

Оглавление

Предисловие	2
Для вас, женщины!	3
Стань счастливым.	6
О работе с клиентами.	8
Корпоративные продажи.	12
Спонсируй от души.	15
Тестирование и запуск новичка.	19
Учим новых консультантов рекрутировать.	22
Промахи консультантов на разных этапах.	25
Рекрутирование в малых городах.	31
Лидерство в Орифлэйм.	35
Командообразование.	38
Имидж и мотивация в команде.	43
Как запланировать успех?	46
Работа с целевой аудиторией и другие вопросы бизнеса.	55
Аксиомы дохода в Орифлэйм, и другие вопросы бизнеса.	60
Шесть принципов успеха.	71
О проекте «Мой Спонсор».	76

Дорогие друзья!

Мы рады вновь приветствовать вас на страницах ежегодника «Мой Спонсор». Спешим представить вам издание 2011 года.

Это необычный выпуск. В нём представлены статьи лидеров Орифлэйм со всей России.

Совершенствование навыков в сетевом маркетинге является насущной необходимостью. У кого же поучиться, как не у тех «боевых офицеров», которые не стоят на месте, а растут?

Мы обратились к Директорам с просьбой поделиться новым, «свежим» опытом, и очень благодарны тем, кто откликнулся на наше предложение.

Авторы не были ограничены определённой темой, мы просили их написать, о чём пишется. И вот книга готова.

Ударно потрудились наши новые друзья из Ижевска, Иваново, Саратова, Новосибирска, Североуральска, Людиново, Азова -

Директора: Людмила Рухлядева, Елена Уфимцева, Наталья Исаева, Наталья Рубан;

Золотые Директора: Злобина Елена, Фадеева Юлия; Старшие Золотые Директора: Ольга Ризатдинова и Светлана Зиновьева.

Отдельное спасибо авторам из Рязани - Директорам Марине Успенской и Дарье Кирноз за постоянство, и команде молодых Директоров Ольги и Артёма Белкиных из Нижнего Новгорода за командную работу. Не остались в стороне и столичные лидеры: Директор Емельянова Наталья, Золотые Директора - Елена Булыга, Василий Бочкарёв, и Бриллиантовый Директор Нина Сладкова.

Тёплые слова хочется сказать нашим авторам-молодожёнам из Барнаула, Сапфировым Директорам Юлии и Артёму Гефнидер. Желаем, чтобы их молодой семье сопутствовала удача, ну и совет да любовь!

Желаем, чтобы книга послужила для вас и полезным источником информации, и инструментом бизнеса, и ценным подарком. Успеха Вам в новом году!

Редакторы «Мой Спонсор 2011» Александр Гришаков и
Александр Воронов.

Для вас, женщины!

Это статью мне захотелось напечатать исключительно для женщин, для тех, кто только начинает в Орифлэйм и для тех, кто раздумывает: стоит ли этим заняться? Ответ только один - Стоит! И не потому, что, собственно, риска-то никакого нет (маленькая регистрационная плата, свободный график, компания известная, не из тех, что сегодня открылись, а завтра их и след простыл, продукция нам знакомая и востребованная всегда и много ещё чего хорошего), но дело не в этом. Стоит заняться этим по одной большой причине. И причина эта - **свобода**.

Финансовая независимость даёт нам свободу от работодателя (вам нравится зависеть от прихоти или настроения начальника?), от государства, да и равноправные отношения с мужем, партнёром делают ваши отношения более гармоничными. Хотя, возможно, многим нравится, когда финансовое обеспечение семьи полностью на муже, но позвольте сообщить российскую статистику. По данным газеты "Известия", сегодня на каждую тысячу браков приходится более 800 разводов. А с кем чаще всего в случае развода остаются дети? С мамой, не так ли? И с чем вы остаётесь, если долгое время не работали, утратили навыки или срочно приходится получать какое-то образование, а деньги нужны уже сегодня?

Рассчитайте, какая сумма требуется на вашу семью в месяц и каковы ваши сбережения, на сколько месяцев их хватит, если вы вдруг остались без кормильца, если попали под сокращение (сплошь и рядом), если кто-то из родных заболел и требуется ежедневное ваше присутствие, а также болезни, пенсия, старость...

Итак, расчет. Например: 30000 руб. вам требуется в месяц, чтобы как-то более-менее жить. Ваши накопления 300000 руб. Ура! 10 месяцев вы протяните, если не будет каких-либо экстра трат (а они, поверьте, бывают!) Вообще-то, будь у вас миллион и более, и эти деньги достаточно быстро уходят. Мы понимаем, нам нужны **постоянные денежные поступления**. Очень хорошая поговорка: « Не в деньгах счастье, но с ними гораздо приятнее быть несчастными».

Ежемесячные денежные поступления дадут нам финансовую уверенность, независимо от того, пропадаете ли вы целыми днями на работе, помогает или не помогает вам супруг, родители, дети, назначает ли вам какое-то пособие государство. Это могут быть доходы от недвижимости (например, у вас три квартиры в Москве, и вы можете не работать, сдавая их), от акций, ценных бумаг. А если у вас этого нет, или вам этого недостаточно?

Сетевой маркетинг - это тоже инвестиция. Вы инвестируете свое время, знания, опыт в развитие других людей.

Мы приходим в Орифлэйм из самых разных сфер. В моем случае отношение к сетевому маркетингу в начале, скажем мягко, было отрицательным. Но я же человек думающий, стала анализировать, почему сформировалось такое отношение у меня, на что я опиралась, думая так. И поняла - это мнения людей, которые здесь ничего не добились, либо просто что-то от кого-то слышали, т.е.

они, **не являясь специалистами в сетевом маркетинге**, говорили «я все знаю, это все ерунда!»

Я, бывшая артистка цирка, не понимаю, как человек, не владеющий акробатикой, научит меня делать сальто? Разве я буду его слушать? А почему же так часто мы отказываемся от возможностей, которые жизнь нам дает, опираясь на мнения родственников, друзей, знакомых, которые не являются специалистами в данной области?

Я решила получить полную информацию из «первых рук»: от верхних спонсоров, людей, делающих этот бизнес, достигающих успеха, движущихся дальше, от компании (шведы все-таки очень демократичны и искренне стараются помочь тем, кто серьезно хочет чего-то добиться). Конечно же, всегда стараюсь читать лучшую мировую литературу, и сейчас есть огромный выбор, посещаю обучающие семинары. Знайте, это честный и достойный бизнес. И он может стать и вашим бизнесом, если вы будете его душой.

Сетевики приносят государству огромный доход, и если бы это было не так, все сетевые компании давно бы уже закрылись (в экономически развитых странах все большее количество компаний сетевые). Мы легальны, платим большие налоги, и я не понимаю только одного, почему на ТВ я не видела ни одной положительной программы о сетевом маркетинге? Вернее, у меня есть мысли по этому поводу, но эта тема для другой статьи. Я все-таки верю, что будут изменения в этой сфере и на каком-либо центральном канале будет замечательная профессиональная программа, которая будет разъяснять людям о сетевом бизнесе, говорить, какие компании достойны, а какие финансовые пирамиды. Какие критерии оценки компании должны быть у любого человека, решившегося заняться этим бизнесом. Я думаю, выпускать раз в неделю такую передачу было бы разумным и мудрым решением, а не нахватавшись по верхушкам, сливать негатив, совершенно не разбираясь в теме. Я верю в это будущее, но не жду, сложа руки, а продолжаю развивать свой бизнес.

У меня трое детей. Пока трое. Когда я пришла в Орифлэйм, у меня была дочь, и я понимала, что с моей работой и маленькой квартирой вряд ли мы решимся на второго ребенка. Но я не прошла мимо предложения зарегистрироваться в Орифлэйм, и к рождению второго ребенка мои «декретные» были 1000-1500 долларов, а к рождению третьего ребенка 2000-3000 долларов. У вас на работе платят такие декретные? Причем мы же не траншеи копаем, а разговариваем с людьми, обучаем их, соответственно можем это делать и до, и сразу после родов. А как насчет хорошего образования детям? Это тоже в какой-то степени ваша инвестиция. Инвестиция в их будущее. Как многодетной маме государство мне выплачивает 3200 рублей в месяц, это на всех детей. Можно ли в случае многодетности полагаться на государство? Мои ежеквартальные налоги в этом случае поддерживают нескольких мамочек.

А неужели вы думаете, что вас минует такая интересность, как пенсия? Вы думаете, вам государство приготовило что-то лучшее, чем получали наши бабушки и мамы? В Москве она «большая», целых 8000 рублей! Минус

коммунальные услуги, еда, лекарства, средства личной гигиены, даже скромная одежда. И что остается?

По первой профессии я начала ездить за границу с 1990 года. И что меня потрясло - это огромное количество путешествующих пенсионеров из стран Европы, да просто их пенсия это позволяет. Но даже сейчас не видно наплыва наших бабушек и дедушек на лучших курортах мира, и я не думаю, что через 20-30-40 лет ситуация с пенсионерами изменится.

Кстати, еще один парадокс: если вы, будучи пенсионером, устраиваетесь на работу, начинаете приносить доход государству, так как платите налоги, пенсионный фонд выплачивает вам только половину вашей пенсии. А почему?! Слишком хорошо живете, ребята!

Вы все еще рассчитываете на государство? Может быть, уже начать что-то делать? Сегодняшнее время дает нам большие возможности!

Никто не говорит, что будет легко. Вам придется проходить через отказы, чье-то негативное мнение, в ком-то разочаровываться, справляться с трудностями. Но это стоит того! Хотя да, есть еще выход! Сказать «это не мое» и продолжать работать на начальника, жаловаться на государство, работодателя, завидовать в душе процветающим людям. А в конце жизни объяснять детям, почему вы не состоялись, придумывать какие-то отговорки, хотя рядом всегда будут успешные люди, которые «на старте» имели гораздо худшие возможности, чем вы. **Все в нас - наши успехи и неуспехи.** А выбор за вами!

Нина Сладкова, Бриллиантовый Директор, Москва

Стань счастливым.

И снова утро. 6:00. И снова бежать сначала на одну работу, затем на другую. И так каждый день. 10 лет. Иногда казалось, что это никогда не закончится - бесконечный бег. и такая же бесконечная нехватка денег. Об отдыхе на море мы даже не могли мечтать, поэтому «курортом» 15 лет нам был огород...

Большинство людей, состоявшихся в «Орифлэйм», пришли в компанию не от хорошей жизни. Но именно здесь они приобрели уверенность в завтрашнем дне, единомышленников и, возможно, смысл жизни.

Когда новичок приходит, все ему кажется сказкой: и путешествия, и чеки, и многое другое... Недаром есть поговорка «У подножия горы - вершины не видно». Поэтому важно с каждым человеком найти общий язык, дружить. **Разговаривать о человеке и лишь невзначай делиться впечатлениями о своей работе.** Почему «невзначай»? Да потому, что люди не любят, когда им что-то навязывают, поэтому становитесь актерами и больше слушайте. Кто-то, прочитав, может сказать: «Это лицемерие. Зачем каждого слушать и с каждым дружить, если этого не хочется?». Я тоже задавала себе этот вопрос и нашла быстрый ответ. В Библии говорится: «Возлюби ближнего своего как самого себя!» Иисус любил всех, и его нельзя назвать лицемером. Его любовь была беззаветная, искренняя. Делая другим добро, он не ждал, когда ему отплатят добром.

Эта заповедь в нашей работе играет большую роль. **Это бизнес отношений.** Важно выстроить к каждому человеку мостик - искренне, беззаветно. Чтоб каждый ваш партнер чувствовал, что вы его уважаете, цените. И не так-то просто все это выстраивать, поэтому начинается внутренняя работа над собой. Многие в этот момент попадают в ловушку, от того, что невозможно полюбить кого-то, если в первую очередь не любишь самого себя. Обратите внимание на топовых лидеров. Как они любят себя! Они настолько уверенно стоят на ногах, что, порой, их уверенности может хватить на миллионы. Тем же, кто начинает - этого не хватает. Они не уверены в себе, в компании, в продукте. И важно в эти минуты поддержать добрым словом, похвалой, добавляя, что «я, твой спонсор, верю в тебя!»

Ни нехватка продуктов на складе, ни отказы не сломят настоящего лидера. Растущего же лидера любой негатив может вывести из себя. Так вот, что бы весь день прошел в позитивном ключе, и чтоб наши растущие лидеры давали отпор негативным моментам, есть простое упражнение «все гениальное -просто!» Каждое утро, проснувшись, ваш партнер по бизнесу должен, не вставая с постели, улыбаться с причиной и без ровно 3 минуты. Для усиления эффекта можно добавить аффирмации и ежедневный отчет спонсору о проделанном упражнении, и только потом вставать. Можете не верить, но работает!!! День проходит замечательно! Успеваешь сделать много дел, и люди на встречах принимают решение, нужное тебе.

Целеустремленность.

Не очень красивый пример, зато каждый поймет. Вспомните, когда очень хочется в туалет. С этим спокойно жить нельзя, поэтому находится решение этой задачи - и вы счастливы! Настоящий лидер приходит к своей цели оттого, что решает *ежедневно* свои задачи. Лидер не ищет легкого пути, он ищет легкое решение. Не сдавайтесь, пока не добьетесь своей цели. Можно отодвинуть срок, но не цель! Одно из правил моей команды - доводить дело до конца.

Действие. Действие. Действие!

До тех пор, пока не добьетесь своего. Легко, радостно, с верой, что все получается!

Каждый человек появился на свет только от определенных действий, а некоторые люди в жизни чего-то хотят и ничего не делают. Но кто сказал, что все, что нам нужно, свалится манной небесной?

За два года работы, придерживаясь этих правил, в моей жизни произошли колоссальные изменения. Впервые за 15 лет, мы с мужем отдохали не на огороде, а в Египте на Красном море. Благодаря растущим доходам, путешествиям и, конечно, моим личностным изменениям, муж посмотрел на «Орифлэйм» с другой стороны. Теперь - он мой верный соратник и помощник. Работа очень сплотила нашу семью. Совместно с родителями и другими родственниками мы успешно движемся к своим целям. Команда - это не только родственники и знакомые. Люди, ранее тебе незнакомые, благодаря философии, изложенной выше, становятся близкими тебе людьми. И всей душой болеешь за каждый результат, за каждый счастливый миг...

А не в этом ли смысл жизни? Делать людей вокруг тебя счастливей!

Людмила Рухлядева, Директор, Ижевск.

О работе с клиентами.

Чаще всего мы приходим в компанию, попробовав ее продукцию. Когда-то и мне подруга-визажист нанесла на губки помаду. Нанесла утром, а вечером я названивала ей с одним вопросом:

- Где купить?

- Не знаю, - удивленно отвечала подруга. - Раньше везде в киосках продавали. А теперь не видно...

- Но что это было? У меня весь день губки не сохли!

- Орифлэйм.

- Да ладно. Я их помаду пробовала, не было таких классных ощущений.

- А они рецептуру часто меняют...

Дело было много лет назад, когда компания Орифлэйм только начинала работать методом прямых продаж. Только спустя пару месяцев мне принесли домой каталог и целых 30 пробников помады. Ах, это было волшебство - пробовать столько разных цветов. Мне, которой так сложно подобрать цвет помады. Русоволосые светлоглазые девушки со смуглой кожей меня поймут. Самые ходовые - малиновые, красные, розовые тона смотрятся на подобных мне излишне насыщенно. А подобрать нужный тон -целая эпопея.

Помню, как за несколько лет до моего знакомства с каталогом Орифлэйм, получив свою первую в жизни большую зарплату как главбух фирмы, я отправилась в магазин Кристиан Диор. Выбрала помаду стоимостью... нет, про ее стоимость лучше не вспоминать. Но, мне так понравился цвет, его дали попробовать. В полумраке салона он был нежно-коричневатым. Я так давно мечтала о подобном. Оплатила, счастливая вынесла покупку на улицу и впала в ступор. Нежно-коричневая при искусственном освещении помада оказалось сиренево-сливовой при свете дня. Эмоций мне добавило еще и то, что обмен и возврату косметические товары в магазинах не подлежат.

Уже тогда у меня в голове родилась мысль - как же здорово было бы помочь решить подобную проблему с выбором помад моим подругам. Ведь не секрет, у большинства дам в косметичке всегда наготове два-три оттенка, которыми при послойном нанесении они добиваются «идеального» цвета. Возможность же совместить идеал в одном тюбике - для многих остается лишь мечтой.

Мне удалось осуществить эту идею спустя еще пару месяцев. Тогда я заключила контракт с фирмой Орифлэйм и озадачилась вопросом:

- Кому же показать каталог, чтоб собрать первый заказ?

Ответ родился мгновенно. Конечно, той самой подруге-визажисту. Она же в работе все это использует, ей так много всего надо наверняка! Два часа я ехала на другой конец города в гости, потом мы два часа обсуждали с подругой животрепещущие вопросы ее здоровья, общих знакомых, ее знакомых. Ах, вот она и смотрит мой заветный каталог. Листает, листает, пробует, пробует и, наконец, заказывает... один самый дешевенький тюбик!! Растягиваю губки в

милую улыбку (мне еще два часа ехать обратно). В голове плещется - поработала...

Однако вернуться домой с таким «огромным» заказом мне просто не позволяет гордость. Ведь муж уже успел покрутить у виска пальцем в ответ на мое решение «работать в Орифлэйм». И что - он был прав? Никогда! Выхожу из метро на середине пути и заезжаю в обеденный перерыв в офис к другой подруге. Да, ей декоративной косметикой муж пользоваться не разрешает, но чем черт не шутит? Девушка листает мои заветные странички и пишет, пишет, пишет. Ей нужен аромат для дочки (самой муж дарит духи класса люкс - ну пусть дарит), вот эта симпатичная сумочка (косметичка), шампунь, гель, крем, такая и такая расчески. Сумма стремительно растет. Я мысленно еще утром наметила, какой величины должен быть мой первый заказ, чтоб завтра не стыдно было ехать за ним в офис с моим спонсором. Я даже озвучила ему эту сумму. Я обещала. И я выполнила обещание. Ура!

Только дома я поняла, что спонсор имел в виду сумму по цене дистрибьюторов, а я считала по цене каталога. Получается, мне не хватает еще почти четверть. Что же делать? Где взять? В тот момент я не знала понятий теплый и холодный рынок. Но у меня была цель. Мне было надо. Ни минутки не сомневаясь (**я же делаю благое дело** - помогаю выбирать людям помаду. Это трудно и сложно, а у меня есть пробники), звоню в одну из квартир на моем этаже. Имени соседки я не знаю. Она недавно сняла эту квартиру и заходила как-то ко мне за солью.

- Здравствуйте, я - Наташа из квартиры напротив. Вы ко мне за солью заходили, помните?

- Да... - удивленная, но благожелательная пауза.

- Хотите каталог Орифлэйм посмотреть?

- Да...

- Держите! (Чуть нахально переступаю порог чужой квартиры). Следующие полчаса соседка (мы успеваем познакомиться, мою первую

«холодную» клиентку зовут Ланой) самозабвенно повторяет мои манипуляции с пробниками помады перед зеркалом. Я пытаюсь чуть-чуть руководить процессом. С выбором цвета стараюсь не подсказывать (вкусы соседки явно резко контрастны моим, да и сам процесс доставляет Лане массу удовольствия). Моя роль - подать ватку, смочить ее молочком, коснуться губ клиентки кисточкой с пудрой. Под помаду девушка сама подбирает карандаш, потом переходит к пробникам туалетной воды.

Наверное, читатель спросит - а пробники-то я купила в момент регистрации? Соглашусь, не очень хочется тратить деньги сразу в тот момент, когда ты вроде как «только устроился на работу». Да-да, редко кто в момент заключения договора с компанией воспринимает свой шаг, как начало собственного бизнеса, и покупку пробников - как вложение в него.

Для большинства это работа или подработка. И слова спонсора о бизнесе влетают в одно ухо, мгновенно вылетая из второго. Попытка же заострить внимание именно на моменте бизнеса воспринимается часто как давление.

Мне повезло. Мой спонсор не настаивал на покупке пробников именно в день регистрации. Признаюсь, в тот момент у меня просто не было больше денег. Да-да. Не было 300 р. дополнительно к тем 149, что я заплатила за регистрацию. Но я хорошо помнила момент абсолютного счастья, что испытала, впервые попробовав перед зеркалом столько маленьких тюбиков с помадами. И мне очень хотелось поделиться с другими этим счастьем. Я схитрила. Попросила у спонсора его коробку на один день. И именно в тот момент и пообещала собрать за этот день заказ на определенную сумму, прибыль от которого позволит мне сразу купить свой набор пробников. Прошло много лет, но я по сей день благодарна зарегистрировавшему меня человеку за ее понимание в тот момент.

Сегодня, регистрируя новичков, я заранее стараюсь узнать - какой именно вид продукции интересует их больше всего. Они хотят в первую очередь выбрать тушь? Значит, я готовлю из своих запасов 3-4 варианта самых моих любимых тюбиков туши. Им хочется выбрать крем себе или кому-то из близких? Спрашиваю тип кожи и возраст. Готовлю несколько вариантов пробников. К этому «мини-набору» добавляю пару продуктов-изюминок текущего каталога. К примеру - особо вкусно пахнущий гель для душа и средство для придания туши водостойких свойств (редко у кого есть такое, а пользы от него масса). **Это мои личные средства, но мне не жалко делиться.** Попробовав, человек наверняка захочет все это купить и у него окажется готов его первый заказ.

Больше я никогда не хвалила только то, что нравилось мне самой. Старалась всегда дать клиенту право выбора. Максимально облегчить этот выбор.

Если человек выбирал туалетную воду - я не давала ему сразу все ароматы. Все равно больше трех человеческий нос не в состоянии сразу оценить. В начале каждого каталога я выбирала три максимально контрастных аромата женских и мужских. Из тех, что именно сейчас со скидкой. Откладывала их в отдельные пластиковые ячейки. Первый - максимально «сладкий», второй - максимально «свежий», третий - нейтральный, классический.

Я специально беру слова сладкий и свежий с кавычки. Дело в том, что аромат, воспринимаемый одним человеком как сладкий, другому может казаться свежим. И наоборот. На каждой коже они могут играть совершенно по-разному. Главное, чтоб это были три максимально контрастных аромата. Здесь же наготове у меня маленький пакетик с натуральными зёрнами кофе. После тестирования каждого аромата я даю клиенту понюхать кофе. Это как бы очищает каналы восприятия аромата. И одновременно воспринимается клиентом как эксклюзивное обслуживание. Даже если человек не выберет сейчас что-то у вас - у него **останется о вас очень хорошее мнение как о консультанте высокой категории.** И в следующий раз он может просто попросить - а подберите мне что-то для женщины такого возраста, на такую-то сумму, в таком-то количестве. Часто подобное происходит перед праздниками, когда люди решают проблемы с подарками. А возвращаясь к ароматам - как только клиент указывает на один из трех ароматов как на наиболее понравившейся, я уже знаю - какого типа еще ароматы могу ему предложить, не загружая его необходимостью тестировать две трети неподходящих ему ароматов каталога. Ведь каждый из трех первых для

меня символизирует «направления», по которым я также заранее раскладываю все имеющиеся пробники.

