

УРОК 7. ПОЛЬЗОВАНИЕ ТОВАРАМИ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ

Эта тема, на первый взгляд, может нам показаться абсолютно ясной, однако, я считаю, что в области нашего бизнеса она вызывает **больше всего недоразумений**. Каждая фирма, предпринимательство, бизнес занимается реализацией чего-то. В основном они предлагают разрешение какой-то проблемы, реализуя какой-то **товар, продукт или услуги**. Лично мы продаём **свою рабочую силу, время, знание или опыт, накопленные в какой-то области жизни**. В качестве товара на рынке может появиться и **фирма, бизнес или возможность бизнеса**, которые тоже можно продавать. В области Сетевого маркетинга/MLM товаром №1 являются сама возможность бизнеса. Когда мы демонстрируем Маркетинг-план, то реализуем/продаём самого себя и возможность бизнеса потенциальным покупателям (кандидатам). Когда мы спонсируем кого-то или подключаем его к бизнесу, это означает, что мы успешно реализовали свои представления о будущем в области бизнеса и/или самого себя со своей формулой успеха. **Спонсорство – это реализация**. Мы, люди, всегда что-то покупаем или продаём. Если мы что-то покупаем, это означает, что на другой стороне кто-то продаёт нам данный товар и тем самым он зарабатывает деньги на нашей покупке. Обратите внимание на направление потока денег! Он всегда направлен **от покупателя к продавцу**. А кто же зарабатывает деньги (доход, доход и виде маржи, возврат денег, бонусы, премии, прибыль, провизию) при этой операции? Всегда продавец! Не стоило бы и нам перейти на другую сторону и продавать что-нибудь? Не имеет значения – что! **Мы все участники рынка** до тех пор, пока мы общаемся с другими людьми. Мы реализуем (обмениваем) своё время и свои специальные знания своему начальнику, фирме или государству. На этой операции мы зарабатываем деньги в виде заработной платы, провизии, премии. Мы также реализуем свои идеи, веру и мнения своим супругам, детям и друзьям, а они – в свою очередь – точно также продают их нам. Значит, каждый из нас в обычные дни тоже занимается бизнесом, покупая и продавая своё время на протяжении всей своей жизни. Единственная разница заключается в том, что большинство людей **не котируется на рынке** слишком высоко и порою им нечего продавать. Хуже этого бывает то, что большинство людей считает, что занятие реализацией – это профессия в общем-то не престижная и поэтому он всячески **хочет её избегать**.

В ходе этого урока **я хочу продавать Вам реализацию**. Реализация является **самым высокооплачиваемым видом деятельности** во всём мире. Если вы научитесь продавать, то Вы будете способны продавать любой продукт, любые услуги или идеи где угодно и когда это угодно Вам. Это «переносная» и универсальная способность, на которую всегда существует **очень большой спрос** в любой точке земного шара. Читая

новости экономики Вашей страны, помните, что любая продукция и услуги, составляющие валовый национальный продукт Вашей страны, были кем-то реализованы с соответствующей прибылью для тех, кем они были реализованы. А ещё лучше, если Вы, купив какой-нибудь продукт, **остановитесь на минуту и подумаете** о том, что кто-то в данный момент заработал деньги на Ваших покупках. Пускай подобные мысли проносятся в Вашей голове в каждом случае, когда Вы открываете свой кошелек и оплачиваете свои покупки или наличными деньгами, или кредитной карточкой! Вспомните свой банк, зарабатывающий деньги каждый раз на каждой Вашей операции, покупке - когда Вы снимаете деньги из банкомата или используете свою кредитную карточку. **Реализация является совершенно естественной частью нашей повседневной жизни.** И на свете нет более подходящей области усвоения искусства продажи, как Прямая продажа/Сетевой маркетинг/MLM. Когда мы подключаемся к бизнесу, **мы являемся покупателями.** Мы покупаем себе своего спонсора, формулу старта, концепцию бизнеса, товары и примыкающие к ним средства. А когда мы хотим строить свой бизнес, мы должны **изменить свою позицию** – превратившись из покупателя в продавца – и вынуждены научиться продавать. Большинство людей никогда не способно на такие превращения. Они открывают магазины, но хотят иметь деньги без продажи и ждут, чтобы покупатели сами нашли дорогу к ним. **Нигде не существует автоматической реализации!** Ведь кто-то должен реализовать экспедицию на Марс, самолёт Аэробус А380, конфеты в магазинчике на углу нашей улицы и преимущества систематической чистки зубов.

