



Бухтияров Александр

Система мотивационного рекрутирования

Содержание

Несколько парадоксов	2
Такое проблемное рекрутирование	4
Градусник энтузиазма	6
Подготовительный этап	12
Этап 1. Будильник желаний, или хотим мы что-то изменить?	14
Призыв внимания (переход ко второму этапу)	30
Этап 2. Есть ли у нас возможность?	31
Этап 3. Смогу ли я?	37
Заключительный этап системы. Принятие решения + план действий	45
Система мотивационного рекрутирования. Структурный план	47
Реинкарнация	53

Несколько парадоксов

Сейчас очень своеобразное время. Своеобразное и парадоксальное. С одной стороны, сегодня любой человек может купить буквально все, о чем еще двадцать лет назад можно было только мечтать. Начиная с мясо-колбасных изделий, продолжая путешествиями, и заканчивая яхтами, катерами и самолетами. С другой же стороны, несмотря на все это изобилие и свободу, большинство людей, как и раньше, продолжают довольствоваться самым малым. Большинство, уж извините за прямоту, питаются крохами со стола жизни. Происходит так потому, что они не имеют в достаточном количестве этих самых денег, за которые можно купить буквально все. Великое множество людей в СНГ зарабатывают \$150—200 долларов в месяц, а это— НИЧТО. Выходит, ВСЕМ МОЖНО ВСЕ, ПРИ ЭТОМ БОЛЬШИНСТВО ИМЕЮТ НИЧЕГО. Парадокс? да. Но не единственный.

другим, еще более удивительным, парадоксом является существование бизнеса МЛМ. В то самое время, когда большинство людей не имеют того, что хотели бы иметь, и живут не так, как хотели бы, этот бизнес дает возможность в течение нескольких лет выйти на уровень дохода от шестисот до нескольких тысяч долларов в месяц.

Кто-то в это не верит. Чья это проблема? Безусловно, того кто не верит. Возможности бизнеса МЛМ АБСОЛЮТНО РЕАЛЬНЫ. Это — ФАКТ. Только в Моей организации на сегодняшний день (ноябрь 2007 года) более пятидесяти человек зарабатывают от \$600 до \$3000 в месяц. Летом 2005 года я писал книгу Как вырваться из замкнутого круга. На тот момент в Моем бизнесе такой доход имели около двадцати человек. Сегодня — более пятидесяти.

Так вот, самым удивительным парадоксом является то, что сейчас, когда за деньги можно приобрести столь многое; когда есть бизнес МЛМ, 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 скорей зарегистрироваться и начать активно действовать? А потому, что в жизни им не так часто встречались люди, которые добились в этом бизнесе хороших результатов. Чаше попадались те, чьи успехи не особенно вдохновляли, а быть может, и вовсе отбивали желание взяться за это дело. Здесь возникает вопрос: почему многие, занимающиеся бизнесом МЛМ, получают такие не мотивирующие результаты? Почему значительная часть новичков не может 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, определяющих успех в бизнесе МЛМ.

Неудачный старт в этом бизнесе. как правило, выглядит следующим образом: свежеиспеченный новичок, вдохновленный перспективами, которые могут благодаря этому бизнесу стать реальностью, бежит к своим друзьям, родственникам и знакомым. Рассказывает троим—пятерым о возможностях бизнеса, приглашая их присоединиться (причем рассказывает, не имея никакого представления о том, как это необходимо делать). Эти трое-пятеро ему отказывают (а кто-то из них, возможно, еще и критикует). В результате, расстроенный неудачей и преисполненный сомнениями, новичок либо вовсе

перестает действовать, либо уходит в подполье, переключившись исключительно на работу с клиентами. Вот так. Все происходит довольно быстро.

Из чего же складывается успех в бизнесе МЛМ? Из четырех факторов.

Первый фактор — 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 МЛМ составляет около 10 %. Третий фактор — умение мотивировать и вдохновлять тех, кто УЖЕ является вашим партнером по бизнесу. Еще 30 %. И, наконец, четвертый фактор — умение обучать своих партнеров трем 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 колоссальные изменения, которые могут произойти в вашей жизни всего за 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 защищенности, стабильности и финансовой независимости.

30%... ОДНА ТРЕТЬ НА ПУТИ К НОВОЙ ЖИЗНИ!

Итак, коллеги и единомышленники, вперед! 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 (который этого по-настоящему хочет)

СТАТЬ МАСТЕРОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ В БИЗНЕС МЛМ!

Такое проблемное рекрутирование

Рассмотрим для начала стандартный сценарий рекрутирования, как это иногда бывает в жизни. Мы встречаемся со знакомым в баре (или в любом другом месте), с целью рассказать ему о возможностях бизнеса МЛМ. Сначала, как полагается, мы говорим о вещах, не имеющих к бизнесу прямого отношения. О семье, о детях, о жизни в общем. Потом переходим к работе. Узнаем, что человек недоволен своей зарплатой. Спрашиваем его: А ты хотел бы зарабатывать больше? Естественно, он говорит, хотел бы, это сигнал к атаке. И мы начинаем рассказ о возможностях бизнеса. Три возможности заработка. Качественная и потребляемая продукция. Достойная и надежная компания. Премии. Путешествия. Бонусы. Звания и так далее. У кого-то рассказ занимает десять минут. У кого-то — сорок пять. Это не важно. Важно то, что на пятнадцатой секунде нашего рассказа, как только МЫ произнесем название компании, или упомянем бизнес МЛМ, или нарисуем свой первый кружочек, выражение лица человека меняется. Не в лучшую сторону. Оно становится кисло-саркастически недоверчиво-утомленным. Между нами возникает невидимая стена. Мы это чувствуем, и нам это не нравится. Но что делать? Пути назад нет. Мы решаем довести рассказ, до конца надеясь, что что-то нашего знакомого все-таки заинтересует. Может, он все-таки что-то поймет. 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 заканчивать, но очень не хочется. Потому что если 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 пятнадцати преимуществах нашей компании. Может, хоть это его «зацепит»? Однако лицо нашего знакомого остается прежним. Единственное что меняется — на нем появляется отпечаток «легкой 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 пятнадцатой 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 МЛМ и через двадцать лет можно будет также успешно расти и увеличивать свой доход..

Затем наш знакомый изрекает, что он не умеет продавать. Кроме того, здесь нужно уметь красиво говорить. Далее он вспоминает свою соседку, у которой не получилось. И т. д., и т. п.

Проработан 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 именно сейчас ему нужно было бы дать какую-то ценную информацию, которая склонит его на нашу сторону. Но проблема в том, что все самое ценное и важное МЫ ему уже сказали (причем тогда, когда он вовсе не относился к предмету разговора всерьез). 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 все-таки не до этого. Тут куча проблем на работе, дочку нужно в школу отправлять, да еще попугайчик любимый заболел. перезвони мне в октябре.

У-у-ух. Сам устал, пока это все 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 бьемся лбом о бетонную стену!

Можно ли что-то делать иначе? Так, чтобы эффективность работы 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?

Градусник энтузиазма

Разные страны — схожий результат

Большинство людей к 70—80 годам приходят к не очень приятному результату. Этот результат можно описать всего тремя словами: бедность, нереализованность, неудовлетворенность. Почему так происходит?

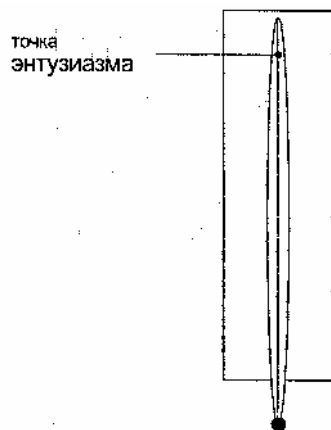
Возможно, кто-то скажет, что виной всему ситуация в нашей стране. Что так случилось потому, что в период развала Советского Союза люди потеряли свои сбережения. Что во всем виноват Горбачев. Конечно же, нельзя не согласиться с тем, что произошедшее в СНГ в девяностые годы — это беспредел. Нельзя не согласиться с тем, что множество людей в то время действительно пострадало и большинство из них — сегодняшние пенсионеры.

Однако я побывал в разных странах, и могу вам сказать с полной уверенностью, что к плохому результату в возрасте 70—80 лет большинство людей приходят везде. **ВО ВСЕМ 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. А цены на продукты питания и одежду у них выше, чем в России и Украине. Много накопишь к пенсии? Бармен **ПЯТИЗВЕЗДОЧНОГО** отеля на побережье Средиземного моря в Тунисе получает **ДЕСЯТЬ ДОЛЛАРОВ В ДЕНЬ.** Двадцать два рабочих дня. Двести двадцать долларов в месяц! Испания является экономически развитой страной. Знаете, какой размер средней испанской пенсии по данным на 2006 год? 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 еще какая-то причина того, что многие люди к старости приходят к не очень хорошему итогу? Такая причина **ЕСТЬ.** «Прогулка по Жизни»

Вспомните, бывало ли у вас так, что вам хотелось чего-то настолько сильно, что вы не могли усидеть на месте? Когда желание осуществить что-либо 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. Назовем это состояние точкой энтузиазма.



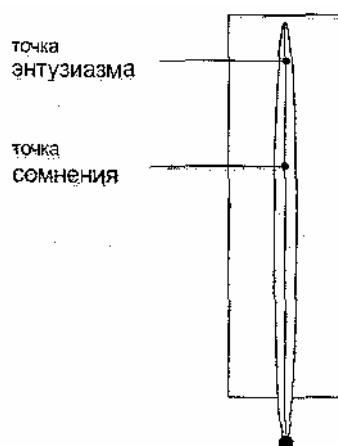
Рассмотрим, что происходит в жизни большинства людей в период с 15 до 45 лет.

В возрасте пятнадцати лет большинство людей постоянно находится на точке энтузиазма. Это означает, что они помнят о своих желаниях и прикладывают усилия для их осуществления. О чем мы думаем в этом возрасте, когда засыпаем? О своем самом главном и ценном ЖЕЛАНИИ! О чем 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, что это НАШИ желания! Важно то, что МЫ помним о них и стремимся осуществить!

Представьте себе парня, который пригласил девушку на свидание, а 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 юность не вечна. Проходит время, и вот нам уже двадцать пять. Родители уже не обеспечивают нас. Не кормят и не одевают. Мы получили образование. Появилась своя семья и дети. Нужно их обеспечивать. Сейчас. И завтра. Каждый месяц.

Начинается работа. Столкнувшись с реальностью., мы видим, что все не так просто, как нам казалось раньше. В этом возрасте большая часть людей падает, с точки энтузиазма на одно деление ниже. Это — точка сомнения.



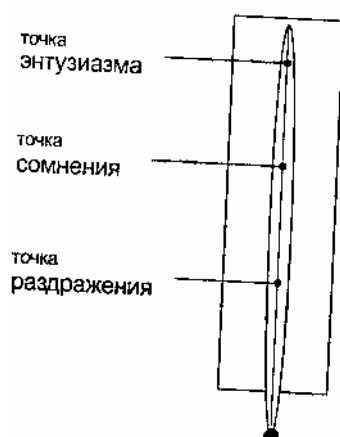
Находясь на точке сомнения, человек еще думает о своих истинных желаниях, но уже реже. И ПОПЫТКИ выкарабкаться предпринимает также реже. Почему реже думает? Во-Первых, некогда. Работа отнимает время и силы. Во-вторых, опыт многих знакомых, друзей и родственников показывает что реализовать свои желания, выйти на серьезный уровень доходов и добиться качественной и яркой жизни, по-видимому, не так просто. И, наконец, в третьих. Главная ловушка до тридцатилетнего возраста. Многие люди на этом жизненном этапе стараются не заморочиваться. Наслаждайся жизнью! Радуйся тому, что есть! Впереди еще вся жизнь. Как-нибудь все само собой... А время тик-так, тик-так... С 25 до 35 лет 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, задает себе серию вопросов. Кто я? Что я имею? Как живет моя семья? Какой стиль жизни я веду? Что я сделал в этой жизни? И, наконец, главный вопрос: ОБ ЭТОМ ЛИ Я МЕЧТАЛ?!

Какой ответ следует на этот главный Вопрос? Чаще всего, увы, отрицательный. И вот сейчас, в Этот момент, 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 способ, как вырваться из замкнутого круга. Это — путь к новой жизни. Но таких, увы, меньшинство. Большая же часть, к сожалению поступают иначе.

Большая часть людей в Этой ситуации опускается еще на одно деление вниз по шкале Энтузиазма. Это точка раздражения.



Находясь на 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 тоже, что делал ранее. Ходить на ту же бесперспективную работу. Решать те же однообразные проблемы. Получать те же маленькие доступные радости. То есть ПРОДОЛЖАЕТ ПЛЫТЬ ПО ТЕЧЕНИЮ.

Что же касается желаний — человек принимает решение поверить в то, что они неосуществимы. В результате он просто их забывает, отказываясь от них, как от чего-то

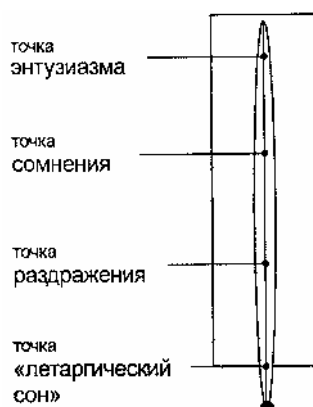
ненужного. Забрасывает на чердак подсознания, где они медленно, уверенно покрываются слоем пыли. А нет желаний - нет мотивов. Нет мотивов - нет стремлений. Нет стремлений, нет инициативы. Жизнь идет. С тридцати пяти до сорока пяти время проходит довольно быстро, и... вот нам уже сорок пять.

К этому времени виновники успешно найдены. Кто виноват? Ясное дело Президент. Правительство. Конституция. Олигархи, депутаты. Возможно, родители, судьба. А может быть - Господь Бог, В крайнем случае - несовершенство Мироздания. Но не я.

Устоялся привычный список маленьких радостей. Посмотреть вечером сериал, как они там все одеваются! Какие 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 к не очень приятному итогу, страна, правительство, и Президент играют не столь явную роль, как может казаться на первый взгляд. Но самое главное, чем я хочу завершить эту не слишком позитивную зарисовку — любой человек в любой момент и в любом возрасте может начать все менять. в любой МОМЕНТ! дело не в Президенте, а в том, насколько мы помним о наших желаниях. В том, насколько мы умеем ХОТЕТЬ. Это означает одно: МЫ МОЖЕМ ВСЕ ИЗМЕНИТЬ! Но вернемся к нашей теме. Какое отношение все выше написанное имеет к привлечению людей в бизнес МЛМ? Самое прямое.

Кому нужна Возможность?

Для того чтобы преуспеть в бизнесе МЛМ, необходимо рассказывать о нем другим людям. А когда Мы о нем рассказываем, то ЧТО мы делаем? ПРЕДЛАГАЕМ ЛЮДЯМ ВОЗМОЖНОСТЬ. А кому мы ее предлагаем?

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

Еще 10 % — люди, которые уже реализовали свои желания и добились высокого уровня жизни. С ними мы на тему бизнеса МЛМ тоже, как правило, не беседуем.

Остается 80%. Из которых 60% находятся на точках раздражения и летаргического сна по шкале энтузиазма. А разница между этими точками не слишком большая. Люди, находящиеся на точке раздражения, ищут виноватых и забывают свои желания. А те, кто находятся на точке летаргический сон, все это уже успешно проделали.

