

УРОК 22. КОММУНИКАЦИЯ

Поток информации между членами, а также коммуникация между руководителями – критическая часть существования любой организации. В бизнесе Сетового маркетинга/MLM коммуникация начинается с общения **со своим спонсором и/или верхней линией**. В самом начале коммуникацию должен начинать наш спонсор или верхняя линия, так как он/они хотят **подготовить почву для строительства новой линии**. У нашего спонсора уже есть свой стиль коммуникации со своими коллегами, так что нашим заданием будет – встать в очередь. Ниже я перечислю самые важные вопросы, связанные с коммуникацией:

1. **С кем** вести коммуникацию?
2. **Как** вести коммуникацию?
3. **Почему** вести коммуникацию?
4. **О чём** вести коммуникацию?

Коммуникацию нужно вести потому, что могут возникать проблемы или вопросы, и мы хотим узнать, как бы их разрешал наш спонсор или верхняя линия. Возможно, что нам нужно будет получить и другое мнение или совет. Возможно, что нам нужно будет проконсультироваться или изменить свою стратегию. Возможно, что нам нужно будет дать информацию или указание своим коллегам по бизнесу, или мы просто захотим поделиться с коллегами хорошими известиями. Хорошие известия должна узнать вся организация, а плохие известия – доходят **только до верхней линии**. Когда наш спонсор или верхняя линия в нашем лице нашли такого человека, который хочет строить бизнес, коммуникация должна работать в прямом и обратном направлениях, то есть в оба направления. Нет конкретных правил в связи с тем, сколько раз или каким образом нужно вести коммуникацию между товарищами по бизнесу. Трезвый ум нам подсказывает: столько раз – **сколько это необходимо**. Бывает, что только за один день мне 10 раз звонит один и тот же человек потому, что события происходят очень быстро, а иной раз от него нет звонков в течение нескольких недель. С того момента, что кто-то стал ключевым человеком, он должен звонить своему спонсору и/или своей верхней линии. Концепция здесь очень простая: каждый человек **звонит только один раз своей верхней линии** вместо того, чтобы 10-20 раз звонил бы своей нижней линии. Иногда, если наш спонсор не является активным или не является ключевым человеком, или завидует нам – в этом случае нам нужно **найти следующего ключевого человека по верхней линии**. Никогда не консультируйтесь с таким ключевым человеком, который не является верхней линией, или, который не строит активно свой бизнес, или с которым Вы не можете заключить соглашение «выигрыш /выигрыш». Общайтесь только с коллегами из верхней линии, с такими людьми, которые **заинтересованы в Вашем успехе**. Ваш спонсор не

обязательно заинтересован в Вашем успехе. На основе демонстрации маркетинг-плана или как диктует наш трезвый ум, спонсор должен быть активно заинтересован в нашем успехе, но **люди иногда ведут себя очень странно**. Некоторые отцы ревнуют своих сыновей, видя их успехи, некоторые матери ревнуют своих дочерей. Некоторые родители продают своих детей, выгоняют их на улицу, а некоторые и убивают их. Не будьте наивными! Может быть, Ваш спонсор собирается выйти из бизнеса, а может быть, что Вы встретились с настоящим дураком. Подумайте о себе и работайте с таким человеком из верхней линии, которому **Вы доверяете и можете развивать с ним долгосрочные отношения типа «выигрыш/выигрыш»**. Самый критичный шаг в бизнесе: найти надёжного человека, с которым можно вести откровенную коммуникацию. В ходе строительства бизнеса Сетевого маркетинга/MLM мы ведём коммуникацию с людьми пяти категорий:

1. **Со своим спонсором и/или верхней линией.**
2. **Со своими покупателями**
3. **Со своими поперечными линиями.**
4. **С нашими избранниками, то есть с будущими коллегами.**

