
индустрия достигла зрелости, консолидировалась, поражает нас своим многообразием и постоянно укрупняется.

Новаторство, воодушевление, многочисленные эксперименты и нестабильность характеризуют первую фазу роста любой индустрии. Многие компании не выдерживают этой “гонки по вертикали”: они быстро появляются на рыночной сцене и так же молниеносно с нее уходят. Деятельность таких компаний обычно начинается достаточно бойко, особенно, если уникальна идея, с которой они приходят на рынок, если она привлекает первоначальный интерес потребителей и прессы. Но зачастую все заканчивается насмешками и скепсисом подавляющей массы вечно сомневающихся людей. Происходит это по нескольким причинам. Вот они:

- продукция или услуги не соответствуют цене или качеству, которые провозгласила компания или излишне восторженные энтузиасты;

- реакционно-настроенные правительственные чиновники и их посредники часто создают отрицательное общественное мнение;

- необходимая поддержка, а также качественные технологические разработки и инфраструктура еще недоступны.

Лишь около 2% компаний, выходящих на потенциальный рынок, умудряются как-то заработать деньги в течение первой фазы. Их индустрия находится где-то на задворках основного направления рынка сбыта.

В течение второй фазы развиваются высокие технологии, инфраструктура, продукция находит достойное применение, и индустрия занимает более прочное положение на рынке. В производство приходят новые “строители” — те, кто осознает заложенный в нем потенциал, готов решать проблемы и находить новые области применения продукции. И все это вместе выводит саму индустрию на основное направление.

По сравнению с первой фазой индустрия завоевывает рынок на 15 %, количество компаний, которые выживают и продолжают расти и процветать, на этой фазе роста уменьшается. На сцене появляются лидеры индустрии, такие как “Форд”, “Макдональдс” и “Ксерокс”.

По мере нахождения новых областей применения продукции и услуг изменяется даже терминология данной индустрии, появляется некий присущий ей специфический язык. Совершенствуются процессы обучения, приобретения практических навыков, шлифовки профессионального мастерства и узкой специализации. Вспомните, что в первой фазе развития франчайзинга речь шла лишь о закусочных типа “fast food”, а сегодня по принципу франчайзинга работает огромное количество предприятий — от ремонтных мастерских до отелей. Индустрия мобильной связи начиналась с ограниченного применения СВ-радиостанций в первой фазе и развивалась до

всеобъемлющего использования сотовых телефонов во второй фазе.

Сетевой маркетинг вступает во вторую фазу

Итак, сетевой маркетинг освоил 2% потенциального рынка сбыта, что характерно для первой фазы роста. Когда люди говорят о насыщении рынка продукцией, они могут ссылаться лишь на эти 2%. Сетевой маркетинг — индустрия с 55-летней историей существования. Она насчитывает в своих рядах 15 миллионов независимых дистрибьюторов, которые осуществляют продажи, приблизительно, на 100 миллиардов долларов ежегодно (пятая их часть находится в США).

Сегодняшние независимые дистрибьюторы — типичные энтузиасты ранней стадии, в большинстве своем первопроходцы и новаторы, любознательные и увлеченные новыми идеями и новой продукцией. Они с увлечением отдаются своему делу и привлекают новых дистрибьюторов, опираясь в своей работе преимущественно на личный опыт. Однако, за небольшим исключением, им слишком часто не хватает упорства и настойчивости, чтобы довести дело до конца, и большинство из них либо бросают все на полдороге, либо остаются лишь потребителями продукции сетевого маркетинга. А иногда решают попытать счастья в другой компании.

Сегодня сетевой маркетинг все еще испытывает скептическое к себе отношение, люди сомневаются в том, что эта индустрия будет соответствовать тем надеждам, которые возлагают на нее поклонники-энтузиасты. Остается насущной проблема нестабильности компаний: выживает одна из нескольких сотен.

В 90-х годах появились новаторские решения в области компенсационных планов, например, “бинарное” построение сети, и многие компании начали получать преимущества от использования и применения усовершенствованных информационных технологий. Индустрия изменила “направление движения” и находится на подъеме, в процессе перехода во вторую фазу. Это означает, что в течение следующего десятилетия индустрия завоюет 15% своего потенциального рынка. Это в значительной степени изменит весь дальнейший ход развития.

Давайте рассмотрим, каким образом данная новая фаза повлияет на сетевой маркетинг.

В начале данной фазы есть недоверие и сомнения в возможностях этой индустрии, а заканчивается фаза полным ее принятием всеми без исключения.

Всего несколько компаний возглавят индустрию, несмотря на то, что гораздо большее их число будет в этой фазе применять эффективные методы сетевого маркетинга для распространения продукции на рынке.

Лидеры индустрии увеличат применение развитых инфраструктур. Таких, например, как информационные технологии. Транспортные (авиалинии) и телекоммуникационные (телефонная связь) инфраструктуры будут содействовать расширению индустрии во второй фазе роста. Именно применение информационных технологий и баз данных (Интернет) станет основой роста и развития многих децентрализованных структур управления сетевым маркетингом. Это означает, что своевременный доступ к информации станет тем новшеством, которое еще не было введено ни одной компанией, применяющей сетевой маркетинг.

Рынок в значительной степени преобразится и будет готов удовлетворить растущие потребности людей в новых источниках дохода, в обеспечении финансовой независимости, увеличении капитала и т.д. Появится множество новых областей применения продукции.

Терминология рынка, его специфический язык изменится по мере появления и развития новых областей применения — ведь язык сегодняшней компьютерной индустрии практически полностью преобразился с момента ее первой фазы роста.

Процесс обучения и углубленные практические занятия будут содействовать специализации и росту профессионального мастерства строителей сети. Можно ожидать, что вслед за обязательными стандартными семинарами последуют занятия на другом качественном уровне, углубляющие и совершенствующие профессиональное мастерство и охватывающие такие области как страхование, финансовое планирование и бизнес-услуги.

Послевоенное поколение (1932-1952 гг.) будет по-прежнему сильно влиять на потребительский рынок, как это было в прошлом — от детского питания Гербера в 50-х, автомобиля “Ford Mustang” в 60-х, до микроавтобусов и роста Объединенных фондов 90-х. В течение следующего десятилетия большинство людей послевоенного поколения выйдет на заслуженный отдых и захочет иметь обеспеченную жизнь. Вслед за послевоенным поколением идет новое поколение, те, кому сейчас от 18 до 32 лет. Для молодежи характерно то обстоятельство, что она имеет одну (или даже более) дополнительную работу с частичной занятостью. Она ставит под сомнение ценность образования и то, что оно может обеспечить по окончании учебы хорошо оплачиваемую работу и финансовую независимость. Она также прекрасно осознает, что не может рассчитывать на достойную государственную пенсию по старости. Она может рассчитывать только на себя. Результатом станет то, что это поколение даст миру самое большое количество предпринимателей за всю историю человечества. Через какие-нибудь десять лет это поколение станет ведущей силой сетевого маркетинга.

Чтобы вступить в индустрию, нужно сделать чрезвычайно

низкий вступительный взнос. А рост сулит большие доходы. В других отраслях экономики этот этап роста характеризуется более длительным периодом увеличения благосостояния активно участвующих в бизнесе людей. Например, для франчайзинга характерны сравнительно невысокие первоначальные затраты, которые впоследствии приносят высокие прибыли, в результате чего рождаются миллионеры.

Как строить свою сеть во время второй фазы роста

Мощный рывок вперед, который в данный момент наблюдается в сетевом маркетинге, упростит процесс построения сети и создаст условия для роста производительности труда. Более эффективное использование новаторских информационных технологий и курьерских услуг способствует качественному прогрессу нашей индустрии. Противостояние завоевывающему рынок сетевому маркетингу хотя и ослабевает, но все же сохранится в последующие годы. Можно ожидать, что в течение следующих десяти лет произойдет повсеместное признание ценности этой индустрии с точки зрения ее самого широкого применения. Чтобы преодолеть существующий скепсис и сомнения, нужно проводить просветительскую работу.

Несмотря на значительные изменения, которые может претерпеть рынок, распространение услуг этой индустрии определяют два фактора:

Фактор 1 — соотношение между затраченным временем и уровнем доходов.

Обычно финансовые инвестиции имеют целью увеличение дохода. И неважно, что ваши инвестиции собой представляют: облигации, вложения в пенсионные или другие совместные фонды, ценные бумаги, акции. Каждый из этих видов вложений представляет собой инвестирование в некую компанию, деловая активность и производительность которой, по вашему мнению, находятся в правильном соотношении с затраченным временем и вложенными усилиями служащих. Соотношение между затраченным временем и уровнем доходов в сетевом маркетинге представляет ту же самую концепцию; вот только для независимых дистрибьюторов сетевого маркетинга оно гораздо более благоприятно, чем для служащих корпорации.

Фактор 2 — замена или дополнение дохода на “службе” доходом от личного бизнеса.

Сейчас практически все книги, в которых рассматриваются вопросы увеличения личного благосостояния, рекомендуют каждому иметь дополнительный доход от личного бизнеса на дому: такой

бизнес позволяет любому человеку обеспечить личную финансовую безопасность и значительно снизить налоговые издержки. Бизнес на дому дает возможность законным образом увеличить как доход, так и скидки при уплате налогов. С ростом потенциальной рабочей силы (служащих с частичной занятостью, работающих на контрактной основе, и свободных предпринимателей) финансовую независимость перестали связывать со служебным доходом. Сетевой маркетинг дает возможность разнообразить личные доходы и станет в будущем столь же важным, как, например, страхование личного имущества сегодня. (...)

Все три фазы роста предсказуемы и естественны. Вы не сможете “перескочить” через одну так же, как Вы не сможете научиться бегать, не научившись сначала ползать, а потом — делать первые шаги. Сейчас для сетевиков и сетевых компаний главная забота — определить, где они находятся в данный момент, адаптироваться к условиям наступившей второй фазы и подготовиться к грядущей, третьей фазе роста.

Третья фаза неминуема. И если судить по той роли, которую играет в нашей жизни постоянно развивающиеся и совершенствующиеся коммуникационные технологии, то наступление третьей фазы роста сетевого маркетинга, возможно, произойдет даже раньше, чем мы думаем. И наиболее важной окажется как раз та основа, которую вы заложили на первой и второй фазах.