Но интереснее всего помогать выбирать человеку крем.

Обсуждая продукцию каталога, я стараюсь заострить внимание на различных привлекательных моментах.

- Вот этот крем сейчас со скидкой,

- Вот этот я могу дать попробовать на пару дней (купила себе или заранее приобрела пробники),

- В составе этого есть такое замечательное вещество (да, там есть и другие, но я заостряю внимание на одном, слишком много информации все равно не уложится в голове и не запомнится клиентом).

Чтоб иметь возможность рассказать пару ярких фраз о действии некоего вещества, я всегда стараюсь **потратить время на подготовку**. С помощью интернета перевожу отдельные наименования состава, что написаны по-английски на коробочке. Ищу в поисковике - как они действуют на кожу. Выбираю самое яркое. Вот это вещество, к примеру, имеет ботексоподобное действие. Но не дает вредных последствий самого ботекса. Помогает создать мышцам лица «мышечную память». И этим сокращает видимые морщинки. Подобный рассказ помогает мне **всегда быть интересной для моих клиентов**. Даже если они не заинтересуются именно этим кремом (или он им не подойдет при тестировании) - мой рассказ придает вес всем моим дальнейшим словам.

- А вот этот крем мне просто нравится самой (или нравится кому-то из моих знакомых - не могут же мне самой подходить все).

Каждый клиент наиболее ярко среагирует на одну из этих фраз. Они как ключик к клиенту, характеризуют человека и помогают продажам в дальнейшем. Чаще всего люди, которым комфортно покупать по каталогу, которые долго будут оставаться вашими ежекаталожными покупателями - это те, кому важны ваши личные впечатления и возможность тестирования. Скидки и научные разработки для них менее ценны. Но и их надо иметь в виду, ибо как ни странно, скидки наиболее ценят люди с максимальными доходами и возможностями потратить деньги здесь и сейчас.

Наталья Емельянова, Директор, Москва.

Корпоративные продажи.

Идею корпоративных продаж мы услышали от Валентины Акопян еще 5 лет назад, начали воплощать в команде 2 года назад, и успешно продолжаем использовать, находя все новые возможности и совершенствуя навыки. Миссия нашей компании: **«Заработай сегодня и воплоти мечты завтра».**

Корпоративные продажи в полной мере позволяют следовать миссии, т.к. это возможность одновременно много продать, дает экономию времени и хороший доход сейчас и возможности приблизится к реализации своей мечты в будущем.

Явная цель метода - значительное увеличение объёма продаж в сезон продаж (заработай сегодня).

Область применения: праздники, которых в России очень много, наиболее эффективно - новогодние праздники, а также на 23 февраля и 8 марта.

Неявная цель - создание постоянной клиентской базы, рекрутирование (воплоти мечты завтра).

Метод может использоваться как на холодном, так и на теплом рынке. Эффективнее и быстрее, конечно, со знакомыми.

Особенность метода - он хорошо работает, когда к празднику вы начинаете готовиться заранее. Например, к новому году переговоры мы начинаем вести еще в 15 каталоге, а про 8 марта - с конца января. Таким образом, **мы не ждем, что потребность назреет, а создаем ее у клиента.**

Для этого составляется список знакомых, которые работают в организациях. Из списка в первую очередь выбираются те люди, которые являются в организации «лицами, принимающими решения». К ним мы и идем с предложением: «Мы можем помочь Вам сэкономить время и силы на подбор подарков к празднику, упакуем и доставим в удобное для вас время и в любом количестве».

Предварительно составляем предложение в письменном виде, где указываем различные варианты сотрудничества, даем информацию по разным способам комплектации подарков и указываем свои координаты. Задача первой встречи - объяснить, каким образом мы можем клиенту помочь, показать выгоду нашего сотрудничества, уточнить имеющийся бюджет, количество и категории людей, которым делаются подарки в данной организации.

Предлагаем 2 варианта: готовые наборы и сертификаты.

В случае готовых наборов - уточняем, на какую сумму и каким образом ему хочется упаковать подарки. Для этого мы заранее готовим образцы подарков в разной ценовой категории от 100 до нескольких тысяч рублей (корзины). Мы убедились, что лучше не рассчитывать на те наборы, которые представлены в каталоге, а хорошо знать каталог и иметь на выбор **самостоятельно подобранные комплекты в одной ценовой категории.**

Именно они отражаются в письменном предложении: наборы для мамы, наборы для тещи, для свекра, мужа, подруги, дочери, ребенка, коллеги, босса и т.д. Это важно, чтобы предотвратить срыв заказа в виду отсутствующих позиций. Этой же цели служит и ранняя подготовка, чтобы иметь возможность отправить заказы по каталогу в самом начале его действия.

Больше всего мне нравится предложение сертификатов. Особенно это подходит при работе с мужчинами. Заказываем в типографии универсальные сертификаты номиналом 300, 500, 1000 руб., на самом деле, возможны любые суммы. На сертификате указывается телефон консультанта, который работает по данному методу, срок действия сертификата - 1-2 каталога. К сертификату прилагается текущий каталог. Мы решаем в данном случае сразу несколько задач:

1. Для клиента - простота, т.к. не надо выбирать. Особенно это нравится мужчинам - пусть выбирают те, кто получит сертификат на определенную сумму.

2. Для консультантов этот вариант работы дает дополнительные преимущества:

а) Гарантированный и (что особенно приятно) уже оплаченный клиентом товарооборот на ближайшие 2 каталога.

б) возможности создания постоянной клиентской базы из тех людей, которые пришли сами с желанием отоварить сертификат и увеличение объема продаж. Как правило, клиент покупает больше той суммы, которая указана в сертификате, если консультант грамотно подбирает программу по уходу.

в) Возможность рекрутирования тех, кто приходит по сертификатам. Здесь все будет зависеть от того, насколько хорошо поработает консультант. Наша цель объяснить тем, кто приходит, все выгоды от сотрудничества - от правильного подбора косметики и экономии - до получения неограниченных доходов.

Для того чтобы в полной мере использовать все преимущества этого метода, мы сразу планируем минимум 2 встречи с каждым человеком, поэтому не берем заказы по телефону, а договариваемся о встрече. Цель первой встречи - выяснить потребности человека, понравиться ему, сформировать заказ и договориться о следующей встрече. При этом стоит учитывать, что брать заказ лучше всего на его территории, а отдавать - на своей или нейтральной, чтобы иметь время поговорить. Если времени пообщаться нет, то обязательно даем к заказу каталог и какой-либо информационный материал, который дня через 2-3 нам надо забрать. Это дает шанс третьей встрече уже конкретно по бизнесу.

В большинстве же случаев консультанты просто решают задачу увеличения дохода в праздничный период и хорошо, если с одной организацией они работали уже 2-3 раза.

Если предлагаем готовые наборы, то возможности выхода на новых людей сильно ограничены, т.к. мы работаем с 1 человеком. Поэтому в каждый набор вкладываем координаты, по которым нас можно найти и предложения к сотрудничеству: визитки, листовки, каталоги — в зависимости от набора.

Если нет знакомых, кто сам принимает решения в организации, мы просим рекомендации у тех знакомых из списка, которые работают в организациях, где точно делают подарки. Здесь также возможно 2 варианта: продажи и рекрутирование. Но в данном случае мы рекрутируем «лицо, принимающее решение» или того, кто дает рекомендацию, показывая выгоду для него в немедленной прибыли и в долгосрочном варианте.

Когда договариваемся о сотрудничестве - естественно возникает вопрос о скидках за большой товарооборот. Наша позиция: «нет скидкам, да - подаркам!».

Мы обязательно благодарим человека, давшего нам возможность увеличить свой товароборот, и делаем ему хорошие подарки. Если мы планируем продолжать сотрудничество и в дальнейшем взять данную организацию на «сопровождение», то очень важно, чтобы клиент остался доволен! Когда отдаем заказы, проговариваем возможность этого и в других случаях - на дни рождения сотрудников, на день рождения компании, на праздники и для прочих случаев. Примерно через 2-3 дня созваниваемся и узнаем реакцию тех, кому подарили (с точки зрения того, кто дарил), как ему понравилось наше сотрудничество и готов ли он продолжить его в дальнейшем. Накануне следующего праздника - снова созваниваемся и напоминаем о том, что мы готовы помочь. Естественно, что с какими-то организациями это бывает только 1 раз, с кем-то продолжаем сотрудничество.

Этот метод работает и на холодном рынке. В данном варианте составляется список организаций, куда готов отправиться консультант и планомерно по списку делаются предложения. В данном случае особенно важен имидж консультанта и его навыки. Поэтому на первые встречи консультант, как правило, идет со спонсором, у которого есть уже подобный опыт. Количество заказов конечно меньше, чем на теплом рынке, но в данном случае есть дополнительные преимущества. Есть возможность обучения новичков, у которых «нет знакомых» - преодолевать страхи, повышать уверенность, развивать креативность и создавать клиентскую базу. Если нас «грубо не послали», мы предлагаем дальнейшие варианты сотрудничества и просим рекомендации. При работе на холодном рынке заказывают наборы, и не было заказов на сертификаты. На мой взгляд, отдать неизвестному человеку зную сумму в обмен на сертификат решиться сложно. Гораздо проще отдать деньги за готовый подарок. Все такие продажи были разовые - получил деньги, опыт и уже здорово. На следующий раз это проще сделать со знакомыми, т.к. есть навыки и уже не страшно так, как в первый раз. Таким образом, этот метод корпоративных продаж дает массу **дополнительных выгод** кроме увеличения товарооборота. Рекомендую попробовать на практике. Дорогу осилит идущий! Дерзайте!

Злобина Елена, Золотой директор, Ижевск.

Спонсируй от души.

«Здравствуйте, дорогие друзья, меня зовут Наталья Рубан, я - консультант компании Орифлэйм в звании Директор».

Этими словами я несколько лет начинаю свои презентации, причем, каждый раз, стоя перед аудиторией или общаясь «один на один», задаю себе вопрос: «Что я могу дать этому человеку? Чего он хочет, к чему стремился в жизни

- и, возможно, не получил; сумею ли зажечь его своим азартом, верой в компанию и нашу продукцию, верой в себя, наконец!?» **А как это узнаешь, если не будешь задавать вопросы? Много вопросов, вовремя, тактично, глубоко, но легко:** про его семью, мечты, планы, друзей, кошку, тусовки, здоровье, вид из окна, амбиции и другое...

Но главное: НЕ ПРО ОРИФЛЭЙМ!

«Скажи мне - и я забуду... Покажи мне - и я запомню... Дай мне сделать самому - и я научусь».

Я покажу несколько разных вариантов вопросов - ответов, которые были в моей работе, а если вам пригодится хотя бы один из них - буду очень рада, если сделаете так же (или ещё лучше) сами - и научитесь. Для начала - несколько «моих» правил:

1. Отдать можно только то, что у тебя есть, что ты знаешь, ценишь, поэтому: влюбись

- в себя неповторимую (неповторимого),
- в людей, как в самое себя,
- в мудрую компанию,
- в высочайшего качества продукцию,
- в бизнес, который ты строишь и предлагаешь его возможности,
- в мир вокруг себя.

И научись отдавать бескорыстно (ничего не требуя взамен), щедро, любя. Ведь:

2. Чем больше отдаёшь, тем больше получаешь.

Представь себя в зеркальной комнате: сотни зеркал видят и отражают тебя. А теперь просто улыбнись - в ответ получаешь сотни улыбок, отзеркаленных для тебя.

А теперь рассердись или сделай любой грубый жест - получишь сотню негатива в ответ!

3. Принять решение за другого человека невозможно - это будет чужое решение! (Света, тебе это надо! Я лучше знаю!).

А подвести его к принятию этого же, но самостоятельного решения - труднее, но надёжнее и мудрее.

4. Заставить человека заняться бизнесом нельзя - он сам должен захотеть:

- поверить в себя,
- взять ответственность на себя за все, что происходит в его жизни,
- получить возможность для себя (смогу ли я добиться здесь успеха?),
- почувствовать комфорт и поддержку (а что я должен для этого делать?),

- реализовать свои планы (а что я буду с этого иметь?),
- развиваться и вести других не «назло», а «во благо»...

Один из сложных и неоднозначных вопросов для большинства начинающих орифлэймщиков - где брать новых людей, но не менее сложно за одну встречу уяснить, кто перед Вами - **лидер**, сильный и амбициозный; **продавец**, смелый и мобильный или **VIP-клиент**, требующий Ваших знаний и внимания. Итак...

- Вас зовут Светлана? - очень красивое имя. А меня - Наталья, можно, мы будем на «ты»?

- Да.

- Светлана, мне очень много нужно тебе рассказать, но ещё больше хочу узнать о тебе, можно, я задам несколько вопросов? - Да.

- Что хорошего в твоей жизни сейчас происходит?

- учёба? (где? на кого? какой курс? платно? сессия? экзамены? квартира? общежитие? преподаватели? подработка? будущая профессия?)

Одного - двух вопросов достаточно, чтобы иметь представление об отношении Светланы к учебе.

- семья (дом? муж? дети? родители? достаток? здоровье? инвестирует ли семья в здоровье? спорт, фитнес, витамины?)

- творчество? отдых? тусовки? путешествия? новые знакомства и т.д.

Все эти вопросы я задаю в разное время, в разной форме, т.к. уже глядя в глаза человеку, понимаешь, что можно спросить, на каком этапе к нему присоединиться - где сделать комплимент, а где «ковырнуть поглубже».

- Светлана, а почему строительный вуз? Ты видишь себя инженером, архитектором (или др.)?

- А хочешь, я нарисую тебе будущее инженера (врача, педагога, бухгалтера), работающего за копейки по найму несколько лет, пока не наберёшься опыта и «набьёшь шишек» или разочаруешься в выборе?

Я обязательно жду ответ, как бы долго не тянулась пауза. Как правило, это логическая цепочка, построенная вместе, вдвоём.

- Светлана, а **твоя профессия (дело, которым ты занимаешься) может привести тебя реализации твоей мечты?** Ты ведь мечтаешь о многом, верно?

- Да.

- О чем? (озвучьте вместе, потому что не всегда мы признаемся в своих мечтах даже себе. Есть семьи, где любую мечту губят на корню: «Это не для тебя». «И думать не смей», «Мечтать не вредно», «Это только для богатых» и тому подобные фразы, причем их произносят родители «из лучших побуждений»).

Наша задача на первой встрече - подтолкнуть будущего консультанта задуматься и о своих мечтах и планах их воплощения, и о сроках (а вдруг это займет 20-30 лет - ты готов ждать, например, квартиру, столько лет?)

- Света, а теперь вопрос - что ты знаешь об Орифлэйм? Может быть, здесь ты и сможешь реализовать свои мечты в полной мере?

Как правило, знают все и знают всё: это каталог, продукция, немедленная прибыль, ну ещё подарки. **А ведь это всего лишь верхушка айсберга, которую только и видит большинство.**

Нашу стандартную презентацию я обычно читаю «наизнанку» - т.е. не даю информацию, а задаю опять же вопросы, на которые приятно находить ответы вдвоем с новичком. Из первой встречи трудно бывает вынести сложную информацию, поэтому, чем проще и короче наши пылкие речи про нашу потрясающую продукцию, многогранную компанию, успешных лидеров, тем лучше.

Для меня важно, чтобы Светлана уловила мой внутренний настрой - что практически любые её проблемы (с родителями - я понимаю, сессия - это стресс - я тоже знаю, на клуб денег не хватает - я даже догадываюсь, сколько) - это задачи решаемые!

- Светлана, у меня к тебе деловое предложение: начать прямо сегодня. Я **ведь** правильно поняла, ты **сама** принимаешь серьёзные решения в своей жизни? Ты готова?

-Да.

- Начнем вот с чего:

1. Заполняем регистрационную форму, отдаем оператору.

2. Вместе листаем каталог, выбираем то, что хотелось бы купить в **первую** очередь (даже если пока нет денег) и оформляем бланк заказа.

3. Заполняем анкету рекомендаций (5-20 номеров телефонов друзей и знакомых из телефонной книжки). Их мы вместе пригласим в офис через 1-2 дня.

4. Назначаем встречу на завтра-послезавтра.

- Ты приносишь 5-10 вопросов или отказов - я отвечу на все! Договорились? -Да.

Больше всего я люблю работать именно так - в малых группах с 1-2 гостями. **Эффективность встреч вижу именно в доверии, в готовности общаться и после деловой части разговора.** Ведь кто-то из гостей уже сейчас становится твоим бизнес-партнёром, кто-то любимым VIP-клиентом надолго, а кто-то просто даст рекомендации в анкете и уйдёт от меня, не услышав главного...

А в голове опять вопрос: «Как удержать новичка? Что сказать или сделать?»

А ответ простой - НИКАК!

Если у тебя внутри горит огонь и людям тепло от него - они придут и приведут друзей; а если они видят в твоих глазах жалкое «Ну подпишись, ну хоть для себя, ну может подумаешь-передумаешь» - не жди, что на такое приглашение придет сильный лидер.

В моей команде на сегодняшний день больше 150 человек. Причем, создаём эту команду я и мои лидеры: одна - грамотный продавец, вторая - мудрый позитивный наставник, третья - нежный, но очень сильный мотиватор, ещё есть амбициозная, азартная бизнес-леди, есть излучающий спокойствие мощный «позитивный магнит». Я искренне счастлива, что судьба свела нас вместе в разное время, в разном возрасте, дала в руки безграничные возможности и раскрывает новые грани каждого человека, ведь наша миссия -помогать людям с помощью Орифлэйм.

Желаю Вам создавать своё будущее самим. Пусть Ваш бизнес становится мощным, динамичным, саморазвивающимся, приносящим **стабильно растущий доход!**

Ведь вы этого хотите?

ДА?!

Наталья Рубан, Директор, Азов.

Тестирование и запуск новичка.

«Приглашаем всех, обучаем многих, развиваем некоторых...»

Один из самых первых вопросов, который встаёт перед новым менеджером, директором: «Как найти и выявить среди новичков потенциальных лидеров?» Часто я наблюдала такую картину: Директор с горящими глазами берётся за своего перспективного новичка, растит его до 12-18%-ного уровня, а затем вдруг структура распадается. Почему? Причины разные:

- необучаемость,
- нет цели, неправильно расставлены приоритеты,
- личные качества, которые мешают человеку создавать и сплачивать вокруг себя команду (лживость, эгоизм, хамство и т.д.).

Обидно... Много потерянного времени, сил. Как не ошибиться? Как быстрее определить, кого стоит развивать? Проанализировав свой предыдущий опыт работы с 4-мя лидерами, к созданию своей 5-ой группы я приступила уже осознанно. Вот мои шаги.

1-я встреча. Знакомство.

Цель: Определить, насколько новичок отвечает вашим требованиям к лидеру.

1) *Личные качества новичка.* Понятно, что это вопрос не одной встречи. Но ускорить можно. Поговорите с человеком на принципиальные темы: цель образования, перспектива пенсии, обязанности и ценности в семье, личностный рост, деньги и т.д. Зачем? Единомышленника видно сразу. Если вы по большинству из этих вопросов думаете одинаково, то вам не придётся этого человека растить годами. Если «Голова» (мысли) в порядке, то «Ноги» (техника) быстро дойдут до результата (21%).

2) *Профессиональные навыки.* Составьте с новичком SWOT-анализ и вместе определите, чему ему нужно научиться в нашем бизнесе. Примечание. В заключение встречи даю прочитать книгу А. Матиевича «Волшебный пендель» на 1-2 дня. Новичок, которому понравилась книга -живёт реальностью, а не иллюзиями, и ему можно предлагать бизнес.

2-я встреча. Планирование. Цель: Спланировать ежедневные действия, которые помогут приобрести основные навыки и по результату действий определить, стоит ли его развивать дальше.

Как вы уже, наверное, поняли речь пойдёт о системе ПРО. Берём бланк Плана на каталог и переворачиваем обратной стороной (таблица 1). Данное планирование я провожу с новичком, который уже решил строить бизнес с Орифлэйм и готов учиться и выполнять задания.

Вопрос новичку: «Чем профессионал отличается от любителя?» Ответ: «У профессионала результат его работы всегда одинаково высокий, а У любителя раз на раз не приходится - то хорошо, то плохо».

Так вот, прежде чем планировать новую квалификацию, новичку надо пройти программу обучения от 30 до 90 дней (время обучения определяется индивидуально по итогам каталога), в течение которого необходимо научиться профессионально выполнять действия, влияющих на результат бизнеса и вывести его личную статистику для расчёта его результата. Очень часто мы одинаково планируем разным людям, эти планы у большинства не выполняются и как, правило, впоследствии многие спонсоры отказываются от планирования вообще. Это большая ошибка. Бизнес нельзя построить в хаосе.

Примечание. Когда говорим о правилах «4 П», основной вопрос, на который должен спонсор ответить по первому столбцу - «Зачем?» (Зачем ему нужно пользоваться косметикой Орифлэйм самому, зачем надо раздавать каталоги, зачем приводить людей, зачем посещать мероприятия, и объяснить, как эти правила влияют на результат создания его команды). По второму столбцу основной вопрос - «Как?». А в третьем - показать, к чему стремиться. Например:

- Пункт 2. Показывать каталог.

1 столбец. - «Зачем?» Зачем я буду работать с каталогом, если я пришёл сюда строить бизнес?

- Во-первых, если я умею находить и обслуживать клиентов, то могу научить этому новичка (тренер хорош играющий), во-вторых, при работе с каталогом быстро приобретаются профессиональные навыки: коммуникабельность, работа с возражениями, умение договариваться и т.п., в-третьих, это отличная возможность познакомиться с новыми людьми, чтобы пригласить их в бизнес и т.д.

2 столбец. «Как?» Для того, чтобы научиться работе с каталогом, надо раздавать каждый день по 5 каталогов. Чтобы это задание было выполнять комфортно и не тратить много времени на сбор каталогов у клиентов, а раздавать и забирать их по пути - надо выкупать набор из 20 каталогов. 3 столбец. Что должно получиться? Будешь выполнять эти действия по итогам каталога - будет 250-350 ББ личных. А это ещё и дополнительная прибыль.

Затем переворачиваем лист и в плане на каталог расписываем день новичка по заданиям (есть в материалах по системе ПРО).

Один каталожный период новичок работает по этой схеме в сопровождении спонсора. Затем анализируем: есть запланированный для обучения результат - работает дальше. Нет результата - выявить, какие задания новичок не выполнял и почему? Объяснить снова и расписать на второй каталог. Опять не выполнил - до свидания. Следующий!