Когда я начинал свой бизнес Сетевого маркетинга/MLM, мой спонсор не был в бизнесе очень активным, он был намного моложе меня и имел гораздо меньше опыта в обращении с людьми. Но великолепным было то, что Грант представил меня нашим Рубинам – **Майклу и Джулии Абрахам** – сразу же на первом семинаре по строительству бизнеса и сразу через два дня, после моего вступления в бизнес. С этого времени **я общался только с Майклом**. Почему это так получилось? В основном потому, что не было ничего общего в Гранте и Майкле – Грант жил в Ричмонде, очень далеко от того места, где я жил в Сиднее. В то же время мы с Майклом были одного возраста и у нас было очень много общих черт характера. Это было такое – как будто нас нарочно выбрали друг для друга, и между нами сразу возникла связь типа «выигрыш/выигрыш». Он жил в соседнем квартале и для меня было очень удобно **по вечерам встречаться с ним**. По вечерам, после маркетинг-планов, проводимых мною в 6 и 8 часов вечера, я шёл к Майклу и мы часто **часами** - до поздней ночи - обсуждали наши дела, попивая красное вино или портвейн. Мы были воодушевлены возможностями бизнеса и разговаривали **о самых диких мечтах и целях**. Я любил Майкла из-за его иерархии ценностей и положительных человеческих качеств. Общаться с ним было очень **легко, спонтанно и естественно**, что сохранилось у меня и до сегодняшнего дня. В его лице я нашёл человека, которому я могу доверять полностью и могу поддерживать контакты типа «выигрыш/выигрыш». Это является довольно редким явлением в жизни, тем более редко бывает в бизнесе Сетевого маркетинга/MLM. Пойти к Майклу – было **восхитительно и забавно одновременно**. Он жил в красивой вилле в одном из самых дорогих

районов Сиднея. Не все мужчины в 30-летнем возрасте так жили, как жил Майкл. Он сделал блестящую карьеру в австралийской армии, у него была прекрасная жена – Джулия, у него была машина «Порше» и он имел быстро растущий и профессиональный бизнес Сетевого маркетинга/MLM. Во время моих посещений Майкла я заметил одну интресную вещь: у него дома в офисе был большой телефонный аппарат со множеством кнопок быстрого вызова отдельных номеров. К 10 кнопкам были прикреплены бирки с разными именами. На третий месяц нашей совместной работы с Майклом **моё имя тоже появилось на телефоне Майкла**. Я стал одним из его 10 лучших партнёров по бизнесу, но я хотел стать № 1. Я получил хороший урок у Майкла: люди приходят в бизнес и уходят оттуда. Когда я звонил Майклу или шёл к нему домой, то я не хотел причинять ему неприятности или отнимать у него лишнее время. Когда речь идёт о товарищах по бизнесу, коммуникация не всегда бывает простой и лёгкой. Некоторые люди постоянно нуждаются в постоянном уходе и свою верхнюю линию используют в качестве **эмоциональной мусорницы**. Некоторые ожидают от своих руководителей постоянных консультаций ежемесячно/еженедельно/ежедневно/ежечасно. Некоторые люди только формально хотят садиться за стол, вести официальные переговоры и, используя таблицы, цифры и статистику, хотят говорить о бизнесе. Есть люди, которые никогда **не раскроются** перед нами, и по каким-то неизвестным нам причинам, соблюдают определённую дистанцию. Другие же искажают правила, переиначивают цифры, находят всему объяснения и считают, что они всё знают лучше всех. Мой метод коммуникации в таких случаях бывает простым:

Я слушаю и думаю! Я ничего не говорю, а только концентрирую своё внимание на этом человеке и стараюсь угадать – откуда взялся этот человек. Почему он говорит то, о чём говорит? В чём заключается настоящий и/или скрытый смысл сказанного? Как я могу ему помочь в данной ситуации или добавить что-то положительное к ней? Предложить ему конкретное решение или же задать вопрос по существу? **Я очень просто веду коммуникацию** и всегда стараюсь убедиться в том, что **понимает ли другой человек – о чём я говорю!** При общении с людьми **я всегда говорю правду!** Я говорю правду человеку даже в том случае, если я заведомо знаю, что ему будет больно. Если мы по-настоящему любим и уважаем человека, то **наш долг сказать ему**, что мы думаем в самом деле. Люди не любят слушать правду, однако то, **в какой форме мы говорим им правду**, имеет огромное значение. Некоторые люди очень агрессивны и бесчувственны в общении со своими коллегами по бизнесу. Если кто-то ведёт себя в таких случаях грубо, то он может оскорбить чувства многих – особенно женщин. Если мы по-настоящему уважаем кого-нибудь, то собственные мысли «одеваем» **в соответствующую одежду, оформляем в определённую форму**, а если ошибаемся, то можем попросить прощения