Существует 10 «вещей», которые я реализую в своём бизнесе:

- 1./ Я реализую **самого себя**, первое впечатление от себя, свою улыбку, свой общий вид, сотрудничество со мной, свои знания, свой опыт, свои обязательства (формулу выигрыш/выигрыш).
- 2./ Я реализую **свою формулу**, свою стратегию, свой процесс старта, способ и методы создания бизнеса (ключевой человек).
- 3./ Я реализую **свою концепцию фирмы**, то есть как она выплачивает бонусы и даёт премии за выдающиеся результаты (4%).
- 4./ Я реализую **продукцию фирмы** (товары), при продаже которой мы получаем деньги и, благодаря этим товарам, мы обслуживаем покупателей.
- 5./ Я реализую **идею самообразования** – почему выгодно учиться на протяжении всей своей жизни (практические знания и информация – это власть!)
- 6./ Я реализую **средства обучения** с объяснениями – как они могут замещать нас для быстрого копирования.

7./ Я реализую свою **верхнюю линию**, объясняя – почему необходимо иметь третьего человека, образец для подражания (наставника).

8./ Я реализую **руководителей**, эдифицирую, «выстрою» их перед группой (10+, LC).

9./ Я реализую **систему**, условия быстрого роста и успеха (Альянс Бриллиантов).

10./ Я реализую **свои мечты**, возможности личной и материальной независимости (СВОБОДА!).

А теперь выйдем на рынок и посмотрим, что содержит в себе там процесс реализации.

1./ Имеется **товар** (продукт, идея или услуги), содержащий в себе разрешение какой-то проблемы или удовлетворение какой-то потребности.

2./ **Продавец** (он имеет право реализации товара и тем самым он зарабатывает деньги, ищет и хочет привлечь к себе всех потенциальных покупателей).

3./ **Кандидат** (он потенциальный покупатель наших товаров, у которого в настоящее время есть или нет проблемы или потребности).

4./ **Покупатель** (лицо, имеющее в данный момент проблему или потребность, которое в нашем товаре находит разрешение).

5./ **Деньги** – это средство, с помощью которого осуществляется обмен.

6./ **Счёт** (это зафиксирование в письменном виде операции, служащий для того, чтобы правительство, государство смогло получить свою долю в виде налога с оборота).

Предположим, что продавцом являюсь я, и у меня есть реализуемый товар – зубная паста. Кто же является моим потенциальным покупателем? Все те, которые пользуются зубной пастой и знают о том, что я занимаюсь реализацией зубной пасты. Однако люди, пользующиеся зубной пастой, но не осведомлённые о том, что я занимаюсь продажей зубной пасты, являются потенциальными покупателями какого-нибудь другого продавца. И чем больше людей узнают о том, что я занимаюсь реализацией зубной пасты, тем больше у меня шансов продать свой товар. (Это и является причиной того, что я записываю буквально всех в свой список имён и фамилий!) Когда я демонстрирую свой Маркетинг-план, это очень похоже на то, что я почти всё хочу продать (10 «вещей», перечисленных выше) в глазах потенциальных покупателей (будущих коллег по бизнесу), зная, что только некоторые купят у меня бизнес и очень немногие будут выбирать и покупать наши товары. Я хочу добиться того, чтобы всё то, что я продаю, **выглядело настолько соблазнительно, как только это возможно**. Поэтому я одеваюсь элегантно и привожу в порядок свои зубы (чищу их

своей зубной пастой), чтобы – когда я улыбаюсь и говорю о превосходстве своих товаров – мои слова имели бы соответствующую **достоверность**. Я реализую зубную пасту прямо потенциальным покупателям (Прямая реализация). А непрямая продажа проявляется в такой форме, в которой фирма, выпускающая зубную пасту, заказывает рекламный фильм и/или объявление, где привлекательная девушка с абсолютно правильными блестящими зубами продаёт нам зубную пасту по телевизору или в каких-то журналах, а мы покупаем пасту, снимая её с полок магазинов или супермаркетов. Я хочу, чтобы мои коллеги по бизнесу знали, что мои **товары настолько хороши, если не лучше, как и те, которыми они пользуются в настоящее время**. Почему я пользуюсь всеми теми товарами, которыми торгует наша фирма? Потому, что они **могут меня сделать богатым**. Чем больше я ими пользуюсь, тем больше я способен их продавать, так как они дают мне личный опыт и достоверность моим словам, когда я рекламирую их потенциальным покупателям. Подумайте о том, как выглядел бы владелец автоторговой фирмы БМВ, если он сел бы за руль Мерседеса. Кажется комичным, однако, большинство людей, подключившихся к бизнесу Прямой продажи/Сетевому маркетингу/MLM, **не пользуется теми товарами, которые он собирается продавать**. Мы с женой Юдит работаем дома. Я реализую концепцию бизнеса, она – товары. Мы ежемесячно реализуем товары на 500-600 баллов. Часть этих товаров мы заказываем для личного пользования, а остальная часть идёт для наших постоянных клиентов. Юдит систематически, два раза в месяц, заказывает товары по Интернету. Перед отправкой заказа она обзванивает наших покупателей и говорит: **«Сегодня я буду заказывать товары у фирмы. Какой товар заказать тебе/Вам?»** И ждёт ответа. Если им что-то нужно, то наши друзья и родственники сдают нам свои заказы. Женщины же обожают покупать. Все, кто знаком с нами, знает, что **у нас работает виртуальный магазин, и мы занимаемся реализацией определённого круга товаров**. Это работает примерно так: Юдит наводит новый макияж, а её подруги хотят всё знать о новых косметических товарах. В следующий раз, когда они придут к нам, она познакомит их с новой косметикой. Юдит берёт с собой новый лак для ногтей тогда, когда идёт делать маникюр, и все женщины у маникюрши знают – откуда у неё новый лак. Когда мы приглашаем к себе новых гостей или идём с ними ужинать, мы всегда берём с собой новые витамины, и люди интересуются ими. Когда родственники или друзья приходят к нам, они **видят соответствующие товары**, которыми мы пользуемся в нашем доме – в ванной, в кухне, в гараже и т.д. Юдит, когда **делает подарки** нашим друзьям или родственникам, всегда выбирает товары нашей фирмы. Дома у нас имеется небольшой **склад самых ходовых товаров**, так как мы хотим – при необходимости – **сразу обслужить наших покупателей**. А при следующем заказе мы пополняем наши запасы товаров. А когда наши

