

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ О БИЗНЕСЕ (см. приложение):

- *контактные* (для нахождения связи) *кассеты* для будущих дистрибьюторов;
- *начальный набор кассет*, начальное обучение системе;
- *информационный пакет* для встреч «Как дальше?»;
- *видео- и аудиокассеты* для обучения, подготовки и мотивации;
- *кассеты на иностранных языках*;
- *другие* вспомогательные материалы и литература.

С. ПОСТРОЕНИЕ СЕТКИ

С-1. НАЧАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК

(заполнить через 45 дней):

ИМЯ _____

- полный список кандидатов, проверенный спонсором;
- два домашних групповых маркетинговых плана или проведенные венгерской высшей линией «один к одному» - маркетинговый план;
- при помощи спонсора пригласить первых людей;
- иметь начальный пакет Amway, заполнить регистрационный лист;
- купить все кассеты для начинающих и прослушать их, выучить и применять на практике «приглашения»;
- купить и научиться пользоваться контактными кассетами;
- принимать участие в открытом маркетинговом плане;
- побывать на ДО (стартовая программа новых дистрибьюторов), записаться на программы предлагаемых кассет и книг;
- научиться заказывать каждую неделю;
- бывать на демонстрации товаров и сравнении цен;
- стать 100% потребителем;
- занять собственные «товары для демонстрации»;
- у своей высшей линии узнать и выучить информацию о наборе Amway;
- принимать участие в мероприятиях Network 21 (BBS викенд-семинар и т.д.);
- прослушать еще семь экстра-кассет, предложенных Вашей высшей линией;
- прочитать книги «Задумай что-то отважное» и «Сочувствующий капитализм»;
- научиться самим проводить маркетинговые планы, спонсировать хотя бы одного человека;
- стать ключевой фигурой.

С-2.Я.

Я - краеугольный камень благосостояния.

От меня исходит всякое благословение.

Я - источник всех ценностей этого мира.

Я - есть соль, пробуждающая к жизни вкус.

Я - единственная опора всех бедных.

Жизнь богатых пройдет зря, и они рано лягут в могилу, если они думают, что могут жить без меня.

Я сотворил сию нацию.

Я построил ее необычное хозяйство, неповторимые железные дороги, сотворил ее граждан и построил небоскребы.

Я - друг всех ценных молодых людей. Если еще молодыми они познают меня, и всю жизнь будут удерживаться меня, я сделаю для них больше, чем самые богатые родители.

Я поддерживаю тела в чистоте и кондиции, души бдительными, и если мной пренебрегают, то и тело их душа станут толстыми и неуклюжими.

Я - отец даже гения. Я присутствую во всех газетах, покинувших издательства, во всех поездах, пересекающих континенты, и на каждом корабле, пересекающем океан.

Глупцы ненавидят меня, мудрые любят. Человек, всю жизнь держащий меня за руку, никогда не умрет, потому, что все, чего он достиг с моей помощью, будет еще долго жить.

Человек, пренебрегающий и отвергающий мою помощь, никогда не жил по-настоящему, и зря он дышит.

Кто я? Что я?

Я есть труд!

(неизвестный автор)

Желание может быть прекрасной мотивацией, но труд рождает их реализацию.

Труд делает желания реальностью.

Все равно, что является Вашей целью, труд получит то желаемое, на что мечтание не способно. Если Вы будете трудиться, если научитесь подражать согласно системе, то Вы станете успешным!

С-3. ДВЕ НЕОБХОДИМЫЕ СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ УСПЕХА

Обязанность и стойкость - черты характера. Если ухаживать за ними и применять их, то результатом будет успех. Это срабатывает и наоборот если нет обязанности и не хватает стойкости, чтобы преодолеть реальные или мнимые преграды, то все это станет причиной неудачи. Отправной точкой является желание. Поэтому сначала сконцентрируйтесь на том, чего хотят люди достичь в жизни, т.е. на их мечты и цели. Все Вы могли заметить, что слабая мечта рождает слабый результат. «Движущим веществом» обязанности и стойкости являются желания.

Ваш спонсор, директ и высшая линия будут упорно работать, чтобы помочь Вам уяснить для себя мечту. Они уже научились. Сильное желание катализатор всего. Вооружившись желаниями, Вы можете преодолеть те преграды, которые встретятся на Вашем пути, куда вы направляетесь из данной точки до желаемой.

- Уясните для себя свои «почему», мечты и цели.
- Если Вы состоите в браке, согласуйте их с супругом (ой).
- Напишите их и перечитывайте каждый день.
- Ознакомьте своего спонсора с ними. Распределите время, составьте план и принимайтесь за работу.