Во время третьей фазы реальный потенциал и подлинное влияние данной индустрии на общество в целом и его культуру достигнут своего пика. Все это произойдет в течение всего нескольких лет. Те мужчины и женщины, которые возглавят переход сетевого маркетинга в третью фазу роста, станут не просто “творцами жизни”, они станут настоящими лидерами XXI столетия.

Нейл Андерсон занимается изучением и развитием технологий и новых отраслей индустрии. Он живет вместе со своей женой Жаннет Макдональд в Оттаве, штат Онтарио.

Это просто жизнь!

Мир подошел к опасной черте.

*Дети не слушают родителей,
видимо, конец мира уже недалек...*

(Древний жрец, XX век до н.э.)

Это просто жизнь!

(наше генеалогическое древо, пирамида нашей жизни)

Задумывая эту главу, я рассуждал следующим образом: хватит Вам читать то, что я тут пишу, пора Вам самому активно подключиться к процессу восприятия понятий “пирамида”, “афера” и “просто жизнь”. Но никак не мог придумать, как это сделать. И, вдруг, еще раз вспомнив аппетитную пословицу про слишком долго думавшего индюка, я решил, что пора провести практическую работу.

Эта глава будет состоять из трех подглавок.

Первую я назвал так: “Нарисуй свою пирамиду”.

Основная идея рисунка, который Вы можете увидеть на 180-й странице, думаю, понятна каждому. Но, тем не менее, хочу дать пояснения к этой картинке.

Скажите, Вы хорошо знаете своих предков? Попытавшись ответить на этот вопрос, я обнаружил, что сам знаю не столь уж многих. Моя мама — Брегвадзе Ламара Михайловна. Мой отец — Кардава Веснер Амбакович. Дедушка с материнской стороны — Брегвадзе Михаил Виссарионович. Бабушка с материнской стороны — Алпаидзе Мария Несторовна. Дедушка с отцовской стороны — Кардава Амбако Валерианович. Бабушка с отцовской стороны — Кварацхелия Тамара.

Как видите, отчества бабушки Тамары, царствие ей небесное, я уже не знаю. Получается, что я не знаю имени моего прадедушки! Сегодня же позвоню в Тбилиси и спрошу у отца. Да и вообще сам заполню это древо хотя бы до “уровня” прадедушек и прабабушек.

Бог ты мой, я ведь хорошо помню прабабушку по материнской линии — бабушку Веру. Она жила в Кутаиси, во втором по величине городе Грузии. Ну, а по красоте, гостеприимству и “по застолью” Кутаиси — один из самых-самых. В детстве меня каждое лето возили к ней. Там я постигал азы человеческих взаимоотношений, она согревала меня теплом своей души и своего тела. Какая магическая сила у памяти! Трудно писать эти строки. Даже мурашки по коже забегали. Я вспомнил, что очень любил засыпать у нее на руках, они были такими большими и нежными. Я в них просто утопал. “Вера Бебо”, так я называл ее по-грузински, была слепа, но зато, как все слепые, слух имела просто фантастический...

Поток воспоминаний захлестывает, и очень хочется, не нарушая стиля всей книги, рассказать Вам один забавный, на мой взгляд, случай из жизни.

Я вернулся из армии. Связанный с моим возвращением в родные пенаты переполох постепенно стих, и жизнь пошла своим чередом. Как-то вечером пришел я домой, зашел в свою комнату, сделал дежурные звонки и решил сделать обход квартиры.

В большой комнате или, как у нас говорят, в зале работал

телевизор, и моя мама, делая, словно Юлий Цезарь, несколько дел одновременно, “смотрела” его. А одновременно вязала свитер, вела переговоры с моей тетей — своей младшей сестрой, которую звали Кетино, — обсуждая последние новости тбилисской светской жизни. Дедушка Миша сидел в своей комнате в кресле-качалке и зачитывался последней информацией в любимой газете “Вечерний Тбилиси”. А бабушка Мария, как всегда, находилась на посту номер один — на кухне. Она категорически отказывалась пускать нас в свои владения. Обижаясь на кого-нибудь из членов семьи, она запиралась на кухне и начинала готовить самые-самые вкусные и ароматные грузинские кушанья. Бывало, когда мы, уставшие, голодные и готовые наброситься на еду, собирались усесться за наш овальный обеденный стол в столовой, обнаруживалось, что он пуст. Это значило, бабушку кто-то чем-то обидел. Мы пристально смотрели друг другу в глаза, и виновному становилось ясно: если он не исправит положение, не пойдет на аудиенцию к бабушке и не извинится, его съедят. Тогда провинившийся шел к кухне и через дверь начинал вести тяжелые переговоры, вымаливая у бабушки прощение и мечтая о долгожданном ужине.

Когда я увидел, что все заняты делом и на меня никто не обращает внимания, мне это совсем не понравилось. И я решил пошутить. Зашел на кухню, отломил кусочек хачапури, сел в кресло и многозначительно произнес:

— Готовься, бабушка, скоро прабабушкой станешь!

Не успел я договорить, как раздался грохот, и бабушка оказалась на полу почти одновременно с тарелкой гречневой каши. Что здесь началось! Если все, что там происходило, описать, сделать сценарий и снять фильм, то получится... Еще один короткометражный грузинский фильм.

Бабушку уложили в зале на диван, и когда переживания по поводу падения Марии Несторовны чуть-чуть поутихли, моя тетя как-то про себя пробормотала:

— Интересно, чего это она упала? Она ведь раньше никогда себя не роняла?

— Да, конечно, но ведь раньше и я никогда не говорил ей, что она скоро станет прабабушкой, — сказал я загадочно.

Можно было начинать съемки второго короткометражного фильма. Буквально на минуту вся жизнь в доме остановилась. На шестьдесят первой секунде дедушка собрал волю в кулак. От имени и по поручению семьи он произнес:

— Это правда?! Если я правильно понял, ты хочешь сказать, что я прадедушкой стану?!

— То, что я сказал — правда. А вот когда — другой вопрос.

— Спроси у своего внука, что значит: “другой вопрос”? — дрожащим голосом обратилась к Михаилу Виссарионовичу ожившая

Мария Несторовна.

— Правильно, моя дорогая! — нежно, даже почти с пониманием, произнес дедушка и снова обратил взор на меня:

— Что значит: “А вот когда — другой вопрос”?! А?! Датуча! (ласкательное от Дато) Биджо (по-грузински — мальчик)! Никаких других вопросов! Все должно быть точно! Как в армии! — строго сказал дедушка и заплясал от радости, напевая свою любимую песню. — “Однажды русский генерал из гор кавказских проезжал и грузинскую песенку по-кутаисски напевал...”

Тут он направился к телефону позвонить своему младшему брату, дедушке Якову, чтобы сообщить: есть уникальный повод открыть новую партию вина, которое он специально хранил для особо важных случаев и для особо важных персон (как сегодня говорят, VIP).

Бедная бабушка осталась без всякой поддержки, потому как тетя Кетино была настолько растеряна, что слова не смогла произнести. Мама же с олимпийским спокойствием продолжала вязать, как будто все происходящее ее не касалось.

— Тебя в армии больше ничему умному не смогли научить?! — выдохнула оставшаяся в гордом одиночестве бабушка.

— Ты же знаешь, бабушка, в Прибалтике такие девочки! Высокие, красивые, белокурые... — решил я перевести разговор в лирическое русло в соответствии со своим куриным... то есть я хотел сказать, петушиным умом.

— Знаю, знаю, как не знать! — заблестели у дедушки глаза. — Я-то знаю, а ей-то откуда знать, Дато, скажешь тоже!

— Институт бросил, в армию пошел, сейчас жениться собрался, что он с ней будет делать? — начала сдавать позиции бабушка.

— Во-первых, моя дорогая, чтобы семью создать и детей рожать, не диплом нужен, а любовь. А, во-вторых, мой внук как-нибудь сообразит, что с ней делать! — перешел в наступление дедушка, предвкушая, как у него, у Михаила Брегвадзе появится правнук. Он прекрасно понимал, что мой ребенок не будет прямым продолжателем его рода, но он настолько любил детей, что в данный момент об этом и не думал.

Не могу не вспомнить здесь, как однажды, когда мы сидели за обеденным столом, дедушка произнес тост за детей, а потом вдруг спросил меня:

— Дато, мой хороший, знаешь, что для меня самое большое счастье? И, не дожидаясь моего ответа, повторил:

— Знаешь, что? Это когда маленький ребенок сидит у меня на груди и играет, а потом вдруг затихает и пристально смотрит мне в глаза, словно ожидая чего-то. И через какое-то время у меня на груди становится так тепло-тепло, а в душе — так радостно, что за эти мгновения я готов жизнь отдать. А потом, завершив процесс “отопления”, он... или она... ласково улыбнется или даже от всей души

захохочет... Я хочу выпить за всех детей земного шара, чтобы они жили в мире, любви и ласке!

Бог видит, не хотел я этого говорить, но все-таки не смог сдержаться: я очень далек от марксистско-ленинских идей и пролетарского интернационализма. Мой дедушка был членом компартии, фронтовиком, ученым и просто человеком, который что думал, то и говорил, а что говорил, то и делал! Кто мне сейчас докажет, что он был плохим, и что его поколение было хуже, чем современные, с позволения сказать, “демократы”, которые с таким “успехом” разрушают все, что могут назвать себя “Геростратами”? А “олигархи” и их эмиссары в СМИ, которые давно забыли, что такое мир, ласка и любовь? Хотя, может, и не забыли: просто “демократия” заставила их поменять все это на то, что Вы сейчас видите вокруг. Да что там говорить! Извините. Просто не выдержал, я ведь тоже человек, и у меня тоже есть нервы!..

...И вот, когда бабушка увидела, что от Михаила Виссарионовича никакой поддержки не дожидаться, она обратилась к моей маме, которая была увлечена производственным процессом, вывязывая петлю за петлей:

— Ламарочка, доченька, что, тебя совсем не интересует все происходящее?

— Успокойся, мама! Как это не интересует!? — наконец подала голос мама.

— И что? Если интересует, почему ты такая спокойная? — бабушка даже левую бровь от недоумения подняла.

— Потому, мама, что он все равно не женится, — со знанием дела произнесла Ламара Михайловна.

— Как не женится!? Почему не женится!? — остановился на пороге направлявшийся в погреб дедушка. — Аргументируйте, пожалуйста!

— Пожалуйста. Дело в том, что пока он “такой”, нормальная девушка за него замуж не выйдет, а дурочку я домой не пушу!!! — поставила мама точку в этой сложной и жизненно важной дискуссии.