Итог: большинство людей, которым мы предлагаем ВОЗМОЖНОСТЬ, забыли о своих ЖЕЛАНИЯХ. Вместо того чтобы стремиться к реализации целей и осуществлению желаний, они полностью сконцентрированы на проблемах. А мы еще удивляемся, что они не хотят нас слушать! Мы возмущаемся, что они придумывают сто пятьдесят причин, почему им не стоит заниматься бизнесом, который может изменить их жизнь! А на самом деле все так просто:

ТОМУ, У КОГО НЕТ ЖЕЛАНИЙ — НЕ НУЖНЫ ВОЗМОЖНОСТИ.

Поэтому и возникает дискомфорт, когда мы рассказываем людям о нашем бизнесе. Поэтому и возникает ощущение, что мы бьемся лбом об стену.

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

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

Таким образом, основной секрет рекрутирования заключается в следующем: **ПОМОГИТЕ ЧЕЛОВЕКУ ПОДНЯТЬСЯ НА ТОЧКУ ЭНТУЗИАЗМА, И ОН ЗАХОЧЕТ СТАТЬ ВАШИМ ПАРТНЕРОМ ПО БИЗНЕСУ.**

Хорошей новостью является то, что подавляющее большинство людей, находящихся на точках раздражения и летаргического сна небезнадежны. Только очень немногие полностью отказались от своих желаний, разочаровались, перестали к чему-либо стремиться. Большинство же людей способны изменить направление своего движения. 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 время для создания **СИСТЕМЫ МОТИВАЦИОННОГО РЕКРУТИРОВАНИЯ**

Система мотивационного рекрутирования, она же — технология поднятия на точку энтузиазма, состоит из трех этапов (плюс подготовительный и заключительный). Выполнив эти этапы, человек окажется на точке энтузиазма (и тогда, как я уже говорил, он захочет стать вашим партнером по бизнесу). Конечно же, чем более профессионально мы будем это делать, тем быстрее человек будет подниматься на эту точку, и тем дольше на ней останется. 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 отвлекать. Важно, чтобы никто не мешал нашему разговору.

Первое, с чего мы начинаем, прежде чем мы приступим непосредственно к подъему его на точку энтузиазма, это, как я уже упоминал — подготовительный этап.

Подготовительный этап

состоит из двух шагов.

Шаг 1. Постановка глобальной проблемы

Встречаясь с человеком, мы не сразу начинаем разговор о деле. Сначала нужно войти в контакт, немного пообщавшись на отвлеченные темы. Но не долго. Несколько минут. Ведь мы пришли по делу. Затем переходим к постановке глобальной проблемы.. Цель этого шага состоит в том, чтобы человек сам (с нашей помощью) сказал Нам о том, что хотел бы улучшить свое финансовое положение, для того мы заводим разговор о работе.

Вы: Чем сейчас занимаешься?

Он: да вот, уже три года в издательстве

Вы: И как, платят нормально.

Он: да какое там нормально! Тоже скажешь!..

Вы: Ищешь что-нибудь другое?

Он: А чего сейчас найдешь! Везде одинаково...

Вы: А ты хотел бы зарабатывать больше?..

Он: Конечно же !.

Все. Цель первого шага достигнута. Человек прямо признал то, что хотел бы увеличить свой доход. Переходим ко второму шагу.

Шаг 2. «Прививка»

Как известно, в медицине цель прививки заключается в том, чтобы человек переболел в легкой форме.. В нашем же случае задача прививки. в том, чтобы наш знакомый перевозражал в легкой 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 серьезно и с должным вниманием относиться к нашей информации. Если мы начнем говорить о бизнесе сейчас собеседник (мы говорили об этом во введении) уже на пятнадцатой секунде рассказа заготовит дежурные возражения и дальше, просто будет ждать, когда МЫ закончим чтобы их высказать. И тогда наша ценная информация уйдет, извините за выражение, псу под хвост. Задача прививки заключается в том, чтобы подготовить почву. для первого этапа поднятия на Точку энтузиазма, не используя при этом основную, козырную. информацию. Чтобы потом, когда мы к этому этапу перейдем, человек ощущал предметность разговора.

Итак, возвращаемся к нашему разговору. Человек признал, 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 МЛМ. И я сам сейчас серьезно этим занимаюсь.

Что человек вам на это скажет? ТО ЖЕ САМОЕ, ЧТО СКАЗАЛ БЫ, ЕСЛИ БЫ ВЫ В ТЕЧЕНИЕ Сорока пяти минут рассказывали ему обо всех прелестях и преимуществах бизнеса МЛМ!

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 еще в том же духе.

Наш знакомый начал возражать? Это значит, что цель второго шага и подготовительного этапа в целом **ДОСТИГНУТА**.

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 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 этапу поднятия на точку энтузиазма — **САМОМУ ГЛАВНОМУ ЭТАПУ**.

Этап 1. Будильник желаний, или хотим 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 чем 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 в желаний, человек плывет по течению, а куда оно обычно выносит — нам с вами хорошо это 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 этап. Первый этап состоит из трех шагов, на каждом из которых мы решаем свою конкретную задачу.

Шаг 1. «Метод Ключ»

Задача этого шага — помочь человеку выглянуть за пределы его замкнутого круга. Чтобы он увидел, что там, за забором ЛУЧШЕ. Чтобы у него возникла мысль: А не засиделся ли я ТУТ? Что ж, вернемся к беседе с нашим знакомым. Мы остановились на том, что человек начал возражать. Что делаем мы? Не споря, не работая с возражениями, мы задаем ему вопрос:

Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет ТЫСЯЧА ДОЛЛАРОВ ежемесячного дохода и свободное время данный вопрос при правильном и продуманном применении является очень мощным методом пробуждения желаний.

Рассмотрим подробно, как это работает. МЫ задали человеку этот вопрос. Что он нам ответит?

Чаще всего человек отвечает одной и той же короткой фразой, Он говорит: Я в это не верю Это 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 ни странно, является сам бизнес МЛМ.

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 фундамент для возникновения спора. Простодушно и убедительно мы говорим: Бог с ним, с МЛМ! Забудь про МЛМ! Для пущей 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 ТЫСЯЧА ДОЛЛАРОВ ЕЖЕМЕСЯЧНОГО ДОХОДА И СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ?

На второй, иногда на третий раз человек начинает отвечать...

Он: Ну что изменится?! ВСЕ изменится!,

Теперь наша задача — конкретизировать.

Вы: Что конкретно?

В этом месте с нашим знакомым начинают происходить интересные изменения. Быть может вначале, когда он узнал о том, что речь идет о бизнесе МЛМ, на его лице появился оттенок кислотовато-утомленно-саркастического недоверия. Но теперь его лицо становится серьезным, глаза — задумчивыми. Это—индикатор, который показывает нам, что мы на правильном пути. **ЧЕЛОВЕК НАЧАЛ ВСПОМИНАТЬ СВОИ ЖЕЛАНИЯ.**

Примечание (в основном для тех, кто еще НЕ зарабатывает в бизнесе МЛМ \$2000 в месяц).

При правильном применении описываемого метода подобные изменения происходят почти с каждым человеком. Не верите? Задайте этот вопрос себе, ПРЯМО СЕЙЧАС. Если вас не мотивирует тысяча — спросите себя про две. Или про три. Задавайте себе этот вопрос несколько раз, пока не почувствуете, что вы действительно начали мысленно представлять себе изменения, которые произойдут в вашей жизни при наличии такого дохода. И тогда посмотрите на себя в зеркало.

Но вернемся к разговору. Человек начинает отвечать. Мы конкретизируем.

Он: Ну, ремонт сделаю! -

Вы: Какой ремонт?

Он: Ну, обои поклею,

Вы: Какие обои ?,..

Он: Мягкий уголок куплю!

Вы: Какой мягкий уголок? Какого цвета? Из какого материала? ЧТО ТЕБЕ ЭТО ДАСТ?!

Он вспоминает свои желания—мы конкретизируем. Он вспоминает, мы конкретизируем.

Иногда Этого метода (этого шага) бывает достаточно для того, чтобы выполнить задачу первого этапа: разбудить желания человека. Но чаще всего, нырнув в свои желания и поплавав с ними на глубине, человек выныривает обратно, и, отряхнувшись, говорит нам: Знаешь, это все классно, но... я все равно в это не верю.

Что мы имеем? Полный порядок. Задачей первого шага было помочь человеку начать вспоминать свои желания, и он начал. Теперь можно переходить ко второму шагу. Но прежде чем мы это сделаем, нам необходимо рассмотреть три нюанса, от которых зависит, насколько успешно мы сможем использовать описанный метод в повседневной работе.

Нюанс 1. Вернемся немного назад, когда мы в ПЕРВЫЙ раз задали человеку вопрос Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?, Как мы с Вами помним, человек сказал нам на это «Я не Верю», и именно этот его ответ позволил нам исключить возможность спора, продолжив (повторим):

Вы: Во что ты не веришь?

Он: В эМэЛэМы.;

Вы: Бог с ним, с МЛМ! Забудь про МЛМ! И повторяем вопрос: Что изменится...

Подобная стратегия позволяет временно оставить бизнес МЛМ (и Все пустые споры) в стороне, и напрямик перейти к желаниям нашего знакомого.

Из этого видно, что нам НЕОБХОДИМО, чтобы он сказал нам это свое Не верю Но вот в чем вопрос: а вдруг он вместо Не верю. скажет что-нибудь другое? Вдруг он скажет «У меня мало знакомых», «Это пирамида», или выскажет любое другое возражение? Как нам быть тогда? Как не ввязаться в бесполезный спор? Некоторое время это было для меня загадкой, но со временем оказалось, что есть прекрасный способ убрать основу спора в независимости от того, какие именно возражения были высказаны. Сделаем мы это следующим образом.

Вы: Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время ?.

Он (вместо не верю): У меня мало знакомых. Или: У меня соседка этим занималась, у нее не получилось. Или любое другое возражение.

Вы: .ТО ЕСТЬ ТЫ ХОЧЕШЬ СКАЗАТЬ, ЧТО НЕ ВЕРИШЬ в это?

Этот вопрос позволяет нам направить разговор в нужном направлении.

Он: да..

И теперь — по накатанной

Вы; Во что ты не веришь ?

Он: В эМэЛэМы...

Вы: Бог с ним, с МЛМ! Забудь про МЛМ! И повторяем вопрос - Что изменится...

Таким образом, мы видим, что одним из преимуществ данного метода является то, что мы, как в шахматной партии, ЗАРАНЕЕ знаем, КОГДА и ЧТО может сказать человек, и ЧТО мы ему на это ответим. Этот метод фактически беспроигрышен, так как мы знаем, что почти гарантировано, подведем нашего знакомого к тому, что он начнет вспоминать свои желания.

Нюанс 2. Каждому ли человеку необходимо задавать вопрос именно про ТЫСЯЧУ долларов?

Нет, конечно. Но эта сумма универсальная. Задавая вопрос, необходимо оперировать суммой, которая, с одной стороны, будет человека мотивировать, а с другой — не будет фантастической. Ежемесячный доход в тысячу долларов является универсальным (подходит в большинстве случаев) потому что, во-первых, для большинства населения СНГ является желанным ориентиром. Во-вторых, потому что не пугает своими размерами. И, в-третьих, потому что именно на такой уровень дохода в бизнесе МЛМ реально можно выйти в течении полутора-двух лет.

В каких случаях необходимо оперировать универсальной суммой (\$1000), а в каких использовать другие числа?

Если человек зарабатывает Меньше \$500 в месяц — мы используем универсальный вариант и спрашиваем его: *Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?

Если он зарабатывает от \$500 до \$1000, мы спрашиваем: Что изменится, если у тебя будет \$2000?

Если его сегодняшний доход от \$1000 до \$1500, — Что изменится, если будет \$3000?

А если он реально зарабатывает \$2000 и более? Здесь ситуация немного меняется. В этом случае необходимо искать к человеку особенный ключик, так как, начиная с дохода \$2000, мотивы человека могут несколько меняться.

Нюанс 3. Когда я провожу тренинги, обучая людей рекрутированию, мне нередко задают вопрос: Как я могу спрашивать человека Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода, если я сам еще не имею этой тысячи ?. Либо: А что если мой знакомый, когда я задам ему вопрос про Тысячу Долларов, спросит меня; А ты сам-то сколько зарабатываешь в этом бизнесе?

Это очень важный нюанс. Из-за подобных сомнений многие консультанты не решаются рассказывать своим знакомым об ИСТИННЫХ, БОЛЬШИХ возможностях бизнеса МЛМ. Вместо этого они показывают маленькие, ВОЗМОЖНОСТИ ЭТОГО бизнеса, привлекая в основном продавцов и потребителей со скидкой. В итоге их результаты в бизнесе оказываются весьма посредственными, жизнь остается прежней. Поэтому очень важно избавиться от этой психологической преграды. Раз и навсегда. Для этого необходимо осознать одну простую вещь. ПОВЕСТИ ЗА совой НА ВЕРШИНУ МОЖЕТ ТОТ, КТО ТУДА НАПРАВЛЯЕТСЯ.

Представьте себе: один человек находится на вершине, другой у ее подножия. Может ли тот, кто УЖЕ на вершине, привести туда того, кто стоит внизу? Нет. А кто может? Тот, кто ИДЕТ наверх. Тот, кто верит, что туда МОЖНО попасть. Тот, кто ОЧЕНЬ СИЛЬНО ХОЧЕТ ТАМ ОКАЗАТЬСЯ!

Так и в бизнесе. Для того чтобы человек стал нашим надежным партнером, ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ЛИДЕРОМ, необходимо помочь ему вспомнить о том, как он ХОЧЕТ жить (только тогда, он с интересом и вниманием отнесется к возможности, которую мы собираемся ему показать), и для этого нам вовсе не обязательно УЖЕ иметь тысячедолларовый доход. Он пойдет за нами, если мы сможем показать ему, что ТАМ, за пределами замкнутого круга привычного быта ХОРОШО. Он пойдет за вами, если увидит,

что мы наполнены энтузиазмом и решимостью изменить свою жизнь, ведь энтузиазм и решимость имеют свойство передаваться.

За то время, что я занимаюсь бизнесом МЛМ, мне довелось СОТНИ РАЗ наблюдать, как люди, начавшие этот бизнес с нуля в течение двух-трех месяцев создавали организации по 50, 70, 100 и более человек. Множество людей присоединялись к ним, когда им еще нечем было похвастаться. Спрашивал ли их кто-нибудь, когда они только начинали, сколько они УЖЕ зарабатывают? Конечно! Что же они отвечали? А что отвечал на подобный вопрос я, когда только начинал?

Я говорил: Знаешь, я очень хочу жить ХОРОШО! Я хочу жить по-человечески! Мне надоело заниматься бесконечным решением мелких проблем, отказывал себе и близким в удовольствиях и радостях которыми на наших глазах наслаждается множество других людей! Крутиться, как белка в колесе, не видя впереди никакой перспективы! Я искал выход из этого положения, и я его нашел. Да, я только начал! Это не имеет значения. Все, даже самые великие и самые успешные люди, когда-то начинали! Главное, я нашел выход! Давай ВМЕСТЕ идти к той жизни, о которой мыс тобой оба мечтаем, ведь само по себе ничего не изменится! Давай ВМЕСТЕ сделаем так, чтобы нам не было стыдно смотреть в глаза нашим детям! Многие УЖЕ смогли это сделать, а значит, сможем и мы. ДАВАЙ ВМЕСТЕ сделаем это, ведь неужели мы и наши близкие, люди, которых мы любим, недостойны того, чтобы жить по-человечески?