и люди нас простят. Некоторые люди (руководители) применяют тактику угроз и шантажа. Они говорят что-то подобное этому: «Если не придёшь на семинар, то я не буду работать вместе с тобой!»; «Если не соблюдаешь предписания системы, то я не буду проводить тебе консультацию». Но самая «любимая» моя фраза звучит так: «Если ты не делаешь то, что тебе говорят, то тебя скоро удалят из системы». Будучи председателем Альянса Бриллиантов, я уверяю Вас, что я никому и никогда не давал полномочия говорить такие большие глупости. Никто никого не может удалить из системы. Альянс Бриллиант работает не по таким принципам. Угрозы, развитие чувства страха у людей, как правило, является тактикой **человека с диктаторскими наклонностями**. Манипуляция может работать у некоторых людей до поры-до времени, но я не хочу строить свой бизнес такими методами. Некоторые люди манипулируют информацией и обычно ссылаются на верхнюю линию: «Я разговаривал со своей верхней линией, и он сказал, что...». Если это правда, то, конечно, мы можем ссылаться на верхнюю линию в своей коммуникации, но некоторые люди систематически настаивают на таких вещах, о которых верхняя линия никогда не говорила ни слова. **Ложь – это самая плохая и наихудшая форма коммуникации**, но, к сожалению, она присутствует в работе бизнеса Сетевого маркетинга/MLM. В нашей работе самая интенсивная коммуникация бывает чаще всего в конце месяца. В этот период времени «горят» телефонные линии, все хотят собрать себе соответствующие баллы. Заказы и новые вступления в бизнес в последнюю минуту могут означать для многих людей достижение следующей степени в бизнесе. Поскольку бизнесом двигает признание человека, то все стремятся к тому, чтобы хотя бы в последнюю минуту достичь – по возможности – самого большого товарооборота. В связи с тем, что в этом деле **имеется крайний срок, то имеется и фактор срочности**. Разумные строители сети очень организованы и очень эффективны в передаче соответствующей информации через спонсорскую линию для того, чтобы достичь максимального результата. Коммуникация с покупателями сильно отличается от коммуникации с коллегами по бизнесу. Мы продаём определённые товары нашим покупателям, значит, здесь нужен другой подход. Правило № 1: **покупатель всегда прав!** Правило № 2: во всех остальных случаях автоматически вступает в силу правило №1. С моими покупателями занимается Юдит, она мастерски общается с ними. У неё много друзей, которые любят разговаривать с ней, так как она внимательно слушает их и обращает на них должное внимание. Обычно она **заказывает** новые товары **два раза в месяц**, а до оформления заказа звонит друзьям и узнаёт, что им нужно, и что им заказать. В её звонке **присутствует и фактор срочности**. Она говорит примерно так: Сегодня вечером я буду оформлять и высылать заказ. Что бы ты хотел/а заказать? Что тебе нужно?» Благодаря усилиям Юдит наш средний личный товарооборот