На несколько мгновений жизнь в доме снова замерла. И, как всегда, все поставил на свои места дедушка. Он сел за пианино и, бросив загадочный взгляд на бабушку, задумчиво запел: “Как много девушек хороших...”.

Бабушка, позабыв о своих недавних падениях, кокетливо улыбнулась, подседа к главе семейного ансамбля и шепотом спросила:

— Ты, наверно, меня...

— Конечно тебя, жизнь моя! — по-мужски нежно произнес дедушка, когда-то “такой” же, как я сейчас, молодой, но, тем не менее, уже в то время самый что ни на есть настоящий грузин.

Я показал компьютерную “рукопись” этой главы одному моему “доброжелателю”, сказав, что хочу, чтобы читатель, помимо своего

генеалогического древа, куда он впишет фамилии, имена и отчества своих родителей, дедушек и бабушек, также описал какие-то случаи из их детства, их жизни. И чтобы, все это написав, он смог передал эту книгу следующим поколениям.

“Доброжелателю” эта идея сперва вроде бы понравилась, но потом он сказал:

— Да, но выходит, ты книгу о себе пишешь? Хочешь писать о себе, так пиши воспоминания! При чем тут сетевой маркетинг?!

— Дело в том, что серия моих книг называется “Системный маркетинг — это просто жизнь”, и в этой книге я хочу показать, что дедушка, мама, я — это род или, если говорить языком сетевиков, “структура”, а продолжение рода — мотивация развития этой структуры.

Не успел я закончить свою мысль, как он изменился в лице и с, мягко говоря, саркастической интонацией произнес:

— Какие же вы, грузины, хитрые!

— Почему? — удивился я.

— Да, потому что ты знаешь, людям это понравится, и ты продашь много книг!

— И дай Бог, и прекрасно. А что тут плохого, тем более хитрого?

— Да то, что ты зарабатываешь много денег!

— Великолепно! — обрадовался я его прогнозу, но успокоиться не смог. — Объясни, пожалуйста, что в этом плохого?

— А то, что ты на добре хочешь заработать! — подписал мне приговор мой обвинитель.

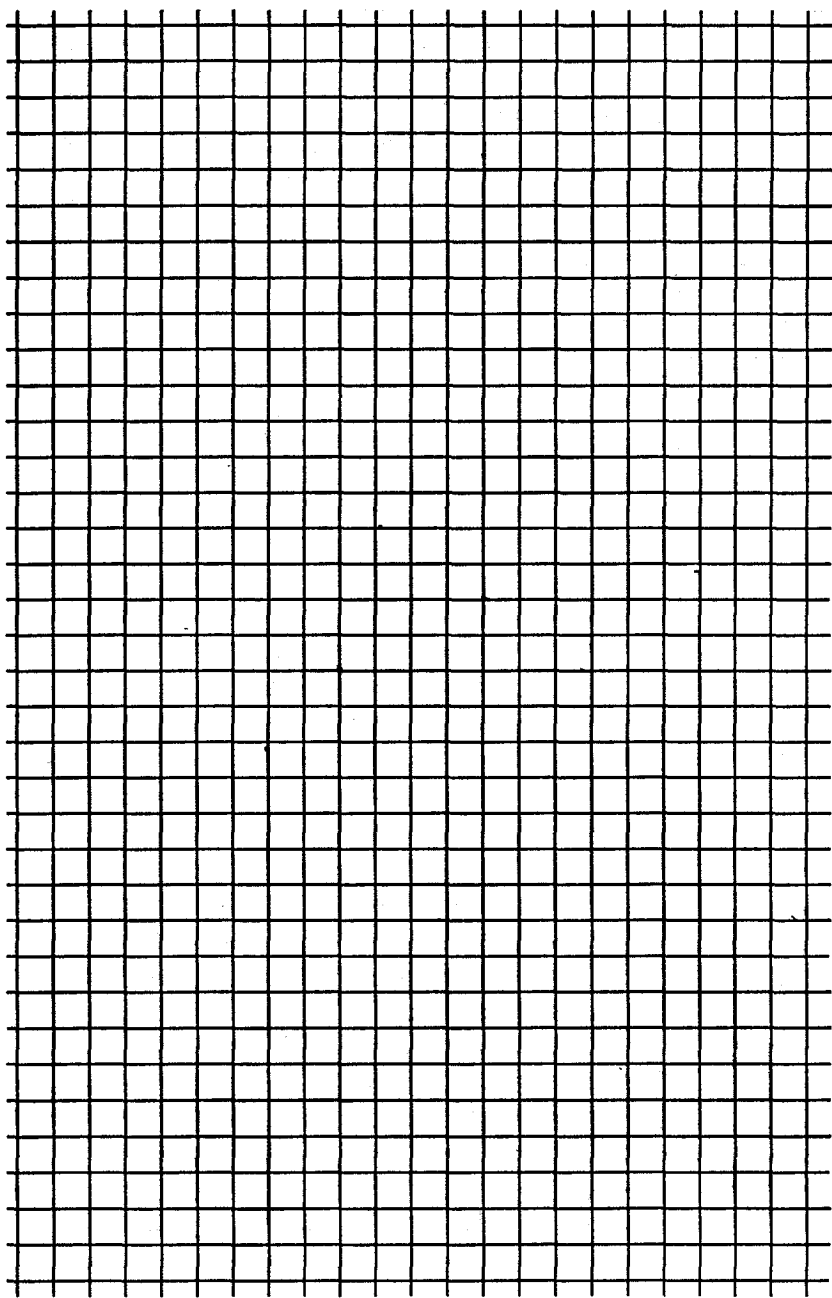
— Да, именно так! — обрадовался я. — Как хорошо, что ты так точно сформулировал! Деньги нужно делать именно на добре. Не на зле же их делать! Спасибо тебе от меня и от всего грузинского народа...

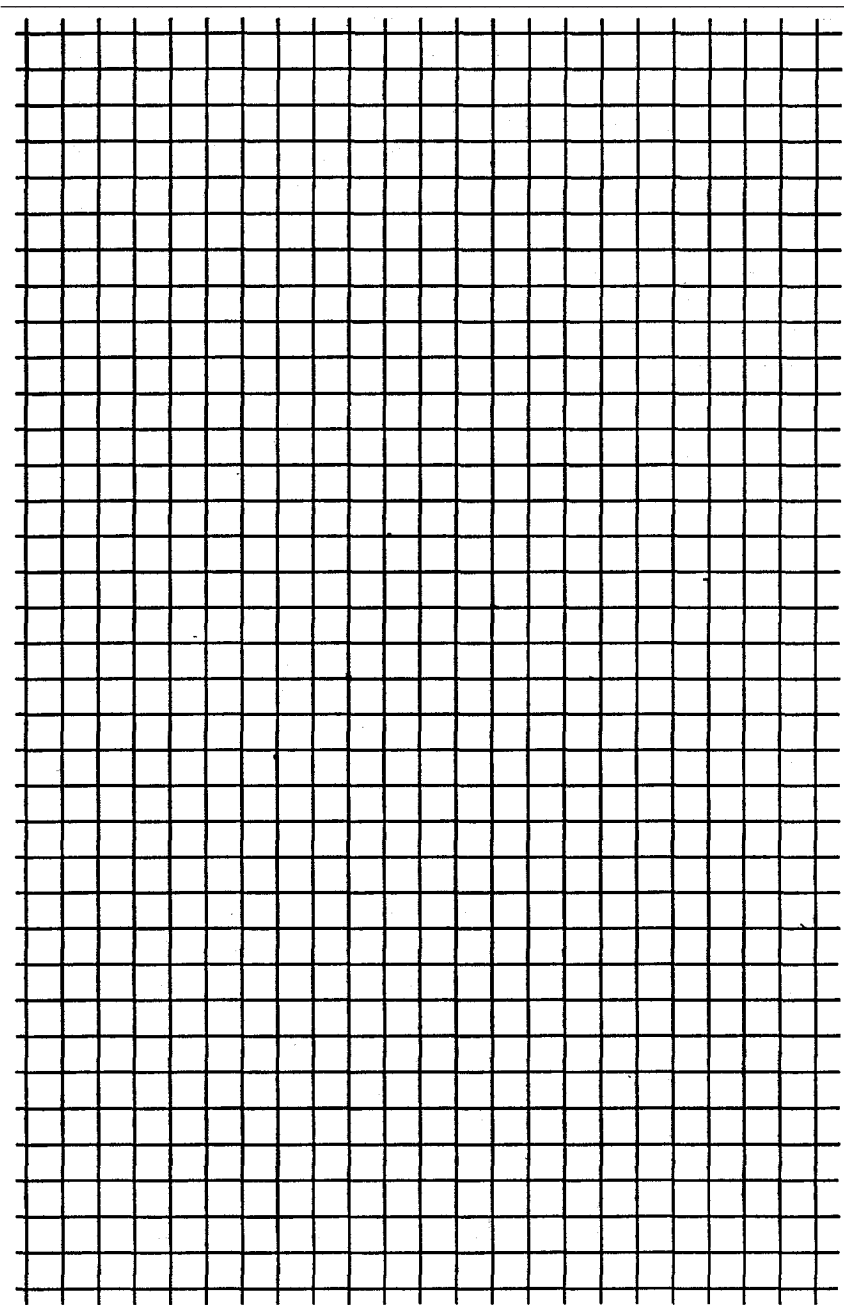
Не успел я закончить, как его и след простыл...