Вот, что я говорил. И это действовало, потому что люди идут не за тем, кто УЖЕ имеет, а за тем, кто ИДЕТ.

Шаг 2. Метод «Картинки счастья»

Можно ли за 30—60 секунд пронять человека до глубины души, одновременно заставив его задуматься, вызван ощущение недовольства тем, что у него есть, и в то же время, пробудив в нем желание, начать что-то менять?

Можно. Одним из таких способов является мотивационный метод картинки счастья. Этот метод представляет собой монолог, который занимает не более минуты. Это — своеобразный эмоциональный контрастный душ, благодаря которому собеседник начинает смотреть на жизнь несколько по-иному.

Несмотря на то, что данный метод является непрерывным монологом, я условно разбил его на три фрагмента и завершение (с целью упрощения его отработки).

Фрагмент 1. Посмотри, сколько сейчас появилось...

В этом фрагменте мы показываем человеку какое-то жизненное благо. То, что могло бы сделать его жизнь более интересной, радостной, наполненной, комфортной. То, что раньше, возможно, не было столь доступным для каждого, как это есть сейчас.

Фрагмент 2. Неужели ты хочешь, чтобы никогда...

Задача данного фрагмента — немного обострить обстановку. Вызвать в человеке не удовлетворение тем, что он имеет (или тем, что он чего-то не имеет). Мы ему буквально так

и говорим: Неужели ты хочешь, чтобы у тебя и твоих близких этого никогда не было? Неужели ты согласен продолжать все время жить так, как живешь сейчас?

Фрагмент 3. Представь себе...

В данном фрагменте мы надеваем упомянутое жизненное благо на человека. В настоящем времени и с подробностями мы рисуем картинку, в которой у человека это УЖЕ есть.

Завершение. Чтобы завершить картину красиво и эффектно, чтобы соединить воедино все, что было нарисовано, замечательно подходит вопрос: Что ты будешь чувствовать тогда?!

Рассмотрим на примере, как работает этот метод.

КАРТИНКА ПУТЕШЕСТВИЯ

(фрагмент 1) Посмотри; вокруг, сколько сейчас появилось туристических агентств! Едва ли не каждую неделю открывается новое! Помнишь, раньше только избранные могли побывать за границей? Сейчас это доступно каждому. Посмотри. повсюду стенды: Кипр, Египет, Греция. Франция, Австрия, Канарские острова! **ВСЬ МИР ОТКРЫТ!** Это же так здорово? **ДЛЯ КОГО ЭТО ВСЕ?!**

(фрагмент 2) Неужели ты согласен с тем, что никогда не увидишь всю эту красоту? Неужели ты хочешь, чтобы твои дети выросли, ничего этого не видя? Неужто тебя устраивает жить год за годом, позволяя себе как максимум раз в неделю выйти в парк и пару-тройку раз за сезон выбраться на пикник (выбирая мясо для шашлыка подешевле). И это весь мир, который для тебя открыт?

(Фрагмент 3) А представь себе: ты с мужем, с любимой дочуркой. садитесь на белый теплоход... Пускай не в какое то сверх крутое путешествие. Пусть не на Карибы, даже не по Средиземному морю. Да, для начала хотя бы по Крымско-Кавказской! Вечереет. Вас обдувает теплый, свежий морской ветерок. Закат солнца. Вы всей семьей сидите в мягких шезлонгах на палубе возле бассейна, подсвеченного голубым светом, попиваете соки, коктейли. Утро. Рассвет. Блики восходящего солнца переливаются на волнах. Упоенные и умиротворенные, вы смотрите на виднеющиеся вдали пальмы. Вас встречает Ялта, Батуми, Сухуми... Представь себе глаза своего ребенка! Представь себе радость мужа! Представь, что вы можете себе позволить ЭТО или нечто еще более яркое каждый год! **НЕСКОЛЬКО РАЗ В ГОД!**

Что ты будешь чувствовать тогда?! (завершение)

Еще один пример.

КАРТИНКА БЛАГОУСТРОЕННОСТЬ ЖИЛЬЯ

Посмотри вокруг, сколько сейчас появилось магазинов, в которых можно купить для дома все, что угодно! Помнишь, как раньше приходилось пятнадцать лет стоять в очереди, чтобы приобрести мебель? Сейчас **ПРИХОДИШЬ** и **ПОКУПАЕШЬ!** Все, что душе угодно! Мебель — любая! Обои, плитка, ковровые покрытия — сотни видов! В ванную баночки, скляночки, полочки... блестящие и матовые, хромированные и стеклянные, от разнообразия просто глаза разбегаются!

Неужели ты, при всем этом доступном разнообразии, согласен продолжать год за годом жить так же, как сейчас? В той же квартире, с тем же ремонтом? С этими отклееными, провисшими обоями? Скрипучей, не закрывающейся дверью? С обшарпанным холодильником, который необходимо каждые три дня размораживать? Неужели тебя это устраивает?!

А представь себе, вечером ты возвращаешься домой в свое уютное комфортное жилище. Заходишь в гостиную. Красивые, дорогие обои. Ноги утопают в ковре. Мягкая мебель, которую ты подобрала по собственному вкусу. На стенах картины. Огромный плазменный телевизор. Домашний кинотеатр. Это — твое родное гнездышко!

Заходишь на кухню. Стильный кухонный уголок. Кухонный комбайн. Микроволновочка. Кофеварка эспрессо — приятно заварить и выпить с подружкой настоящий, вкусный кофе! Посудомоечная машина — не надо этот посудный граммофон крутить каждый день по несколько раз!

ЧТО ТЫ БУДЕШЬ ЧУВСТВОВАТЬ ТОГДА?!

Вот так примерно выглядит данный метод. Как, по-вашему, **ВЛИЯЮТ ЛИ** подобные картинки на людей? Конечно. Скажу по своему опыту: очень мало кого они могут оставить равнодушным.

Метод рисования картинок — один из самых мощных способов мотивирования. Все величайшие учителя человечества рисовали картинки. Все самые известные политические, финансовые и духовные лидеры всех времен и народов рисовали картинки. Что такого делал Иисус Христос, что люди оставляли свой дом, все нажитое, и шли за ним, и даже сейчас, спустя две тысячи лет, продолжают идти? Он **РИСОВАЛ КАРТИНКИ** о том, что произойдет с теми, кто будет жить в соответствии с его учением (а также, что будет с теми, кто этого не станет делать).

Как, скажите мне, Гитлер умудрился направить сотни тысяч людей уничтожать себе подобных? У каждого из тех, кто сжигал деревни и расстреливал детей и стариков, были семьи, дети и родители! Как можно было заставить их творить беспредел, от одной мысли о котором волосы встают дыбом? А вот как: он **РИСОВАЛ КАРТИНКИ**. Картинки, в которых его солдаты видели себя в конечном итоге хозяевами всей земли. Лучшими из лучших, главнейшими из главных, достойнейшими из достойных.

Картинки — это мощнейший инструмент, при помощи которого можно вести людей за собой, И нам с вами не стыдно это делать, так как главная идея нашего бизнеса на редкость гуманна! Ведь мы ведем людей к богатству счастью и процветанию, помогая другим в получении того же. Что ж, продолжим изучать этот инструмент.

На какие темы можно рисовать картинки? Конечно же, на любые. Темы картинок могут быть универсальные и индивидуальные. Универсальные — это темы, волнующие большую часть людей, и начинать отработку этого метода имеет смысл именно с них. Существует двадцать-тридцать тем, близких и важных для подавляющего большинства людей. для того чтобы стать **МАСТЕРОМ** рисовании картинок, для Начала необходимо натренироваться в рисовании универсальных картинок, и когда, со временем (как скоро — зависит от частоты применения), вы станете делать это легко можно будет начинать рисовать индивидуальные. Тогда, пообщавшись с человеком, и узнав с) том, что он хотел бы иметь собственную

студию — вы сразу же сможете нарисовать картинку на эту тему. Если человек мечтает об оранжерее с экзотическими растениями — нет проблем! Вы рисуете картинку про оранжерею, и так далее. Таким образом, вы сможете подобрать ключик к мотивации любого человека. Это называется импровизация, и приходит она тогда, когда наработана техника.

Кстати, если у кого-то возникла мысль о том, что это похоже на манипуляцию — отбросьте ее. Ничего общего. Манипуляция - это когда человек добивается того, чтобы другие люди делали то, что НУЖНО ЕМУ, не думая о том, ЧТО в результате это принесет ИМ САМИМ. Мы же, рисуя картинки, пробуждаем в людях желание реализовать то, о чем они мечтали, и даем им ШАНС, ведь сами они забыли свои мечты. Перенеся все свое внимание на борьбу с проблемами. Еще раз.

ПРОБУЖДАЯ В ЧЕЛОВЕКЕ ЖЕЛАНИЯ МЫ ДАЕМ ЕМУ ШАНС, ТАК КАК ЗАБЫТЫЕ ЖЕЛАНИЯ НЕ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ (в 99% случаев).

И еще. Рисование картинок — это не равнодушная игра с человеческими чувствами. Рисовать картинки можно и нужно искренне, со всей душой. И это не трудно, ведь делая это, мы чаще всего говорим о том, что важно и желанно для нас самих. Более того. Рисуя картинки, мы не только пробуждаем желания в человеке, которого хотим сделать своим партнером по бизнесу. Одновременно, мы также повышаем уровень собственной мотивации, увеличивая собственную силу желания. Создание картинок счастья само мотивирующий метод, который обладает широким спектром составляющих способных ускорить качественное улучшение, как нашей жизни, так и жизни тех, кто станет нашими партнерами по бизнесу. Итак, вернемся к универсальным картинкам. Какие темы - можно отнести к ним? Как я уже говорил, есть приблизительно двадцать-тридцать универсальных тем. Вот десять из них (так сказать, самые универсальные из универсальных):

1. Качество жизни, образование и будущее детей.
2. Питание и супермаркеты.
3. Отдых и свободное время препровождение.
4. Благоустроенность жилья.
5. Автомобили.
6. Квартира в новом Доме.
7. Собственный дом.
8. Путешествия.
9. Возможность заниматься любимым делом.
10. финансовая и личностная независимость.

Давайте похудожничаем и нарисуем еще пару универсальных картинок.

КАРТИНКА ОТДЫХ И СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ ПРЕПРОВОЖДЕНИЕ

Посмотри вокруг, сколько сейчас появилось возможностей для красивого отдыха! Рестораны турецкие, китайские, японские и греческие! Всевозможные ночные клубы! Концерты, каких угодно звезд эстрады, юмористов и мастеров классической музыки. Лучшие московские и петербургские театры представляют свои спектакли во множестве городов СНГ! Они собирают полные залы, но только в этих залах нет тебя. неужели ты хуже других, и не заслуживаешь того, чтобы красиво, по-человечески отдыхать и проводить свободное время? Неужели ты согласна, чтобы всю жизнь твоим отдыхом была воскресная уборка и стирка, а проведение свободного времени ограничивалось прогулкой по городу МИМО красивых магазинов? МИМО роскошных ресторанов? МИМО!!!

Когда-никогда уговорить мужа зайти в пиццерию, свято помня о жестком лимите своего кошелька. Пройтись по парку (не прекращая думать о проблемах). Раз в два месяца зайти с детьми в Макдональдс, напоминая им перед входом о том, чтобы не заказывали много, так как это вредно..

А представь себе, ты и твой муж... Он — в дорогом костюме, а ты — в роскошном вечернем платье, сидите в уютном, элитном ресторане. Горят свечи. Вам подносят замечательно пахнущие экзотические блюда. коктейли. Негромко играет живая джазовая музыка. Вы говорите о том, что любите, о том, что для вас ценно. Вы планируете семейную поездку на Гавайи. Вы вспоминаете прежние времена, когда еще не могли себе этого позволить. Вы живете, занимаясь любимым делом. Хорошо трудитесь и хорошо отдыхаете. Представь себе! Что ты будешь чувствовать тогда?

Какие чувства вы испытывали, представляя последнюю картинку? Быть может, вы себе уже Можете все это позволить? Тогда представьте, какие ощущения от подобной картинки возникнут у ваших знакомых. У тех, которые вертятся, как белка в колесе, быть может, уже десять или двадцать лет..

КАРТИНКА ФИНАНСОВАЯ И ЛИЧНОСТНАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ

Посмотри вокруг, сколько сейчас появилось людей, которые могут позволить себе жить, не волнуясь о том, где взять деньги на питание, одежду и прочие текущие расходы. Людей, которые не мучаются проблемой, как выделить время (или деньги) на то, чтобы приятно провести время со своими детьми. Сколько вокруг появилось красивых, дорогих машин — дорог не хватает! Сколько появилось домов и коттеджей самого не вероятного дизайна! Все это принадлежит им! И ведь сейчас не 90-е годы, когда можно было с презрением сказать, что все это принадлежит тем, кто успел хапнуть. Сегодня значительная часть людей, живущих красивой жизнью, создала эту жизнь своими собственными руками!

Неужели ты согласен продолжать год за годом жить с затянутым ремешком, наблюдая каждый день за такими же ремешками на своих детях? Сейчас столько всего вокруг! Сейчас, как никогда ранее, мир предлагает нам не вероятное количество возможностей вести интереснейшую, увлекательную, полную радостей жизнь! Неужели ты согласен продолжать отказывать себе и своим близким в столь многом? Неужели тебе не надоело терпеть самодура-начальника, который тебя ни в грош не ставит? Неужели тебе не хочется взять всю эту, извини, дурацкую ситуацию, и переставить с головы на ноги?!

А представь себе, ты — хозяин собственного успешного бизнеса. Ты — хозяин своего собственного времени. Имеешь приличный доход, позволяющий тебе и твоей семье жать так, как хотите ВЫ! Ты — уважаемый человек! Красивая машина, уютная просторная квартира, быть может, с бильярдной, а возможно — с музыкальной студией. Вместе со своей семьей вы путешествуете в разные страны мира. В любые, в которые захотите! Твои дети учатся в престижных учебных заведениях. Они растут и совершенствуются. Ты передаешь им свой успешный жизненный опыт, они ГОРДЯТСЯ тобой!!! Показывая своим друзьям видео о том, как вы с семьей недавно побывали в турне по Европе, они говорят: Все это благодаря моему папе (маме)!!!

Что ты будешь чувствовать тогда?! да... Пока писал, аж мурашки по коже. Проникся, как говорится... Такой уж это метод.

Ну что ж, двигаемся дальше. Рассмотрим, как можно применять данный метод с максимальной эффективностью.

Особенности фрагментов

Фрагмент 1. ,Посмотри вокруг, сколько сейчас появилось ...,

Главное, что необходимо учесть, рисуя этот фрагмент — не стоит слишком увлекаться подробностями. Посмотри, сколько появилось машин... кожаные сиденья... встроенный DVD... специальные, удобные сиденья для детей... Подробности — это приоритет третьего фрагмента (Представь себе....). Их необходимо расписывать тогда, когда вы рисуете человеку картинку о том, как у него все это уже ЕСТЬ. Вообще, из трех фрагментов первый — самый краткий, В нем мы просто показываем человеку какое-либо жизненное благо. Показываем, что ЭТО есть, и ЭТО может нести радость ему и его близким.

