

ТЕОРИЯ БИЗНЕСА.

1. ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ.

Давайте разберемся более детально с понятием "мотивация ВНУТРЕННЯЯ, а не внешняя". О чем идет речь? Вроде бы, все понятно. Но есть одна фундаментальная ошибка, которую совершают все, за очень редким исключением.

Если Вы усвоите этот урок, то сэкономите себе невероятное количество сил, денег, времени, нервов.

Неужели понимание того, что такое ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ сможет вас от всего этого избавить?

Ответ - да!

И заметьте, все это имеет отношение к Теории Бизнеса.

Внутренняя мотивация - это желание + готовность сделать практические действия для улучшения какой-либо ситуации, решения проблемы и достижения цели.

Внутренняя мотивация по определению идет изнутри. Её нельзя привнести снаружи!

Именно в этом и совершает ошибку масса людей, пытающихся убедить и переубедить других. Они пытаются дать им МОТИВАЦИЮ, чтобы те подключились к их делу как партнеры! Да, вы можете вызвать у них ЖЕЛАНИЕ. Но у них не будет еще одной важной составляющей - ГОТОВНОСТИ ДЕЙСТВОВАТЬ.

Можно видеть грустную картину, как один человек убеждает другого, тратя при этом массу времени и своего, и того человека, массу сил и энергии. Он приводит в пример много случаев того, как кто-то стал богатым. Говорит о больших деньгах, о том, как все это просто, стараясь мотивировать собеседника на подключение к его бизнесу. Но все это выливается либо в спор, либо в навязчивое стремление убедить в своей правоте. Как результат таких действий - человек уходит с искаженным пониманием идеи MLM или полным её неприятием! Такие встречи наносят ущерб индустрии. Это ошибка дилетантов!

Кстати, дилетант - это поверхностно относящийся к делу человек, не вникший в секреты мастерства, который пытается заниматься тем, в чем ничего не понимает, кроме мелких незначительных деталей. В народе о таких, говорят: «Слышал звон, да не знает, где он».

Внутреннюю мотивацию невозможно дать человеку. Она либо есть, либо ее нет. Люди тратят огромное количество времени на встречи с теми, у кого нет внутренней мотивации, и хотят их привлечь в бизнес как партнеров. Это безумие!

Из вышесказанного вытекает один самый неизвестных принцип, закон, который облегчит Вам жизнь!

Речь идёт о принципе «ЗОНА ПОИСКА».

ЗОНА ПОИСКА - это Ваш инструмент, который поможет избежать траты времени, сил, денег, нервов и прочего!

2. ЗОНА ПОИСКА.

Зона Поиска - это такое состояние человека, когда он обладает внутренней мотивацией (готов действовать) и ищет практические пути решения проблем или достижения целей.

Именно такие люди могут стать настоящими партнерами, а не очередными "подписавшимися" дистрибьюторами. ИМЕННО ТАКИХ ЛЮДЕЙ НАДО ИСКАТЬ И ТРАТИТЬ НА НИХ ВРЕМЯ.

ЕСТЬ ЕЩЁ ОДИН МОМЕНТ. Те, кто сейчас не в ЗОНЕ ПОИСКА, могут попасть в неё позже: через полгода, год, два...

А что же делать с остальными, которые не в ЗОНЕ ПОИСКА, а их большинство? А остальные могут быть потребителями (клиентами со скидкой) или клиентами по полной цене. Это все, о чем с такими людьми можно говорить!

И еще один **секрет** по поводу ЗОНЫ ПОИСКА: внешние обстоятельства не являются гарантом того, что человек находится в ЗОНЕ ПОИСКА!

ПРИМЕР.

Давайте посмотрим, как Вам может пригодиться принцип ЗОНЫ ПОИСКА. Вы занимаетесь бизнесом пищевых добавок. У вас есть знакомый, у которого проблемы со здоровьем, и он об этом с Вами говорит, жалуется и прочее.

Вы думаете, что ему-то точно нужен ваш продукт. По внешним признакам вы сделали вывод, что этот человек - в ЗОНЕ ПОИСКА здоровья, а значит, ваш продукт ему позарез нужен. Вот так удача!