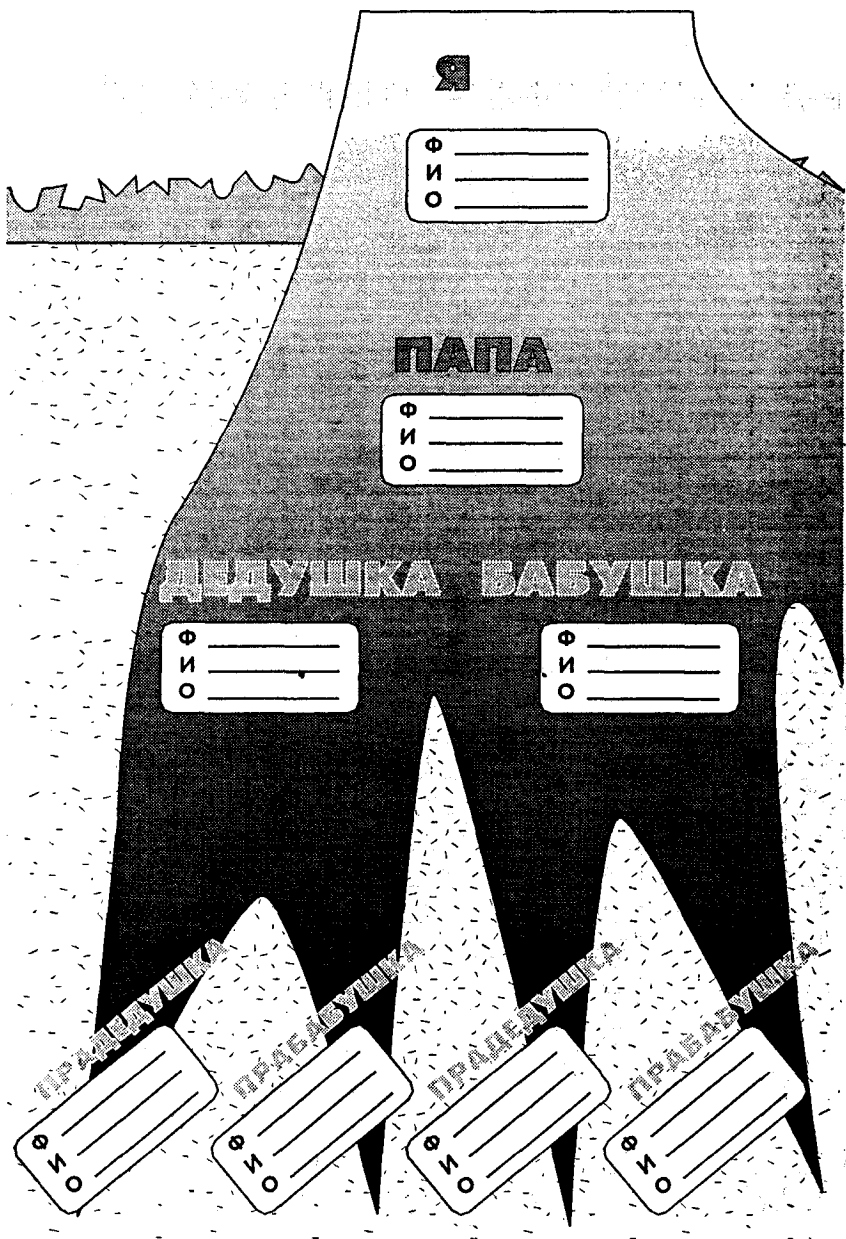
Не знаю, как Вы, а я очень хочу сказать тост и выпить бокал вина за наших родителей, за дедушек и бабушек, за прадедушек и прабабушек. Словом, за всех тех, кто произвел на свет и вырастил нас, кто от себя отнимал и нам давал. Тем, кто ушел из жизни — царствие небесное. Тем, кто жив — дай Бог сто лет жизни, в здоровье, в достатке и в радости.

Все это зависит от нас с Вами. Да, да, именно от нас с Вами! Не от государства, не от президентов, а от нас! Многие из наших родителей — уже пожилые люди. Каждый из них прожил жизнь, как мог. Не знаю, подчинитесь ли Вы моему приказу, но я, Дато Кордава, категорически запрещаю Вам обсуждать и тем более осуждать их самих и их поступки! Давайте дадим слово, что каждый из нас сделает все возможное и невозможное, чтобы их жизнь была долгой и красивой!

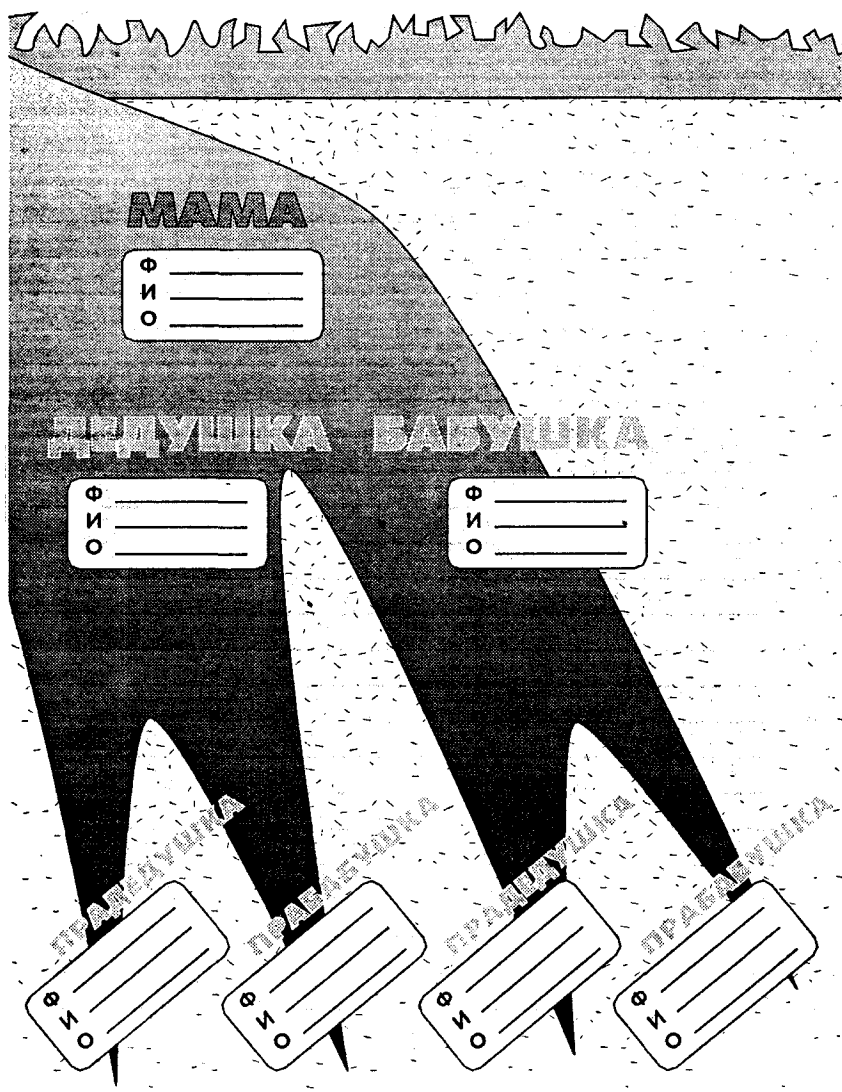
**СИБИРСКОГО ЗДОРОВЬЯ И КAVKАЗСКОГО ДОЛГОЛЕТИЯ
ВАМ И ВАШЕЙ ПИРАМИДЕ!!!**







НАРИСУЙ СВОЮ ПИРАМИДУ



А здесь я предлагаю Вам написать какую-либо историю, связанную с Вашей пирамидой жизни

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Вторая подглавка называется: “Нарисуй древо своей жизни”. Дорогие друзья, к великому моему сожалению, пирамида жизни — это именно та пирамида, которой я сам до сих пор еще не построил. Мне трудно об этом даже думать. Говорить же и, тем более, писать — еще труднее. В то время как у моих сверстников есть уже внуки, у меня еще и детей нет! Тяжело, очень тяжело. А кому сегодня легко? Каждому тяжело по-своему! Но, я думаю, отчаиваться все же не надо. Надо просто работать, работать и работать! Каждому в своем направлении. Не отчаиваться и продолжать строить свои структуры как в личной, так и в профессиональной жизни!

Безумно любя детей, хочу предложить Вам второй тост:

— Наше рождение зависело не от нас. Но наши дети целиком и полностью зависят от нас, и поэтому мы обязаны сделать все, чтобы они жили в мире. Это самое главное. Чтобы они были здоровы. Чтобы они были радостны. Чтобы они были сыты, одеты и обуты. И, что самое главное, чтобы они были любимы... За Вас, мои сладкие! Будьте счастливы!

Открою Вам маленький секрет — поделюсь своей мечтой: к сорока пяти годам я стану профессором и создам свой детский сад, свою школу, свой институт и буду обучать... Нет, не обучать, а делиться всем, что имею и что умею. Помните, как пелось в одной прекрасной песне: “ДАДИМ ШАР ЗЕМНОЙ ДЕТЯМ!!!”.

Я готов, а Вы?!

Вы тоже готовы?! Прекрасно! Тогда давайте объединяться!

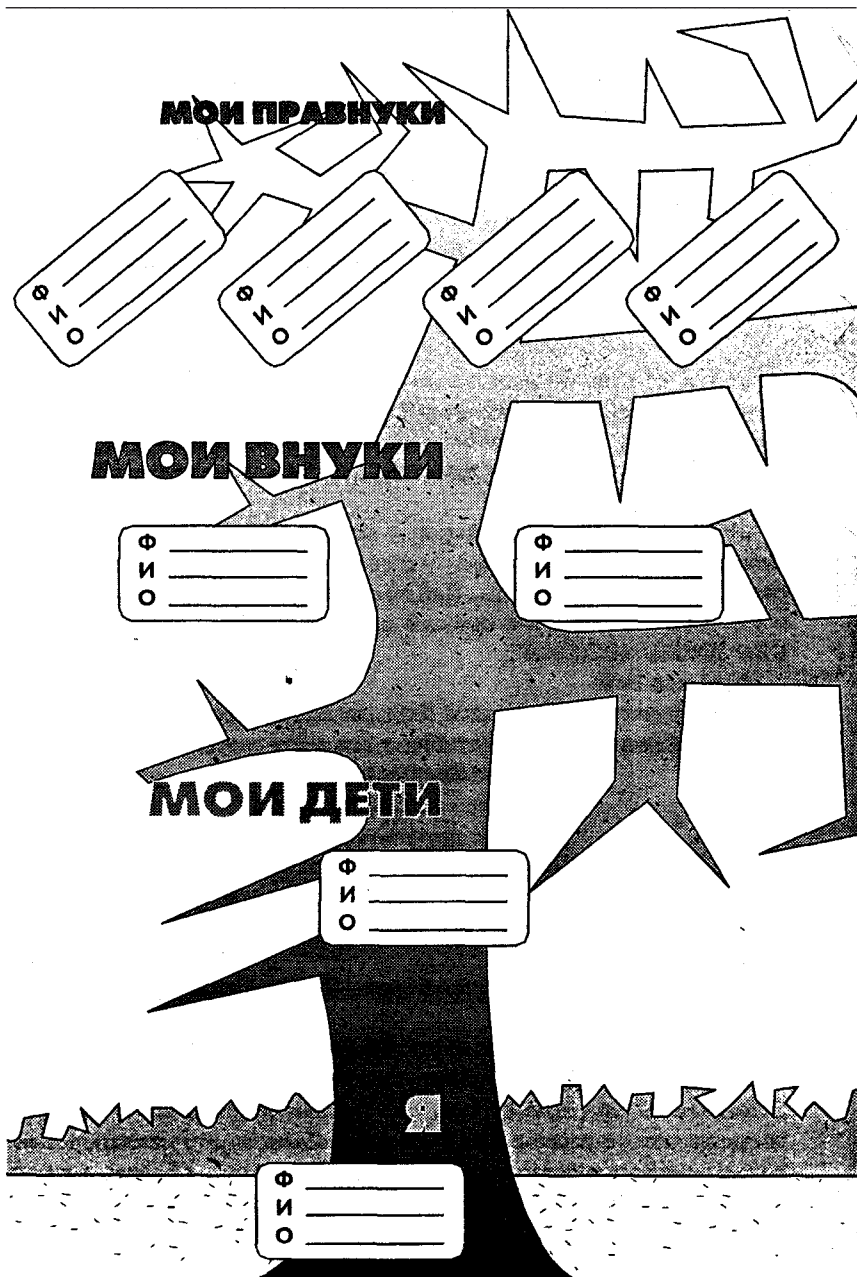
В одной песне Вахтанга Кикабидзе есть такие слова:

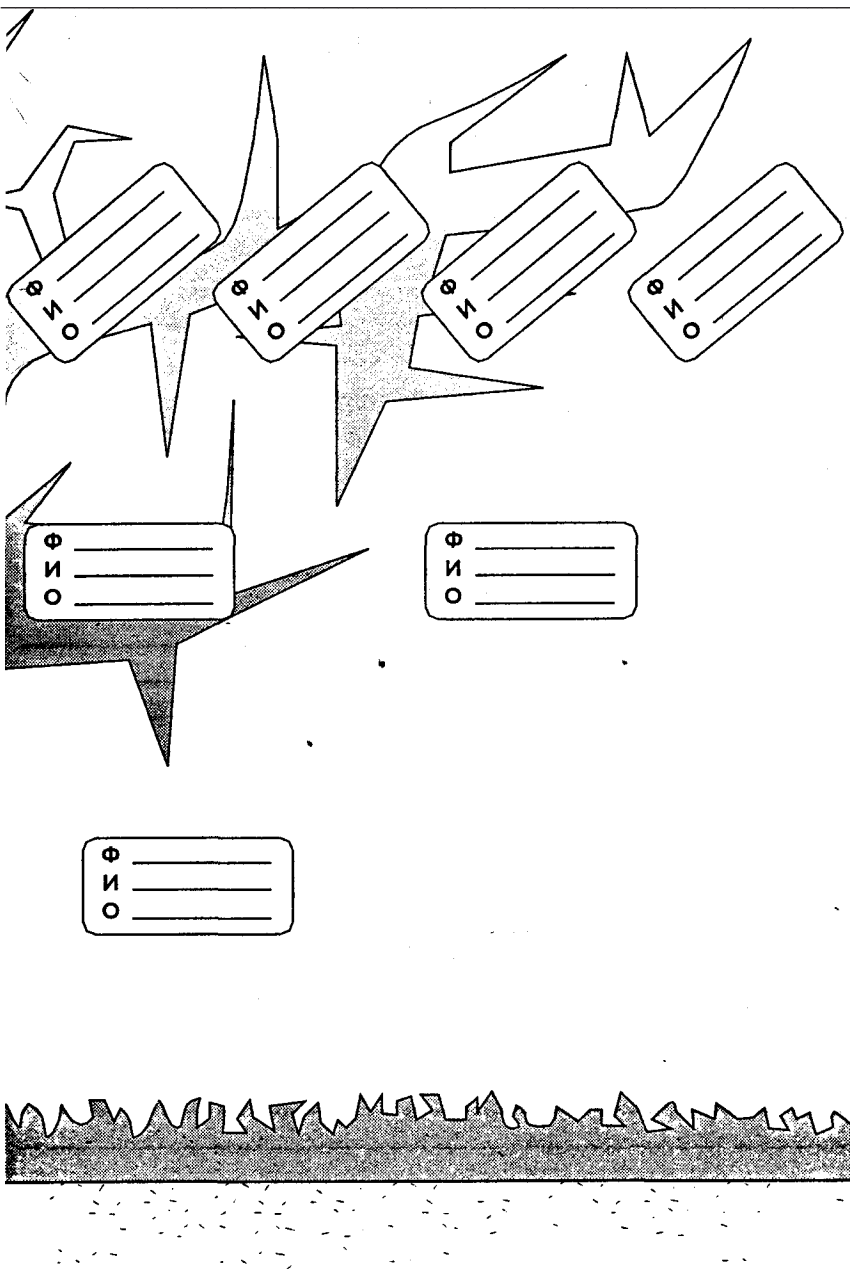
Я хочу, чтобы песни звучали,
Чтоб вином наполнялся бокал,
Чтоб друг Другу вы все пожелали,
То, что я вам сейчас пожелал!

Напишите, пожалуйста, интересные случаи из жизни Ваших детей и передавайте эту книгу им. Кто-то может сказать, что сегодня есть видео, фото...

Да, но книга есть книга, а тем более — Вами написанная!

И, наконец, третий подзаголовок: “Нарисуй свою аферу”. Не буду лукавить, скажу прямо и откровенно: эта идея родилась у меня давно, может быть, еще до того, как я решил написать эту книгу. Мне всегда хотелось сказать тем, кому я по часу объяснял, рассказывал, все по полочкам раскладывал и кто все равно продолжал обвинять меня в “афоризме”: ну, так нарисуйте вашу аферу, нарисуйте ее такой, какой Вы ее себе представляете. К сожалению, ни один мой оппонент сделать этого не мог, но тем не менее продолжал настаивать на своем.





[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

95% людей называют эту систему, то есть мою работу и работу моих коллег, аферой. А нас, соответственно, аферистами. Точнее, я бы даже сказал: не называют, а обзывают. Обзывают — так ближе к истине, поскольку их обвинения несправедливы.

И вот, уважаемые обзывающие, я наконец-то собрался чуть-чуть, самую малость, интеллектуально всем вам отомстить, сделав маленькую психологическую клизмочку, которая очистит ваш мозг (помните, да: “А вы забыли, как вы вьетнамцев мучили?!”). Замечу, что вопреки национальным грузинским традициям месть моя достаточно мягка.

Вы спросите, как я отомщу?

Очень просто. Гениальный академик Королев говорил: “Не согласен — возражай, возражаешь — предлагай, предлагаешь — доказывай, доказываешь — делай!”.

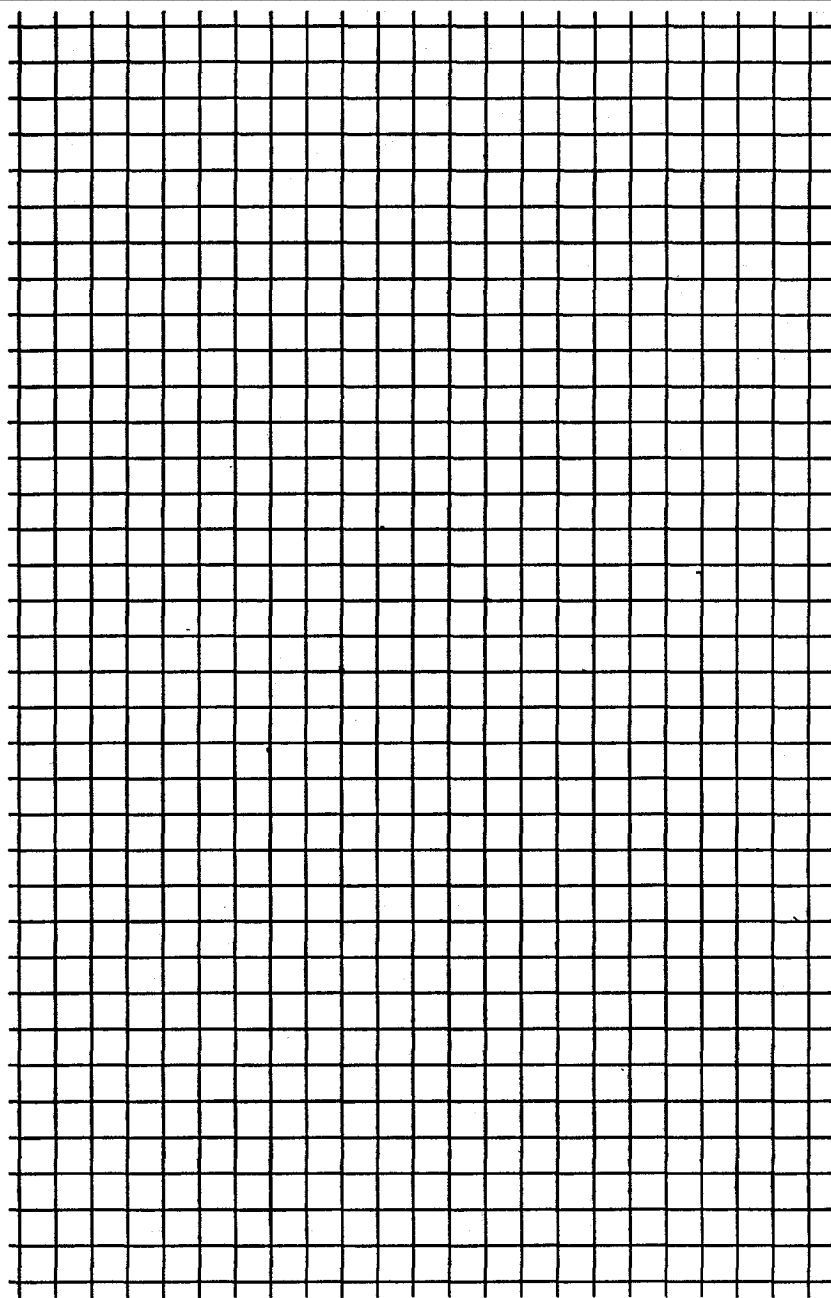
Нарисуйте аферу и дайте комментарии. Потом сделайте ксерокопию и пришлите мне по факсу. Если кто-нибудь из вас докажет мне, что системный маркетинг — это не система распространения товаров и услуг, являющаяся на сегодняшний день наиболее грамотной с экономической, финансовой, организационной и управленческой точек зрения, а также наиболее здоровой с точки зрения психологии бизнес-деятельности, то я готов предложить пари. Но для начала нарисуйте, что такое афера. Вот так! А просто болтать каждый дурак может!