Кстати, а зачем человеку показывать благо, которые есть вокруг? Он что, самих не видит? Увы! Большинство Не видят. Не хотят видеть, чтобы не расстраивать себя. Большинство людей с головой уходят в замкнутый круг проблем и рутинной деятельности, в результате чего, все прелести жизни вокруг себя начинают воспринимать, как что-то не из их мира; что-то, что в принципе принадлежать им не может.

Как большинство людей смотрят на красивые дорогие машины? Развелось, понимаешь, пройти негде! А как относятся к классным магазинам? Наворовали, теперь деньги отмывают! А к туристическим агентствам (которых действительно сейчас стало очень много)? Это самое интересное. Знаете, как? НИКАК. Приведу пример (любимый). Как-то раз стою я недалеко от офиса МЛМ-компании, с которой сотрудничаю. В то время неподалеку от Сервисного центра было туристическое агентство. И так, стою. Вижу, в мою сторону идет женщина, консультант из моей организации. Прошла мимо туристического агентства. Ну-ка, думаю, проведу сейчас эксперимент. Подходит она ко мне, здороваается, и я ее спрашиваю: «Скажите, вот вы метров тридцать назад проходили мимо синих дверей, там еще стенды были. Что это было за учреждение (только не оборачивайтесь)? Она задумалась. Наконец, говорит мне с сомнением в глазах: Химчистка? И это при том, что возле турагентства действительно стояли большие стенды с надписями: Кипр, Испания, Таиланд и т. д. Вот как! Поэтому основная задача первого фрагмента без излишних подробностей показать человеку, что-то, о чем он когда-то мечтал — есть! Совсем рядом! Это — не декорации. Это МОЖЕТ принадлежать ему!

Фрагмент 2. «Неужели ТЫ хочешь, чтобы никогда...

Мне неоднократно приходилось сталкиваться с тем, что мои консультанты, прорисовывая данный фрагмент, допускали весьма неприятную ошибку. Они говорили своим знакомым:

Неужели у тебя никогда не будет машины (квартиры, возможности путешествовать и т. д.)?! Так говорить нельзя. Это может привести к тому, что человек скажет (или подумает):

Да... наверно у меня никогда этого не будет...

Мы можем сказать: Неужели ты хочешь, чтобы у тебя никогда этого не было? Можем сказать: «Неужели ты согласен...?1 Либо: «Неужели тебя устраивает... ?! В таком случае, у человека возникает протест: «Нет! Я не согласен! Меня не устраивает!!! Именно такая реакция нам нужна. Цель второго фрагмента — вызвать в человеке чувство протеста, не удовлетворения тем, что есть. Именно с такого протеста, как правило, начинает созревать желание что-либо менять, а наличие такого желания в человеке— 70 % того, что он станет нашим партнером по бизнесу.

Фрагмент 3. «Представь себе...,

В данном фрагменте нашей задачей является нарисовать, как описываемое в картинке жизненное благо у человека УЖЕ ЕСТЬ. Нарисовать в настоящем времени!

Ни в коем случае нельзя говорить: .Представь себе, у тебя будет... В таком случае человек может прервать вас и сказать: да откуда оно будет... И температура желания человека, уже было начавшая подниматься, мгновенно опустится на несколько делений вниз.

Точно так же нельзя говорить: Представь себе, если... либо: Представь себе, что у тебя может быть... Или: Представь себе, ты станешь...

Только в настоящем времени. Так, как будто все это происходит прямо сейчас. Представь себе, ты едешь... Представь себе, у тебя есть... Представь себе, ты стоишь на сцене... Представь себе, ты со своей семьей отплываешь на белом теплоходе... Именно такая форма способствует тому, чтобы рисуемые нами картинки разбудили воображение нашего знакомого. То самое позитивное воображение, которое способно вытянуть его из никуда не ведущей рутины, включить его желание действовать и веру в то, что очень многое в его жизни еще МОЖЕТ случиться.

Несколько дополнительных рекомендаций по созданию картинок

1. Рисуйте четко, конкретно, кратко. Картинка должна быть динамичной. Ее нельзя затягивать, так как человек может потерять интерес, выйти из только-только возникающего, столь перспективного состояния возрождения желаний, и вернуться к сомнениям.

2. Соблюдайте последовательность. Важно следить затем, чтобы фрагменты располагались именно в таком порядке. Этот порядок тщательно продуман и проверен на практике.

На первом фрагменте человек вспоминает о том, что окружающие его блага могут нести радость и удовольствие ЕМУ И ЕГО БЛИЗКИМ. На втором — он задумывается о том, что

реально эти блага могут не прийти в его жизнь НИКОГДА (если он не начнет что-то менять). Начало фрагмента со слова, неужели, способствует возникновению у человека внутреннего протеста. На третьем фрагменте мы помогаем человеку помечтать. Прочувствовать в подробностях, что изменится в его жизни, когда у него будет ЭТО.

3. Попадайте в десятку. благодаря методу Ключ, (что изменится в вашей жизни, если у вас будет \$1000...). Люди очень разные. Если вы рисуете картинку о собственном трехэтажном особняке с шикарным бассейном женщине, у которой предел мечтаний купить Новый утюг, она, в лучшем случае, останется к этой картинке равнодушна. В худшем же, у нее может возникнуть раздражение, что уж совсем не в наших интересах. Точно так же, если вы ведете разговор с человеком, у которого большие цели и стремления, не следует его мотивировать, рисуя скромные житейские радости, для того чтобы определить уровень и направление желаний человека используйте информацию, полученную вами во время проведения метода Ключ. Отвечая На ваш вопрос: Что изменится в вашей жизни, если у вас будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время? Человек дал вам все необходимые подсказки.

4. Четвертая рекомендация — самая главная, В сущности — это главный секрет истинного мотиватора. ГОВОРИТЕ ТО, ЧТО ЦЕПЛЯЕТ ЗА ДУШУ ВАС САМИХ.

Создавая свои собственные шаблоны универсальных картинок, ставьте себя на место собеседника, и старайтесь прочувствовать: что в этом случае должны были бы сказать ВАМ, чтобы ВАС, это не оставило равнодушным.

5. И, наконец, пятая рекомендация. Сделайте паузу после завершающей фразы: Что ты будешь чувствовать тогда ? Дайте человеку прочувствовать, ЧТО он будет чувствовать на самом деле, когда в его жизни произойдут те изменения, которые вы ему только что нарисовали.

Что ж, мы рассмотрели второй метод пробуждения желаний. Возвращаемся к реальному процессу рекрутирования.

Итак, мы встретились с человеком, чтобы показать ему возможности бизнеса МЛМ. С человеком, который забыл о своих желаниях, чьи мысли и энергия направлены исключительно на решение текущих, сегодняшних проблем.

Мы подняли глобальную проблему, и он признал, что хотел бы зарабатывать больше. Сказали, что он может решить эту проблему при помощи возможностей бизнеса МЛМ, и он сразу же начал возражать. Не споря с ним, мы перешли к первому этапу подъема на точку энтузиазма.

Поработали с вопросом - Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время ?, и наш знакомый начал вспоминать свои забытые (или полузабытые) желания.

Когда он снова стал возражать — нарисовали несколько картинок счастья, и его желания начали приобретать массу и объем. В нем начало нарастать не удовлетворение тем, что есть. Теперь пришло время перейти к последнему, третьему шагу первого этапа подъема На точку энтузиазма.

Шаг 3. Метод «Новая реальность»

Что представляет собой данный метод? Это ничто иное, как ПЕРВАЯ постановка целей нашим знакомым при кашей помощи как спонсора (несмотря на то что мы пока таковым и не являемся). Цель данного метода задавая человеку важные для него вопросы, довести проснувшиеся в нем желания до уровня необходимости. И тогда в нашем знакомом включится неосознанный (иногда осознанный) поиск возможности, а это как раз то, что нам надо, ведь мы пришли к нему именно с возможностью. Итак, нарисовав последнюю картинку, задав финальный вопрос ('Что ты будешь чувствовать тогда), и, сделав не большую паузу, мы применяем метод *Новая реальность). Мы говорим: Вот скажи..., и выстреливаем, словно пулеметную очередь (непрерывно, с полусекундными паузами), следующую серию вопросов: Как бы ты хотел жить на самом деле?! Чего бы ты по-настоящему хотел для своих детей?! Где бы ты хотел побывать?! Каким любимым делом ты хотел бы заниматься?

Какого отношения к себе, как к личности, ты котел бы со стороны других людей?!

далее, мы останавливаемся на одном из перечисленных вопросов (я чаще всего останавливаюсь на первом, он содержит в себе очень многое): "Скажи, ты же а глубине своей души это чувствуешь, как ты хотел жить на самом деле?"

Человек отвечает, а мы конкретизируем, разматывая, словно клубок, его проснувшиеся желания.

Примечание 1. Возможно, у кого-то возникнет сомнение: а станет ли человек отвечать на такие вопросы, особенно если он не является нашим близким знакомым? Станет. Мы не случайно применяем данный метод третьим. Двумя предыдущими методами мы направили внимание человека в сторону его настоящих желаний, а теперь он будет отвечать, так как разговор идет о том, что для него действительно важно.

Примечание 2. Перечисленный список вопросов — это список, который я выбрал для себя. Вы можете составить свой. Главное, чтобы вопросы были на самом деле значительные, важные, задевающие человека за живое.

Примечание 3. Зачем в данном методе нам необходимо говорить в режиме (Пулеметной очереди)? Почему мы не задаем вопросы обычным способом, по отдельности? Потому что так эффективней. Приведенные вопросы, заданные человеку непрерывно, один за другим, перекрывают очень широкий спектр того, что для Него важно, и у нас, таким образом, больше шансов вызвать у человека желание начать что-то менять в своей жизни.

Три секрета эффективной работы с вопросами

Как МЫ это с вами уже обсуждали, у каждого человека ЕСТЬ Настоящие желания. Они никуда не делись. Просто занесло пылью рутины. Завалило камнями прежних неудачи сомнений. Желания есть, но нам необходимо их откопать. Метод Новая реальность (в совокупности с двумя предыдущими методами) позволяет это сделать. Мы задаем нашему знакомому важные вопросы, и чем глубже эти вопросы западут ему в душу (туда, где

хранятся желания) тем с большим эффектом мы выполним первый этап поднятия на точку энтузиазма, В этом нам помогут три секрета работы с вопросами.

Секрет 1. Частичка бы

Представьте себе, вы спрашиваете человека, зарабатывающего \$200 в месяц и имеющего двоих детей: *Как ты хочешь жить?.. Поставьте себя на его место. Что он чувствует? Очень возможно, что этот вопрос поставит его в тупик, потому что привязывает к реальному настоящему времени. И человек может сказать (или подумать): Как я хочу жить? да какая разница? Хочу, не хочу, что толку! Что я могу себе СЕЙЧАС позволить. А если вы спросите его: Как ты ХОТЕЛ БЫ жить? Чувствуете разницу? Такая постановка вопроса позволяет человеку помечтать, выйти за пределы своего сегодня, а это верный путь к тому, что он начнет вспоминать свои истинные желания. - Итак, первый секрет — задавайте вопросы в форме открытой перспективы: <Где бы ты хотел побывать?, ‘? Сколько ты хотел бы зарабатывать?’* и т. д.

Секрет 2. Слова-усилители.

Представьте, что я спрашиваю вас: ,Как бы Вы хотели жить Прочувствуйте свою внутреннюю реакцию на этот вопрос... А теперь я задам вам этот же вопрос, но немного иначе: Как бы вы хотели жить НА САМОМ ДЕЛЕ?! Что вы чувствуете теперь? Есть отличие? Безусловно! Вопрос, дополненный словами-усилителями (в данном случае — на самом деле), добирается чуть ли не до самой глубины души, вызывая потребность дать самый что ни на есть НАСТОЯЩИЙ ответ.

Как-то раз я проводил консультацию с одной женщиной из моей организации. Задавая ей вопросы, я решил по экспериментировать. Я спросил ее: Чего бы вы хотели для своих детей? Она ответила: Я хотела бы, чтобы они ни чем не нуждались. Чтобы имели возможность красиво одеваться, правильно, качественно питаться... И так далее... Когда она полностью ответила на мой вопрос, я задал второй: ,Скажите, а чего бы вы хотели для своих детей ПО-НАСТОЯЩЕМУ?!. Что вы думаете? Она задумалась. А потом ответила. Совсем иначе, чем в первый раз. Ответила СОВСЕМ ПО-ДРУГОМУ! Ответ был более масштабный, более искренний, менее шаблонный, даже голос ее звучал иначе! И все из-за того, что я добавил к уже заданному вопросу одно слово — по настоящему !

Итак, второй секрет — задавал вопросы, используйте слова - усилитель. К основным, наиболее эффективным словам усилителям относятся следующие три:

ДЕЙСТВИТЕЛЬНО

НА САМОМ ДЕЛЕ

ПО-НАСТОЯЩЕМУ

Секрет 3. Эмоциональные конкретизаторы

Пример. Как-то раз я проводил встречу с женщиной, рассказывал ей о возможностях бизнеса МЛМ. Поработав по методу Ключ., я узнал о том, что она мечтает о собственной трехкомнатной квартире. Нарисовав несколько картинок, и ощутив, что мы оба вошли в воодушевленное состояние, я перешел к третьему методу. Выстрелив пулеметную очередь.

из пяти вопросов, перешел к вопросу о квартире. Начал конкретизировать. Я спросил ее, в каком районе она хотела бы иметь квартиру; в каком доме; какой ремонт хотела бы сделать в своем долгожданном жилище... и... дальше меня заклинило (надо сказать что такое уже случалось, и не раз). Я просто не знал, о чем еще задавать вопросы. Спросить ее, какие она хочет в новой квартире ковровые покрытия? Какого цвета плитуса? Сколько полочек в ванной? Я чувствовал, что если начну задавать такие вопросы— эмоциональный накал может быть потерян, и при этом понимал, что работа с вопросами еще не окончена, переходить к следующему шагу рано!

Что делать в подобном случае? А вот что! Задав несколько обще конкретизирующих вопросов (три-четыре), необходимо перейти к эмоциональным. К ним относятся следующие:

Что ты будешь чувствовать тогда? (с этим вопросом мы уже сталкивались).

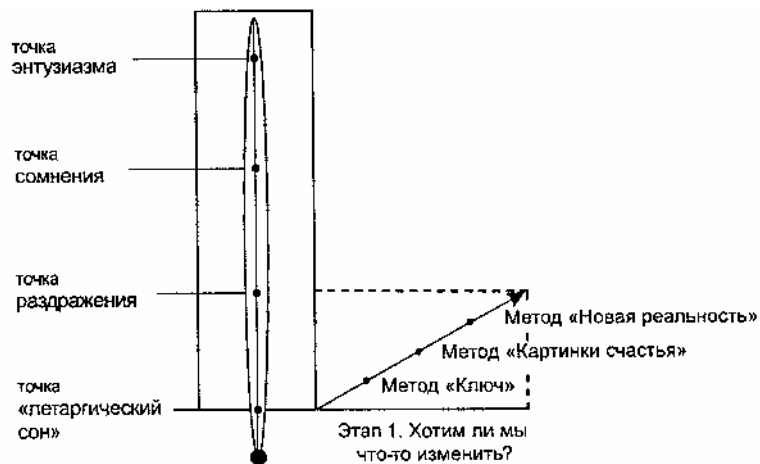
Почему тебе это надо? Замечательный вопрос. Человеческий мозг во многом напоминает компьютер. Какую задачу поставишь— такую он и решает. Какой вопрос задашь— на такой ищет ответ. Если спросить человека: Почему тебе это не надо?. — он начнет искать причины, почему ему это не надо. Когда же мы спрашиваем знакомого, зачем ему это НАДО — он начнет искать аргументы, подтверждающие необходимость для него того, о чем идет разговор (будь это квартира, машина, крупный доходит. д.). Что это тебе даст? Что это даст твоим детям (или близким)?