И каково же будет Ваше удивление, когда на любое Ваше предложение пользоваться вашей продукцией, даже по самой низкой цене, человек находит массу отговорок и барьеров, почему ему она не нужна или почему он не может сейчас этим воспользоваться! Вы потратили время, силы. Вы с открытой душой хотели ему помочь, а он... И вы начинаете терять энтузиазм. У вас первое поражение. А если еще и негативное мнение услышали от такого человека, то ко всему прочему и досада (если не разочарование)!

Но если бы вы применили принцип ЗОНЫ ПОИСКА, то вы бы не потратили, ни сил, ни времени, ни нервов. Вы бы не были «загружены» негативными эмоциями и чувствовали себя замечательно! Все что нужно было сделать ДО ТОГО, как начать разговор - выяснить находится ли человек в ЗОНЕ ПОИСКА решений своих проблем со здоровьем.

Выяснив это, вы бы увидели, что человек из нашего примера не находится в ЗОНЕ ПОИСКА, хотя внешние обстоятельства, его слова, говорили о том, что он в ЗОНЕ ПОИСКА! В таком случае не то что о бизнесе и партнерстве, но даже о вашей продукции с ним не надо говорить. Экономьте свое время, силы, деньги, энтузиазм.

КАК ЭТО СДЕЛАТЬ НА ПРАКТИКЕ?

Ответ даёт ТЕХНИКА ПРЯМОГО ВОПРОСА.

Что такое ПРЯМОЙ ВОПРОС и зачем он нужен?

На самом деле - это невероятно эффективный инструмент, который тоже экономит кучу времени, сил, денег и т.д.

ПРЯМОЙ ВОПРОС позволит Вам найти подход к людям в большинстве случаев, не тратя на это дни и недели, чтобы как-то подступиться к ним с вопросом о продукции или бизнес-возможностях.

ПРЯМОЙ ВОПРОС позволит Вам выяснить с большой вероятностью (но не на все 100%, т.к. такое невозможно в принципе), находится ли человек в ЗОНЕ ПОИСКА..

ПРЯМОЙ ВОПРОС - это вопрос, заданный напрямую, для выяснения отношения человека к чему-либо..

Давайте возьмем тот же случай - человека с проблемным здоровьем и жалобами на него. Как в такой ситуации можно было бы использовать этот вопрос?

Очень просто, надо спросить такого человека: **"Скажи, а ты ищешь способы решения своих проблем со здоровьем?"**

И как только Вы зададите этот вопрос, будьте внимательны и слушайте, что скажет в ответ этот человек. Скорее всего, он скажет что-то типа: «Ну, знаешь, у меня пока нет денег, чтобы об этом думать» или «Я бы хотел решить эти

проблемы, но сейчас у меня мало времени», или «Да, но это уже поздно делать, надо было смолоду заботиться о здоровье».

Это сразу вам покажет, что человек не в ЗОНЕ ПОИСКА и не будет заинтересован вашей продукцией.

Если вы хотите узнать, находится ли человек в ЗОНЕ ПОИСКА возможностей, то задайте вопрос: **«Ищешь ли ты способы как зарабатывать больше денег?»**

Слушайте ответ. Вы поймёте, кто перед Вами - человек в ЗОНЕ ПОИСКА или нет.

Если он не в ЗОНЕ ПОИСКА повышения дохода, то можно проверить его на желание пользоваться вашими товарами или услугами. Если ни то и ни другое, то не нужно и начинать.

Таким образом, **знание важного принципа ЗОНЫ ПОИСКА + ПРЯМОЙ ВОПРОС, помогут Вам сэкономить Ваши ресурсы** (время, энтузиазм, деньги...).

У вас больше не будет негативного опыта, так как, Вы больше не будете общаться с людьми на те темы, которые их не интересуют, и, таким образом, не потеряете время.