Все сказанное, естественно, не относится к тем читателям, которые даже если и не приняли сетевой маркетинг, то хотя бы поняли, что это такое. Поняли, что это не афера.

Вас, уважаемые, я прошу извинить меня за то, что отнимаю время. Простите меня, но при этом войдите в мое положение: я же должен вести диалог со всеми читателями. Должен же я, наконец, объяснить всем этим “фомам неерующим”, что такое сетевой маркетинг!

А здесь я предлагаю Вам написать какую-либо историю, связанную с Вашим древом жизни.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Эту страницу я специально оставляю пустой с тем, чтобы Вы, уважаемый оппонент, смогли без угрызений совести вырвать нарисованную Вами на другой стороне этого листа аферу и отослать ее мне по факсу.

Несколько минут с Артуром Шопенгауэром

*Счастье вещь нелегкая, его очень трудно найти
внутри себя и невозможно найти где-либо в
другом месте.*

(Шанфор)

(“афоризмы житейской мудрости”)

Дорогой читатель! Я не хотел писать предисловие к Шопенгауэру? Я надеялся, что Вы, окунувшись на несколько минут в освежающий поток житейской мудрости, потом с новыми силами приметесь за третью часть книги. Однако не тут-то было:

— Зачем? Почему? Для кого? Что это даст? Что ты хочешь этим сказать? А нужно ли? А что люди подумают? И вообще, почему именно он, Шопенгауэр? А не кажется ли тебе, что...

...Вопросы, вопросы и, я бы даже сказал, допросы. Ведь именно допросы устраивали мне мои болельщики, да и не только они.

Но больше всех меня “достал” мой редактор Тимур Бордюг.

— Какая связь между сетевым маркетингом и Артуром Шопенгауэром? Если мы пишем о сетевом маркетинге, тогда Шопенгауэр не нужен. Если же пишем о Шопенгауэре, тогда не нужен сетевой маркетинг! Где Вы видели, чтобы в книге о маркетинге цитировали философов? Здесь рекламный лозунг “два в одном” не годится! Поймите, Давид Веснерович, люди ведь окончательно растеряются!

— Тимур, мой дорогой, пойми и ты меня. Дело в том, что люди, которые в своей работе используют сетевой маркетинг, — чрезвычайно развитые личности. И мыслят они очень масштабно. Хотя некоторым, подчеркиваю — некоторым, с позволения сказать, экономистам, инженерам, бизнесменам и политикам, которых, к сожалению, очень много (пока много!), и кажется, что дела обстоят совсем не так. Единственное, что я могу им порекомендовать, так это вспомнить христианскую поговорку: “Когда кажется, креститься надо”. Я уверен, что очередная встреча с Шопенгауэром доставит сетевикам огромное удовольствие.

Хочу рассказать Вам одну, на мой взгляд, забавную историю.

Остров Кипр. На берегу Средиземного моря расположен шикарный пятизвездочный отель. В нем в 1995 году компания “Save-Invest” проводила семинар для руководителей структур, то есть для лучших своих сотрудников. Полдня мы учились, а полдня...

Как-то раз, после напряженного поединка с одной очень симпатичной швейцаркой (мы играли в настольный теннис), в котором я еще выше поднял флаг грузинского спорта, я принял душ и приготовился прыгнуть в бассейн. Но тут мои коллеги — Лена Гонтарева, Нила Сирицо, Николаи Доманов, Виктор Ермолаев, Арманд Калнитис, которые возлежали в шезлогах, желая изменить цвет своей кожи, — меня остановили.

— Давид, Фери Лукача (один из самых сильных лекторов, директор нашей компании) не видел? — во всеуслышание спросил меня Арманд Калнитис.

— Нет, — ответил я и прыгнул в воду...

Когда я вынырнул и посмотрел на моих коллег, то увидел их умирающими со смеху. Поначалу я чуть-чуть растерялся. Первая реакция у меня была естественной: я посмотрел куда следует и, обнаружив, что мои плавки на месте, уверенно подошел к ним. Но спросить их, что же послужило причиной столь бурного веселья, не успел. Арманд сам раскрыл передо мной все их карты:

— Давид, ты 32-летний человек, которому мы задали вопрос: “Фери Лукача не видел?”

— Да? Очень хорошо. Ну и что?

— Да то, что 31 человек на наш простой и вполне конкретный вопрос отвечали: “А зачем он вам нужен?”, “А что случилось?”, “Что, его не могут найти?”, “Что, пойти его поискать?”. А ты первый сразу же ответил и нырнул! — Арманд говорил, захлебываясь от смеха. И не успел он закончить фразу, как к нам подбежал Рустам Долгов, в прошлом “морской волк”, служивший в Балтийском флоте, и с криком “Полундра!” бросил нас в бассейн...

А посему предлагаю Вам окунуться в волны житейско-философских рассуждений и чуть-чуть поплавать в море афористической немецкой мудрости. Только прошу Вас, хотя бы Вы не задавайте мне никаких вопросов.

Итак, разрешите представить: Артур Шопенгауэр, “Афоризмы житейской мудрости”.

“О НАШЕМ ПОВЕДЕНИИ ПО ОТНОШЕНИЮ К СЕБЕ

(...) Подобно тому, как работник, участвующий в возведении здания, или совсем не знает о плане целого, или, по крайней мере, не всегда держит его в уме, человек, отбывая отдельные дни и часы своего существования, в таком же точно отношении находится к целому своей житейской карьеры и всему ее характеру. Чем она достойнее, значительнее, планомернее и индивидуальнее, тем нужнее и полезнее, чтобы перед его глазами время от времени появлялся ее сокращенный абрис — план. И для этого, конечно, необходимо, чтобы человек уже сделал некоторые успехи в “*gnothi seouton*”, то есть, чтобы он знал, чего он, собственно, главным образом и прежде всего желает, в чем, следовательно, самое существенное условие для его счастья, а затем — что стоит на втором и третьем месте после этого. Надо также, чтобы он понял, каково в целом его призвание, его роль и его отношение к миру. Если он предназначен для важного и грандиозного, то взгляд на план своей жизни в уменьшенном масштабе более всего другого укрепит его, поддержит, возвысит, поощрит к деятельности и удержит от уклонений в сторону.

Как странник, лишь достигнув возвышенного места, получает возможность во всей совокупности обозреть и представить себе пройденный им путь, со всеми его поворотами и изгибами, так и мы только в конце какого-нибудь периода своей жизни или даже в конце всей ее начинаем понимать подлинную связь наших поступков, дел и произведений, их точное следование и сцепление, даже и их ценность. Ибо, пока мы заняты ими, мы всегда действуем сообразно с постоянными свойствами нашего характера, под влиянием мотивов и в меру наших способностей, стало быть, все наши поступки бывают необходимы: мы делаем исключительно лишь то, что именно в данное мгновение кажется нам правым и приличным. Только результаты показывают нам, что из этого вышло, а ретроспективный взгляд на всю совокупность нашего поведения открывает, каким образом и от чего такой результат получился. Поэтому-то мы, совершая величайшие подвиги или создавая бессмертные творения, не сознаем их как таковые, а видим в них лишь нечто сообразное с нашими наличными целями, соответствующее нашим теперешним намерениям, то есть нечто как раз нужное в данное время. Только из целого во всей его совокупности выясняется потом наш характер и наши способности; тогда мы увидим, как в частности, словно под влиянием вдохновения, мы избирали единственно правильный путь среди тысячи ложных, — руководимые нашим гением. Все это справедливо как для практики, так и для теории, а в обратном значении приложимо также к поступкам дурным и неудачным. Важность настоящего редко познается сразу, а только много позднее.

(...) Важный пункт житейской мудрости состоит в правильном распределении нашего внимания между настоящим и будущим, чтобы ни одно из них не вредило другому. Многие слишком живут в настоящем: это — легкомысленные. Другие слишком поглощены будущим: это — тревожные и озабоченные. Редко кто сохраняет здесь надлежащую меру. Те, кто среди стремлений и надежд живут исключительно в будущем, всегда смотрят вперед и с нетерпением спешат навстречу грядущему, которое только и должно дать им истинное счастье, в то время как настоящее проходит для них без внимания и неиспользованным, — эти люди, как ни строят они глубокомысленные лица, уподобляются итальянским ослам: чтобы заставить последних идти скорее, на прикрепленной к их голове палке вешают вязанку сена, которую они поэтому постоянно видят перед самыми глазами и надеются схватить. Ибо здесь человек сам отнимает у себя все свое существование, так как все время живет лишь *ad interim*, — пока не умрет. Таким образом, вместо того, чтобы исключительно и непрестанно заниматься планами и заботами относительно будущего или предаваться тоске о прошлом, мы никогда не должны бы забывать, что одно только настоящее реально и только оно достоверно; будущее же почти всегда слагается иначе, чем мы его воображаем, да и прошлое

было иным, притом и то и другое, в общем, менее содержательно, нежели нам кажется. Ибо отдаленность, уменьшая предметы для глаза, увеличивает их для мысли. Только настоящее истинно и действительно, оно — реально заполненное время, и в нем исключительно лежит наше бытие. Поэтому мы всегда должны бодро идти ему навстречу, следовательно, — всяким сносным и свободным от непосредственных неприятностей или огорчений часом должны сознательно пользоваться как таковым, то есть не омрачать его унылым видом по поводу несбывшихся надежд в прошлом или тревогою о будущем. Ибо слишком глупо отгонять от себя или нарочно портить себе наличную добрую минуту, предаваясь сокрушению о прошлом либо опасению за грядущее. Пусть заботе и даже раскаянию будет предоставлено свое определенное время, а после о случившемся надо думать так:

Alia ta men protetichthai easomen achnymenoi per
Thymon eni stethessi philon damasantes ananke¹

(Гомер. *Илиада*, 18, 112-113)

а о будущем: “Etoi taota theon en gunasi cetai”², о настоящем же: “Singulos dies singulas vitas puta”³ (Сенека), и это единственное реальное время мы должны сделать себе возможно более приятным.