От каких проблем ты освободишься, когда у тебя будет это?

Перечисленные вопросы (и подобные им), дают возможность человеку, которого мы хотим пригласить в наш бизнес, глубоко прочувствовать, насколько изменится его жизнь (и жизнь его близких), когда в ней появятся блага, от которых ему сейчас приходится отказываться.

Ну что ж, вот мы и завершили первый этап подъема на точку энтузиазма. Перечисленных трех методов достаточно, чтобы человек вспомнил о своих желаниях; вспомнил о том, о чем перестал думать в принципе, загруженный бесконечным подтягиванием хвостов, и решением ежедневных бытовых проблем. Сколько времени занимает первый этап в ежедневной практике рекрутирования? Двадцать-тридцать минут. В некоторых случаях больше. Бывает, что человека, воодушевленного своими вновь осознанными желаниями, буквально распирает.. В моей практике не раз случалось, что люди, осознав, в сколь узкую клетку они себя загнали; насколько они привыкли считать качество своей жизни НОРМАЛЬНЫМ, просто плакали... Они начинали подробно делиться тем, о чем когда-то мечтали. С какими трудностями сталкивались, и как незаметно входили в тот замкнутый круг, в котором порой можно застрять На ГОДЫ.. В этом случае прохождение первого шага затягивается. Поэто не страшно. Если человека настолько сильно задел за живое наш разговор — очень вероятно, что его старт в бизнесе будет более быстрым и эффективным, чем обычно. Чаще же всего первый этап занимает, как я уже говорил, двадцать-тридцать минут.

Итак, мы завершили первый этап. Предположим, когда мы начинали разговор, человек находился на точке летаргический сон (по шкале градусника энтузиазма). Теперь он поднялся на деление выше. Сейчас он находится на точке раздражения.



Что это значит? Это значит, что он так сладко спал, а вы его разбудили, показав ему, что он все это время находился по колено в... не очень чистой воде. Очень возможно, что ваш знакомый скажет вам (либо подумает про себя), и это будет «Да! Я хочу всего этого да! Я хотел бы многое изменить! Но что толку? Возможности-то нет!

Замечательно! Задача первого этапа выполнена полностью! Пришло время переходить ко второму. Человек хочет возможность? дайте ему ее! Второй этап подъема не точку энтузиазма так и называется: “Есть ли у нас возможность?, Но прежде чем мы займемся рассмотрением этого этапа, нам необходимо к нему гармонично перейти.

Призыв внимания (переход ко второму этапу)

Задача перехода между первым и вторым этапом стать связующей нитью между разбуженными в человеке желаниями и возможностью эти желания осуществить — бизнесом МЛМ. Сейчас нам необходимо, чтобы человек дал явное согласие внимательно и непредвзято рассмотреть информацию, с которой мы к нему пришли. Возвращаемся к конкретному диалогу с нашим знакомым. Вы: Коля (или Света) неважно), скажи мне честно, **ТЫ НА САМОМ ДЕЛЕ** хочешь, чтобы в твоей жизни произошли те изменения, о которых мы сейчас говорили? Ты **ПРАВДА** хочешь... (перечисляем несколько главных конкретных желаний человека, о которых мы узнали во время первого этапа)? Это **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** важно для тебя?

Он: Конечно!

Вы: Так может быть тогда **ИМЕЕТ СМЫСЛ** внимательно и непредвзято рассмотреть то, с чем я пришел к тебе? А вдруг это не случайность? А **ВДРУГ ЭТО** твой **ШАНС?!**.

Он (предположим, здесь у Него снова проявятся легкие сомнения, что происходит не всегда): Ну, не знаю.., У меня уже сформировалось отношение к этому бизнесу.., не слишком уважительное...

Вы: Знаешь анекдот, как один еврей говорит другому:

Изя, а я и не знал, что Каррузо был таким отвратительным певцом! Чего ты решил, что он был плохим певцом? .Да мне Рабинович вчера напел.. (анекдот рассказывать не обязательно). Твое отношение к этому бизнесу связано с тем, что ты смотришь на него не своими глазами, а глазами тех, от кого ты так или иначе что-то о нем слышал. Посмотри

СВОИМИ СОБСТВЕННЫМИ! Ты не Теряешь ничего, но приобрести можешь многое. Тысячи людей благодаря этому бизнесу **КРУТО** изменили свою жизнь. Вдруг это **НА САМОМ ДЕЛЕ** твой **ШАНС** ?

Что здесь, как правило, происходит? Чаще всего человек дает согласие прослушать вашу информацию, потому что вы разбудили его желания, и теперь ему **НУЖНА** возможность. Вот теперь действительно пришло время, перейти ко второму этапу.

Этап 2. Есть ли у нас возможность?

Среднее время проведения 20—30 минут.

Задача второго этапа — показать человеку, как конкретно он может при помощи бизнеса МЛМ осуществить те желания, которые мы помогли ему вспомнить во время первого этапа.

Второй этап состоит из двух шагов.

Шаг 1. Показ возможностей бизнеса

Структура первого шага

1. Бизнес. Компания. Продукт.

а) Преимущества системного бизнеса .

б) Достоинства компании.

в) Качество продукта. Все три пункта — четко и кратко

2. Возможности бизнеса (показываем, что человек может получить, и что ему для этого надо сделать).

а) Экономия на приобретении продукта со скидкой.

Очень коротко

б) прибыль от личных продаж.

Коротко

в) Доход от построения организации.

? Четко. пошагово (желательно не более трех шагов) расписываем, как человек может выйти на уровень дохода в \$1000.

г) Карьера. доход более \$2000. Бонусы и премии.

Коротко. спокойно, без излишних восторгов

3. Какую поддержку человеку окажете лично вы, вышестоящие спонсоры и компания.

Обучение, акции. моральная поддержка и т. д. Структура данного шага, как видите, довольно проста. Мы не будем сейчас более подробно расписывать, КАК надо рассказывать о возможностях бизнеса. Во-первых, на сегодняшний день об этом написано немало книг.

Во-вторых, у вас наверняка есть спонсоры, которые прекрасно умеют это делать, а значит, могут научить и вас. Мы же с вами рассмотрим несколько наиболее важных моментов, от знания которых во многом зависит, насколько эффективно мы справимся с этой задачей.

Три принципа эффективной презентации возможностей бизнеса

1. Упростите вашу презентацию, Насколько это возможно. Не рисуйте слишком много кружочков — люди их боятся. Не рассказывайте о ста шестидесяти семи преимуществах бизнеса компании. Во-первых, это искушение для человека затеять с вами сто шестьдесят семь споров, так как ваша убежденность в реальности каждого из преимуществ (хорошо, если она есть) — только ВАША убежденность. Во-вторых, не стоит расплывать внимание человека на мелочи. Его необходимо направить на главное. Выберите для себя пять наиболее весомых преимуществ бизнеса и пять наиболее значимых достоинств компании, и сфокусируйте внимание собеседника на них.

2 Показывая человеку, как будет увеличиваться его доход от системного бизнеса , не акцентируйте внимание на званиях и регалиях.

У людей, которые собственными действиями не заслужили этих званий, все эти рубиновые менеджеры и платиновые Директора нередко вызывают иронию, а то и раздражение. даже на деньгах не стоит слишком акцентировать внимание (ведь сами по себе деньги нам не нужны). Основной фокус—на реализации конкретных желаний. Тех, которыми ваш знакомый (либо незнакомый), как мы уже упоминали, поделился с вами на первом этапе беседы. <Ты делаешь это — получаешь столько-то — осуществляешь такое-то желание — вот формула, На практике доказавшая свою эффективность. Кстати что касается премий, поездок за границу, и участия во всевозможных банкетах и чествованиях — рассказывайте об этих вещах без излишнего апломба, как о ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ вознаграждениях. делать особый акцент на этом имеет смысл лишь тогда, когда что-то из дополнительных привилегий входит в список **ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫХ** желаний человека, с которым **МЫ** говорим о бизнесе.

3.Рассказывая о продукте, рассматривайте его в основном как **ИНСТРУМЕНТ** для построения бизнеса.

Излишние восторги и дифирамбы продукту компании могут привести к нежелательному результату. Во-первых, они (дифирамбы) могут вызвать в человеке азартное желание затеять спор (как и в первом пункте о преимуществах, человек не убежден лично в качестве продукта, плюс к этому, он мог слышать не особо позитивные отзывы о вашем (или подобном ему) продукте от своих знакомых). Во-вторых, у вашего знакомого может Возникнуть ироничное ощущение вашей наивности, а то и, как некоторые говорят, «зомбированности». В-третьих, он может переключить свое внимание с бизнеса на продукт, ведь его желания (о которых он вспомнил благодаря вам во время прохождения первого этапа) — это для него сейчас что-то эфемерное. Что-то, что **МОЖЕТ БЫТЬ** произойдет в каком-то будущем. А классный продукт— это то, от чего можно начать получать удовольствие (или пользу) прямо сейчас. Особенно, если вы говорите с женщиной и о косметике. Она может начать увлечено рассматривать баночки, скляночки и футлярчики. Мазать, нюхать, пшикать и очень этому радоваться. А что? Очень даже понятно! Зачем думать о каком-то там бизнесе, который неизвестно, получится или не получится? Думать о том, что необходимо что-то строить; что необходимо выходить из зоны комфорта, делать То, что раньше не делал, когда есть такой классный продукт, которым можно наслаждаться

прямо здесь и сейчас? В результате вместо потенциального лидера вы можете заполучить еще одного покупателя со скидкой (в лучшем случае, продавца). Безусловно, для увеличения нашего дохода очень полезно, чтобы у нас появился еще один увлеченный продуктом консультант, который будет регулярно делать некоторое количество баллов. Но по-Настоящему наша жизнь будет меняться только тогда, когда в нашей структуре начнут появляться (и расти) лидеры. Люди, стремящиеся **ЗНАЧИТЕЛЬНО ИЗМЕНИТЬ СВОЮ ЖИЗНЬ!**

Возможно, вы спросите: а откуда же тогда будут браться обычные консультанты, делающие товарооборот? Ведь нам же платят не за количество менеджеров! Очень просто. Если мы сделали все возможное, чтобы помочь человеку войти в нашу организацию истинным, серьезным партнером по бизнесу, а он таки не смог настроить себя на этот лад, тогда Можно переключить его внимание на продукт. Если он не готов потрудиться, чтобы стать обладателем приличного дохода — пусть получает удовольствие от продукта, несет это удовольствие своим клиентам, и зарабатывает на этом дополнительно несколько десятков (или сотен) долларов. Как говорится, каждый получит по вере своей.

Вот и все, что касается первого шага второго этапа подъема на точку энтузиазма. Итак, вы посеяли семена возможности на вспаханную почву заново осознанных желаний. Вы показали человеку, как бизнес МЛМ может помочь ему осуществить желания, которые способны наполнить его жизнь красками и уверенностью в завтрашнем дне. Он выслушал вашу презентацию. И что? думаете, теперь он не будет возражать? Увы. Скорей всего, все-таки будет. И поэтому мы переходим ко второму шагу второго этапа.

Шаг 2. Работа с возражениями

Этот шаг мы с вами рассмотрим совсем вкратце, так как работа с возражениями — это отдельная, и довольно объемная тема. Когда-то (в 1999 году) я написал брошюру Как пройти путь от возражения к согласию, многие сетевики и сейчас используют ее для обучения консультантов. Сейчас практически полностью готов материал для новой книги о работе с возражениями, так что подробным рассмотрением данного шага мы с вами займемся на ее страницах. Сейчас же мы уделим внимание одному очень важному моменту, о котором, говоря о втором шаге второго этапа подъема на ТОЧКУ энтузиазма, просто нельзя умолчать. Итак, возвращаемся к процессу нашего рекрутирования.

Несмотря на То что вы разбудили в человеке его забытые желания, он все-Таки, чаще всего возражает. Однако, благодаря первому этапу (Будильник желаний), его возражения несколько меняются. Происходит Это по простой причине:

ЧЕМ БОЛЬШЕ У ЧЕЛОВЕКА СИЛА ЖЕЛАНИЯ — ТЕМ МЕНЬШЕ ОН ИЩЕТ, ЧТО ЕМУ МОЖЕТ ПОМЕШАТЬ.

Что происходит, когда нам очень не хочется что-то делать? Мы ИЩЕМ причины и аргументы, позволяющие нам ЭТО НЕ делать.

Помните детство? Когда нам очень не хотелось заниматься уроками? Мама! Я устал! У меня голова болит! Горло першит! Мне мешает телевизор! Ой! Я забыл дневник у классной, а там все домашние задания записаны...

А что происходит, когда мы наоборот, чего-то очень сильно хотим (например, купить в кредит что-то Такое, что не можем взять за наличные)? Разве мы ищем, что нам мешает? Чаще всего нет. Более того. Мы стремимся найти самые убедительные аргументы, доказывающие, что сделать это просто необходимо. Иногда вопреки здравому смыслу и мнению близких. Не так ли?

Я повторю еще раз.

ЧЕМ БОЛЬШЕ У ЧЕЛОВЕКА СИЛА ЖЕЛАНИЯ, ТЕМ МЕНЬШЕ ОН ИЩЕТ, ЧТО ЕМУ МОЖЕТ ПОМЕШАТЬ.

И дополню:

И ТЕМ БОЛЬШЕ ОН ИЩЕТ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ ТОМУ, ЧТО ЕМУ СТОИТ НАЧАТЬ ЭТО ДЕЛАТЬ!

Исходя из этого — чем сильнее вы разожжете в человеке (во время прохождения первого этапа) его желания — тем меньше у него будет возражений, вплоть до их полного отсутствия (что, правда, случается не часто, но бывает и так!). И даже те возражения, которые у него останутся — станут другими.

В чем же разница между тем, как возражает нам человек, которому мы ПОМОГЛИ пробудить его желания, и возражениями человека, у которого мы желания НЕ пробуждали, а просто сразу начали рассказывать о бизнесе? В том, что человек с не проснувшимися желаниями не заинтересован а возможности (об этом мы уже упоминали в начале книги). Его внимание может привлечь лишь то, что способно решить его сегодняшние проблемы причем решить прямо сегодня. В результате происходит следующее: человек начинает спорить лишь бы спорить. Человек отмахивается от нас, словно от назойливой мухи. Его возражения полны пренебрежения и скепсиса. Он не настроен слушать наши аргументы, и выдвигает все новые и новые возражения (новые — в смысле, хорошо известные старые), не обращая особого внимания на то, ЧТО мы ему отвечаем.

Человек же, с желаниями которого мы поработали, находится на другой волне Пробудились не только его желания. Вместе с ними проснулась НАДЕЖДА! Именно поэтому в его возражениях присутствует интерес. Человеку, у которого ЕСТЬ желания, ХОЧЕТСЯ, чтобы его убедили в том, что возможность реальна. Он меньше цепляется к словам, он внимательнее слушает. Он задумывается.

Возражения у одного и у другого человека могут быть одинаковы по сути, но значительно различаться по форме.