И помните!!! **Только тот человек, который находится в ЗОНЕ ПОИСКА возможностей (большего дохода) и у которого есть ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ, может стать серьезным партнером в бизнесе.**

3. ОТНОШЕНИЕ К ДЕЛУ.

ЧТО ТАКОЕ ОТНОШЕНИЕ К ДЕЛУ?

Это чувство, которое вы испытываете к тому, что делаете (в нашем случае-своему новому бизнесу, пусть его еще и нет).

Это степень, до которой вы считаете это дело своим. Это напоминает, например, отношение к своему любимому делу или своим детям. Вы считаете их своими, и не важно, кто и что об этом думает! Здесь должно быть такое же чувство — это ваш бизнес!

Вам необходимо понять — вы начинаете свое собственное дело, которое может принести вам больше возможностей и денег, поможет обеспечить себя и детей и которое можно будет даже передать по наследству.

Без правильного ОТНОШЕНИЯ К ДЕЛУ создать бизнес, с помощью которого вы сможете заработать хорошие деньги, невозможно!

Правильное ОТНОШЕНИЕ К ДЕЛУ больше, чем что-либо еще, влияет на успешный результат!

Вспомните пример из своей жизни, когда вы что-то делали с большим, достойным примера ОТНОШЕНИЕМ К ДЕЛУ. Какой результат вы получили? Посмотрите на людей вокруг, и вы увидите, что значит жить без правильного ОТНОШЕНИЯ К ДЕЛУ (к своей жизни, к работе и т.п.)

В историях жизни известных людей, вы непременно найдете примеры «невероятного», «выше среднего» ОТНОШЕНИЯ К ДЕЛУ!

Это точно, иначе они бы не стали великими, известными людьми.

4. ЛИЧНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТ.

Привыкайте к факту, что вы несете полную ответственность за результаты в вашем бизнесе. Только так и не иначе. Как только вы позволите себе думать, что это кто-то еще, кроме вас, ответственен за ваш результат, вы попадёте в ловушку! Вы всё больше, и больше будете искать виновного на стороне, когда у вас не будет получаться так, как хотелось бы.

Когда Вы примите на себя БЕЗОГОВОРЧНУЮ, ПОЛНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТ, только тогда Вы сможете бросить все силы на достижение успеха, а не на поиски виновных (обстоятельств, спонсора, компании, других людей...).

Есть неудачники, которые вместо того, чтобы сказать, что они не приложили достаточно сил, не обучались и вообще ничего толком не делали, с гордостью и видом авторитетного человека рассказывали басни про то, какой плохой оказалась компания или спонсор.

Они подключились к бизнесу, пользовались продукцией, но богатыми так и не стали. Часто такие люди слабы и не могут признать своих ошибок.

Если встретите таких людей, то задайте им вот такие вопросы: «А что компания-партнер нарушила свои обязательства по договору?», «Может, вам перестали давать скидку, начислять деньги?», «Может, вам подсунули некачественную продукцию?»

И я гарантирую (это в отношении нашей компании-партнера), что ничего такого не было!!! Такие люди пользуются невежеством, которое царит среди части людей, и выставляют себя экспертом. Будьте начеку, такие люди принесут Вам большой вред, если вы будете с ними общаться, а тем более, принимать их советы.

ВОЗЬМЁМ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НА СЕБЯ ЗА СВОИ ПОСТУПКИ (действия или бездействие) И РЕЗУЛЬТАТЫ.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ — это просто признание себя причиной того, что происходит благодаря вашим действиям или бездействию.

5. БИЗНЕС. КОПИРОВАНИЕ.

МЛМ бизнес имеет основную свою прелесть - большой доход за счет небольших усилий.

ГЛАВНОЕ – ЗАПУСТИТЬ В РАБОТУ КОПИРОВАНИЕ!

Бизнес - это получение дохода с использованием СИСТЕМ и РЫЧАГОВ. Это не просто продажа чего-то и получение небольшой прибыли от своих личных усилий. Если вы получаете доход, только от своих усилий - это дополнительный доход, а не бизнес, так как никаких рычагов здесь нет, только ваши личные усилия и все.