Беспокоить нас вправе лишь такие будущие беды, которые достоверны и для которых точно также достоверно время их наступления. А это бывает лишь в очень редких случаях, ибо беды бывают либо просто возможными, самое большое — вероятными, либо они, правда, достоверны, но совершенно недостоверен срок их появления. Если теперь мы подпадаем под влияние этих двух разрядов бедствий, то мы не будем больше иметь ни одной спокойной минуты. Таким образом, чтобы не жертвовать покоем нашей жизни из-за недостоверных или неопределенных по времени бед, у нас должна образоваться привычка на первые смотреть, как если их никогда и не будет, а относительно последних думать, что они наверное постигнут нас не так уж скоро.

¹ Но забываем мы все прежде бывшие, как ни прискорбно;
Гнев оскорбленного сердца в груди укрощаем по нужде
(греч.). — Перевод Н. Гнедича.

² “Впрочем, еще то лежит у бессмертных богов на коленях”
(греч.).

³ “Помни, что дни не повторяются, что жизнь одна” (лат).

Но, с другой стороны, чем меньше тревожится человек опасениями, тем больше беспокоят его желания, страсти и притязания. Столь популярная песня Гете “Ich hab mein Soch auf nichts gestellt”¹ выражает, собственно, что лишь тогда, когда мы принуждены отказаться от всех возможных требований и ограничиться простым, голым существованием, получаем мы в удел то душевное спокойствие, которое служит основой человеческого счастья, так как оно необходимо, чтобы находить вкус в наличной действительности и, следовательно, во всей жизни. Для той же самой цели мы должны бы всегда помнить, что сегодняшний день проходит лишь однажды и никогда не возвращается. Мы же мним, будто он повторится завтра, однако, завтра — уже другой день, тоже бывающий лишь однажды. Мы забываем, что всякий день — нераздельная, а потому и незаменимая часть жизни: мы полагаем, напротив, что отношение его к последней таково же, как отношение отдельных индивидуумов к охватывающему их общему понятию. Равным образом мы стали бы больше ценить настоящее и лучше им пользоваться, если бы в дни благополучия и здоровья всегда сознавали, что в черный день болезни или горя воспоминание рисует нам во всяком свободном от страданий и лишений часе бесконечно завидное состояние, потерянный рай, неузнанного друга. Но мы переживаем наши лучшие дни, не замечая их: нам хочется вернуть их лишь тогда, когда наступает время скорби. Тысячи светлых, приятных часов пропускаем мы даром мимо себя с удрученным видом, чтобы впоследствии в трудные минуты вздыхать о них в напрасной тоске. Вместо того мы должны бы всякую сносную действительность, даже повседневную, которую мы теперь пропускаем мимо с таким равнодушием, а пожалуй, даже еще и подталкиваем нетерпеливо, мы должны бы принимать ее с честью, всегда памятуя, что она именно теперь переселяется в тот апофеоз прошлого, где впредь будет сохраняться памятью, озаренная светом вечности, чтобы потом, когда воспоминание, особенно в трудные минуты, поднимает над ней занавес, предстать в качестве предмета нашей сердечной тоски.

(...) Всякое ограничение ведет к счастью. Чем уже круг наших представлений, действий и отношений, тем мы счастливее, чем он шире, тем чаще приходится нам испытывать мучения или тревоги. Ибо в последнем случае приумножаются и усиливаются также наши заботы, желания и страхи. Вот почему даже слепые не так несчастны, как это должно казаться нам a priori: об этом свидетельствует краткое,

¹ “Я сделал ставку на ничто” (нем.)

почти радостное спокойствие в чертах их лиц. Этим же правилом отчасти объясняется также и то обстоятельство, что вторая половина жизни слагается печальнее, нежели первая. Ибо с течением жизни горизонт наших целей и связей становится все шире. В детстве он ограничивается ближайшей обстановкой и более тесными связями; в эпоху юности он простирается уже значительно дальше; в зрелые годы он обнимает весь наш житейский путь, часто доходя даже до самых отдаленных отношений, включающих государства и народы; в старости он захватывает потомство. Всякое же ограничение, даже духовное, благоприятно для нашего счастья. Ибо чем меньше возбуждается воля, тем меньше страданий, а мы знаем, что страдание положительно, счастье же чисто отрицательно. Ограниченность сферы деятельности отнимает у воли внешние поводы для возбуждения, ограниченность духа — внутренние. Последняя имеет лишь ту невыгодную сторону, что она открывает доступ скуке, которая косвенно становится источником бесчисленных страданий, так как человек, только чтобы ее прогнать, хватается за все, прибегая к развлечениям, обществу, роскоши, игре, вину и т.д. в результате чего возникает, Однако, убыток, разорение и всякого рода несчастье. *Difficilis in otio quies*¹. Насколько, напротив, человеческому счастью, какое только вообще достижимо, способствуют и даже прямо необходимы для него внешние ограничения, это можно видеть из того, что единственный вид поэзии, берущийся изображать счастливых людей, идиллия, постоянно и по существу дела рисует их в крайне скромном положении и обстановке. Внутреннее сознание рассматриваемой истины лежит в основе и того удовольствия, какое доставляют нам так называемые жанровые картины. Сообразно тому возможно большая простота наших отношений и даже однообразие в складе жизни, пока оно не породило скуки, ведут к счастью, ибо при них всего меньше чувствуется сама жизнь, а, следовательно, и присущий ей гнет, — она протекает подобно ручью, без волн и водоворотов.

(...) По отношению к нашему благу и злу все дело в последнем итоге сводится к тому, чем именно заполнено и занято наше сознание. А здесь, в общем, всякая чисто интеллектуальная деятельность дает способному к ней уму гораздо больше, чем действительная жизнь со своей непрестанной сменой удач и неудач, при своих потрясениях и терзаниях.

Только для этого, конечно, необходимы уже преобладающие духовные наклонности. Затем здесь надо заметить, что, подобно тому как направленная вовне жизнь развлекает и отклоняет нас от теоретических занятий, отнимая в то же время у ума нужное для них спокойствие и сосредоточенность, точно так же, с другой стороны, и постоянный умственный труд делает нас более или менее

¹ Опасен при досуге покой (лат.)

непригодными к заботам и тревожностям действительной жизни; вот почему рекомендуется совершенно отказаться от него на некоторое время, когда приходят обстоятельства, требующие почему-либо энергичной практической деятельности. (...)”

ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ

ЖИЗНЬ

Родился сам — помоги другому.

(М. Задорнов)

Бессистемный маркетинг

— *Сорок, сорок... рунь сорок, еще сорок — два сорок, спички брали?*

— *Нет.*

— *С Вас шестнадцать семдесят.*

(Официант)

Бессистемный маркетинг

(производитель — крупнооптовая компания — оптовая компания — мелкооптовая компания — розничная компания — потребитель)

Однажды мы обедали в одном из московских ресторанов. Хотя кухня там была европейской, я постарался привнести в нее элемент грузинского застолья, заказав множество различных блюд. По мере того как стол опустошался, а бутылки опорожнялись, разговор становился все оживленнее и оживленнее. Я сказал очередной тост, мы выпили, закусили. Потом тост произнес Андрей, сотрудник моей компании:

— Давид, я всей душой хочу, чтобы твоя книга имела успех. Ты знаешь, я не сторонник сетевого маркетинга. И тем не менее я пью за твой успех.

— Послушай, какого такого “сетевого”? — удивился я. — Ведь я пишу книгу о системном маркетинге.

— А это еще что такое? — он был удивлен еще больше меня. — Сколько у тебя работаю, все время думал, что ты пишешь о сетевом маркетинге...

— Пишу-то я о сетевом. Но еще пишу, что на самом деле он не сетевой, а системный. В нем есть система, которой нет в обычном, бессистемном маркетинге. Да-да, не удивляйся, обычным бизнесом занимаются бессистемные фирмы, компании и корпорации.

— Да, ладно тебе, Давид! Скажешь тоже — “бессистемный”! Любой маркетинг — системный, — бросился в атаку этот апологет бессистемного маркетинга, который всего несколько минут назад поднимал бокал за мой успех. Ты называешь компании, которые не занимаются системным маркетингом, компаниями “бессистемного” маркетинга. Но в “бессистемном”, как ты говоришь, бизнесе тоже ведь существует определенная структура, система: производитель продукции — крупнооптовая компания — мелкооптовая компания — магазин — конечный потребитель. Чем же отличается эта схема от цепи агентов в сетевой компании? Только тем, что в сетевой компании вместо оптовиков и магазинов между производителем и покупателем — дистрибьюторы товара. Так получается, что система есть и там, и там. И то, и другое можно назвать системным маркетингом. Просто это разные его варианты.

— Я тебя выслушал, а теперь ты послушай меня, — сказал я. — Как ты считаешь, “Сейв-Инвест” — это системный маркетинг?

— Да, конечно, — удивился он.

— А моя компания “Промис Интернэшнл”?

— Ну, наверное, тоже да. — Он был не совсем уверен, но, видимо, хотел мне польстить.

— А ресторан, в котором мы сейчас сидим?

— Да что ты, какой же это сетевой маркетинг! — засмеялся он.

— Правильно, это бессистемный маркетинг. Точно так же, как и моя компания.

— I?

— Все очень просто. Начнем с финансов. Скажи мне, кто больше всех зарабатывает в компании-производителе? Директор и его партнеры. А в крупной оптовой компании? То же самое — хозяева фирмы. И так далее, вплоть до предприятий розничной торговли. В бессистемном бизнесе один руководитель берет себе все деньги и из них платит сотрудникам. А в компании, которая использует системный маркетинг, совсем не обязательно, чтобы директор зарабатывал больше любого сотрудника. Он может быть директором, но все зависит от того, как строит он свою структуру, насколько она у него разветвлена, широка и глубока. И вполне возможно, что в его дирекции окажутся активные руководители структур, которые построят еще более широкую “сеть”, как говорят нынешние сетевики... А почему “Промис Интернэшнл” — не “сетевая” компания? Потому что я ее хозяин. Вернее, не только я, но и мой партнер Рустам.

— А кто такой хозяин? Что ты подразумеваешь под этим словом? — спросил Андрей.

— Андрей, хозяин — это тот человек, который организовал фирму: вложил деньги в ее создание, выполняет некую конкретную функцию и при этом рискует. Хозяин — в первую очередь, работодатель. Он нанимает людей для конкретной работы и платит им по взаимному договору. Он может их уволить или, наоборот, — повысить в должности. Естественно, все это обязательно в соответствии с законом, согласно заключенному договору. Приведу конкретный пример. И этим примером станешь ты. Кем ты работаешь в моей фирме? Начальником отдела маркетинга и рекламы, верно?

— Да.

