖНОСТЬ**. А кому мы её предлагаем?

Примерно 10% взрослого населения — бомжи, алкоголики, хулиганы и прочие «антисоциальные элементы». Им мы о бизнесе не рассказываем. Мы не нуждаемся в таких лидерах.

Ещё 10% — люди, которые **уже** реализовали свои желания и добились высококачественного уровня жизни. С ними мы на тему бизнеса MLM тоже, как правило, не беседуем.

Остаётся 80%, из которых 60% — это те, кто по шкале энтузиазма находится в точках раздражения и «летаргического сна». А разница между этими точками не слишком большая. Люди, находящиеся в точке раздражения, ищут виноватых и забывают свои желания. А те, кто находятся на точке «летаргический сон» — всё это уже успешно пределали.

Итог: большинство людей, которым мы предлагаем **ВОЗМОЖНОСТЬ**, забыли о своих **ЖЕЛАНИЯХ**. Вместо того чтобы стремиться к реализации целей и осу-

ществлению своих истинных желаний, они полностью сконцентрированы на проблемах. А мы ещё удивляемся тому, что они не хотят нас слушать! Мы возмущаемся тем, что они придумывают 150 причин, почему им не стоит заниматься бизнесом, который может изменить их жизнь! А на самом деле всё так просто:

ТОМУ, У КОГО НЕТ ЖЕЛАНИЙ, НЕ НУЖНЫ ВОЗМОЖНОСТИ.

Поэтому и возникает весь этот дискомфорт, когда мы рассказываем людям о нашем бизнесе. Поэтому и возникает ощущение того, что мы бьёмся лбом о стену.

Так что же делать? Есть ли выход? Есть! Стопроцентный! Сейчас мы подобрались к самому главному. Мы подошли вплотную к основному секрету рекрутирования.

Если мы хотим, чтобы человек принял решение заниматься бизнесом вместе с нами (серьёзно заниматься!), нам нужно, чтобы в нём созрело ощущение **необходимости** начать что-то менять, начать действовать. А когда в человеке **ГАРАНТИРОВАННО** возникает упомянутое ощущение? **Тогда, когда он по отношению к своим наиболее важным желаниям находится в точке энтузиазма.**

Таким образом, основной секрет рекрутирования заключается в следующем:

ПОМОГИТЕ ЧЕЛОВЕКУ ПОДНЯТЬСЯ ДО ТОЧКИ ЭНТУЗИАЗМА, И ОН ЗАХОЧЕТ СТАТЬ ВАШИМ ПАРТНЁРОМ ПО БИЗНЕСУ.

Хорошо то, что только очень небольшое число людей, находясь в точках раздражения и «летаргического сна», безнадежны. Только очень немногие люди полностью отказались от своих желаний, разочаровались, перестали к чему-либо стремиться. Большинство же людей способны изменить направление своего дви-

ГЛАВА 1

жения. Они просто «умотались», бегая, как цирковая лошадь, по своему замкнутому кругу. Запутались в проблемах, закрутились в своих «работах», завязли в нудном быту. Они СПОСОБНЫ вырваться из этого плена. Просто нужно им немного помочь. Просто нужно знать, КАК.

И теперь, пришло самое время для создания СИСТЕМЫ МОТИВАЦИОННОГО РЕКРУТИРОВАНИЯ.

Система мотивационного рекрутирования, она же — технология поднятия на точку энтузиазма, состоит из трёх конкретных шагов (плюс подготовительная и заключительная части). Проведите человека по трём этим шагам — и он окажется в точке энтузиазма (и тогда, как я уже говорил, он захочет стать вашим партнёром по бизнесу). Конечно же, чем более профессионально мы будем это делать, тем быстрее человек будет подниматься до этой точки и тем дольше будет на ней находиться. Но это — вопрос опыта. Вопрос практики. А мы с вами переходим к созданию системы.