Что такое СИСТЕМА?

От греческого слова "системос", что означает "неразрывное целое, вместе". Представьте себе звенья цепи. Если они соединены в цепь, то это "система звеньев". Они составляют НЕРАЗРЫВНОЕ ЦЕЛОЕ – ЦЕПЬ.

Если разорвать только одно звено - вся цепь теряет смысл, она больше не выполняет своей функции. **Система - это что-то, что неразрывно связано друг с другом.**

Зачем нужны СИСТЕМЫ?

Чтобы дать возможность использовать РЫЧАГИ.

Что такое РЫЧАГ?

РЫЧАГ - устройство, которое многократно увеличивает силу, приложенную в начале «цепи».

В нашем случае мы хотим иметь бизнес, в который нужно вложить немного денег, но с этого получать значительно больший доход - это **финансовый рычаг**.

Мы хотим тратить не все наше время на получение дохода, а получать доход, такой как будто мы пахали день и ночь, по 1000 часов в сутки - **это рычаг временной**.

Мы хотим не напрягать все свои физические силы, но получать доход, как будто мы тратим тысячу лошадиных сил – это **коллективный рычаг** или **рычаг усилий**.

КАК ВСЕГО ЭТОГО ДОБИТЬСЯ?

Нужна СИСТЕМА, которая позволяет использовать все РЫЧАГИ бизнеса: время других людей, деньги других людей, силы других людей.

Но для того, чтобы внедрить СИСТЕМУ, надо иметь ОТНОШЕНИЯ с другими людьми. Имеется в виду хорошее общение, приязнь, доверие и т.п. Без этого нельзя иметь хорошего общения, а БЕЗ ОБЩЕНИЯ НЕЛЬЗЯ НИЧЕГО СДЕЛАТЬ! Поэтому сначала идут ОТНОШЕНИЯ. На налаживание отношений может уйти от нескольких секунд до нескольких часов или дней. Затем мы показываем новичкам, как нужно правильно строить наш бизнес, с чего нужно начать, что идёт за этим и так далее шаг за шагом, начиная с теории.

Наш бизнес - это создание большого товарооборота. Не просто товарооборота, а большого товарооборота. Зарабатывать 10000 руб. и называть это бизнесом - заблуждение. Это дополнительный доход.

Создать большой товарооборот - вот в чем наш бизнес.

Рассказывая о компании и товарах к такому результату не подойти и близко.

Прежде, чем идти к людям и говорить о бизнесе, надо разобраться в самой идее бизнеса: что мы имеем, во что ввязываемся, откуда деньги?

Если вы в этом не разберётесь, то с самого начала обрекаете себя на неудачу и конфуз. Разобраться - это очень важный шаг.

ОТКУДА БЕРУТСЯ ДЕНЬГИ?

Итак, идея этого бизнеса проста: фирма-производитель хочет заработать денег на продаже своих очень качественных товаров, но как это сделать эффективно в сегодняшнем переполненном товарами, продукцией мире?

Выход прост - пойти напрямую (исключив рекламу, оптовые базы, магазины и прочее) к потребителям и иметь отношения с ними без посредников! Для еще большей заинтересованности Потребителя сотрудничать с фирмой-производителем ему даётся возможность приобретать продукцию со скидкой (25%) от предполагаемой полной 100% цены. Вот теперь потребитель имеет выгоды, которые ему не предлагают другие фирмы, магазины и т.п. Можно экономить, пользуясь качественными товарами, превосходящими по своим свойствам то, что продается в магазинах.

Конечно, кто-то скажет, что товары дороги, но это все относительно. Это не просто товары - это качественные товары, и давайте не будем сравнивать «мерседес» и «запорожец». Каждый сам выбирает, есть и те и другие. Да и не надо владельцу «запорожцев» предлагать «мерседес» - он найдет в нём кучу изъянов, которые, как вы понимаете, в «запорожце» отсутствуют! Это шутовское примечание направлено на тот факт, что если для вас эти товары дороги, не являются ценными, то не обманывайте себя, - вы владелец «запорожца». Вы не сможете рекомендовать эту замечательную продукцию другим и не сможете, вести работу по построению своего бизнеса в этой сфере и с этой фирмой-производителем, если уж себя не смогли убедить, что это хорошая продукция и стоящая возможность, тогда что вы хотите предложить другим? Главное, Вы не будете относиться к этой продукции, как к своей! А ведь Вы хотите бизнес? Тогда найдите то, что будете считать своим.