Примечание. Из своей практики подскажу результат новичка: 250-350 ББ личных, 3-5 регистрации, уровень 6%.

Правило «4 П»	Задачи	Цели
1) Пользоваться продукцией	1) В каждом каталоге брать продукцию для личного пользования	1) За 90 дней заменить всю продукцию у себя дома на Орифлэйм
2) Показывать каталог	2) Брать по 20 каталогов одного периода. Каждый день раздавать по 5 каталогов	2) 250ББ
3) Приводить на встречи	3) Каждый день рассказывать 5 новым людям с энтузиазмом об Орифлэйм	3) 1 регистрация в неделю
4) Посещать все мероприятия Орифлэйм	4) ВВО, школу запуска, Школу менеджера, Велнес-встречу	4) За 90 дней пройти обучение для новичка + один выездной семинар

Ольга Ризатдинова, Старший Золотой директор, Североуральск.

Учим новых консультантов рекрутировать.

Рекрутирование, т.е. приглашение новых консультантов в свою команду - важное умение в работе консультанта Орифлэйм. Без постоянного притока новых консультантов рост невозможен, а значит, и невозможен выход на новые уровни.

Есть еще 1 важный момент в рекрутировании - если Вы сами не умеете приглашать в Орифлэйм неограниченное количество человек, то Вы не сможете научить этому новых консультантов, а значит, у людей не будет быстрого результата и они, вероятно, покинут Вас. У меня есть бесценный опыт - когда мы летом 2008 года открывали новый регион, за первый каталог работы наша структуры выросла с 0 более чем на 70 человек, объем продаж превысил 2000 ББ. Я с уверенностью рассказываю на презентации, что умею рекрутировать и могу научить любого желающего.

Главное в работе с новичком - показать, что эта система работает. Если новый консультант за 1-2 каталога работы выйдет хотя бы на 9% - велика вероятность того, что он продолжит активно работать и расти. Если за первые 2 каталога в его команде появилось всего 1-2 человека - как правило, новички в душе разочаровываются, начинают работать меньше или перестают рекрутировать вообще. А потом мы слышим негатив и многим знакомые слова: «Я уже был в Орифлэйм, пробовал, но ничего не получилось».

В нашей команде каждый новый консультант сразу же после встречи «Возможности Орифлэйм» проходит тренинг «Успешный старт». Тренинг занимает 20-25 минут и состоит из следующих разделов:

1. Акции и новинки текущего каталога;
2. Составление списка знакомых минимум из 30 человек, выбор первых потенциальных клиентов, фразы для показа каталога;
3. Преимущества стартовой программы. Бизнес-класса, Профи-клуба;
4. Задание - собрать заказ на 1500 рублей за 3-5 дней, а далее войти в Бизнес-класс;
5. Выбор из списка знакомых первых потенциальных консультантов, их обзвон с использованием предложенных фраз, назначение встреч.

Раньше мы сталкивались с одной проблемой. После проведения ВВО и тренинга «Успешный старт» многие новые консультанты загорались возможностью «Построение организации», но, уже придя домой, их мотивация падала и начинались сомнения: «Орифлэйм слишком развит, никто продавать не хочет, большая конкуренция - нет, не буду никого приглашать, все равно никто не согласится». В результате потенциальный Ключевой Консультант переходил в число «покупателей для себя».

Мы нашли выход из этой проблемы - начали обзвон списка знакомых и назначение встреч **сразу во время тренинга «Успешный старт»**. Теперь мы вместе с новичком выделяем из его списка знакомых первых 5 человек, проговариваем текст приглашения на встречу, и новичок начинает звонить.

Из 5 звонков всегда получается назначить 2-3 встречи, а ведь это первая **победа нового консультанта**, его первый успех.

Сначала каждый новичок обязательно приглашает на встречу ВВО минимум 3 знакомых, только после работы со знакомыми можно переходить на другие методы!!! Существует более 20 методов рекрутирования, но я перечислю основные, которыми мы учим новичков.

1. Знакомые.

У каждого человека в возрасте 25 лет около 600 знакомых, он просто сразу всех не помнит. Многие путают понятие «знакомые» с понятием «круг общения», который гораздо уже. Знакомые - это все те люди, с которыми мы общались хотя бы раз в жизни, с которыми здороваемся на улице. Начинать рекрутировать в Орифлэйм обязательно нужно со знакомых, они **больше** доверяют, и, как показывает практика, ответственнее относятся к работе. **Текст** обращения к знакомому всегда начинается одинаково: «Привет, я недавно начал сотрудничать со шведской косметической компанией Ориф-лейм, мне очень нравится...». Далее для разных людей мы используем разные фразы.

2. Незнакомые

Методы:

A. Рекомендации. Абсолютно каждый, кто приходит на презентацию, оставляет свои рекомендации - заполняет анкету, в которой пишет всех знакомых, кому нужны деньги. Потом эта анкета обзванивается менеджером.

B. Объявления. Печатается много объявлений и расклеивается на всех информационных досках города, подаются объявления во все газеты. Секрет метода - объявлений нужно расклеивать много. Если расклеивать от 1000 **штук** в неделю - встреч будет назначено очень много. Тексты объявлений могут быть различными. Дайте новому консультанту самому сочинить **текст**, тогда объявление будет оригинальным и непохожим на другие.

C. Социологический опрос. Составляем с новым консультантом расписание социологических опросов: 3-5 часов в неделю. Опрос проводится на улице, в торговых центрах, цирке, где угодно, где много людей.

D. Приглашение клиентов. Каждому клиенту предлагаем заполнить **анкету** с различными вопросами. Потом обзваниваем анкеты.

E. Рассылки в интернете. Сейчас очень много людей заменяют личные **встречи** с друзьями общением в социальных сетях. Каждый вечер тысячи людей сидят в Интернете на форумах и в группах и, буквально, «ждут нашего предложения». Мы рассказываем новичку об этом методе, а дальше - его фантазия и изобретательность.

Еще раз повторяюсь - Ваша группа будет расти в геометрической прогрессии, если Вы и Ваши консультанты умеют эффективно рекрутировать: независимо от погоды и времени суток.

Многие новички совершают ошибку - путают понятие «Рекрутирование» с понятием «Перепись населения», т.е. ставят перед собой цель - как можно больше заполнить регистрационных форм. Для быстрого роста важно не только зарегистрировать человека, но и **проработать с каждым его дальнейшие действия**, т.е. провести тренинг «Успешный старт», дать расписание занятий,

проводимых в офисе, и объяснить важность посещения всех занятий, звонки, помощь в оформлении и получении первого заказа, снятие негатива. Если новичок хочет заниматься построением группы, составьте с ним график встреч ВВО, определите количество человек, которых он будет приводить на встречи.

Из консультантов, которые хорошо проявили себя в течение 1-2 недели, создайте «Ключевую команду», соберите планерку, запишите цели и правила «Команды», расписание встреч ВВО, ВЗУ, тренингов, соц. опросов и планерок, определите методы командного рекрутирования. Новых консультантов хорошо мотивируют поздравления с первыми победами: первый заказ, первая регистрация, первый уровень. Хвалите за все, и новичку захочется радовать Вас вновь и вновь.

В нашей команде каждый новый консультант попадает в очень дружный коллектив. У нас систематически проходят занятия, мастер-классы, планерки. Новый консультант чувствует позитивную энергетику и хочет возвращаться снова и снова. Это очень важно.

Всегда показывайте пример! Помогите новому консультанту выйти на запланированный уровень в установленные сроки - и собирайтесь на Банкет Директоров для поздравления с новым званием!

Юлия Фадеева, Золотой Директор, Иваново

ПРОМАХИ КОНСУЛЬТАНТА НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ

что	ситуация	важно
1. НАУЧИТЬСЯ САМОМУ		
Эго	Есть консультанты, которые считают, что все знают, именно поэтому не считают нужным учиться.	В нашем бизнесе необходим личный рост. Дело для многих новое, поэтому его надо познать. Никому не приходит в голову пойти лечиться у сантехника, так почему мы иногда пускаем на самотек ситуацию в Орифлэйм? В любом деле всегда ценились профессионалы. А значит им нужно стать! Единственная инвестиция, которая переживет любой кризис - это инвестиция в себя (книги, семинары, имидж, общение с интересными людьми)!
Вера	Ог Мандино: "Вера не возникает ниоткуда, вера формируется!"	Вера: в себя, в продукцию, в компанию, в спонсора, в людей, в индустрию MLM. Для веры в себя очень помогает ЖУРНАЛ УСПЕХА, куда Вы записываете даже самые маленькие свои успехи, достижения и преодоления (рекомендую книгу Бодо Шефера "Мани или азбука денег")
Много-задачность	Нам в жизни приходится совмещать множество дел. Мы - студенты, родители, рабочие на основной работе, бабушки (дедушки) для своих внуков ... да еще и орифлэймовцы.	Что касается "Орифлэйм", то здесь необходимо понимать и однажды принять решение в пользу этого бизнеса, если Вы видите в этом перспективу. Это долек не быть только ВАШЕ РЕШЕНИЕ. Я поняла, что буду только в "Орифлэйм", когда вышла на зарплату прошлой работы. Сравнила время работы, доход, эмоциональные затраты и все стало понятно: с "Орифлэйм" выгодней и проще!
2. НАУЧИТЬ ДРУГИХ В СВОЕЙ СТРУКТУРЕ.		
"Делай как я, делай лучше меня!"	"Я умею делать 150 ББ (приглашать знакомых в "Орифлэйм"), могу тебя научить!"	Важность дублирования никто отрицать не будет, в этом весь сетевой маркетинг.

<p>"Я тебе помогу!"</p>	<p>Набью заказ по интернету, привезу по цене склада с доставкой на дом, проведу за тебя встречу, т.к. ты очень занят, добыю тебе ББ для 1 шага стартовой программы (бизнес-класса, профи-клуба, до 15%, до звания Директор, для того, чтобы ты попал на Банкет Директоров, Золотую Конференцию и т.д. и т.п.)</p>	<p>Здорово, правда? Узнаем себя? Навешаем обезьян на свою шею, а потом начинаем жаловаться. И здесь есть выход. Важно потратить чуть больше времени на обучение новичка навыкам консультанта, чем потом делать все за него. Нам нужны самостоятельные лидеры!!! Нам это выгодно, на этом основан маркетинг-план компании, от нашего профессионализма зависят наши доходы.</p>
<p>"На, возьми мой чемоданчик!"</p>	<p>Встречали Вы такое, что на новичка обрушиваются все знания, полученные за 2-3 года за один день? Новичок послушал и больше мы его никогда не видели. Что он подумал, скорее всего? "Ой, я так никогда не смогу!"</p>	<p>Узнать приоритеты новичка, что его интересует в данный момент времени: экономия, немного подработать и получить 2-3 тысячи рублей, или перед Вами человек с амбициями. Вот что он хочет, то и дайте, благо в "Орифлэйм" большие возможности.</p>
<p>Обзвон</p>	<p>Под разными предложениями консультант, строящий структуру, не звонит своим людям. Он говорит: "Понимаю, что нужно прозвонить группу, надо мной слово дамклов меч, не могу себя заставить, это отнимает много энергии."</p>	<p>Во-первых, если Вы не любите звонить сами, говорите своим консультантам и клиентам: "Я люблю, когда мне звонят! Прочитайте эту книгу и позвоните мне завтра до 20 часов (опять же тест на лидерство для новичка, например)", "Напишите список знакомых 30 человек, 5 пригласите на встречу, а вечером позвоните мне, поговорим о результате", "Покажите 5 каталогов своим знакомым сегодня, а вечером жду Вашего звонка!" и др. Во-вторых, когда Вы сами звоните консультанту, узнайте первым делом - удобно ли ему с Вами говорить в данный момент времени, и только потом начинайте разговор. В-третьих, я поняла, что когда я сама звоню, человек не всегда</p>

		настроен на разговор об "Орифлэйм". Но когда он звонит, консультант уже настроен для получения информации, а значит здесь надо быть щедрым на информацию (бизнес все ж информационный!). В-четвертых, есть мобильные телефоны, а значит и возможность сделать SMS - рассылку (кстати, можно и бесплатно через интернет) и e-mail-рассылку, что занимает немного времени и бережет нервы. А нам это очень важно.
Скорость	Когда консультант опытный, имеет необходимые навыки и готов намного быстрее, профессиональнее, интереснее, красивее делать дело, он не может доверить его новичку. Это касается и проведения презентации, тренинга, и т.д.	В "Орифлэйм" говорят: "Лидер решает ВСЕ проблемы сам!", мой спонсор мне говорил: "Сначала директорские действия, а затем звание Директор, а не наоборот!" Важно научиться делегировать. Не "Я - звезда!" , а "У меня звездная команда!" Как пишет Том Шрайтер в книге "Секретный язык привлечения": "Вы не занимаетесь бизнесом по продвижению продуктов и услуг, на самом деле Вы занимаетесь бизнесом по продвижению людей. Люди продвигают продукты или услуги. Вы - лидеры. Вы двигаете людей". Спонсорское "НЕ МОГУ!!!" для наших все умеющих менеджеров иногда намного ценнее нашей "помощи". Пользуйтесь! Опробовано! Работает, если Вы считаете, что Ваш менеджер действительно компетентен и справится с ситуацией. Есть еще примеры, спросите у своего спонсора.
"Ни рыба, ни мясо!"	Есть консультанты, которые не посещают мероприятия, не читают, не слышат спонсора, но в тоже время приглашают в свою структуру людей.	Отлично, это люди со своей миссией. Сколько людей, которые за баночку крема или бесплатно рекомендовали своих знакомых для "Орифлэйм" (например, по программе "Подари подарок другу!"). Ищем в его структуре самостоятельных лидеров, помогаем им стать Директорами. Нам-то в любом уровне Директора нужны! И, конечно, не теряем надежду, что и такой спонсор может проснуться для больших побед, держим с ним связь.
"Я	Анекдот. Поймал	К чему это я? "Я работаю на тебя, ты мне

<p>работаю на тебя!"</p>	<p>мужик золотую рыбку. Рыбка: "Отпусти меня, старче! Выполни любое твоё желание. Все что пожелаешь - будет у тебя, а у соседа в два раза больше." Мужик: "Выколи мне один глаз!"</p>	<p>должен помогать, ты за меня деньги получишь!" И поехали (см. "Я тебе помогу!"). "Орифлэйм" - не обычная работа, где мы работаем на начальника. Спонсор - это информационный помощник, который помогает Вам грамотно построить ВАШ СОБСТВЕННЫЙ бизнес, спонсор с вас денег за свою помощь не берет, за ВАШ РОСТ ему платит компания. Как Вы думаете, спонсору выгодно, чтобы Вы стали Директором? За трехпроцентника компания платит Директору 18% с объема его продаж (600 рублей), а с 21%-ника всего 4% (6 000 рублей). Так кто нужен Директору? Кого он будет больше поддерживать и уделять больше времени? Ответ понятен. Если консультанту и здесь неймётся, то "ПЛАН УСПЕХА" ему в руки. Пусть обгоняет своего спонсора в званиях. И такие примеры не редкость!</p>
<p>Бывает и так: "Я никому ничего не скажу. ..</p>	<p>... я лучше съем перед загсом свой паспорт!" Это когда спонсор умеет считать свои деньги и понимает, что если не научить считать деньги своих консультантов, можно получить сейчас больше, не сказав о том, что консультанту не хватает до повышения процентного уровня чуть-чуть и доход консультанта может быть выше.</p>	<p>Это большая ошибка, прийти в "Орифлэйм" зарабатывать деньги и получая их, не считать! Кто-то это делает осознанно, кто-то не осознанно. Ни то, ни другое не хорошо. Выход один: УЧИТЕСЬ СЧИТАТЬ СВОИ ДЕНЬГИ! УЧИТЕ СВОИХ ЛЮДЕЙ СЧИТАТЬ СВОИ ДЕНЬГИ, ЗАРАБОТАННЫЕ В "ОРИФЛЭЙМ"! Зарабатывающий консультант - это наш фундамент! Работаем профессионально и на свое будущее!</p>
<p>3. НАУЧИТЬ КЛЮЧЕВЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ СВОЕЙ СТРУКТУРЫ ОБУЧАТЬ СВОИХ ЛЮДЕЙ.</p>		

Все чему научились сами на 2 этапе - передайте своим Ключевым Консультантам, и пусть они в свою очередь передадут свои знания другим поколениям своих консультантов. В этом бесконечность нашего бизнеса и его преимущество!

Это лишь некоторые нюансы, о которых я хотела рассказать. Здорово, если Вы будете строить свой бизнес с "Орифлэйм" грамотно и легко. Вывод: Главное в нашем деле - не останавливаться и каждый день делать определенные шаги к собственному успеху. И если мы и наши консультанты периодически "зависаем" на каком-либо этапе, мы просто в этот момент набираем критическую массу для прыжка. Главное - не затягивать, идти вперед и никогда не сдаваться!

И ещё немного о ключевом понятии в нашем бизнесе - о лидерстве. Лидер:

- Решает все вопросы сам. Делает действия.
- Занимается самообразованием.
- Личностный рост. Читает литературу, смотрит диски, посещает и проводит мероприятия, занимается собственным имиджем. Я сам учусь и делаю - обучаю свою структуру - обучаю свою структуру обучать своих людей
- Приглашает людей в бизнес.
- Направляет группу. Ставит цели и достигает их.
- Имеет положительный настрой.
- Обзванивает группу и следит за выполнением квалификаций БК, ПК, ЛК, Д, ЗД и т.д.
- Организует мероприятия для группы (структурное собрание, тренинги, выездные семинары, шашлыки, др.), ведет и выступает сам.
- Ищет профессионалов, которые помогут росту группы (диетолог, визажист, имиджмейкер, парикмахер, упаковка к праздникам, Директора др. структур, Топ-лидеры);
- Делегирует полномочия (старые каталоги по группе, проведение мероприятий).
- Имеет список знакомых и умеет с ним работать.
- Лидером для Вас может быть не вышестоящий спонсор, а даже из другой структуры (ментальный спонсор).
- Сначала директорская работа, затем директорская зарплата, а не наоборот (организовать школу, найти помещение, приобрести промо-стойку, взять разрешение, пригласить лидера на мероприятие).
- Формирует звездную команду. Не Я - ЗВЕЗДА, а ЛЮДИ МОЕЙ СТРУКТУРЫ - ЗВЕЗДЫ! Лидер умеет слушать и видит сильные стороны членов команды и может грамотно их использовать во благо всей структуры.
- Умеет "вовремя самоотстраниться". Т.е. не мешать саморазвитию лидеров структуры. Может поддержать в нужную минуту порывы Лидеров.
- Не боится тратить деньги на дело, видит перспективу. Работает на перспективу.

- Учится везде, на любых жизненных ситуациях. Понимает, как важно быть профессионалом.
- Настоящий Лидер понимает, что каждый человек его структуры должен получать доход по максимуму на его уровне. Пример - 18-21%. Грош цена группе, в которой участники процесса не зарабатывают деньги. Структура рухнет.
- Умеет считать деньги и учит этому своих лидеров.
- Лидер ищет возможности для продвижения собственного бизнеса (свой сайт, реклама в газете, социальные сети, подарки к акциям, спонсирование, благотворительность)
- Лидерами не рождаются, Лидерами становятся. Люди сами себя сортируют: быть успешным или смотреть на успех других со стороны. Учиться у успешных людей (завидовать глупо, научись делать как они или лучше, чем они).
- Понимает карьерную лестницу и что нужно делать, чтобы по ней двигаться.
- У Лидера есть самомотивация. Что это за лидер, которого нужно мотивировать?
- Берет ответственность. Сказал - сделал.
- Замкнутый круг неудач. И спираль успеха. Нет денег - пришел в Орифлэйм
- жалко денег на обучение - плохие результаты - уход из Орифлэйм - нет денег. Нет денег - пришел в Орифлэйм - вложение в обучение - рост структуры - рост дохода - вложения в себя - рост структуры - рост дохода - спираль успеха.
- Верит в систему МЛМ, в продукцию, в людей, в себя, в компанию, в спонсора.
- Работает только в одной компании честно и порядочно.
- Умеет расставлять приоритеты.
- Никогда не сдается.

Елена Булыга, Золотой Директор, Химки

Рекрутирование в малых городах.

Я решила построить статью, используя выкладки и находки нашей команды. Уверена, у всех в нашем бизнесе примерно одни и те же проблемы, или вернее сказать задачи. Расскажу, как с ними справляемся мы.

1. Откуда брать людей?

Этот вопрос задают себе все новички, периодически - менеджеры, и решают все лидеры. Когда некоторое время назад получил распространение метод ППД («Подари подарок другу»), многие команды на него «подсели». Действительно, метод хорош, ведь легко и просто пригласить человека в офис для вручения подарка. И люди приходят, что самое главное! Наша задача - дать хорошую 20-минутную презентацию, «открыть» глаза человеку на возможность Орифлэйм, и закончить дело регистрацией. Выход был просто потрясающий, у нас регистрировались больше половины пришедших, в основном, конечно, как пользователи, но, тем не менее, новые 12% группы появлялись буквально за каталог. Но со временем он стал себя несколько изживать: город небольшой, слухи распространяются быстро, появились профессиональные собиратели подарков! Да еще и материальные затраты: простота метода и выход нравятся всем, а тому, кто сам пришел таким образом, он видится единственно приемлемым. Но дарить подарки из своего кармана не очень интересно, а иногда и не с чего пока.

Как вышли из положения мы: приглашенным стали предлагать на выбор несколько вариантов подарка:

1. мыло,
2. мастер-класс,
3. дисконт (только во время рекрутинговой компании, когда регистрация 10 руб.).

Большинство выбирали дисконт, а это та же регистрация. Главное - работать с человеком дальше как с потребителем и не терять контакт: обязательно назначить ему личный индивидуальный мастер-класс, пригласить и желательно задействовать в ближайшем мероприятии, приглашать на дни открытых дверей, уроки и праздники красоты и т.д. В общем, сделать всё, чтобы влюбить его в нашу замечательную продукцию.

Если выбирался мастер-класс (лучше называть его «косметический салон») - замечательно, у нас появляется целый час времени, чтобы лучше узнать человека, «продать» себя, поговорить, выяснить потребности, ещё раз предложить подходящий ему вариант возможностей и закончить регистрацией с заказом. Если человек уходит, взяв мыло, проверьте, взяли ли Вы у него рекомендации, возможно, они окажутся удачнее. Такой выбор подарков хорошо сказался на новичках, они тоже активнее включились, т.к. материальные затраты значительно сократились. Со временем «на подарок» мы стали приглашать всех:

любые рекомендации, контакты с соцопросов, телефоны собирали у всех и всюду и результат, конечно, есть.