ежемесячно достигает **800 баллов**. То, как вести коммуникацию с поперечной линией, я изложил в своих предыдущих уроках. С поперечной линией Вы можете говорить о чём угодно, только **не о деталях Вашего бизнеса**. Коммуникация с будущими коллегами-кандидатами является критичной частью бизнеса. Имеется два типа кандидатов: кандидаты, фигурирующие в нашем списке, и кандидаты, **не фигурирующие в списке**. Количество первых – это 200-300 человек, а вторых – насчитывает несколько миллиардов, так как кандидатами являются все те люди, которые в это время не занимаются строительством бизнеса Сетевого маркетинга/MLM. Мы можем познакомиться с людьми, можем подружиться с кем угодно, кого мы выбрали. Нам нужно всего лишь разговаривать с ними и **проявить к ним настоящий интерес**. В бизнесе можно спонсировать всех, если **возможность бизнеса сообщается нами в соответствующей форме**. Многие дают неверную информацию своим кандидатам о том, что они конкретно сформулируют своё приглашение в бизнес или деловое предложение. О слабости или о лжи могут свидетельствовать такие фразы: «Я буду помогать тебе строить бизнес»; «Здесь нет и речи о продаже товаров»; «Тебе нужно только вступить в бизнес и я тебя сделаю успешным человеком». Наши слова должны передавать другим людям **решимость и уверенность в себе**. Я веду коммуникацию с людьми с помощью телефона, электронной почты, СМС, Sk-уре, Интернета, факса, почты (пересылка открыток) или же лично. Чаще всего я пользуюсь мобильным телефоном и всегда встаю, когда я разговариваю о бизнесе по телефону. Сидеть перед компьютером – это не мой мир (я больше люблю проводить время с женой и детьми), но если **речь идёт о цифрах**, то я предпочитаю их видеть в письменной форме. Так это бывает, когда я пользуюсь СМС, электронной почтой или факсом. Данную форму е-тренинга я использую для того, чтобы **поделиться своими знаниями и опытом, накопленными мною**, с коллегами по бизнесу. Я высылаю им открытки из экзотических стран с целью **мотивации и поощрения**. В связи с размерами моего бизнеса у меня есть отдельный офис и **сотрудники, помогающие мне вести коммуникацию с коллегами по бизнесу**. Когда я путешествую или веду переговоры, разговариваю с коллегами или провожу время с семьёй, **я не поднимаю телефонную трубку**. Я часто езжу за границу. Мои сотрудники всегда в офисе, они всегда отвечают на телефонные звонки, получают почту и точно знают – как можно вступить со мной в контакт, если есть какое-то срочное или важное дело. Они означают для меня очень большую помощь, так как **я могу поручить** им выполнение множества заданий. Они ведут мою переписку, банковские дела, счета и бухгалтерский учёт. Они высылают коллегам по бизнесу по электронной почте письма и другую важную информацию, а также ведут учёт заказов, билетов, книг, аудиозаписей, уроков е-тренингов, веб-сайта, организуют встречи и

семинары. Мои сотрудники организуют мои поездки, бронируют авиабилеты и номера в гостиницах. Они общаются с сотрудниками моих коллег по бизнесу. **Не имеет значение, в какой точке земного шара я нахожусь**, так как я могу могу отправлять и получать информацию своим сотрудникам, которые моментально выполняют мои распоряжения. Основой хорошей коммуникации является **честность и откровенность**. Невозможно общаться с таким человеком, который не говорит правду, или не обращает внимания на других. Мы ведём не только вербальную коммуникацию и не только в письменной форме, но ведём коммуникацию и **своим поведением, языком телодвижений, жестами и мимикой**. Если внимательно посмотреть, как себя ведут люди, как обращаются с супругом/супругой, детьми и другими людьми, то это может сказать о многом. Они языком телодвижений также ведут коммуникацию. Я встаю, когда разговариваю с кем-нибудь по телефону потому, что в такой форме я выражаю своё **уважение к нему**. Он, конечно, не видит этого, но на 100% чувствует это, Мы **общаемся и глазами, и улыбкой**. Когда мы улыбаемся людям, то 8 из 10 человек улыбнётся нам в ответ. Это хороший способ установить коммуникацию. Когда я смотрю кому-нибудь в глаза, то это говорит о многом, потому что смотреть в глаза людям – это для меня означает максимальную коммуникацию – **от альфы до омеги**. Настоящая коммуникация происходит наедине. Здесь не имеют значения ни история, ни слова, так как глаза не врут. Поэтому для **личной коммуникации** надо сесть и посмотреть в глаза друг другу. Тем, что мы посмотрим друг другу в глаза, мы можем подтвердить наше соглашение «выигрыш-выигрыш» без того, чтобы вымолвить хоть одно слово. Нам нужен кто-то из верхней линии, с которым мы можем всегда вести коммуникацию **открыто и эффективно** и – одновременно – мы должны найти и коллегу в бизнесе, с которым можем делать то же самое.

Станьте Вы одним из этих коллег!

Джеймс Вади