

УРОК 3. ПРИГЛАШЕНИЕ ЛЮДЕЙ, НАХОДЯЩИХСЯ В СПИСКЕ

Для того, чтобы мы могли пригласить кого-то, необходимо иметь свой **список фамилий и имён**. С этой целью мы составляем для себя на бумаге список фамилий и имён **всех без исключения** – родственников, друзей, соседей, знакомых, коллег по работе, друзей детства, одноклассников. В **тетради или на бумаге** мы чертим следующие графы: фамилия и имя/имена, номер(а) телефонов, адрес, почему им пригодится бизнес, примечания. Например: «знакомые – Тамаш и Юлия Киш, тел. 06-1-1279485, 1051 Будапешт, ул. Кошута, д. № 15; они взяли большой кредит на покупку квартиры и они хотели бы купить новую машину; Юлия хотела бы работать дома, чтобы больше времени проводить с детьми; в воскресенье в 8 часов вечера я звонил им, но никто не взял трубку». По такому списку можно работать профессионально. У всех есть минимально **200-300** человек знакомых. Запишите в свой список всех и **не пытайтесь даже угадать заранее** – хочет ли данный человек заниматься этим бизнесом или нет, что он будет думать, что он скажет, насколько он будет успешным и т.д. Это не наша задача. В этот момент наша задача исчерпывается тем, чтобы внести в обширный список тех людей, которых мы знаем и которые знают нас (то есть услышав наше имя, они будут знать - кто мы такие). **Подавляющее большинство людей никогда не составит для себя полный список фамилий** и специально не включает в этот список некоторых людей – как правило тех, которые могли бы стать успешными бизнесменами. Наш список фамилий представляет собой **большую ценность**. Ведь многие люди, фигурирующие в нашем списке, могут стать нашими **постоянными покупателями** или **удачными коллегами** или же **благодаря некоторым мы можем найти будущих успешных партнёров**. Те знакомые, говорящие нам «нет», могут, однако, покупать у нас товары или/и мы можем **попросить у них фамилии их знакомых** для расширения нашего списка. Вначале, после составления списка, я задаю коллеге вопрос: 1. **«По твоему мнению, есть ли в твоём списке такие люди, которые уже занимались этим бизнесом?»** и жду ответа. Если он ответит **«Да!»**, то я советую ему вычеркнуть эти имена, так как их **уже кто-то спонсировал** в нашем бизнесе. После вычёркивания их остаются все остальные люди (таким образом у нас остаётся список, в котором находятся потенциальные «кандидаты», о которых мы знаем или предполагаем, что они будут заниматься бизнесом). Вообще можно отметить, что с первого раза **все сумеют записать себе фамилии 50 человек**. 2/. Затем я спрашиваю: **«По вашему мнению эти 50 человек тоже могут собрать 50 человек так, как и Вы?»** Я жду ответа и не вмешиваюсь. Если ждать терпеливо, то он скажет: **«Конечно, да!»** 3/. **«А сколько будет 50х50?»** Я жду ответа, а если нужно, то и повторяю вопрос. Он скажет **«2500»** (если он ошибётся, то я помогу ему). 4/. **А эти 2500**