Наши лидеры Н.А. Еремеева и Н.А. Максименкова придумали, как сократить расходы до минимума.

Консультант или спонсор звонит своим знакомым или по собранным телефонам и сообщает, что человек участвует в розыгрыше косметического набора. Ему нужно просто придти в офис и получить лотерейный билет. Люди приходят, слушают презентацию, заинтересованные - регистрируются, абсолютно все получают лотерейный билет с датой розыгрыша (он проводится 1 раз в 2 недели, набор вскладчину собирают и красиво оформляют лидеры, получает один из присутствующих участников.) Розыгрыш - это выполнение обещания и ещё одна возможность донести возможности компании до не зарегистрировавшихся гостей. Поэтому, пока все собираются, организуется мини мастер-класс по уходу за руками, подбор ароматов и все что придумает и захотите. Перед розыгрышем ещё раз кратко, эмоционально - о возможностях Орифлэйм, об акциях, о подарках, т.е. «последняя» возможность присоединиться, и люди остаются и регистрируются после розыгрыша.

2. Кто они, мои лидеры?

Мечта и цель каждого, кто стремится к успеху в Орифлэйм, найти своих Ключевых партнеров, своих потенциальных лидеров. Нередко складывается такая картинка: Вы менеджер 15%, 18%, даже Директор. У Вас хорошая группа, люди все замечательные, проходят хорошие баллы, а Ключевых партнеров, единомышленников 1-2, и то 6-9%, не выше. Они-то, вроде, и хотят выше, но уже год на своих уровнях и особых усилий не видно. Вы понимаете, что нужно или дальше тащить этих «лидеров» и собственноручно делать им 12-15%, или искать новых. Лучше - новых, глядишь, и эти зашевелятся. А то обидно, что в группе столько народу, а бизнес строить никто не хочет. Работая методом «подарков», в структуру приходит много людей с «холодного рынка». Лидеры знают статистику, что большой процент их приходит на пользование, а нам-то нужны лидеры, менеджеры и Директора. Поверьте, все не так безнадежно. В нашей команде 80% сегодняшних менеджеров и Директоров когда-то пришли и зарегистрировались, чтобы пользоваться для себя. Ответ «для себя» - это как спасательный круг: что сам буду пользоваться продукцией, я уверен, а вот дальше - как получится, ничего обещать не могу. Помните, «для себя» - не приговор, не штамп. Не надо записывать его в пожизненные пользователи, мол, делает заказики - и слава богу.

Как найти КП? Способ только один - разговаривать. **Разговаривать с людьми, слушать, они сами скажут о своих мечтах и потребностях, а мы предложим вариант реализации этих потребностей.** Со знакомыми это не так сложно, можно сходить в гости, попить чайку, поговорить по душам. Сложнее, если человек с «холодного рынка» и особо не раскрывается.

Нам помогла Анкета - опросник.

2. Как давно Вы сотрудничаете с Орифлэйм?
3. Довольны ли Вы работой компании?
4. Вы продолжаете пользоваться 23% скидкой на продукцию Орифлэйм?
5. Считаете ли Вы себя человеком, разбирающимся в косметике?
6. Как часто делаете заказы?
7. Любите ли Вы общаться?
8. Как Ваши знакомые относятся к Вашему сотрудничеству с Орифлэйм?
9. Умеете ли Вы правильно подобрать декоративную косметику и средства по уходу за кожей лица: себе, другим людям?
10. Используете ли Вы возможность обучения и получения информации на сайте Орифлэйм или форуме Орифлэйм?
11. Принимаете ли Вы витамины Вэлнес?
12. Сколько тренингов Вы посетили за последние 2 месяца?
13. Какие темы тренингов Вам интересны: 1. по косметике, 2. по построению бизнеса, 3. по продукции Вэлнес?
14. Считаете ли Вы себя коммуникабельным человеком?
15. Планируете ли Вы когда-нибудь построение собственного бизнеса в Орифлэйм?
16. Как часто Вы хотели бы общаться со спонсором? (напр., каждый день, раз в неделю, раз в каталог)
17. Готовы ли Вы выделить средства на обучающие семинары, где успешные люди делятся опытом?
18. Какое мероприятие Орифлэйм Вы хотели бы посетить?
19. Вы продолжите дальнейшее сотрудничество с Орифлэйм?

Вопросы могут быть любые, главное выяснить, что консультант думает, что ему интересно, на что его звать, куда приглашать и что предлагать. **Анкета - повод, наш лидерский шанс помочь открыться человеку.** Для этого между вопросами могут возникнуть (и желательны) другие личные вопросы, или возможность нам о чем-то рассказать, увлечь, на что-то обратить внимание. Главное - включите обаяние, истинное желание помочь человеку, и Вы найдете своих КП. Есть ещё одна хорошая сторона этого дела: Вы наконец-то перестанете «приставать» к тем, кто не хочет. Это только мы мечтаем видеть их лидерами. Я получила тогда несколько горьких пилюль, было даже как-то обидно, некоторые ответы шокировали, зато многое стало на свои места. Примите это как их выбор. Успокойтесь и направьте свою энергию на тех, кто ждет Вас.

3. Вопрос посещаемости.

Посещать мероприятия - одно из составляющих КП для консультантов по системе ПРО. Как было бы чудесно, если бы все консультанты без напоминаний посещали все школы, семинары, мероприятия и т.д. Они бы слушали, смотрели, напитывались информацией, «просаливались», вдохновлялись идеей Орифлэйм, и рост был бы стремительный и всеобщий. Но, как говорится: «Мечтать не вредно, вредно не мечтать». В реальной жизни у всех проблема собрать группу, дождаться на школу или на другое мероприятие. Причины разные, реальные или надуманные, но факт налицо - систематически приходят единицы.

Мы задались целью обеспечить максимальную посещаемость хотя бы одного мероприятия в каталог. Это «Успешная суббота», проходит в первую субботу каталога. Если Вы Директор, для Вас, согласно системе ПРО, это будет ВВО уровня Директор. В сценарий в обязательном порядке включаются:

1. ВВО, желательно в нетрадиционной форме;
2. Новинки и лучшие предложения каталога с рекомендацией «Как легко сделать 150ББ»;
3. Чествование всех, кто молодцы (номинации и заслуги самые различные), 1-2 истории-иллюстрации ;
4. Новости компании, акции компании и спонсоров, внутрискруктур-ные соревнования и т.д.;
5. Лотерея для консультантов, разместивших заказ на первой неделе каталога.

Я не знаю, сработает ли это у Вас, но в нашем случае лотерея стала прекрасным стимулом, и на «Успешную субботу» собирается полный зал. Разыгрывается косметический набор, собранный вкладчину менеджерами и директорами, он минимум за неделю выставляется в офисе на видное место и разыгрывается только для присутствующих.

Это мероприятие позволяет решить множество задач разом. Во-первых, консультанты получают информацию о компании, о её деятельности, тестируют и знакомятся с новинками, видят обычных людей, рассказывающих свои истории успеха, получают мотивацию на дальнейшие действия. Во-вторых, хорошая школа для менеджеров и возможность сплочения команды, т.к. каждую субботу по очереди организуют и проводят разные менеджеры и директора со своими командами, остальные помогают. Каждый старается внести «изюминку», поэтому креатив обеспечен, однообразия нет, у нас всегда интересно и динамично. Обязательно стараемся задействовать простых консультантов, так они вливаются в команду и начинают действовать и расти.

Заключение.

Есть такое упражнение «Свободные Желания Свободного Человека» (автор Г.Павленко). Все очень просто: замените в своих мыслях нудные слова «надо» и «должен» - на мистически-игривое «хочу». Это упражнение за один день способно изменить твою жизнь до неузнаваемости.

Ведь когда ты делаешь то, что хочешь, ты делаешь это хорошо и получаешь удовольствие. А именно удовольствие, помноженное на 100, и есть СЧАСТЬЕ. СЧАСТЬЯ ВАМ!

Светлана Зиновьева, Старший Золотой Директор, Людиново.

Лидерство в Орифлэйм.

В необъятном мире Орифлэйм каждый способен раскрыть свой потенциал согласно призванию. Есть люди, которые видят своё сотрудничество с компанией через продажи. Здорово, что в Орифлэйм есть возможность быстрого заработка, ведь люди счастливы иметь наличные деньги в своем кошельке.

Я знаю консультантов по красоте, годами получающие удовольствие от покупок нашей продукции со скидкой, участвующие в акциях компании и собирающие все "морковки". Почему бы и нет? Красивое хобби! А также есть личности, для которых Орифлэйм - не хобби, не работа, а бизнес, ежегодно набирающий обороты. Эти люди изучают **профессию MLM** (профессию 21 века), развивают свой бизнес на базе сотрудничества с надежной шведской корпорацией. Такими людьми являются Лидеры компании Орифлэйм, и ими может стать каждый. Какая же отличительная черта есть у Лидера?

Лидер обладает **видением**, он ежедневно корректирует свои действия согласно той "картинке", которую хочет получить в результате. "Картинка" -это саморазвивающийся бизнес, приносящий доход вне зависимости от того, трудитесь вы или нет. Именно так мы видим перспективу сотрудничества с компанией Орифлэйм и никак иначе. А что необходимо для такой перспективы? Правильно! Воспитывать новых Лидеров и обучать их тому же.

Никто не обещает легкого пути. Да, развитие Лидеров - это подчас не легкая работа, но весьма творческая, познавательная и многообещающая. Ведь мы ищем не где мало работать, а где много зарабатывать. Если вы - наши единомышленники, то нам с вами по пути!

Для начала желательно определиться с чертами потенциального Лидера, чтобы взяться за его воспитание.

Мы приглашаем присоединиться к нам в Орифлэйм абсолютно всех: и студентов, и пенсионеров, и технических работников, и людей со статусом. В любой социальной прослойке находятся Лидеры. Только в разряд Лидеров -Ключевых Консультантов входят не все. Это кандидаты, готовые действовать здесь и сейчас, подхватывающие наш темп рекрутирования (не меньше 2-3 ВВО в день), имеющие и выполняющие план роста, люди порядочные с похожим набором ценностей и целей. Остальные потенциальные Лидеры сидят на скамейке запасных. Они действуют в своём темпе, посещают по системе ПРО все общие мероприятия (ВЗУ, школы Шаг 1 ,2, В4У). **80% времени необходимо инвестировать именно в Ключевых Консультантов!**

Многих волнует вопрос: "Где искать Лидеров?" Ответ: "Среди людей!" Известно, что в социуме всего 5% Лидеров. Чтобы они появлялись, желательно почаще, в нашей команде необходим массивный рекрутинг. Да-да. именно массивный рекрутинг решает многие проблемы. Я помню, как на любую попытку пожаловаться спонсору что "люди не работают" или "группа не растет", мы получали конкретный ответ: "20 человек в первый уровень!" Мы осознали что самое высокооплачиваемое действие в Орифлэйм - это рекрутирование. Именно

на систему рекрутирования накладывается система обучения и мотивации. Именно рекрутирование в системе дает конвейер новых процентных уровней в группе, широкую персональную группу и, конечно же, новых Лидеров.

Как рекрутируем мы? Мы выбрали для себя методику "90 дней". Психологически и физически сложно не сбавлять активный темп в течение длительного времени. А действовать по системе ПРО 90 дней (4 каталога), затем поощрить себя двухнедельным отпуском, закрепить результат и снова - в бой, оказалось эффективным и приемлемым для нас и наших бизнес-партнеров. Используя последнюю методику в течение летних 4 каталогов 2010 года, мы вырастили по Списку знакомых 3 новых бизнес-партнеров, которые к ноябрю втроем вышли на уровень менеджера 15%.

Самое важное в рекрутировании - это способность Лидера вывести себя из состояния покоя в состояние "активный рекрутер", довести себя до так называемого "ресурсного состояния", когда каждого человека, встречающегося на своем пути, ты воспринимаешь в качестве потенциального консультанта или клиента. При этом ты не зависишь от настроения группы.

Как мы набираем обороты и приходим к такому состоянию? Несколько советов.

1. Желательно чаще заглядывать в свой список мечты и вспоминать, сколько тебе уже исполнилось лет. Здесь можно порекомендовать мотивирующие тренинги Натальи Грэйс и Смильяна Мори.
2. Важная активность в системе ПРО - это планерка. В финале планерки ваши КК и БП должны быть мотивированными на выполнение конкретных действий. Мы ПРОписываем с ними план минимум и максимум на каталог. Выполнить план минимум - ответственность каждого КК и БП. За выполнение плана максимум - особое поощрение.
3. Не сбиться с намеченной цели помогает изучение и применение тренинга по тайм-менеджменту.
4. Хорошо по отношению к себе использовать метод "кнута и пряника". Поощрять себя за выполнение плана (массаж, СПА-процедуры) и "наказывать" в случае его провала (соц.опрос, доп.продажи).

Когда вы просто активны по жизни, вам не нравится состояние покоя, и вы вовремя перезаряжаете цели, в вашем бизнесе не должно быть застоя.

Во-первых, потому что вам скучно будет с "замаринованными" менеджерами, почивающими подолгу на одном уровне. Вы пойдете искать новых КК, а их неподдельный интерес, горящие глаза, необузданная энергия вдохновляют на новые победы.

Во-вторых, имеющиеся менеджеры, дублируя вашу активность хотя бы Наполовину (в положительных действиях нас повторяют на 50%, в отрицательных - на 200%). начнут-таки приближаться к заветному 21%, предвещающая новые квалификации в команде!

Заканчивая нашу статью, хотелось бы пожелать всем разглядеть среди возможностей Орифлэйм серьезное бизнес - предложение, инвестировать время своей жизни лишь в действия, приводящие к желаемому результату. А также всем имеющимся и будущим Лидерам компании Орифлэйм желаем массивного рекрутирования и крепких Лидеров-Единомышленников в ваших организациях!

Юлия и Артем Гефнидер, Сапфиры Директора. Барнаул.

Командообразование.

Ольга Белкина, Директор:

В компанию Орифлэйм меня пригласил мой муж. Моими друзьями были Сапфиновые Директора (на тот момент, сейчас Бриллиантовые Директора) Пальманова Наталья и Насибуллин Алим, и я познакомила их с моим будущим мужем. Они рассказали ему о том, чем они занимаются, Артём заинтересовался, взял у Алима План успеха, т.к. он человек, который верит только фактам.

Всё изучив, он предложил мне начать сотрудничество с компанией. На тот момент я знала, что такое бизнес с Орифлэйм, поэтому сразу согласилась. Мы договорились, что я буду полностью заниматься нашим бизнесом, а он возьмет на себя обязательство за наше содержание первое время.

Первый год нашей работы был нелегким, но, наверное, самым активным. В первый каталог работы мы вышли на 9%, во второй на 12% и потом долго были на уровне 12%. У нас был один ключевой партнер, и наша команда **состояла** по сути из трех активных человек. Мы постоянно рекрутировали, **но** новых партнеров не было... Ситуация была немного угнетающей, но мы **не** сдавались. Осенью мы обучались на тренинге и общались с тренером и потрясающим человеком Денисом Кравченко, и он тогда объяснил нам - лидер не может перейти на следующий функциональный уровень тогда, когда не совершенствуется лично или берет на себя мало ответственности. Это послужило толчком для нас, и мы стали **делать не больше, а умнее.**

На интуиции нам пришло решение, что нужно проводить ежекаталожные встречи со структурой, и стали появляться ключевые партнеры, причем б новых за несколько каталогов, нас стало много, мы продолжали проводить встречи по выходным, и посещаемость увеличилась до 30 человек. Осенью -12%, Зимой - 21% и это благодаря новой команде. Потом мы узнали, что встречи, которые мы начали проводить, будучи менеджерами, по системе ПРО - были ВЗУ - Встречи Директорского уровня, это означало, что мы взяли на себя гораздо больше ответственности и получили результат.

Нас стало много, мы стали расти и развиваться во много раз быстрее, но партнеры были каждый за себя. Тогда, интуитивно мы решили нарисовать информационный плакат. Плакат с новостями команды, расписанием мероприятий и второй плакат - с фотоотчетами о мероприятиях, потом родилось название команды - «**Dream Team**». Появилась сплоченность в коллективе, и не только партнерство, но и дружба среди параллельных веток. Когда плакаты были на стадии подготовки, мы с мужем поняли, что нужно готовить **договора на сотрудничество**. В каждом договоре было индивидуально обговорен рост каждого лидера, кол-во контактов, встреч, которое **Проводит** лидер, посещение мероприятий. Конечно, в данном договоре прописаны и обязанности спонсора, порядок консультации каждого партнера и расписание общих планерок. Также предложили своим лидерам несколько путей выхода на 21%, поставили

командные цели. Всё стало вставать на свои места. А у нас при создании системы освободилось масса времени для личного рекрутирования.

Всё это время мы работали в офисе со своими спонсорами и по мере их роста и нашего, мы приняли решение, что пора открывать свой офис; это решение было отчасти спонтанным и, видимо, правильным, т.к. очень быстро мы нашли отличный вариант в хорошем месте и по доступной цене. На мебель складывались все вместе, и это тоже было сплочение команды. В новый офис мы въехали в мае 2010 года. Затем - жаркое, дымное лето. А мы с командой закрываем звание Директора - это высший пилотаж! Мы проводили соц. опрос «набегами» по 30 минут, сколько могли выдержать на улице и поддерживали друг друга. Тогда мы окончательно стали КОМАНДОЙ, у нас была общая цель стать Директорской КОМАНДОЙ и мы это сделали. Мы гордимся своими лидерами!

Сейчас мы уже четко представляем **алгоритм организации команды и системы работы**. Это понимание нам дал семинар Керка и Елены Ректор. Мы готовы поделиться своим опытом.

Для начала мы выбираем партнеров, потенциальных членов команды. Это могут быть новые заинтересованные консультанты или действующие консультанты, интересные люди. Встречаемся с ними и делаем им предложение о сотрудничестве, текст всегда один и тот же:

- Наталья, насколько серьёзно ты относишься к организации бизнеса с компанией Орифлэйм?

Если Наталья отвечает, что её интересует данная деятельность, что она относится к этому делу серьёзно, то тогда переходим непосредственно к самому предложению:

«У меня есть своя команда, своя личная команда. Вместе мы идём к Бриллиантовым званиям и выше, и мы это делаем. Если ты будешь достаточно хороша, ты сможешь присоединиться к нашей успешной команде единомышленников».

Таким образом, мы формируем команду из нескольких новых участников. Мы можем предложить им стать новой командой, либо новые партнеры вливаются в действующую команду. У новой команды обязательно должно быть:

1. Название.
2. Девиз.
3. Общий атрибут (одинаковые платки, блузки, значки)
4. Мероприятия по сплочению команды. (Пример такого мероприятия описывает наш партнер 9% - Сазонова Кристина)
5. Расписание команды на 3 каталога. Общие планерки. ВВО. Академии Красоты ВЗУ. (Пример организации массовых мероприятий описывает ниже наш партнер 12% - Новосёлова Татьяна)
6. План по рекрутированию (личный и командный)
7. План по организации работы в офисе. (Пример организации работы в офисе описывает ниже наш лидер 21% - Багаутдинова Эльнара).
8. Позитив, командный и соревновательный дух.

Золотарёва Надежда - региональный лидер уровня 15%.

Образование новой команды.

Как говорится. Москва не сразу строилась, так и команда образовалась не сразу. Когда открылся офис, люди приходили, регистрировалась, но бизнесом не очень интересовались. У нас не большой поселок, и что-то новое, незнакомое людей немного пугает. У меня появлялись новые консультанты, они делали заказы - и на этом все. Но ведь этого мало, для того чтобы расти **нужны** бизнес - партнеры. Но где же их взять??

И мы решили с моим спонсором организовать **женский клуб красоты и здоровья**. Там мы проводим презентации, мастер-классы по красоте. Основной задачей было и остается сейчас - приобщить людей к красоте и здоровью и разнообразить их жизнь. В течение нескольких каталогов у нас **появился** актив структуры, людям стало это интересно, они слушали истории успеха, и стали проявляться потенциальные лидеры. Теперь у меня есть **своя** команда успешных людей, которые хотят получить от жизни все, у **которых** есть цели и мечты. В организации работы офиса и команды мне пока помогают спонсоры и их городская команда. Хотя все они и находятся в другом регионе, мы все равно общаемся каждый день, встречаемся как **можно** чаще. Я могу созвониться с любым лидером параллельной ветки **своих** спонсоров и всегда получу ответы на свои вопросы и это здорово, ощущать плечо единомышленника. Мы помогаем друг другу советами, делимся новой информацией, опытом. И это здорово быть единой дружной командой.

Сазонова Кристина, лидер уровня 9%.

Сплочение команды - Веревочный курс.

Когда ставишь глобальные цели, для их осуществления необходима команда, не просто коллектив, которые вместе работают, а именно **группа людей, идущих к общей цели**. Но для того, чтобы создать команду, как единое целое, необходимо проводить мероприятия, объединяющие и сплачивающие людей. Одно из них проходило в нашей структуре - «Веревочный курс на природе». Именно здесь важно присутствие каждого. Мы приглашали лидеров из города, из региона, людей, которые ещё не в Орифлэйм.

Программа была следующая - для начала тренинг «Как бороться со страхами», перед веревочным курсом все подкрепились Вэлнес - коктейлем, далее сам веревочный курс и в конце стол на природе - шашлыки, салаты, сок.

На тренинге очень важно общение и обмен опытом, именно здесь люди говорят о своих страхах и находят выход, как их преодолеть. Веревочный курс - это то, что нужно для команды, когда она начинает формироваться. Когда группа людей пытается уместиться все вместе на маленьком квадрате, когда лидер по извилистой дороге ведет всю команду с закрытыми глазами и не может им вслух сказать - куда поворачивать, как идти, вот именно здесь ты чувствуешь всю свою ответственность за себя и свою команду. Ты понимаешь, как важно движение каждого человека в правильном направлении. И в завершении веревочного курса был последний этап - паутина. Это выглядит так - между двумя деревьями

связывают верёвки и оставляют небольшие отверстия, чтобы человек пролез сквозь них, при этом ни разу не задев верёвку. Задание сложное, но вместе с командой - выполнимое. На этом этапе важно уметь договариваться и действовать сообща, просчитывать ситуацию на шаг вперёд и переходить к действиям. Здесь кто-то полз внизу, кто был постарше - выбирали самое простое, кто был полегче - пролетал сверху, кто был поменьше - пролазил в маленькое отверстие. Не думайте, что это так легко и все выполняют всё с первого раза. Наше задание мы выполнили раза с седьмого.

Самое приятное было, когда мы все сели на поляну и за шашлыками обсуждали моменты, что можно было улучшить, вместе смеялись. И, как итог этого веревочного курса - сплочение команды, улучшение отношений между собой, взаимовыручка, взаимопомощь и море позитива!

Новосёлова Татьяна, лидер уровня 12%.