Первый (с не разбуженными желаниями) скажет: да о чем ты говоришь?! Ты что, смеешься? У меня на это нет времени!

Второй (с проснувшимися желаниями) говорит: Знаешь, у меня в самом деле очень немного свободного времени Ты думаешь, мне имеет смысл заняться этим делом, если я смогу уделять ему не более двух часов в день?

Первый скажет: Да ну! Сейчас каждый второй бегаёт этими каталогами (либо бутылочками-баночками)!

Второй же Гм... Мне вообще-то казалось, что сейчас уже достаточно много людей этим занимается. .. А что, разве это не так?

Чувствуете разницу? Работать с возражениями второго человека намного проще, потому что человек, у которого есть желания, намного более открыт навстречу возможности, чем тот, чьи желания находятся в состоянии спячки.

Вывод: главный секрет успеха работы с возражениями заключается в том, насколько эффективно мы поработали с желаниями человека. Главный секрет здоровья не в том, чтобы суперкруто лечиться, а в том, чтобы не болеть. Главный секрет работы с возражениями в том, чтобы ЗАРАНЕЕ сделать так, чтобы их не было (либо было меньше).

Вернемся к процессу рекрутирования.

Подведем промежуточные итоги. Что мы с вами успели сделать? Мы встретились с человеком, загруженным проблемами. Сказали, что основательно решить свои проблемы он может, занявшись бизнесом МЛМ. Он начал возражать (скептически и незаинтересованно). Не споря мы прошли с ним первый этап — Будильник желаний, и человек сказал: Да!

хотел бы многое в своей жизни изменить, но что толку? Возможности-то нет

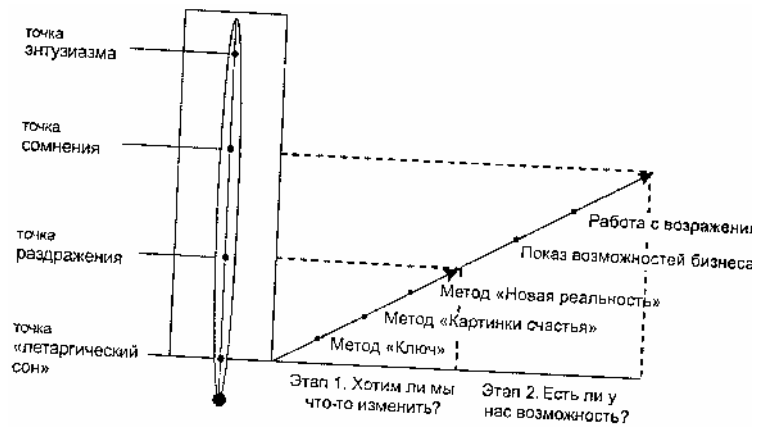
Убедив его в том, что ему имеет смысл внимательно рассмотреть возможность, с которой мы пришли к нему, и, получив его согласие выслушать нас, мы перешли ко второму этапу. Показали, как при помощи возможностей бизнеса МЛМ он может осуществить свои желания, которые с некоторых пор стал считать неосуществимыми. По окончании нашей презентации он снова стал возражать, но в его возражениях стал проследиваться заметный интерес к теме разговора. Мы поработали с его возражениями, которых теперь стало меньше, с которыми работать стало намного проще. И вот, наконец, настает момент, когда человек задумывается и говорит нам Да., пожалуй, ТЫ прав... что-то в этом есть...

Мы чувствуем, что в какой-то степени человек принял. показанную нами возможность. Он говорит (или думает): Да! Я хотел бы многое изменить! Да, возможность вроде как интересная. И я, кажется, ничем не рискую..

Мы видим, что наш знакомый практически готов, что он почти согласен. Почти. Он стал задумчивым. Он — как будто взвешивает что-то на незримых весах. ЭТО означает, что мы успешно завершили второй этап. Человек поднялся еще на одно деление по шкале градусника энтузиазма. Теперь он находится на точке сомнения.

Итак, человек находится на точке сомнения. В чем же он сомневается сейчас?

Когда вы начинали разговор он находился на точке летаргического сна” Он спал. Спал, может быть, десять или пятнадцать лет. Вы разбудили его вместе с его желаниями. Вы показали ему возможность осуществить желания, которые он долгое время считал неосуществимыми, ПЛЫВЯ ПО течению, надеясь неизвестно на что (вернее, известно на авось). И вы думаете, после всего этого он мгновенно преисполнится верой в успех,



прямо сейчас сорвется с места, и помчится рекрутировать? Иногда бывает и так. Чаще — нет.

Когда человек физически долгое время находится без движения — его мышцы атрофируются. Когда же человек долгое время находится без достижений — атрофируется его вера в успех.

Наш знакомый сомневается. Он боится, что у него не получится. А значит, пришло время перейти к третьему, последнему, этапу подъема на точку энтузиазма.

Этап 3. Смогу ли я?

Среднее время проведения 15-20 минут.

Основная задача третьего этапа — дать человеку маленький кусочек веры то, что он СМОЖЕТ сделать это. Именно маленький кусочек. Большого мы сделать не сможем, потому что вера в успех приходит только с результатом.

Может ли кто-то просто так прийти и дать вам веру в то, что у вас получится успешно приготовить сложное японское блюдо, если раньше вы никогда не занимались готовкой?

Может ли кто-то дать вам веру в то, что вы сумеете восемьдесят пять раз из ста попасть в десятку, стреляя из лука на расстоянии в сто шагов, если раньше вы этого оружия в руках не держали? Нет

Мы в состоянии дать человеку всего лишь один маленький кусочек веры, но и это немало. Одного этого может быть достаточно для того, чтобы человек сделал ПЕРВЫЙ ШАГ, свое первое действие. Первое действие дает ему шанс получить свой первый результат, и тогда в нем начнет зарождаться ЕГО СОБСТВЕННАЯ вера в то, что он МОЖЕТ сделать это.

Итак, цель третьего этапа— помочь человеку немного поверить в то, что показанная нами возможность — реальна. для того чтобы это сделать, нам сначала необходимо понять, из чего состоит его неверие, по каким причинам он в принципе сомневается. Таких причин три. Они — это три кита, на которых стоит распространенный и хорошо известный нам страх, мешающий множеству людей взяться за новое дело. Страх, несущий ответственность за то, что они годами продолжают жить ВСЕ ТАКЖЕ, в то время как другие выходят на сцену и со слезами на глазах рассказывают о том, как изменилась их жизнь за какие-то несколько лет благодаря этому удивительному и парадоксальному бизнесу— МЛМ. Итак, три кита, поддерживающие страх Я не смогу

1. Это сложно

Из нашего рассказа собеседник понимает, что для того чтобы стать обладателем более-менее приличного дохода, ему необходимо построить организацию, включающую не менее 150 человек. Он считает, что уговорить такое количество людей заняться сетевым бизнесом невероятно трудно. Предполагает, что многие из них сомневаются так же, как сомневался (а частично сомневается и сейчас) он сам, и считает, что ему придется изменять мнение об этом бизнесе каждого из них. УБЕДИТЬ 150 ЧЕЛОВЕК — такая задача для него выглядит устрашающей. Это— первый .кит.

2. Неудобные обстоятельства

Нередко случается, что в жизни человека, которому мы предлагаем заняться бизнесом, есть определенные моменты, из-за которых он думает, ему будет еще труднее добиться ощутимых успехов в продвижении по карьерной лестнице компании. Он не знает, что в этот бизнес, как правило, НЕ ИДУТ люди, у которых все хорошо Он не знает, что сюда идут те, кто ХОЧЕТ, чтобы у него все стало хорошо. Наш знакомый наивно полагает, что всем тем тысячам людей, которые каждый год впервые начинают зарабатывать в бизнесе

МЛМ 1000, 2000 и более долларов просто повезло. Когда они начинали — у них не болели родители, не было долгов и занятости на основном месте работы. Не было детей: маленьких, идущих в школу, либо поступающих в вузы. Не было личных и семейных проблем. Наш знакомый думает, что у тех, кто на сегодняшний день добился замечательных результатов в бизнесе МЛМ, не было сложностей, которые есть у него, поэтому у них получилось, а у него, соответственно, поэтому — не получится. Это— второй кит.

3. Заниженная самооценка

Самооценка — это уровень веры в силу своей личности. В умение побеждать неудобные обстоятельства и свои слабости (в некоторых случаях одним из составляющих самооценки является также вера в способность победить других людей). Это вера в то, что вы способны начать и закончить. Поставить цель и добиться ее. Способны научиться чему-то новому, если это необходимо. Болезнью под названием заниженная самооценка страдает девяносто, если не более, процентов человечества. Почти у каждого, человека она в той или иной степени занижена. От чего зависит уровень самооценки? От количества и качества достижений и побед. А также от их, так сказать, степени свежести.

Очень часто те, кому мы рассказываем о возможностях бизнеса, имеют немалый стаж нахождения в известном нам замкнутом кругу. Даже пять лет работать на мало оплачиваемой (не дай Бог еще и нелюбимой) должности, из месяца в месяц выкарабкиваясь из проблемного бюджета; отказывая себе и близким во многих нужных вещах; не имея времени (или денег), чтобы заниматься чем-то любимым, приятным, несущим радость; не испытывая ярких, вдохновляющих впечатлений.

НЕ ДВИГАЯСЬ ВПЕРЕД! НЕ ОСВАИВАЯ ЧТО-ТО НОВОЕ В СВОЕЙ ЖИЗНИ! даже пять лет— это много. И это вредно для самооценки. Человек просто-напросто теряет веру в себя. А ведь среди тех, кому мы предлагаем стать нашими партнерами по бизнесу, встречаются люди, чей замкнутый стаж составляет десять и более лет!

И ведь вот в чем фокус, занижение самооценки вовсе не означает, что человек теряет способность стремиться, обучаться, совершенствоваться и достигать поставленных целей. Нет. Это означает только то, что человек **НАЧИНАЕТ СЧИТАТЬ** себя неспособным. И это третий кит

* * *

Мы рассмотрели фундамент, на котором держится страх нашего знакомого, что у него не получится построить этот бизнес. Теперь нам осталось пройти третий этап, и нейтрализовать (или хотя бы ослабить влияние на человека) перечисленных китов. Сделаем мы это при помощи трех, достаточно простых и испытанных методов, каждый из которых будет работать со своим китом. Начнем!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Метод 1. «Логика»

Задача этого метода - нейтрализовать первого кита (.Это сложно.), и показать человеку, что бизнес МЛМ — не сложен. Кстати, этот бизнес на самом деле не сложный. В нем есть сложности, но он — простой. Звучит парадоксально, не так ли? Однако это так и есть.

БИЗНЕС МЛМ— простой бизнес, и все сложности в него приносим мы сами. Мы их создаем. Они находятся в нашей голове. Если для вас это все-таки звучит странно — я уточню. *Идите и рассказывайте людям о возможностях бизнеса, а также о качестве и пользе продукции. Идите и рассказывайте. Как можете. Много-много-много-много раз. И не смотря ни на что не переставайте это делать. Вот и все. Успех фактически обеспечен.* Где сложности? А что, вы спросите, если я боюсь, что мне откажут? Если меня волнует, как отнесутся этому занятию мои близкие? Если я сомневаюсь, получится ли у меня?, А вот это уже, извините, ВАШИ проблемы. Это ВЫ боитесь, ВЫ волнуетесь, ВЫ сомневаетесь. Все это ваши сложности, а сам бизнес МЛМ - простой.

Вернемся снова к нашему рекрутированию. Итак, метод „Логика, выглядит следующим образом.

Когда мы видим, что пришло время поработать с первым китом., мы быстро рисуем две небольшие схемы. Схема 1

Представитель №1
менеджер-инструктор

Представитель №2

менеджер

доход около \$1000

Внимание: обозначения на вышеуказанной схеме условны. Посоветовавшись со своим спонсором, вы можете изменить их в зависимости от особенностей бизнес плана вашей компании.

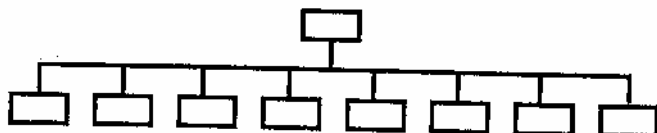


Схема 2

Вы: Хочешь иметь ежемесячный доход около \$1000 и свободное время?

Он:

Вы: для этого тебе необходимо пройти три шага, (показываете По схеме 1).

Вы (продолжаете): Скажи (переходите к схеме 2), Трудно воплотить в жизнь такую схему? Сложно ли найти всего четыре человека, которые тоже хотят изменить свою жизнь, ничем при этом не рискуют?

Не забывайте, что мы успели разбудить желания нашего знакомого, показать, ему возможности бизнеса поработать с общими возражениями. С учетом всего этого он, как правило, отвечает на наш вопрос следующим образом.

Он: *Ну, четыре., вроде бы не сложно... Еще бы. Четыре. Когда-то я, демонстрируя своим знакомым возможности бизнеса, рисовал сто тридцать пять кружочков. Видели бы вы их глаза...

Вы: Сделай это— и ты прошел Первый шаг на пути к доходу в \$1000. А теперь помоги хотя бы трем из этих четырех сделать тоже самое - создать ГРУППЫ ПО четыре человека.

Здесь Вы заштриховываете три прямоугольника на схеме 2...



ты прошел второй шаг на пути к цели. Остается всего один шаг! Скажи, разве в этом есть что-то .архисложное.?1

Все. Третий шаг (На пути к доходу \$1000) описывать, по возможности, не стоит, человек может запутаться, а для того чтобы данный метод сработал максимально эффективно, он должен выглядеть как можно проще.

А если человек все-таки потребует, чтобы вы разъяснили ему третий шаг? Тогда...

Вы: Чтобы пройти второй шаг, ты помог троим в своей группе пройти первый шаг, не так ли? Для того же, чтобы пройти третий, помоги хотя бы двоим пройти второй (чтобы трое из их восьмерки построили группу по схеме 2)..

Г Не путайте шаги, на которые мы разбиваем этапы подъема на точку энтузиазма, с шагами, которые описываются в данном методе. Вот и весь метод „Логика“.

Метод 2. «Родственные истории»

Этот метод работает со вторым китом. (Неудобные обстоятельства.). Его цель— показать человеку, что он, независимо от его профессии, жизненных обстоятельств, несмотря на то что у него дети, внуки, дефицит свободного времени, а возможно, в какой-то мере и благодаря всему перечисленному, — МОЖЕТ добиться успеха в бизнесе МЛМ!

для эффектного проведения данного метода нам необходимо немного подготовиться. Разлинейте в тетради и заполните следующую таблицу.

В этой таблице в графе фамилия, имя, возраст, достижение, вы пишете, во-первых, фамилии, имена и возраст людей, добившихся в бизнесе МЛМ (желательно в вашей компании) каких-либо успехов (обратите внимание, как больших успехов, так и маленьких, нам это пригодится для проведения данного метода). Во-вторых — их достижения. Если их успехи велики — звание, доход, количество людей их организации (пишете, что знаете). Если же их успехи небольшие — вы пишете, в чем суть достижения. -

В графе .Профессия, обстоятельства — профессии этих людей. Кем они работали, когда НАЧИНАЛИ заниматься этим бизнесом (либо, если речь идет о небольшом достижении — кем они работают сейчас). А также те трудные (мешающие построению бизнеса) обстоятельства, которые сопутствовали человеку, когда он начинал создавать этот бизнес (маленькие дети, долги и т. д.). Либо, если речь идет о небольшом, сегодняшнем достижении обстоятельства, которые сопутствуют человеку сейчас.