человек тоже способны записать себе по 50 фамилий в свой список, правда?» Жду ответа, пока не услышу: «Да!» 5/. «А сколько будет 2500х50?» Жду ответа. Он отвечает: «125 000», а если назовёт другую сумму, то помогаю ему правильно посчитать. 6/. «А сколько нам нужно человек (Q12 линий)? Я жду ответа (а здесь, возможно, уже точно нужна помощь, так как в маркетинг-плане мы говорили о шести линиях и может быть он ничего не понял из сказанного). «Шесть», - звучит правильный ответ. 7/. «А как Вы считаете – из 125 000 нам удастся найти шесть?» Я жду ответа, чтобы он основательно продумал бы предыдущее. Я потому просил его составить свой список и потому задавал ему предыдущие 6 вопросов, чтобы задать этот последний вопрос. Если он ответит – «Не знаю», то тогда из него получится идеальный покупатель, а если ответит: «Да, конечно!», тогда он сам догадался – какую блестящую возможность он получил в свои руки, какой огромный потенциал находится в его списке. Если кто-то сам не догадается об этом, то он и не будет приглашать никого. Если он таким наводящим вопросом поймёт сущность дела, то с ним можно будет двигаться дальше и может последовать приглашение. **Выучите эти 7 вопросов наизусть**, но если это не получится, то запишите их на листочке бумаги и читайте оттуда – это будет действовать в обоих случаях. Нужно помнить: **сам по себе никто не будет составлять список имён и фамилий**. Люди будут утверждать, что все их знакомые зафиксированы в памяти мобильного телефона. Но если Вы хотите иметь быстро растущую, профессиональную и доходную сеть, то **будьте решительны** и настаивайте на том, чтобы каждый новый участник бизнеса имел бы при себе полный список. Спросите у них – кто эти люди, записанные у них, и **почему им было бы хорошо участвовать в нашем бизнесе**. И наблюдайте за тем, к каким кругам относятся его знакомые, чем они занимаются и что он говорит о них. Эта информация очень важна для того, чтобы определить – **какой путь проделал в мыслях наш коллега** и что он понял из всего сказанного нами. Список фамилий и имён подходящих людей практически неисчерпаем, так как имеется уже возможность расширить его – когда это будет нужно. Где бы Вы не ходили – вы всегда будете встречаться с людьми. Вспомните, пожалуйста, что до того времени, пока Вы не встретились со своим другом, он тоже был незнакомым человеком для Вас и поэтому сознательно **стремитесь знакомиться с людьми** и заносить их в свой список. Таким образом Ваш список будет бесконечным. Закажите визитные карточки себе и жене/мужу. На моей визитной карточке не указано название фирмы, а только фамилия, имя, адрес и номер телефона (не указана и должность «межгалактичный е-коммерческий президент – генеральный директор»). Визитка должна выглядеть просто, но элегантно. Я пользуюсь всеми возможностями для разговора с людьми и знакомств с ними. Если, например, кто-то выполнил для меня качественную работу, я начинаю

разговор откровенным признанием: **«Это была профессиональная работа, огромное Вам спасибо. Я хотел бы работать с такими людьми в своём бизнесе».** Если он спросит – о каком бизнесе идёт речь, то я отвечаю мимоходом, что речь идёт о маркетинге. Затем я интересуюсь его семьёй, профессией, хобби или чем-угодно, что поможет мне узнать в каком отношении наш бизнес был бы полезным для него. Эти знакомства и разговоры **я считаю очень интересными.** Я вручаю ему свою визитную карточку и говорю: **«Было очень приятно поговорить с Вами. Вот моя визитная карточка, возможно, что в один прекрасный день мы будем работать в одном и том же бизнесе. У вас есть визитка?»** Если у него её нет, то я даю ему одну из своих и попрошу записать на обратной стороне фамилию, имя и номер его телефона. Я хочу в нём разбудить любопытство. Когда я приезжаю домой, то заносу его в свой список и звоню ему в течение 10 дней. Это можете сделать и Вы. Самая главная часть приглашения заключается в том, чтобы вы сами знали – **почему Вы хотите пригласить** данного человека из своего списка. Когда выяснили вопрос **«Почему?»** с надлежащей точностью, то непременно найдёте ответ на вопрос **«Как?»** и Ваше приглашение будет **неотразимым.** Если Вы приглашаете людей потому, что с их помощью хотите заработать деньги, ибо Вы уверены, что они будут работать для Вас и сделают Вас богатым, то это совершенно точный рецепт огромного и горького разочарования. Люди даже на другом конце телефонной линии каким-то образом **почувствуют эти намерения.** Если вы считаете, что люди должны почувствовать то же самое воодушевление - услышав Ваше предложение о возможности бизнеса, - что и Вы, и осознать – в какой мере они могут улучшить своё материальное положение, то всё это Вы должны дать им понять в ходе телефонного разговора. **Представьте себе,** что Вы нашли чудесную лампу Алладина, и когда потёрли её, то перед Вашими глазами появился добрый дух. Для Вас у него осталось всего одно предложение, гласящее так: **«Я положу в твою спальню 300 золотых слитков (каждый достоинством в 1 миллион долларов). Половину их ты можешь оставить себе, а другие ты должен отдать своим друзьям и знакомым».** Условия джинна таковы: когда Вы приглашаете своих друзей (приглашать чужих людей нельзя!), Вы заранее не можете им сказать, почему приглашаете их, о золоте не можете говорить ни в коем-случае (они могут подумать, что Вы сошли с ума). Если же вы поступите не так, то золото исчезнет из Вашей спальни. Каждый приглашённый имеет право взять по одному золотому слитку и вы тоже имеете право взять себе слиток. Для того, чтобы получить 150 слитков, Вы должны пригласить 150 человек. Но если вы не сможете успешно передать 150 слитков своим друзьям, Вам не положено получить ничего. Для этого в Вашем распоряжении имеются одни сутки, то есть 24 часа. Давайте, начинайте! Как бы Вы их пригласили? Пофантазируйте! **Каждая фамилия в Вашем списке**