Организация массовых мероприятий.

Организация массовых мероприятий начинается с того, что мы задаем тематику и выбираем блоки, которые хотим предоставить гостям. Всегда стараемся задавать стилистику мероприятий, например Halloween, День Здоровья с Wellness, Фруктовый Сад. Наша задача - создавать сценарии, которые будут интересными и информативными одновременно. Огромную роль играет распределение заданий среди участников команды. Каждый член команды должен принимать участие в массовых мероприятиях. Даже если это новичок, ему можно поручить легкое задание (например: раздача листовок). Также необходимо напечатать пригласительные билеты и вручить лично каждому гостю. После того, как роли распределены, билеты напечатаны, можно приглашать людей. Очень важно приглашать заранее, минимум за 4 дня. Перед мероприятием необходимо проверить готовность команды.

Багаутдинова Эльнара, лидер уровня 21%.

Организация работы в офисе.

Очень важно уметь вести бизнес правильно, планировать, действовать. Но не менее важным является правильная организация работы в офисе. Что я имею в виду? Когда появляется коллектив лидеров - все с разным характером, с разным мнением, взглядами, необходимо правильно научиться взаимодействовать в офисе. В нашем офисе работают несколько параллельных структур, но мы - единая команда и не разделяем друг друга, не делим **на** «моё» и «твоеё». Есть только «наше общее». Я думаю, что во многих структурах возникают вопросы, как организовать работу, кто ответственный за мероприятия, кто за чистоту и порядок в офисе. В неделе есть дни, когда спонсоры уезжают работать в регион и здесь возникает вопрос - как контролировать, что происходит в офисе? Работают лидеры или нет?

Наши спонсоры создали систему - «График дежурств». Я думаю, это спасение для многих лидеров. Но эта система не создана для того, чтобы спонсор или лидер отдыхал дома, зная, что в офисе кто-то трудится. Нет, это необходимо для

того, чтобы лидеры разных структур научились брать ответственность за себя и остальных в определенные дни, чтобы почувствовали себя руководителем. Это хорошая школа.

Итак, перейдем к графику. За каждым лидером на неделе закреплен один из дней дежурства. Это тот день, когда приходишь раньше остальных на полчаса до начала работы офиса, приводишь офис в порядок, пишешь расписание работы команды на день. В течение всего дня дежурный решает все возникающие вопросы, проводит ВВО, контролирует, как выполняются планы на день, фиксирует итоги дня и убирает в офисе - моет полы, наводит порядок на столах и полках и самый последний уходит из офиса. На следующий день приступает к обязанностям другой лидер, и так всю неделю. Каждый понедельник спонсор уточняет у дежурных, что делали в тот или иной день, как проходило рекрутирование, брал ли на себя ответственность лидер.

Что касается аренды офиса, ни для кого не секрет, что все платят деньги за снятое помещение. На мой взгляд, вся команда должна участвовать в оплате аренды, в зависимости от уровня. Это всё обговаривается заранее и каждый знает, что в начале месяца мы складываемся все вместе на аренду. Все лидеры, **кто** хочет расти и развиваться в нашем офисе, не находят обстоятельств и отговорок, чтобы не платить. Это даже не обсуждается.

Также, когда происходят какие-то изменения в команде, например, переезд **из** одного офиса в другой, здесь сразу можно понять, кто и что представляет **из** себя и на каком месте у этого человека стоит бизнес с Орифлэйм. Когда **мы** переезжали в новый офис, наши спонсоры составили договор на переезд, **на мой** взгляд, мудрое решение, **лучше сразу договориться обо всех нюансах на берегу, прежде чем отправляться в далекое плавание**. Особых де нежных средств не было, чтобы купить хорошую мебель в офис. Но общими усилиями и помощью близких людей, собирали наш офис по крупицам - для начала стулья, занавески - всё из дома, а уже потом смастерили зеленые столы в стиле Орифлэйм, шкаф, появились офисные стулья, жалюзи, плакаты и т.д. В этой ситуации наша команда сплотилась и каждый чувствует себя комфортно в офисе, т.к. внесли частицу себя и своего труда.

Мы надеемся, что Вам поможет информация, которой мы поделились. Сотрудничая с компанией мы понимаем, что делаем благое дело, что все, кто выбрал компанию Орифлэйм — выбрал правильный, светлый путь.

Ольга и Артём Белкины, Директора и команда «Dream Team»,
Нижний Новгород.

Имидж и мотивация в команде.

Клуб «Белый диван»

(для участников бизнес класса и лучших рекрутеров)

Изменился ли сейчас наш клиент? Да. Значит надо повысить сервис обслуживания нашего любимого клиента. А как? Больше улыбаться? Нести ему продукцию мешками - пусть роется, выбирает?

Конечно, нет. Помните упражнение для новых консультантов: «Закройте глаза и представьте, что к вам пришел консультант «Орифлейм». Как он выглядит?». Большинство отвечают, что это девушка в классической юбочке и кофточке, с макияжем, маникюром, с прической, улыбкой и хорошим пар-фюмом. В руках у нее деловой чемоданчик или модная классическая сумка. В чемоданчике, конечно, каталоги, набор пробников, ноутбук, ежедневник, ручка, визитница. «И все?» - скажите вы. - Почти. Наш идеальный консультант хорошо подготовлен. У него с собой электронный анализатор состояния кожи, массажер для лица 4 в 1, маникюрный набор (аппарат) и триммер для коррекции бровей, повязка для волос, пятапка по уходу за лицом, в зависимости от возраста. С таким арсеналом мы можем провести презентацию «Уход за кожей лица» или «Бархатные ручки», где угодно. Успех гарантирован, потому что не каждая женщина у нас в стране может себе позволить часто ходить к косметологу в салон. Дороговато, да и времени нет. Мы же предлагаем, как быстро и недорого в домашних условиях можно провести уход за собой, чтобы быть красивее, моложе, привлекательнее! Домашний комфорт - профессиональный результат. А если вы еще и скидку 30% предложите, тогда доставайте ноутбук и регистрируйте вашего новичка!

В своей группе лучших консультантов по продажам и рекрутингу мы награждаем сертификатом в лучший салон красоты, где наши девочки могут сделать любые профессиональные процедуры по уходу за руками, лицом, стрижку, укладку и даже окрашивание. В этом салоне есть большой белый кожаный диван, где наши девочки - консультанты отдыхают и пьют кофе и могут сказать своим домашним: «Я тоже устала, весь день в салоне красоты провела». Так мы и прозвали наш клуб - «Белый диван».

Я знаю, что в Волгограде у сапфирового директора Анечки Хасановой открыт сервисный пункт обслуживания по всем требованиям и стандартам сервисных центров. Наши консультанты могут не только получить или сделать заказ, но и просто посидеть на красивом диванчике, пообщаться, выпить чашечку кофе. Замечательно! Молодец Аня! А какой у нее красный «fiat», куда может поместиться группа из 15 человек для поездок на выездные семинары и тренинги!

Говорят, что из хорошего клиента может получиться хороший консультант. Да, может! Мы дали хороший сервис нашему клиенту, а он ответил нам взаимностью и зарегистрировался. Теперь и он будет показывать хороший уровень своим знакомым, мы его к этому приучили. К хорошему привыкают быстро!

Наша любимая копания дает нам сервис - делаем заказ по Интернету с доставкой на дом. Еще 2-3 года назад мы об этом только мечтали. И вот сбылось. **Наши любимые клиенты тоже меняются, и мы должны предоставлять современный сервис.** Таким образом, легко оставить наших известных конкурентов далеко позади. Желаю вам быть на высоте, и держать марку!

«Белый вертолет» или метод «Тонкого листа»

Все мечтают купить дорогую машину, а я мечтаю купить недорогой вертолет. Я его увидела на аэровыставке, когда мы с семьей отдыхали в Геленджике. У меня есть даже фото, где я сижу в кабине симпатичного вертолета. Магнус тоже меня поддержал, когда сказал, что он мечтает о том времени, когда лидеры «Орифлэйм» будут покупать самолеты. Многие думают, что это из области воздушных фантазий, но только не настоящий «орифлэймовец». Понятно, что на продажах столько не заработаешь, никакая скидка в 30% не поможет, остается рекрутирование. Активнее? Нет, мощнее!

Я не люблю большие залы, хотя могу говорить на любую аудиторию, по профессии я педагог. Для меня важен и наиболее комфортным является индивидуальный подход - встречи один на один, домашние кружки и метод «тонкого листа».

Что это такое? Я люблю отдавать каталог в любом месте, где что-то покупаю или беру услуги. Из своей дорогой сумочки достаю красиво наш каталог, со словами: «спасибо за услугу (или покупку), я тоже хочу вам показать наш замечательный ассортимент. Я сама пользуюсь этой продукцией и в восторге от нее! Посмотрите, возможно, вас что-то заинтересует». Если есть время, успеваю поставить акценты на некоторые новинки. И сразу же говорю о возможности 30 % скидки, о сервисе мирового уровня: интернет, доставка на дом. Блеск в глазах можно увидеть сразу же!

Так из потенциального клиента человек переходит в потенциального консультанта. На тренингах для новичков я показываю, что между продажами и спонсированием стоит не кирпичная стена, а тонкий лист бумаги, для наглядности я комкаю лист в руках, показывая, как легко идти от продаж к рекрутированию. У меня всегда с собой анкеты с рекомендациями, их я прошу заполнить, за это дарю продукт из наших распродаж или пробники новинок. Я придерживаюсь правила: «Если я совершила у вас покупку -возьмите мой каталог и сделайте покупку у меня! Что-то вроде: вы мне - я вам!» И это все на «холодной рынке», которого я так боялась в начале своей работы в Орифлэйм.

Таким образом, в день можно сделать от 5 до 10 контактов и получить согласие на регистрацию сразу же.

Заказы новички размещают по интернету, на вторую встречу я приглашаю на занятие по косметологии и Велнес. Новички узнают, как тестировать кожу, подбирать программу по уходу за ней и держать себя в хорошей форме, быть здоровым и счастливым. Меня очень радует тот момент что директора

«Орифлэйм» вкладывают деньги в современные офисы, где уютно и красиво, диваны, интерьер, доброжелательное обслуживание и даже есть красивый микроавтобус для поездок на семинары, тренинги в других городах. Мы должны стараться дать уровень!

Наталья Исаева, Директор, Саратов

Как запланировать успех?

Как определить успех? Что это? Много денег? Признание масс? Крутая тачка или дом?

Современные экономисты определяют успех **количеством времени**, которое ты можешь уделить своей семье, своим увлечениям и хобби и другим занятиям, **не ограничивая себя в средствах**. Психологи считают, что успех - это способ и степень достижения цели. Представьте, что вы поставили перед собой на какой-то день пять конкретных целей, а вечером вы выясняете, что всех этих дневных целей добились. Как вы оцените прошедший день! Жизнь преуспевающего человека - это не что иное, как "богатая успехами жизнь"! Другими словами, для экономистов успех - это состояние, для психологов - это процесс. Но, как и всегда, - это и то и другое, две стороны одной медали, две грани кубика. Все согласны в одном, успех вашей жизни -это ваша ответственность.

Как запланировать успех?

Попробуем препарировать успех под микроскопом и расчленить его на составляющие, чтобы прояснить, как же его можно запланировать и достичь. Принцип такой: разложи большие трудности на маленькие, маленькие - на никакие и вперед, шагом (бегом) марш!

Мечта, цель, план... Одно и то же?

Скажем так, мечта - это очень сильное желание, исполнение которого зависит не только от вас. Нечто желанное, радужное, но нереальное. Однако лишь до той поры, пока вы не задумали ее осуществить. У каждой мечты есть разумная основа. И эту сказку можно сделать былью.

Долгосрочная цель в рамках мечты - это этапы большого пути, ступеньки, которые, по вашему рассуждению, могут привести к исполнению мечты. Краткосрочные цели - кирпичи, из которых состоят ступени долгосрочных целей.

Ежедневные планы - это цемент, скрепляющий кирпичи, действия, результат которых зависит только от вас.

Из этого понятно, почему в мире так много мечтателей и почему не все мечты сбываются. Мечтать, лежа на диване, приятно и комфортно, ставить долгосрочные цели - занимательно (это ведь не сейчас нужно делать, это все где-то там, в далеком далеке...). Но из этой нехитрой схемы так же понятно, почему те, кто реализует ее до конца, все-таки достигают исполнения любой мечты и говорят о том, что для человека нет ничего невозможного.

Зачем нам вообще нужно планировать?

Тому есть три причины:

I. Мы уже говорили о двух полушариях человеческого мозга и о том, как они взаимосвязаны с нашими конечностями. В данном случае, с руками.

Т.е. левое полушарие связано с правой рукой, правое - соответственно, наоборот. Сегодня нас как раз интересует левое полушарие, которое отвечает за поиски логических и практических решений. Так вот, когда мы записываем наши планы правой рукой, мы запускаем в работу левое полушарие мозга, и оно начинает поиск кратчайшего пути для решения поставленной задачи.

2. Когда мозг сфокусировался на поиске этого самого решения, вам как будто ни с того ни с сего начинает попадаться нужная информация, встречаются нужные люди и т.д. На самом деле, вы просто начинаете замечать то, чего не замечали раньше, задавать вопросы, которых не задавали раньше, слышать слова, которых не слышали раньше, не потому, что вам не говорили, а потому, что вас это не интересовало. Ваш мозг держит план в фокусе.

3. Если вы уперлись в глухую стену, у вас есть два выбора: продолжать биться головой в нее в надежде, что она сдастся первой или просмотреть записанный план и наметить другой. Не нужно бояться кажущейся незабываемости, планов - они могут и должны быть гибкими. **Они лишь обязаны держать в фокусе цель.** Сами же планы можно переставлять. Мне нравится фраза, которую повторяет Джим Дорнан: "Пусть ваши цели будут из камня, а планы - из песка"

Почему цели нужно записывать?

Общая психология говорит о том, что механизмы внимания основаны на очагах возбуждения в головном мозге. Обычно в центр внимания попадает всего один очаг возбуждения - всё остальное этот очаг гасит. Соответственно, если мы увлечены какой-то деятельностью, то все остальные сигналы нивелируются. Поэтому все ваши цели, которые вы долго продумывали в голове, в одночасье испаряются из этой самой головы в тот момент, когда вы переключились на более интересное дело, сели кушать или легли спать. А вот сколько из них вспомнится в следующий раз - это уже вопрос памяти, которая, как известно, имеет свои законы, например: закон края - когда запоминается только начало и конец.

А дальше... начинают действовать другие психические процессы. То, что не устраивает вашу психику, будет вытесняться. И в итоге из 10 своих тщательно продуманных целей вы вспомните в лучшем случае три! Это раз. Вернемся в начало статьи и посмотрим причину планирования № 1 - это **два**.

В Гарварде в 1979-1989 годах проводилось исследование. Студентам старшего курса задали вопрос: "Ставите ли Вы чёткие, письменно оформленные Цели на будущее?" Выяснилось, что только 3% опрошенных имели записанные цели, 13% свои цели имели, но не записывали их, 84% не имели **никаких** конкретных целей. Через 10 лет, в 1989 году, учащиеся этого курса были опрошены снова. Оказалось, что 13%, имевшие цели, но не записывавшие **их**, зарабатывали в среднем в два раза больше, чем 84%, не имевшие **никаких** целей. Но самое потрясающее, что 3%, письменно фиксировавшие свои цели, зарабатывали в среднем в 10 раз больше, чем оставшиеся 97% в сумме.

Пирамида планирования.

- ценности, мечты
- долгосрочные цели (до 12 лет)

- среднесрочные цели (до 6 лет)
- краткосрочные цели (до 1 года)
- повседневные планы и действия.

Почему именно в таком порядке, а не наоборот? Об этом - притча.

Однажды профессор философии перед лекцией зашел в аудиторию и разложил на столе несколько различных вещей. Когда началось занятие, он молча взял большую пустую стеклянную банку и заполнил ее большими камнями. Затем спросил: "Банка полная?" "Да!" - согласились студенты. Тогда профессор достал коробку с мелкой галькой и высыпал ее в эту же банку. Затем слегка поболтал банку и галька, конечно же, заполнила мелкие щели между камнями. Профессор опять спросил студентов: "Банка полная?" Они рассмеялись и согласились, что банка полная. Тогда, профессор достал коробку песка и высыпал ее содержимое в банку. Естественно, песок заполнил все остальное пространство. "Теперь, - сказал профессор, - я хочу, чтобы вы поняли, что это - ваша жизнь. Камни - важные вещи: ваша семья, ваши друзья, ваше здоровье, ваши дети. Если бы все остальное было потеряно, а остались бы только они, то ваша жизнь была бы все еще полна. Галька - другие вещи, которые имеют значение, подобно вашей работе, вашему дому, вашему автомобилю. Песок - все остальное, это просто мелочи жизни. Если вы сначала наполните банку песком, то не будет места для гальки и камней. То же самое происходит и в жизни. Если вы тратите все ваше время и энергию на мелочи, у вас никогда не будет места для вещей, которые являются для вас важными. Обратите внимание на вещи, которые являются критическими для вашего счастья. Заботьтесь сначала о камнях - это то, что действительно имеет значение.

Установите ваши приоритеты. Остальное - только песок.

Вполне вероятно, что и вы тратите свою жизнь на песок (текучку) и не видите главного. Поэтому и нужно начинать со смысла и ценностей. Увы, разобраться со смыслом жизни не так просто. Иногда на это уходят годы. Поэтому мы начнем, чтобы не терять времени, с более приятного и интересного. С мечты.

Первый уровень пирамиды планирования - **мечта**.

Пожалуй, самый сложный из всех. Как выяснили ученые, 97% людей используют только левую половину мозга, которая отвечает за логику обучения, распознавание и т.п. Правая половина отвечает за чувственное восприятие, за образы - за то, что Фрейд назвал "бессознательное" и то, что на самом деле управляет нашей жизнью. Вот почему мечты так важны для работы с собственной жизнью.

Итак, надо вспомнить раннее детство. Кто были ваши кумиры? На кого вы хотели походить? Кто были любимые герои? С кем вы дружили тогда? Кем хотели бы стать? Вспомнили? Теперь совершаем экскурс в подростковый возраст. Что было тогда? О чем мечтали? Кто был вашей первой любовью? Почему именно она (он)? Какие книги читали? Кем мечтали стать? Мозг - как трехглавый дракон. Первая голова - ребенок. Он мечтает, строит планы на будущее. Вторая голова - менеджер. Он берет то, о чем мечтает ребенок внутри нас, и начинает все менять: это не пойдет, а так не может **быть**, давай вот так, а

это несерьезная мысль, давай эдак. Он живет настоящим. Третья голова - исполнитель. Он берет мечту ребенка, испорченную менеджером, и "добивает". "Будем делать, как делали раньше нас", - говорит он.

Быть может, вы уже задумывались о смысле жизни, о том, чего вам удалось достичь, что у вас впереди и чего у вас уже никогда не будет. И, возможно, закралась в вашу голову крамольная мысль: "Я делаю не совсем то, о чем мечтал и чего хочу. А может быть, бросить все?.."

Детские мечты не дают покоя. Пока не реализуете эти мечты, они будут преследовать вас, и вы будете саботировать все самые хорошие начинания в своей нынешней жизни. И только тогда, когда вы "расквитаетесь" с мечтами, вы сможете реально планировать дальше.

Разбираемся с мечтами в два присеста.

Во-первых, четко представьте в зрительных образах свое будущее в трех областях: положение, семья и социальные отношения. Почему три? Разделение вашей жизни на три сферы предотвратит путаницу и столкновение мыслей, поможет вам взглянуть на всю картину в целом. Во-вторых, потребуйте от себя четких, однозначных ответов на следующие вопросы: "Что я хочу совершить за свою жизнь?", "Кем хочу стать?", "Что мне нужно, чтобы чувствовать себе удовлетворенным?". Чтобы легче было ответить на эти вопросы, воспользуйтесь тестом:

Каким я вижу себя через 10 лет:

А. Положение: десять лет спустя

1. Какой уровень доходов я хочу иметь?
2. Какую степень ответственности я хочу взять на себя?
3. Какой степенью влияния я хочу обладать? Б. Дом:
десять лет спустя

1. Какой жизненный уровень я хочу обеспечить себе и членам моей семьи?
2. В каком доме я хочу жить?
3. Как я хочу проводить отпуск?
4. Какую финансовую поддержку я хочу оказывать своим детям в начале их самостоятельной жизни?
5. Какую поддержку я хочу оказывать стареющим родителям? В.

Социальные отношения: десять лет спустя.

1. Каких друзей и знакомых я хочу иметь?
2. В какие социальные группы я хочу войти?
3. Что достойного я хочу сделать для людей?

Представляя свое будущее, пожалуйста, не ограничивайте себя. **Никто не достигает большего, чем хочет достигнуть.** Так что представляйте свое будущее большим, очень большим.

1. Выделите время. Не откладывайте свои планы на потом, не пускайте жизнь на самотек. Здание нельзя построить без чертежа. Важно понимать: можно

запланировать как свой успех, так и свой не успех. Как мы планируем свой не успех? Просто не взяв свою жизнь под свой контроль. Вы слышали о правиле Парето "20:80"? Так вот, планирование - это те двадцать процентов вашего времени, которые принесут восемьдесят процентов результата. Не пренебрегайте этим временем.

2. Чтобы их реализовать их нужно записать. Об этом мы очень подробно говорили вначале.

3. Создать доску визуализации - наши мечты и цели должны радовать глаз. Это может быть дом мечты, дубовая роща, поездка в Диснейленд или на Северный Полюс, частная школа для детей инвалидов - что угодно, что греет душу, ради чего вы готовы жить и действовать в этом мире. Чтобы понимать, что не зря пришли в эту жизнь!

Несколько полезных советов по этому поводу:

* Определяя мечту, обратите внимание, что результат должен быть очень ярким, вы должны видеть его во всех деталях. Очень полезно сделать визуализацию, пропустив образ идеального результата через все каналы восприятия: прочувствовать, прощупать всеми органами чувств, "прощупать".

* Цель должна быть расписана в соответствии со всеми критериями постановки цели, - только в этом случае цель будет "работать" на вас.

* Обязательно сделать коллаж (доску визуализации) или альбом мечты (для яркого образа цели, для эмоций, для мотивации). Коллаж можно повесить на видное место (если ваши близкие ничего не имеют против), чтобы он всё время был в поле зрения.

Постановка целей (долгосрочных и краткосрочных)

Постановка высоких целей приносит человеку огромную пользу. Она облегчает принятие решений, улучшает физическое и психологическое состояние, позволяет обзавестись позитивной жизненной установкой. Благо даря наличию таких целей вам будет значительно легче преодолевать стресс, неразбериху и страх. Люди уважают тех, у кого есть в жизни высокая цель. Постановка целей дает чувство свершения, нацеленности в будущее. А именно устремленность в будущее и настойчивость выделяют победителей из среды всех прочих людей.