В графе ‘Изюминка — какой-то интересный фрагмент из истории описываемых нами людей.

Например:

№ п/п	Фамилия, имя, возраст, достижение	Профессия, обстоятельства	Изюминка
1	Пирогова Наталья, 43 года. Президент-Менеджер, \$18 000 в месяц доход. Более 20 000 человек.	Начинала — инженер. Был долг \$3000. Очень мало свободного времени.	Побывала в 16 странах мира. Из них в 4 — на собственной яхте.
2	Ильина Виктория, 36 лет. Только начала, за один месяц создала группу из 9 человек. Работая с клиентами, заработала \$120.	Учитель истории в школе. Живет с ребенком и родителями в 2-комнатной квартире.	Полтора года обещала дочери мобильный телефон. После того как начала строить бизнес — купила через месяц.
3	Годрикова Ольга, 41 год. Золотой Директор, \$2000 доход. 400 человек в организации.	Врач (терапевт). Начинала — болел сын, было необходимо дорогое лечение.	Вылечила сына, купила машину, сделала в квартире классный ремонт.

Таким образом, мы заполняем таблицу, стремясь, чтобы для каждой из распространенных профессий у нас были примеры.

Возможно, кто-то спросит: Где взять столько историй? Ответу: НА СЕМИНАРАХ, И ОБЩАЯСЬ СО СПОНСОРАМИ.

Теперь посмотрим, как этот метод выглядит на практике. Как я его применяю. Предположим, я приглашаю в бизнес человека, который работает врачом. Я говорю ему: Послушай! У нас есть женщина, ее зовут Анна Ахумьян. Сейчас ее доход от бизнеса составляет около \$20 000 в месяц. Когда она начинала заниматься бизнесом, была врачом. Так же, как и ты! У нас в Одессе есть семейная пара — Олег и Анжела Терпановы. Им обоим около тридцати лет. Когда они начинали — они так же, как и ты сейчас, работали врачами. Жили с двухлетним ребенком в общежитии. Сегодня их доход от бизнеса — около \$3000. У них собственная квартира и новая машина. У меня в группе есть Николай

Иванович. Он пока не имеет тысяч долларов, но начал строить бизнес — и в течение одного месяца создал группу из двенадцати человек. Он педиатр, лечит детей, такой же врач, как и ты! И если они, такие же, как и ты, смогли, ПОЧЕМУ БЫ И ТЕБЕ НЕ СМОЧЬ?!

Особенностью этого метода является то, что мы приводим человеку несколько примеров, два или три. И последний должен быть непременно примером маленького успеха. Почему? Да потому, что если мы будем рассказывать ему только о тех, кто добился большого успеха — он с большой долей вероятности может сказать, что им повезло. Если же мы привели в качестве примера один большой успех, один средний, и один маленький — истории большого и среднего успеха произведут на него впечатление, а пример маленького успеха сыграет сразу две роли. Во первых — будет для него более близкой мотивацией (большие достижения для нашего знакомого — это пока нечто космическое, маленький успех для него более реален). Во-вторых, переключит его внимание, помешает ему подумать, что людям, чьи примеры вы привели, просто повезло.

Вот так и работает метод Родственные истории.

Если вы приглашаете в бизнес инженера, приведите ему примеры больших и небольших достижений людей, которые до бизнеса были инженерами (либо сейчас ими являются). Беседуйте с женщиной, у которой двое детей расскажите ей о такой же, как она, успешной маме. Студенту — о студентах, а спортсмену о спортсменах. Только не говорите им в конце: другие смогли — сможешь и ты!., Для них — это спорный вопрос. Скажите им: ЕСЛИ ОНИ, ТАКИЕ ЖЕ, КАК и ты, СМОГЛИ, ПОЧЕМУ БЫ И ТЕБЕ НЕ СМОЧЬ?!

Метод 3. Достоинства

У каждого из нас есть колоссальное количество достоинств. У каждого из нас есть собственная история побед, достижений и поступков, которыми можно гордиться. Однако иногда случается так, что человек немного застоялся, решая в течение какого-то времени одни и те же однообразные проблемы; не имея времени, денег и энергии, чтобы учиться чему-то новому и одерживать новые победы. Тогда он начинает занижать свои достоинства, стесняться их, как чего-то, относящегося к прошедшему времени, и, в конце концов, просто забывает о них. Человек забывает о своих достоинствах, но они ЕСТЬ! Лежат себе тихонько на полочке, и ждут, когда с них сотрут пыль и используют по назначению. А назначение одно: РОСТ, ДВИЖЕНИЕ ВПЕРЕД, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.

Задача этого метода — частично (полностью мы этого сделать, конечно же, не можем) нейтрализовать третьего .кита. (Заниженная самооценка). Его цель немного поднять мнение человека о самом себе. Помочь ему вспомнить о своих достоинствах, и распрямить, хотя бы чуть-чуть (для начала) спину!

Структура данного метода следующая:

1. Сбор информации (три-четыре достоинства).
2. Compliment каждому достоинству + вывод: каким образом данное достоинство поможет человеку успешно создавать бизнес (для каждого комплимента отдельный вывод).
3. Коронная фраза.

Рассмотрим, как это работает.

1. Сбор информации

Когда мы идем к своему знакомому — не представляет никакого труда по дороге продумать три-четыре его достоинства, но что, если мы проводим встречу с человеком, которого видим во второй, а то и в первый раз? Тогда нам необходимо собрать информацию о его достоинствах во время встречи, и делается это элементарно.

Во время первого и второго этапа подъема на точку энтузиазма (Будильник желаний и Показ возможностей бизнеса), мы делаем своеобразные пометки на листе бумаги (на том же, на котором рисуем схемы для нашего кандидата в партнеры по бизнесу). Если человек, которому мы рассказываем о возможностях бизнеса, обаятелен, как, по-вашему, это заметно? Конечно же! Окей. Ставим в углу нашего листа маленькую и незаметную букву - о. Если человек отличается сильной логикой, это видно? Безусловно. Ставим в углу листа букву л., Если он коммуникабельный — рисуем букву к. Обладает хорошим чувством юмора — отмечаем это буквой ю

Достаточно. Сбор информации окончен. Теперь применяем наш метод.

2. Compliment достоинству + вывод

Мы говорим собеседнику; ТЫ посмотри на себя! Ты же умница! Ты обаятельная — к тебе люди тянутся будут! У тебя сильная логика ты сможешь любому человеку объяснить нужные вещи так, чтобы он понял! Ты общительная, коммуникабельная — тебе легко будет входить в контакт с будущими партнерами по бизнесу! Посмотри, у тебя классное чувство юмора — ты сможешь помочь людям преодолевать те небольшие трудности, которые встретятся на их пути!

И заканчиваем коронной фразой.

3. Коронная фраза

Да этот бизнес для тебя создан! Только тебе карты в руки.

* * *

Ну вот, мы с вами завершили и третий этап подъема на точку энтузиазма. Посмотрим вкратце, что мы успели сделать.

На первом этапе мы разбудили спящие желания нашего знакомого (либо незнакомого), и он сказал: да! Я хочу! Но что толку? Возможности-то нет.

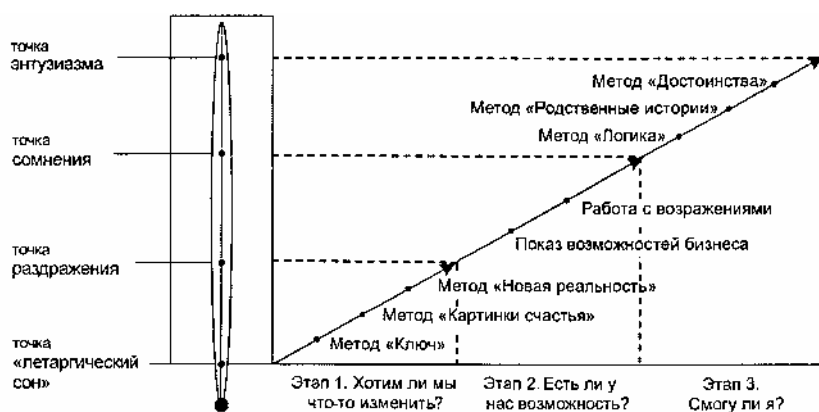
На втором — показали человеку возможность реализовать его желания, поработали с возражениями (которых стало меньше, за которыми стал замечен интерес к бизнесу), и он сказал: да... пожалуй, в этом что-то есть..

Он явно заинтересовался, но у него появились сомнения; Смогу ли я? Сомнения, стоящие на трех китах.: .Это сложно , .Неудобные обстоятельства и заниженная самооценка..

Мы прошли третий этап, частично нейтрализовав описанных китов при помощи трех рассмотренных методов.

И что, — спросите вы, — используя эти три метода, мы Можем в течение 15—20 минут убедить человека в том, что бизнес МЛМ — простой; что его трудные жизненные обстоятельства Не являются помехой для достижения успеха в этом бизнесе; плюс ко всему поднять его самооценку? Не-а. Не можем. Как не может карманный фонарик наполнить ярким светом темный лес. Но с помощью фонарика мы можем осветить ближайшие несколько метров узкой тропинки, которая поможет нам Выйти из леса. Рассмотренные три метода могут оказаться той последней каплей, которая поднимет в человеке самый главный вопрос. Тот, с которого начинаются едва ли не большинство достижений. Этот вопрос: А ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?!

И этот вопрос, заданный вслух или просто написанный, на лице человека, будет сигналом того, что он поднялся еще на одно деление по шкале градусника энтузиазма, и теперь находится на точке энтузиазма.



Мы с вами привели человека на точку энтузиазма, и одновременно с этим, мы сделали ни что иное, как разложили на составные части само понятие мотивации. Это очень важно. фактически весь бизнес МЛМ это работа с мотивацией людей, и теперь мы знаем ее формулу. Три этапа подъема на точку энтузиазма являются тремя составляющими этой формулы.

МОТИВАЦИЯ = СИЛА ЖЕЛАНИЯ + ВИДЕНИЕ

ВОЗМОЖНОСТИ + ВЕРА В УСПЕХ

Теперь вы знаете, что необходимо сделать, чтобы с мотивировать человека на действие, для этого надо зажечь в нем ЖЕЛАНИЕ, показать ВОЗМОЖНОСТЬ, и дать ему маленький кусочек ВЕРЫ в то, что у него получится. Но это — тема другой книги. Сейчас же вернемся к рекрутированию.

Наша цель почти достигнута, и теперь для того чтобы до вести создание Системы мотивационного рекрутирования до полного завершения, и одновременно с этим довести до победного конца приглашение в бизнес человека, с которым мы общаемся на протяжении всей этой книги, — нам остался один штрих.

Заключительный этап системы. Принятие решения + план действий

На данном этапе нам необходимо помочь человеку принять решение и договориться о встрече.

Мы с вами находимся на самом деликатном отрезке встречи с человеком. Наш кандидат в партнеры на точке энтузиазма. Он готов к действиям. **ФАКТИЧЕСКИ, ОН УЖЕ СОГЛАСЕН.** Но это его состояние—несколько сырое, шаткое. Поэтому не ударьте железом по стеклу. На этом, ювелирном отрезке было испорчено множество встреч.

С одной стороны, нам нельзя на человека излишне давить — он может отказаться принимать решение из чувства противоречия. С другой стороны, нам также нельзя целиком и полностью возложить на него ответственность за принятие решения: Ну что? давай, мол, решай. Это может его напрячь, и в результате он также постарается отложить принятие решения (Знаешь, давай на днях созвонимся...). А нам желательно, чтобы он все-таки сделал это сегодня. Безусловно, в большинстве случаев, для того чтобы человек принял решение заняться этим бизнесом, необходимо встретиться с ним несколько раз. Но это возможно только в том случае, когда мы приглашаем в бизнес знакомого. А если речь идет о человеке, с которым мы встретились и познакомились по холодному контакту? Тогда второго шанса сделать его нашим партнером у нас может и не быть.

Так что же делать? Очень просто. Необходимо положить на чашу весов нашего собеседника последний весомый довод, способствующий принятию им положительного решения, и САМИМ ненавязчиво предложить ему окончательный план действий, при этом оставив за ним право решения. Вопрос; А что может быть этим последним весомым доводом? Ответ: Аргумент в пользу того, что именно СЕЙЧАС — самый благоприятный момент для старта в этом бизнесе. Какие же это могут быть аргументы?

а) Акции компании, которые сейчас проводятся (имеются ввиду особые призы, льготная регистрация, дополнительные преимущества для стартующих и т. д.).

б) Акции спонсоров (аналогичные акции, которые иногда объявляют вышестоящие спонсоры).

в) Пополнение ассортимента продукции интересными новинками.

г) Время года. Каждое время года имеет свои преимущества. Если выведете разговор с человеком осенью или зимой, вы можете сказать ему: Послушай, сейчас прекрасный момент для старта! Осенью (или зимой) в Нашем бизнесе всегда значительный прирост товарооборота! Каждый человек, который станет твоим клиентом сейчас, принесет тебе больший доход, чем в другое время года! Каждый уже ТВОЙ Новичок — сделает (в среднем) в полтора раза больший оборот, а ведь от оборота твоих новичков компания будет насчитывать процент тебе! ‘?

Если же вы приглашаете человека” бизнес весной или летом, это можно аргументировать следующим образом: Сейчас замечательный момент для старта! Осенью и зимой в нашем

бизнесе всегда значительный прирост товарооборота ! У тебя есть время создать свою группу, и когда придет осень, твоя организация может сработать подобно фейерверку, и дать в полтора раза большие обороты! К концу зимы у тебя уже может быть довольно приличный доход.

д) Отсчет времени до исполнения желаний человека. Вы можете сказать человеку; Посмотри, какой сейчас прекрасный момент для старта (предположим, сейчас осень)! Помнишь, ты говорил, что хотел бы в начале следующего лета съездить с семьей в Прагу, но сомневаешься, будут ли у тебя на это деньги? Так вот, если ты возьмешься за этот бизнес сейчас, то уже до лета реально можешь выйти на неплохой уровень доходов, что поможет тебе осуществить эту поездку.

Не переусердствуйте, приводя выше описанные доводы. Один два наиболее (по вашему мнению) весомых, и достаточно.

Что ж, благоприятность момента мы аргументировали, осталось предложить окончательный план действий.

ВЫ: послушай: сегодня в 17.30 и завтра в 14.00 я буду в офисе. Мы можем там встретиться, я тебе покажу наш Сервисный центр (либо познакомлю с моим успешным спонсором, либо продемонстрирую, какой у нас классный продукт), и там же можно будет зарегистрировать наши отношения.. Как тебе такой план действий?,

ВСЕ. Вы сделали все, что могли. Сделали красиво и профессионально. Теперь пусть человек решает сам.

Если он скажет: Мне все-таки еще надо подумать., — не продолжайте его уговаривать. Просто сделайте все возможное, что бы снова встретиться с ним в течение 48 часов. НЕ ПОЗЖЕ иначе часть проделанной вами работы Может быть утеряна. для того что бы был дополнительный повод встретиться (и чтобы помочь человеку принять положительное решение), дайте ему что-нибудь прочесть. Чтобы не слишком объемное и наполненное интересной позитивной информацией о бизнесе, Это может быть журнал или газета о бизнесе, либо небольшая, но содержательная книга.