— Почему ты в ней работаешь? Хочешь деньги заработать, да?

— Да, хочу, а что в этом такого?

— Нет, ничего. Это замечательно — хотеть заработать деньги. Но как ты думаешь, я тебе заплачу?

— ...Давид, я надеюсь на твою порядочность, — ответил Андрей, изменившись в лице.

— А я вот думаю, что не заплачу. Не заплачу столько, сколько ты хочешь заработать. Ведь ты хочешь заработать много? Можешь не отвечать. Знаю, что хочешь. Но, как хозяин, я не заплачу тебе много. За что хозяин платит работнику деньги? Давай порассуждаем.

Итак, некто хочет заработать большие деньги. Он начинает дело, с которого рассчитывает получить прибыль. Но он не может сделать

всю работу в одиночку — ему нужны помощники. И он за определенную, фиксированную плату нанимает их. Они работают — каждый на своем участке. Но общее руководство делом осуществляет хозяин. Он выполняет основную работу, определяет, что должна делать фирма, чтобы получить прибыль. И фирма эту прибыль получает. Прибыль — это заработок хозяина. Представь себе, что прибыль — это денежный перевод, который он получил по почте. Зарплата же сотрудников и все, что хозяин затратил, чтобы получить прибыль, — это те 3% от суммы перевода, которые удерживает почта за услуги. Нет, он, конечно, может дать на чай, если он щедрый. Но его деньги — это его деньги, и делиться ими он ни с кем не обязан. Он делает с ними все, что хочет: может часть оставить себе, а часть направить на развитие производства. Может все направить на развитие производства. А может просто положить их себе в карман и закрыть фирму. Таким образом, хозяин всегда платит своим работникам только то, что они заработали, и ни копейкой больше: сколько в договоре написано, столько и платит. И то так поступает лишь честный хозяин, а нечестный старается заплатить меньше или вообще не заплатить. Словом, отвечая на вопрос, который я задал тебе в начале своего импровизированного монолога: хозяин платит тебе столько, сколько ты, по его мнению, заработал. Причем платит, соизмеряя твой гонорар со своими финансовыми возможностями. Так что, если ты всю жизнь будешь лишь наемным работником, то никогда много не заработаешь.

— Но получают же много известные писатели, журналисты и прочие звезды, не являясь при этом “хозяевами”, то есть не имея собственного дела, а работая “на дядю”?

— Знаешь, что я тебе скажу? Хотя историки и пишут, что рабовладельческий строй сменился строем феодальным, а на смену феодальному пришел строй капиталистический, но если рассматривать наше общество с предпринимательской точки зрения, то экономическое рабство существует до сих пор. Ведь наемный рабочий — это всегда раб. Нанимая, хозяин покупает его, как говорится, со всеми потрохами. И с точки зрения предпринимателя существуют знаменитые рабы, которые ценятся больше, чем обыкновенные. Экономический рабовладелец вполне готов заплатить такому рабу больше, чем обыкновенному. Но ведь положение дел от этого не меняется. Изменяется лишь сумма, которую хозяин готов выделить из получаемой им прибыли. Но все равно эта сумма ничтожна по сравнению с тем, сколько получит он сам.

— Ладно, возразить тебе на все то, что ты сейчас наговорил, мне нечего. Но скажи мне только: а что такое твоя “системно-сетевая” компания? Ведь это та же фирма, тот же получающий прибыль хозяин, который из прибыли выделяет своим наемным работникам столько же денег, сколько он ежемесячно выдает сыну на карманные расходы...

Доказывая, что он неправ, я вошел в раж и мог бы говорить еще

долго... Нас отрезвил счет, который как раз в эту минуту принес официант. Но мысли мои понеслись вскачь, остановить их было нельзя. Мы встали из-за стола и вышли на улицу, разговор продолжался:

— Послушай, мне и в голову не приходило, что ты, работая у меня, работаешь и не представляешь толком, чем системный маркетинг отличается от обычного, бессистемного. В том-то и дело, что с обычной фирмой у сетевой компании мало общего. Пусть это прозвучит неправдоподобно для тебя, но не для любого “сетевика”, — в компании, применяющей системный маркетинг, директором может стать любой дистрибьютор, пришедший, что называется, “с улицы”. Это зависит только от него самого. Скажи мне, может ли обычная “бессистемная” компания предложить тебе такую систему заработков?..

Здесь я на минутку остановлюсь и попрошу Вас, читатель, не удивляться. Да, этот разговор действительно произошел в ресторане за обедом. Кто-то скажет, что так не бывает. Как не бывает? Бывает. Вы просто меня. Дата Кардаву, не знаете. Когда я эту книгу писал, бывало, со мной спорить начинали, и я тогда готов был все три части пересказать, чтобы человека убедить или хотя бы немного поколебать его косные взгляды.

— Сейчас ты мне начнешь доказывать, что не может. Но ведь на самом-то деле может. За примером далеко ходить не надо. Один мой знакомый работает корреспондентом в крупной газете. Как корреспондент он получает... Я, честно говоря, не знаю, сколько он там получает, но предположим, что 400 долларов. Потом он станет редактором. Потом — редактором отдела и будет получать в несколько раз больше: скажем, 1000. Затем — заместителем главного редактора. И наконец, когда у него будет своя газета и он будет ее главным редактором, он станет получать столько, сколько получает главный редактор. Чем тебе не система?

— Ничем не система. И знаешь почему? Потому что та цепочка карьерного и профессионального роста, которую ты мне сейчас нарисовал, существует в теории. А на практике все по-другому. Твой знакомый, предположим, работает корреспондентом, работает хорошо, но почему-то не нравится начальству. Поэтому он никогда не поднимется на ступеньку вверх и не станет редактором. Или представь себе, что твой знакомый уже редактор отдела. Но вот незадача: все заместители главного редактора — его, этого главного редактора, старые друзья. И уходить никто из них в ближайшем будущем не собирается. Вот и все. “Карьерный рост” твоего знакомого остановился. “Когда же у него будет своя газета и он будет ее главным редактором...”, — но ведь, насколько мне известно, главный редактор газеты не всегда ее владелец... Словом, гарантированной системы карьерного роста здесь не существует. В системном маркетинге не

так. Любой сотрудник с самого начала является хозяином собственного дела. Он не наемный работник, ему не платят зарплаты, он получает прибыль с каждой проданной единицы продукции, и его заработок зависит только от него самого. В большинстве применяющих системный маркетинг компаний есть жесткая система карьерного роста...

Здесь останавлиюсь. Меня останавливает мой редактор. Останавливает, потому что знает: я человек увлекающийся. Если меня не остановить, я в главе о бессистемном маркетинге могу рассказать содержание всех последующих глав. Поэтому о жесткой системе карьерного роста, которая существует в большинстве “сетевых” компаний, читайте в следующих главах.

Пока же посетим мой офис, где я стою у доски и, рассказывая о том, как продукт попадает от производителя к потребителю традиционным путем (бессистемный маркетинг), рисую схему.

— Все товары и услуги производятся для потребителя, — говорю я. — Пусть это прописная истина, но это так. Чтобы нам с вами легче было увидеть путь, который проходят любые товары или услуги, прежде чем доберутся до конечного их потребителя, рассмотрим конкретный пример. Сразу предупреждаю, что я привожу вымышленные цифры.

Голландский концерн “Philips” производит массу товаров: телефоны, аудио- и видеотехнику, компьютеры и многое другое. Вот как доходит до покупателя карманный компьютер “Philips-Velo 500” — одна из самых, на мой взгляд, удачных моделей подобных компьютеров. Я, кстати, уже давно им пользуюсь и очень этим компьютером доволен.

ЦЕНА любого товара складывается из двух составляющих — **СЕБЕСТОИМОСТИ** и **ПРИБЫЛИ**.

А что такое себестоимость?

СЕБЕСТОИМОСТЬ - это **РАСХОДЫ НА:**

1. Сырье
2. Технологию
3. Зарплату
4. Налоги
5. Складские услуги
6. Транспортные услуги
7. Другие затраты
8. **РЕКЛАМУ**

Нет, наверное, сегодня ни одного человека, который не слышал бы выражения: “**РЕКЛАМА — ДВИГАТЕЛЬ ТОРГОВЛИ!**”. После того как компания разработала данную модель компьютера, она, разумеется, вложила в его себестоимость расходы на рекламу.

Одна компания тратит на рекламу больше, другая — меньше, у

каждой свой процент рекламных расходов. В нашем случае он может меняться в зависимости от модели компьютера. Но, так или иначе, он необходим — двух мнений по этому вопросу быть не может.

Представим себе, что в 1996 году компания разработала эту новую модель и произвела ее в количестве 1 000 000 штук.

Себестоимость одного компьютера — 500 долларов.

Значит, всего на производство 1 000 000 компьютеров потратили 500 000 000 долларов.

В отпускную цену товара нужно заложить еще и прибыль. Расчетная прибыль с одного компьютера — 100 долларов: “Philips” продает свои компьютеры по 600 долларов за штуку, рассчитывая получить с миллионной партии прибыль в 100 000 000 долларов.

На рекламу новой модели компьютера компания “Philips” выделила 10% от себестоимости товара.

Таким образом, из 500 000 000, затраченных на производство компьютера, 50 000 000 ушли на рекламу. Это, как говорится, рекламный бюджет. Компания платит 50 000 000 крупной рекламной фирме, которая “раскручивает” новую модель.

Существует множество разновидностей рекламы: реклама - на телевидении, на радио, в газетах и журналах, полиграфическая реклама (визитки, бланки, конверты, буклеты, брелоки и т.д.), рекламные щиты, рекламирующие товар на спортивных и культурных мероприятиях, реклама в метро, реклама в книгах (как, например, в моей книге: кстати, внимательно с ней ознакомьтесь), компьютерная реклама, скрытая реклама (когда популярный ведущий, актер, журналист “случайно” пишет той или иной ручкой, “случайно” ездит на машине той или иной модели, “случайно” пьет или ест что-либо на людях или перед телекамерой, “случайно” разговаривает по телефону фирмы “Philips”) и реклама в сюжетах фильмов.

Фирма, используя все эти виды рекламы, сделала рекламную компанию товарам “Philips”. Итак:

ВСЕГО произведено 1 000 000 штук

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА 1 штуки - \$600

СЕБЕСТОИМОСТЬ партии - \$500 000 000

ПРИБЫЛЬ с партии - \$ 100 000 000

Расходы на РЕКЛАМУ партии - \$50 000 000