«Чем упорнее Вы работаете, тем успешнее будете».

Глем Блэнд.

Если Вы не измените направление, то попадете туда, куда направлялись. Наполеон ХИЛЛ в своей знаменитой книге «Думай и богатей» говорит: *«Для вырабатывания в себе обязанности и стойкости, необходимо:*

Определенная цель, ее достижению помогает жгучее желание.

Подробный план, который подтверждается непрерывным действием.

Голова, противостоящая всем негашеным и забирающим охоту влияниям, включая негативные советы родных, друзей и знакомых.

Союз с другом или с несколькими надежными людьми, которые помогут реализовать мечту».

C-4. СТАНЬТЕ КЛЮЧЕВОЙ ФИГУРОЙ

Это Ваша возможность доказать своей высшей линии, что у Вас серьезные намерения по отношению к бизнесу, и Вы готовы следовать методу Network 21. Если Вы станете ключевой фигурой, то это будет сигналом для нас, что Вы именно тот человек, которому стоит посвящать время. Все 7 характеристик ключевой фигуры зависят от Вас. Становление ключевой фигуры влечет за собой признание, приглашение на специальные встречи, и все это гарантирует, что в Вашем бизнесе дублируются соответствующие традиции и отношения.

ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ СТАТЬ КЛЮЧЕВОЙ ФИГУРОЙ

1. Проводите маркетинговые планы.

Систематически проводите маркетинговые планы, хотя бы 8 раз за 1 месяц. Пользуйтесь приглашением групп, квалифицированными приглашениями и контактными кассетами, чтобы заполнить брешь домашних маркетинговых планов и открытых маркетинговых планов.

2. Пользуйтесь продукцией (100%).

Пользуйтесь всеми видами продукции Amway, указанными в каталоге. Покупайте еженедельно. Станьте 100-% потребителем нашей продукции.

3. Обслуживайте 10 покупателей.

4. Ежедневно посвящайте 15 минут чтению предложенных книг или других одобренных стимулирующих книг.

5. Слушайте предложенные кассеты. Ежедневное прослушивание кассет развивает аттитюд и способности. Ежедневно покупайте кассеты и перечитывайте снова список предложенных кассет.

6. Принимайте участие во всех мероприятиях.

Для того, чтобы получить максимальное профессиональное развитие, приходите пораньше на мероприятие и покидайте зал позже всех. Будьте «дополнительным звеном» помогающей Вам Системы. Ходите на все открытые маркетинговые планы, семинары, BBS, семинары успеха, викенд-семинары для того, чтобы развиваться, обучаться и стимулировать других.

7. Научитесь трудиться в коллективе. Пусть у Вас будет обучающийся аттитюд (часто задавайте вопросы своей высшей линии).

Будьте ответственны и готовы нести ответственность. Дублируйте систему. Хвалите и стимулируйте своих партнеров по команде (представление). Не работайте накрест.

С-5. ДЕВЯТЬ ДИРЕКТИВ

1. МЕЧТА.

Вы не достигнете всего, о чем мечтаете, но и не достигнете ничего, не мечтая прежде об этом. Что Вы хотите от этого бизнеса и когда хотите этого достичь. Запишите все это и представьте себе мысленно. Если Ваша мечта достаточно велика, то факты не играют роли.

2. СПИСОК.

Ваш список кандидатов - Ваше самое ценное имущество. При помощи спонсора напишите 100 имен. Научитесь систематически дополнять этот список новыми именами. Пользуйтесь методом, чтобы имена постепенно пропадали из Вашего списка.

3. ВРЕМЯ.

Всегда делайте различие между «временем» и «маркетинговым планом» (Вы договариваетесь о времени встречи с кандидатами, а не о проведении маркетингового плана). Метод обучает нас таким и подобным словам, которые действуют как «смягчающее» средство. Научитесь этому, используйте и дублируйте.

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН.

Это время, которое Вы согласовали согласно методу с оцененными кандидатами, чтобы они посмотрели маркетинговый план. Каждая домашняя и открытая маркетинговая демонстрация представляет собой согласованный и утвержденный вариант, поэтому все такие встречи можно прогнозировать наперед, им можно обучить и дублировать. Быстро научитесь проводить маркетинговый план и часто проводите его самостоятельно.

5. ВСТРЕЧА «КАК ДАЛЬШЕ».