Если же человек согласится встретиться с вами в офисе — определите точное время (если ему не подходит ни одно предложенных вами), и, также обязательно дайте ему что - прочесть. Причем (это очень важно), непременно сделайте краткий, но яркий промоушен тому, что даете, чтобы человек ЗАХОТЕЛ открыть книгу, которую вы ему оставили.

А теперь — уходите! Скажите ему напоследок, что он принял правильное решение! Что он СМОЖЕТ сделать это. И, уходите. Ни в коем случае не переходите на бытовые разговоры.. Никакого кофе напоследок , а тем более коньяка! Человек должен остаться наедине со своей точкой энтузиазма. Со своими проснувшимися желаниями, увиденной возможностью, и маленьким, но столь важным кусочком веры,

ВСЕ Поздравляю вас с новым партнером по бизнесу, а главное — с тем, что мы совместными усилиями полностью создали СИСТЕМУ МОТИВАЦИОННОГО РЕКРУТИРОВАНИЯ.

давайте посмотрим на нее в целом.

Система мотивационного рекрутирования.

Структурный план

Среднее время проведения встречи — 60—90 минут.

Итак, ВЫ встречаетесь с человеком, чтобы предложить ему стать вашим партнером по бизнесу.

Подготовительный этап

Шаг 1. Постановка глобальной проблемы

ВЫ: “Чем сейчас занимаешься.

Он: да вот, уже Пять лет в областной больнице отоларингологом.

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: да!.

Шаг 2. Прививка

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

Он: Как?,

ВЫ: При помощи системного бизнеса . И я сам сейчас серьезно этим занимаюсь..

Он: НАЧАЛ ВОЗРАЖАТЬ.

ВЫ НЕ работаете с возражениями. переходите к первому этапу.

Этап 1. Будильник желаний, или Хотим ли мы что-то изменить?

Среднее время проведения — 20—30 минут.

Шаг 1. Метод Ключ

Вы: Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?

Он: Я в это не верю!.

Вы: Во что не веришь?

он: в эти ваши эМэЛэМы

Вы: Бог с ним, с МЛМ! Забудь про МЛМ — это только метод! Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?.

Он: Ну, что изменится? Все изменится!.

Вы: Что конкретно?

Он отвечает — вы конкретизируете.

Или:

Вы: Что изменится в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?.

Он (вместо Я не верю.): У меня соседка пробовала, у нее не получилось (либо любое другое возражение)!.

Вы: То есть, ты хочешь сказать, что НЕ ВЕРИШЬ в это?

Он: Да!

Вы: Во что не веришь?.

Он: В эти ваши эМэЛэМы?.

Вы: Бог с ним, с МЛМ! Забудь про МЛМ — это только метод! Что изменится-в твоей жизни, если у тебя будет \$1000 ежемесячного дохода и свободное время?.

И дальше по той же схеме. Он отвечает — вы конкретизируете. Быть может, этого метода будет достаточно, чтобы пробудить желание у человека. Но возможно, через некоторое время...

Он: Все это хорошо, но я все равно в это не верю..

Тогда вы переходите ко второму шагу.

Шаг 2. Метод ((Картинки счастья))

Вы рисуете несколько Картинок, используя шаблон:

Посмотри вокруг, сколько сейчас появилось...

Неужели ты хочешь, чтобы никогда ..

Представь себе...

Что ты будешь чувствовать тогда?

Нарисовав несколько картинок и обратив внимание на то, что желания человека усилились, вы переходите к третьему шагу первого этапа.

Шаг 3. Метод Новая реальность

Вы: .Вот скажи..., — и выстреливаете, словно пулеметную очередь, серию вопросов:

Как бы ты хотел жить на самом деле?!

Чего бы ты по-настоящему хотел для своих детей?! Где бы ты хотел побывать?!

Каким любимым делом ты хотел бы заниматься?!

Какого отношения к себе, как к личности, ты хотел бы со стороны других людей?!

Далее, вы останавливаетесь на одном из перечисленных вопросов (к примеру, на первом), повторяете его:

Скажи, ты же в глубине своей души - это чувствуешь, **КАК БЫ ТЫ ХОТЕЛ ЖИТЬ НА САМОМ ДЕЛЕ?!**

Человек отвечает, а вы конкретизируете.

Первый этап пройден. Вы разбудили желания человека, необходимо сделать красивый переход к показу возможностей бизнеса.

Для перехода ко второму этапу используйте метод Призыв внимания.

Вы: Ты **НА САМОМ ДЕЛЕ** хочешь, чтобы в твоей жизни произошли те изменения, о которых мы сейчас говорили? Ты **ПРАВДА** хочешь... (перечисляем несколько главных конкретных желаний человека, о которых мы узнали, проводя первый этап)? Это **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** важно для тебя?

Он: Да

Вы: Так может быть **ИМЕЕТ СМЫСЛ** внимательно и непредвзято рассмотреть то, с чем я пришел к тебе? **А ВДРУГ ЭТО** не случайность? **А ВДРУГ ЭТО ТВОЙ ШАНС?**

Человек соглашается выслушать вас. Переходите ко второму этапу.

Этап 2. Есть ли у нас возможность?

Среднее время проведения — 20—30 минут.

Шаг 1. Показ возможностей бизнеса

Наша задача показать человеку, как благодаря возможностям бизнеса МЛМ, он может осуществить свои желания.

Структура:

1. Бизнес. Компания. Продукт

а) Преимущества бизнеса МЛМ.

б) достоинства компании.

в) Качество продукта.

Все три пункта — четко и кратко

2. Возможности бизнеса (показываем, что человек может получить, и что ему для этого надо сделать).

а) Экономия на приобретении продукта со скидкой. Очень коротко

б) Розничная прибыль (прибыль от личных продаж). Коротко

в) доход от построения организации.

Четко, пошагово (желательно не более трех шагов) расписываем, как человек может выйти на уровень дохода в \$1000.

г) Карьера. Доход более \$2000. Бонусы и премии.

Коротко, спокойно, без лишних восторгов

3. Какую поддержку человеку окажете лично вы, вышестоящие спонсоры и компания.

Обучение. акции, моральная поддержка а т. д.

Человек выслушал вас, начинает возражать.

Шаг 2. Работа с возражениями

Отвечаете на возражения человека, с которыми теперь намного ПРОЩЕ работать, так как за ними стоят его проснувшиеся желания. Когда вы видите, что человек заинтересовался, при этом его стал волновать вопрос: ((Смогу ли я? переходите к третьему этапу.

Этап 3. Смогу ли я?

Среднее время проведения — 15—20 минут.

Метод «Логика»,

Ваша задача показать, что бизнес МЛМ прост.

Вы: .Хочешь иметь ежемесячный доход около тысячи долларов и свободное время?.

Он: Да

Вы: для этого тебе необходимо пройти три шага (показываете по схеме 1).

Вы (продолжаете): ,Скажи (переходите к схеме 2), трудно ли воплотить в жизнь такую схему? Сложно ли найти ВСЕГО ЧЕТЫРЕ человека, которые тоже хотят изменить свою жизнь, и ничем при этом не рискуют?.

Схема 2

он: Ну, четыре..., вроде бы не сложно....

Вы: Сделай это — и ты прошел первый шаг на пути к тысячедолларовому доходу. А теперь, помоги хотя бы трем из этих четырех сделать то же самое, создать группки по четыре человека (заштриховываем три прямоугольника на схеме 2).

ты прошел второй шаг на пути к цели. Остается всего один шаг! Скажи, разве в этом есть что-то очень сложное?

Метод Родственные истории

Ваша задача — показать человеку, что, несмотря на профессию а обстоятельства, он МОЖЕТ добиться успеха о этом бизнесе.

Вы приводите несколько примеров людей, добившихся хороших результатов в бизнесе, которые, начиная заниматься этим бизнесом, работали в той же области, находились в схожих обстоятельствах, либо имели те же проблемы, что и ваш собеседник (один из примеров должен быть примером Маленького достижения). Заканчиваете фразой: .ЕСЛИ ОНИ, ТАКИЕ ЖЕ, КАК И ТЫ, СМОГЛИ, ПОЧЕМУ БЫ И ТЕБЕ НЕ СМОЧЬ?!

Метод достоинства

Ваша задача — немного поднять мнение человека о самом себе. Обратив во время общения с человеком внимание на три-четыре его достоинства, вы делаете ему комплименты, после каждого комплимента объясняя, каким преимуществом каждое его достоинство станет при построении бизнеса. Заканчиваете короткой фразой:

ЕСЛИ ОНИ, ТАКИЕ ЖЕ, КАК И ТЫ, СМОГЛИ, ПОЧЕМУ БЫ И ТЕБЕ НЕ СМОЧЬ?!

Теперь вы видите, что человек находится на точке энтузиазма, В принципе, он согласен, и это заметно. Значит, пришло время заканчивать встречу.

Заключительный этап

Принятие решения и выработка плана действий

1. Аргументировано показываете собеседнику, что именно СЕЙЧАС — самый благодатный момент для старта в этом бизнесе.

2. Даете журнал, газету или книгу. Назначаете точное время следующей встречи. Выражаете свою уверенность в том, что человек принял ПРАВИЛЬНОЕ решение. Уходите...

Ну вот, мы с вами полностью создали Систему мотивационного рекрутирования, и мне хотелось бы задать вам вопрос:

не кажется ли вам эта система очень объемной, насыщенной? Кажется? Правильно. Она объемная и насыщенная. Потому что она учитывает большинство нюансов, имеющих значение при рекрутировании.

И вот что я хотел бы вам сказать. Каждый месяц в ряды консультантов (или дистрибьюторов, как вам больше нравится) бизнеса МЛМ вливаются тысячи людей, и в 90 % случаев те, кто приводят их в бизнес, понятия не имеют обо всем, что написано в этой книге. Вы понимаете, что это означает? ЛЮДИ РЕГИСТРИРУЮТСЯ И ТАК. БЕЗ ВСЯКИХ СИСТЕМ. МНОГО ЛЮДЕЙ!

В чем же тогда смысл данной системы? Данная система — это идеальная схема рекрутирования. Каждый ее фрагмент, каждый метод, осознанный и применяемый вами на практике, будет ПОВЫШАТЬ КПД ВАШИХ ДЕЙСТВИЙ. Если же вы освоите ее в целом, эффективность вашей работы увеличится **ОЧЕНЬ ЗНАЧИТЕЛЬНО**.

Я хочу пожелать вам начать применять приобретенные знания СЕГОДНЯ ЖЕ! Иногда я слышу, как люди говорят: *Мне необходимо все это осознать, прочувствовать... НЕТ! Осознавайте на практике! Даже если вы начнете применять эту систему прямо сейчас, не успев ее отрепетировать и запомнить, она поможет вам получать ЛУЧШИЕ результаты, чем вы получали вчера!

Жизнь прекрасна! В ней так много того, ради чего стоит жить и стремиться! Я желаю вам расти, двигаться вперед, ведь жизнь - это движение!

Пусть каждый ваш день рождения несет вам ощущение того, что прошедший год прожит не зря! Пусть каждый прожитый день радуется тем, что вы еще на шаг приблизились к своей цели, и пусть ваши цели будут велики!

Помните о том, сколько ЕЩЕ прекрасного, вы можете увидеть! Сколько прекрасного могут увидеть ваши близкие! Как они будут благодарны вам за то, что именно с ВАШЕЙ помощью их жизнь стала полна светом и насыщена возможностями!

Мне же остается только закончить эту книгу, и закончить ее я хочу одним небольшим рассказом. Возможно, этот рассказ о вас, и о тех изменениях, которые произойдут именно в вашей жизни.

Реинкарнация

Он помнил все до мелочей...

В своей первой жизни он был травинкой. Как трудно было прорасти. Скорлупа семени, в которой он находился, была тесной и твердой, очень сложно было ее расколоть. Почва была сухой, песчаной. Откуда возьмутся силы на такой почве? Солнышко пробивалось сквозь облака редко-редко. Холодно было, и страшно. Скорлупа тесная, но все-таки своя, обжитая; а там, снаружи, кто его знает, что. Сомнения терзали, но что-то все таки подсказывало, что пробиваться надо.

И он пробился. Использовал то скудное количество влаги, которое давали редкие дожди, дождался, когда в очередной раз вышло солнышко, под натужился, и расколочил скорлупу.

Вначале испугала безграничность. Ветер. Незащищенность. Ответственность. Хорошо, хоть не один. Вокруг проросли другие травинки, — вместе расти легче. А сколько высохших семян, — ужас! Однако долго сомневаться было опасно — надо пускать корни, а то ветер сильный — подхватит и унесет в море, а там, ищи-свищи, пропадешь, одним словом. Или пылью занесет. Надо набираться сока, и расти...

Он вспоминал, и было чему порадоваться. Несмотря на все трудности, он действительно был травинкой что надо: сочной, зеленой, достаточно высокой и с чувством собственного достоинства.

А потом он был деревцем. Почва та же, и никакого тебе садовника. Правда, он был уверен, что если у Него хватило сил стать такой значительной травинкой, то и деревом тоже станет таким, что стыдно не будет.

Конечно, все шло не так гладко. Тяжело все-таки расти, когда так мало влаги. Он и вправо корешки запускать, и влево, и в глубь, даже на поверхность выводил. Каждую песчинку надо было обследовать, — а вдруг капелька воды окажется, а то что же: веточки растут, листья распускаются, влаги просят...

За каждую веточку дрожал, даже за самую маленькую; душа болела, когда какая-то из них не выдерживала ветра и ломалась. На короедов со временем вообще перестал обращать внимание. Вот так и выжил.

Жалко, сосед, тополек, не смог. Засох. Хотя крепкий был, толстокорый. Заладил одно: Территория, территория. Вот и не хватило водицы. И за ивушку тоже обидно. Много веточек от ствола отрастила, каждой в равной степени угодить хотела, все соки у нее забрали, — и погибла. Да, не все деревца выжили, но он смог. Он не мог не выжить! Ему так хотелось посмотреть на мир с высоты!

Когда он родился в третий раз, то уже в люльке знал, что будет садовником. Много времени ушло на то, чтобы узнать, как выбирать саженцы, как готовить почву. Нелегко было освоить науку пересаживания. Знаешь ведь, какой это болезненный для живого существа процесс, но что поделать, вовремя не пересадишь, — погибнет. Как больно было, когда из-за его незнания страдали молодые деревца! Хотел найти учителей, — да только никто не

учит, как стать садовником. Ничего, научился сам. Оттуда выхватывал знания, отсюда; искал, пробовал, думал... Было нелегко, зато какой прекрасный теперь сад!

Он сидел на лужайке в саду своего ухоженного, дорогого поместья. Вокруг порхали яркие экзотические бабочки. Легкий ветерок доносил шум океанского прибоя. И он вспоминал. Вспоминал, как вырос и закалился на сухой и песчаной почве, — что поделать, Родину не выбирают. Как жадно искал и впитывал влагу, — знания. Как приходилось преодолевать сопротивление тех, кто не верил, что он добьется своего, — где они теперь? Вспомнил все деревья в своем прекрасном саду, — своих партнеров, единомышленников, соратников, — гордость его жизни и результаты его труда. Он вспоминал, и глаза его блестели. В них отражалось восхищение перед великой гармонией и справедливостью жизни, которая дает возможность каждому проявить себя в полной мере, и каждого вознаграждает по заслугам.

Было раннее утро.

.