оценивается для Вас в миллионы долларов, а бизнес, предлагаемый друзьям, может означать миллионы долларов для каждого из них. Для Вас является положительным то, что в Вашем распоряжении для строительства бизнеса имеется не 24 часа, а целая жизнь – чтобы пригласить их к себе, если кто-нибудь другой уже не приглашал к себе людей, фигурирующих в Вашем списке. Приглашайте всех из Вашего списка до тех пор, пока это не сделает кто-то другой. Приступайте к работе!

Приглашать на основании списка можно тремя путями:

1. Приглашение лично.

Этот метод Вы выбирайте лишь в том случае, если нет других возможностей и Вы уверенно сможете отвечать на вопросы и отговорки приглашённого. Пользуйтесь теми выражениями, которые Вы находите под пунктом № 3 – «Приглашение по телефону», и следуйте той же самой логике. В прошлом я приглашал людей лично, они создали квалификационные линии, но тем не менее я советую Вам – по возможности – избегать этого метода и отдавать предпочтение телефонному приглашению.

2. Приглашение в письме.

Приглашение в письме, по факсу, в виде сообщения SMS или по электронной почте, на мой взгляд, не является достаточно выгодной формой приглашения. Оно безлично и малоэффективно. Это нечто такое, что и выстрел в темноте. Впрочем, после письменной формы необходимо будет всё же позвонить и по телефону и поэтому – почему же не начать сразу устанавливать контакт по телефону? Я сам никогда не пользовался данной формой приглашения, однако, у меня есть коллега, выславший по факсу приглашение своему знакомому, который жил в 5000 километрах от него, и который приехал к нему и в последствии стал очень успешным руководителем нашего бизнеса.

3. Приглашение по телефону.

Самый эффективный способ приглашения – это приглашение по телефону. Телефон является фантастичным средством для приглашения. **Договориться по телефону о дате встречи** – это самый критичный шаг для новоиспечённого строителя сети. Его успех находится **в прямой зависимости от степени подготовленности приглашающего** (большинство людей никогда не готово к телефонному разговору такого вида полностью). Наша задача подготовить новых коллег по бизнесу к приглашению. Лично я предъявляю такие требования к партнёрам:

1/. Нужно иметь список имён и фамилий в письменной форме.

- 2/. Приглашающий в своём календаре должен иметь 2-3 возможные даты для встречи.
- 3./ Нужно зафиксировать письменно, какую пользу может принести бизнес будущему партнёру.
- 4/. Нужно записать подробно, что будет говорить приглашающий своим кандидатам (записать текст).
- 5/. Коллега должен быть подготовлен к ответам на вопросы и к отговоркам приглашённых.
- 6/. До приглашения по телефону текст нужно протренировать 4-5 раз.
- 7/. Приглашать нужно за 2-3 дня до личной встречи.
- 8/. Супругов всегда надо приглашать вместе.
- 9/. Звоните тогда, когда люди (муж и жена) дома.
- 10/. Улыбайтесь во время телефонного разговора и имейте в душе положительные эмоции.
- 11/. Звоните на основании списка до тех пор, пока 15 супружеских пар не согласятся прийти по вашему приглашению.
- 12/. За 1-2 часа до встречи получите подтверждение у всех – придут ли они на Вашу встречу.