коллеги по бизнесу приходят к нам или в наш офис, они сразу видят, что мы сами пользуемся теми товарами, которые реализуем. Если бы я не пользовался разными нашими товарами, то как я мог бы ожидать от своих коллег, чтобы они пользовались бы ими? Это было бы явным противоречием между тем, что я проповедую и тем, что я делаю. Я люблю наши товары, так как их доставляют нам на дом бесплатно, они являются **товарами высшего качества, экономичны, не вредят окружающей среде и**, вдобавок ко всему, делают меня богатым человеком. Если я ежемесячно достигаю 200 баллов (ключевой человек), у меня имеется **право потребовать** делать то же самое от своих коллег по бизнесу. Я хочу добиться, чтобы требование 200 баллов копировалось бы в моём бизнесе. Я хочу также и того, чтобы в моём бизнесе копировалось бы личное обязательное количество продажи товаров на 200 баллов. И я желаю, чтобы мои коллеги по бизнесу научились продавать. Я лично знаю, как это нужно делать, так как **в школе жизни я научился этому**, это даёт мне способность научить других реализовать товары. **Я поднял свою цену на рынке**, так как развил в себе новые способности: ежемесячно я **реализую соответствующий товарооборот и могу научить людей, как это нужно сделать**. Большинство людей неправильно понимает суть дела: они считают, что у нас с Юдит имеются покупатели потому, что мы хотим получать 30.000-40.000 форинтов маржи/прибыли. А в самом деле эти деньги нам совсем не нужны, а нам нужно только иметь право **требовать копирования**, нам нужны **специальные знания и опыт**, чтобы быть способными обучать наших коллег по бизнесу, и нам нужен **максимум скидок по тем товарам**, которыми мы пользуемся лично. Мы же хотим покупать **всё по самым льготным ценам**. Всё равно, что мы покупаем, мы всегда просим скидку и каждые четвёртый или пятый раз мы и получаем её. Мы никогда не покупаем дешёвые вещи, а только наилучшие, но это является частью нашей игры, так как нас интересует – насколько дешевле можно купить данные товары. **Просить скидку – это тоже реализация**. Речь идёт не о деньгах, а о принципах. «Проси и получи!» Реализация и заключение сделки - это одно и то же. Это часть человеческой натуры, это и **привычка**, сложившаяся на протяжении многих лет. Мы хотим продавать разумно, значит хотим и покупать таким же образом. То, что мы покупаем товары, выпускаемые нашей фирмой, и **становимся лучшими покупателями у самих себя**, было правильным и разумным решением, ибо мы показываем положительный пример для копирования. То, что мы **имеем покупателей**, является хорошим решением и потому, что мы имеем беспристрастное мнение о том – насколько хороши наши товары. Никто не может оценить наши товары лучше, чем наши покупатели, покупая товары в розницу. Я пристрастен к нашей продукции, но мои покупатели – нет! Когда они **положительно отзываются о наших товарах**, я получаю от них ни с чем не сравнимые