Всегда давайте информационный пакет и договоритесь о встрече через 1-2 дня. Оцените степени заинтересованности. Дайте нужный

старт кандидатам согласно методам. Используйте кассеты, семинары и продукцию для поддержания контакта, пока Вы не сможете оценить, кем станет кандидат - покупателем или дистрибьютором.

6. РАБОТАТЬ В ГЛУБИНЕ.

Спонсируйте 15-20 человек в ширину, чтобы найти 3-х уже «готовых». Работайте с тремя ногами вниз, чтобы найти лидеров (ключевые фигуры). Постройте модель ноги на 10 в глубину. Найдите друзей в глубине.

7. ОРГАНИЗАЦИЯ КОЛИЧЕСТВА ПУНКТОВ.

Покупайте продукцию и специально еженедельно обслуживайте покупателей. Демонстрируйте товары каждому новому дистрибьютору. Научите всех демонстрировать косметику Amway и наборы посуды. Поставьте перед собой личные цели (100-ый потребитель + 10 покупателей). Поставьте цели перед своими группами.

8. РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ.

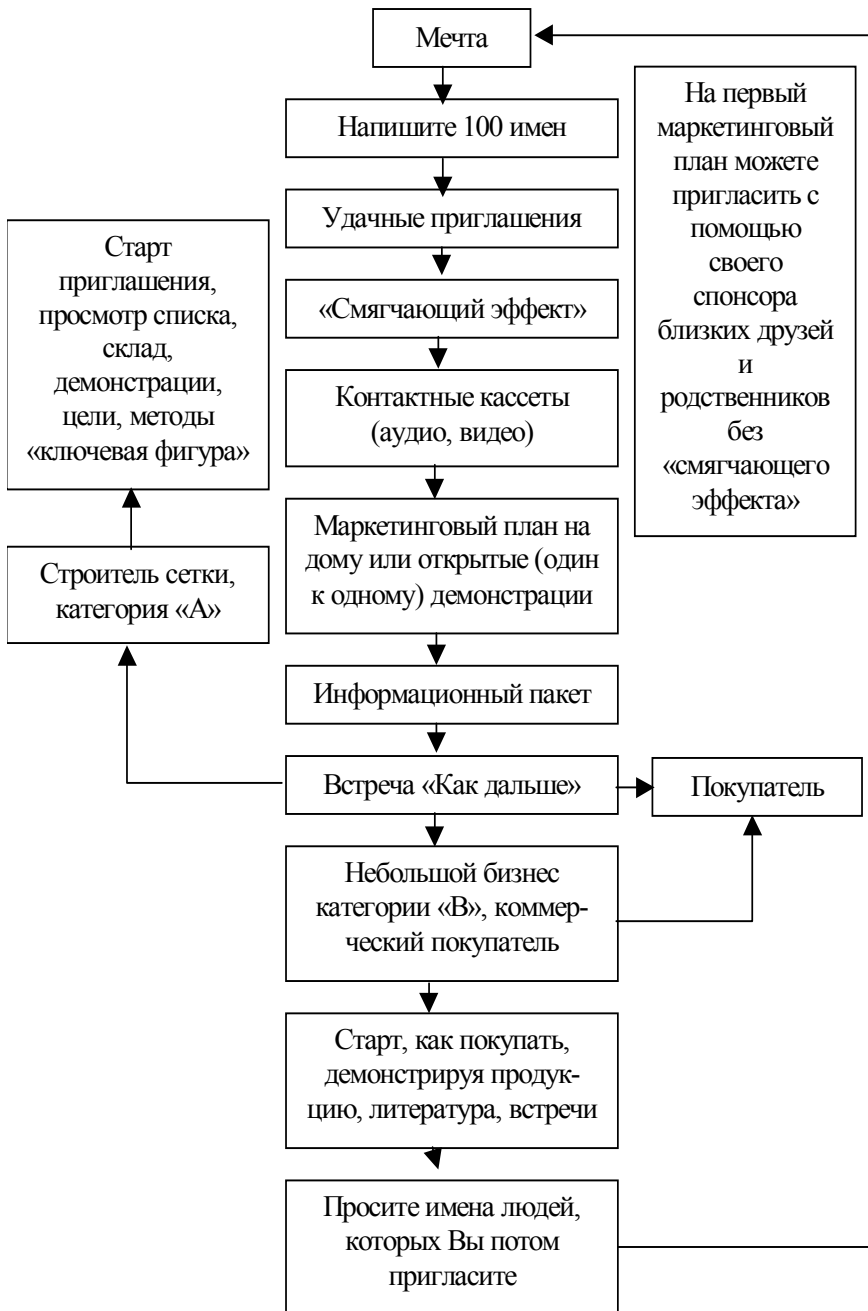
Аттитюд, способность обучаться, работа коллектива, уверенность, кассеты, книги, мероприятия встречи с успешными людьми. Систематически консультируйтесь со своей высшей линией.