Так вот, мы говорили о Потребителях, которые имеют преимущества по сравнению с обычными покупателями магазинов, которые не имеют Договора с фирмой-производителем.

Далее, фирма-производитель хочет иметь большие объемы по сбыту своей продукции, но как их обеспечить, ведь сами товары никуда не уходят и не

приносят денег? Вроде опять все просто: надо найти больше Потребителей, которые оценят продукцию и те условия (25% скидка + часть прибыли), которые предлагает фирма-производитель. Но чтобы это сделать, необходимо продвигать информацию. Для этого есть реклама, но та реклама, которую мы видим по телевизору, в газетах и т.п. не эффективна, и требуют огромных затрат денег. Одна страница в популярном журнале стоит 8 тысяч долларов, 20 минут на радио стоит 18000 долларов, на телевидение минута стоит от нескольких тысяч долларов до нескольких миллионов долларов!

Где же выход? Тут мы и пригодились. Дело в том, что фирма-производитель заложила в цену товара не только свою прибыль как производитель, но и некоторые деньги, которые бы она могла отдать тем, кто возьмется распространять информацию о тех плюсах (возможности создания безрискового бизнеса и продукции), которые она предлагает.

Когда вы даёте информацию о возможности заработка или о продукции человеку, который находится в ЗОНЕ ПОИСКА, то этот человек начинает потреблять товар фирмы-производителя, или развивать свое дело/бизнес в сотрудничестве с фирмой-производителем.

В результате, благодаря вашей информационной работе, возрастет товарооборот фирмы-производителя, и она будет вам за это отдавать часть своей прибыли, которая уже заложена в цену продукции. Чем больше товарооборот, тем больший процент будет идти вам с этого товарооборота. Помните также, что у вас будут Клиенты - люди, которые не хотят экономить 25%, заключать Договор с фирмой-производителем, но воспользуются вашими услугами по доставке продукции им на дом. Это тоже товарооборот, а ведь это будет копироваться! Представьте, какой может быть товарооборот.

Таким образом, товарооборот фирмы-производителя растет, и всем хорошо. И если вы не только пользуетесь продукцией, но и делаете информационную работу, которая приводит к созданию структуры потребителей товаров фирмы-производителя, у вас будет расти доход и появится больше свободного времени (но для этого надо еще поработать).

Вот и вся идея того, откуда берутся деньги - люди покупают продукцию со скидкой, а вы имеете в конце месяца от 2-х% до 25% с товарооборота, созданного вами и вашей структурой.

Пример с Кубиком Рубика.

Кто может его собрать? Очень немногие..., но если людям показать схему как собирать этот кубик, то они смогут через 20-30 минут его собрать!

Наш бизнес - это как кубик Рубика. Не зная как его собирать, его не смогут собрать. Сначала надо показать, как его собрать. В нашем бизнесе человек ДО начала действий УЖЕ должен знать, ЧТО будет делать и КАК. Кроме того, когда у Вас появятся свои партнеры, Вы должны будете им сказать то же, самое: «Не торопитесь, знайте всё ДО начала действий. Без СИСТЕМЫ Вы не соберете "кубик Рубика" - свой бизнес".

Если кто-то скажет, что будет сам действовать, скажите сразу, что ничего у него не выйдет. У такого человека видение «купи-продай», он не понимает, что важна СИСТЕМА ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕСА. Ведь бизнес - это получение дохода с использованием рычагов, а не просто от своих усилий.

ТОЛЬКО ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ ДАСТ ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТЬ БИЗНЕС.

(Выдержки из книги А.Ю.Смирнова «Как сделать сложное простым»).