Подлинная жизненная трагедия состоит не в том, что целей невозможно достигнуть, а в их отсутствии.

Цели (долгосрочные и краткосрочные) должны быть прежде всего реальными, мотивированными, логически построенными. Отличаются они друг от друга только объемом задач и временем, отпущенным на выполнение.

Цели должны держать в фокусе мечту, которую мы так вдохновенно сформулировали чуть выше.

Ставьте перед собой разумные цели. Добейтесь того, чтобы они были:

- конкретными;
- измеримыми;
- достижимыми;

- реалистичными;
- легко понятными.

Нельзя достичь того, чего нельзя узнать, идентифицировать. Если же вы тщательно определите, чего именно хотите добиться, то вы непременно достигнете этого, а если откажетесь от достижения, то сделаете это мотивированно. Лидер и победитель - это тот человек, который превращает потенциал в конкретные результаты.

Какие целевые установки вы выберете, зависит полностью от вашей индивидуальной ситуации. По существу здесь должны быть указаны все те области деятельности, где вы хотите чего-то достичь.

Сформулируйте применительно ко всем сферам деятельности, где вам это кажется необходимым, свои предложения, цели. Не забывайте, что любая постановка цели является альтернативным вопросом. Всегда продумывайте, нет ли такой альтернативы, которая была бы разумнее, рациональнее, чем осуществляемые вами сегодня цели и мероприятия. Когда ставят перед собой цель (это касается также и личных целей), нужно всегда отвечать на следующие вопросы:

1. Чего я хочу добиться?
2. Как выглядит в конечном итоге идеальная ситуация?
3. Какова фактическая ситуация (с указанием причин и опасностей)?
4. Действительно ли я хочу осуществить изменения?
5. Какое значение имеет эта цель для меня?
6. Какую цену я готов за это заплатить (в форме материального, личного, духовного или временного вклада)?

Ежедневное планирование.

Теперь пора сделать и последний шаг: перенести запланированные на **Месяц** действия и распределить их по дням. Сегодня первый день нашей оставшейся жизни. Вы можете планировать свою жизнь на такой срок, какой угодно, самое главное, чтобы вы это сделали сегодня!

Здесь можно взять пример с членов общества анонимных алкоголиков. Эти больные люди не принимают решение никогда больше в жизни не пить. Такая цель не даст желаемого результата, так как, если посмотреть правде в глаза, его можно оценить спустя лишь какое-то значительное время, т.е. задним числом. Но зато можно решить вполне конкретно, например, сегодня не пить ни капли алкоголя, и вот этот частичный успех - "промежуточную станцию" оценить можно очень точно. Вот и у нас последним кирпичиком во всей системе планирования будет составление плана работы на день. Гораздо важнее скрупулезного заполнения всех этих разделов является подведение итогов работы за день. Достигли ли вы той цели, которую намечали на день? Или, говоря иначе: "Все ли вы выполнили из того, что планировали на день?" Вам, конечно, ясно, что это возможно лишь в том случае, когда вы поставили перед собой на этот день (из психологических соображений планирование дел должно

происходить накануне вечером) соответствующие цели. Еще Пифагор указал нам на это, заметив: ежедневно проверяй свои действия!

"Бриллиантовую руку" помните? Блестящая иллюстрация гибкого планирования. То, что цель не достигнута - это второй вопрос. В конце концов, это были коварные планы отрицательных героев, а добро по уставу обязано было победить. Но технология планирования - сплошной восторг! Лёлик сказал: «Клёв будет! Я обеспечу! Клёв будет такой, шо клиент позабудет усё на свете!» - не сработало, пересматриваем планы. "Строго на север порядка 50 метров расположен туалет типа "сортир", отмеченный на схеме буквами "Мэ" и "Жо"... " - не сработало... снова коррекция и новый план .

"Достаточно одной таблётки!" - снова прокол, но мы не теряемся.

"Подпись-протокол, сдал-принял, отпечатки пальцев! Сьем гипс, выпотрошим его и полный порядок!" - и так далее.

Обратите внимание, четкие, очень гибкие планы при жесткой ориентации на цель - по сути это то, к чему стоит стремиться.

Вспомним: успех - это способ и степень достижения цели. Представьте, что вы поставили перед собой на какой-то день пять конкретных целей, а вечером вы выясните, что всех этих дневных целей добились. Как вы оцените прошедший день! Жизнь преуспевающего человека - это не что иное, как "богатая успехами жизнь"!

Однако то же относится и к противоположному случаю. Если вы планируете слишком многое, то сможете добиться слишком малого. И так вы будете нагромождать неудачу на неудачу. Вы все больше будете себя чувствовать неудачником, вы не будете больше верить в свой успех, и в соответствии с законом "самовыполняющегося пророчества" ваше "предсказание" в точности исполнится. Теперь вам, очевидно, понятно основное значение сегодняшнего дня для достижения успеха в жизни. Есть один красивый афоризм, он звучит так: дай каждому дню шанс стать самым прекрасным в твоей жизни! И только от нас зависит, что мы делаем с имеющимися у нас возможностями.

Поддержка в пути.

Для того чтобы успех запланировать, необходимо иметь позитивный настрой. Многим известно, что люди с позитивным настроем чувствуют себя в этой жизни гораздо лучше других. Они преуспевают в общении с окружающими, в любви, спорте, на работе; обладают лучшим здоровьем, скорее поправляются после болезни и даже дольше живут. Рассмотрим несколько идей того, как поддерживать свой позитивный настрой.

Специалисты по рекламе хорошо знают силу повторения: "Если ложь повторять достаточно долго и достаточно часто, народ поверит лжи". Почему бы и нам не поэксплуатировать этот феномен в личных, корыстных целях? Ребёнок, которому постоянно внушают: "У тебя обязательно получится, ты справишься!", - лучше развивается, учится в школе, чем тот, который не получает такой мощной поддержки.

К сожалению, окружающие часто не собираются подбадривать и поддерживать нас, и нам приходится заниматься этим самим.

Исходя из собственных целей и планов, напишите четкую, позитивную аффирмацию типа: "Я могу сделать это!", "У меня все получается!", "Я добиваюсь успеха!". Эти установки должны относиться к конкретной цели: если добиться успеха, то в чём, если заработать денег, то для чего и т.д. Далее повторяйте свою фразу вслух перед сном, утром, в обед по пять раз подряд. Произносите эти слова до тех пор, пока оно не станет частью Вас самого. Помните? "Я самая обаятельная и привлекательная!" Все получится.

Еще один момент. Те, кто рядом с нами влияют на наши эмоции и поступки. Бодрые и доброжелательные поднимают наш дух, а озлобленные и вечно ноющие омрачают существование. Если у Вас есть выбор (а он есть всегда) - Держитесь подальше от пессимистов и нытиков. Я не имею в виду близких и друзей, которые могут в данный момент переживать трудные времена и нуждаться в Вашей поддержке. Я имею в виду профессиональных зануд и энергетических вампиров. К ним относятся люди, которые постоянно на что-то жалуются, постоянно кого-то поносят, будь то их начальники или подчинённые, их собственные родители или дети. Именно из-за таких нытиков падает производительность труда и портится моральный климат в коллективе. Обходите их дальней дорогой. Вокруг достаточно энергичных, Жизнерадостных людей. Окружите себя именно такими, станьте таким сами. То же касается и телевидения. Если вы еще не обращали внимания, приглядитесь и посчитайте: каких новостей на телевидении больше - позитивных или негативных? И сделайте вывод, который сделал один мой знакомый, выбрасывая телик: "Меньше знаешь - крепче спишь!"

И последнее в группе поддержки - **Дневник успеха**. Что это и зачем нужно? Немецкий финансист и тренер по такому вопросу, как деньги и личное преуспевание для каждого человека, Бодо Шефер утверждает: если вы каждый день будете вести Дневник успеха - через 90 дней ваш доход гарантировано увеличится минимум на 20 процентов. Гарантировано! Принцип его действия прост: записывая каждый день успехи (а поставив цели, к вечеру мы всегда будем знать об успехах), мы фиксируем в левом полушарии уверенность в успешности вообще. Мозг нас воспринимает как все более и более успешных людей, что соответственно влияет на наше дальнейшее поведение, которое, в свою очередь, отражается на том, что мы имеем. И не только в материальной сфере. Ведь планировать успех можно в любой области!

Отдельно стоит упомянуть одно замечательное качество, необходимое для успешного достижения собственной цели - умение выжидать. Есть вещи, которые от нас совершенно не зависят, и активные, энергичные люди с трудом смиряются с этим. Придётся научиться смирению.

Подытожим:

Возможности стучатся в наши двери гораздо чаще, чем мы их открываем для их реализации. Вспомните свои нереализованные возможности и прикиньте, какой была бы ваша жизнь, будь вы готовы к реальным действиям и

начни их тогда. Готовьте свой ум к каждой такой ситуации, приведите его в состояние готовности действовать, и тогда он будет замечать открытые перед вами пути. Ведь если вы не нашли дверь на свободу - не факт, что вы ее не видели, что вам о ней не говорили. Просто вы ее не заметили, прошли мимо, потому что представляли ее иначе.

Все большие достижения начинаются с малых дел. Никто и никогда не достиг чего-либо великого, расслабившись в уютном кресле в полном бездействии. "Да" и "нет" - вот два самых важных слова, которые мы произносим. Именно они определяют нашу жизнь. Скажите "да" своим мечтам, "да" - своим желаниям, "да" - позитивному будущему, "да" - тем целям, которые вы перед собой ставите. Скажите "нет" - закрытости, пассивности, и бездействию.

В конце концов - это только ваша жизнь. И прожить ее надо так, чтобы... Ну, вы помните.

Елена Уфимцева, Директор, Новосибирск.

Работа с целевой аудиторией и другие вопросы бизнеса.

Скажи мне кто твой друг?

Какие Вы испытывали эмоции, когда спонсор открыл для Вас все возможности сетевого маркетинга? Восторг? Жгучее желание действовать? Удивление, почему в этом бизнесе еще не все? Что начинает делать новичок? Звать всех подряд, всех, кого он знает, всех, кто попадаете ему на пути. Это и понятно - возможности так велики, а награда за труд так заманчива! Работая по такому **правилу одного метра** выросло немало успешных сетевиков. Но, зачастую, достигнув 9 - 12 % (я говорю сейчас об Орифлэйм) рост прекращается, а иногда даже начинается откат назад. Среди всей этой толпы новичку сложно найти ключевых партнеров. Я тоже так работала, но однажды задумалась о том, как сделать, чтобы бизнес приносил удовольствие и был эффективным. Я видела, что с одними своими партнерами я чувствую себя комфортно, я понимаю, о чем они говорят и, что важно, они понимают, что говорю им я. Работа с другими, занимая значительно больше сил и энергии, была при этом менее результативной. В чем загадка? Как Вы понимаете, никакой загадки в этом нет. По статистике, к 20 годам человек уже знает более 1000 человек. Сколько к этому времени у него друзей? Четверо-пятеро? В бизнес-партнерстве работает тот же механизм. **Особенно в таком личном, как сетевой маркетинг.** Если у тебя с человеком абсолютно разные взгляды на жизнь, на бизнес, разное виденье того, что **порядочно**, а что нет, то и работать вам с ним будет сложно. Не невозможно -нет, но сложно.

Я человек интеллектуального склада, выросла в интеллигентной семье, моя мама - кандидат педагогических наук. Я легко нахожу общий язык именно с интеллигенцией. Конечно, я не стала рвать отношения с теми своими партнерами, которые под этот критерий не очень-то попадают. Они, кстати, со временем ушли из бизнеса (что лишь подтвердило мне истинность моих размышлений). Но, в дальнейшем, я решила делать бизнес-предложения **только** людям из своей целевой аудитории.

Вот как изначально **я определила ее для себя:** это умные, авторитетные, амбициозные женщины и мужчины с позитивным мышлением и хорошими организаторскими способностями. Люди, которые, как правило, работают и занимают руководящие должности в муниципальных и бюджетных организациях. В моей команде много педагогов. Эти женщины уже умеют обучать, все, что требуется от меня - дать им материал для передачи его другим людям. В моей команде директора школ и детских садов, домов культуры, заместители главврачей районных больниц, сотрудники РОНО, пенсионного фонда, руководители профсоюзов. Это люди уже успешные в своих профессиях, но, к сожалению, не слишком хорошо оцененные нашим государством.

Осознание того, какова моя целевая аудитория, перевело мои результаты на качественно новый этап. **Я** начала получать удовольствие от своего бизнеса, да и

просто от общения с людьми, с которыми мне действительно интересно. Многие из них стали мне добрыми друзьями.

Тем не менее, дружба дружбой, но не секрет, что главным критерием успешности в сетевом маркетинге является организованный товарооборот. А главным способом увеличения товарооборота - увеличение количества человек в Вашей организации. Словом, чем больше, тем лучше. Хотя, не все так просто. Качественная составляющая не менее важна. Существует два основных мнения на счет того, какой из способов ведения дела более эффективен: чем больше регистрации, тем лучше и чем содержательнее регистрируемые, тем выше результат. Лично я придерживаюсь скорее второго утверждения. Делая человеку предложение сотрудничества, Вы отчетливо должны понимать, что предлагаете не только продукт и компанию. В некоторой степени, **Вы предлагаете ему свои руку и сердце**. Сомневаюсь, что какой-нибудь сетевик, подписывая очередного человека, делает это, заранее планируя, что тот уйдет из бизнеса через месяц. **Каждая регистрация - это надежда на многолетнее партнерство**. А значит, нужно внимательно отнестись к выбору этого партнера, ведь Вам вместе работать бок о бок долгие годы!

На мой взгляд, основным критерием выбора кандидата является не столько должность человека, род его занятий, сколько качества характера и воспитания каждой конкретной личности.

Ведь не секрет, что наше время - время пока еще диковатого капитализма. Многие люди, волей обстоятельств, находятся на не всегда соответствующих им местах. Я знаю женщин и мужчин, сменивших профессии педагогов, инженеров, психологов, медиков на работу продавцов, штукатуров, уборщиц, охранников. И не потому, что они были бездарны и непригодны в своих первых специальностях, а потому, что им и их детям нужна **достойная жизнь**.

Вот основные черты, определяя которые, я уверена, что делаю предложение тому человеку:

- **Ум и сообразительность**. Именно ум, а не образование. Вообще ценю в людях интеллект и гибкость мышления. В нашем деле особенно важно уметь быстро находить решения возникающих вопросов и реагировать на изменение ситуации.

- **Навыки целеполагания и целеустремленность**. Как сказал Сенека "Не знающему своей цели кораблю ни один ветер не будет попутным". И с человеком без мечты и цели, а особенно даже без желания их ставить и достигать, мне, скорее всего, будет не по пути.

- **Организаторские способности и исполнительность**. Специально поставила эти два качества в один ряд, ведь они невероятно **связаны между собой**. Исполнительность - умение организовать себя самого (коллектив из одного человека) для решения поставленной задачи. При увеличении коллектива методы остаются примерно теми же. - **Оптимизм и позитивное мышление**.

Позитивное мышление - это тест на профпригодность в сетевом маркетинге, как, впрочем, и во многих других сферах. Беспрекословная вера в успех - вот то, что заставляло Эдисона совершить 10000 испытаний его лампы до тех пор, пока не получился пригодный к бытовому использованию экземпляр. Позитивное мышление - единственное, что не дало

отступить от своих идей Уолта Диснея, терпевшего неудачи, предательства и разорения первые двадцать лет своей карьеры мультипликатора.

Человека создает его окружение. Эту истину никто не станет оспаривать. **Так** почему многие думают, что в бизнесе это утверждение не так действительно, как в дружбе? Создавайте свое окружение сами. Стройте сразу свою команду лидеров такой, какой Вы ее хотите видеть.

Каждый сетевик для успеха своей команды должен быть ее лидером. Но может ли лев быть лидером отары овец? А может ли баран, пусть самый талантливый и одаренный, быть лидером прайда львов?

Как гарантированно достичь успеха?

У каждого из нас есть регулярные маршруты: дом-офис-спортзал-магазин. Мы знаем, сколько времени потребуется, чтобы доехать из знакомого пункта А в знакомый пункт Б. Вот и я ехала недавно из дома в офис, планируя потратить на это минут 30. Но, как это знакомо жителям больших городов, на пути меня ждала автомобильная "пробка". У всех, наверно, такая ситуация бывала. Что же мы делаем: мы просто едем дальше. Конечно, **если** не очень-то и хочется в пункт Б, то можно и повернуть обратно. Но, **если** все же доехать необходимо? Мы вздыхаем, злимся, ругаемся, слушаем радио, снова вздыхаем, открываем окна и достаем бутерброды. Но мы продолжаем ехать: нам надо попасть в этот заветный пункт Б и мы точно знаем, **что** рано или поздно мы туда доедем. Просто продолжая ехать. Время пути растянулось до 2,5 часов, но, если ты точно знаешь, куда и зачем едешь, **если** ты точно знаешь, каким будет результат, время не имеет первоочередного значения.

Проще, если в этом пункте Б ты был. А вот каково в бизнесе? Ты строишь планы, ты надеешься на быстрый результат, на большие чеки. Но планы не спешат осуществляться, результат не так уж и скор, и ты еще не знаешь, сколько весит твой миллион. Что делать тогда?

"Знаешь, что-то у меня не получается. Точнее, получается, но как-то медленно, вяло. Люди не приходят, а кто и приходит, те не остаются. Я хочу добиться успеха, но все не так, как я себе представлял. Что мне делать?" -говорили вам, господа спонсоры, такое? И ведь слышала его презентации - вполне хорошо, видела человека за проведением обучения - все правильно говорит. И мысли верные, и слова меткие, и цель есть, и мотивация. Так в чем загвоздка? Что же посоветовать человеку?

Вы уверены в его возможностях? Ваш продукт востребован и доступен? Ваш маркетинг-план понятен и достижим? Ваша компания - хороший партнер? Если вы 4 раза ответили "ДА", то лучшее, что вы можете сказать такому своему подопечному: **Просто продолжай!**

От первого романа о Гарри Поттере отказались восемь издательств. Девятое решилось его напечатать, заплатив Джоан Роулинг аванс 1500 фунтов, 77 749 рублей по нынешнему курсу — в российских издательствах сейчас платят и побольше. Половина первого тиража, 500 экземпляров, была сразу же отправлена в библиотеки — издательство не видело у истории про мальчика-волшебника

коммерческих перспектив. Сегодня состояние Роулинг оценивается почти в миллиард долларов. **Просто продолжай!**

Малкольм Гладуэлл — канадский журналист, социолог, лауреат многочисленных премий. В 2005 году «Time» назвало его одним из 100 самых влиятельных людей мира. Но это было потом: от первой написанной строчки до выхода первой книжки прошло 18 лет. На первых порах на один его рассказ, принятый к публикации, приходилось 30 отвергнутых. **Просто продолжай!**

Когда Томас Эдисон вёл поиски подходящего материала для нити накаливания электрической лампы, он перебрал около 6 тысяч образцов материалов. Он провел более 10 тысяч испытаний этой самой лампы, пока не получил работающий и экономически выгодный образец. Впоследствии Эдисон и английский учёный Джозеф Сван создали совместную компанию «Эдисон & Сван юнайтед электрик лайт компани». Сейчас мы знаем эту компанию как General Electric.

А какие истории великих побед знаете вы?

Вспомните! **Просто продолжай!**

В личной истории каждого из нас есть такие победы, которые дались ценой множества попыток. Мы не помним неудач, но пользуемся благами победы. Никто из нас не мог ни говорить, ни читать, ни писать. Мы научились ходить, лишь много раз упав и поднявшись.

Просто продолжай!

Зачем тебе деньги?

Каждому сетевому приходилось отвечать на вопрос: "Зачем Вы пришли в этот бизнес?"

Варианты ответов, которые мне случалось слышать, многообразны: за общением, за продукцией, узнать новое, у вас интересно и т. д., и т. п. Но, думаю, если мы говорим о сетевом маркетинге именно как о бизнесе, (коим он и является), то ответ на это может быть одним: **я пришел в сетевой маркетинг за деньгами.** Конечно, ничто не отменит хорошей компании и отличного поля для личностного роста, но суть любого бизнеса - получение прибыли (денег) со всеми прилагающимися к этому благами. **И** тут вполне резонно встает следующий вопрос: **"А зачем тебе деньги?"** Здесь у многих начинается ступор: "Как зачем? Зачем и всем нужны."

Нет, ну это понятно - а вот тебе конкретно зачем? Если по умолчанию принять, что ты и твоя семья сыты, одеты-обуты, счета оплачены, вам есть где жить и на чем ездить. Зачем тебе тогда деньги?

Лица людей при этом вопросе меняются: кажущаяся простота ответа никак не хочет облачаться в словесную оболочку.

Ни разу не видела человека, который не хотел бы иметь **много** денег. Одновременно с этим, очень редко встречались мне люди, суть ответа которых на вопрос **"Зачем?"** не сводилась бы в итоге к банальному "Потратить". Объекты

трат назывались самые разнообразные: от новых сапог до танка. Хотя это еще отличные варианты!

Многие не могли ничего придумать вообще. "Вот когда будут деньги - тогда и решу". Меня так и подмывало им ответить: "Сочувствую, но, видимо, никогда".

Лишь небольшое число респондентов осознавало, что вопрос "зачем тебе деньги?" не обязательно подразумевает покупку какого-либо материального объекта. Ведь его также можно трактовать как **"что тебе дадут деньги?"** или **"что деньги значат для тебя?"**.

Характерно также, что люди, отвечающие на вопрос с позиции значимости денег, как правило, уже достигли определенных высот и в сетевом маркетинге. Думаю, именно осознание того, что они могут зарабатывать **любую сумму**, снимает границы их ответов.

Вот что сказала мне один из лидеров, мой друг и учитель Марина Успенская: *"Деньги дают финансовую свободу. Для меня это означает, что у меня есть возможность сделать выбор, любой выбор. Проще говоря - я живу как я хочу, где я хочу и с кем я хочу! Также, финансовая независимость -прекрасная возможность лишить себя огромного количества предрассудков и стать лучше и богаче духовно, укрепить свой внутренний стержень! Потому что как только ты свободен от мыслей о деньгах - тебе есть над чем еще подумать. Более важно "*. Согласна с ней полностью.

Только люди ограниченные и меркантильные могут измерять ценность денег (свободных и больших) предметами. Деньги создают деньги, деньги создают историю, деньги создают мир вокруг нас. Не надо искать в моих словах обожествления денег. Свобода, даруемая ими, дает не только выбор куда слетать на выходные, но и возможность сделать мир лучше. Не возможность зайти в магазин D&G по объявлению о новой коллекции, а возможность не пройти мимо объявления о том, что пятилетнему ребенку нужна срочная операция за 40 000 у.е.