Я приведу пример, как это делаю я: **«Здравствуй, Тамаш, говорит Джеймс! Это лишь короткий телефонный разговор. Есть у вас с Юлией свободное время во вторник вечером?»** Я сначала уточняю дату и жду ответа. (Когда я задаю вопрос, то **всегда ожидаю ответа!**). Если он ответит, что уже заняты, я интересуюсь – **могут ли они освободиться?** Если же нет, то я говорю следующее: **«Есть у вас с Юлией свободное время в четверг вечером?»** Если нет, то может быть я предложу им третью дату, но больше – ни в коем случае. **«А в пятницу вечером?»** Если это тоже не подходит, то я говорю: **«Нет проблемы, мы вернёмся к этому попозже. До свидания!»** Я вешаю трубку и не пытаюсь начать даже короткий разговор. Я продолжаю звонить дальше, ибо моей целью является заполнить людьми свой холл. Я хочу с ними попрощаться таким образом, чтобы одновременно у них вызвать интерес. Когда через неделю я опять позвоню им (обычно я больше не жду!), более, чем вероятно, что я встречу с любопытным кандидатом. Если четверг вечером им подходит, то я продолжаю в такой форме: **«Я со своей женой Юдит начал работать в одном бизнесе: мы ищем таких партнёров, которые в рамках дополнительной работы хотят заработать полмиллиона-миллион форинтов в месяц. Я потому звоню тебе, что мы решили показать некоторым друзьям в четверг в 8 часов вечера - чем мы занимаемся. Вы можете прийти к нам к 7.45?»** Я жду ответа. Если «Да», это великолепно, хотя большинство людей очень любопытно и сразу же задаёт вопросы: «О каком бизнесе идёт речь? Что это в самом деле? Нужно продавать? Какие товары?» Независимо от вопросов я отвечаю так: **«Я знал, что тебя интересуют подобные вещи и именно поэтому позвонил**

тебе, чтобы в четверг вечером поговорить обо всех подробностях. Можете прийти к нам к 7.45?» Оять жду ответа. Если он говорит: «Да!», это прекрасно, а если он задаёт вопросы дальше, например, «Что это? АМС?/ Amway?/ Avon?/ Oriflame?/Tupperware? т.д., то я отвечаю: **«Это наш с женой собственный бизнес, в нашем предложении говорится о том, как ты можешь заработать полмиллиона-миллион форинтов в месяц на дополнительной работе. О подробностях поговорим у нас в четверг вечером. Можете прийти к нам к 7.45?»** А если по-прежнему собеседник настаивает на том, чтобы узнать о чём идёт речь, я повторяю предыдущее предложение с вопросительной интонацией и жду ответа. Моей целью является договориться о дате встречи и не вдаваться в подробности по телефону. **Приготовьте текст своего приглашения** и запишите его на бумаге. Чем больше Вы подготовлены, тем больше людей примет Ваше приглашение. Приглашение является критичной точкой в бизнесе, так как им определяется действие больших чисел и скорость процессов копирования. Мы не можем знать заранее, кто скажет «Да», а кто «Нет» - услышав наше приглашение, но мы можем контролировать количество людей, приглашённых нами на эти встречи, а также то, насколько мы это делаем эффективно. Каждое приглашение я подтверждаю за 1-2 часа до начала встречи. Например, так: **«Здравствуй, Тамаш! Это я, Джеймс. Это всего лишь короткий звонок по поводу сегодняшнего вечера. Пожалуйста, не приноси никаких букетов и напитков, это будет просто короткая информация о возможностях бизнеса. Можете подъехать с Юлией к 7.45?»** Я жду ответа. Если он будет «Да!», появляется больше шансов на то, что они приедут. Но может быть и то, что он начнёт перечислять свои отговорки: «У нас случилось ЧП. У нас заболела собака. Я не уверен в том, что хочу заниматься бизнесом. Я и так много зарабатываю» и т.д. Вместо того, чтобы беспомощно стоять в дверях в 7.45, ожидая гостей, я хочу заранее знать – кто придёт и кого не будет. А когда мой приглашённый начинает перечислять разного рода отговорки, это означает, что он не уверен, стоит ли послушать моё предложение. Если речь идёт об этом, то я никогда **не принимаю отказ близко к сердцу**. Для меня это является интеллектуальной игрой с тщательно отобранными словами, как и игра в шахматы. В этом случае я говорю: **«Да, мне очень жаль, что сегодняшний вечер вам не подходит. А пятница больше устроила бы вас?»**, то есть, я сразу предлагаю новую дату для встречи. Если он согласится, то это великолепно. Если нет, то возможно, что он начнёт перечислять новые отговорки: «Меня не интересует.....» Тогда наступает время задавать новые вопросы. Используйте свою фантазию! Упражняйтесь! В ходе разговора до конца держите руководство в своих руках и никогда не умоляйте собеседника! Будьте любезны и вежливы, но решительны! Я могу сказать, к примеру, такую фразу: **«Тамаш, при**