* * *

Итак, мы встречаемся с человеком, которому хотим рассказать о возможностях нашего бизнеса. Где встречаемся? Не важно. Главное, это должно быть место, где нас не будут особенно отвлекать. Важно, чтобы никто не мешал нашему разговору.

Первое, с чего мы начинаем, прежде чем приступим непосредственно к поднятию его на точку энтузиазма, это, как я уже упоминал, ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ.

Глава 2

ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

Подготовительная часть состоит из двух этапов.

Этап 1. Поднятие глобальной проблемы

Встречаясь с человеком, мы не сразу начинаем разговор о деле. Сначала нужно немного войти в контакт, пообщавшись на отвлечённые темы. Но недолго. Несколько минут. Ведь мы пришли по делу. Затем переходим к «поднятию глобальной проблемы». Цель этого этапа состоит в том, чтобы человек сам (с нашей помощью) сказал нам о том, что хотел бы улучшить своё финансовое положение. Для этого мы заводим разговор о работе.

Вы: Чем сейчас занимаешься?

Он: Да вот, уже три года, как в издательстве.

Вы: И как, платят нормально?

Он: Да какое там! Нормально. Тоже мне скажешь!

Вы: Ищешь что-нибудь другое?

Он: А чего сейчас найдешь! Везде одинаково.

Вы: А ты хотел бы зарабатывать больше?

Он: Конечно же!

Всё. Задача первого этапа выполнена. Человек прямо признал то, что хотел бы увеличить свой доход. Переходим ко второму этапу.

Этап 2. Прививка

Как всем нам известно, в медицине цель прививки заключается в том, чтобы человек переболел «в лёгкой форме». В нашем же случае задача «прививки» в том, чтобы наш знакомый «перевозражал» в лёгкой форме. Нам **нужно**, чтобы он начал возражать. Сразу.

В данный момент мы не будем **ПОЛНОСТЬЮ** рассказывать ему о возможностях бизнеса. Какой смысл? Мы же знаем, что желания человека спят. Знаем, что сейчас он сконцентрирован на решении текущих проблем. А это значит, что он не будет серьёзно и с должным вниманием относиться к нашей информации.

Если мы начнём говорить о бизнесе сейчас, наш знакомый (мы уже упоминали об этом во введении) уже на 15-й секунде нашего рассказа заготовит дежурные возражения и дальше просто будет ждать, когда мы закончим, чтобы их высказать. И тогда наша ценная информация, извините за выражение, «пойдёт псу под хвост». Задача прививки заключается в том, чтобы подготовить почву для **первого шага** поднятия на точку энтузиазма, не используя при этом основную, «козырную» информацию. Чтобы потом, когда мы к этому первому шагу перейдём, человек ощущал предметность разговора.

Итак, возвращаемся к нашему разговору. Человек признал то, что хотел бы зарабатывать больше.

Вы: Я знаю, как ты можешь решить свои проблемы. Знаю, как ты мог бы зарабатывать больше.

Он: Как?

Вы: При помощи бизнеса MLM. И я сам сейчас серьёзно этим занимаюсь.

Что человек вам на это скажет?

ТО ЖЕ САМОЕ, ЧТО СКАЗАЛ БЫ, ЕСЛИ БЫ ВЫ В ТЕЧЕНИЕ 45 МИНУТ РАССКАЗЫВАЛИ ЕМУ

ОБО ВСЕХ ПРЕЛЕСТЯХ И ПРЕИМУЩЕСТВАХ БИЗНЕСА MLM!

Он скажет, что у него нет времени заниматься этим. Или что здесь нужно начинать первым, а уже поздно. Или что он не умеет продавать. Или что-нибудь ещё в том же духе.

Что ж, наш знакомый начал возражать? Это значит, что задача второго этапа и вообще всей подготовительной части **ВЫПОЛНЕНА**.

Что дальше? Работать с возражениями? **НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ!** Сейчас это бесполезно. В данный момент у человека **НЕТ** желаний, и если сейчас начать работать с возражениями, он будет придумывать их до бесконечности. С тем, чтобы просто переспорить вас. Так что же мы будем делать?