Еще в 1860 году Федор Михайлович Достоевский написал: *"Деньги есть чеканенная свобода"*.

Я желаю Вам быть свободными во всем!

Дарья Кириноз, Директор, Рязань. По
материалам блога «Вопросы и ответы о сетевом маркетинге»
<http://daryakirnoz.blogspot.com>

Аксиомы дохода в Орифлэйм, и другие вопросы бизнеса.

Меня очень часто спрашивают: «Марин, а что говорить людям? Вот встретила я с человеком, а как ему об Орифлэйм рассказать?» У меня есть в голове основная заготовка, и я пользуюсь ей всегда, варьируя в беседе лишь акцентами, в зависимости от целей человека. Итак. Бизнес с Орифлэйм (сотрудничество) предполагает два способа получения доходов:

Во-первых, Вы можете получать доходы от продажи продукции за счет розничной наценки (РН). Она у нас в компании 30%! Помните, что наценка на товар и скидка - это математически совершенно разные вещи! Т.е. скидка на нашу продукцию может быть минимально 23% и доходить до 80% (вспомните распродажи).

Во-вторых, компания выплачивает Вам вознаграждение за товарооборот (ТО), который складывается из Вашего личного ТО и ТО Ваших партнеров (структуры).

Итак, чтобы получить прибыль, владелец любого бизнеса сначала должен создать свой личный товарооборот. Личный ТО складывается из того, что мы сами моемся-красимся косметикой Орифлэйм и моем средствами личной гигиены ближайшее окружение, минимум на 150 ББ. А для получения бонусов - 200 ББ.

Несомненно, в основе любого бизнеса, любой коммерческой деятельности - лежат продажи. В своей книге "Школа бизнеса" Роберт Кийосаки написал: "Способность продавать является навыком номер один в бизнесе. Это самый важный навык квадранта "Б". Если ты не умеешь продавать, то не утомляй себя мыслями о том, как стать владельцем бизнеса". Бизнес Орифлэйм - не исключение. Он тоже построен на продажах. Однако, я прошу ВАШЕГО внимания! Наша задача - не с каталогом носиться и продавать. Да, это было есть и будет. Но если вы хотите остаточный доход, если вы хотите больших денег, то наша с ВАМИ задача - **продажа бизнес-возможностей компании, продажа маркетинг-плана!** Т.е под словом *продажа* в Орифлэйм я имею в виду именно это! Проведение бизнес-встреч с презентацией не косметики Орифлэйм, а возможности сотрудничества с компанией.

Именно это делает наш бизнес доступным для человека, никогда ранее продажами (обычными, в традиционном понятии этого слова) не занимавшегося. Именно это является его неоспоримым преимуществом. Наша система не требует становиться супер-продавцом - достаточно иметь небольшой (примерно на 3750 рублей) личный ТО, который в состоянии обеспечить любой "непрофессионал".

Аксиомы дохода в Орифлэйм:

1. В нашем бизнесе большие деньги складываются из небольших товарооборотов многих людей.

2. Заключив договор с компанией, Вы получаете возможность не только получать прибыль от личных продаж, но и приглашать новых людей в бизнес - приглашать их зарабатывать, приглашать их строить уже их собственные прибыльные сети.

3. Успех нашего бизнеса заключается в том, чтобы создать структуру (сеть), в которой **большое количество обычных людей сможет получить что-то ценное для себя:** кому-то понравится пользоваться нашей продукцией, и он станет нашим клиентом, а кто-то захочет улучшить свое финансовое положение и станет Вашим партнером, если Вы предложите ему возможность бизнеса с Орифлэйм и свою помощь.

Не забываем про Вэлнес! Мой опрос показывает, что не все менеджеры рассказывают и показывают каталог Вэлнес не только своим клиентам, но и не акцентируют внимание на нем своих консультантов. Очень большая ошибка! Не решайте за других - дорого им это или нет. Лучше расскажите об этих уникальных продуктах.

4. Размер вашего вознаграждения зависит не от положения в структуре или статуса, а от размера и эффективности вашей организации: сбалансированная сеть (и в ширину, и в глубину) - дает больше денег. Помните, что глубина - стабильность в доходе, ширина - его размер.

5. Чтобы создать структуру из многих людей, каждый из которых будет делать небольшой оборот, Вам не обязательно приглашать всех этих людей лично: достаточно пригласить нескольких ***ключевых*** людей (шести для начала достаточно), и научить их строить их собственный бизнес. Созданная Вами сеть позволяет получить тот самый **1% от усилий 100 людей, а не выполнять все 100% усилий самому.** А если это не 100 людей, а 200, 300 и т.д.? В конечном итоге, количество и продуктивность партнеров преобразуется в товарооборот, который, в свою очередь, и влияет на ваш доход.

Про систему в работе. Основная задача менеджеров уровня 12-18% (здесь я процитирую классиков, ТОП-лидеров Орифлэйм):

- Проводить встречи, презентации Возможности Орифлэйм, мастер-классы, макияжи (хотя я считаю, что макияжи в этом списке лишние, не думаю, что Тамилла Полежаева красила кого-нибудь из своих 24 бриллиантовых директоров)

- Профессионально проводить инструктаж новичков, разбирать с ними папку
Обучать новичка самостоятельно работать с каталогом, с пробниками

- Помогать составить для новичка клиентскую базу

- Обзванивать группу и, ГЛАВНОЕ, правильно передавать информацию по группе,

- Управлять своей группой и быть в курсе всех дел - Все

консультанты проходят лично через Вас

- Вы мотивируете консультантов посещать все школы и мероприятия (сам на всех школах - не оговаривается)

Итак, моя роль, как директора по отношению к менеджерам, опять же цитирую классиков:

Директор, как и менеджер, рекрутирует в свой первый уровень, обучает и ставит цели для Менеджеров. Он проводит большую презентацию один

раз в неделю для всей структуры. *В нашем случае это невозможно из-за разброса организации по регионам. Поэтому нам приходится проводить три-четыре таких презентаций в каталог.* Для организации и проведения презентации он привлекает менеджеров своей структуры. Таким образом, они учатся, дублируя его действия, у них проходит психологическая боязнь проведения таких мероприятий, и они помогают Директору, т.к. он делегирует им часть организационных вопросов, а затем и проведение презентаций. На этих презентациях мы мотивируем наших людей, поощряем их за новые достижения.

Также директор проводит тренинг для консультантов и ставит цели. Контролирует уровень активности в персональных группах. Задачи: рекрутировать и помогать консультантам, обучать менеджеров, ставить цели для менеджеров, контроль уровень активности в ПГ. В принципе можно проводить и презентацию нового каталога на Директорской встрече. На это хорошо идут люди, но это привилегия менеджеров и ваших потенциальных Ключевых Консультантов. Надо привлекать людей как можно раньше выступать.

Итак, опять же словами классиков: Система - это порядок в работе. Система - это то, что можно продублировать.

Система - это опыт успешных лидеров.

Система четко описывает, что надо делать, как часто и какой результат принесут эти усилия!

Система - это разумное распределение обязанностей среди членов команды.

Система - это школа становления менеджера, а затем и лидера Орифлэйм.

Система - это правильный темп, позволяющий достичь результатов в запланированные сроки.

Система - это отсутствие хаоса в голове и вашей работе.

Точки над "и".

Еще раз хочу напомнить, что наша с вами глобальная цель - научить себя работать в сетевом так, как вы ходите на обычную работу - каждый **День!** Пусть мы упростили задачу до размеров недели, но даже если у вас каждую неделю будет появляться один-два новичка, ВАМ уже есть чем гордиться и есть куда двигаться дальше. И если эти новички будут дублировать Вас. Сами знаете, что получится! **НЕТ?** Вспомните закон геометрической прогрессии. 1 человек в месяц и все люди в команде будут делать то же самое, к концу года в структуре 4096 человек! Я занималась наукой, поэтому люблю статистику.

И убеждена, что **секрета успеха в сетевом маркетинге нет. Есть только система действий, когда количество перерастает в качество и обучение. ВСЁ. Всё, дорогие мои. Нет волшебных знаний, пилюль и прочего.** Если вы начинаете действовать, вы неизбежно ощутите нехватку знаний, вы однозначно потянитесь к книгам.

Кстати, о мотивации. Помните, что Вы назвали себя Лидерами. А Лидера мотивировать внешне надо крайне редко. И то, если он сам захочет чуток

встрепенуться и получить новые эмоции, не более! Есть только одна мотивация - внутренняя мотивация. Это ВАМ надо, это ВАША жизнь.

Теперь о бизнесе. Если кое-где бизнес мы заменяем словом работа, то имеем в виду, конечно, слово - бизнес с Орифлэйм.

Остановимся на 9%-ках. Вроде и люди уже есть в структуре и сами кое-чего знаете, а как то дело не движется. Да? Надо в первую очередь сдвинуть парадигму. Цель в бизнесе - развитие сети ЛИДЕРОВ под собой, чтобы в дальнейшем этот бизнес стал развиваться без вашего непосредственного участия, а вы с гордостью именовали себя Сапфировым или Бриллиантовым Директором.

Поэтому, оглянитесь. В вашей структуре кому-нибудь нужен доход для начала тысяч 25000 в месяц? Если такие люди есть, то надо у них спросить. Причем спросить у тех, кто ВАМ нравится и в кого вы готовы вкладывать душу и время, то я Вас поздравляю. Помогите им построить ветку в 9%. Ведь вы же уже такую для себя сделали. Да, с помощью спонсора сделали. НО! Вы же умные, вы учились и наблюдали, как этот процесс происходил. Просто повторите это. Сделали - ура. **Раз у вас это получилось один раз, повторите это еще три-четыре раза с разными людьми.** И вот вы уже на 15%! Теперь вы знаете как стать 15%. И значит, Ваша основная задача - научить ваших 9% стать 15%! Мысль поняли? Три-четыре 15% - и вы стабильный Директор.

А теперь для всех, не только для 9%.

1. Поставьте себе ближайшую цель - создать несколько (три-четыре) 6-9% группы в первом уровне. Кто-нибудь из этих людей проявит себя в процессе работы, и тогда вы уже будете работать более точно с ним на строительство 21% ветки. А если никто не хочет, делаем снова несколько 9% группок и ищем, ищем, может даже в глубине. Напомню, что один из моих ключевых консультантов в моем 4 уровне, однако я работаю с ней, как если бы она была в моем 1 уровне.

2. Перестаньте заглядывать в кошелек к спонсору и считать его деньги. Вы придете в магазин, и вам надо будет платить из СВОЕГО кошелька. Поэтому бросьте это неблагодарное занятие, которое к тому же портит Ваше настроение, и возьмитесь за дело. Да, Ваш спонсор заработал. Что Вам мешает? Искренне надеюсь, что всем -только недостаток опыта (приходит с деланием) и время! Знайте сразу, что доход в 100 000 вопрос лишь времени! и опыта.

Еще одна болезнь, которую надо искоренить. Учитесь строить равномерно и ширину, и глубину. Строя глубину вы будете видеть, как уменьшается Ваша объемная скидка и искренне недоумевать по этому поводу. Мол, вы работаете, а получает ОНА. Парадокс. Вы пригласили человека на деньги, он стал эти деньги в конце концов получать - и ВЫ недовольны! И еще не дай бог вам сказать этому человеку «ты меня подрезаешь!» Поверьте, чеки не растут и по этой причине в том числе. Ваш мозг не дает вам развивать дальше эти структуры, ведь для вас это потрясение. Парадигма сдвинулась - вы работаете, процент растет, а доход нет.

Прошу Вас помнить, что мы не в пирамиде, а в сетевом маркетинге, где каждый получает процент или разницу с процента от организованного Товарооборота

(ТО). И если вы хотите максимальное количество денег от Орифлэйм, стройте структуру правильно и НИКОГДА, НИКОГДА не сдерживайте рост ваших людей! Вы их пригласили ЗАРАБАТЫВАТЬ, так покажите же им этот путь! И если они не будут зарабатывать, они уйдут ... и в конечном итоге проигравшим будете ВЫ.

Быть вечным 15%-ком гораздо хуже, чем вечным Бриллиантовым Директором!
3. Только позитив.

ПОЗИТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ- ТЕСТ НА ПРОФПРИГОДНОСТЬ В НАШЕМ БИЗНЕСЕ.

Очень легко скатиться на негатив, в своих неудачах начать обвинять спонсора (не уделил должное внимание), недостаток продукции на складе и «плохих» дистрибьюторов.

Знаю, что всякое бывает настроение. **Ваша задача - самому себе менять взгляд на все происходящее.** Найти хорошее можно в чем угодно. Читайте воодушевляющие книги, смотрите ДВД с семинарами, смотрите комедии, не засоряйте голову хламом в виде сериалов и ненужной информации, изучайте биографии успешных людей. Я много присылаю вам интересного, что читаю в интернете. Учитесь философии успеха. Общайтесь с единомышленниками и искорените вокруг себя сорняки "негатива". Всегда, всегда надо быть положительно настроенным. Безусловно, я не про мотивированных безголовых куриц вам говорю. Надо просто принимать недостатки спокойно. ПРИНЯТЬ их как данность. **И делать акцент на хорошем.**

Думай, прежде чем вкладывать деньги, и не забывай думать, когда уже вложил их.

Так совпало, что вопрос о том, как и куда, а самое главное, ЧЬИ деньги надо вкладывать в СВОЙ бизнес, меня в последние дни просто преследует. Сначала я получила письмо от менеджера своей структуры, женщины, которую я очень уважаю и ценю. В письме она выражала возмущение тем, что спонсоры (т.е. люди, пригласившие её в бизнес) не хотят вкладывать деньги в развитие её бизнеса. То, что в её бизнес нужны вложения от вышестоящих менеджеров она мотивировала тем, что её структура это и их бизнес тоже. И, что развивая свой бизнес, она "поднимает" и их бизнес, поэтому пусть вкладывают. Тем самым она обнажила две проблемы - непонимание маркетинг-плана компании и то, что я не регламентировала (или формализовала?) в своей структуре такой важный "финансовый вопрос". Кто кому и сколько должен. До сих пор убеждена, что каждый из нас выбирает, как ему вести СВОЙ бизнес. Я действовала так, как меня учили, как чувствовала и, безусловно, холодный расчет не является моей визитной карточкой.

Однозначно, сетевой бизнес отличается от линейного тем, что мы, приглашая в команду людей, зовем их зарабатывать деньги и при этом **быть партнерами сетевой компании.** Мы помогаем нашим Лидерам строить структуры, обучаем людей продажам, спонсированию, корректируем цели и мы кровно заинтересованы в том, чтобы наши менеджеры росли и в званиях, и в доходах.

Важно понимать, что **товарно-денежные отношения у нас не друг с другом**, а с компанией! Т.к. именно компания (в моем случае это Орифлэйм) платит нам за ТОВАРООБОРОТ! Только так мы подходим к ключевым понятиям - сетевой маркетинг и пассивный доход. Но я четко убеждена, что развивая **свой** бизнес, мы должны тратить на это **свои** деньги. И никто нам ничего не должен! Этим моментом наш бизнес **не отличается от линейного бизнеса**. Потому что вложения действительно необходимы. Безусловно, наше преимущество, что речь идет не о сотнях тысяч вложений и бесконечных банковских кредитах.

Какие вложения происходят, когда растишь структуру в регионе? Мы всегда говорим, что основные инвестиции - время и наши мозги. Да. НО! Безусловно, поездки - это бензин, расходы на еду. аренду помещений, косметика (демонстрация). В моем случае, когда я начинала, это еще и были расходы на няню. Никитка был совсем **Малышом**, а бабушки-дедушки живут далеко за полярным кругом. Мне повезло, мне помогли родители и очень помогли мои наставники! И у нас были личные договоренности. Сейчас я уже работаю со своими менеджерами напрямую и у нас тоже **личные** денежные отношения. С каждым из них мы решаем это индивидуально, т.е. нет общего стандарта для всех.

Обучение моих консультантов проходит бесплатно. Я считаю это моей **ИНВЕСТИЦИЕЙ**, а если честно, святой обязанностью - передать им свой опыт ведения бизнеса с Орифлэйм! Однако, то обучение, которое получают наши консультанты, приезжая на семинары в Москву или Рязань, где делятся опытом директора разного полета, мы сделали платным. Конечно, цена за такую эксклюзивную информацию - символическая (150-300 р.). И это сделано не столько для того, чтобы аренду отбить, а для того, чтобы люди приучались платить за обучение! Халява, как показала практика, не ценится, а знания, за которые ты отдал кровные деньги, лучше применимы на деле! **Я** пять лет преподавала в медицинском ВУЗе. И я отчетливо видела разницу в подходе к обучению среди студентов из платных групп и бесплатных. Небо и земля! То, за что платишь, больше ценишь.

Раньше я зачастую дарила диски, книги по бизнесу! Ждала невероятных результатов от полученных знаний :) Теперь я стараюсь их продать. Пусть за символические деньги, но мои менеджеры и консультанты **должны** купить. **Я** видела, что в большинстве случаев бесплатное у них терялось, не читалось и не ценилось.

Мой муж мне всегда повторяет: "*Марина, у нас бизнес. А на чем он основан, на линейных принципах или сетевых, не столь важно именно с точки зрения бизнеса. Ведь основной смысл любого бизнеса - это доход. Но почему-то у людей в линейном бизнесе не вызывает сомнения тот факт, что для того, чтобы заработать, надо вложить. И в этом отношении наш бизнес ничем не отличается от "обычного"*

Андрей продолжает: "**Важно** помнить, что если Вы хотите добиться успеха в сетевом бизнесе, навсегда забудьте фразы типа: я работаю, а она за это деньги получает, это и ваше дело тоже, я же и вашу структуру строю... Все это мышление наемного работника. **ВЫ НИЧЬЮ СТРУКТУРУ, НИЧЕЙ**

БИЗНЕС НЕ РАЗВИВАЕТЕ! ВЫ РАЗВИВАЕТЕ ТОЛЬКО СВОЙ БИЗНЕС, СВОЮ СТРУКТУРУ!!! Вы отвечаете только за себя и свою семью. И только ВАМ решать, что Вы можете сделать для того, чтобы Ваша семья процветала!

И никто, НИКТО ничего Вам не обязан. Ни в денежном, ни в каком другом виде. Да, спонсор (или наставник) заинтересован, чтобы Вы процветали, и **Вы** заинтересованы, чтобы Ваши люди были успешны. Но только спонсор (наставник) решает в какой мере и как помочь своей команде!"

Хочу добавить к словам мужа, когда я вижу, что человек не хочет вложить **даже** 1000 рублей и им движет жадность - я понимаю, что это его основная проблема! И именно поэтому его бизнес расти не может!

Мы с Андреем ездим в регионы Рязанской области каждую неделю и проводим встречи. Да, мы вкладываем деньги в это, но это **наше** решение. Потому что мы верим в тех людей, с которыми мы делаем бизнес! Обратная сторона такой медали и такого отношения к бизнесу заключается в следующем. Люди, с которыми Вы делаете бизнес, помогая их развитию, перестают ценить Ваше время и, на минуточку, Ваши деньги. Они начинают считать, что так и должно быть. На начальном папе очень мною сил уходит на развитие структуры, а потом вполне логично давать людям самим строить уже свой бизнес, и переходить на "поддерживающую терапию". Но не все легко отрываются от "груди матери", а многие даже не хотят этого делать.

Скажу честно, что делать в данном случае я не знаю. Не портить же отношения? Честно, как есть: мой бизнес очень завязан на личных взаимоотношениях с моими менеджерами. В нем много женского. Это правда! **ПОКА** я не умею по-другому. **Я** всегда рассматриваю любые СВОИ поездки как инвестицию в СВОИ бизнес. Выпало, меня предавали, обманывали. Но даже это я рассматривала как урок и шла **дальше**. Обучаюсь по мере движения.

Еще раз подчеркну - хочу, чтобы мой бизнес был с интеллигентным лицом. Лицом, на котором будет яркий отпечаток интеллекта. Поэтому вопрос инвестиций у меня самой всегда вызывал массу вопросов и до сих пор является открытым...

Существует более одного способа посмотреть на проблему, и все они могут быть правильными. Норман Шварцкопф.

Марина Успенская, Директор, Рязань. По материалам блога <http://ladi-in-biz.livejournal.com>

Активность и психическая устойчивость.

Психическая устойчивость

Путь, по которому можно пройти - не идеальный путь.

Так Лао Цзы констатировал простой факт: сколь бы ты ни был сильным, твой путь не обойдется без препятствий, вражды, трудностей и падений. В биографии всех сильных и успешных людей бывали падения, вражда и препятствия. Даже самый сильный стратег может оказаться жертвой стечения обстоятельств и неожиданного совпадения усилий многих врагов. Падать приходится всем. Различается лишь реакция на падение. Один встанет и пойдет дальше. Он будет делать все заново, с нуля. Он станет делать новое дело. Он забудет о разрушенном и станет созидать вновь. Другой никогда не поднимется. Обида, чувство несправедливости, желание реванша, месть - все это будет отвлекать его от созидания нового. **Способность встать после падения и идти дальше отличает человека успеха от неудачника.**

Сожаления, метания, страхи - все это слабости, проявления сомнения в своем праве на успех. Жизнь всегда наносит удары. Если каждый удар меняет ваше психическое состояние, запускает внутренний диалог, череду сомнений и сожалений, это отнимает у Вас огромные ресурсы, которые могут быть направлены на созидание нового. На то, что приносит успех.

Не думайте о потерях. Забудьте о них. Думайте о перспективах. Мир принадлежит Вам.

Эта позиция и обеспечивает психическую устойчивость. Она делает Вас сильным.

Установка на пассивное поведение.

На одном из моих тренингов как-то сложилась интересная ситуация. Один из его участников признался, что в общении ему мешает страх, будто он может подвергнуться насилию, будто его будут бить ногами. При этом выяснилось, что до сих пор ногами его пока что не били. Очевидно, отсутствие опыта и порождало страх. Страх перед неизвестным. Поняв, что парню такой опыт просто необходим, мы решили его побить ногами. Просто так побить парня оказалось делом внутренне запретным. В конце концов выполнить поставленную задачу оказались способны двое - Директор колледжа и директор торгово-софтверной компании.

Кроме несомненной пользы для парня, получившего опыт избития ногами и в результате утратившего панический страх перед этой рутинной процедурой, эта ситуация позволила выявить еще одну важную установку сознания. На мой вопрос - **как бы другие участники тренинга действовали в этой ситуации?** -

все присутствующие отвечали по-разному: кто-то рассказывал, как бы он постарался убежать, а кто-то - как бы он отбивался и кого бы из нападавших "вырубил" первым, а кого затем.