оценки, получаю обратную связь. И, наконец, **зарабатывая деньги путём реализации в розничной торговле**, эти суммы я могу отвести на затраты, связанные с функционированием своего бизнеса. Для большинства людей дополнительные 20.000-40.000 форинтов ежемесячно в начальном периоде строительства своего бизнеса могут означать многое. Практически наши покупатели в розничной торговле **«покрывают» затраты**, связанные с обучением по бизнесу. А когда уже они научились реализации товаров, ощущаемых **физически**, мы можем продвигаться вперёд к реализации вещей не физических, а **духовных**, то есть к реализации идей, концепций. При демонстрации Маркетинг-плана мы продаём всё, чем мы располагаем. А **что** у нас имеется для продажи и **как** мы это продаём, в этом могут встретиться большие расхождения. **Сколько вещей** мы можем продавать за один раз и **как быстро** мы можем их продать – в этом тоже имеется большая разница. А самую большую разницу составляет то – **сколько человек** продаёт успешно в бизнесе. Существуют тысячи книг о реализации, но для того, чтобы всё усвоить на практике, нужно «выйти в люди» и **нужно с ними разговаривать**. Большинство людей сначала хотят выучить правила продажи, чтобы избежать ошибок и стать способными больше продавать в дальнейшем. А мой опыт **показывает совершенно противоположное**: мы сначала тренируемся, ошибаемся, а затем учимся на собственных ошибках. Попробуйте снова, опять делайте ошибки точно так, как Вы учились кататься на велосипеде. Поверьте мне, не имеет значения, насколько мы сильно хотим заключить сделки или стараемся продавать разумно, **мы не можем никакими силами заставить кандидата купить**. Решение купить представляет собой биохимический процесс в голове другого человека. Мы можем держать в своих руках руководство процессом продажи, можем задавать вопросы, но конечный результат никогда не попадёт под наш контроль. Некоторые люди будут говорить «нет», а другие «да», несмотря на то - что мы продаём и как продаём.

Реализация – это игра в цифры. До начала строительства сети я работал в брокерской фирме и реализовывал программы частных пенсионных касс (так называется в Австралии подготовка к выходу на пенсию). Затем я продавал факсы и ксероксы и, наконец, перешёл на работу на фирму, занимающуюся реализацией мобильных телефонов. Мне было всё равно, какие товары я реализую, **каждый 4-й или 5-й сказал мне «да»**, а другие – «нет». Я сделал соответствующий вывод: «Я не могу контролировать конец процесса реализации (то есть как заставить людей купить), но **я могу контролировать начало**. Я научился и тому – как обращаться с отказами людей. Отказ, пожалуй, самая трудная составляющая часть нашего бизнеса. **На каждые «да» я получаю три или четыре «нет»**. Это моя статистика, и я не был способен её изменить за прошедшие двадцать лет. Поэтому я сделал вывод: я буду **уважать данные цифры** и научусь

жить вместе с ними. Я никогда не принимаю близко к сердцу полученные мною «нет», так как я понял, что это адресовано не мне, а является правилом игры и это называется **законом больших чисел**. Людей, говорящих мне «нет» на моё предложение, я попытаюсь сделать своими постоянными покупателями – если это получится, а «отказников» я считаю своей помощью в накоплении **опыта** в бизнесе. Я получаю деньги из «да», а учусь на ошибках, на «нет». В конечном итоге конечный результат безразличен, так как в любом случае я остаюсь в выигрыше. Таким образом, реализация для меня – это игра. Я превратил её в **интеллектуальную игру**, которой я наслаждаюсь. **Ключевым словом** здесь является **подготовленность**, эрудиция. Я точно знаю, что я буду говорить своим будущим коллегам по бизнесу (текст). **Я заранее знаю**, что я буду говорить в том случае, если появятся отговорки, и знаю – как сохранить контроль за процессом реализации путём задавания вопросов. И поскольку **я не переживаю из-за себя или из-за исхода процесса**, я могу **сосредоточивать своё внимание на кандидате** и на самом деле смогу отгадать его потребности, пожелания. Я научился выслушивать слова другого человека, стать внимательно слушающей «публикой». У нас **два уха и один рот**: целесообразно их «использовать» в этих же пропорциях. **Никто не может научить нас продавать точно так, как он сам продаёт**, и точно так же все сами должны научиться продавать, как сами научились кататься на велосипеде. Лишь от нас зависит то, что сделаем ли мы всё самое необходимое, - научимся или нет. Лично я решил научиться продавать. В начале мне было очень тяжело и неудобно. Я потратил большие деньги, чтобы купить все книги по реализации, лучшие аудиопрограммы и ездить на семинары. Я потратил примерно 20.000 австралийских долларов на самообразование: в эту сумму входит и стоимость **профессиональных курсов по реализации**, которые я тоже окончил до начала строительства своей сети бизнеса.

То, что я вложил деньги в собственное образование и благодаря этому научился реализации – это одно из наилучших решений в моей жизни.

Научитесь продавать! Вы будете неплохо зарабатывать!

Джеймс Вади