9. ПОДРАЖАНИЕ.

Не то, что «работает», а то, что можно дублировать. Для максимальной эффективности используйте и обучайте других методу.

Через все примеры будет дублироваться Ваше отношение, трудовая этика коллективный дух, количество пунктов.

С-8. КРУГ УСПЕХА



С-9. КОГО ВЫ ЗНАЕТЕ?

Буфетчик(-ца)	Работник бара
Цветочница	Владелец мебельного магазина
Парикмахер	Косметолог
Электрик	Ювелир
Мастер по радио	Булочник
Повар	Мясник
Сварщик	Менеджер магазина «Ковры»
Маляр	Истребитель насекомых
Строитель	Слесарь
Человек, делающий таблички с фамилиями	Владелец магазина Музыка
Сантехник	Редактор газеты
Человек, очищающий канализацию	Медсестра
Каменщик	Работник почты
Мастер	Полиграфист
Кровельщик	Продавец
Социолог	Директор автосервиса
Водитель грузового автомобиля	Швея
Обойщик	Директор театра
Представитель похоронного бюро	Аптекарь
Директор овощного магазина	Владелец трейлера
Владелец магазина	Предприниматель
Владелец фирмы, изготавливающей заборы	Химик
Работник турбюро	Менеджер офиса
Часовщик	Друзья по церкви
Фитотерапевт	Собрание
Окулист	Жених
Милиционер	Священник, пастор
Политик	Учитель музыки
Ветеринар	Родители друзей, моих детей
Стоматолог	Гости на свадебном ужине
Оптик	Члены клуба
Пожарник	Соседи
Бухгалтер	Члены родительского совета
Работник банка	Судья
Врач	Психолог
Учителя	Друзья супруги
Адвокат	Друзья супруга
Артист	Люди, с которыми
Следователь	Вы обедаете
Пилот	Директор школы

Вы вспомнили некоторые новые имена. Примите решение

еженедельно ознакомить 2-х людей с бизнесом. Через год уже 100 человек будут ознакомлены с ним. А сейчас напишите список кандидатов и их телефоны и держите их «на прицеле».

С-11. «ЦЕНТР ДЕЙСТВИЯ»

Близкие друзья: Сотрудники: Знакомые владельцы магазинов:

- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 1. | 1. |
| 2. | 2. | 2. |
| 3. | 3. | 3. |

Члены обществ: Мастера с которыми Вы знакомы:

- | | |
|----|----|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |

ВЫ

Родственники: Соседи

- | | |
|----|----|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |

Люди, с которыми Вы заключаете сделки:

- 1.
- 2.
- 3.

С-12. СПИСОК КАНДИДАТОВ

ИМЯ кандидата	Телефон адрес	Домашний маркетинговый план (МП)	Встреча один на один	Открытый МП	Результат "А", "В" или "С"
1					
2					

С-13. КАЧЕСТВЕННЫЙ ПОДХОД

Успешное построение сетки зависит от подключения новых людей, основанного на простом подражаемом методе. Каждый рекламный специалист знает, что «упаковка» продукции очень важна. Кроме продукции Amway вы предлагаете людям и возможность, которая является также Вашей «продукцией», так что ее надо хорошо «упаковывать».

Необходимым элементом профессионального роста в бизнесе является желание учиться и обучать других качественному, профессиональному, подходу к людям. Мы научим Вас, как сначала договариваться о «времени» встречи», а лишь затем о бизнесе. Порядок

является важным звеном метода. Многие новые дистрибьюторы слишком рано дают очень много информации, а потом не могут провести полную программу, так как кандидат уже принял решение на основе неполной информации. Если Вы не будете следовать методу, то у нового дистрибьютора сложится неверное представление об Amway и это отразится на успехе дальнейшего согласования времени встречи. Мы можем вызвать интерес у людей при помощи некоторых «срабатывающих» выражений, вызывающих любопытство и не вызывающих страх. Использование слов действительно критичное, поэтому следуйте примерам приглашений и советам спонсора. Используйте список из 100 человек и посоветуйтесь со своим спонсором или другим лидером высшей линии, какой подход подойдет к тому или иному человеку.

Ваши возможности:

1. Непосредственный подход.