Во всех ответах было только одно общее: **все идентифицировали себя с избиваемым, с жертвой**, а вовсе не с теми, кто его избивал. Все ставили себя на место жертвы. Никому не пришло в голову, что на самом деле я спрашивал о том, как бы они действовали, если бы им пришлось оказаться на месте активно действующих в этой ситуации.

Тот факт, что в этой ситуации вообще-то две стороны, что можно поставить себя на место как той, так и другой, оставался **за пределами сознания** каждого из участников тренинга. Идентификация с жертвой казалась **единственно возможной**, возможность оказаться не на месте жертвы, а на месте нападающего, даже не доходила до сознания. Когда я обратил внимание на сей простой факт, это оказалось для присутствующих маленьким по трясению.

Итак, вот одна из основ нашего внутреннего рабства: в результате социализации в той культуре, в которой мы выросли, у нас выработалась стойкая бессознательная, недоступная критическому осмыслению **установка на пассивное поведение** в любой ситуации.

Вы думаете. Вы бы вели себя в аналогичной ситуации по-другому? Тогда начните обращать свое внимание на собственное повседневное поведение. Входя в любую ситуацию, Вы бессознательно задумываетесь не о том, что в ней будете делать Вы, а о том, что будут делать **с Вами**. Именно поэтому Вы часто встаете в нерешительности перед новой ситуацией, тормозите себя перед новыми горизонтами и возможностями, проходите мимо огромного количества возможностей, которые предоставляет Вам судьба.

Именно эта установка порождает нерешительность, порождает страх перед ситуацией. Ожидая, что что-то будут делать **с Вами**, Вы вполне вправе ожидать, что будут делать что-то нехорошее. При такой изначальной готовности всякий новый контакт вызывает опасения, желание его избежать. Эта установка делает трудным простой разговор с незнакомым человеком по телефону: кажется, что Вы непременно встретитесь с агрессией, что вас обидят, что лучше избежать разговора. Голос пресекается, становится неуверенным. Все это заставляет Ваше бессознательное сигнализировать бессознательному партнеру Вашу неуверенность, слабость, готовность принять его руководство. Если партнер сам не готов к такому руководству, Ваше поведение, ваша неуверенность вызывают его неприязнь, встречную агрессию, встречное стремление избежать контакта с Вами, защититься от него грубостью. Контакт проваливается.

Активная позиция.

Обычный человек склонен к пассивному поведению. Это - одна из составляющих его рабского положения.

Активный, сильный, уверенный в себе и открытый человек, **актуализатор**. наоборот, входит в любую ситуацию и в любой контакт с мыслью "Что в этой ситуации **буду делать Я?**" Ему даже в голову не приходит, что что-либо могут сделать с ним. Поэтому ему не свойственны страх перед

ситуацией и неуверенность, его подход к ситуации - творческий, активный. Он знает, **что** он будет делать. А если еще не знает, то по крайней мере уверен, что ситуацию контролирует он.

Именно эта установка и позволяет актуализатору спокойно и без усилия контролировать любую ситуацию. Его бессознательное сигнализирует окружающим готовность взять на себя ответственность за ситуацию и уверенность в ней. Это порождает у окружающих, у партнеров желание **принять его руководство** - и это принятие происходит без каких-либо противодействий, незаметно, на бессознательном уровне, само собой.

Человека, занимающего в общении и в жизни пассивную позицию, распознать очень легко. Он держит голову немного вниз - так, чтобы глаза его при взгляде на партнера смотрели немного вверх. Взгляд снизу вверх свойствен такому человеку, даже если он ростом выше партнера - он так исхитряется держать голову, чтобы все равно смотреть снизу вверх. Пассивная позиция провоцирует на то, чтобы тебя везде имели. И имеют, разумеется. Активная позиция стимулирует окружающих к тому, чтобы под тебя лечь, принять твое первенство и руководство.

Взгляд вверх всегда сопутствует пассивным процессам в психике: воспоминаниям, подчинению, обмороку, влюбленности. Взгляд сверху вниз, наоборот, сопутствует активным процессам в психике: конструированию, насильственным действиям, творчеству.

Актуализатору свойственен прямой взгляд - "три градуса ниже горизонта". Он обычно смотрит прямо в глаза партнеру - уверенно и доброжелательно. Неуверенные люди стараются ловить его взгляд снизу - нет другого способа встретиться с ним глазами. Он смотрит немного сверху вниз даже на тех, кто выше ростом - все дело тут в посадке головы. Такой взгляд сопутствует его творческому подходу к ситуации.

Установка на активность.

Итак, подведем маленький итог: одним из главных тормозов нашего продвижения по жизни, источником вечных страхов и причиной некоммуникабельности является одна из базовых установок бессознательного **-установка на пассивную позицию**. Она делает Вас рабом. Она запрещает Вам использовать ситуацию **в своих интересах** и заставляет пассивно ожидать, как будут Вас **использовать** в чужих интересах. Осознав, что

Вас использовали. Вы немедленно начинаете винить в произошедшем "обманувшего" Вас партнера - но дело уже сделано, произошедшего не отменишь. Впрочем, ворча на то, что Вас используют, Вы продолжаете позволять использовать себя дальше.

Смена этой установки, выработка активного отношения к ситуации и партнеру является необходимым условием успеха в жизни и в общении. В курсе ШЭЛ есть ряд упражнений и методик, которые позволяют работать с установками, заменять негативные, ущербные установки на социально успешные. Но уже сейчас Вы

можете **поработать над сменой этой установки**, настроить себя на активность, а значит - и на успех.

Прежде всего, возьмите себе за правило сознательно отслеживать любую реакцию на новую ситуацию. Возьмите себе за правило: как только у Вас возникает неуверенность или страх перед ситуацией или контактом с новым человеком, немедленно анализируйте, КАК вы воспринимаете эту ситуацию или этот контакт.

Ждете ли Вы, что что-то **случится** с Вами? Это неправильное, ошибочное восприятие ситуации. **С Вами ничего не может случиться.** Вы должны думать о том, что Вы будете делать в этой ситуации, как Вы ее повернете в **свою пользу**, как Вы ее будете **использовать**.

Так постепенно рационализируя действия этой негативной бессознательной установки, выводя ее на свет божий, а точнее - под свет сознания, Вы получите возможность **сознательно управлять** своим отношением к ситуации. Вы получите возможность произвольно вызывать у себя активное отношение к ситуации.

Конечно, «внутренний надсмотрщик» так просто не сдаст свои позиции. Конечно, еще некоторое время выработка сознательного плана будет перебиваться рецидивами "ой, а что мне за это будет? Что все же сделают со мной?" Но даже небольшой элемент активной позиции сделает Ваше поведение намного успешнее, чем сейчас.

Постепенно надсмотрщик отступает. Он - не хозяин Вашей психики, он действует лишь в бессознательном - там, куда не достигает свет сознания. Настоящий хозяин - Ваше сознательное Я. Если Вы возьмете себе за правило освещать светом своего сознания какой-либо уголок Вашей психики, надсмотрщик постепенно поймет, что хозяин сам взял контроль над этим участком - и уйдет отсюда навсегда, забрав с собой свои неверные установки. Тогда Вы перестанете беспокоиться, обретете уверенность перед лицом новых возможностей и новых контактов. **Получив контроль над своей установкой на ситуацию, Вы получаете и контроль над ситуацией.** А значит. Вы сделали важный шаг к тому, чтобы стать хозяином своей жизни и судьбы. Шаг к успеху.

По материалам проекта «Школа Эффективных Лидеров».

Шесть принципов успеха.

Дорогие мои коллеги по бизнесу, друзья! Я уверен, что каждый из нас в своих действиях и поступках руководствуется определёнными установками и принципами, которые помогают принимать правильные взвешенные решения в самых разных ситуациях. Поделюсь некоторыми из таких принципов. Я не придумал их сам, но взял за основу как часть жизненной философии реального человека, жившего в наше время, нашего современника, который добился признания и колоссального успеха за свою недолгую жизнь. **Вот эти шесть замечательных принципов:**

1. Информация - это ключ к успешным действиям, а успешные действия - ключ к успеху.

Если вы посещаете школы, семинары и активно участвуете во всех учебных мероприятиях, то вы наполняетесь нужными знаниями (информацией), получаете эмоциональное подкрепление и уверенность в том, что вы двигаетесь в нужном направлении с правильными людьми, и, как следствие, вы осуществляете успешные действия и открываете дверь стремительного роста в карьере. Это просто принять. Действительно ли для вас это просто? Не очень понятно? На семинар, на тренинг - вперёд, марш!

2. Прошлое не имеет значения - ваши действия сегодня определяют ваш успех.

У большинства людей этот принцип вызывает некоторое замешательство, недоумение и дополнительные вопросы. А ведь и в самом деле, то, что вы делали вчера или три дня назад, это событие уже прошло, и исправить его уже в принципе невозможно... Прошедшее событие можно скрыть от других, от себя... или гордиться сделанным или испытывать чувство вины и раздражение, но исправить его нельзя! То, что мы говорим, делаем, переживаем сегодня, именно сегодня, с самого утра, днём и вечером - именно эти события формируются и происходят непосредственно сегодня и сейчас, и они дадут нам «пищу» завтра. Тем не менее, сегодняшние наши действия уже невозможно исправить завтра. Завтра они уже будут прошлым, они уже произошли. Всё! Точка! То, что мы наговорили и натворили сегодня - именно это будет фундаментом того, что мы к нашей радости или к нашему огорчению получим завтра.

Отсюда простой и ясный вывод: сегодня мы концентрируемся: **а)** на том, о чём мы думаем, **б)** на том, что вследствие нашего думания мы говорим и, **в)** на том, что сегодня мы делаем, хорошо предварительно подумав и сказав. И именно сегодня весь день мы следим за своей речью, чтобы не ляпнуть **какую-либо** глупость, и чтобы не сорваться на эмоциях, если нам кто-то в ответ на наше предложение ляпнет **какую-либо** глупость, типа: Орифлэйм -это пи-ра-ми-да?!

Итак, коротко и ясно: прошлое мы оставляем в прошлом, целиком концентрируемся на том, что мы делаем сегодня, и то, что мы натворили сегодня -это и

будет базой для нашего будущего успеха (или неуспеха). Итак, как только мы проснулись, «сегодня» уже началось. Делаем, делаем, делаем -завтра успех!

3. Разумно спланированный день - это самое лучшее вложение, которое вы можете сделать в своё будущее.

К примеру, вчера вы провели 25 встреч ВВО и к полуночи едва ворочали языком и, имея бледный вид и матовый оттенок, пытались дать кандидатам важную информацию как начать бизнес с Орифлэйм. Сегодня вы уже не в состоянии внятно излагать свои мысли, потому что вы не выспались вследствие ночного кошмара, когда вам снились миллионы кружочков и вопли кандидатов: «Это пи-ра-ми-да?!?!». На пару дней вы вышли из строя, потому что неразумно распределили своё время и силы. Что мешало вчера провести 5-7 ВВО, сегодня 4-5 ВВО, завтра вы великолепно проведёте 5-6 ВВО и будете в прекрасной форме «в ударе» без всякого переутомления и не задавленные волной негатива кандидатов. **Наш бизнес - не спринтерский рывок. Наш бизнес - марафонская дистанция длиной в жизнь.** Действительно, если вы разумно, правильно определили свою тактику, то каждый плодотворный, разумно спланированный день без надрыва или без беспробудной лени, каждый такой день будет бесценным вложением в будущий успех.

4. Вера в себя - это первая ступень веры в своё будущее.

Этот принцип настолько труден и суров для восприятия, и некоторые люди так задавлены своими комплексами неполноценности и сомнениями, что им впору идти не в наш бизнес, им надо явиться на проповедь к батюшке, к мулле или к раввину. Очень давно мне врезались в память слова Патриарха Всея Руси Алексия Второго: «Вера в доказательства не нуждается». Если ваш спонсор вам сказал, что вы тупой и ни на что не годный и бесперспективный консультант и вы три года на двух процентах, хотя посещаете каждый семинар и тщательно строчите конспекты, ловите каждое слово топовых лидеров, то вы тогда скажите своему спонсору, который потерял веру в вас, что он сам тупой и безнадёжный и теперь вы будете работать самостоятельно. Вы скажите ему и другим неверящим, что вы видите свое необыкновенное, высокое предназначение не смотря ни на что. У вас есть главный фундамент: вера в то, что вы преуспеете вопреки всякой логике и обстоятельствам и негативному мнению окружающих. И вас неизменно ждёт успех, ибо вы уже стоите на первой ступени и ваша вера в замечательного в самого себя не нуждается ни в каких доказательствах. Всё, вперёд!

5. Везение наступает тогда, когда ваши действия соответствуют вашему планированию.

Помните поговорку: везёт тому, кто везёт? Переоценить значение этого принципа просто невозможно! Он настолько важен, настолько глубок по смыслу и по своему эффекту, что некоторые люди рассматривают его на основе другого принципа: «Смотрю в книгу - вижу фигу!» От них чаще всего мы слышим: «Ну, ему везёт... Ей повезло!». Знаем ведь с детства: спланировал - сделал - получилось - доволен и счастлив! Спланировал -сделал - получилось - доволен и счастлив! А если не спланировал - сделал - получилось неизвестно что - истерика, слёзы! Или

спланировал - не сделал - ничего не получилось - разочарование и депрессия. То есть - не повезло! А мы возьмём, спланируем и сделаем и опять спланируем и обязательно сделаем! И «везение» не заставит себя ждать. В нашем бизнесе такое везение наступает тогда, когда в нашей команде появляется человек, который бизнес Орифлэйм представляет делом всей своей жизни! Есть такие люди. Повезло!

6. Успех в бизнесе и в личной жизни - это неизменный результат систематической, кропотливой работы.

Этот принцип - просто констатация факта. Этим принципом подчёркивается итог ваших мыслей, слов и действий. Его даже не нужно обсуждать, но упомянуть его отдельной строкой - совершенно необходимо. «Без труда не вытащишь рыбку из пруда», «терпение и труд всё перетрут» - простые банальные истины, известные нам ещё из пионерских речёвок! Можно ли представить успех в какой-либо области деятельности человека без систематической кропотливой работы? Никогда! Почему же надо постоянно держать этот принцип в голове и повторять его как мантру? Как это может положительно сказаться на результатах нашего бизнеса? Секрета никакого нет, потому что это абсолютная истина: успех в бизнесе и в личной жизни - это неизменный результат систематической, кропотливой работы. Точка.

В дополнение к перечисленным принципам, которыми я руководствуюсь в повседневной жизни и в работе, я бы хотел добавить - как бизнес с Орифлэйм позволяет вести тот образ жизни, который интересен мужчине в расцвете сил и как осуществились мои мечты, которые зародились ещё в детские годы. Я опишу некоторые события последних трёх лет, в течение которых моя жизнь преобразилась невероятным образом.

С 1965 по 1970 год я учился в школе-интернате в Москве, и в нашем классе появилась девочка из Эфиопии по имени Элен Ифру. Элен рассказывала | одноклассникам об Африке, дарила эфиопские монеты, показывала открытки и марки колониальных африканских стран, и я заворожено любовался видом заснеженной вершины Килиманджаро. 38 лет спустя, на встрече од-одноклассников я узнал, что Элен была дочерью эфиопского диктатора Менгисту. В январе 2007 года в аэропорту, ожидая вылета в Таиланд, я заметил высокую красивую африканку, мы с ней разговорились. Я ей рассказал о моей однокласснице из Эфиопии и о моей смутной детской мечте увидеть самую высокую гору Африки. Мадам Фелли Мбамбази дала мне свою визитку и предложила зайти в её турфирму и посмотреть варианты туров по Африке, в том числе возможность восхождения на Килиманджаро. 23 октября 2007 года, в мой 50-летний юбилей, в 4 часа 30 минут я стоял на самой вершине Килиманджаро, на Ухуру пик (5896м), и наблюдал восход африканского солнца над горизонтом саванны. Каталог Орифлэйм с моими телефонами и предложениями делать заказы и зарегистрироваться в мою команду я лично закрепил на памятной доске

на вершине. (Смотрите фотоальбом Вконтакте). Мне довелось испытать то чувство невероятной эйфории, которое испытывают люди, достигшие самой вершины священной для танзанийцев и кенийцев Килиманджаро. Они верят, что гора овевана мистической силой и, как говорят танзанийские вуду, тот, кто в свой день рождения встречает восход солнца на пике горы, тот проживёт ещё столько же. Приятно осознавать, что боги Африки щедро подарили мне как минимум ещё 50 лет!

В детстве, после просмотра фильмов «Гайна двух океанов» и «Акваланги на дне», у меня родилась жгучая мечта погрузиться с аквалангами в изумрудно-голубую бездну и парить среди тропических рыб и кораллов, одновременно снимая это подводное великолепие на подводную камеру. Благодаря сотрудничеству с Орифлэйм, имея неограниченное количество свободного времени, я прошёл курсы подводного плавания и осуществил погружения в самых невероятных местах. Свой 51-й день рождения я со своими друзьями энтузиастами-дайверами отметил в Египте, в культовом месте всех дайверов мира - Дахабе, погружением в арку Блю Хол на 55 метров, и в этот же день мы нырнули в Блю Каньон на 39 метров. Естественно, на дне пещеры, среди скал и кораллов, омываемый морским течением, шелестит страницами каталог Орифлэйм. Под впечатлением этого морского приключения у меня возникла авантюрная идея нырнуть в пещеру Блю Хол в новогоднюю ночь 2008-2009. И три человека в мире осуществили это невероятное ночное погружение на 59 метров в абсолютно тёмную пещеру, где под сводом подводной коралловой арки бой курантов возвестил о наступлении нового, 2009 года. В этой миссии мне выпала роль подводного Деда Мороза с мешком подарков от Орифлэйм для участников новогодней экспедиции. Жак Ив Кусто, который обнаружил пещеру Блю Хол 40 лет назад, и тот не рискнул сделать ночное погружение в этом месте.

Наступление 2010 года моя команда дайверов отметила в Таиланде потрясающим погружением в чистейших водах залива острова Ра-чия, недалеко от островов Пхи-Пхи, где снимался фильм «Пляж» с Леонардо ди Каприо...

В детстве я мечтал о путешествиях по всему миру и сильнейшее впечатление на меня произвели книги «Робинзон Крузо» и «Морской волчонок». Так у меня возникла идея провести недельку в полном одиночестве на необитаемом острове. Моя невероятная мечта осуществилась в октябре 2009 года. Недельку я жил в палатке в джунглях среди скорпионов и змей на острове Ко-Клум (я выбрал его на юге Таиланда по спутниковой карте) как Робинзон, без запасов еды в полной гармонии с дикой природой. Рыбу я добывал подводной охотой, ночью на отмелях ловил здоровенных крабов голыми руками, срывал кокосы, взбираясь на высоченные пальмы. Чтобы не обгореть под палящими лучами тропического солнца у меня с собой были замечательные средства Орифлэйм и они доказали свои великолепные качества в самых экстремальных условиях!

Там же, в Сиамском заливе, на границе с Камбоджей, на острове Чанг я встретил мой 52-й день рождения. Конечно, я не сидел в ресторане, я был на шхуне в открытом море и сделал несколько погружений с командой французских дайверов в экзотических коралловых зарослях атолла Хин Рап. В Таиланде, в

Андаманском море, вокруг острова Пхукет и в Сиамском заливе почти не осталось дайв-сайтов, где бы не «ступали» мои ласты, но и этих впечатлений мне было мало.

Мои детские мечты об авиации, о ракетах, о самолётах, парашютах, не давали мне покоя. Я занимался в авиамodelьном кружке, а потом сам обучал детей авиамodelизму в пионерском лагере. И вот, 23 октября 2010 года, я отметил мой 53-й день рождения прыжком с парашютом с высоты 4000 метров на аэродроме Коробчеево под Коломной. Я прыгал с инструктором в тандеме с самолёта, с которого в этот день делали тренировочные прыжки чемпионы мира по парашютному спорту. Представляете, какие впечатления и ощущения у меня остались в этот знаменательный день?! Я уговорил инструктора взять мою видеокамеру и самому снимать собственный прыжок, и таким образом осуществилась очередная моя мечта воздушного кинооператора. Конечно, все инструкторы и спортсмены-парашютисты получили от меня за доставленные сверхострые ощущения подарки - великолепный парфюм от Орифлэйм. Видеоролик моего прыжка выложен на стене Вкон-такте. Я всегда мечтал о такой насыщенной и полной впечатлениями жизни, и эти мечты воплотились в полной мере и даже превзошли в некоторых моментах мои ожидания... И всё это благодаря сотрудничеству с Орифлэйм.

Все мы хотим быть богатыми и при этом быть здоровыми и счастливыми и чтобы нас окружали самые достойные люди, и чтобы мы жили очень-очень долго и радовались каждому дню. В ноябре 2008 года я прошёл курс восстановления зрения у профессора Жданова, научился видеть без очков и проникся идеями трезвого и здорового образа жизни, и сейчас пропагандирую абсолютно трезвый образ жизни в любой социальной среде и в любом коллективе, где бы я ни находился.

Нет ничего дороже нашего здоровья и здоровья наших близких.

Помните мой поход на Килиманджаро и предсказание танзанийских вуду о том, что я проживу как минимум сто лет? Всё один к одному! Я работаю с Орифлэйм, с самой успешной компанией в мире благодаря встрече с моими спонсорами, безмерно уважаемыми мной Владимиром и Тамиллой Полежаевыми. Изумительную программу питания и здорового образа жизни Wellness я использую ежедневно уже скоро три года. Ученый с мировым именем Стиг Стен, разработавший со своим коллективом Wellness, сказал как-то раз, что эта программа реально может дать возможность человеку жить здоровым до ста лет!

Желаю вам творческого полёта и неизменного успеха в нашем замечательном бизнесе в окружении замечательных людей.

И осуществления заветных мечтаний, конечно же, благодаря сотрудничеству с Орифлэйм!

Василий Бочкарёв, Золотой директор, Москва.

Несколько слов о проекте «Мой Спонсор».

Российский проект «Мой Спонсор» набирает обороты. Цель проекта - развить у консультантов деловые навыки и помочь в таком непростом деле, как личностный рост. На будущее у нас есть много интересных задумок, которые мы планируем осуществить в ближайшие два года. В **2011** году мы предлагаем консультантам:

1. Выпуск ежегодника «Мой спонсор-2011», состоящий из авторских статей российских Директоров «Орифлэйм».

2. Тренинги по темам:

- Развитие навыков эффективного общения,
- Развитие уверенности в себе,
- Личностное самопознание и саморазвитие.

Для участия набирается тренинг-группа (**10-12** человек), с которой работают два профессиональных тренера-психолога. Продолжительность тренинга - **3** часа.

Заказать книгу «Мой Спонсор-2011», а также записаться на тренинг можно, написав на my-sponsor@yandex.ru

Желаем успехов!

Редакторский коллектив.