Для того чтобы человек заинтересовался **ВОЗМОЖНОСТЬЮ**, у него должны быть **ЖЕЛАНИЯ**, а у нашего знакомого они в данный момент спят. Понимая это, мы переходим к первому шагу поднятия на точку энтузиазма. **САМОМУ ГЛАВНОМУ ШАГУ.**

Глава 3

ШАГ 1. БУДИЛЬНИК ЖЕЛАНИЙ, ИЛИ ХОТИМ ЛИ МЫ ЧТО-ТО ИЗМЕНИТЬ?

В принципе в том, чтобы разбудить желания человека, нет ничего трудного. Ведь они никуда не делись! Они есть! Хоть и спрятанные с глаз долой. Мы можем помочь человеку их вспомнить и окажем ему этим неоценимую услугу. В чём она заключается? У человека, который забыл свои истинные желания и цели, нет шансов! У кого нет желаний — тот не ищет возможности. У кого нет желаний — тот НЕ ВИДИТ возможности. Не имея целей и желаний человек плывёт по течению, а куда оно обычно выносит — нам с вами хорошо известно. На пенсию. Таким образом, помогая другим людям вспомнить их желания, мы не только занимаемся привлечением в бизнес. Делая это, мы возвращаем им шанс начать САМИМ выбирать направление своей жизни и свои результаты.

Итак — первый шаг.

Первый шаг состоит из трёх этапов, и каждый из них выполняет свою, конкретную задачу.

Этап 1. Метод «Ключ»

Задача этого этапа — помочь человеку выглянуть за пределы своего замкнутого круга. Чтобы он увидел,

ШАГ 1. БУДИЛЬНИК ЖЕЛАНИЙ, ИЛИ ХОТИМ ЛИ МЫ ЧТО-ТО ИЗМЕНИТЬ?

что там, за забором, ЛУЧШЕ. Чтобы у него возникла мысль: «А не засиделся ли я ТУТ?»

Что ж, вернёмся к беседе с нашим знакомым. Мы остановились на том, что человек начал возражать. Что делаем мы? Не споря, не работая с возражениями, мы задаём ему вопрос:

«Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет 1000 ДОЛЛАРОВ ежемесячного дохода и свободное время?»

Этот вопрос при правильном и продуманном применении — очень мощный метод пробуждения желаний. Рассмотрим подробно, как это работает.

Мы задали человеку вопрос. Что он нам ответит?

Чаще всего человек отвечает одной и той же короткой фразой. Он говорит: **«Я в это не верю»**. Здесь очень важный момент. СЕЙЧАС нам ни в коем случае нельзя переубеждать человека, заставляя его поверить. Сейчас нам необходимо, чтобы человек начал вспоминать свои желания. Нам НЕЛЬЗЯ допускать возможность возникновения спора. И для этого необходимо убрать фундамент, на котором этот спор может возникнуть. Фундаментом, как не странно, является сам бизнес MLM.

Итак, услышав от человека вполне ожидаемое «я в это не верю», мы спрашиваем его: **«Во что не веришь?»** Здесь наш знакомый наверняка отвечает следующее: **«В эти ваши ЭМЭЛЭМЫ»**. И тут мы говорим то, что позволяет убрать этот самый фундамент для возникновения спора.

Простодушно и убедительно мы говорим: **«Бог с ним, с MLM! Забудь про MLM!»** Для пушей убедительности можно даже сделать движение руками в сторону, как будто мы что-то отодвигаем. И повторяем наш главный вопрос: **«СКАЖИ, ЧТО ИЗМЕНИТСЯ В ТВОЕЙ ЖИЗНИ, ЕСЛИ У ТЕБЯ БУДЕТ 1000 ДОЛЛАРОВ ЕЖЕМЕСЯЧНОГО ДОХОДА И СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ?»**