Ваш спонсор назначит 2 даты проведения маркетинговых планов у Вас дома. Используйте договоренные, оправдавшие себя приглашения. Пригласите хорошо знакомых Вам людей на домашнюю демонстрацию, где Ваш спонсор проведет маркетинговый план или демонстрацию «один на один».

2. «Смягченный» подход.

Для приглашения таких людей, которых Вы не слишком хорошо знаете, развили «смягчающую» технику, которая представляет собой профессиональную «упаковку» и дает лучший результат. Эти шаги «оценивают» кандидатов и усиливают их любопытство без того, чтобы кроме уточнения даты встречи. Вы дали бы более подробную информацию.

КОНТАКТНЫЕ КАССЕТЫ, БРОШЮРЫ «NETWORK 21»

Это первостепенные средства, оценивающие Ваших кандидатов. Для этой цели подготовлены эффективные серии аудио- и видеокассет. Главное в этой концепции для начала использовать примеры подхода, чтобы вызвать начальный интерес. Потом дайте этому человеку видео- или аудиокассету с брошюрой «Network 21» и попросите его пересмотреть материал. Договоритесь, что Вы перезвоните ему, чтобы узнать, хочет ли он больше знать. Эти контактные кассеты специально не содержат детальной информации о фирме, а занимаются скорее «Networking»-ом (построением сетки). Нам надо только узнать, хотят ли люди получить больше информации. Детали последуют во втором шаге, который представляет собой полную демонстрацию «один на один», или групповой маркетинговый план на дому, или открытый маркетинговый план Network 21.

C-15. ТЕЛЕФОН - НАИЛУЧШИЙ КОНТАКТ

О времени встречи всегда договаривайтесь по телефону. Помните цель Вашего звонка - оценить кандидата и согласовать время, а не проведение плана. Ограничьте свое время. Если Вы научитесь

профессионально приглашать по телефону, то у Вас будут результаты.

Стратегия и процесс.

1. Ограничьте время:

«У меня сейчас нет времени, но давай я скажу, почему позвонил тебе»

2. Делайте им комплименты:

«Недавно мы встречались в ____ и меня пленил Ваш аттитюд (амбиции, замечание, улыбка, как Вы поступили в той ситуации и т.д.)

3. Причина звонка:

«Я не знаю, упоминал ли я (не знаю, знаете ли Вы, но у меня есть маркетинговая фирма), что я занимаюсь удачным маркетинговым бизнесом, и этот бизнес действительно развивается (эффективно распространяется в этом регионе)».

4. Дайте оценку кандидату:

«Я ищу несколько ключевых фигур, которые помогут мне в распространении. Разрешите спросить Вас, нужны ли Вам деньги и есть ли у Вас время, а также открыты ли Вы сейчас для экстраработы?» (можете сделать паузу, если хотите получить ответ).

5. Вы - руководитель:

«Если говорить откровенно, то не знаю, будете ли Вы самой подходящей кандидатурой, сможем ли работать вместе, но я рад бы встретиться с Вами, чтобы просмотреть несколько диаграмм и чисел» ИЛИ: «Я не обещаю, что это сработает, но почему бы нам не встретиться, и тогда я покажу Вам несколько цифр, и мы можем увидеть возможности дохода»

6. Согласуйте время:

«Какой день на этой неделе подойдет для тебя « ИЛИ: «В пятницу я свободен, а ты?»

С.16. ОТНОШЕНИЕ К ВОПРОСАМ

ЕСЛИ ОНИ ОБДУМЫВАЮТ, ИЛИ ХОТЯТ ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ:

«Смотри, Бейла, я уверен, что у тебя возникнет масса вопросов, но я позвонил лишь за тем, чтобы узнать, готов ли ты к встрече, чтобы узнать всю информацию», (и снова согласуйте время).

ЕСЛИ ОНИ НАСТАИВАЮТ

«Смотри, Бейла, сейчас ты не очень подходишь. Забудем все, и я тебе перезвоню через несколько недель, если все еще буду искать такого человека.» ИЛИ: «Смотри, Бейла, почему бы нам не сделать так: я предоставлю некоторую информацию (кассеты, книги, брошюры) и перезвоню тебе, когда ты просмотришь их. Потом договоримся о новой встрече, конечно, если еще будет это место работы».

Я ОЧЕНЬ ЗАНЯТ

«Я очень высоко ценю Вас, Бейла, и поэтому звоню Вам. Все так задумано, чтобы даже занятые люди могли бы уделять время этому. А в действительности у нас есть компенсирующая система, которая в