ваших материальных возможностях вам не пригодился бы один миллионов форинтов в месяц?» И жду ответа. «Ну, конечно, да, однако скажи, пожалуйста, о чём всё-таки идёт речь?» **«Я знал, что тебя заинтересует это дело и именно поэтому у нас будет в пятницу вечером встреча, и я расскажу точно, о чём идёт речь. Можете прийти к 7.45?»** Чем больше Вы тренируетесь, тем больше у вас будет успеха и тем более результативными будут и ваши приглашения. Ваш партнёр может сказать и такое: «Если не скажешь, о чём будет идти речь, то я не пойду». **«Тамаш, именно поэтому я звоню тебе, так как хочу рассказать тебе и Юлии о нашем предложении, касающегося бизнеса. Поэтому у нас будет встреча в пятницу вечером. Можете прийти к 7.45?»** Есть люди, критикующие эту технику и считающие, что сразу стоило бы назвать наименование фирмы, например, АМС, Amway, Avon и т.д., однако здесь возникает несколько проблем. Первая проблема заключается в том, что это не наши фирмы и мы даже не являемся их сотрудниками. Мы – **Независимые Предприниматели** и поэтому представляем только нашу фирму, свой бизнес, то есть мы владеем правилами только своего бизнеса. Вторая проблема заключается в том, что **названия этих фирм либо имеют для наших кандидатов какое-то конкретное значение, либо не имеют.** Возможно, что они ничего не слышали о них, но может быть и что-то слышали от какого-то человека. Однако точно они ничего не знают, а это наше предложение. Наше предложение заключается в том, что мы **не жалея времени и усилий будем работать вместе с будущим коллегой,** делая успешным и его бизнес. Мы вкладываем своё время и энергию, чтобы стать успешными вместе. **Это предложение индивидуальное,** его можем сформулировать только мы и никто другой. Когда я говорю кому-то, что покажу – как нужно вести бизнес и он может рассчитывать на меня до конца, это означает, что **я отдаю ему часть своей жизни для его успеха.** Такое не умеет делать ни одна фирма. Вот в этом заключается моё предложение, это будет содержать наша договорённость, а это – ни в коей мере не зависит от названия фирмы. Ни одна из перечисленных выше фирм не может сделать нас успешными, но мы можем стать успешными благодаря им, если мы готовы к работе вместе с другими людьми. Значит, приглашение является нашим предложением другому человеку, но не является предложением фирмы для него. Мы, а не фирма, приглашаем его в бизнес. Люди сначала присоединятся к нам до того, как вступить в контакт с любой фирмой.

Желаю Вам успехов в приглашениях!
Джеймс Вади